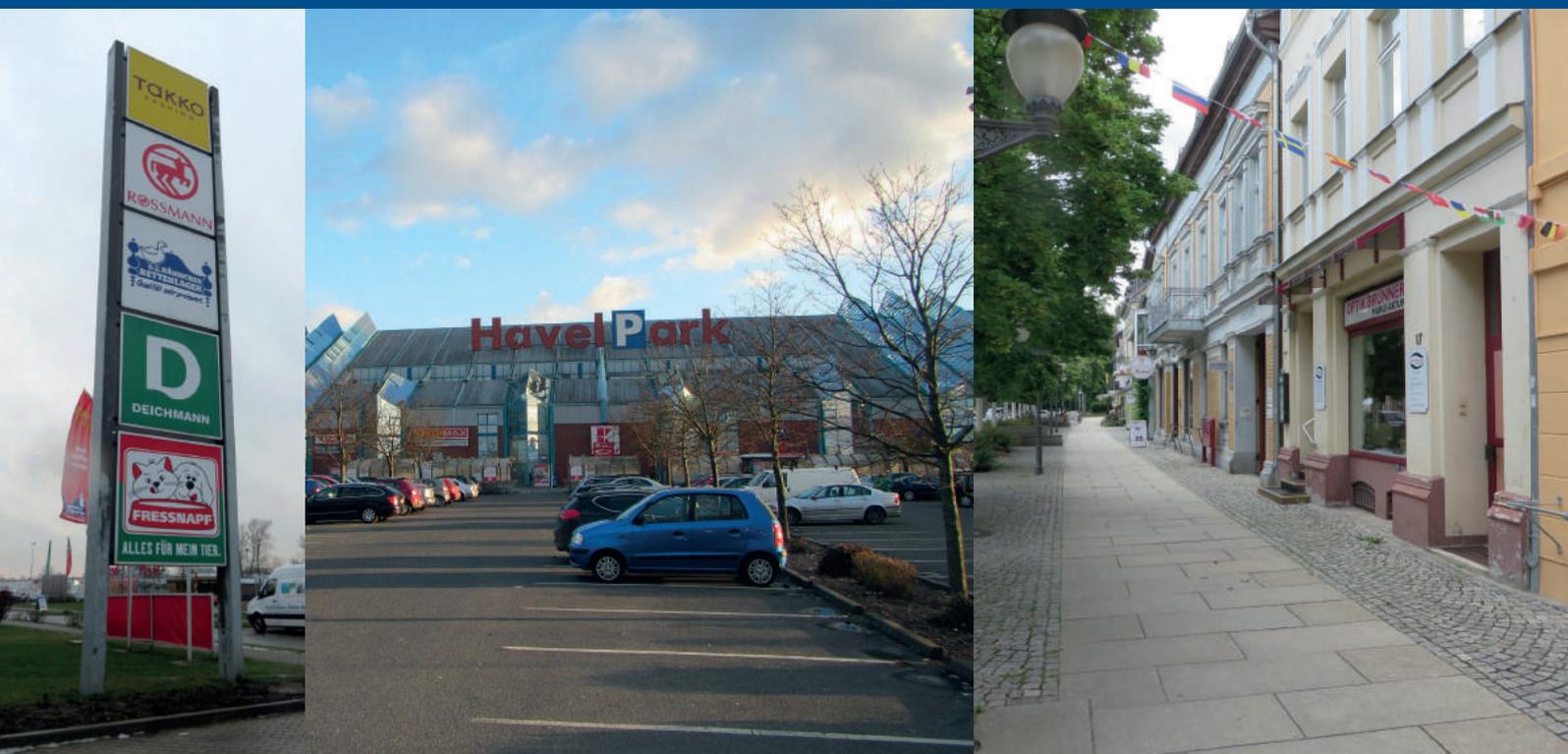


Einzelhandel im Land Brandenburg Bestandsanalyse 2016



Landesarbeitsgemeinschaft
der Industrie- und Handels-
kammern des Landes
Brandenburg



Einzelhandel im Land Brandenburg

Bestandsanalyse 2016

AUFTRAGGEBER

Landesarbeitsgemeinschaft der Industrie- und Handelskammern des Landes Brandenburg

IHK Cottbus, Goethestraße 1, 03046 Cottbus
IHK Ostbrandenburg, Puschkinstraße 12b, 15236 Frankfurt (Oder)
IHK Potsdam, Breite Straße 2 a-c, 14467 Potsdam

Handelsverband Berlin-Brandenburg, Mehringdamm 48, 10961 Berlin

Ministerium für Infrastruktur und Landesplanung (MIL), Abteilung GL, Henning-von-Tresckow-Str. 2-8, 14467 Potsdam
Ministerium für Wirtschaft und Energie des Landes Brandenburg, Heinrich-Mann-Allee 107, 14473 Potsdam
Ministerium für Infrastruktur und Landesplanung (MIL), Abteilung 2, Henning-von-Tresckow-Str. 2-8, 14467 Potsdam
Ministerium für Ländliche Entwicklung, Umwelt und Landwirtschaft, Lindenstraße 34a, 14467 Potsdam

VERFASSER

CIMA Beratung + Management GmbH
Walter-Heinze-Str. 27
04229 Leipzig
T 0341-69 60 30 F 0341-69 60 315
E-Mail: cima.leipzig@cima.de

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck
T 0451-389 68 0 F 0451-389 68 28
E-Mail: cima.luebeck@cima.de

Bearbeitung:

Dr. Manfred Bauer
Dipl.-Geogr. Martin Kremming
M.A. Julia Lemke
Dipl.-Geogr. Katharina Groß
M.Sc. Benjamin Kemper

cima.
klug entscheiden
kraftvoll handeln
neues wagen

Inhaltsverzeichnis

Vorwort.....	12
1 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland.....	14
1.1 Demographische und konjunkturelle Rahmenbedingungen.....	14
1.2 Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung des stationären Einzelhandels.....	16
1.3 Effekte des Online-Handels.....	19
1.4 Ausblick.....	22
2 Spezielle Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung im Bundesland Brandenburg.....	24
3 Projektablauf, Definitionen und Fachtermini, Methodik.....	27
3.1 Projektablauf.....	27
3.2 Definitionen und Fachtermini.....	28
3.3 Methodik der Einzelhandelserfassung und -analyse.....	29
4 Ergebnisse der Einzelhandelserfassung und -analyse im Bundesland Brandenburg und in den Mittelbereichen.....	41
4.1 Bundesland Brandenburg.....	41
4.2 Mittelbereichsdossiers.....	54
4.3 Mittelbereiche im Überblick.....	193
5 Ergebnisse der Einzelhandelserfassung und -analyse in den IHK Bezirken.....	207
5.1 IHK Bezirk Potsdam.....	207
5.2 IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	224
5.3 IHK Bezirk Cottbus.....	239
6 Fazit.....	256
6.1 Fazit: Bundesland Brandenburg gesamt.....	256
6.2 Fazit: Mittelbereiche.....	259
6.3 Fazit: IHK Bezirke.....	263
7 Gutachterliche Empfehlungen.....	265
7.1 Empfehlungen für die Mittelbereiche.....	267
8 Anhang: Einzelhandelsbestand in den Städten, Ämtern und Gemeinden.....	275

8.1	IHK Bezirk Potsdam.....	276
8.2	IHK Bezirk Ostbrandenburg	458
8.3	IHK Bezirk Cottbus.....	589

Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Bevölkerungsentwicklung in Ostdeutschland.....	14
Abb. 2:	Anteil des Einzelhandels am privaten Verbrauch.....	16
Abb. 3:	Entwicklung des stationären Einzelhandelsumsatzes in Deutschland.....	17
Abb. 4:	Verkaufsflächenentwicklung der Lebensmitteldiscounter in Deutschland.....	18
Abb. 5:	Gewinner und Verlierer im deutschen Einzelhandel.....	19
Abb. 6:	Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland.....	20
Abb. 7:	Umsatz des Online-Handels in Deutschland nach Branchen 2015 (Auswahl).....	21
Abb. 8:	Kreisfreie Städte und Landkreise im Land Brandenburg.....	25
Abb. 9:	Gliederung des Bundeslandes Brandenburg in IHK Bezirke sowie kreisfreie Städte und Landkreise.....	25
Abb. 10:	Prozessuales Modell der Einzelhandelserfassung.....	27
Abb. 11:	Sortimentszuordnung der Betriebe im Rahmen der Einzelhandelserfassung.....	31
Abb. 12:	Zusammenfassung der Sortimentsgruppen im Rahmen der Ergebnisanalyse.....	32
Abb. 13:	Unterscheidung von Betriebstypen im Rahmen der Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg.....	33
Abb. 14:	Unterscheidung von Standortkategorien im Rahmen der Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg.....	35
Abb. 15:	Ergänzende Standortkategorien der Einzelhandelsbetriebe.....	36
Abb. 16:	Einflussfaktoren auf die Einzelhandelszentralität.....	39
Abb. 17:	Datenblatt zum Einzelhandel im Bundesland Brandenburg.....	42
Abb. 18:	Einwohnerzahlen im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	43
Abb. 19:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	44
Abb. 20:	Einzelhandelsbetriebe im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	45
Abb. 21:	Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	46
Abb. 22:	Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den kreisfreien Städten und Landkreisen des Bundeslandes Brandenburg.....	47
Abb. 23:	Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den kreisfreien Städten und Landkreisen des Bundeslandes Brandenburg.....	48
Abb. 24:	Verkaufsflächenanteil der Einzelhandelsbetriebe nach Betriebsgrößenklassen im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	49

Abb. 25:	Verkaufsflächenanteil der Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	50
Abb. 26:	Verkaufsflächenanteil der Einzelhandelsbetriebe nach Lage im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	51
Abb. 27:	Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	52
Abb. 28:	Einzelhandelsumsatz im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken.....	53
Abb. 29:	Übersicht der Mittelbereiche im Land Brandenburg.....	54
Abb. 30:	Datenblatt für den Mittelbereich Bad Belzig.....	56
Abb. 31:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Bad Belzig.....	57
Abb. 32:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Bad Belzig.....	57
Abb. 33:	Datenblatt für den Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder).....	59
Abb. 34:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder).....	60
Abb. 35:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder).....	60
Abb. 36:	Datenblatt für den Mittelbereich Beeskow.....	62
Abb. 37:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Beeskow.....	63
Abb. 38:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Beeskow.....	63
Abb. 39:	Datenblatt für den Mittelbereich Bernau bei Berlin.....	65
Abb. 40:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Bernau bei Berlin.....	66
Abb. 41:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Bernau bei Berlin.....	66
Abb. 42:	Datenblatt für den Mittelbereich Brandenburg an der Havel.....	68
Abb. 43:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Brandenburg an der Havel.....	69
Abb. 44:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Brandenburg an der Havel.....	69
Abb. 45:	Datenblatt für den Mittelbereich Cottbus.....	71
Abb. 46:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Cottbus.....	72
Abb. 47:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Cottbus.....	72
Abb. 48:	Datenblatt für den Mittelbereich Eberswalde.....	74
Abb. 49:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Eberswalde.....	75
Abb. 50:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Eberswalde.....	75
Abb. 51:	Datenblatt für den Mittelbereich Eisenhüttenstadt.....	77

Abb. 52:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Eisenhüttenstadt	78
Abb. 53:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Eisenhüttenstadt.....	78
Abb. 54:	Datenblatt für den Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda	80
Abb. 55:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda	81
Abb. 56:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda.....	81
Abb. 57:	Datenblatt für den Mittelbereich Erkner	83
Abb. 58:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Erkner	84
Abb. 59:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Erkner	84
Abb. 60:	Datenblatt für den Mittelbereich Falkensee.....	86
Abb. 61:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Falkensee.....	87
Abb. 62:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Falkensee	87
Abb. 63:	Datenblatt für den Mittelbereich Finsterwalde	89
Abb. 64:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Finsterwalde.....	90
Abb. 65:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Finsterwalde	90
Abb. 66:	Datenblatt für den Mittelbereich Forst (Lausitz)	92
Abb. 67:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Forst (Lausitz)	93
Abb. 68:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Forst (Lausitz).....	93
Abb. 69:	Datenblatt für den Mittelbereich Frankfurt (Oder).....	95
Abb. 70:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Frankfurt (Oder).....	96
Abb. 71:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Frankfurt (Oder).....	96
Abb. 72:	Datenblatt für den Mittelbereich Fürstenwalde/Spree	98
Abb. 73:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Fürstenwalde/Spree	99
Abb. 74:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Fürstenwalde/Spree.....	99
Abb. 75:	Datenblatt für den Mittelbereich Guben.....	101
Abb. 76:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Guben.....	102
Abb. 77:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Guben	102
Abb. 78:	Datenblatt für den Mittelbereich Hennigsdorf.....	104
Abb. 79:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Hennigsdorf.....	105

Abb. 80:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Hennigsdorf	105
Abb. 81:	Datenblatt für den Mittelbereich Herzberg (Elster).....	107
Abb. 82:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Herzberg (Elster).....	108
Abb. 83:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Herzberg (Elster).....	108
Abb. 84:	Datenblatt für den Mittelbereich Jüterbog	110
Abb. 85:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Jüterbog	111
Abb. 86:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Jüterbog.....	111
Abb. 87:	Datenblatt für den Mittelbereich Königs Wusterhausen	113
Abb. 88:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Königs Wusterhausen	114
Abb. 89:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Königs Wusterhausen.....	114
Abb. 90:	Datenblatt für den Mittelbereich Kyritz.....	116
Abb. 91:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Kyritz.....	117
Abb. 92:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Kyritz	117
Abb. 93:	Datenblatt für den Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide	119
Abb. 94:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide.....	120
Abb. 95:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide	120
Abb. 96:	Datenblatt für den Mittelbereich Lübben (Spreewald).....	122
Abb. 97:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Lübben (Spreewald).....	123
Abb. 98:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Lübben (Spreewald).....	123
Abb. 99:	Datenblatt für den Mittelbereich Lübbenau/Spreewald.....	125
Abb. 100:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Lübbenau/Spreewald.....	126
Abb. 101:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Lübbenau/Spreewald.....	126
Abb. 102:	Datenblatt für den Mittelbereich Luckenwalde	128
Abb. 103:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Luckenwalde	129
Abb. 104:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Luckenwalde.....	129
Abb. 105:	Datenblatt für den Mittelbereich Ludwigsfelde	131
Abb. 106:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Ludwigsfelde	132
Abb. 107:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Ludwigsfelde.....	132

Abb. 108:	Datenblatt für den Mittelbereich Nauen.....	134
Abb. 109:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Nauen.....	135
Abb. 110:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Nauen.....	135
Abb. 111:	Datenblatt für den Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin.....	137
Abb. 112:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin.....	138
Abb. 113:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin.....	138
Abb. 114:	Datenblatt für den Mittelbereich Neuruppin.....	140
Abb. 115:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Neuruppin.....	141
Abb. 116:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Neuruppin.....	141
Abb. 117:	Datenblatt für den Mittelbereich Oranienburg.....	143
Abb. 118:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Oranienburg.....	144
Abb. 119:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Oranienburg.....	144
Abb. 120:	Datenblatt für den Mittelbereich Perleberg-Wittenberge.....	146
Abb. 121:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Perleberg-Wittenberge.....	147
Abb. 122:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Perleberg-Wittenberge.....	147
Abb. 123:	Datenblatt für den Mittelbereich Potsdam.....	149
Abb. 124:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Potsdam.....	150
Abb. 125:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Potsdam.....	150
Abb. 126:	Datenblatt für den Mittelbereich Prenzlau.....	152
Abb. 127:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Prenzlau.....	153
Abb. 128:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Prenzlau.....	153
Abb. 129:	Datenblatt für den Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse.....	155
Abb. 130:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse.....	156
Abb. 131:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse.....	156
Abb. 132:	Datenblatt für den Mittelbereich Rathenow.....	158
Abb. 133:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Rathenow.....	159
Abb. 134:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Rathenow.....	159
Abb. 135:	Datenblatt für den Mittelbereich Schönefeld-Wildau.....	161

Abb. 136:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Schönefeld-Wildau.....	162
Abb. 137:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Schönefeld-Wildau	162
Abb. 138:	Datenblatt für den Mittelbereich Schwedt/Oder.....	164
Abb. 139:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Schwedt/Oder.....	165
Abb. 140:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Schwedt/Oder	165
Abb. 141:	Datenblatt für den Mittelbereich Seelow.....	167
Abb. 142:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Seelow	168
Abb. 143:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Seelow.....	168
Abb. 144:	Datenblatt für den Mittelbereich Senftenberg-Großräschen.....	170
Abb. 145:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Senftenberg-Großräschen.....	171
Abb. 146:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Senftenberg-Großräschen	171
Abb. 147:	Datenblatt für den Mittelbereich Spremberg.....	173
Abb. 148:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Spremberg.....	174
Abb. 149:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Spremberg.....	174
Abb. 150:	Datenblatt für den Mittelbereich Strausberg.....	176
Abb. 151:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Strausberg.....	177
Abb. 152:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Strausberg.....	177
Abb. 153:	Datenblatt für den Mittelbereich Teltow.....	179
Abb. 154:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Teltow	180
Abb. 155:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Teltow.....	180
Abb. 156:	Datenblatt für den Mittelbereich Templin.....	182
Abb. 157:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Templin	183
Abb. 158:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Templin.....	183
Abb. 159:	Datenblatt für den Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz.....	185
Abb. 160:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz.....	186
Abb. 161:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz	186
Abb. 162:	Datenblatt für den Mittelbereich Zehdenick-Gransee.....	188
Abb. 163:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Zehdenick-Gransee.....	189
Abb. 164:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Zehdenick-Gransee.....	189

Abb. 165:	Datenblatt für den Mittelbereich Zossen	191
Abb. 166:	Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Zossen	192
Abb. 167:	Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Zossen.....	192
Abb. 168:	Verkaufsfläche je Einwohner in den Mittelbereichen	194
Abb. 169:	Verkaufsfläche nahversorgungsrelevanter Sortimente je Einwohner in den Mittelbereichen.....	196
Abb. 170:	Verkaufsfläche sonstiger zentrenrelevanter Sortimente je Einwohner in den Mittelbereichen.....	198
Abb. 171:	Verkaufsfläche nicht-zentrenrelevanter Sortimente je Einwohner in den Mittelbereichen	200
Abb. 172:	Mittelbereiche mit den höchsten Überschüssen der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Zentralen Ort gegenüber der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Mittelbereich (Auswahl).....	202
Abb. 173:	Mittelbereiche mit den geringsten Überschüssen der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Zentralen Ort bzw. höchsten Überschüssen im Mittelbereich gegenüber der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Zentralen Ort (Auswahl).....	203
Abb. 174:	Mittelbereiche mit den höchsten Verkaufsflächenanteilen in Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren und Nahversorgungsbereichen.....	205
Abb. 175:	Mittelbereiche mit den geringsten Verkaufsflächenanteilen in Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren und Nahversorgungsbereichen.....	206
Abb. 176:	Einzelhandelsbetriebe und Leerstände im IHK Bezirk Potsdam.....	208
Abb. 177:	Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Potsdam	209
Abb. 178:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Potsdam	210
Abb. 179:	Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Potsdam.....	211
Abb. 180:	Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Potsdam.....	212
Abb. 181:	Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im IHK Bezirk Potsdam.....	213
Abb. 182:	Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail im IHK Bezirk Potsdam.....	214
Abb. 183:	Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lagedetail im IHK Bezirk Potsdam	215
Abb. 184:	Beispiele für Lagedetails im IHK Bezirk Potsdam.....	215
Abb. 185:	Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lage im IHK Bezirk Potsdam.....	216
Abb. 186:	Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Potsdam	217
Abb. 187:	Verkaufsflächenanteil der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Potsdam	217
Abb. 188:	Anteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Potsdam.....	218
Abb. 189:	Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Potsdam.....	219
Abb. 190:	Beispiele für Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels im IHK Bezirk Potsdam.....	220

Abb. 191:	Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Potsdam.....	221
Abb. 192:	Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Potsdam.....	222
Abb. 193:	Anzahl der Leerstände im IHK Bezirk Potsdam.....	223
Abb. 194:	Einzelhandelsbetriebe und Leerstände im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	224
Abb. 195:	Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	225
Abb. 196:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	226
Abb. 197:	Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	227
Abb. 198:	Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	228
Abb. 199:	Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	229
Abb. 200:	Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	230
Abb. 201:	Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lagedetail im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	231
Abb. 202:	Beispiele für Lagedetails im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	231
Abb. 203:	Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lage im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	232
Abb. 204:	Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	233
Abb. 205:	Verkaufsflächenanteil der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	233
Abb. 206:	Anteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	234
Abb. 207:	Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	235
Abb. 208:	Beispiele für Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	236
Abb. 209:	Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	237
Abb. 210:	Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	238
Abb. 211:	Anzahl der Leerstände im IHK Bezirk Ostbrandenburg.....	239
Abb. 212:	Einzelhandelsbetriebe und Leerstände im IHK Bezirk Cottbus.....	240
Abb. 213:	Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Cottbus.....	241
Abb. 214:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Cottbus.....	242
Abb. 215:	Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Cottbus.....	243
Abb. 216:	Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Cottbus.....	244
Abb. 217:	Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im IHK Bezirk Cottbus.....	245
Abb. 218:	Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail im IHK Bezirk Cottbus.....	246
Abb. 219:	Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lagedetail im IHK Bezirk Cottbus.....	247
Abb. 220:	Beispiele für Lagedetails im IHK Bezirk Cottbus.....	247
Abb. 221:	Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lage im IHK Bezirk Cottbus.....	248

Abb. 222:	Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Cottbus	249
Abb. 223:	Verkaufsflächenanteil der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Potsdam	249
Abb. 224:	Anteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Cottbus	250
Abb. 225:	Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Cottbus.....	251
Abb. 226:	Beispiele für Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Cottbus	252
Abb. 227:	Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Cottbus	253
Abb. 228:	Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Cottbus.....	254
Abb. 229:	Anzahl der Leerstände im IHK Bezirk Cottbus	255

Vorwort

Der Einzelhandel ist als überwiegend konsumtive Wirtschaftsform in hohem Maße abhängig von den demographischen und sozioökonomischen Entwicklungen in seinem Standortumfeld. Entsprechend groß fallen deshalb Strukturveränderungen in solchen Räumen aus, die – wie das Bundesland Brandenburg – in den vergangenen Jahren von starken Migrationsbewegungen betroffen waren: Standorte wurden aufgegeben oder neu belegt, Verkaufsflächengrößen an das veränderte Kaufkraftvolumen angepasst, moderne bzw. verbraucherorientierte Sortiments- und Vertriebskonzepte eingeführt und die Logistik optimiert.

Infolge der engen Verzahnung von Einzelhandel und Stadtentwicklung haben sich durch die kurz skizzierten Prozesse auch die Standortwertigkeiten und der Branchenmix von Einkaufslagen verändert. In diesem Zusammenhang ist es für Stadt- und Raumplaner sowie Träger öffentlicher Belange zunehmend schwieriger geworden, die potentiellen städtebaulichen Auswirkungen von Einzelhandelsprojekten adäquat einzuschätzen, zumal Daten zum Betriebsbesatz und seiner räumlichen Verteilung, zum Betriebstypenspektrum, zur wirtschaftlichen Leistungsfähigkeit und zur Angebotsqualität, aus öffentlichen Statistiken nicht zu entnehmen sind.

Aufgrund der mangelnden Aussagekraft öffentlicher Statistiken waren der Einzelhandelsbesatz und die Ladenleerstände im Bundesland Brandenburg komplett erstmalig in den Jahren 2009 bis 2011 primär erfasst und bewertet worden. Die Erfahrungen aus diesem Projekt wurden mit dem Ziel einer weitreichenden Vereinheitlichung der Erhebungsmethodik im „Handbuch zur Einzelhandelserhebung im Land Brandenburg“ zusammengeführt. Es dient seither als Grundlage und Vorgabe für alle Bestandserfassungen, so auch für die von der CIMA Beratung + Management GmbH im Jahr 2015/2016 durchgeführten Erhebungen.

Als Auftraggeber der Bestandserhebungen des Einzelhandels im Bundesland Brandenburg fungierten 2015/2016 als Wirtschaftspartner die drei brandenburgischen Industrie- und Handelskammern mit Sitz in Cottbus, Frankfurt (Oder) und Potsdam, zusammen mit dem Handelsverband Berlin-Brandenburg e.V. und in Kooperation mit der Gemeinsamen Landesplanung Berlin-Brandenburg sowie den Brandenburger Ministerien für Wirtschaft und Energie, für Infrastruktur und Landesplanung, für Ländliche Entwicklung, Umwelt und Landwirtschaft. Die genannten Institutionen begleiteten das Projekt fachkundig in mehreren Arbeitskreissitzungen, welche insbesondere dazu dienten, Teilergebnisse vorzustellen und zu diskutieren. Eng eingebunden wurden in das Projekt auch die Städte und Gemeinden des Landes Brandenburg. Sie erhielten die lokalen Erhebungsergebnisse in schriftlicher Form, mit der Bitte um Prüfung und Kommentierung. Entsprechende Rückmeldungen der Kommunen wurden – soweit methodisch möglich – in den Datensatz eingepflegt, so dass von einer hohen Qualität und Aussagekraft der hier vorgestellten Statistiken ausgegangen werden kann.

Die Erhebungsdaten und die Erkenntnisse aus qualitativen Standortbesichtigungen im Nachgang der flächendeckenden Erfassung bildeten in einem weiterführenden Arbeitsschritt eine valide Grundlage für die Einschätzung der Leistungsfähigkeit des Brandenburger Einzelhandels, bis hinunter auf die Ebene der Einzelkommunen. In diesem Zusammenhang wurden unter anderem die Umsatzleistungen nach Branchen, die erzielten Verkaufsflächenproduktivitäten und die Zentralitätskennziffern berechnet.

In den folgenden Kapiteln werden wesentliche Erkenntnisse zur Einzelhandelssituation im Land Brandenburg, vor dem Hintergrund allgemeiner Entwicklungstendenzen dieser Wirtschaftsgruppe in Deutschland, vorgestellt. Der Bericht weist folgende Gliederungspunkte auf:

- Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland
- Spezielle Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung im Bundesland Brandenburg
- Projektablauf, Definitionen und Fachtermini, Methodik
- Ergebnisse der Einzelhandelserfassung und -analyse im Bundesland Brandenburg
- Auswertung der Ergebnisse nach Bundesland gesamt, Mittelbereichen und IHK Bezirken
- Fazit / gutachterliche Empfehlungen.

In einem umfangreichen statistischen Anhang sind nach dem Berichtstext alle Daten zum Einzelhandel, der Kaufkraft und der Demographie in den kreisfreien Städten und Landkreisen nach IHK Bezirken tabellarisch aufgelistet, sodass weiterführende Auswertungen möglich sind.

Die CIMA Beratung + Management GmbH dankt an dieser Stelle den Auftraggebern und Kommunen für die Unterstützung in der Bearbeitung des anspruchsvollen Projektes.

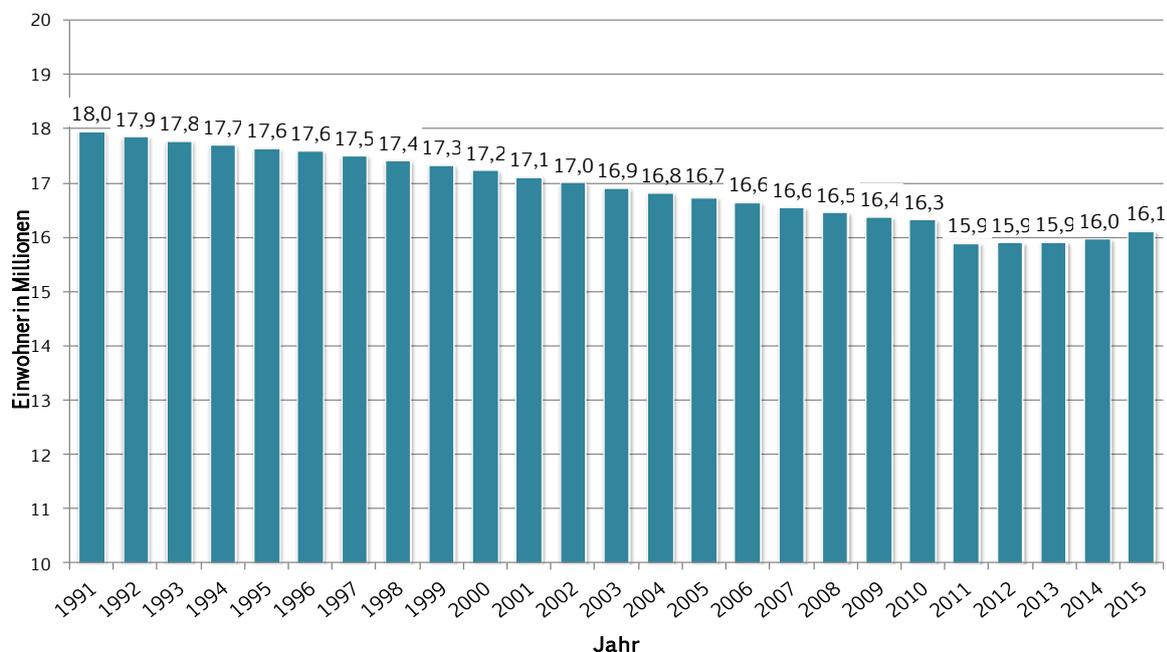
1 Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland

1.1 Demographische und konjunkturelle Rahmenbedingungen

Die Einwohnerzahl Deutschlands ist als weitgehend stabil zu bezeichnen. Seit 2011 (Zensus) ist die Bevölkerung lt. amtlicher Statistik sogar um etwa 1,8 Millionen angestiegen und liegt heute bei ca. 82,2 Millionen¹.

In der regionalen Betrachtung sind allerdings erhebliche Unterschiede festzustellen. So hat Ostdeutschland seit 1991 etwa 11 % oder ca. 1,9 Millionen seiner Einwohner verloren (vgl. Abb. 1). Bei Verwendung der aktuellen einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft entspricht dieser Bevölkerungsverlust einem Kaufkraftausfall von etwa 11 Milliarden €. In der Folge hat sich die ökonomische Tragfähigkeit der hier ansässigen Einzelhandelsgeschäfte markant verschlechtert.

Abb. 1: Bevölkerungsentwicklung in Ostdeutschland



Quelle: Statistisches Bundesamt 2016; Stand jeweils 31.12., ab 2011: Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011, CIMA Beratung + Management GmbH 2016

¹ Statistisches Bundesamt, Stand: 31.12.2015.

Nur wenige Regionen in Ostdeutschland konnten sich der demographischen Abwärtsspirale entziehen. Dazu gehörten unter anderem die verdichteten Siedlungsbereiche um die Städte Potsdam, Leipzig, Dresden oder Chemnitz. Hier ist in den vergangenen Jahren ein stabiler oder sogar leicht positiver Bevölkerungstrend zu vermelden. Die Stadt Leipzig war im vergangenen Jahr mit einem Einwohnerzugewinn von über 12.000 sogar die am stärksten wachsende deutsche Großstadt. Demgegenüber waren ländliche Regionen in hohem Maße von Abwanderungen und Prozessen der Überalterung betroffen.

Für die absehbare Zukunft gehen alle offiziellen demographischen Prognosen davon aus, dass Deutschland – und hier in besonderem Maße Ostdeutschland – nach derzeitigem Kenntnisstand Bevölkerungsverluste zu verkraften haben wird. Trifft dieses Szenario ein, würde sich die ökonomische Basis für Einzelhandelsbetriebe nochmals verkleinern. In den amtlichen Prognosen wird zudem ein sich beschleunigender „**Demographischer Wandel**“ vorhergesagt, der die neuen Bundesländer aufgrund niedriger Geburtenraten und der Emigration von Menschen im erwerbsfähigen Alter besonders betreffen würde.

Für Gesamtdeutschland wird bis zum Jahr 2025 ein Bevölkerungsanteil der über 65-jährigen von ca. 25 % prognostiziert². Dieser Wert wird in zahlreichen Regionen Ostdeutschlands bereits heute erreicht oder überschritten. Dies bedeutet auch, dass sich der Einzelhandel hier in besonderem Maße auf die speziellen Bedürfnisse einer älter werdenden Klientel einstellen muss. Als wesentliche Anforderungen der Senioren an den stationären Einzelhandel sind in diesem Zusammenhang folgende Punkte anzuführen:

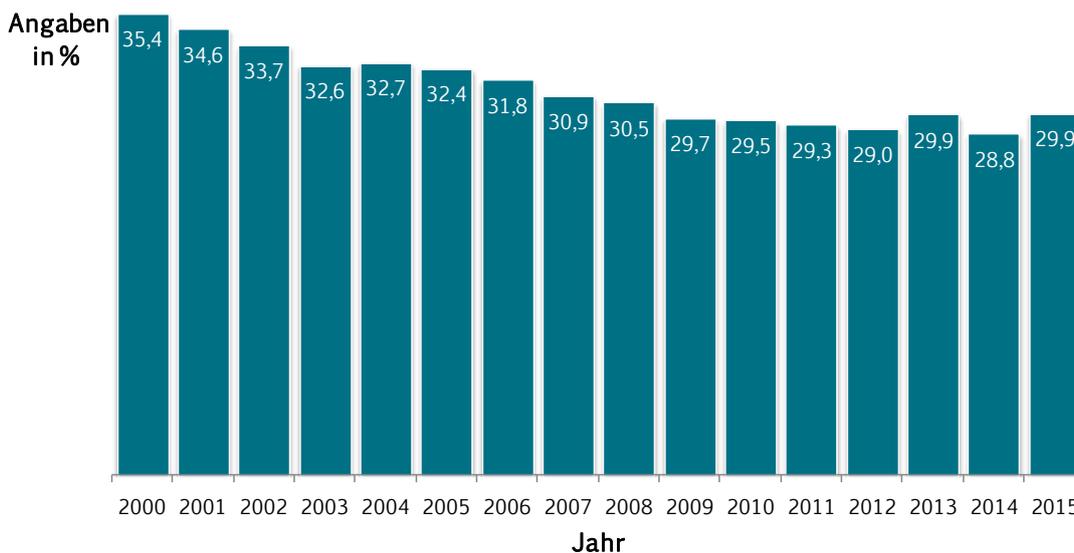
- Problemlose Erreichbarkeit der Geschäfte
- Barrierefreie Ladengestaltung / Rolltreppen / Aufzüge
- Altengerechte Warenplatzierung / übersichtliche Warenpräsentation
- Einrichtung von „Ruhezonen“ / Sitzmöglichkeiten
- Kleine Verpackungseinheiten
- Geduldige Beratung
- Altersaffine Serviceleistungen (z.B. Gepäckaufbewahrung, Wareneinstellung).

Durch den demographischen Wandel ergeben sich für den Einzelhandel also in der absehbaren Zukunft weitreichende Herausforderungen in den Segmenten Sortimentspolitik, Verkaufspersonal, Service, Ladenbau und Standortgestaltung. Entsprechende Anpassungsmaßnahmen des stationären Handels kommen jedoch auch anderen Altersgruppen der Konsumenten zugute und können zu Attraktivitätssteigerungen führen.

² 13. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung für Deutschland. Variante: Kontinuität bei schwächerer Zuwanderung. Quelle: Statistisches Bundesamt 2015.

Die allgemeine Konjunktur hat sich in Deutschland im vergangenen Jahrzehnt nachhaltig positiv entwickelt. So stiegen die privaten **Verbrauchsausgaben** nominal um etwa 22 % an. Dieser hohe Wert ist auch deshalb bemerkenswert, weil die Sparquote in der Bevölkerung gleichzeitig mit etwa 10 % auf einem – im europäischen Vergleich – ungewöhnlich hohen Niveau verharrte. Die Konsumausgaben im Einzelhandel haben jedoch mit der positiven Konjunktorentwicklung nicht Schritt halten können. Vielmehr ging der Anteil der Wirtschaftsgruppe an den privaten Verbrauchsausgaben sogar deutlich zurück. Während dem Einzelhandel im Jahr 2000 noch ca. 35 % der privaten Verbrauchsausgaben zuflossen, sank der Wert bis zum Jahr 2015 auf knapp 30 % ab (vgl. Abb. 2). Ausschlaggebend für diese aus Sicht des Handels unerfreuliche Entwicklung waren vor allem Kostenerhöhungen in anderen Lebensbereichen, wie zum Beispiel in den Sektoren Energie, Mobilität, Versicherungswesen, Mieten, Lokalabgaben oder private Altersvorsorge. Die Steigerung der Ausgaben im Einzelhandel fiel somit niedriger aus, als die Steigerung der Konsumausgaben privater Haushalte insgesamt.

Abb. 2: Anteil des Einzelhandels am privaten Verbrauch



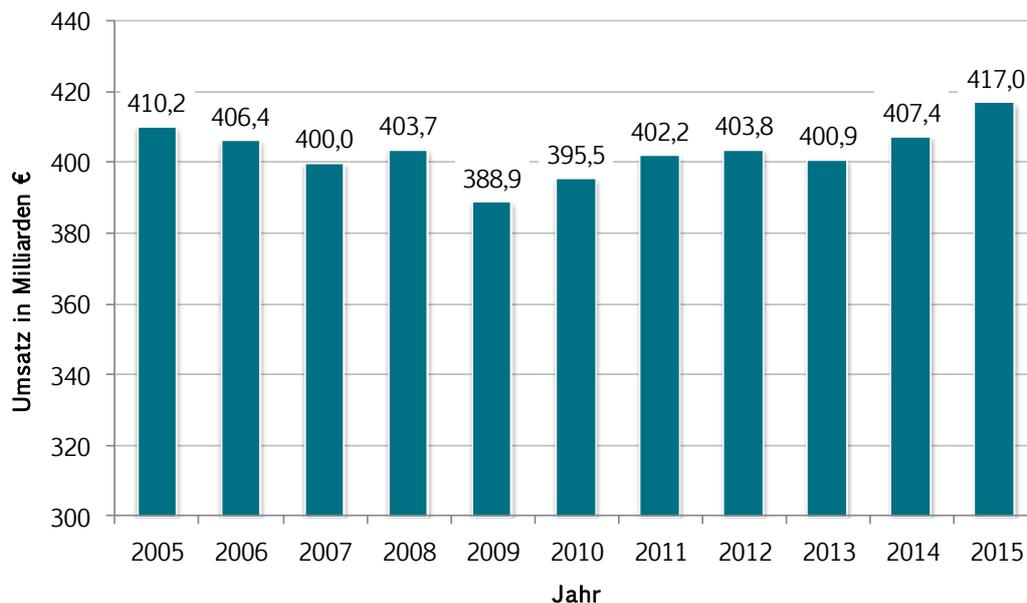
Quelle: de.statista.com 2016, Beratung + Management GmbH 2016

1.2 Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung des stationären Einzelhandels

Die **Umsatzleistungen** des stationären Einzelhandels³ in Deutschland haben sich in den vergangenen zehn Jahren nur leicht positiv entwickelt. Während es zwischen 2005 - 2009 sogar zu einem Rückgang des Umsatzes um ca. 5 % kam, stieg er bis 2015 um ca. 7 % an. Insgesamt beträgt die Erhöhung im Betrachtungszeitraum somit knapp 2 % (vgl. Abb. 3).

³ Umsatzleistung der Ladengeschäfte, ohne Versandhandel und Online-Handel.

Abb. 3: Entwicklung des stationären Einzelhandelsumsatzes in Deutschland



Quelle: Handelsverband Deutschland 2016, Statista 2016, Beratung + Management GmbH 2016

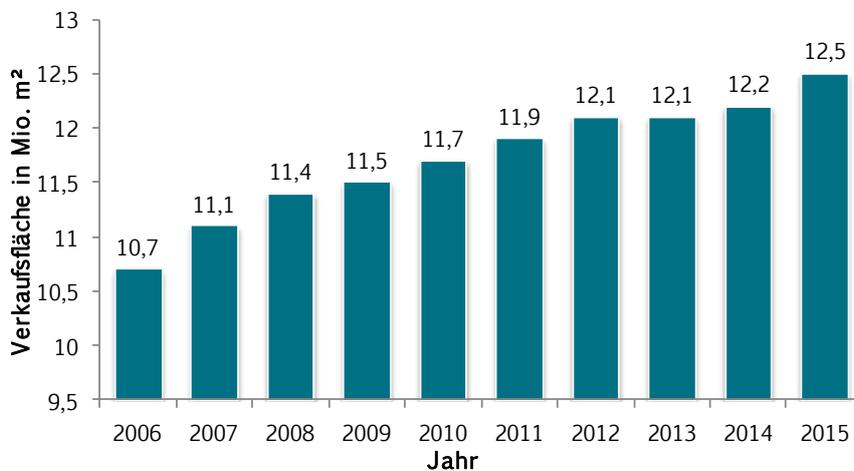
Bei der Interpretation des Umsatztrends gilt es zu beachten, dass es sich um Angaben handelt, in denen inflationäre Einflüsse nicht berücksichtigt sind. Der Geldwertverlust lag im Betrachtungszeitraum jedoch jährlich bei etwa 1,5 %. Rechnet man also die Inflation mit ein, ergibt sich für den stationären Handel in Deutschland eine negative Real-Umsatz-Entwicklung.

Ungeachtet des insgesamt unbefriedigenden Umsatztrends hat sich die **Verkaufsflächenausstattung** der Ladengeschäfte in Deutschland seit 2005 von ca. 116 Millionen m² auf ca. 123 Millionen m² erhöht. Im Ergebnis dieser disparaten Entwicklung verschlechterte sich die ökonomische Auslastung der Betriebe (= Brutto-Umsatz je m² VK/Geschäftsjahr): Die **Verkaufsflächenproduktivität** sank zwischen 2005 und 2015 von ca. 3.540 €/m² VK auf ca. 3.390 €/m² VK ab.

Für die Flächenexpansion des Einzelhandels – trotz einer insgesamt unbefriedigenden Umsatzentwicklung – gibt es zahlreiche Gründe. Zu den wichtigsten zählen die gewachsenen Ansprüche der Konsumenten an die Breite und Tiefe des Warenangebotes (Stichwort: „One-Stop-Shopping“). Sie bevorteilen großflächige Betriebe, wie z.B. Shopping-Center, Verbrauchermärkte oder Fachmärkte. Entsprechend positiv verlief die Entwicklung dieser Betriebstypen in den vergangenen Jahren.

Die geänderten Konsumpräferenzen privater Haushalte wirkten sich u.a. wachstumsfördernd auf discountorientierte Betriebe aus. Als Beleg für diesen Trend kann exemplarisch die dynamische Entwicklung der Lebensmitteldiscounter angeführt werden: Ihre Verkaufsfläche stieg zwischen 2006 und 2015 um etwa 17 % an (vgl. Abb. 4).

Abb. 4: Verkaufsflächenentwicklung der Lebensmitteldiscounter in Deutschland

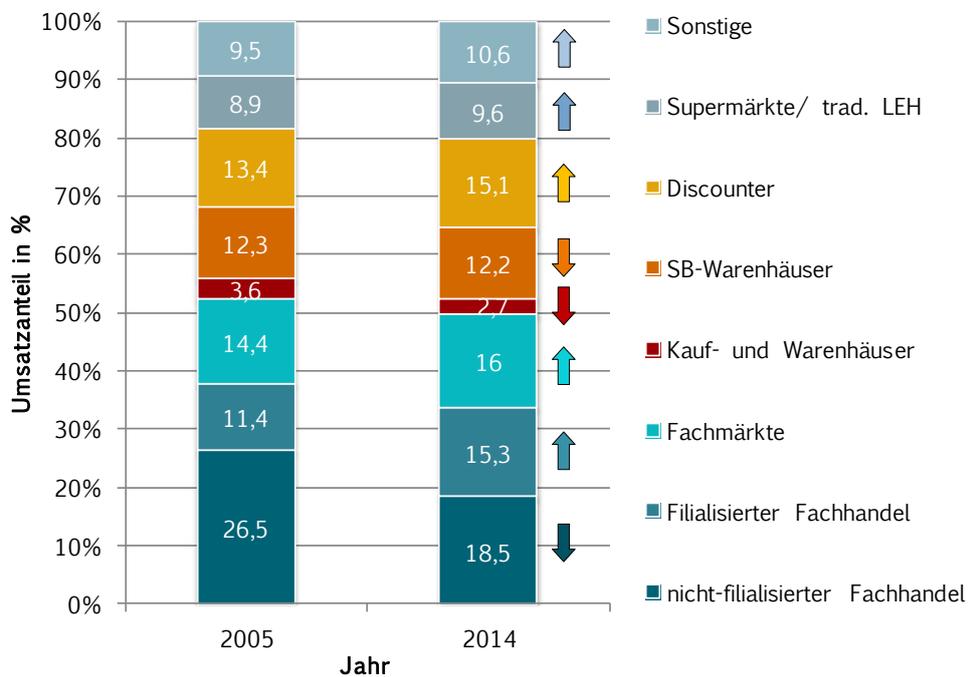


Quelle: EHI Retail Institute 2016, CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Die an dieser Stelle nur verkürzt wiedergegebenen Trends im deutschen Einzelhandel haben sich ganz generell auf die **Betriebstypenentwicklung** ausgewirkt. Es kristallisierten sich **Gewinner und Verlierer** heraus. Zu den Profiteuren gehörten vor allem Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Fachhandel. An Bedeutung eingebüßt haben hingegen Kauf- und Warenhäuser und der klassische inhabergeführte Fachhandel. Ihre Kundenakzeptanz und Umsatzbedeutung haben sich in den vergangenen Jahren deutlich verringert (vgl. Abb. 5).

Es ist im geschilderten Zusammenhang ganz offensichtlich, dass die erläuterten Mechanismen auch Effekte auf die unterschiedlichen Standortkategorien des Einzelhandels hatten. Die abnehmende Bedeutung von Kauf- und Warenhäusern sowie des unternehmergeführten Fachhandels wirkte sich hierbei negativ auf den Einzelhandelsbesatz innerstädtischer Einkaufslagen aus. Andererseits stärkte die dynamische Entwicklung der Discounter und Fachmärkte vor allem Standortagglomerationen in den Außenbereichen der Städte.

Abb. 5: Gewinner und Verlierer im deutschen Einzelhandel



Quelle: HDE Zahlenspiegel 2014, CIMA Beratung + Management GmbH 2016

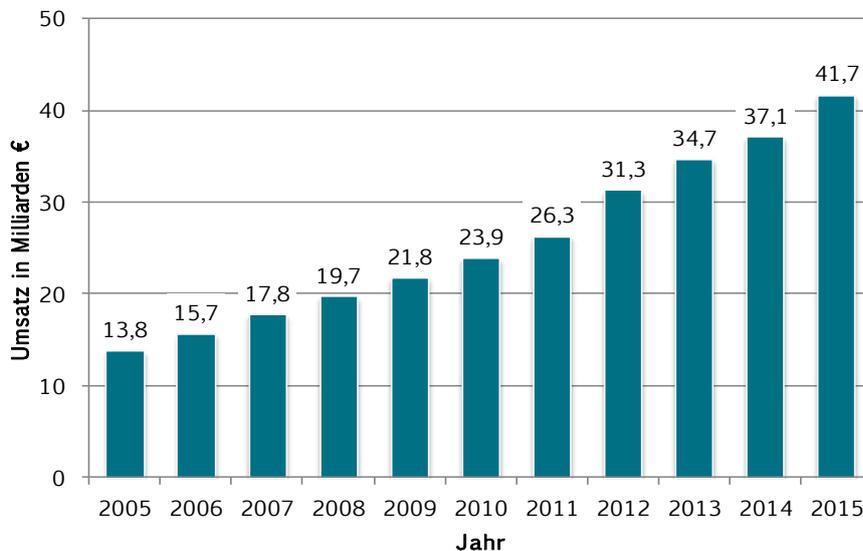
Aktuell sind im deutschen Durchschnitt bereits etwa 60 - 70 % aller Verkaufsflächen außerhalb der Innenstädte etabliert. In der Folge ist es im Zuge von Umsatzumlenkungsprozessen in vielen zentralen Geschäftslagen zu **Leerstandsbildungen** gekommen. So stehen in Ostdeutschland nach Berechnungen der CIMA aktuell fast 20 % aller Ladenlokale leer. Überdurchschnittlich betroffen sind Klein- und Mittelstädte, und hier insbesondere Geschäftsflächen in 1b-, 1c- und Streulagen, mit ungünstiger verkehrlicher Anbindung, ungeeignetem Zuschnitt oder unzeitgemäßer Flächenausstattung.

1.3 Effekte des Online-Handels

Kaum ein Thema wird in aktuellen Diskussionen der Einzelhändler und Stadtforscher häufiger und kontroverser angesprochen, als die möglichen Auswirkungen von E-Commerce auf den stationären Einzelhandel. Dies hängt vor allem mit der rasanten Umsatzentwicklung des **Online-Handels** zusammen. Aktuell generiert dieser Wirtschaftszweig ca. 41,7 Mrd. € Umsatz, was in etwa einem Anteil von 9 % am Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels⁴ entspricht.

⁴ Der Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels lag im Jahr 2015 bei ca. 472,4 Milliarden € (Quelle: Handelsverband Deutschland).

Abb. 6: Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland

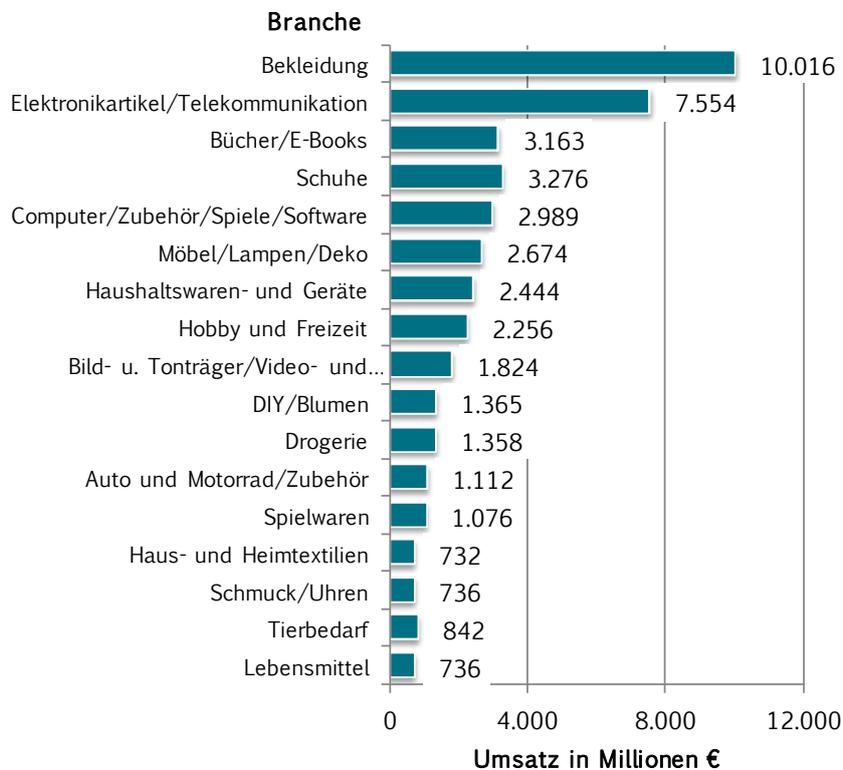


Quelle: EHI handelsdaten.de 2016, CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Die Marktbedeutung des Online-Handels stellt sich in einer branchenbezogenen Betrachtung allerdings sehr unterschiedlich dar. Wichtigste Umsatzträger sind die Sortimentsbereiche „Bekleidung“, „Elektronikartikel/Telekommunikation“, „Bücher/E-Books“, „Schuhe“, sowie „Computer/Zubehör/Spiele/Software“. Alle anderen Branchen spielen hingegen eine nachgeordnete Rolle (vgl. Abb. 7).

Aus städtebaulicher Sicht bedenklich ist die Tatsache, dass die fünf umsatzstärksten Sortimentsgruppen des Online-Handels allesamt als „zentrenrelevant“ zu klassifizieren sind, d.h. es handelt sich um attraktivitätsbestimmende Sortimente unserer Einkaufsinnenstädte. Ein weiteres Anwachsen der Umsatzleistungen in diesen Branchen ginge somit unmittelbar zu Lasten des Innenstadthandels und könnte in dessen sensiblen Standortbereichen zu einer weiteren Beschleunigung der Leerstandsentwicklung oder zumindest zu unerwünschten trading-down-Prozessen führen.

Abb. 7: Umsatz des Online-Handels in Deutschland nach Branchen 2015 (Auswahl)



Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel e.V. 2016, CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Ob E-Commerce auch in der absehbaren Zukunft seine Entwicklung in diesem hohen Tempo fortsetzen kann, ist nach Einschätzung der CIMA jedoch fraglich, auch weil das Wachstum des Online-Handels im wesentlichen fremdfinanziert ist und die Branche in den vergangenen Jahren Renditeprobleme hatte. Selbst Firmen wie Amazon oder Zalando wiesen in der Vergangenheit trotz Milliarden-Umsätzen regelmäßig Verluste im dreistelligen Millionenbereich aus.

Die bislang eher unbefriedigenden Geschäftsergebnisse sind vor allem auf die hohen **Personal-, Logistik- und Distributionskosten des Online-Handels** zurückzuführen. Eine Sonderproblematik sind dabei die „Retouren“. So werden beispielsweise im Textilbereich mehr als 60 % aller Waren von den potentiellen Kunden wieder zurückgesandt. Sie müssen dann mit hohem personellen Aufwand ausgepackt, gewaschen/gebügelt und erneut versandfertig gemacht werden. Auch der logistische Aufwand des Internet-Handels ist enorm. So offeriert z.B. Amazon in Deutschland etwa 150 Millionen Produkte. Selbst unter Berücksichtigung der dezentralisierten Unternehmensstrukturen sind dadurch die Kosten für Beschaffung und Distribution entsprechend hoch.

Der kurze Exkurs über aktuelle Probleme des Online-Handels sollte jedoch nicht den Eindruck erwecken, dass diese Wirtschaftsform keine Zukunft hat. Vielmehr ist auch nach Einschätzung der CIMA davon auszugehen, dass die besonders internetaffinen Branchen weiterhin überdurchschnittlich wachsen. Dies würde voraussichtlich negative Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel in unseren Städten haben. Sie können modellhaft und spekulativ für den Zielhorizont 2025 folgendermaßen beschrieben werden:

- Modellannahme: Der Umsatz des stationären Einzelhandels steigt zwischen 2015 und 2025 um nominal ca. 1 % p.a. und beträgt dann ca. 459 Milliarden €.
- Modellannahme: Der Umsatz des Online-Handels steigt zwischen 2015 und 2025 um ca. 5 % p.a. und beträgt dann ca. 63 Milliarden €.
- Modellannahme: Die Verkaufsflächenproduktivität des stationären Handels sinkt zwischen 2015 und 2025 um ca. 2 % p.a. und beträgt dann ca. 2.700 €/m² VK.
- Modellannahme: Die Steigerung des Online-Umsatzes um ca. 21,3 Milliarden € bis zum Jahr 2025 geht voll zulasten des stationären Handels. Bei Ansetzung der prognostizierten Verkaufsflächenproduktivität von ca. 2.700 €/m² VK entspräche der Wert einem maximalen Verkaufsflächenverlust von ca. 7,9 Millionen m² oder ca. 6 % des heutigen Verkaufsflächenbestandes⁵.

1.4 Ausblick

Auf Basis und unter Berücksichtigung aller Trends der vergangenen Jahre geht die CIMA bis 2025 von folgenden Entwicklungen im deutschen Einzelhandel aus:

- Die Verkaufsflächen entwickeln sich stagnativ bis rezessiv. Allerdings treten große Disparitäten zwischen größeren und kleineren Städten sowie ländlichen und verdichteten Räumen auf. Städte unter 10.000 Einwohner werden im Einzelhandel oft nur noch eine Grundversorgung anbieten können.
- Wachstumsmöglichkeiten ergeben sich speziell für Shopping-Center, Fachmärkte, Biomärkte, den vertikal integrierten Einzelhandel⁶ und Spezialanbieter. Auch die Verkaufsflächen der Betriebsformen Lebensmitteldiscounter und Verbrauchermarkt werden im Zuge der Einführung moderner Vertriebskonzepte weiter expandieren.

⁵ Ca.-Werte gerundet. Der reale Verkaufsflächenverlust im stationären Einzelhandel dürfte nach Einschätzung der CIMA allerdings deutlich geringer ausfallen, weil Umsatzeinbußen sicher nicht in allen Betrieben sofort zu Geschäftsaufgaben führen.

⁶ Beim vertikal integrierten Einzelhandel sind alle vor- oder nachgelagerten Fertigungsstufen in einem Produktionsprozess internalisiert. Bekannte Beispiele für solche Unternehmen sind H&M oder Zara.

- Der Umsatzanteil unternehmergeführter Fachgeschäfte wird auf etwa 15 % fallen. In Klein- und Mittelstädten wird es dadurch immer schwieriger, brachgefallene Ladeneinheiten zu revitalisieren, zumal hier viele Geschäftsflächen für die Ansiedlung filialisierter Betriebe zu klein sind. Im Gefolge des Wegfalls unternehmergeführter Fachgeschäfte werden Einkaufslagen zunehmend homogener bzw. „austauschbarer“.
- Der Internethandel wächst weiter. In verschiedenen Branchen werden die Marktanteile 2025 mehr als 20 % betragen⁷. Der stationäre Handel versucht allerdings ebenfalls, am profitablen Online-Geschäft zu partizipieren.

⁷ Bereits heute geben einige Marktforschungsunternehmen und Verbände die Marktanteile in einzelnen Sortimentsbereichen mit > 20 % an, so zum Beispiel der HDE oder die GfK.

2 Spezielle Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung im Bundesland Brandenburg

Der Einzelhandel findet im Bundesland Brandenburg sehr unterschiedliche Rahmenbedingungen vor. In den Städten und Gemeinden des unmittelbaren Umlandes von Berlin ist die Anziehungskraft großer Einkaufszentren und Einkaufslagen der Bundeshauptstadt spürbar. Es kommt z.T. zu starken Kaufkraftabflüssen, die sich auf die wirtschaftliche Tragfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben auswirken bzw. den qualifizierten Aufbau lokaler Versorgungsstrukturen hemmen können⁸. Andererseits profitieren die im Berliner Umland gelegenen Städte und Gemeinden u.a. in demographischer Hinsicht von Overspill-Effekten der Bundeshauptstadt, aber auch von auswärtigen Zuwanderungen. Beispielhaft für diese Migrationsprozesse stehen Städte wie Potsdam, Teltow oder Falkensee. In solchen Orten kommt es in besonderer Weise darauf an, das aus der Einwohnerdynamik erwachsende Ansiedlungsinteresse des Einzelhandels stadtentwicklungspolitisch so zu steuern, dass eine möglichst ausgewogene und wohnortnahe Verteilung der Versorgungslagen erreicht wird.

In den ländlichen Regionen von Brandenburg sind andererseits seit Jahren beachtliche Einwohnerverluste zu verzeichnen. Diese Prozesse erodieren zunehmend die regionale Kaufkraftbasis, sodass sich die ökonomischen Ausgangsbedingungen für den Einzelhandel verschlechtern. Von diesen Trends kann ggf. auch die städtebauliche Qualität der Städte und Gemeinden negativ beeinflusst werden, weil die beschriebenen Entwicklungen vor allem in Klein- und Mittelstädten zu einem Zentralitätsverlust führen.

Nicht zuletzt aufgrund der kontrastiven Rahmenbedingungen des Einzelhandels im Land Brandenburg wurde die CIMA beauftragt, die Einzelhandelsausstattung im Bundesland flächendeckend und vollständig zu erfassen und auf Basis dieser Grundlagendaten eine sachlich differenzierte und teilräumliche Analyse der Versorgungssituation vorzunehmen. Die Erfassung der Einzelhandelsbestandsdaten erfolgte sukzessive zwischen Dezember 2015 und Juni 2016 im gesamten Land Brandenburg bzw. chronologisch in den drei IHK Bezirken Potsdam, Ostbrandenburg und Cottbus (vgl. Abb. 8 und Abb. 9).

⁸ In einigen Kommunen des Berliner Umlandes treten andererseits mit großer Wahrscheinlichkeit auch Kaufkraftzuflüsse aus Berlin auf (z.B. in Ahrensfelde, Wildau, Schönefeld).

Abb. 8: Kreisfreie Städte und Landkreise im Land Brandenburg

IHK-Bezirk Potsdam	IHK Bezirk Ostbrandenburg	IHK Bezirk Cottbus
Stadt Potsdam	Stadt Frankfurt (Oder)	Stadt Cottbus
Stadt Brandenburg an der Havel	LK Märkisch-Oderland	LK Dahme-Spreewald
LK Potsdam-Mittelmark	LK Oder-Spree	LK Spree-Neiße
LK Oberhavel	LK Barnim	LK Oberspreewald-Lausitz
LK Teltow-Fläming	LK Uckermark	LK Elbe-Elster
LK Havelland		
LK Ostprignitz-Ruppin		
LK Prignitz		

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 9: Gliederung des Bundeslandes Brandenburg in IHK Bezirke sowie kreisfreie Städte und Landkreise



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE / BKG 2013, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Das Bundesland Brandenburg weist insgesamt eine Fläche von ca. 29.654 km² auf. Am 31.12.2015 lebten hier insgesamt ca. 2,48 Mio. Menschen. Aus dem Verhältnis zwischen Fläche und Einwohnern resultiert eine geringe Bevölkerungsdichte von 84 Personen je km² (Vergleichswert Deutschland: 230 Personen je km²).

Als Großstädte existieren im Land Brandenburg lediglich Potsdam und Cottbus. Einwohnerzahlen von 58.000 bzw. 72.000 erreichen die Städte Frankfurt (Oder) und Brandenburg an der Havel. In der Gesamtbetrachtung ist das Land Brandenburg somit im weiteren Metropolraum als ein überwiegend von Klein- und Mittelstädten geprägter, mehrheitlich ländlicher Siedlungsraum einzustufen. Dessen ungeachtet sind die etwa 50 Städte und Gemeinden im Berliner Umland vorwiegend durch suburbane Siedlungsstrukturen geprägt. Diese Ausgangssituation beeinflusst hier auch die Einzelhandelsausstattung, etwa im Hinblick auf die Angebotsstruktur (z.B. Agglomerationen, Betriebstypenspektrum) oder das Standortwahlverhalten.

3 Projektablauf, Definitionen und Fachtermini, Methodik

3.1 Projektablauf

Für die Durchführung der Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg wurde bereits im Ausschreibungstext des Projektes von den Auftraggebern ein differenziertes Bearbeitungsschema vorgegeben (vgl. Abb. 10).

Abb. 10: Prozessuales Modell der Einzelhandelserfassung



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Das Projekt bestand demnach im Wesentlichen aus folgenden Arbeits- und Leistungsmodulen:

- Projektorganisation und -management durch die IHK Cottbus auf Seiten des Auftraggebers, und durch die CIMA-Büros Leipzig und Lübeck auf Seiten des Auftragnehmers
- Einzelhandelserfassung durch geschulte Erheber im gesamten Untersuchungsgebiet
- Verifizierung und Plausibilisierung der ermittelten Einzelhandelsbestandsdaten und Leistungskennziffern in Form von Nachrecherchen, Nacherhebungen und Vergleichen mit aussagefähigen sekundärstatistischen Materialien
- Versendung der lokalen Erhebungsdaten an alle Kommunen des Untersuchungsraumes / Überprüfung des Datensatzes durch die Verwaltungen im August und September 2016 / Rückmeldungen der Kommunen an die CIMA

- Auswertung und statistische Aufbereitung der Einzelhandelsbestandsdaten und der daraus abgeleiteten Kennziffern in Karten, Abbildungen und Tabellen, in möglichst anschaulicher Form
- Hochrechnung der Umsatzeleistungen des Einzelhandels nach Branchen sowie der branchenbezogenen und teilräumlichen Zentralitäten
- Präsentation und Erörterung von Zwischenergebnissen der Einzelhandelserfassung und -analyse in projektbegleitenden Arbeitskreisen mit den Auftraggebern / Fertigung eines Berichtsentwurfes / Prüfung durch die Auftraggeber / Freigabe des Berichtes
- Vorstellung und Diskussion der Projektergebnisse in mehreren Öffentlichkeitsveranstaltungen.

3.2 Definitionen und Fachtermini

3.2.1 Einzelhandel

Der Einzelhandel ist eine heterogene Wirtschaftsform. In gängigen Fachpublikationen wird u.a. zwischen dem „institutionellen“ und „funktionellen“ Einzelhandel, aber auch dem Einzelhandel im „engeren“ und „erweiterten“ Sinne unterschieden. **Für die Erfassung des Einzelhandels in Brandenburg wurde aufgrund dieser Ausgangslage auf die einheitliche und eindeutige Definition aus dem „Handbuch zur Einzelhandelserhebung im Land Brandenburg“⁹ zurückgegriffen.**

In die Erhebungen wurden auch **Leerstände und im Bau oder Umbau befindliche Immobilien** einbezogen, für die mit hinreichender Sicherheit von einer geplanten Einzelhandelsnutzung auszugehen war und/oder deren einzelhandelsbezogene Revitalisierung realistisch erschien.

3.2.2 Verkaufsfläche

Ein wesentliches Merkmal von Einzelhandelsbetrieben ist ihre Verkaufsfläche. Sie ermöglicht es „kleinflächige“ und „großflächige“ Geschäfte¹⁰ sowie verschiedene Betriebstypen zu unterscheiden. **Zur Verkaufsfläche zählen alle Bereiche eines Einzelhandelsgeschäftes, welche für Kunden begehbar sind bzw. in einem unmittelbaren Zusammenhang mit dem Verkaufsvorgang stehen.** Dazu gehören der Verkaufsraum (inkl. Kassenzone / Vorkassenzone / Pfandraum), die Gänge und Laufflächen innerhalb des Verkaufsraumes, der Windfang bzw. Eingangsbereich, die Standflächen für Regale und Warenträger sowie die begehbaren Ausstellungsflächen.

⁹ Zum „Einzelhandel im engeren Sinne“ gehören lt. dem Handbuch alle stationären Einzelhandelsbetriebe, die Produkte überwiegend an Endverbraucher verkaufen. Die Betriebe müssen den Kunden zugänglich und die Waren müssen deutlich ausgepreist sein.

¹⁰ Als „großflächig“ gelten in der Rechtspraxis Betriebe mit einer BGF von mehr als 1.200 m² oder einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m².

Die im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung im Bundesland Brandenburg zugrunde gelegte Verkaufsflächendefinition entspricht der aktuellen Rechtsauffassung und ist kompatibel mit den Vorgaben des „Handbuchs zur Einzelhandelserhebung im Land Brandenburg“.

3.3 Methodik der Einzelhandelserfassung und -analyse

Hauptaufgabe der Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg war die lückenlose Vor-Ort-Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe. Jeweils vier CIMA-Teams waren dazu zwischen Dezember 2015 und Juni 2016 permanent im Einsatz. Sie verfügten über Tablets mit einer ArcGIS-App, sodass die Daten unmittelbar am Erhebungsort eingegeben und im Anschluss ohne größeren Übertragungsaufwand in ein ArcGIS-Desktop-System überführt werden konnten.

Die Erhebungen und die statistische Aufbereitung der Daten beinhalteten im Einzelnen folgende Arbeitsschritte:

- Erfassung der Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks in allen Kommunen
- Erfassung des Hauptsortimentes in allen Einzelhandelsbetrieben unter 300 m² Verkaufsfläche
- Erfassung der Hauptsortimente und Randsortimente in allen Einzelhandelsbetrieben mit mehr als 300 m² Verkaufsfläche
- Zuordnung der erfassten Einzelhandelsbetriebe zu Betriebstypen
- Zuweisung der Betriebe zu Stadt- und Ortsteilen bzw. zu Innenstädten und Ortskernen, Nahversorgungsbereichen, integrierten und nicht-integrierten Lagen / zusätzliche Erfassung von Lagedetails: z.B. Einkaufszentrum, Factory Outlet Center, Fachmarktagglomeration
- Ermittlung der Geokoordinaten für alle Betriebsadressen
- Hochrechnung der branchenbezogenen Umsatzleistung des Einzelhandels in den Raumeinheiten „Land Brandenburg“, „IHK Bezirke“, „Mittelbereiche“, „kreisfreie Städte“, „Landkreise“, „Städte, Ämter und amtsfreie Gemeinden“
- Kalkulation der örtlichen Kaufkraftpotenziale nach Branchen, auf Grundlage aktueller Einwohnerdaten und empirisch ermittelter Pro-Kopf-Ausgabensätze, sowie unter Berücksichtigung lokaler und regionaler Kaufkraftkennziffern
- Ableitung lokaler Zentralitätskennziffern: Gegenüberstellung von Einzelhandelsumsätzen und örtlichem Kaufkraftvolumen nach der Formel „Umsatz x 100 : Kaufkraft in der Standortgemeinde“.

Die Methodik der Einzelhandelserhebung im Land Brandenburg folgte im geschilderten Zusammenhang stringent den Vorgaben des „Erhebungsbogens im Handbuch (Anlage A)“ und der dort ebenfalls dargelegten „Waren- und Sortimentsliste (Anlage B)“. Demnach war die Erfassung des Einzelhandelsbestandes – in Abhängigkeit von der Betriebsgrößenklasse – mit folgendem Differenzierungsgrad durchzuführen:

- Vor-Ort-Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe unter 100 m² Verkaufsfläche, Georeferenzierung, Hauptsortiment, Standortangabe, Betriebstyp und Lagetyp
- Vor-Ort-Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe zwischen 100 m² und 300 m² Verkaufsfläche, Georeferenzierung, Hauptsortiment, Standortangabe, Betriebstyp und Lagetyp
- Vor-Ort-Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe über 300 m² Verkaufsfläche, Georeferenzierung, Verkaufsfläche differenziert nach Sortimenten gemäß Waren- und Sortimentsliste des Handbuchs (Anlage B), Standortangaben, Betriebstyp und Lagetyp.

3.3.1 Sortimentsgliederung

In den Bestandserhebungen wurden die in Abb. 11 aufgelisteten 34 Sortimente erfasst. Darüber hinaus wurden Leerstände aufgenommen, wenn diese sich in einem Zustand präsentierten, der eine erneute Einzelhandelsnutzung grundsätzlich möglich erscheinen ließ.

Abb. 11: Sortimentzuordnung der Betriebe im Rahmen der Einzelhandelserfassung

Nr.	Sortimente
1	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren
2	Drogeriewaren, Kosmetik/ Parfümerie (inkl. Wasch-/ Putz-/ Reinigungsmittel)
3	Freiverkäufliche pharmazeutische Artikel (Apotheke)
4	Medizinische und orthopädische Geräte (einschl. Hörgeräte)
5	Bücher, Zeitungen/ Zeitschriften
6	Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf
7	Zoo-/ Heimtierbedarf (inkl. Heimtiere)
8	Blumen/ Topfpflanzen/ Blumentöpfe (indoor)
9	Bekleidung (inkl. Bekleidungszubehör, Wäsche und Kürschnerwaren, z.B. Pelze)
10	Schuhe/ Lederwaren (inkl. Taschen, Koffer, Lederetuis etc.)
11	Haushaltswaren, Glas/ Porzellan/ Keramik (GPK)
12	Spielwaren (inkl. Modellbau)
13	Musikinstrumente/ Musikalien
14	Fahrräder und Zubehör
15	Sport- und Campingartikel (ohne Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote)
16	Bettwaren (Matratzen, Bettdecken, Kissen etc.)
17	Haus-/ Bett- /Tischwäsche, Kurzwaren, Stoffe, Gardinen, Sicht- und Sonnenschutz
18	Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (inkl. Kinderwagen)
19	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen
20	Leuchten
21	Elektrische Haushalts-Kleingeräte
22	Elektrische Haushalts-Großgeräte
23	Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger (CDs, DVDs etc.)
24	Telekommunikationsendgeräte, PC und Zubehör, Software
25	Augenoptik (Brillen, Sehhilfen, Kontaktlinsen etc.)
26	Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptik)
27	Uhren/ Edelmetallwaren/ Schmuck
28	Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräte
29	Gartenbedarf (Pflanzen, Saatgut, Blumenerde, Gartenartikel, Grillgeräte, Düngemittel etc.)
30	Baumarktsortiment i.e.S. (z.B. Werkzeuge, Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Installationsbedarf, Elektro, Heizung, Sanitär, Holz, Bauelemente)
31	Möbel (inkl. Küchen, Büro- und Gartenmöbel)
32	Teppiche (Läufer etc., nicht Teppichböden)
33	Sport- und Freizeitboote (ohne Motorboote und -yachten)
34	Auto-/ Motorradzubehör
35	Leerstand

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Die 34 Sortimente wurden in der Analysephase aus Gründen der Übersichtlichkeit auf 17 Warengruppen reduziert (vgl. Abb. 12). Sie wurden zudem den Kategorien „nahversorgungsrelevante Sortimente“, „zentrenrelevante Sortimente“ und „nicht zentrenrelevante Sortimente“ zugeordnet.

Abb. 12: Zusammenfassung der Sortimentsgruppen im Rahmen der Ergebnisanalyse

Warengruppen
Nahrungs- und Genussmittel
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt
Bekleidung
Schuhe, Lederwaren
Uhren, Schmuck
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände
Spielwaren, Musikinstrumente
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik
Foto, Optik
Blumen, Topfpflanzen
Zoo- und Heimtierbedarf
zentrenrelevante Sortimente insgesamt
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt
SUMME

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

3.3.2 Betriebstypenklassen

Im Rahmen der Vor-Ort-Erhebungen des Einzelhandelsbestandes in Brandenburg wurden die in Abb. 13 exemplarisch erläuterten Betriebstypen unterschieden.

Abb. 13: Unterscheidung von Betriebstypen im Rahmen der Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg

Betriebstyp	Beschreibung	Beispielfoto
Lebensmittel-discounter	Betriebsgrößen zwischen 500 qm und 1.400 qm Verkaufsfläche, mit spezialisiertem Sortiment und relativ geringer Artikelzahl, weitgehend ohne Bedienung	
Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels	Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser	
Lebensmittelhandwerk	Handwerksbetrieb (meist unter 100 m ² VK), der seine eigenständig hergestellten Lebensmittelprodukte im Direktvertrieb absetzt	
Waren- / Kaufhaus	Beispiele für Warenhäuser sind Karstadt oder Galeria Kaufhof. Zu Kaufhäusern zählen im Textilbereich z.B. H&M, C&A oder Peek & Cloppenburg	

Betriebstyp	Beschreibung	Beispielfoto
Fachmarkt	<p>Großflächiger Betrieb mit breitem und tiefem Sortimentsangebot in unterschiedlichen Warenbereichen. Überwiegend Selbstbedienung und Vorauswahl</p>	
Facheinzelhandel	<p>Unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, meist tiefes bzw. spezialisiertes Sortiment. Z.B. Bekleidungsfachgeschäfte, Boutiquen, Schmuckfachgeschäfte, Blumenfachgeschäfte, Apotheken, Optiker, Hörgeräteakustiker</p>	
Tankstellenshop/ Kiosk/ Landhandel	<p>Tankstellenshop: An eine Tankstelle angegliederter Shop, überwiegend mit Nahrungs- und Genussmitteln, Reisebedarf.</p> <p>Kiosk: Spezialgeschäft für Tabakwaren, Zeitungen, Zeitschriften sowie ausschnittsweise Nahrungs- und Genussmitteln.</p> <p>Landhandel: Direktverkauf von landwirtschaftlichen Erzeugnissen Gütern, z.B. in Hofläden</p>	
Sonstiger Einzelhandelsbetrieb	<p>Einzelhandelsbetriebe, die keinem anderen Betriebstyp eindeutig zugeordnet werden konnten</p>	

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

3.3.3 Standortkategorien / Lagedetails

Jedem in Brandenburg erfassten Einzelhandelsbetrieb wurde eine Standort-/Lagekategorie zugewiesen. Entsprechende betriebsbezogene Angaben enthielten den Namen der Stadt oder Gemeinde, die genaue Adresse (Straße/Hausnummer) und eine Zuordnung zu Zentralen Versorgungsbereichen (Innenstädte bzw. Ortszentren, Nebenzentren, Nahversorgungsbereiche). Zusätzlich wurden alle Einzelhandelsbetriebe auch noch bezüglich ihres städtebaulichen Integrationsgrades klassifiziert (vgl. Abb. 14).

Abb. 14: Unterscheidung von Standortkategorien im Rahmen der Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg

Lage	Beschreibung	Beispielfoto
Stadt- bzw. Ortszentrum	Innenstadt / Stadtzentrum, Zentrum des Kernortes (Sitz der Gemeinde bzw. Amtsverwaltung) in Großgemeinden und Ämtern	
Nebenzentrum	Stadtteilzentrum, Ortsteilzentrum in Großgemeinden, Gemeindezentrum in sonstigen Gemeinden (außer Hauptort)	
Nahversorgungsbereich	Bereiche mit einem Lebensmittelmarkt und ergänzenden klein- bis großflächigen Betrieben der Grundversorgung	

Lage	Beschreibung	Beispielfoto
städtebaulich integrierte Lage	Einzelhandelsbetriebe, deren Umgebung durch Wohnbereiche / -quartiere geprägt ist	
städtebaulich nicht integrierte Lage	Einzelhandelsbetriebe, deren Umgebung nicht durch Wohnbereiche / -quartiere geprägt ist. In der Regel Industrie- oder Gewerbegebietslagen im Außenbereich	

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Wurden innerhalb eines Standortbereiches mehrere Betriebe ermittelt, die in einem klaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang standen, wurden sie jeweils mit einer einheitlichen Lagebezeichnung versehen.

Im Zuge einer weitergehenden Spezifizierung der Lagezuordnung wurden auch verschiedene Agglomerationsformen des Einzelhandels erfasst. Sie werden in Abb. 15 exemplarisch erläutert.

Abb. 15: Ergänzende Standortkategorien der Einzelhandelsbetriebe

Lagedetail	Beschreibung	Beispielfoto
Einkaufszentrum	Einkaufszentren sind einheitlich geplante Einzelhandelsagglomerationen, ausgestattet mit einer Mall	

Lagedetail	Beschreibung	Beispielfoto
Factory Outlet Center	<p>Factory Outlet Center stellen eine Sonderform des Einkaufszentrums dar. Die Besonderheit dieser meist einheitlich geplanten Einzelhandelsagglomerationen besteht im Hersteller-Direktverkauf</p>	
Fachmarkt-/ Verbrauchermarkt- agglomeration	<p>Fachmarkttagglomerationen bestehen mindestens aus zwei Fachmärkten. Eine Verbrauchermarkttagglomeration liegt vor, wenn mindestens ein Verbrauchermarkt / SB-Warenhaus und ergänzende Fachmärkte an einem Standort etabliert sind. Die Betriebe müssen in einem engen funktional-räumlichen Zusammenhang stehen</p>	
Einzelhandel in Funktionsmischung	<p>Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe, die mit anderen Geschäften und Dienstleistern eine räumliche bzw. funktionale Einheit bilden. Solche Lagen finden sich häufig in Stadt-, Stadtteil- oder Ortszentren</p>	
Einzellage	<p>Einzelhandelsbetriebe, in deren unmittelbarem Umfeld keine weiteren Geschäfte oder Dienstleistungseinrichtungen vorhanden sind</p>	

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

3.3.4 Kaufkraft

Das lokale Kaufkraftpotenzial wird vor allem durch folgende Faktoren beeinflusst:

- Einwohnerzahl
- durchschnittlicher Pro-Kopf-Ausgabensatz
- örtliches Kaufkraftniveau.

Eine exakte Kalkulation der Einzelhandelskaufkraft ist methodisch aufwändig. Nur wenige Unternehmen in Deutschland sind in der Lage, solche Berechnungen durchzuführen. Die CIMA unterhält in diesem Zusammenhang eine eigenständige Abteilung, die sich fortwährend und ausschließlich mit der Ermittlung von Pro-Kopf-Kaufkraftwerten beschäftigt und unter anderem die Umsatz- und Einkommenssteuerstatistik, aber auch Grundlagendaten der Handels- und Absatzwirtschaft auswertet. Zur Einschätzung regionaler und lokaler Niveauunterschiede der einzelhandelsbezogenen Kaufkraft arbeitet die CIMA darüber hinaus mit Spezialisten der Firma MB Research aus Nürnberg zusammen.

Im Ergebnis liegen der CIMA aktuelle Kaufkraftdaten für alle Hauptwarengruppen vor. Demnach ist in den „nahversorgungsrelevanten Sortimenten“, „zentrenrelevanten Sortimenten“ und „nicht-zentrenrelevanten Sortimenten“ gemäß Handbuch zur Einzelhandelserhebung im Land Brandenburg aktuell von folgenden Pro-Kopf-Ausgabenbeträgen auszugehen:

- Nahversorgungsrelevante Sortimente 3.308 €
- Zentrenrelevante Sortimente 1.749 €
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente 771 €.

Detaillierte Angaben zur Kaufkraft in allen Kommunen finden sich im Anhang des Untersuchungsberichtes.

3.3.5 Einzelhandelsumsatz

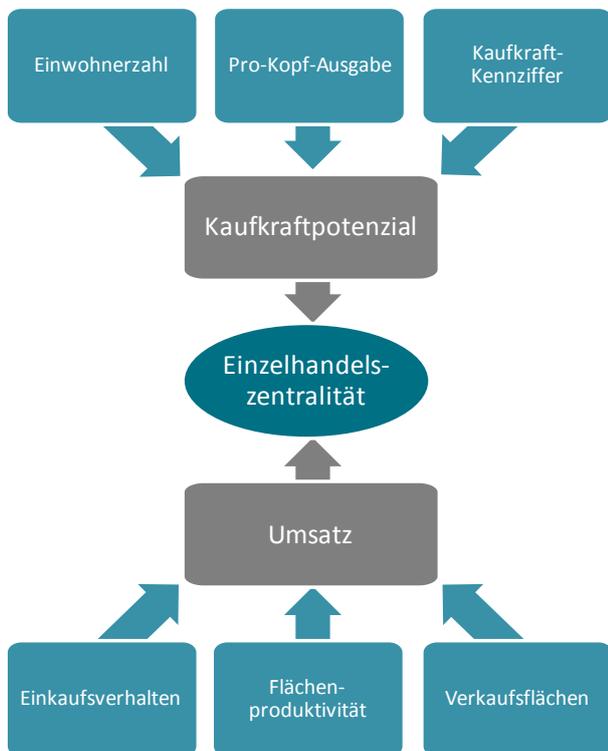
Die Hochrechnung der Einzelhandelsumsätze nach Branchen erfolgte für jede Einzelkommune des Untersuchungsraumes individuell. Zur Kalkulation wurden realistische Verkaufsflächenproduktivitäten (= Bruttoumsatz je m² Verkaufsfläche und Geschäftsjahr) herangezogen, die den ermittelten Verkaufsflächen gegenübergestellt wurden. In die Berechnungen einbezogen wurde auch die Qualität und individuelle Leistungsfähigkeit der Betriebe, welche im Zuge der Vor-Ort-Erhebungen und Standortbesichtigungen eingeschätzt worden war. Zudem erfolgte eine Orientierung an branchen- und betriebstypischen Durchschnittswerten. In Einzelfällen lagen der CIMA auch konkrete Umsatzangaben filialisierter Unternehmen der Lebensmittelbranche vor.

Die so ermittelten Umsatzleistungen wurden in einem weiteren Arbeitsschritt plausibilisiert. Verwendet wurden dazu u.a. Umsatzangaben aus aktuellen Einzelhandelskonzepten sowie aussagefähige Daten der Firma MB Research. In Zweifelsfällen wurden auch Altdaten aus den Erhebungen 2011 herangezogen.

3.3.6 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Standortes beschreibt das Verhältnis der von den Geschäften erwirtschafteten Einzelhandelsumsätze und des örtlichen Kaufkraftvolumens. Die Kennzahl errechnet sich konkret auf Basis folgender Formel: $\text{Umsatz} \times 100 / \text{Kaufkraft im Ort}$ (vgl. Abb. 16).

Abb. 16: Einflussfaktoren auf die Einzelhandelszentralität



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Zentralitätswerte über 100 signalisieren per Saldo Kaufkraftzuflüsse, während Zentralitätswerte unter 100 als Beleg für Kaufkraftabflüsse interpretiert werden können. In diesem Zusammenhang gewährt der Zentralitätsindex Einblicke in die Attraktivität des Branchenmix und die Leistungsfähigkeit von Kundenmagnetbetrieben. Allerdings können sich auch demographische Wanderungsbewegungen auf die Zentralität auswirken, etwa wenn Menschen in das Nahumfeld eines Ortes ziehen, aber weiterhin Kunden des lokalen Einzelhandels bleiben.

3.3.7 Zeitreihenvergleiche

Das Projekt „Einzelhandelserfassung und -analyse im Land Brandenburg 2016“ wurde auf Wunsch der Auftraggeber als Fortschreibung der Bestandsanalyse von 2011 konzipiert. Bei Zeitreihenvergleichen bzw. der Interpretation von Vergleichszahlen waren allerdings methodische Besonderheiten und Unterschiede beider Gutachten zu berücksichtigen: Die aktuelle CI-MA-Bestandserhebung folgte der seit dem Jahr 2013 vorgegebenen Methodik des Erhebungsbogens im „Handbuch zur Einzelhandelserhebung im Land Brandenburg“. Die Erfassung und die statistischen Auswertungen im Jahr 2011 konnten sich indes noch nicht auf diese Grundlage stützen. Allein aus dieser Tatsache ergeben sich starke Abweichungen, die häufig keine kleinräumigen Aussagen im Zeitreihenvergleich mehr zulassen.

Aufgrund der angesprochenen methodischen Unwägbarkeiten wurde in den tabellarischen Darstellungen auf exakte statistische Zeitreihenvergleiche der Erhebungsergebnisse 2011 und 2016 verzichtet. In Absprache mit den Auftraggebern wurden jedoch Trendaussagen getroffen, wenn dies nach gutachterlicher Einschätzung fachlich vertretbar war bzw. die Zeitreihendaten zur Interpretation wesentlicher Entwicklungen hilfreich erschienen.

Mit Bezug auf die statistische Dokumentation von Leerständen ist darauf hinzuweisen, dass sowohl 2011 als auch 2016 nur solche Immobilien erfasst wurden, welche nach subjektiver Einschätzung der Erheber kurzfristig einzelhandelsbezogen revitalisiert werden könnten. Durch die von subjektiven Einschätzungen geprägten Bestandserfassungen erschien auch in diesem Themenfeld ein Zeitreihenvergleich bei Anlegung wissenschaftlicher Kriterien kaum sinnvoll, insbesondere in der kleinräumigen Differenzierung. In diesem Kontext ist auch darauf hinzuweisen, dass sich die Qualität der leerstehenden Ladeneinheiten im Zeitraum der vergangenen fünf Jahre stark verändert haben kann. Allein schon aus diesem Grund sind Abweichungen im Datenbestand beider Erhebungen leicht möglich.

4 Ergebnisse der Einzelhandelserfassung und -analyse im Bundesland Brandenburg und in den Mittelbereichen

Zwischen Dezember 2015 und Juni 2016 führte die CIMA eine flächendeckende Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg durch. Die Ergebnisse dieser Bestandserhebungen und der darauf aufbauenden statistischen Analysen wurden für folgende räumliche Aggregationsebenen tabellarisch und (teilweise) kartographisch aufbereitet:

- Bundesland Brandenburg insgesamt
- Mittelbereiche
- IHK-Bezirke Cottbus, Ostbrandenburg und Potsdam
- kreisfreie Städte und Landkreise
- Ämter und amtsfreie Gemeinden.

Den weiterführenden statistischen Auswertungen der Einzelhandelsbestandsdaten lagen folgende Primär- und Sekundärdaten zugrunde:

- Einwohnerzahlen: Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (Stand: 31.12.2015)
- Kaufkraftkennziffern: MB Research GmbH 2016 (Stand: 2015)
- Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel: CIMA 2016 (Stand: 2015)
- Verkaufsflächen, Umsatz- und Zentralitätskennziffern CIMA 2016 (Stand: 2015/2016)
- Verkaufsflächen, Umsatz- und Zentralitätskennziffern 2011: Stadt + Handel GbR 2011.

4.1 Bundesland Brandenburg

Insgesamt wurden im Rahmen der Bestandserhebungen im Bundesland Brandenburg 15.867 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 4.344.150 m² ermittelt (vgl. Abb. 17).

Trotz eines Rückgangs der Verkaufsfläche um 3 % in den vergangenen fünf Jahren (Verkaufsfläche 2011: 4.477.860 m²) liegt die Pro-Kopf-Verkaufsfläche in Brandenburg mit 1,75 m² je

Einwohner noch immer deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von ca. 1,50 m² je Einwohner¹¹. Die Einzelhandelsausstattung kann somit in quantitativer Hinsicht als überdurchschnittlich eingestuft werden. Allerdings sind in der regionalen Betrachtung bedeutende Unterschiede festzustellen, die im weiteren Verlauf des Berichtes thematisiert werden.

Abb. 17: Datenblatt zum Einzelhandel im Bundesland Brandenburg

Land Brandenburg	
Einwohner (31.12.2015)	2.484.826
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,9
Kaufkraft insgesamt in Mrd. €	13,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.413
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mrd. €	11,2
Einzelhandelszentralität	83
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	15.867
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.794</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.430</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.643</i>
Anzahl Leerstände	4.671
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,75
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,64</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.344.150
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>485.210</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>364.740</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>890.960</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.407.195</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.196.045</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.344.150
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>800.555</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>132.200</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450.605</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.037.315</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.923.475</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.344.150
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.044.660</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>587.425</i>
<i>davon Einzellage m² Verkaufsfläche</i>	<i>566.485</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.132.700</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.880</i>

¹¹ Quelle: Statista 2016. Es erfolgte eine Verrechnung der Angaben zum Verkaufsflächenbestand mit den aktuellen Einwohnerangaben.

Land Brandenburg	
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.344.150
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>545.805</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>609.070</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>99.840</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>617.520</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.294.200</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>80.725</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.855</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>51.135</i>

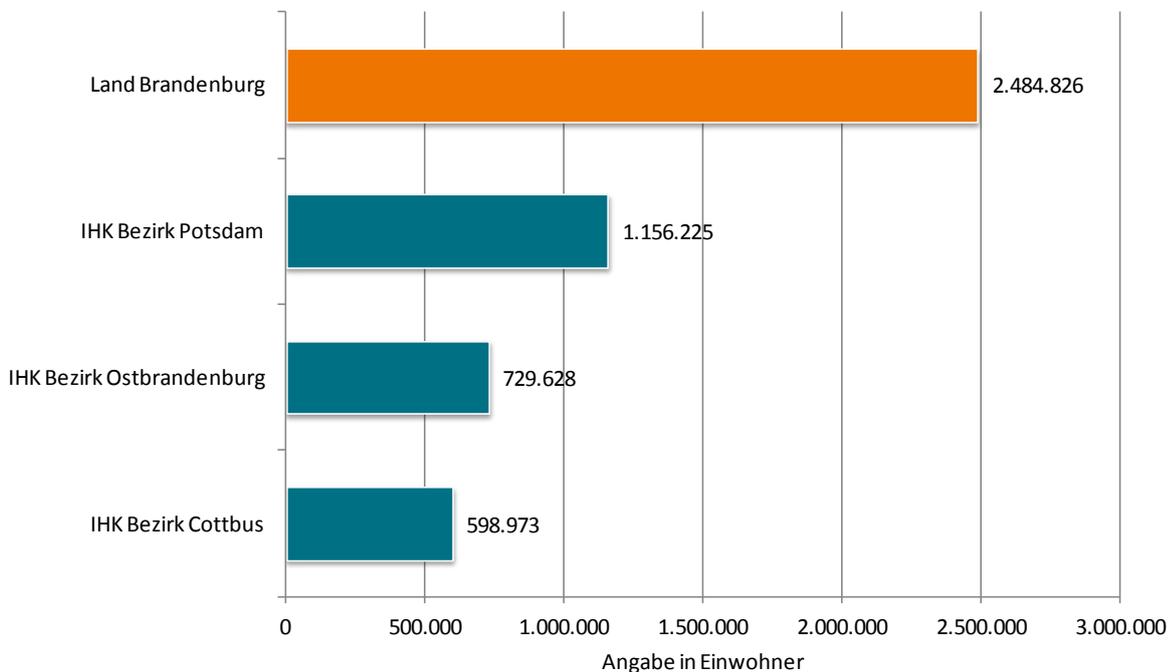
*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einwohnerzahlen im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

In Brandenburg leben zurzeit knapp 2,5 Mio. Menschen (vgl. Abb. 18). Das Bundesland belegt damit im bundesweiten Vergleich Rang 10 von 16, hinter Berlin und Schleswig-Holstein, aber vor Sachsen-Anhalt und Thüringen.

Abb. 18: Einwohnerzahlen im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken



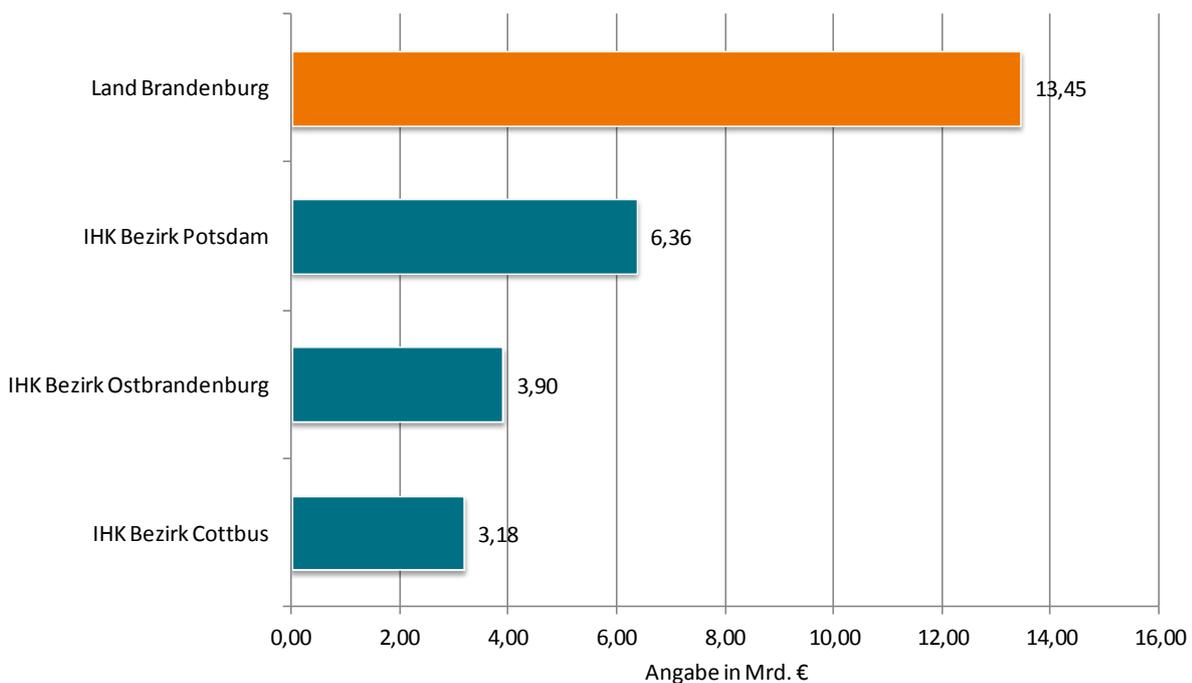
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Während der IHK Bezirk Potsdam in den vergangenen fünf Jahren eine leicht positive **Einwohnerentwicklung** aufwies (+ 2 %), waren die Bevölkerungszahlen in den IHK Bezirken Ostbrandenburg und Cottbus rückläufig. Insgesamt wurden hier Einwohnerverluste von ca. 2 % (IHK Bezirk Ostbrandenburg) bzw. ca. 4 % (IHK Bezirk Cottbus) registriert.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

In Brandenburg stehen aktuell ca. 13,5 Mrd. € für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (vgl. Abb. 19). Mit knapp 6,4 Mrd. € verfügt dabei der IHK Bezirk Potsdam über das größte **Kaufkraftpotenzial**. Im Kammerbezirk Ostbrandenburg liegt der Referenzwert bei ca. 3,9 Mrd. €, im Kammerbezirk Cottbus bei etwa 3,2 Mrd. €.

Abb. 19: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

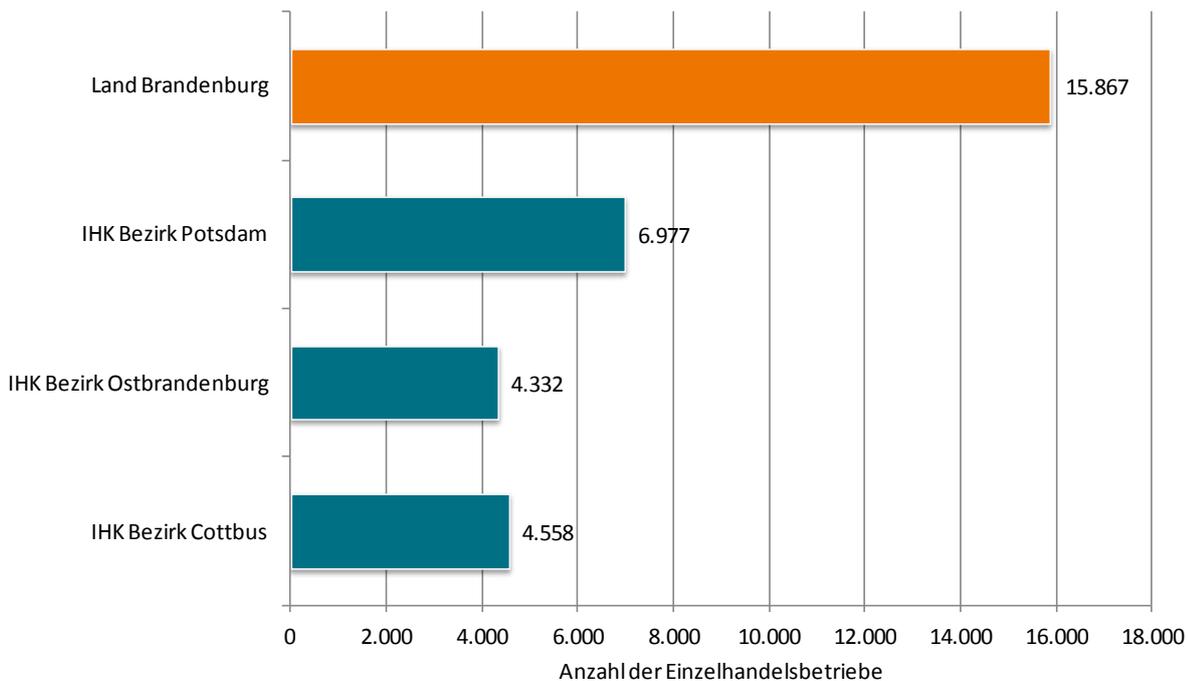
Einzelhandelsbetriebe im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

Im gesamten Bundesland Brandenburg wurden knapp 15.900 aktive **Einzelhandelsbetriebe** ermittelt. Davon entfielen ca. 6.980 auf den IHK Bezirk Potsdam. Ca. 4.330 wurden im IHK Bezirk Ostbrandenburg und ca. 4.560 im IHK Bezirk Cottbus erfasst (vgl. Abb. 20).

Insgesamt ist im Land seit der Erhebung im Jahr 2011 eine deutliche Abnahme der Geschäfte zu konstatieren. Der Rückgang belief sich auf etwa 12 % und ist u.a. im Kontext einer im Verhältnis zur vorhandenen Kaufkraft überdurchschnittlichen Einzelhandelsausstattung zu interpretieren (Stichwort: Marktanpassungsprozesse). Auf der Ebene der IHK Bezirke hat sich mit 15 % die prozentual höchste Betriebsabschmelzung in Ostbrandenburg ergeben, aber auch der Bezirk Cottbus hatte mit -14 % einen starken Rückgang zu verkraften. Im IHK Bezirk Potsdam fiel der Verlust von Einzelhandelsbetrieben mit -8 % hingegen moderater aus.

Der Strukturwandel im Einzelhandelsbestand Brandenburgs weist insofern einige Besonderheiten auf, als es vor allem kleinflächige Einzelhandelsbetriebe waren, die in den vergangenen Jahren vom Markt verschwanden, während gleichzeitig ein Ausbau großflächiger Betriebstypen erfolgte. Entsprechend fiel der Rückgang der Verkaufsflächen signifikant geringer aus (-3%), als der Verlust an Ladeneinheiten (-12 %).

Abb. 20: Einzelhandelsbetriebe im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

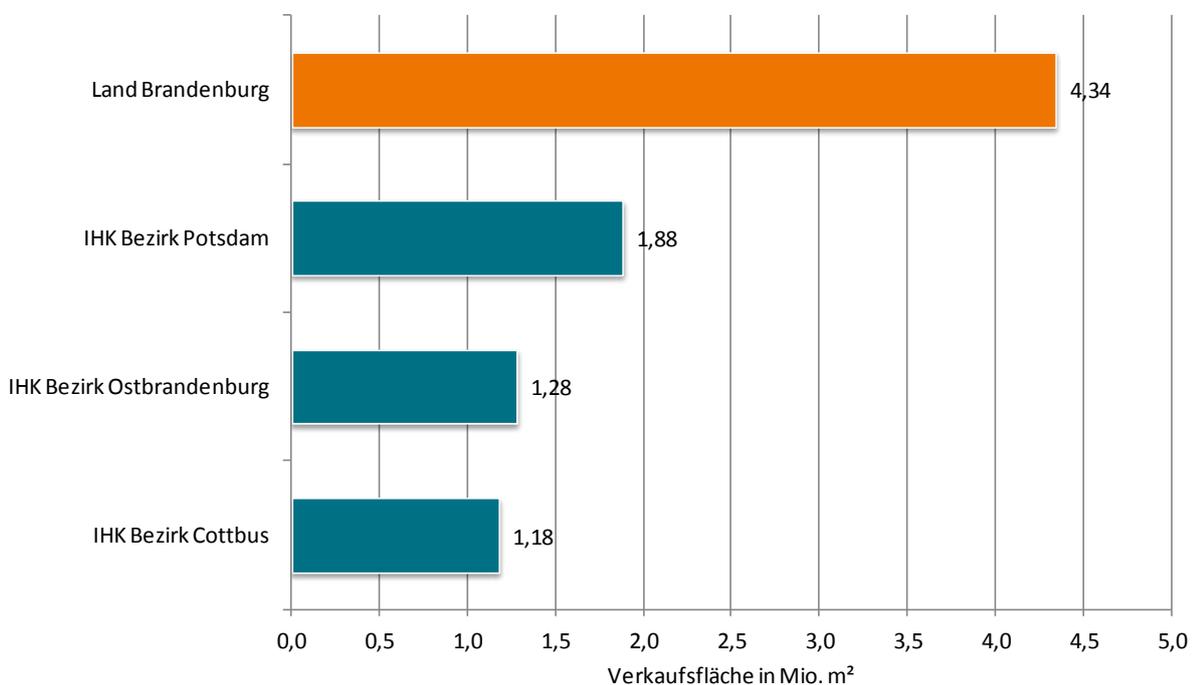


Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

Die ca. 15.900 Einzelhandelsbetriebe des Landes Brandenburg weisen eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 4,34 Mio. m² auf. Etwa 1,88 Mio. m² davon entfallen auf den IHK Bezirk Potsdam, weitere 1,28 Mio. m² auf den IHK Bezirk Ostbrandenburg. Der IHK Bezirk Cottbus verfügt über eine Verkaufsfläche von ca. 1,18 Mio. m² (vgl. Abb. 21).

Abb. 21: Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.

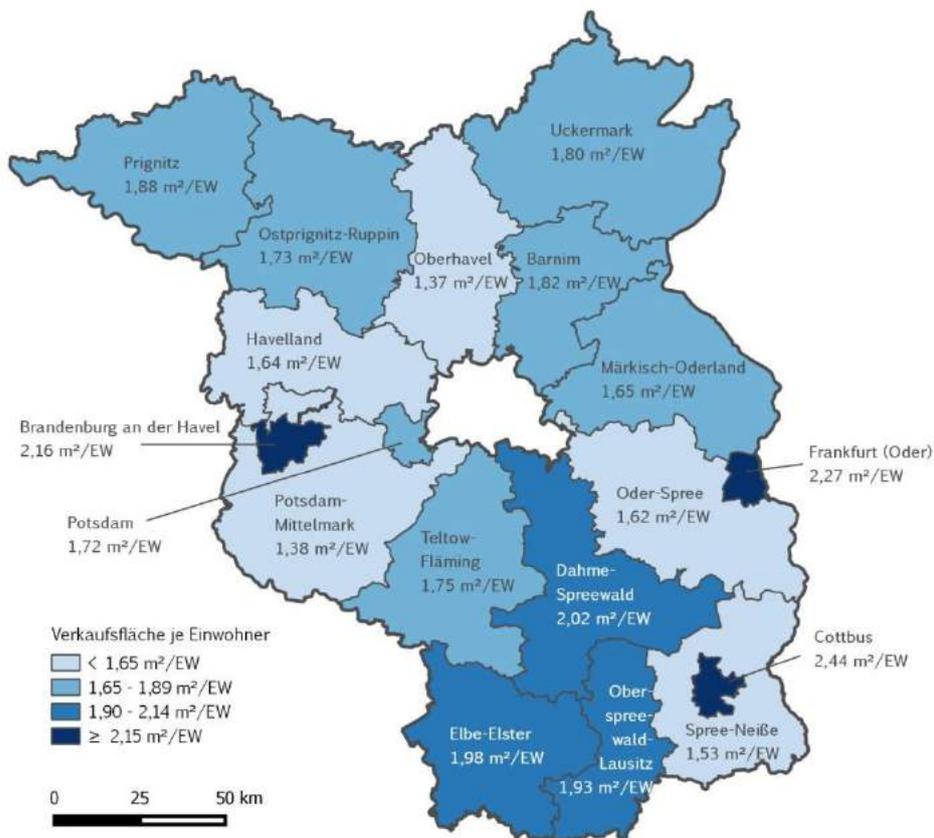
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Die **Verkaufsflächenausstattung** je Einwohner liegt im Bundesland Brandenburg bei 1,75 m². Der bundesdeutsche Durchschnitt erreicht indes aktuell nur eine Größenordnung von 1,50 m². Es ist somit ein vergleichsweise hoher Ausstattungswert mit Einzelhandelsfläche in Brandenburg festzustellen. Allerdings sind in der teilsräumlichen oder lokalen Betrachtung erhebliche Schwankungen zu konstatieren.

Prinzipiell ist die hohe Verkaufsflächenausstattung im Land Brandenburg als Indiz für eine gute Versorgungssituation zu werten. Die Kennziffer signalisiert aber auch, dass quantitativ zurzeit wohl keine maßgeblichen Entwicklungspotenziale mehr bestehen. Vielmehr ist in der absehbaren Zukunft nach gutachterlicher Einschätzung mit weiteren Strukturveränderungen und

Abschmelzungsprozessen im Einzelhandelsbesatz zu rechnen, die in der Folge auch städtebauliche Effekte nach sich ziehen könnten (Stichwort: Leerstandsbildung). Diese dürften vornehmlich solche Teilräume betreffen, die im landesweiten Vergleich besonders hohe Pro-Kopf-Verkaufsflächenausstattungen aufweisen (vgl. Abb. 22).

Abb. 22: Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den kreisfreien Städten und Landkreisen des Bundeslandes Brandenburg

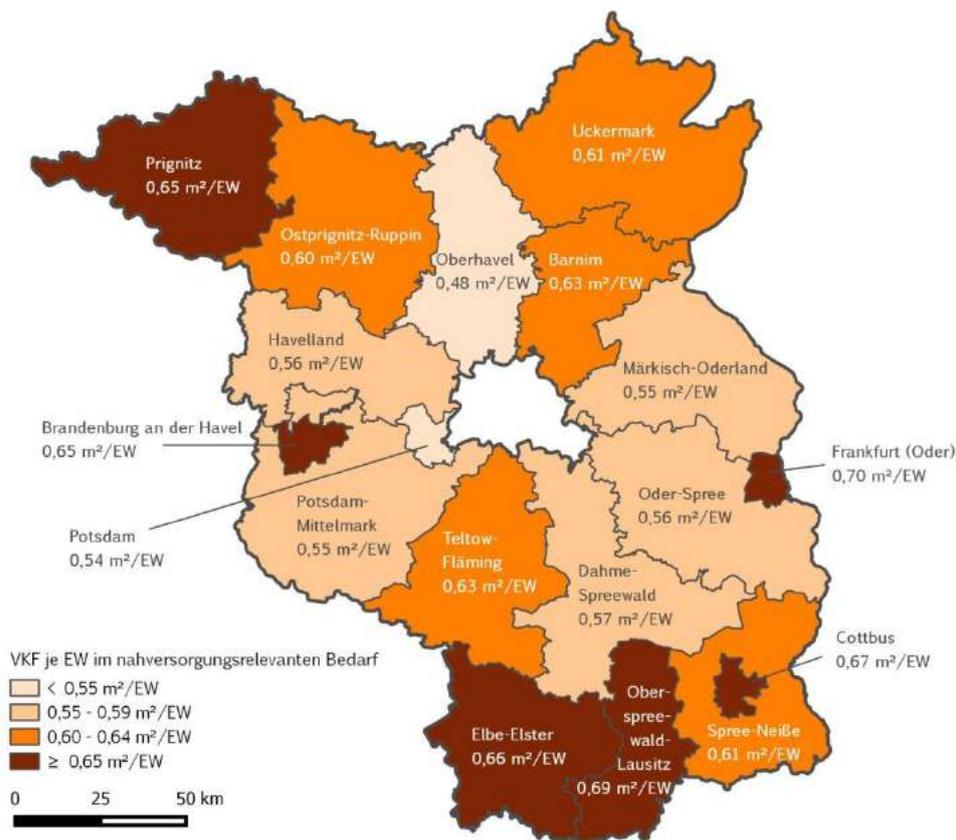


Kartengrundlage: © GeoBasis-DE / BKG 2013, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Auch eine spezielle Betrachtung der **nahversorgungsrelevanten Verkaufsflächenausstattung** offenbart im Land Brandenburg große teilräumliche Diskrepanzen. Als Vergleichsindex kann in diesem Kontext der bundesdeutsche Durchschnittswert von 0,35 – 0,45 m² Verkaufsfläche je Einwohner herangezogen werden. Bei Zugrundelegung dieser Referenzspanne weisen nahezu alle Landkreise und kreisfreien Städte Brandenburgs ein überdurchschnittliches Ausstattungs-niveau auf. Die enorme Besatzdichte lässt auch in diesem Angebotssegment erwarten, dass es zukünftig zu Marktanpassungen kommen wird (vgl. Abb. 23).

Im IHK Bezirk Ostbrandenburg, der seit 2011 bei der Zahl der Einzelhandelsbetriebe beträchtliche Verluste von -15,4 % registrierte, waren im nahversorgungsrelevanten Segment interessanterweise mit -0,4 % nur geringe Verkaufsflächeneinbußen zu konstatieren. Auch in den anderen beiden IHK Bezirken lag der Verkaufsflächenrückgang mit ca. -3,0 % (IHK Bezirk Potsdam) und ca. -5,6 % (IHK Bezirk Cottbus) unterhalb der prozentualen Abnahme der Betriebszahl. Die Diskrepanzen kommen u.a. zustande, weil viele kleinflächige Betriebseinheiten abgeschmolzen sind, während Großflächenbetriebe neu angesiedelt wurden.

Abb. 23: Nahversorgungsrelevante Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den kreisfreien Städten und Landkreisen des Bundeslandes Brandenburg



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE / BKG 2013, Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

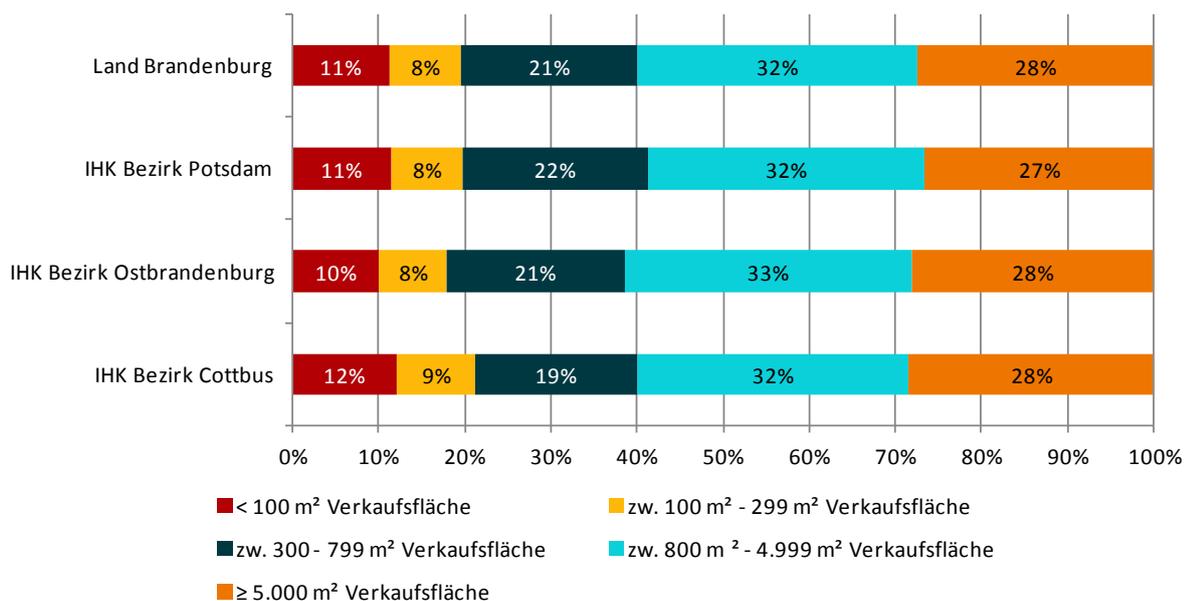
Auffällig ist ein relativ hoher Verkaufsflächenbesatz pro Kopf in vielen ländlichen Regionen. Dies ist zum einen auf zahlreiche Erweiterungsvorhaben von Lebensmittelmärkten zurückzuführen, die ihre Verkaufsfläche an moderne Vertriebskonzepte angepasst haben. Gleichzeitig hat sich die Pro-Kopf-Ausstattung mit Verkaufsfläche im Zuge von Einwohnerrückgängen rechnerisch erhöht.

Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

Die Verkaufsflächen teilen sich im Bundesland Brandenburg recht ungleichmäßig auf einzelne Betriebsgrößenklassen auf. Eine durchweg dominante Position nehmen in diesem Zusammenhang großflächige Geschäfte ab 800 m² Verkaufsfläche ein. Sie erreichen sowohl landesweit, als auch in den einzelnen IHK-Bezirken Anteile um die 60 % (vgl. Abb. 24).

Der Verkaufsflächenanteil von Betrieben mit weniger als 300 m² fällt im direkten Vergleich hingegen deutlich geringer aus (Bundesland Brandenburg insgesamt: 19 %). Im Jahr 2011 hatte der Wert noch bei rd. 23 % gelegen. Hier wird die bereits mehrfach formulierte These bestätigt, dass der Rückgang der Einzelhandelsbetriebe auf Landesebene seit 2011 insbesondere kleinere Betriebe bzw. Fachhändler betraf.

Abb. 24: Verkaufsflächenanteil der Einzelhandelsbetriebe nach Betriebsgrößenklassen im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

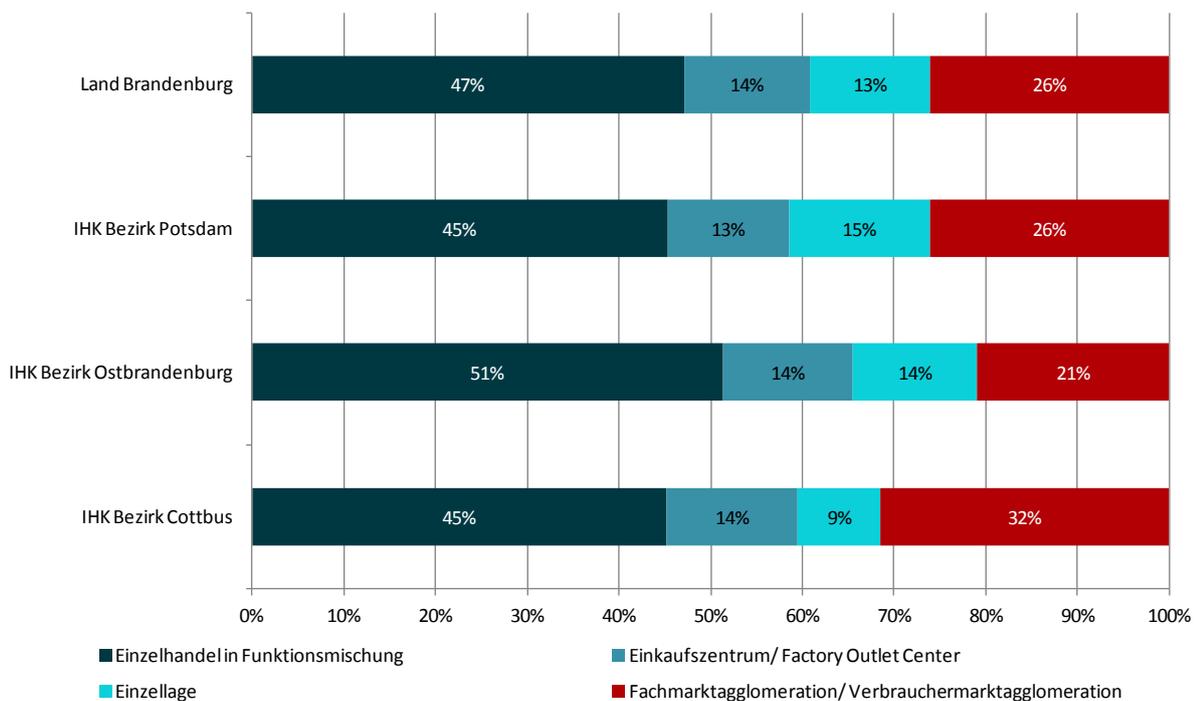
Verkaufsflächenanteil nach Lagedetail im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

Nicht ganz die Hälfte aller Verkaufsflächen im Bundesland Brandenburg (47 %) sind in Standortverbänden mit weiteren Einzelhandels- oder Dienstleistungsbetrieben etabliert (Stichwort: Funktionsmischung). Rechnet man die Kategorien „Einkaufszentrum/Factory Outlet Cen-

ter“ und „Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration“ noch hinzu, beträgt der Verkaufsflächenanteil agglomerierter Betriebe etwa 87 %. Somit ist ein außergewöhnlich hoher Konzentrationsgrad des Einzelhandels festzustellen.

Nur ca. 13 % der Verkaufsfläche wurden in „Einzellagen“ erfasst. Entsprechende Betriebe sind häufig in ländlichen Siedlungsbereichen mit einem nur noch rudimentären Besatz an Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben vorzufinden. Etwas mehr als ein Viertel der Verkaufsflächen des Brandenburger Einzelhandels ist andererseits in „Fachmarkt- oder Verbrauchermarkttagglomerationen“ etabliert. Besonders hohe Werte erreicht diese Lagekategorie mit fast einem Drittel der Verkaufsflächen im IHK Bezirk Cottbus.

Abb. 25: Verkaufsflächenanteil der Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken



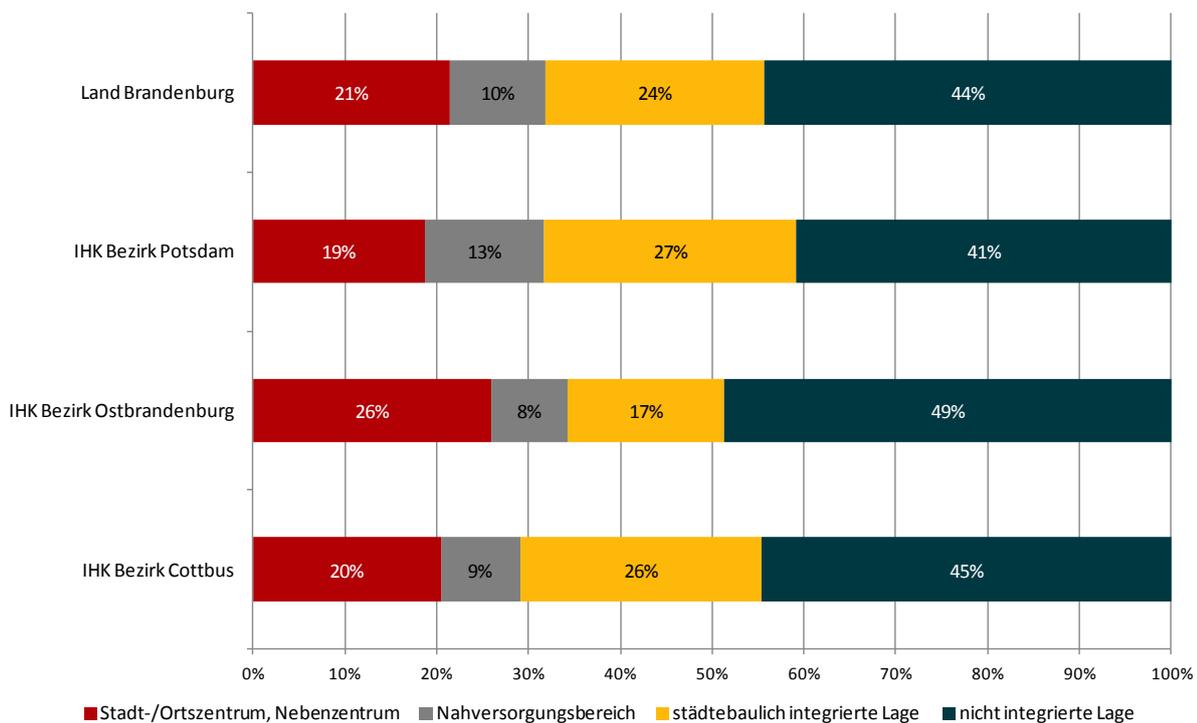
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Verkaufsflächenanteil nach Lage im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

Auf Zentrale Versorgungsbereiche (Stadt-/Ortszentrum, Nebenzentrum, Nahversorgungsbereich) entfallen im Bundesland Brandenburg Verkaufsflächenanteile zwischen 29 % (IHK Bezirk Cottbus)

bus) und 34 % (IHK Bezirk Ostbrandenburg) ¹². Auch die Verkaufsflächenquote der Stadt-/Orts- und Nebenzentren liegt mit 19 % (IHK Bezirk Potsdam) und 26 % (IHK Bezirk Ostbrandenburg) auf recht niedrigem Niveau (vgl. Abb. 26). Der größte Verkaufsflächenanteil des Brandenburger Einzelhandels entfällt andererseits auf nicht integrierte Lagen. Diese Konstellation (Spitzenwert: 49 % im IHK Bezirk Ostbrandenburg) resultiert in erster Linie aus einer Vielzahl von Fachmarkttagglomerationen in PKW-orientierten Standorten.

Abb. 26: Verkaufsflächenanteil der Einzelhandelsbetriebe nach Lage im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken



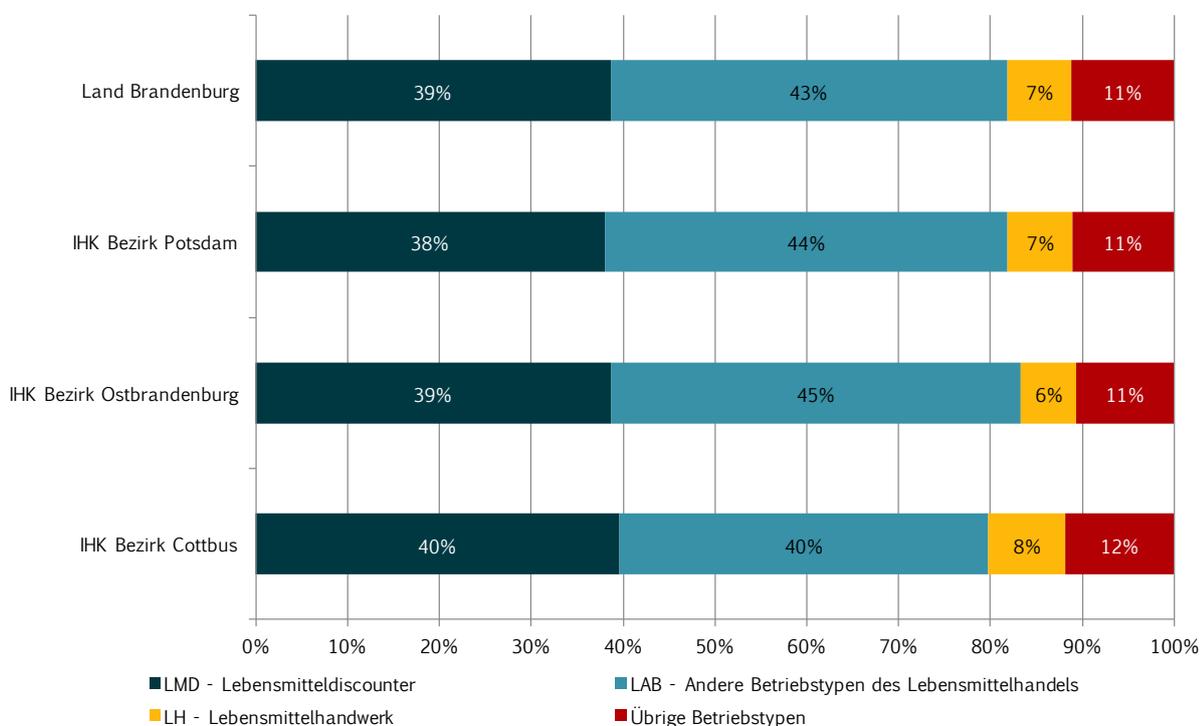
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

¹² Zur Frage, welche Standorte und Einkaufslagen als Zentrale Versorgungsbereiche einzustufen sind, hat sich der VGH Mannheim in einem vielbeachteten Urteil am 20.4.2012 geäußert (Aktenzeichen 8 S 198/11). Demnach sind „Zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (...). Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat, wobei zentral nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen ist (...). Weiter setzt ein zentraler Versorgungsbereich (...) eine integrierte Lage voraus, so dass isolierte Standorte mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben auch dann keinen zentralen Versorgungsbereich bilden, wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beträchtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen (...).“

Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken

In eine Bewertung der Nahversorgungssituation im Bundesland Brandenburg sind neben den bereits vorgestellten quantitativen Kriterien (z.B. Verkaufsflächenausstattung je Einwohner) natürlich auch qualitative Aspekte einzubeziehen. In diesem Zusammenhang kann der Verkaufsflächenanteil verschiedener Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels hilfsweise als Indikator für das Angebotsniveau herangezogen werden (vgl. Abb. 27).

Abb. 27: Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken



Anmerkung: Die Abbildung gibt ausschließlich die Anteile der Verkaufsflächen von Einzelhandelsbetrieben wieder, die Nahrungs- und Genussmittel im Hauptsortiment anbieten. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

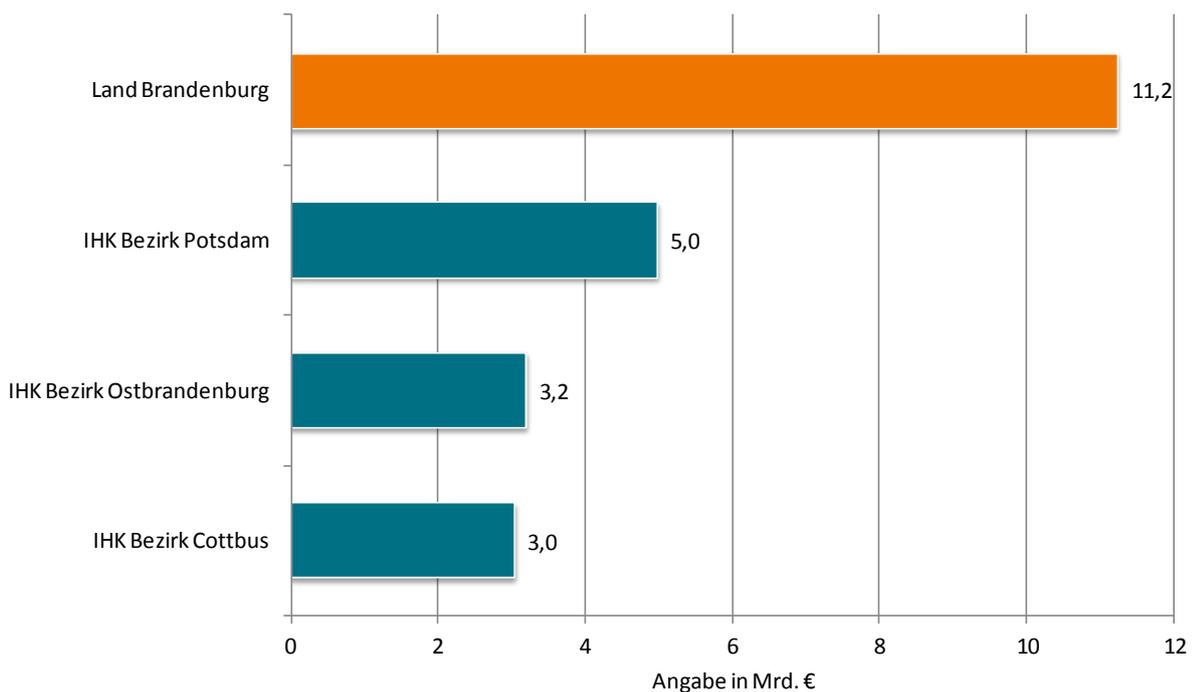
Im angesprochenen Kontext fällt zunächst auf, dass der Verkaufsflächenanteil von „Lebensmitteldiscountern“ mit 39 % einen recht hohen Wert erreicht. Demgegenüber liegen die Anteilswerte „Anderer Betriebstypen des Lebensmittelhandels“ zusammengenommen lediglich zwischen 40 % und 45 %, obwohl in diese Kategorie die vergleichsweise flächenintensiven Supermärkte, Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser fallen. Im Ergebnis ist also festzustellen, dass die Betriebstypenstruktur des Landes Brandenburg tendenziell als „discounterlastig“ zu beschreiben ist (vgl. Abb. 27).

Alle anderen Betriebstypen spielen mit Verkaufsflächenanteilen zwischen 17 % und 20 % sowohl im Bundesland insgesamt, als auch in seinen drei IHK Bezirken nur eine nachgeordnete Rolle. Es steht in diesem Zusammenhang zu erwarten, dass sich diese Konstellation – aufgrund des bundesweiten Rückgangs der Lebensmittelhandwerker – in Zukunft weiter zu Lasten der Kleinbetriebe verändern wird.

Einzelhandelsumsatz in Brandenburg

Der Einzelhandel im Bundesland Brandenburg generierte 2015 auf Basis einer qualifizierten Schätzung der CIMA einen Umsatz von ca. 11,2 Mrd. €. Hiervon entfielen ca. 5,0 Mrd. € auf den IHK Bezirk Potsdam, ca. 3,2 Mrd. € auf den IHK Bezirk Ostbrandenburg sowie ca. 3,0 Mrd. € auf den IHK Bezirk Cottbus. Die Umsatzentwicklung zeigt seit 2011 – trotz einer rückläufigen Zahl von Betriebsstätten – nominal nach oben. Im IHK Bezirk Potsdam konnten die Umsätze sogar in beträchtlichem Umfang gesteigert werden.

Abb. 28: Einzelhandelsumsatz im Bundesland Brandenburg und in den IHK Bezirken



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2 Mittelbereichsdossiers

Auf Grundlage des Landesentwicklungsplanes Berlin-Brandenburg (LEP B-B) bilden die 46 Mittelbereiche im Land Brandenburg das raumordnerische System zur Daseinsvorsorge des gehobenen Bedarfs. Die Mittelbereiche werden durch den Zentralen Ort (Ober-, Mittelzentrum oder Mittelzentren in Funktionsteilung) und die Gemeinden innerhalb des Verflechtungsbereiches gebildet.

Abb. 29: Übersicht der Mittelbereiche im Land Brandenburg

Mittelbereich	Zentraler Ort	Einwohner im Mittelbereich 31.12.2015
Bad Belzig	Mittelzentrum	44.526
Bad Freienwalde (Oder)	Mittelzentrum	30.961
Beeskow	Mittelzentrum	37.469
Bernau bei Berlin	Mittelzentrum	100.670
Brandenburg an der Havel	Oberzentrum	95.632
Cottbus	Oberzentrum	128.598
Eberswalde	Mittelzentrum	76.741
Eisenhüttenstadt	Mittelzentrum	36.930
Elsterwerda-Bad Liebenwerda	Mittelzentrum in Funktionsteilung	36.094
Erkner	Mittelzentrum	32.071
Falkensee	Mittelzentrum	81.852
Finstertal	Mittelzentrum	39.135
Forst (Lausitz)	Mittelzentrum	30.608
Frankfurt (Oder)	Oberzentrum	87.297
Fürstenwalde/Spree	Mittelzentrum	52.805
Guben	Mittelzentrum	32.239
Hennigsdorf	Mittelzentrum	48.906
Herzberg (Elster)	Mittelzentrum	29.444
Jüterbog	Mittelzentrum	27.824
Königs Wusterhausen	Mittelzentrum	67.656
Kyritz	Mittelzentrum	26.208
Lauchhammer-Schwarzheide	Mittelzentrum in Funktionsteilung	34.191
Lübben (Spreewald)	Mittelzentrum	47.300
Lübbenau/Spreewald	Mittelzentrum	32.377
Luckenwalde	Mittelzentrum	36.455
Ludwigfelde	Mittelzentrum	59.747
Nauen	Mittelzentrum	30.013
Neuenhagen bei Berlin	Mittelzentrum	62.853
Neuruppin	Mittelzentrum	57.519
Oranienburg	Mittelzentrum	130.292
Perleberg-Wittenberge	Mittelzentrum in Funktionsteilung	49.068
Potsdam	Oberzentrum	188.853
Prenzlau	Mittelzentrum	37.811
Pritzwalk-Wittstock/Dosse	Mittelzentrum in Funktionsteilung	43.888
Rathenow	Mittelzentrum	46.371
Schönefeld-Wildau	Mittelzentrum in Funktionsteilung	49.572
Schwedt/Oder	Mittelzentrum	56.252
Seelow	Mittelzentrum	30.919
Senftenberg-Großräschen	Mittelzentrum in Funktionsteilung	45.882
Spremberg	Mittelzentrum	25.877
Strausberg	Mittelzentrum	59.898
Teltow	Mittelzentrum	61.265
Templin	Mittelzentrum	26.951
Werder (Havel)-Beelitz	Mittelzentrum in Funktionsteilung	59.953
Zehdenick-Gransee	Mittelzentrum in Funktionsteilung	28.326
Zossen	Mittelzentrum	39.527

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management 2016

4.2.1 Mittelbereich Bad Belzig

Im Mittelbereich Bad Belzig lebten im Jahr 2015 rund 44.500 Einwohner. Es waren in den Gemeinden des Mittelbereichs 334 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 67.600 m² vorhanden. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,52 m² Verkaufsfläche je Einwohner geringer als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Bad Belzig verfügt insgesamt über ca. 24.500 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,20 m² je EW überdurchschnittlich. Die Handelslandschaft im Mittelzentrum ist mit einem Anteil von 82 % der Einzelhandelsbetriebe ganz überwiegend durch kleine Betriebe mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche geprägt. Demgegenüber ist der Mittelbereich insgesamt mit 51 % durch einen unterdurchschnittlich hohen Anteil großflächiger Verkaufsformate ab 800 m² Fläche geprägt (Landesdurchschnitt: 60 %).

Während die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner bei der Nahversorgung über dem Landesdurchschnitt liegt (0,68 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit), ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten und bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten deutlich geringer. Das Mittelzentrum Bad Belzig verfügt bei nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten über eine relativ hohe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, ist vergleichsweise gering (45 % gegenüber 53 % landesweit). Ca. 30.700 m² Verkaufsfläche entfällt auf Fachmärkte. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist mit 17 % dagegen anteilig etwas stärker ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Bad Belzig macht der Facheinzelhandel ebenfalls 17 % der Verkaufsfläche aus; die der Fachmärkte beläuft sich auf 60 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich Bad Belzig befindet sich ein relativ geringer Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (23 %), dagegen ein überdurchschnittlich hoher Anteil in Stadt- und Ortszentren (26 %). Im Mittelzentrum Bad Belzig sind mit 27 % ebenfalls hohe Verkaufsflächenanteile in Zentrumslage, über die Hälfte der Verkaufsflächen (53 %) befindet sich an Einzelstandorten in integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse relativ gering (Kaufkraftkennziffer von 87,9 bzw. 86,6; landesweit: 92; indexiert, D= 100). Der im Mittelbereich erzielte Umsatz erreicht nicht die dort vorhandene Kaufkraft, sodass mit einer Einzelhandelszentralität von 79 per Saldo Kaufkraft abfließt. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 104 deutlich höher als im Mittelbereich gesamt, hier sind per Saldo leichte Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.

Abb. 30: Datenblatt für den Mittelbereich Bad Belzig

Datenblatt für den Mittelbereich Bad Belzig 2016	
Einwohner (31.12.2015)	44.526
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	228
Kaufkraft je Einwohner in €	5.121
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	179,6
Einzelhandelszentralität	79
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	334
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>244</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>42</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48</i>
Anzahl Leerstände	150
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,52
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	67.615
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.980</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.080</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.575</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.680</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	67.615
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.725</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>-</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.205</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.815</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.870</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	67.615
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>39.940</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>-</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.070</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.605</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>-</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	67.615
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.705</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.030</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.835</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.195</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.665</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>-</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.005</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 31: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Bad Belzig

Mittelbereich Bad Belzig 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	135	25.200
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	25	3.865
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	14	995
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	174	30.060
Bekleidung	23	3.225
Schuhe, Lederwaren	7	480
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	16	2.255
Spielwaren, Musikinstrumente	4	605
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	615
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	1.295
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	19	1.810
Foto, Optik	8	360
Blumen, Topfpflanzen	23	2.485
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.230
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	112	14.495
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	5.760
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	31	16.425
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	10	875
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	48	23.060
SUMME	334	67.615

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 32: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Bad Belzig

Mittelbereich Bad Belzig 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	83,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	39,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	129,4
Bekleidung	19,3
Schuhe, Lederwaren	6,4
Uhren, Schmuck	3,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,7
Spielwaren, Musikinstrumente	2,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	17,5
Foto, Optik	3,0
Blumen, Topfpflanzen	1,6
Zoo- und Heimtierbedarf	1,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	68,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	12,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	13,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	30,2
SUMME	228,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.2 Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder)

Die Gemeinden im Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder) hatten im Jahr 2015 rund 31.000 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 215 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 43.000 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,39 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich niedriger als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Bad Freienwalde (Oder) verfügt insgesamt über ca. 29.800 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,41 m² je EW deutlich überdurchschnittlich. Die Handelslandschaft im Mittelzentrum ist ganz überwiegend durch kleine Betriebe mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche geprägt. Auch im Mittelbereich zeigt sich diese Struktur.

Während bei der Nahversorgung die Versorgungsdichte im Mittelbereich nur leicht unter dem Landesdurchschnitt liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten deutlich geringer. Das Mittelzentrum Bad Freienwalde (Oder) verfügt bei sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten über eine relativ hohe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt leicht unter dem Landesdurchschnitt (47 % gegenüber 53 % landesweit), die auf sich eine Fläche von ca. 20.300 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen anteilig etwas stärker ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (18 % gegenüber 14 % landesweit). Im Mittelzentrum Bad Freienwalde (Oder) macht der Facheinzelhandel 15 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 56 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich ein leicht unter dem Landesdurchschnitt liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (40 % gegenüber 44 % landesweit), dagegen ein höherer Anteil in Stadt- und Ortszentren (24 % gegenüber 18 % landesweit). Im Mittelzentrum Bad Freienwalde (Oder) sind 17 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden, über die Hälfte (55 %) entfällt auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse niedrig (Kaufkraftkennziffer von jeweils 82,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich liegt bei 76. Im Zentralen Ort liegt der Gesamtumsatz deutlich über dem im Ort vorhandenen Kaufkraftvolumen, was sich in einer Einzelhandelszentralität von 118 widerspiegelt.

Abb. 33: Datenblatt für den Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder)

Datenblatt für den Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	30.961
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	82,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	149,7
Kaufkraft je Einwohner in €	4.834
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	113,2
Einzelhandelszentralität	76
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	215
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>160</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
Anzahl Leerstände	77
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,39
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,54</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	42.985
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.200</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.230</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.865</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.490</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	42.985
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.175</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.680</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.725</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.405</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	42.985
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.715</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.220</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.050</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	42.985
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.480</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.895</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.440</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.910</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.315</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 34: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder)

Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	76	14.055
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	15	1.895
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	10	620
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	101	16.570
Bekleidung	17	2.220
Schuhe, Lederwaren	4	370
Uhren, Schmuck	2	100
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	13	2.760
Spielwaren, Musikinstrumente	2	460
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7	1.215
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	845
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11	1.350
Foto, Optik	6	505
Blumen, Topfpflanzen	12	905
Zoo- und Heimtierbedarf	5	765
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	83	11.495
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	9	5.315
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	16	9.160
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	445
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	31	14.920
SUMME	215	42.985

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 35: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder)

Mittelbereich Bad Freienwalde (Oder) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	55,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	26,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	84,9
Bekleidung	12,7
Schuhe, Lederwaren	4,2
Uhren, Schmuck	2,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,5
Foto, Optik	2,0
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	44,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,8
SUMME	149,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.3 Mittelbereich Beeskow

Der Mittelbereich Beeskow wies im Jahr 2015 rund 37.500 Einwohner auf. Es befinden sich in den Gemeinden des Mittelbereichs 224 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 52.100 m². Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,39 m² Verkaufsfläche je Einwohner unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Beeskow verfügt insgesamt über ca. 28.500 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 3,51 m² je EW deutlich überdurchschnittlich und für ein Mittelzentrum im Landesvergleich hoch. Die Handelslandschaft im Mittelzentrum ist überwiegend durch kleine Betriebe mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche geprägt.

Während bei der Nahversorgung die Versorgungsdichte im Mittelbereich leicht unter dem Landesdurchschnitt liegt (0,54 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit), ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,44 m² je EW gegenüber 0,52 m² je EW landesweit) und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,41 m² je EW gegenüber 0,64 m² je EW landesweit) deutlich geringer. Das Mittelzentrum Beeskow dagegen verfügt bei nahversorgungsrelevanten (1,16 m² je EW), sonstigen zentrenrelevanten (1,08 m² je EW) und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (1,27 m² je EW) über eine hohe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt knapp unter dem Landesdurchschnitt (51 % gegenüber 53 % landesweit), die auf sich eine Fläche von ca. 26.300 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt dagegen anteilig knapp über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (16 % gegenüber 14 % landesweit). Im Mittelzentrum Beeskow macht der Facheinzelhandel ebenfalls 16 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 59 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich Beeskow befindet sich die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich nicht integrierter Lage. Damit ist ein über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (50 % gegenüber 44 % landesweit) vorzufinden. Ein ebenfalls über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil befindet sich in Stadt- und Ortszentren (21 % gegenüber 18 % landesweit). Im Mittelzentrum Beeskow sind 16 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden, 68 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich insgesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 89,8 bzw. 85,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich beträgt 66. Der Zentrale Ort Beeskow kann dagegen mit deutlichen Kaufkraftzuflüssen aufwarten (Einzelhandelszentralität: 152).

Abb. 36: Datenblatt für den Mittelbereich Beeskow

Datenblatt für den Mittelbereich Beeskow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	37.469
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	196,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.233
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	128,7
Einzelhandelszentralität	66
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	224
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>154</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>39</i>
Anzahl Leerstände	84
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,39
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,54</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,44</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	52.095
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.930</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.955</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.560</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	52.095
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.980</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.715</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.575</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.825</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	52.095
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.540</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.505</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.050</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	52.095
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.305</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.380</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.295</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.315</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 37: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Beeskow

Mittelbereich Beeskow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	79	17.440
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	18	2.060
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	865
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	106	20.365
Bekleidung	20	3.120
Schuhe, Lederwaren	4	645
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	15	2.680
Spielwaren, Musikinstrumente	1	215
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	830
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	2.425
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10	985
Foto, Optik	6	270
Blumen, Topfpflanzen	17	4.055
Zoo- und Heimtierbedarf	3	980
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	94	16.430
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	1.530
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	15	13.570
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	200
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24	15.300
SUMME	224	52.095

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 38: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Beeskow

Mittelbereich Beeskow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	72,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	34,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	111,3
Bekleidung	16,6
Schuhe, Lederwaren	5,5
Uhren, Schmuck	2,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,2
Spielwaren, Musikinstrumente	2,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	15,0
Foto, Optik	2,6
Blumen, Topfpflanzen	1,4
Zoo- und Heimtierbedarf	1,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	58,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	10,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25,9
SUMME	196,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.4 Mittelbereich Bernau bei Berlin

Im Mittelbereich Bernau bei Berlin lebten im Jahr 2015 rund 100.700 Einwohner. Es befanden sich im Mittelbereich 589 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 203.000 m². Die Versorgungsdichte liegt mit 2,02 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich über dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Bernau bei Berlin verfügt insgesamt über ca. 79.700 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,14 m² je EW leicht überdurchschnittlich.

Die Versorgungsdichte im Mittelbereich ist bei der Nahversorgung (0,64 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit), bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,66 m² je EW gegenüber 0,52 m² je EW landesweit) sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,71 m² je EW gegenüber 0,64 m² je EW landesweit) leicht überdurchschnittlich. Das Mittelzentrum Bernau bei Berlin verfügt bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten (0,57 m² je EW) über eine durchschnittliche Ausstattung je Einwohner, bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,58 m² je EW) über leicht überdurchschnittliche und bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,99 m² je EW) über eine überdurchschnittlich hohe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt nahezu genau im Landesdurchschnitt (beide 53 %). Es ist eine Verkaufsfläche von ca. 107.300 m² vorhanden. Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt dagegen anteilig knapp über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (17 % gegenüber 14 % landesweit). Im Mittelzentrum Bernau bei Berlin macht der Facheinzelhandel 18 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 57 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich Bernau bei Berlin befinden sich 62 % der Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich nicht integrierter Lage. Damit ist ein deutlich über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (44 % landesweit) vorzufinden. Ein ebenfalls über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil befindet sich in Stadt- und Ortszentren (24 % gegenüber 18 % landesweit). Im Mittelzentrum Bernau bei Berlin sind hohe 30 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden, 57 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt für Brandenburger Verhältnisse sowie auch im bundesdeutschen Vergleich überdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 101,2; indiziert, D= 100). Im Zentralen Ort Bernau bei Berlin liegt die Kaufkraftkennziffer mit 94,6 über dem landesweiten, allerdings unter dem bundesdeutschen Durchschnitt. Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich liegt bei 87. Mit einer Einzelhandelszentralität von 94 sind für den Zentralen Ort ebenfalls leichte Kaufkraftabflüsse zu konstatieren.

Abb. 39: Datenblatt für den Mittelbereich Bernau bei Berlin

Datenblatt für den Mittelbereich Bernau bei Berlin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	100.670
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	101,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	593,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.899
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	517,9
Einzelhandelszentralität	87
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	589
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>359</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>93</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>137</i>
Anzahl Leerstände	97
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,02
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,64</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,71</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	202.975
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.155</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.950</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48.665</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>69.810</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>54.395</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	202.975
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>48.365</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.565</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.870</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>125.755</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	202.975
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>78.520</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>53.600</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.075</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.780</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	202.975
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.240</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.675</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.835</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.440</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>107.300</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.265</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.220</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 40: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Bernau bei Berlin

Mittelbereich Bernau bei Berlin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	189	53.640
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	39	7.100
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	22	3.520
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	250	64.260
Bekleidung	72	18.940
Schuhe, Lederwaren	15	5.460
Uhren, Schmuck	14	950
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	33	10.455
Spielwaren, Musikinstrumente	5	3.430
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	30	7.010
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	14	3.370
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	35	9.830
Foto, Optik	15	760
Blumen, Topfpflanzen	29	2.495
Zoo- und Heimtierbedarf	12	4.195
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	274	66.895
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	20	15.805
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	40	55.175
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	840
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	65	71.820
SUMME	589	202.975

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 41: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Bernau bei Berlin

Mittelbereich Bernau bei Berlin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	218,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	103,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	15,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	337,1
Bekleidung	50,2
Schuhe, Lederwaren	16,6
Uhren, Schmuck	7,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	9,6
Spielwaren, Musikinstrumente	7,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	17,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	45,4
Foto, Optik	7,8
Blumen, Topfpflanzen	4,2
Zoo- und Heimtierbedarf	4,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	178,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	32,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	34,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	12,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	78,6
SUMME	593,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.5 Mittelbereich Brandenburg an der Havel

Der Mittelbereich Brandenburg an der Havel wies im Jahr 2015 rund 95.600 Einwohner auf. In den Gemeinden des Mittelbereichs befanden sich 626 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 168.000 m². Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,76 m² Verkaufsfläche je Einwohner knapp über dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Oberzentrum Brandenburg an der Havel verfügt insgesamt über ca. 154.600 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,16 m² je EW überdurchschnittlich.

Während bei der Nahversorgung die Versorgungsdichte im Mittelbereich knapp unter dem Landesdurchschnitt liegt (0,56 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit), ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,60 m² je EW gegenüber 0,52 m² je EW landesweit) und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,76 m² je EW gegenüber 0,64 m² je EW landesweit) leicht höher. Das Oberzentrum Brandenburg an der Havel verfügt bei nahversorgungsrelevanten (0,65 m² je EW), sonstigen zentrenrelevanten (0,75 m² je EW) und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,76 m² je EW) über eine relativ hohe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt in etwa im Landesdurchschnitt (54 % gegenüber 53 % landesweit), die auf sich eine Fläche von ca. 91.000 m² vereinen. Der Flächenanteil des Betriebstyps Facheinzelhandel entspricht dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (jeweils 14 %). Im Oberzentrum Brandenburg an der Havel liegen der Verkaufsflächenanteil des Facheinzelhandels ebenfalls in etwa im Landesdurchschnitt (13 %) und der Fachmarktanteil mit 57 % leicht darüber. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen, 2 % vereinen Waren- und Kaufhäuser auf sich.

Im Mittelbereich Brandenburg an der Havel befindet sich über die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich nicht integrierter Lage. Damit ist ein deutlich über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (56 % gegenüber 44 % landesweit) vorzufinden. Ein leicht unter dem Landesdurchschnitt liegender Anteil befindet sich in Stadt- und Ortszentren (17 % gegenüber 18 % landesweit). Im Oberzentrum Brandenburg an der Havel sind 14 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden, ein weiteres Prozent in Nebenzentren. 59 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse leicht unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 90,1 bzw. 89,3; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich liegt bei 95, d. h. per Saldo sind leichte Kaufkraftabflüsse vorhanden. Das Oberzentrum Brandenburg an der Havel kann eine Einzelhandelszentralität von 117 vorweisen.

Abb. 42: Datenblatt für den Mittelbereich Brandenburg an der Havel

Datenblatt für den Mittelbereich Brandenburg an der Havel 2016	
Einwohner (31.12.2015)	95.632
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	501,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.248
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	478,0
Einzelhandelszentralität	95
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	626
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>432</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>84</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>110</i>
Anzahl Leerstände	263
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,76
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	167.980
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.440</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.615</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>52.875</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.400</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	167.980
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.525</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.020</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.040</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.145</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>93.250</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	167.980
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>86.250</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>66.000</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.345</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.385</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	167.980
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.500</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.685</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.035</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.355</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>91.000</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.980</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.040</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.385</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 43: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Brandenburg an der Havel

Mittelbereich Brandenburg an der Havel 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	194	43.610
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	48	7.670
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	32	2.610
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	274	53.890
Bekleidung	86	17.070
Schuhe, Lederwaren	19	3.910
Uhren, Schmuck	15	675
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	30	9.080
Spielwaren, Musikinstrumente	8	2.055
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	25	4.300
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	10	4.805
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	33	8.675
Foto, Optik	17	1.160
Blumen, Topfpflanzen	39	2.585
Zoo- und Heimtierbedarf	9	3.000
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	291	57.315
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	14	12.205
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	41	43.760
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	810
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	61	56.775
SUMME	626	167.980

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 44: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Brandenburg an der Havel

Mittelbereich Brandenburg an der Havel 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	184,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	87,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	13,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	284,9
Bekleidung	42,5
Schuhe, Lederwaren	14,0
Uhren, Schmuck	6,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8,1
Spielwaren, Musikinstrumente	6,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	14,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	38,4
Foto, Optik	6,6
Blumen, Topfpflanzen	3,5
Zoo- und Heimtierbedarf	4,0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	150,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	27,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	28,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	10,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	66,4
SUMME	501,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.6 Mittelbereich Cottbus

In den Gemeinden im Mittelbereich Cottbus lebten im Jahr 2015 rund 128.600 Einwohner. Die 953 Einzelhandelsbetriebe in den Gemeinden des Mittelbereichs besaßen eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 269.600 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 2,10 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Oberzentrum Cottbus verfügt insgesamt über ca. 243.300 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,44 m² je EW der raumordnerischen Funktion entsprechend hoch.

Die Verkaufsflächenausstattung im Mittelbereich Cottbus liegt in allen drei Sortimentsgruppen (nahversorgungsrelevante, sonstige zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente) jeweils über dem Landesdurchschnitt. Das Oberzentrum Cottbus verfügt insbesondere bei sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten über eine hohe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (52 % gegenüber 53 % landesweit), liegt im Landesdurchschnitt. Diese machen eine Fläche von 140.400 m² aus. Auch der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt mit einem Anteil bezogen auf die Verkaufsfläche in etwa im Durchschnitt des Landes Brandenburg (15 % gegenüber 14 % landesweit). Im Oberzentrum Cottbus machen Fachmärkte 55 % der Verkaufsfläche aus und die des Facheinzelhandels 14 %. Somit liegen auch diese Werte in etwa im Landesdurchschnitt. Mit Ausnahme der Waren-/Kaufhäuser (7 % der Verkaufsfläche in Cottbus) wird die übrige Verkaufsfläche überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich ein nur knapp über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (45 % gegenüber 44 % landesweit). Ebenfalls leicht über dem Landesdurchschnitt liegt der Anteil der Verkaufsfläche in Stadt- und Ortszentren (21 % gegenüber 18 % landesweit). Im Oberzentrum Cottbus sind 20 % in Zentrumslage vorzufinden, weitere 4 % entfallen auf Nebenzentren. 44 % der Verkaufsfläche sind an Einzelstandorten in nicht integrierten Lagen vorzufinden.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort knapp über dem Brandenburger Durchschnitt (Kaufkraftkennziffer von 93,9 bzw. 93,1 gegenüber 92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Per Saldo sind im Mittelbereich Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen (Einzelhandelszentralität von 106).

Abb. 45: Datenblatt für den Mittelbereich Cottbus

Datenblatt für den Mittelbereich Cottbus 2016	
Einwohner (31.12.2015)	128.598
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	703,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.473
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	743,3
Einzelhandelszentralität	106
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	953
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>652</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>160</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>141</i>
Anzahl Leerstände	251
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,10
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,62</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,74</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,73</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	269.640
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.340</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.950</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.520</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>76.070</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>99.760</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	269.640
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>56.470</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.665</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.515</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>67.375</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>121.615</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	269.640
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>101.150</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>93.085</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.570</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.835</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	269.640
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.925</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>39.095</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.670</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.220</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>140.430</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.670</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.175</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.455</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 46: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Cottbus

Mittelbereich Cottbus 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	273	61.075
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	77	12.645
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	40	6.265
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	390	79.985
Bekleidung	151	33.425
Schuhe, Lederwaren	26	5.900
Uhren, Schmuck	24	1.380
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	54	13.795
Spielwaren, Musikinstrumente	10	3.270
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	32	7.850
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	24	8.425
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	59	12.250
Foto, Optik	25	1.465
Blumen, Topfpflanzen	43	3.215
Zoo- und Heimtierbedarf	12	4.570
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	460	95.545
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	26	46.715
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	67	45.635
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	10	1.760
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	103	94.110
SUMME	953	269.640

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 47: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Cottbus

Mittelbereich Cottbus 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	258,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	122,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	18,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	399,5
Bekleidung	59,5
Schuhe, Lederwaren	19,7
Uhren, Schmuck	9,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	11,4
Spielwaren, Musikinstrumente	8,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	20,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	8,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	53,9
Foto, Optik	9,3
Blumen, Topfpflanzen	5,0
Zoo- und Heimtierbedarf	5,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	211,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	37,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	40,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	14,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	93,1
SUMME	703,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.7 Mittelbereich Eberswalde

Der Mittelbereich Eberswalde wies im Jahr 2015 rund 76.700 Einwohner auf. Es befanden sich in den Gemeinden des Mittelbereichs 480 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 119.000 m². Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,55 m² Verkaufsfläche je Einwohner unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Eberswalde verfügt insgesamt über ca. 64.000 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,63 m² je EW allerdings unterdurchschnittlich und für ein Mittelzentrum im Landesvergleich gering.

Während sich bei der Nahversorgung die Versorgungsdichte im Mittelbereich leicht über dem Landesdurchschnitt befindet (0,62 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit), ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,40 m² je EW gegenüber 0,52 m² je EW landesweit) und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,53 m² je EW gegenüber 0,64 m² je EW landesweit) unterdurchschnittlich. Das Mittelzentrum Eberswalde verfügt bei nahversorgungsrelevanten (0,70 m² je EW) sowie bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,58 m² je EW) über überdurchschnittliche Werte. Bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,35 m² je EW) liegt allerdings eine deutlich geringere Versorgungsdichte vor.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt deutlich unter dem Landesdurchschnitt (41 % gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt dagegen anteilig knapp über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (17 % gegenüber 14 % landesweit). Im Mittelzentrum Eberswalde macht der Facheinzelhandel hohe 20 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte relativ geringe 34 %.

Im Mittelbereich Eberswalde befindet sich ein Verkaufsflächenanteil von 43 % in städtebaulich nicht integrierter Lage. Damit liegt der Mittelbereich in etwa im Landesdurchschnitt (44 % landesweit). Ein über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil befindet sich in Stadt- und Ortszentren (22 % gegenüber 18 % landesweit). Weitere 6 % sind in Nebenzentren vorzufinden. Im Mittelzentrum Eberswalde sind sehr hohe 30 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden, nur relativ geringe 36 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 89,1 bzw. 86,9 gegenüber 92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Der im Mittelbereich erzielte Umsatz erreicht nicht das vorhandene Kaufkraftvolumen. Es liegt eine Einzelhandelszentralität von 80 vor. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität bei 97. Damit sind auch im Zentralen Ort leichte Kaufkraftabflüsse per Saldo zu verzeichnen.

Abb. 48: Datenblatt für den Mittelbereich Eberswalde

Datenblatt für den Mittelbereich Eberswalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	76.741
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	398,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.194
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	317,2
Einzelhandelszentralität	80
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	480
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>331</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>66</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>83</i>
Anzahl Leerstände	151
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,55
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,62</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,53</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	119.035
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.895</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.085</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.100</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.055</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	119.035
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.380</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.140</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.000</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.935</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>51.580</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	119.035
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>80.635</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.660</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.630</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.110</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	119.035
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.115</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.185</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.985</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.380</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>48.520</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.970</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.920</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.960</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 49: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Eberswalde

Mittelbereich Eberswalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	176	40.130
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	32	5.030
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	26	2.370
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	234	47.530
Bekleidung	45	8.645
Schuhe, Lederwaren	9	2.185
Uhren, Schmuck	7	355
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	26	4.960
Spielwaren, Musikinstrumente	4	700
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	12	2.185
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	2.260
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	28	4.620
Foto, Optik	12	885
Blumen, Topfpflanzen	28	2.110
Zoo- und Heimtierbedarf	9	2.175
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	184	31.080
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	19	11.240
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	30	27.785
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	13	1.400
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	62	40.425
SUMME	480	119.035

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 50: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Eberswalde

Mittelbereich Eberswalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	146,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	69,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	10,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	226,2
Bekleidung	33,7
Schuhe, Lederwaren	11,1
Uhren, Schmuck	5,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6,4
Spielwaren, Musikinstrumente	4,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	11,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	30,5
Foto, Optik	5,3
Blumen, Topfpflanzen	2,8
Zoo- und Heimtierbedarf	3,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	119,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	21,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	22,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	8,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	52,7
SUMME	398,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.8 Mittelbereich Eisenhüttenstadt

Im Mittelbereich Eisenhüttenstadt lebten im Jahr 2015 rund 36.900 Einwohner. Die 213 Einzelhandelsbetriebe des Mittelbereichs besaßen eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 59.500 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,61 m² Verkaufsfläche je Einwohner geringer als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Eisenhüttenstadt verfügt insgesamt über ca. 56.500 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte liegt bei 1,86 m² je EW.

Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt in der Nahversorgung, den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sowie den nicht-zentrenrelevanten jeweils knapp unter dem Landesdurchschnitt. Das Mittelzentrum Eisenhüttenstadt verfügt bei sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten über eine leicht über dem Durchschnitt liegende Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt in etwa im Landesdurchschnitt (52 % gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel weist ebenfalls durchschnittliche Ausstattungswerte auf. Im Mittelzentrum Eisenhüttenstadt macht der Facheinzelhandel ebenfalls 14 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 54 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein außerordentlich geringer Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (34 %), dagegen ein sehr hoher Anteil in Stadt- und Ortszentren (31 %). Im Mittelzentrum Eisenhüttenstadt zeigt sich ein ähnliches Bild: Hier sind 32 % in Zentrumslage vorzufinden, weitere 32 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich insgesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse gering (Kaufkraftkennziffer von 87,5 bzw. 86,4 sowie 92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Im Mittelbereich liegt die Einzelhandelszentralität bei 84. Im Zentralen Ort Eisenhüttenstadt sind insgesamt ebenfalls leichte Kaufkraftabflüsse vorhanden (Einzelhandelszentralität: 96).

Abb. 51: Datenblatt für den Mittelbereich Eisenhüttenstadt

Datenblatt für den Mittelbereich Eisenhüttenstadt 2016	
Einwohner (31.12.2015)	36.930
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	188,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.101
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	158,2
Einzelhandelszentralität	84
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	213
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>140</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>40</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33</i>
Anzahl Leerstände	88
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,61
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	59.485
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.300</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.000</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.675</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.630</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.880</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	59.485
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.690</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.020</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.140</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.170</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	59.485
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.080</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.465</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.040</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.900</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	59.485
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.090</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.855</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.260</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.610</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.655</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.040</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 52: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Eisenhüttenstadt

Mittelbereich Eisenhüttenstadt 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	58	14.935
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	21	2.540
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	13	1.585
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	92	19.060
Bekleidung	26	5.435
Schuhe, Lederwaren	6	1.350
Uhren, Schmuck	3	140
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	10	3.670
Spielwaren, Musikinstrumente	1	370
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	880
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	2.500
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14	1.610
Foto, Optik	8	465
Blumen, Topfpflanzen	8	680
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.010
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	93	18.110
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8	10.085
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	19	11.950
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	280
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	28	22.315
SUMME	213	59.485

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 53: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Eisenhüttenstadt

Mittelbereich Eisenhüttenstadt 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	69,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	32,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	106,9
Bekleidung	15,9
Schuhe, Lederwaren	5,3
Uhren, Schmuck	2,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,0
Spielwaren, Musikinstrumente	2,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14,4
Foto, Optik	2,5
Blumen, Topfpflanzen	1,3
Zoo- und Heimtierbedarf	1,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	56,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	10,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,9
SUMME	188,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.9 Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda

Der Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda hatte im Jahr 2015 rund 36.100 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 391 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 82.900 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 2,30 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum in Funktionsteilung festgelegten Städte Elsterwerda und Bad Liebenwerda verfügen insgesamt über eine Verkaufsfläche von ca. 39.500 m² bzw. 28.300 m²; die Versorgungsdichte ist mit 4,82 m² je EW (Elsterwerda) bzw. 3,05 m² je EW (Bad Liebenwerda) deutlich überdurchschnittlich und für Mittelzentren im Landesvergleich sehr hoch.

Während bei der Nahversorgung und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich leicht über dem Landesdurchschnitt liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten deutlich höher. Die Städte Elsterwerda und Bad Liebenwerda verfügen sowohl bei den nahversorgungsrelevanten als auch bei den sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten über eine hohe Versorgungsdichte. Am deutlichsten zeigt sich diese in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten in der Stadt Elsterwerda mit 2,48 m² je EW (landesweit: 0,64 m² je EW).

Auffällig ist der erhöhte Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (61 % gegenüber 53 % landesweit), die auf sich eine Fläche von 50.500 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist mit 16 % anteilig ebenfalls etwas stärker ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (14 % landesweit). In den Städten Elsterwerda und Bad Liebenwerda macht der Facheinzelhandel 12 % bzw. 15 % der Verkaufsfläche aus. Die Verkaufsflächenanteile der Fachmärkte belaufen sich auf 69 % bzw. 64 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein leicht über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (49 %, landesweit: 44 %), dagegen ein leicht geringerer Anteil in Stadt- und Ortszentren (13 %, landesweit: 18 %). In den Städten Elsterwerda und Bad Liebenwerda sind 14 % bzw. 11 % in Zentrumslage vorzufinden, bzw. In Elsterwerda ist mit 75 % ein hoher Anteil der Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen vorzufinden, in Bad Liebenwerda ist dagegen mit 24 % ein deutlich unter dem Landesdurchschnitt befindlicher Anteil in nicht integrierten Lagen vorhanden.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich insgesamt als auch in den Mittelzentren in Funktionsteilung für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich ausgeprägt (Kaufkraftkennziffer von 86,2, Elsterwerda: 87,7; Bad Liebenwerda: 87,3; landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Die im Mittelbereich erzielten Umsätze übersteigen die vorhandene Kaufkraft, sodass insgesamt eine Einzelhandelszentralität von 105 vorliegt. Die Einzelhandelszentralität der Stadt Elsterwerda liegt bei 227, die von Bad Liebenwerda bei 120, die damit auch einen Großteil der Einzelhandelsumsätze des Mittelbereichs auf sich vereinen.

Abb. 54: Datenblatt für den Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda

Datenblatt für den Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda 2016	
Einwohner (31.12.2015)	36.094
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	181,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.022
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	191,1
Einzelhandelszentralität	105
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	391
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>58</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48</i>
Anzahl Leerstände	125
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,30
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,01</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	82.890
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.825</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.700</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.760</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.345</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.260</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	82.890
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.745</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.715</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.025</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.495</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.910</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	82.890
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.550</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.165</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>39.175</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	82.890
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.260</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.635</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.790</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.900</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>50.495</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 55: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda

Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	131	19.800
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22	3.095
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	13	975
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	166	23.870
Bekleidung	31	7.125
Schuhe, Lederwaren	9	1.285
Uhren, Schmuck	7	315
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	21	3.270
Spielwaren, Musikinstrumente	8	800
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	15	1.240
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	8	2.010
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	24	3.675
Foto, Optik	10	480
Blumen, Topfpflanzen	26	1.585
Zoo- und Heimtierbedarf	9	910
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	168	22.695
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8	15.555
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	42	20.325
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7	445
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	57	36.325
SUMME	391	82.890

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 56: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda

Mittelbereich Elsterwerda-Bad Liebenwerda 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	66,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	31,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	102,9
Bekleidung	15,3
Schuhe, Lederwaren	5,1
Uhren, Schmuck	2,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,9
Spielwaren, Musikinstrumente	2,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	13,9
Foto, Optik	2,4
Blumen, Topfpflanzen	1,3
Zoo- und Heimtierbedarf	1,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	54,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	9,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,0
SUMME	181,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.10 Mittelbereich Erkner

Die Gemeinden im Mittelbereich Erkner hatten im Jahr 2015 rund 32.100 Einwohner. Die 45.800 m² Verkaufsfläche verteilen sich auf 144 Einzelhandelsbetriebe. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,43 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich geringer als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Erkner verfügt insgesamt über ca. 19.200 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,65 m² je EW unterdurchschnittlich.

Während bei der Nahversorgung und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich leicht über dem Landesdurchschnitt liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten deutlich geringer. Das Mittelzentrum Erkner verfügt ebenso bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten über eine relativ hohe Versorgungsdichte (1,05 m² je EW, landesweit: 0,59 m² je EW), bei sonstigen zentrenrelevanten über eine durchschnittliche Versorgungsdichte (0,52 m² je EW zu 0,52 m² je EW landesweit) und bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten über eine deutlich geringere Versorgungsdichte (0,08 m² je EW, landesweit: 0,65 m² je EW).

Der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt mit 46 % (gegenüber 53 % landesweit) leicht unter dem Landesdurchschnitt. Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt anteilig im Durchschnitt des Landes Brandenburg. Im Mittelzentrum Erkner macht der Facheinzelhandel 17 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 29 %. Die übrige Verkaufsfläche wird fast ausschließlich von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich ein unter dem Landesdurchschnitt liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (32 %). Auffällig ist dagegen ein außergewöhnlich hoher Anteil in Stadt- und Ortszentren (46 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Erkner sind sogar 70 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage zu finden, lediglich 14 % befinden sich in nicht integrierten Lagen (landesweit: 44 %).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich für Brandenburger Verhältnisse relativ hoch (Kaufkraftkennziffer von 97,8; landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Im Zentralen Ort liegt die Kaufkraftkennziffer mit 90,6 leicht unter dem Landesdurchschnitt. Der im Mittelbereich erzielte Umsatz liegt deutlich unter der vorhandenen Kaufkraft. Die Einzelhandelszentralität weist einen Wert von 63 auf. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 96 zwar deutlich höher als im Mittelbereich gesamt, es werden jedoch auch hier nicht Werte erreicht, die per Saldo Kaufkraftzuflüsse widerspiegeln.

Abb. 57: Datenblatt für den Mittelbereich Erkner

Datenblatt für den Mittelbereich Erkner 2016	
Einwohner (31.12.2015)	32.071
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	97,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	182,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.703
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	115,2
Einzelhandelszentralität	63
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	144
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>88</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
Anzahl Leerstände	24
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,43
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.825
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.915</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.935</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.365</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.560</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.825
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.055</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.945</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.045</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.780</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.825
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.465</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.875</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.475</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.010</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.825
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.820</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.440</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.195</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.140</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 58: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Erkner

Mittelbereich Erkner 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	44	17.530
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14	2.900
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	11	1.130
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	69	21.560
Bekleidung	15	3.915
Schuhe, Lederwaren	1	460
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	2.340
Spielwaren, Musikinstrumente	1	140
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	495
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	715
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	890
Foto, Optik	4	180
Blumen, Topfpflanzen	12	9.545
Zoo- und Heimtierbedarf	1	470
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	55	19.285
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	1.265
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10	3.275
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	440
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20	4.980
SUMME	144	45.825

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 59: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Erkner

Mittelbereich Erkner 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	67,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	31,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	103,8
Bekleidung	15,5
Schuhe, Lederwaren	5,1
Uhren, Schmuck	2,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,9
Spielwaren, Musikinstrumente	2,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14,0
Foto, Optik	2,4
Blumen, Topfpflanzen	1,3
Zoo- und Heimtierbedarf	1,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	54,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	9,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,2
SUMME	182,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.11 Mittelbereich Falkensee

In dem im Jahr 2015 rund 81.900 Einwohner fassenden Mittelbereich Falkensee sind 432 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 139.100 m² vorhanden. Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt bei 1,70 m² Verkaufsfläche je Einwohner leicht unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Falkensee verfügt insgesamt über ca. 60.500 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,42 m² je EW unterdurchschnittlich.

Während in den zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich über dem Landesdurchschnitt liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten deutlich geringer. Das Mittelzentrum Falkensee verfügt insbesondere bei nahversorgungsrelevanten (mit 0,44 m² je EW, landesweit: 0,59 m² je EW) und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (mit 0,34 m² je EW, landesweit: 0,52 m² je EW) über eine relativ geringe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (41 % gegenüber 53 % landesweit), ist vergleichsweise gering. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen mit 23 % deutlich stärker ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Dies geht insbesondere auf die Gemeinden außerhalb des Zentralen Ortes zurück: Im Mittelzentrum Falkensee macht der Facheinzelhandel lediglich 10 % der Verkaufsfläche aus. Die der Fachmärkte beträgt 59 % und liegt damit etwas höher als der Landesdurchschnitt (=53 %).

Im Mittelbereich befindet sich ein knapp über dem Durchschnitt (landesweit: 44 %) liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (46 %). Leicht unter dem Durchschnitt (landesweit: 18 %) befindet sich mit 15 % der Anteil in Stadt- und Ortszentren. Im Mittelzentrum Falkensee ist immerhin knapp ein Viertel der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden. Auffällig ist hier die Verkaufsfläche in Nebenzentren: Über die Hälfte der gesamten Verkaufsfläche entfällt auf das Nebenzentrum Falkenhöh. Nicht integrierte Lagen machen in Falkensee nur einen Anteil von 4 % aus.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse hoch und übersteigt auch den Durchschnitt für Deutschland (Kaufkraftkennziffer von 101,4 bzw. 102,3; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich weist einen Wert von 82 auf, sodass per Saldo Kaufkraftabflüsse bestehen. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 55 deutlich niedriger als im Mittelbereich gesamt, was für das Mittelzentrum selbst die niedrige Versorgungsdichte und Handelszentralität bei fast allen Warengruppen widerspiegelt.

Abb. 60: Datenblatt für den Mittelbereich Falkensee

Datenblatt für den Mittelbereich Falkensee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	81.852
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	101,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	483,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.910
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	398,0
Einzelhandelszentralität	82
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	432
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>244</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>103</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>85</i>
Anzahl Leerstände	56
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,70
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	139.120
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.980</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.325</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.375</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>49.990</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	139.120
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.705</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.790</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.350</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.960</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>63.315</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	139.120
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>77.090</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.780</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.910</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.460</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.880</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	139.120
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.650</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.545</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.115</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.035</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>56.880</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.840</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.275</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 61: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Falkensee

Mittelbereich Falkensee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	112	39.420
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	29	5.725
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	18	2.250
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	159	47.395
Bekleidung	103	23.445
Schuhe, Lederwaren	23	6.100
Uhren, Schmuck	14	720
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	22	7.250
Spielwaren, Musikinstrumente	5	2.250
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	14	2.685
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	2.155
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14	4.525
Foto, Optik	10	775
Blumen, Topfpflanzen	17	1.415
Zoo- und Heimtierbedarf	8	3.275
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	235	54.595
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	7.190
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	28	29.145
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	795
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	38	37.130
SUMME	432	139.120

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 62: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Falkensee

Mittelbereich Falkensee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	177,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	84,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	12,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	274,6
Bekleidung	40,9
Schuhe, Lederwaren	13,5
Uhren, Schmuck	6,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7,8
Spielwaren, Musikinstrumente	6,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	14,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	37,0
Foto, Optik	6,4
Blumen, Topfpflanzen	3,4
Zoo- und Heimtierbedarf	3,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	145,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	26,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	27,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	10,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	64,0
SUMME	483,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.12 Mittelbereich Finsterwalde

Im Mittelbereich Finsterwalde lebten im Jahr 2015 rund 39.100 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 371 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 80.800 m². Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt mit 2,06 m² Verkaufsfläche je Einwohner höher als der Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Finsterwalde verfügt insgesamt über ca. 46.600 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,82 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt bezogen auf die nahversorgungsrelevanten, sonstigen zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimente jeweils über dem Landesdurchschnitt. Das Mittelzentrum Finsterwalde verfügt jeweils über eine noch deutlich höhere Versorgungsdichte.

Auffällig ist der relativ geringe Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (34 % gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt bezogen auf den Anteil der Verkaufsfläche mit 15 % knapp über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Finsterwalde macht der Facheinzelhandel 17 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 56 % - beide Werte liegen leicht über dem Landesdurchschnitt (14 % bzw. 53 %).

Im Mittelbereich befindet sich ein außerordentlich geringer Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (25 %), dagegen ein relativ hoher Anteil in Stadt- und Ortszentren (26 %). Im Mittelzentrum Finsterwalde sind sogar 28 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden, weitere 15 % befinden sich in Nebenzentren. Lediglich 3 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich insgesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse gering (Kaufkraftkennziffer von 85,4 bzw. 85,1; landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Der im Mittelbereich erzielte Umsatz liegt in etwa genauso hoch wie die Kaufkraft, sodass eine Einzelhandelszentralität von 100 vorliegt. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 141 nochmals deutlich höher als im Mittelbereich insgesamt, was für das Mittelzentrum selbst eine hohe Versorgungsdichte und Handelszentralität bei fast allen Warengruppen widerspiegelt.

Abb. 63: Datenblatt für den Mittelbereich Finsterwalde

Datenblatt für den Mittelbereich Finsterwalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	39.135
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	194,8
Kaufkraft je Einwohner in €	4.978
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	194,6
Einzelhandelszentralität	100
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	371
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>271</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>52</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48</i>
Anzahl Leerstände	152
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,06
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	80.775
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.195</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.640</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.720</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.420</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	80.775
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.180</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.175</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.600</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.010</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.810</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	80.775
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.195</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.580</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.480</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.520</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	80.775
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.430</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.215</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.475</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.315</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.645</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>480</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 64: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Finsterwalde

Mittelbereich Finsterwalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	115	21.800
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	21	3.465
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	21	1.325
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	157	26.590
Bekleidung	39	6.155
Schuhe, Lederwaren	8	1.040
Uhren, Schmuck	6	270
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	29	5.285
Spielwaren, Musikinstrumente	5	590
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	11	1.015
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	8	1.615
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	28	3.330
Foto, Optik	8	485
Blumen, Topfpflanzen	24	2.780
Zoo- und Heimtierbedarf	2	1.115
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	168	23.680
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	2.265
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	34	27.705
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	535
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	46	30.505
SUMME	371	80.775

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 65: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Finsterwalde

Mittelbereich Finsterwalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	71,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	33,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	110,6
Bekleidung	16,5
Schuhe, Lederwaren	5,4
Uhren, Schmuck	2,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,1
Spielwaren, Musikinstrumente	2,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14,9
Foto, Optik	2,6
Blumen, Topfpflanzen	1,4
Zoo- und Heimtierbedarf	1,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	58,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	10,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25,8
SUMME	194,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.13 Mittelbereich Forst (Lausitz)

Der Mittelbereich Forst (Lausitz) zählte im Jahr 2015 rund 30.600 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 201 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 46.300 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,51 m² Verkaufsfläche je Einwohner geringer als der Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Forst (Lausitz) verfügt insgesamt über ca. 35.200 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,87 m² je EW leicht überdurchschnittlich.

Während bei der Nahversorgung die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,58 m² je EW in etwa im Landesdurchschnitt (=0,59 m² je EW) liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterdurchschnittlich (0,42 und 0,51 m² je EW gegenüber 0,52 und 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Forst (Lausitz) verfügt in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit 0,72 m² je EW über eine überdurchschnittliche Versorgungsdichte, bei sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,52 und 0,63 m² je EW) über eine nahezu durchschnittliche Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 50 % (gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist anteilig mit 18 % etwas stärker ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Forst (Lausitz) macht der Facheinzelhandel 15 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 52 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein außerordentlich geringer Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (11 %, landesweit: 44 %), dagegen ein sehr hoher Anteil in Stadt- und Ortszentren (41 %, landesweit: 18 %). Den größten Anteil machen mit 49 % die integrierten Lagen aus. Im Mittelzentrum Forst (Lausitz) ist diese Tendenz noch deutlicher ausgeprägt: Weniger als 1 % der Verkaufsfläche findet sich in nicht integrierter Lage. Der Anteil der Verkaufsfläche in Stadt- und Ortszentren beläuft sich auf 40 %, sonstige integrierte Lagen haben einen Anteil von 60 %.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich insgesamt (Kaufkraftkennziffer von 86,9) als auch im Zentralen Ort (86,0) für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Der Mittelbereich weist eine Einzelhandelszentralität von 76 auf. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 100 genau im 1:1-Verhältnis von Umsätzen und Kaufkraftvolumen.

Abb. 66: Datenblatt für den Mittelbereich Forst (Lausitz)

Datenblatt für den Mittelbereich Forst (Lausitz) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	30.608
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	155,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.067
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	118,0
Einzelhandelszentralität	76
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	201
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>147</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
Anzahl Leerstände	132
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,51
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,42</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.340
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.615</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.645</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.080</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.700</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.340
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.845</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.595</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.900</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.340
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.290</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.785</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.265</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.340
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.895</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.140</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.440</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.170</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.200</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 67: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Forst (Lausitz)

Mittelbereich Forst (Lausitz) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	78	15.115
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7	1.915
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	760
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	94	17.790
Bekleidung	19	3.170
Schuhe, Lederwaren	3	975
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	13	3.750
Spielwaren, Musikinstrumente	2	225
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7	685
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.225
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	1.165
Foto, Optik	5	225
Blumen, Topfpflanzen	14	710
Zoo- und Heimtierbedarf	3	565
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	82	12.830
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	2.825
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	18	12.675
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	220
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	15.720
SUMME	201	46.340

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 68: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Forst (Lausitz)

Mittelbereich Forst (Lausitz) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	56,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	27,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	88,0
Bekleidung	13,1
Schuhe, Lederwaren	4,3
Uhren, Schmuck	2,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,9
Foto, Optik	2,0
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	46,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,5
SUMME	155,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.14 Mittelbereich Frankfurt (Oder)

Im Mittelbereich Frankfurt (Oder) lebten im Jahr 2015 rund 87.300 Einwohner. In den Gemeinden des Mittelbereichs sind 480 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 154.900 m² vorzufinden. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,77 m² Verkaufsfläche je Einwohner knapp über dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Oberzentrum Frankfurt (Oder) verfügt insgesamt über ca. 132.000 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,27 m² je EW überdurchschnittlich.

Während die Versorgungsdichte im Mittelbereich bei der Nahversorgung mit 0,58 m² je EW in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (=0,59 m² je EW) und in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten und 0,70 m² je EW leicht darüber (=0,64 m² je EW) liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten leicht unterdurchschnittlich (0,49 gegenüber 0,52 m² je EW). Das Oberzentrum Frankfurt (Oder) verfügt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit 0,70 m² je EW über eine überdurchschnittliche Versorgungsdichte, bei sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,68 und 0,89 m² je EW) ebenfalls.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 56 % (gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist anteilig bezogen auf die Verkaufsfläche mit 11 % etwas schwächer ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Oberzentrum Frankfurt (Oder) machen die Fachmärkte 57 %, der Facheinzelhandel 12 % der Verkaufsfläche aus. Damit zeigen sowohl die Verkaufsflächenanteile der Mittelbereiche als auch die des Zentralen Ortes gleiche Tendenzen.

Im Mittelbereich befindet sich in etwa die Hälfte der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (50 %, landesweit: 44 %), dagegen ein leicht unter dem Durchschnitt liegender Anteil in Stadt- und Ortszentren (16 %, landesweit: 18 %). Knapp ein Viertel der Verkaufsfläche findet sich in integrierten Lagen (23 %). Im Oberzentrum Frankfurt (Oder) befinden sich mit 56 % nochmals mehr flächenintensive Einzelhandelsverkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen. 17 % der Verkaufsflächen sind in Stadt- und Ortszentrum zu finden, ein weiteres Prozent in Nebenzentren.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt (Kaufkraftkennziffer von 92,6) als auch im Zentralen Ort (91,9) für Brandenburger Verhältnisse leicht unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Im Mittelbereich liegt eine Einzelhandelszentralität von 86 vor. Die Einzelhandelszentralität von 112 der Stadt Frankfurt (Oder) gibt die Bedeutung des Oberzentrums für den Mittelbereich wieder.

Abb. 69: Datenblatt für den Mittelbereich Frankfurt (Oder)

Datenblatt für den Mittelbereich Frankfurt (Oder) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	87.297
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	471,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.395
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	403,4
Einzelhandelszentralität	86
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	480
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>314</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>74</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>92</i>
Anzahl Leerstände	209
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,77
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	154.945
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.130</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.295</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>54.600</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.820</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	154.945
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.100</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.965</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.750</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.035</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>78.095</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	154.945
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>63.905</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.005</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.580</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.455</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	154.945
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.765</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.560</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.835</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.550</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>87.520</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.925</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 70: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Frankfurt (Oder)

Mittelbereich Frankfurt (Oder) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	160	40.135
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	38	7.710
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	25	2.685
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	223	50.530
Bekleidung	61	15.380
Schuhe, Lederwaren	13	3.100
Uhren, Schmuck	7	320
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	24	5.920
Spielwaren, Musikinstrumente	5	1.070
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	13	2.850
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	3.230
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	30	6.025
Foto, Optik	10	675
Blumen, Topfpflanzen	23	2.075
Zoo- und Heimtierbedarf	8	2.555
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	201	43.200
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	22	32.070
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	27	28.195
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7	950
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	56	61.215
SUMME	480	154.945

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 71: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Frankfurt (Oder)

Mittelbereich Frankfurt (Oder) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	173,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	81,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	12,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	267,3
Bekleidung	39,8
Schuhe, Lederwaren	13,2
Uhren, Schmuck	6,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7,6
Spielwaren, Musikinstrumente	5,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	13,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	36,0
Foto, Optik	6,2
Blumen, Topfpflanzen	3,3
Zoo- und Heimtierbedarf	3,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	141,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	25,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	27,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	9,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	62,3
SUMME	471,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.15 Mittelbereich Fürstenwalde/Spree

Im rund 52.800 Einwohner fassenden Mittelbereich Fürstenwalde/Spree existierten 318 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 119.200 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 2,26 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Fürstenwalde/Spree verfügt insgesamt über 233 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 80.600 m². Die Versorgungsdichte ist mit 2,54 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt in den nahversorgungs-, zentren- und nichtzentrenrelevanten Sortimenten jeweils über dem Landesdurchschnitt. Das Mittelzentrum Fürstenwalde/Spree verfügt ebenfalls über eine gute Versorgungsdichte. Bei den nichtzentrenrelevanten Sortimenten liegt die Versorgungsdichte mit 1,21 m² je EW fast doppelt so hoch wie im Landesdurchschnitt (0,64 m² je EW).

Der Fachmarktanteil an der Gesamtverkaufsfläche im Mittelbereich liegt mit 61 % über dem Landesdurchschnitt (53 % landesweit). Es existiert eine Verkaufsfläche von ca. 72.600 m² in Fachmärkten. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen mit 9 % anteilig deutlich schwächer ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Fürstenwalde/Spree zeigt sich ein ähnliches Bild: Hier macht der Facheinzelhandel 10 % der Verkaufsfläche aus, der Fachmarktanteil liegt bei 59 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein außerordentlich hoher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (73 %). Der Durchschnitt des Landes Brandenburg liegt bei 44 %. Dagegen befindet sich ein relativ geringer Anteil in Stadt- und Ortszentren (14 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Fürstenwalde/Spree zeigt sich ein leicht abweichendes Bild: Hier sind immerhin 19 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden, zwei Drittel der Gesamtverkaufsfläche vereinen Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen auf sich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt im Mittelbereich mit 86,9 zwar über dem des Zentralen Ortes Fürstenwalde/Spree (83,3), reicht allerdings nicht an den Brandenburger Durchschnitt von 92,9 heran. Der im Mittelbereich erzielte Umsatz erreicht fast die vorhandene Kaufkraft. Die Einzelhandelszentralität liegt bei 98. Im Mittelzentrum Fürstenwalde/Spree liegt ein Zentralitätswert von 113 vor. Insgesamt liegt eine Einzelhandelszentralität über alle Sortimente von 125 vor. Dies zeigt die hohe Bedeutung des Mittelzentrums für den Mittelbereich.

Abb. 72: Datenblatt für den Mittelbereich Fürstenwalde/Spree

Datenblatt für den Mittelbereich Fürstenwalde/Spree 2016	
Einwohner (31.12.2015)	52.805
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	267,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.062
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	263,0
Einzelhandelszentralität	98
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	318
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>212</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>44</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>62</i>
Anzahl Leerstände	68
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,26
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,08</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	119.205
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.495</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.130</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.580</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>46.400</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	119.205
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.555</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.375</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.060</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.575</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>86.640</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	119.205
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.635</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.735</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.425</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.410</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	119.205
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.340</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.910</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.860</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>72.645</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.180</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>840</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.540</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 73: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Fürstenwalde/Spree

Mittelbereich Fürstenwalde/Spree 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	94	27.425
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22	4.395
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	11	1.430
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	127	33.250
Bekleidung	41	7.180
Schuhe, Lederwaren	11	2.135
Uhren, Schmuck	4	210
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	18	6.235
Spielwaren, Musikinstrumente	2	665
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	17	1.500
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	3.610
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	19	2.925
Foto, Optik	8	465
Blumen, Topfpflanzen	19	1.880
Zoo- und Heimtierbedarf	6	2.130
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	152	28.935
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	12	26.515
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	21	29.405
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	1.100
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	39	57.020
SUMME	318	119.205

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 74: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Fürstenwalde/Spree

Mittelbereich Fürstenwalde/Spree 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	98,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	46,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	151,7
Bekleidung	22,6
Schuhe, Lederwaren	7,5
Uhren, Schmuck	3,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4,3
Spielwaren, Musikinstrumente	3,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	20,5
Foto, Optik	3,5
Blumen, Topfpflanzen	1,9
Zoo- und Heimtierbedarf	2,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	80,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	14,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	15,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	35,4
SUMME	267,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.16 Mittelbereich Guben

Der Mittelbereich Guben wies im Jahr 2015 rund 32.200 Einwohner auf. Es befanden sich in den Gemeinden des Mittelbereichs 240 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 66.500 m². Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 2,06 m² Verkaufsfläche je Einwohner über dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Guben verfügt insgesamt über 17.600 EW und ca. 49.700 m² Verkaufsfläche, die sich auf 157 Einzelhandelsbetriebe verteilen. Die Versorgungsdichte ist mit 2,82 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

Während sich bei der Nahversorgung (0,72 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit) und bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,88 m² je EW gegenüber 0,64 m² je EW landesweit) die Versorgungsdichte im Mittelbereich über dem Landesdurchschnitt befindet, ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,46 m² je EW gegenüber 0,52 m² je EW landesweit) leicht unterdurchschnittlich. Das Mittelzentrum Guben verfügt bei nahversorgungsrelevanten (0,98 m² je EW) sowie bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (1,19 m² je EW) über deutlich überdurchschnittliche Werte. Diese verdeutlichen die Bedeutung des Mittelzentrums für den gesamten Mittelbereich. Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten entspricht der Wert für Guben (0,65 m² je EW) etwa dem Landesdurchschnitt.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt knapp über dem Landesdurchschnitt (55 % gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt anteilig in etwa genau im Durchschnitt des Landes Brandenburg (beide 14 %). Im Mittelzentrum Guben macht der Facheinzelhandel ebenfalls 14 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 56 %.

Im Mittelbereich Guben befindet sich ein Verkaufsflächenanteil von 41 % in städtebaulich nicht integrierter Lage. Damit liegt der Mittelbereich leicht unter dem Landesdurchschnitt (44 % landesweit). Einen außerordentlich geringen Anteil nehmen die Verkaufsflächen in Stadt- und Ortszentren ein. Hier sind lediglich 6 % der Verkaufsflächen vorzufinden (gegenüber 18 % landesweit). Im Mittelzentrum Guben sind sehr hohe 40 % der Verkaufsfläche in nicht integrierten Lagen vorzufinden, nur 4 % der Verkaufsfläche befinden sich in Zentrumslage. Einen relativ hohen Anteil an der Gesamtverkaufsfläche besitzen dafür im Mittelbereich und im Mittelzentrum die Nahversorgungsbereiche.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 89,5 bzw. 86,3 gegenüber 92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Der Mittelbereich weist eine Einzelhandelszentralität von 92 auf. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität bei 131. Damit sind im Zentralen Ort deutliche Kaufkraftzuflüsse per Saldo zu verzeichnen.

Abb. 75: Datenblatt für den Mittelbereich Guben

Datenblatt für den Mittelbereich Guben 2016	
Einwohner (31.12.2015)	32.239
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	168,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.216
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	155,4
Einzelhandelszentralität	92
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	240
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>170</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>37</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33</i>
Anzahl Leerstände	118
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,06
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,72</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,46</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,88</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	66.505
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.650</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.650</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.045</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.610</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	66.505
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.705</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.135</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.720</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.945</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	66.505
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.745</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.800</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.455</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.505</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	66.505
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.005</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.130</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.575</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.400</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.420</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 76: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Guben

Mittelbereich Guben 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	77	19.355
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14	2.840
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	13	1.020
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	104	23.215
Bekleidung	24	4.390
Schuhe, Lederwaren	5	1.120
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	11	2.870
Spielwaren, Musikinstrumente	1	330
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	13	1.285
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	8	1.405
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11	1.300
Foto, Optik	6	270
Blumen, Topfpflanzen	17	1.095
Zoo- und Heimtierbedarf	1	695
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	100	14.895
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	11.475
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	27	16.490
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	430
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	36	28.395
SUMME	240	66.505

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 77: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Guben

Mittelbereich Guben 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	61,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	29,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	95,4
Bekleidung	14,2
Schuhe, Lederwaren	4,7
Uhren, Schmuck	2,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,7
Spielwaren, Musikinstrumente	2,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	12,9
Foto, Optik	2,2
Blumen, Topfpflanzen	1,2
Zoo- und Heimtierbedarf	1,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	50,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	9,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22,2
SUMME	168,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.17 Mittelbereich Hennigsdorf

Im Mittelbereich Hennigsdorf lebten im Jahr 2015 rund 48.900 Einwohner. In den Gemeinden des Mittelbereichs sind 216 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 73.000 m² vorzufinden. Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,49 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Hennigsdorf mit seinen 26.300 Einwohnern verfügt insgesamt über ca. 37.300 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,42 m² je EW ebenfalls deutlich unterdurchschnittlich.

Während bei der Nahversorgung sowie den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit jeweils 0,41 m² je EW unter dem Landesdurchschnitt (=0,59 m² je EW nahversorgungsrelevante Sortimente und 0,52 m² je EW sonstige zentrenrelevante Sortimente) liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten leicht überdurchschnittlich (0,67 gegenüber 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Hennigsdorf verfügt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (mit 0,34 m² je EW) und den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,36 m² je EW) über eine nochmals unterdurchschnittlichere Versorgungsdichte, bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten dagegen liegt der Wert (0,72 m² je EW) über dem Durchschnitt.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 66 % (gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist anteilig bezogen auf die Verkaufsfläche mit 10 % etwas schwächer ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Hennigsdorf machen die Fachmärkte 65 % und der Facheinzelhandel 13 % der Verkaufsfläche aus. Damit zeigen sowohl die Verkaufsflächenanteile des Mittelbereichs als auch die des Zentralen Ortes in etwa gleiche Tendenzen. Der Facheinzelhandel ist im Mittelzentrum etwas stärker ausgeprägt.

Im Mittelbereich befindet sich ein überwiegender Teil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (59 %, landesweit: 44 %), dagegen ein nur leicht über dem Durchschnitt liegender Anteil in Stadt- und Ortszentren (20 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Hennigsdorf befinden sich mit 65 % nochmals mehr flächenintensive Einzelhandelsverkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen. 22 % der Verkaufsflächen sind im Stadt- und Ortszentrum zu finden.

Während die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Mittelbereich gesamt (Kaufkraftkennziffer von 93,1) für Brandenburger Verhältnisse leicht überdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 92,9 landesweit; indexiert, D= 100) ist, liegt Hennigsdorf mit 90,6 leicht unter dem Landesdurchschnitt. Im Mittelbereich liegt eine Einzelhandelszentralität von 71 vor. Die Einzelhandelszentralität der Stadt Hennigsdorf liegt bei 70 und ist für ein Mittelzentrum deutlich zu gering.

Abb. 78: Datenblatt für den Mittelbereich Hennigsdorf

Datenblatt für den Mittelbereich Hennigsdorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	48.906
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	265,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.425
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	187,8
Einzelhandelszentralität	71
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	216
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>144</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>37</i>
Anzahl Leerstände	85
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,49
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	73.000
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.480</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.250</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.830</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.400</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.040</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	73.000
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.405</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>860</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.440</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.325</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.970</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	73.000
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.230</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.610</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.885</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.275</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	73.000
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.525</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.620</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.545</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.170</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.835</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>670</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 79: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Hennigsdorf

Mittelbereich Hennigsdorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	73	15.805
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	25	3.170
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	11	900
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	109	19.875
Bekleidung	22	4.325
Schuhe, Lederwaren	3	890
Uhren, Schmuck	5	235
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	16	7.890
Spielwaren, Musikinstrumente	1	120
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7	1.295
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	1.225
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	13	1.945
Foto, Optik	3	145
Blumen, Topfpflanzen	11	1.190
Zoo- und Heimtierbedarf	2	1.015
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	86	20.275
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	12.100
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	14	20.250
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	500
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21	32.850
SUMME	216	73.000

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 80: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Hennigsdorf

Mittelbereich Hennigsdorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	97,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	46,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	150,6
Bekleidung	22,4
Schuhe, Lederwaren	7,4
Uhren, Schmuck	3,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4,3
Spielwaren, Musikinstrumente	3,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	20,3
Foto, Optik	3,5
Blumen, Topfpflanzen	1,9
Zoo- und Heimtierbedarf	2,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	79,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	14,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	15,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	35,1
SUMME	265,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.18 Mittelbereich Herzberg (Elster)

Der Mittelbereich Herzberg (Elster) zählte im Jahr 2015 rund 29.400 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 258 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 43.800 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,49 m² Verkaufsfläche je Einwohner geringer als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Herzberg (Elster) verfügt bei 110 Einzelhandelsbetrieben insgesamt über ca. 23.700 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist im Gegensatz zum Mittelbereich mit 2,61 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

Während bei der Nahversorgung die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,64 m² je EW leicht über dem Landesdurchschnitt (=0,59 m² je EW) liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterdurchschnittlich (0,38 und 0,47 m² je EW gegenüber 0,52 und 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Herzberg (Elster) verfügt bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit 1,10 m² je EW über eine deutlich überdurchschnittliche Versorgungsdichte, bei sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,78 und 0,74 m² je EW) ebenfalls über eine überdurchschnittliche Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 46 % (gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist anteilig mit 18 % etwas stärker ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Herzberg (Elster) macht der Facheinzelhandel 15 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 52 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein relativ geringer Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (30 %, landesweit: 44 %), dagegen ein relativ hoher Anteil in Stadt- und Ortszentren (23 %, landesweit: 18 %). Den größten Anteil machen mit 47 % die integrierten Lagen aus. Im Mittelzentrum Herzberg (Elster) ist diese Tendenz noch etwas deutlicher ausgeprägt: 27 % der Verkaufsflächen befinden sich in nicht integrierter Lage. Der Anteil der Verkaufsfläche in Stadt- und Ortszentren beläuft sich auf 32 %. Sonstige integrierte Lagen haben einen Anteil von 41 %.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt (Kaufkraftkennziffer von 85,9) als auch im Zentralen Ort (87,7) für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität des Mittelbereichs beträgt 78. Für den Zentralen Ort dagegen liegt die Einzelhandelszentralität über alle Sortimente betrachtet bei 134.

Abb. 81: Datenblatt für den Mittelbereich Herzberg (Elster)

Datenblatt für den Mittelbereich Herzberg (Elster) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	29.444
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	147,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.006
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	114,4
Einzelhandelszentralität	78
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	258
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>188</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35</i>
Anzahl Leerstände	119
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,49
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,64</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,38</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,47</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	43.830
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.460</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.250</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.505</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.615</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	43.830
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.130</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.580</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.030</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	43.830
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.505</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.885</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.440</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	43.830
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.185</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.990</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.770</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.230</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 82: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Herzberg (Elster)

Mittelbereich Herzberg (Elster) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	98	15.930
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	17	2.145
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	11	790
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	126	18.865
Bekleidung	24	3.275
Schuhe, Lederwaren	4	760
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	10	2.010
Spielwaren, Musikinstrumente	2	295
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	505
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	1.310
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	16	850
Foto, Optik	4	180
Blumen, Topfpflanzen	15	1.245
Zoo- und Heimtierbedarf	3	690
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	92	11.255
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	3.540
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	28	9.900
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	270
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	40	13.710
SUMME	258	43.830

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 83: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Herzberg (Elster)

Mittelbereich Herzberg (Elster) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	54,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	25,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	83,7
Bekleidung	12,5
Schuhe, Lederwaren	4,1
Uhren, Schmuck	1,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,3
Foto, Optik	1,9
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	44,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,5
SUMME	147,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.19 Mittelbereich Jüterbog

Im Mittelbereich Jüterbog lebten im Jahr 2015 rund 27.800 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 235 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 51.400 m². Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt mit 1,85 m² Verkaufsfläche je Einwohner über dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Finsterwalde verfügt insgesamt über 133 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 32.100 m²; die Versorgungsdichte ist mit 2,61 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt bezogen auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente (0,58 m² je EW) in etwa im Landesdurchschnitt (=0,59 m² je EW). Bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,82 m² je EW) ist die Versorgungsdichte über dem Landesdurchschnitt (=0,64 m² je EW). In den zentrenrelevanten Sortimenten liegt die Versorgungsdichte mit 0,44 m² je EW dagegen unter dem Landesdurchschnitt (0,52 m² je EW). Das Mittelzentrum Jüterbog verfügt jeweils über eine deutlich höhere Versorgungsdichte: Die Werte liegen bei 0,78 m² je EW (nahversorgungsrelevante Sortimente), 0,74 m² je EW (zentrenrelevante Sortimente) und 1,09 m² je EW (nicht-zentrenrelevante Sortimente).

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt im Landesdurchschnitt (52 % gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt bezogen auf den Anteil der Verkaufsfläche mit 17 % leicht über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Jüterbog macht der Facheinzelhandel 16 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 54 % - beide Werte liegen leicht über dem Landesdurchschnitt (14 % bzw. 53 %).

Im Mittelbereich befindet sich ein relativ moderater Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (37 %, landesweit: 44 %), dagegen ein relativ hoher Anteil in Stadt- und Ortszentren (28 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Jüterbog sind sogar 30 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden. 30 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse gering (Kaufkraftkennziffer von 84,1 bzw. 85,1; landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Der im Mittelbereich erzielte Umsatz liegt unter dem Kaufkraftvolumen, sodass per Saldo Kaufkraftabflüsse bestehen. Die Einzelhandelszentralität liegt bei 86. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 128 deutlich höher als im Mittelbereich gesamt, was für das Mittelzentrum selbst eine hohe Versorgungsdichte und Handelszentralität bei fast allen Warengruppen widerspiegelt.

Abb. 84: Datenblatt für den Mittelbereich Jüterbog

Datenblatt für den Mittelbereich Jüterbog 2016	
Einwohner (31.12.2015)	27.824
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	136,4
Kaufkraft je Einwohner in €	4.902
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	116,8
Einzelhandelszentralität	86
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	235
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>173</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
Anzahl Leerstände	103
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,85
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,44</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,82</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	51.370
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.785</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.865</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.220</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	51.370
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.355</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.260</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.510</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.245</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	51.370
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.845</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.280</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.245</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	51.370
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.010</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.075</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.485</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.630</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.495</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.000</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 85: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Jüterbog

Mittelbereich Jüterbog 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	74	13.750
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14	1.570
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8	760
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	96	16.080
Bekleidung	24	2.985
Schuhe, Lederwaren	6	995
Uhren, Schmuck	7	320
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	25	3.305
Spielwaren, Musikinstrumente	1	310
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	690
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	1.125
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	15	1.575
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	11	670
Zoo- und Heimtierbedarf	1	230
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	104	12.340
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8	8.290
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	21	13.370
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	1.290
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	35	22.950
SUMME	235	51.370

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 86: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Jüterbog

Mittelbereich Jüterbog 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	50,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	23,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	77,4
Bekleidung	11,5
Schuhe, Lederwaren	3,8
Uhren, Schmuck	1,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,4
Foto, Optik	1,8
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	40,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,0
SUMME	136,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.20 Mittelbereich Königs Wusterhausen

In dem im Jahr 2015 rund 67.700 Einwohner umfassenden Mittelbereich Königs Wusterhausen sind 333 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 71.400 m² vorhanden. Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt mit 1,05 m² Verkaufsfläche je Einwohner ganz deutlich unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Königs Wusterhausen verfügt insgesamt über ca. 47.400 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,32 m² je EW ebenfalls unterdurchschnittlich.

Während die Versorgungsdichte im Mittelbereich bei der Nahversorgung mit 0,49 m² je EW schon unter dem Landesdurchschnitt (=0,59 m² je EW) liegt, ist der Verkaufsflächenbesatz bei zentrenrelevanten Sortimenten (0,26 m² je EW, landesweit: 0,52 m² je EW) und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,30 m² je EW, landesweit: 0,64 m² je EW) noch deutlich geringer. Das Mittelzentrum Königs Wusterhausen verfügt insbesondere bei sonstigen zentrenrelevanten (mit 0,33 m² je EW, landesweit: 0,52 m² je EW) sowie bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (mit 0,43 m² je EW, landesweit: 0,64 m² je EW) über eine relativ geringe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (43 % gegenüber 53 % landesweit), ist vergleichsweise gering. Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt dagegen anteilig mit 14 % im Durchschnitt des Landes Brandenburg (= ebenfalls 14 %). Im Mittelzentrum Königs Wusterhausen macht der Facheinzelhandel 12 % der Verkaufsfläche aus. Die der Fachmärkte beträgt 50 % und liegt damit etwas unter dem Landesdurchschnitt (=53 %).

Im Mittelbereich befindet sich ein unter dem Durchschnitt (landesweit: 44 %) liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (33 %). Deutlich überdurchschnittlich zeigt sich dagegen mit 27 % der Anteil in Stadt- und Ortszentren (landesweit: 18 %). Dies geht vor allem auf die Gemeinden außerhalb des Zentralen Ortes zurück: Im Mittelzentrum Königs Wusterhausen ist mit 13 % ein durchschnittlicher Anteil der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden. Auch der Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen liegt mit 45 % im Durchschnitt.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich insgesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse hoch (Kaufkraftkennziffer von 94,8 bzw. 95,9; landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich liegt bei 52. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 63 ebenfalls niedrig.

Abb. 87: Datenblatt für den Mittelbereich Königs Wusterhausen

Datenblatt für den Mittelbereich Königs Wusterhausen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	67.656
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	94,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	373,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.526
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	193,1
Einzelhandelszentralität	52
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	333
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>52</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>56</i>
Anzahl Leerstände	72
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,05
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,26</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,30</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.365
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.125</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.615</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.205</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.620</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.365
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.545</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.970</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.640</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.210</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.365
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.185</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.960</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.220</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.365
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.830</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.205</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.430</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.855</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.015</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.610</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 88: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Königs Wusterhausen

Mittelbereich Königs Wusterhausen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	129	28.840
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	25	3.390
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	13	1.030
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	167	33.260
Bekleidung	26	3.090
Schuhe, Lederwaren	1	55
Uhren, Schmuck	7	315
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	29	4.380
Spielwaren, Musikinstrumente	3	275
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	1.395
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	920
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10	1.820
Foto, Optik	9	435
Blumen, Topfpflanzen	26	3.610
Zoo- und Heimtierbedarf	6	1.235
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	131	17.530
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	6	1.850
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	23	17.870
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	855
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	35	20.575
SUMME	333	71.365

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 89: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Königs Wusterhausen

Mittelbereich Königs Wusterhausen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	137,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	65,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	212,2
Bekleidung	31,6
Schuhe, Lederwaren	10,5
Uhren, Schmuck	4,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6,0
Spielwaren, Musikinstrumente	4,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	10,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	28,6
Foto, Optik	4,9
Blumen, Topfpflanzen	2,6
Zoo- und Heimtierbedarf	3,0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	112,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	20,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	21,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	49,5
SUMME	373,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.21 Mittelbereich Kyritz

Der Mittelbereich Kyritz wies im Jahr 2015 rund 26.200 Einwohner auf. Es befanden sich in den Gemeinden des Mittelbereichs 212 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 39.500 m². Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,51 m² Verkaufsfläche je Einwohner unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Kyritz verfügt insgesamt über 9.100 EW und ca. 25.700 m² Verkaufsfläche, die sich auf 106 Einzelhandelsbetriebe verteilen. Die Versorgungsdichte ist mit 2,83 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

Während sich die Versorgungsdichte im Mittelbereich bei der Nahversorgung (0,55 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit) knapp unter dem Durchschnitt befindet, liegt sie bei den zentrenrelevanten (0,45 m² je EW, landesweit: 0,52 m² je EW) und bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,51 m² je EW gegenüber 0,64 m² je EW landesweit) weiter darunter. Das Mittelzentrum Kyritz verfügt dagegen bei nahversorgungsrelevanten (0,89 m² je EW), bei zentrenrelevanten (0,77 m² je EW) sowie bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (1,16 m² je EW) über deutlich überdurchschnittliche Werte. Diese verdeutlichen die Bedeutung des Mittelzentrums für den gesamten Mittelbereich.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt mit 43 % (gegenüber 53 % landesweit) unter dem Landesdurchschnitt. Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt dagegen mit 22 % anteilig deutlich darüber (14 % landesweit). Im Mittelzentrum Kyritz macht der Facheinzelhandel ebenfalls überdurchschnittliche 17 % der Verkaufsfläche aus. Der Verkaufsflächenanteil der Fachmärkte beläuft sich auf 53 %.

Im Mittelbereich Kyritz befindet sich ein Verkaufsflächenanteil von 18 % in städtebaulich nicht integrierter Lage. Damit liegt der Mittelbereich deutlich unter dem Landesdurchschnitt (44 % landesweit). Ebenfalls 18 % der Verkaufsfläche nehmen Einzelhandelsbetriebe in Stadt- und Ortszentren ein. Dies entspricht genau dem landesweiten Durchschnitt. Der Großteil der Verkaufsflächen befindet sich mit 64 % in integrierten Lagen. Im Mittelzentrum Kyritz sind sogar sehr hohe 72 % der Verkaufsflächen in integrierter Lage vorzufinden. Weitere 13 % der Verkaufsfläche befinden sich in Zentrumslage. Ein vergleichsweise niedriger Anteil ist in nicht integrierten Lagen vorhanden.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich insgesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 85,9 bzw. 86,4 gegenüber 92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich liegt bei 75. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität bei 136. Damit sind im Zentralen Ort per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen.

Abb. 90: Datenblatt für den Mittelbereich Kyritz

Datenblatt für den Mittelbereich Kyritz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	26.208
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	131,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.004
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	98,2
Einzelhandelszentralität	75
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	212
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>144</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>38</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30</i>
Anzahl Leerstände	49
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,51
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,45</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.490
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.480</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.700</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.115</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.590</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.605</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.490
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.915</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.380</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.105</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.490
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.825</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.665</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.490
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.320</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.795</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.215</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.560</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.075</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.120</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 91: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Kyritz

Mittelbereich Kyritz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	70	12.050
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12	1.690
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	645
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	89	14.385
Bekleidung	23	2.775
Schuhe, Lederwaren	3	695
Uhren, Schmuck	3	150
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	18	3.530
Spielwaren, Musikinstrumente	1	190
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	635
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	275
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	16	1.430
Foto, Optik	6	385
Blumen, Topfpflanzen	11	665
Zoo- und Heimtierbedarf	1	985
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	92	11.715
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	2.265
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	24	11.100
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	25
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	31	13.390
SUMME	212	39.490

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 92: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Kyritz

Mittelbereich Kyritz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	48,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	74,4
Bekleidung	11,1
Schuhe, Lederwaren	3,7
Uhren, Schmuck	1,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,1
Spielwaren, Musikinstrumente	1,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,0
Foto, Optik	1,7
Blumen, Topfpflanzen	0,9
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	39,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,3
SUMME	131,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.22 Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide

Im Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide lebten im Jahr 2015 rund 34.200 Einwohner. In den Gemeinden des Mittelbereichs sind 283 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 60.200 m² vorzufinden. Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,76 m² Verkaufsfläche je Einwohner in etwa im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum in Funktionsteilung festgelegten Städte Lauchhammer und Schwarzheide verfügen über eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 46.900 m²; die Versorgungsdichte ist mit 2,25 m² je EW (anteilig berechnet) überdurchschnittlich.

Während die Versorgungsdichte im Mittelbereich bei der Nahversorgung über dem Landesdurchschnitt (0,72 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit) und der Verkaufsflächenbesatz bei zentrenrelevanten Sortimenten im Landesdurchschnitt liegt (0,52 m² je EW), liegt sie bei den nicht-zentrenrelevanten Sortiment mit ebenfalls 0,52 m² je EW darunter (landesweit: 0,65 m² je EW). In den Städten Lauchhammer und Schwarzheide liegt die Versorgungsdichte in den unterschiedlichen Sortimentsgruppen jeweils und z. T. deutlich über dem Durchschnitt.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt leicht unter dem Landesdurchschnitt (47% gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt mit 15 % anteilig bezogen auf die Verkaufsfläche knapp über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (14 % landesweit). In dem Mittelzentrum in Funktionsteilung Lauchhammer-Schwarzheide macht der Facheinzelhandel 11 % der Verkaufsfläche aus. Die Verkaufsflächenanteile der Fachmärkte belaufen sich auf 52 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein leicht über dem Landesdurchschnitt liegender Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (47 %, landesweit: 44 %), dagegen ein leicht unter dem Durchschnitt liegender Anteil in Stadt- und Ortszentren (15 %, landesweit: 18 %). Das Mittelzentrum in Funktionsteilung weist Anteile von 10 % (Stadt- und Ortszentren) sowie 52 % (nicht integrierte Lagen) auf.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt mit einer Kaufkraftkennziffer von 91,5 im Mittelbereich leicht unter dem Brandenburger Durchschnitt (=92,9). Lauchhammer besitzt eine Kaufkraftkennziffer von 88,9 und liegt damit unter dem Durchschnitt; die Kaufkraftkennziffer von Schwarzheide ist mit 96,3 überdurchschnittlich (indexiert, D= 100). Anteilig berechnet ergibt dies eine Kaufkraftkennziffer von 90,9 für das Mittelzentrum in Funktionsteilung. Die im Mittelbereich erzielten Umsätze erreichen allerdings nicht die vorhandene Kaufkraft. Es liegt insgesamt eine Einzelhandelszentralität von 84 vor. Die Einzelhandelszentralität des Mittelzentrums liegt bei 104, sodass leichte Kaufkraftzuflüsse konstatiert werden können.

Abb. 93: Datenblatt für den Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide

Datenblatt für den Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide 2016	
Einwohner (31.12.2015)	34.191
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	182,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.331
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	153,4
Einzelhandelszentralität	84
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	283
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>209</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>42</i>
Anzahl Leerstände	136
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,76
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,72</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.240
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.405</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.815</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.150</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.070</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.240
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.255</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.940</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.455</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.590</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.240
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.145</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.300</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.795</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.240
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.835</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.145</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.205</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.780</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.330</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 94: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide

Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	94	20.370
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	16	2.845
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	13	1.415
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	123	24.630
Bekleidung	29	4.800
Schuhe, Lederwaren	4	1.050
Uhren, Schmuck	4	180
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	13	3.255
Spielwaren, Musikinstrumente	2	340
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	10	760
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	9	1.995
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	18	1.845
Foto, Optik	8	475
Blumen, Topfpflanzen	16	1.305
Zoo- und Heimtierbedarf	9	1.660
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	122	17.665
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	1.820
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	28	15.835
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	290
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	38	17.945
SUMME	283	60.240

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 95: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide

Mittelbereich Lauchhammer-Schwarzheide 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	66,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	31,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	103,5
Bekleidung	15,4
Schuhe, Lederwaren	5,1
Uhren, Schmuck	2,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,9
Spielwaren, Musikinstrumente	2,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	13,9
Foto, Optik	2,4
Blumen, Topfpflanzen	1,3
Zoo- und Heimtierbedarf	1,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	54,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	9,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,1
SUMME	182,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.23 Mittelbereich Lübben (Spreewald)

Die Gemeinden im Mittelbereich Lübben (Spreewald) hatten im Jahr 2015 rund 47.300 Einwohner. Die 70.300 m² Verkaufsfläche verteilen sich auf 355 Einzelhandelsbetriebe. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,49 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich geringer als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Lübben (Spreewald) verfügt insgesamt über ca. 39.000 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,82 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

Während die Versorgungsdichte im Mittelbereich bei der Nahversorgung nur knapp unter dem Durchschnitt liegt (0,56 m² je EW, landesweit: 0,59 m² je EW), liegt sie bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,36 m² je EW, landesweit: 0,52 m² je EW) und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,56 m² je EW, landesweit: 0,64 m² je EW) deutlich unter dem Landesdurchschnitt. Das Mittelzentrum Lübben (Spreewald) verfügt bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten über eine relativ hohe Versorgungsdichte (0,89 m² je EW), bei sonstigen zentrenrelevanten (0,77 m² je EW) und bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (1,15 m² je EW) über eine deutlich höhere Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt mit 41 % (gegenüber 53 % landesweit) unter dem Landesdurchschnitt. Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt anteilig mit 16 % knapp über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Lübben (Spreewald) macht der Facheinzelhandel ebenfalls 16 % der Verkaufsfläche aus; die der Fachmärkte 58 %. Die übrige Verkaufsfläche wird fast ausschließlich von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

22 % der Verkaufsfläche und damit ein überdurchschnittlich hoher Anteil (landesweit: 18 %) im Mittelbereich sind in Stadt- bzw. Ortszentren vorzufinden. Auch die Verkaufsflächen in integrierten Lagen stellen mit einem Anteil von 36 % ein hohes Maß dar. Mit 35 % der Verkaufsfläche befindet sich im Mittelbereich dagegen ein unterdurchschnittlicher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (35 %). Im Mittelzentrum Lübben (Spreewald) sind die Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen stärker vertreten: mit 43 % liegen die Anteilswerte knapp unter dem Landesdurchschnitt (=44 %). Mit 14 % der Verkaufsfläche ist dagegen ein unterdurchschnittlicher Anteil in Zentrumslage zu finden. Stattdessen sind die integrierten Lagen deutlich stärker vertreten (31 %, landesweit: 24 %).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt im Mittelbereich insgesamt bei 87,3; im Zentralen Ort bei 89,0. Dies ist für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich liegt bei 76. Die Stadt Lübben (Spreewald) besitzt über alle Sortimente betrachtet eine Einzelhandelszentralität von 139. Die mittelzentrale Funktion der Stadt Lübben (Spreewald) für den Mittelbereich wird durch die deutlich über dem Indexwert 100 liegenden Werte verdeutlicht.

Abb. 96: Datenblatt für den Mittelbereich Lübben (Spreewald)

Datenblatt für den Mittelbereich Lübben (Spreewald) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	47.300
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	240,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.087
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	183,3
Einzelhandelszentralität	76
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	355
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>261</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>53</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>41</i>
Anzahl Leerstände	90
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,49
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	70.255
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.745</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.950</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.840</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.370</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.350</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	70.255
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.390</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>560</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.075</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.590</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.640</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	70.255
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.985</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.595</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.675</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	70.255
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.250</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.015</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.655</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.445</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.105</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.095</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>690</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 97: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Lübben (Spreewald)

Mittelbereich Lübben (Spreewald) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	134	22.520
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	20	3.010
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8	780
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	162	26.310
Bekleidung	32	4.825
Schuhe, Lederwaren	9	835
Uhren, Schmuck	6	270
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	16	2.805
Spielwaren, Musikinstrumente	2	420
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	12	1.660
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	585
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	23	2.000
Foto, Optik	10	455
Blumen, Topfpflanzen	23	1.495
Zoo- und Heimtierbedarf	8	1.895
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	148	17.245
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	1.195
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	36	24.960
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7	545
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45	26.700
SUMME	355	70.255

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 98: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Lübben (Spreewald)

Mittelbereich Lübben (Spreewald) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	88,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	41,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	136,6
Bekleidung	20,4
Schuhe, Lederwaren	6,7
Uhren, Schmuck	3,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,9
Spielwaren, Musikinstrumente	3,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	18,4
Foto, Optik	3,2
Blumen, Topfpflanzen	1,7
Zoo- und Heimtierbedarf	1,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	72,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	13,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	13,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	31,8
SUMME	240,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.24 Mittelbereich Lübbenau/Spreewald

Im Mittelbereich Lübbenau/Spreewald lebten im Jahr 2015 rund 32.400 Einwohner. Der Mittelbereich umfasst insgesamt 264 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 62.600 m². Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt mit 1,93 m² Verkaufsfläche je Einwohner über dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Lübbenau/Spreewald verfügt insgesamt über 137 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 38.500 m²; die Versorgungsdichte ist mit 2,37 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt bezogen auf die nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimente (beide 0,67 m² je EW) ebenfalls über dem Landesdurchschnitt (0,59 m² je EW bzw. 0,52 m² je EW). In den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt die Versorgungsdichte mit 0,59 m² je EW dagegen unter dem Landesdurchschnitt (0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Lübbenau/Spreewald verfügt jeweils über eine deutlich höhere Versorgungsdichte: Die Werte liegen bei 0,67 m² je EW (nahversorgungsrelevante Sortimente), 0,83 m² je EW (zentrenrelevante Sortimente) und 0,87 m² je EW (nicht-zentrenrelevante Sortimente).

Der Anteil der Verkaufsfläche, der auf Fachmärkte entfällt, liegt im Mittelbereich Lübbenau/Spreewald knapp unter dem Landesdurchschnitt (51 % gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt bezogen auf den Anteil der Verkaufsfläche mit 17 % wiederum leicht über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Lübbenau/Spreewald macht der Facheinzelhandel landesdurchschnittliche 14 % der Verkaufsfläche aus. Der Verkaufsflächenanteil der Fachmärkte (59 %) liegt leicht über dem Landesdurchschnitt (53 %).

Im Mittelbereich befindet sich nur ein geringer Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (21 %, landesweit: 44 %). Ein leicht unterdurchschnittlicher Anteil der erfassten Verkaufsflächen (15 %, landesweit: 18 %) befindet sich in Stadt- bzw. Ortszentren. Der Großteil der Verkaufsflächen im Mittelbereich befindet sich dagegen in Nahversorgungsbereichen (40 %). Landesweit sind lediglich 10 % der Verkaufsflächen in dieser Lagekategorie verortet. Im Mittelzentrum Lübbenau/Spreewald sind sogar 57 % der Verkaufsfläche in Nahversorgungsbereichen vorzufinden; 27 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich sowohl insgesamt als auch im Zentralen Ort Lübbenau für Brandenburger Verhältnisse leicht unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 89,9 bzw. 90,0; landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich erreicht im Durchschnitt aller Branchen einen Wert von 91. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 103 höher als im Mittelbereich insgesamt. Über alle Warengruppen werden per Saldo also leichte Kaufkraftzuflüsse erzielt.

Abb. 99: Datenblatt für den Mittelbereich Lübbenau/Spreewald

Datenblatt für den Mittelbereich Lübbenau/Spreewald 2016	
Einwohner (31.12.2015)	32.377
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	169,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.240
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	154,4
Einzelhandelszentralität	91
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	264
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>168</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>56</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>40</i>
Anzahl Leerstände	83
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,93
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	62.560
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.560</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.400</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.755</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.305</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.540</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	62.560
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.655</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.320</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.725</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.860</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	62.560
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.055</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.725</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.780</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	62.560
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.885</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.950</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.440</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.900</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.110</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 100: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Lübbenau/Spreewald

Mittelbereich Lübbenau/Spreewald 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	83	17.615
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	16	2.965
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	10	1.040
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	109	21.620
Bekleidung	28	5.475
Schuhe, Lederwaren	5	1.005
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	23	3.660
Spielwaren, Musikinstrumente	2	505
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	11	1.465
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	2.020
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	17	2.535
Foto, Optik	9	530
Blumen, Topfpflanzen	22	3.065
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.340
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	130	21.825
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	12	7.615
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10	11.235
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	265
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	19.115
SUMME	264	62.560

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 101: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Lübbenau/Spreewald

Mittelbereich Lübbenau/Spreewald 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	62,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	29,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	96,3
Bekleidung	14,4
Schuhe, Lederwaren	4,7
Uhren, Schmuck	2,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,7
Spielwaren, Musikinstrumente	2,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	13,0
Foto, Optik	2,2
Blumen, Topfpflanzen	1,2
Zoo- und Heimtierbedarf	1,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	50,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	9,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22,4
SUMME	169,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.25 Mittelbereich Luckenwalde

Im ca. 36.500 Einwohner umfassenden Mittelbereich Luckenwalde wurden 269 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 71.025 m² erfasst. Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt mit 1,95 m² Verkaufsfläche je Einwohner über dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Luckenwalde (ca. 20.400 Einwohner) verfügt insgesamt über 180 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 53.000 m²; die Versorgungsdichte ist mit 2,60 m² je EW sogar deutlich überdurchschnittlich.

In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt die Verkaufsfläche je Einwohner bei 0,67 m² und damit über dem Landesdurchschnitt (0,59 m² je EW). In den nicht-zentrenrelevanten Sortimente wird die Versorgungsdichte auf 0,76 m² je EW beziffert (Landesdurchschnitt: 0,64 m² je EW). In den zentrenrelevanten Sortimenten liegt die Versorgungsdichte bei 0,51 m² je EW im Landesdurchschnitt (0,52 m² je EW). Das Mittelzentrum Luckenwalde verfügt jeweils über eine deutlich höhere Versorgungsdichte: Die Werte liegen bei 0,85 m² je EW in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, 0,70 m² je EW in den zentrenrelevanten Sortimenten und 1,05 m² je EW in den nicht-zentrenrelevante Sortimenten.

Im Mittelbereich Luckenwalde entfallen 53 % der Verkaufsflächen auf Fachmärkte, der Anteil liegt damit genau im Landesdurchschnitt. Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt bezogen auf den Anteil der Verkaufsfläche mit 16 % leicht über dem Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Luckenwalde macht der Facheinzelhandel 15 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 55 % - beide Werte liegen leicht über dem Landesdurchschnitt (14 % bzw. 53 %).

Der Anteil der Verkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen liegt im Mittelbereich Luckenwalde (40 %) erfreulicherweise unter dem Landesdurchschnitt (=44 %), während die Verkaufsflächen in integrierten Lagen mit 37 % einen deutlich überdurchschnittlichen Anteil ausmachen (landesweit: 24 %). Im Mittelzentrum Luckenwalde sind 9 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage vorzufinden, 28 % in integrierten Lagen und 45 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt im Mittelbereich bei 88,1 bzw. 85,7 im Zentralen Ort Luckenwalde. Der erzielte Umsatz im Mittelbereich erreicht nicht die vorhandene Kaufkraft, die Einzelhandelszentralität liegt bei 87. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 121 deutlich höher als im Mittelbereich insgesamt, in fast allen Warengruppen werden Zentralitäten von über 100 erzielt.

Abb. 102: Datenblatt für den Mittelbereich Luckenwalde

Datenblatt für den Mittelbereich Luckenwalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	36.455
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	187,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.136
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	163,2
Einzelhandelszentralität	87
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	269
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>172</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>51</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>46</i>
Anzahl Leerstände	160
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,95
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,76</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.025
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.705</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.605</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.755</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.310</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.025
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.435</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.935</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.715</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.220</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.720</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.025
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.070</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.300</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.655</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.025
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.450</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.270</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.225</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.335</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 103: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Luckenwalde

Mittelbereich Luckenwalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	91	20.700
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14	2.495
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	11	1.305
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	116	24.500
Bekleidung	21	3.790
Schuhe, Lederwaren	4	845
Uhren, Schmuck	4	180
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	23	4.850
Spielwaren, Musikinstrumente	1	385
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	775
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	9	1.480
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14	2.190
Foto, Optik	3	345
Blumen, Topfpflanzen	15	2.350
Zoo- und Heimtierbedarf	5	1.545
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	108	18.735
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	10	6.250
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	30	21.145
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	395
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45	27.790
SUMME	269	71.025

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 104: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Luckenwalde

Mittelbereich Luckenwalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	68,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	32,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	106,3
Bekleidung	15,8
Schuhe, Lederwaren	5,2
Uhren, Schmuck	2,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,0
Spielwaren, Musikinstrumente	2,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14,3
Foto, Optik	2,5
Blumen, Topfpflanzen	1,3
Zoo- und Heimtierbedarf	1,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	56,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	10,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,8
SUMME	187,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.26 Mittelbereich Ludwigsfelde

Der Mittelbereich Ludwigsfelde zählte im Jahr 2015 rund 59.700 Einwohner auf. Insgesamt befanden sich in den Gemeinden des Mittelbereichs 256 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 86.600 m². Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,45 m² Verkaufsfläche je Einwohner unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Ludwigsfelde verfügt insgesamt über 36.100 m² Verkaufsfläche, die sich auf 111 Einzelhandelsbetriebe verteilen. Die Versorgungsdichte ist mit 1,44 m² je EW ebenfalls unterdurchschnittlich.

Während die Versorgungsdichte im Mittelbereich Ludwigsfelde im Segment der nahversorgungsrelevanten Sortimente nur knapp unter dem Landesdurchschnitt liegt (0,57 m² je EW gegenüber 0,59 m² je EW landesweit), werden in den zentrenrelevanten Sortimenten (0,33 m² je EW, landesweit: 0,52 m² je EW) und den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,55 m² je EW gegenüber 0,64 m² je EW landesweit) deutlich unterdurchschnittliche Ausstattungswerte erzielt. Das Mittelzentrum Ludwigsfelde verfügt bei in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten über eine unterdurchschnittliche Versorgungsdichte (0,52 m² je EW). Die Verkaufsfläche je Einwohner in den zentrenrelevanten Sortimenten erreicht einen Wert von 0,35 m²; in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten wird ein Ausstattungswert von 0,56 m² je EW dokumentiert.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt mit 52 % (gegenüber 53 % landesweit) im Landesdurchschnitt. 12 % der erfassten Verkaufsflächen entfallen im Vergleich auf den Facheinzelhandel (14 % landesweit). Das Mittelzentrum Ludwigsfelde kann einen überdurchschnittlichen Verkaufsflächenanteil im Facheinzelhandel darstellen (18 %) Der Verkaufsflächenanteil der Fachmärkte beläuft sich in Ludwigsfelde auf 51 %.

Der Verkaufsflächenanteil in städtebaulich nicht integrierter Lage beläuft sich von 47 %. Damit liegt der Mittelbereich leicht über dem Landesdurchschnitt (44 %). 16 % der Verkaufsfläche nehmen Einzelhandelsbetriebe in Stadt- und Ortszentren ein; der landesweite Durchschnitt liegt aktuell bei 18 %. Im Mittelzentrum Ludwigsfelde sind hingegen 31 % der Verkaufsflächen in zentraler Innenstadtlage vorzufinden.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich insgesamt (Kaufkraftkennziffer von 98,7) als auch im Zentralen Ort (95,2) überdurchschnittlich hoch zu bewerten, wenn als Vergleich das Land Brandenburg zugrunde gelegt wird (92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich Ludwigsfelde erreicht im Durchschnitt aller Branchen einen Wert von 67. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität insgesamt bei 74.

Abb. 105: Datenblatt für den Mittelbereich Ludwigsfelde

Datenblatt für den Mittelbereich Ludwigsfelde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	59.747
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	98,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	343,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.754
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	229,6
Einzelhandelszentralität	67
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	256
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>160</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>37</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>59</i>
Anzahl Leerstände	41
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,45
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,57</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	86.625
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.200</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.235</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.330</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.310</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	86.625
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.140</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>830</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.950</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.565</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.140</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	86.625
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>48.600</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.425</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.600</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	86.625
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.320</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.605</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.485</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.360</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.460</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.125</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 106: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Ludwigsfelde

Mittelbereich Ludwigsfelde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	81	28.190
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	20	4.155
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	20	1.775
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	121	34.120
Bekleidung	24	5.770
Schuhe, Lederwaren	4	505
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	9	3.470
Spielwaren, Musikinstrumente	2	310
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	2.115
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	6	1.455
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10	2.090
Foto, Optik	11	495
Blumen, Topfpflanzen	19	1.330
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.700
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	102	19.465
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	2.655
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	26	29.970
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	415
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	33	33.040
SUMME	256	86.625

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 107: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Ludwigsfelde

Mittelbereich Ludwigsfelde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	126,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	59,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	195,1
Bekleidung	29,1
Schuhe, Lederwaren	9,6
Uhren, Schmuck	4,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5,5
Spielwaren, Musikinstrumente	4,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	10,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	26,3
Foto, Optik	4,5
Blumen, Topfpflanzen	2,4
Zoo- und Heimtierbedarf	2,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	103,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	18,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	19,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45,5
SUMME	343,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.27 Mittelbereich Nauen

Im Mittelbereich Nauen lebten im Jahr 2015 rund 30.000 Einwohner. Insgesamt wurden 176 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 50.400 m² erfasst. Die Versorgungsdichte im Mittelbereich liegt mit 1,68 m² Verkaufsfläche je Einwohner leicht unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum festgelegte Stadt Nauen verfügt insgesamt über 110 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 38.400 m²; die Versorgungsdichte ist mit 2,27 m² je EW überdurchschnittlich.

Bezogen auf die nahversorgungsrelevanten Sortimente liegt die Versorgungsdichte im Mittelbereich Nauen unter dem Landesdurchschnitt (0,51 m² je EW, landesweit 0,59 m² je EW liegt), gleiches gilt für die zentrenrelevanten Sortimente (0,40 m² je EW, landesweit bzw. 0,52 m² je EW). In den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist eine Versorgungsdichte von 0,76 m² je EW dokumentiert, der Wert liegt über dem Landesdurchschnitt von 0,64 m² je EW. Das Mittelzentrum Nauen verfügt jeweils über eine höhere Versorgungsdichte: Die Werte liegen bei 0,61 m² je EW (nahversorgungsrelevante Sortimente), 0,58 m² je EW (zentrenrelevante Sortimente) und 1,08 m² je EW (nicht-zentrenrelevante Sortimente).

Der Verkaufsflächenanteil, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt leicht mit 60 % über dem Landesdurchschnitt (53 %). Der Betriebstyp Facheinzelhandel liegt mit 14 % im Durchschnitt des Landes Brandenburg. Im Mittelzentrum Nauen macht der Facheinzelhandel 13 % der Verkaufsfläche aus. Der Verkaufsflächenanteil der Fachmärkte liegt mit 66 % deutlich über dem Durchschnitt.

Im Mittelbereich Nauen entfällt ein hoher Anteil der Verkaufsfläche auf städtebaulich nicht integrierte Lagen (67 %, landesweit: 44 %). Im Mittelzentrum Nauen sind sogar 73 % der Verkaufsfläche in nicht integrierter Lage vorzufinden. 19 % der Verkaufsfläche ist in Zentrumslage vorzufinden.

Die Einzelhandelszentralität spiegelt das Verhältnis der örtlichen Kaufkraftpotenziale zu den Einzelhandelsumsätzen vor Ort wider. Insgesamt wird eine Handelszentralität von 71 erzielt. Per Saldo werden deutliche Kaufkraftabflüsse deutlich. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität in den drei Sortimentsgruppen zwar jeweils höher, mit einer Einzelhandelszentralität von insgesamt 88 sind aber auch im Mittelzentrum per Saldo Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Abb. 108: Datenblatt für den Mittelbereich Nauen

Datenblatt für den Mittelbereich Nauen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	30.013
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	157,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.233
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	111,8
Einzelhandelszentralität	71
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	176
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>108</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
Anzahl Leerstände	65
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,68
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,76</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	50.410
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.860</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.185</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.860</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.405</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	50.410
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.280</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.335</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.795</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	50.410
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.500</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.435</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.475</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	50.410
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.800</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.340</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.105</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.395</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 109: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Nauen

Mittelbereich Nauen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	60	12.925
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13	1.895
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	635
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	77	15.455
Bekleidung	13	2.605
Schuhe, Lederwaren	3	740
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	2.585
Spielwaren, Musikinstrumente	0	200
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	1.900
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	1.150
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	990
Foto, Optik	4	190
Blumen, Topfpflanzen	9	760
Zoo- und Heimtierbedarf	4	925
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	62	12.135
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	12	6.825
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	20	15.650
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	345
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	37	22.820
SUMME	176	50.410

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 110: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Nauen

Mittelbereich Nauen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	57,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	27,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	89,1
Bekleidung	13,3
Schuhe, Lederwaren	4,4
Uhren, Schmuck	2,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	12,0
Foto, Optik	2,1
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	47,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,8
SUMME	157,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.28 Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin

Die Gemeinden im Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin hatten im Jahr 2015 rund 63.000 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 277 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 150.000 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 2,39 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Der zentrale Ort ist Neuenhagen bei Berlin, rd. 11.900 m² Verkaufsfläche entfallen auf das Mittelzentrum. Die Versorgungsdichte ist mit 0,68 m² je EW deutlich unterdurchschnittlich und für ein Mittelzentrum im Landesvergleich sogar atypisch niedrig.

Die Handelslandschaft im Mittelzentrum ist überwiegend durch kleine Betriebe mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche geprägt; großflächige Verkaufsformate ab 800 m² Verkaufsfläche sind im Vergleich nur zu einem geringen Anteil vorhanden. Die großflächigen Einzelhandelsbetriebe des Mittelbereiches sind überwiegend außerhalb des Zentralen Ortes im Verflechtungsbereich angesiedelt sind.

Während im Segment der Nahversorgung und den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich dem Landesdurchschnitt entspricht, ist der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (v. a. Baumarktsortiment, Möbel) um mehr als ein Dreifaches höher. Diese Betriebe finden sich jedoch nicht im zentralen Ort Neuenhagen bei Berlin; das Mittelzentrum verfügt in den zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten über eine relativ geringe Verkaufsflächendichte.

Auffällig ist der sehr hohe Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (69 % gegenüber 53 % landesweit). Insgesamt 104.000 m² Verkaufsfläche sind dem Betriebstyp Fachmarkt zuzuordnen. Die Verkaufsflächenanteile des Facheinzelhandels sind dagegen weniger stark ausgeprägt. Im Mittelzentrum Neuenhagen bei Berlin macht der Facheinzelhandel 22 % der Verkaufsfläche aus, auf Fachmärkte entfallen 31 % der Verkaufsflächen. Darüber hinaus prägt der Lebensmitteleinzelhandel den Einzelhandel im Mittelzentrum Neuenhagen bei Berlin.

73 % der erfassten Verkaufsflächen im Mittelbereich sind den städtebaulich nicht integrierten Lagen zuzuordnen, während nur 10 % der Verkaufsflächen in gewachsenen Stadt- und Ortszentren zu finden ist. Im Mittelzentrum Neuenhagen bei Berlin ist immerhin ein Drittel der Verkaufsfläche in Zentrumslage, ein weiteres Drittel entfällt auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich insgesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse hoch und übersteigt zudem den Durchschnittswert für

Deutschland (Kaufkraftkennziffer von 104,1 bzw. 104,6; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität liegt bei 80.

Abb. 111: Datenblatt für den Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin

Datenblatt für den Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	62.853
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	104,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	381,3
Kaufkraft je Einwohner in €	6.067
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	304,5
Einzelhandelszentralität	80
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	277
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>178</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>67</i>
Anzahl Leerstände	32
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,39
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,57</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,47</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,35</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	150.280
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.875</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.385</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.750</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>84.470</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	150.280
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.775</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.845</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.395</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>110.265</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	150.280
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>91.200</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.810</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.270</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	150.280
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.300</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.630</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.470</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>104.350</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.040</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 112: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin

Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	98	29.855
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	24	4.045
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	21	1.870
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	143	35.770
Bekleidung	24	6.480
Schuhe, Lederwaren	5	1.450
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	15	7.140
Spielwaren, Musikinstrumente	4	630
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	11	1.335
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	3.480
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10	3.895
Foto, Optik	8	375
Blumen, Topfpflanzen	13	2.120
Zoo- und Heimtierbedarf	3	2.405
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	98	29.400
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	35.110
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	26	49.715
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	285
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	36	85.110
SUMME	277	150.280

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 113: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin

Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	140,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	66,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	10,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	216,5
Bekleidung	32,3
Schuhe, Lederwaren	10,7
Uhren, Schmuck	5,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6,2
Spielwaren, Musikinstrumente	4,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	11,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	29,2
Foto, Optik	5,0
Blumen, Topfpflanzen	2,7
Zoo- und Heimtierbedarf	3,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	114,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	20,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	21,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	8,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	50,4
SUMME	381,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.29 Mittelbereich Neuruppin

Im Mittelbereich Neuruppin lebten im Jahr 2015 rund 57.500 Einwohner. In den Gemeinden des Mittelbereichs sind 416 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 88.960 m² erfasst. Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,55 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Neuruppin mit seinen 30.700 Einwohnern verfügt insgesamt über ca. 67.400 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,19 m² je EW überdurchschnittlich.

Während sich die Versorgungsdichte im Mittelbereich in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten und den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten mit 0,58 m² je EW bzw. mit 0,49 m² je EW nur knapp unter dem Landesdurchschnitt befindet, ist der Verkaufsflächenbesatz bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sogar deutlich unterdurchschnittlich (0,48 gegenüber 0,64 m² je EW im Landesdurchschnitt). Die Verkaufsflächendichte im Mittelzentrum Neuruppin erreicht bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten einen Wert 0,68 m² je EW, in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten 0,66 m² je EW und in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten 0,85 m² je EW.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich Neuruppin auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 44 % (gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist bezogen auf die Verkaufsfläche mit 18 % etwas stärker vertreten als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Neuruppin stellen die Fachmärkte 53 % der Verkaufsflächen und der Facheinzelhandel 16 %.

Im Mittelbereich ist ein sehr hoher Anteil der Verkaufsflächen in Nahversorgungsbereichen zu finden (55 %, landesweit: 10 %). Im Vergleich sind nur 16 % der Verkaufsflächen den Stadt- und Ortszentren zugeordnet (landesweit: 18 %). Während sich in den sonstigen integrierten Lagen noch 21 % der Verkaufsflächen befindet, entfällt nur ein geringer Verkaufsflächenanteil auf die nicht integrierten Lagen (7 %). Im Mittelzentrum Neuruppin befinden sich nur 5 % der Verkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen. Der Anteil der Verkaufsflächen in Nahversorgungsbereichen ist in Neuruppin mit 63 % noch einmal höher als im gesamten Mittelbereich.

Die Kaufkraftkennziffer des Mittelbereichs Neuruppin liegt bei 88,7; die Kaufkraftkennziffer des Mittelzentrums Neuruppin bei 90,3. Im landesweiten Vergleich ist die Kaufkraftkennziffer leicht unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer Land Brandenburg 92,9; indexiert, D= 100). Im Mittelbereich liegt insgesamt eine Einzelhandelszentralität von 78 vor. Die Einzelhandelszentralität der Stadt Neuruppin liegt bei 104.

Abb. 114: Datenblatt für den Mittelbereich Neuruppin

Datenblatt für den Mittelbereich Neuruppin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	57.519
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	297,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.172
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	233,0
Einzelhandelszentralität	78
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	416
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>288</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>63</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>65</i>
Anzahl Leerstände	78
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,55
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	88.960
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.960</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.400</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>38.120</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.030</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	88.960
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.400</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>49.230</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.980</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.170</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	88.960
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.250</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.290</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.340</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.080</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	88.960
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.275</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.675</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.430</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.990</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>39.425</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.845</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.320</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 115: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Neuruppin

Mittelbereich Neuruppin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	133	25.935
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	31	5.415
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	21	1.815
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	185	33.165
Bekleidung	52	7.820
Schuhe, Lederwaren	11	1.680
Uhren, Schmuck	6	270
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	33	6.370
Spielwaren, Musikinstrumente	4	690
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	15	2.510
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	9	1.865
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	24	2.890
Foto, Optik	9	570
Blumen, Topfpflanzen	21	2.095
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.255
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	187	28.015
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8	7.385
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	30	19.525
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	870
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	44	27.780
SUMME	416	88.960

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 116: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Neuruppin

Mittelbereich Neuruppin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	109,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	51,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	168,8
Bekleidung	25,2
Schuhe, Lederwaren	8,3
Uhren, Schmuck	3,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4,8
Spielwaren, Musikinstrumente	3,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	22,8
Foto, Optik	3,9
Blumen, Topfpflanzen	2,1
Zoo- und Heimtierbedarf	2,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	89,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	16,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	17,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	39,4
SUMME	297,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.30 Mittelbereich Oranienburg

Im Mittelbereich Oranienburg lebten im Jahr 2015 rund 130.300 Einwohner. In den Gemeinden des Mittelbereichs sind 644 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 171.700 m² vorzufinden. Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,32 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Oranienburg (43.500 Einwohner) verfügt insgesamt über 275 Einzelhandelsbetriebe mit ca. 81.800 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,88 m² je EW leicht überdurchschnittlich.

Während der Verkaufsflächenbesatz je Einwohner in den nahversorgungsrelevanten (0,50 m² je EW, landesweit: 0,59 m² je EW) und in den nicht-zentrenrelevanten (0,53 m² je EW, landesweit: 0,64 m² je EW) bereits als leicht unterdurchschnittlich zu bewerten ist, ist die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den zentrenrelevanten Sortimenten mit nur 0,28 m² je EW als deutlich unterdurchschnittlich zu bezeichnen (landesweit: 0,52 m² je EW).

Das Mittelzentrum Oranienburg verfügt in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (0,64 m² je EW) und den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,78 m² je EW) im Vergleich über sehr gute Ausstattungswerte. In den zentrenrelevanten Sortimenten liegt die Versorgungsdichte bei 0,46 m² je EW und damit ebenso unter dem landesweiten Durchschnittswert (0,52 m² je EW).

Rund 52 % der erfassten Verkaufsflächen entfallen im Mittelbereich Oranienburg auf Fachmärkte (Landesdurchschnitt: 53 %). Der Verkaufsflächenanteil der Facheinzelhandelsbetriebe ist mit 12 % weniger stark; der Vergleichswert des Landes Brandenburg liegt bei 14 %. Im Mittelzentrum Oranienburg machen die Fachmärkte 57 % und der Facheinzelhandel 12 % der Verkaufsfläche aus.

Der Verkaufsflächenanteil des Mittelbereiches Oranienburg, der städtebaulich nicht integrierten Lagen zuzuordnen ist, liegt wie der landesweite Vergleichswert bei 44 %. In Stadt- und Ortszentren sind nur 12 % der Verkaufsflächen vorhanden (landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Oranienburg befinden sich mit 57 % deutlich mehr Einzelhandelsverkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen. Im Stadtzentrum sind wiederum 12 % der Verkaufsflächen vorzufinden.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Mittelbereich gesamt (Kaufkraftkennziffer: 98,5) ist für Brandenburger Verhältnisse als überdurchschnittlich hoch zu bewerten (Kaufkraftkennziffer Land Brandenburg: 92,9). Die Kaufkraftkennziffer der Stadt Oranienburg liegt bei 93,1 und damit ebenso über dem Landesdurchschnitt. Im Mittelbereich liegt eine Einzelhandelszentralität von 62 vor, d. h. per Saldo werden Kaufkraftabflüsse in maßgeblichem Umfang deutlich.

Einzelhandelszentralität der Stadt Oranienburg liegt bei 93, sodass auch hier leichte Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen sind.

Abb. 117: Datenblatt für den Mittelbereich Oranienburg

Datenblatt für den Mittelbereich Oranienburg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	130.292
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	98,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	748,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.741
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	462,6
Einzelhandelszentralität	62
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	644
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>449</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>77</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>118</i>
Anzahl Leerstände	146
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,32
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,50</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,53</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	171.670
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.205</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>46.855</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>57.160</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.900</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	171.670
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.735</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.140</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.560</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.620</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>75.615</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	171.670
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>81.855</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.095</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.795</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.925</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	171.670
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.395</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.485</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.590</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.650</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>89.380</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.775</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.395</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 118: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Oranienburg

Mittelbereich Oranienburg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	245	55.170
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	50	7.805
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	31	2.575
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	326	65.550
Bekleidung	63	9.040
Schuhe, Lederwaren	15	2.300
Uhren, Schmuck	7	325
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	27	6.675
Spielwaren, Musikinstrumente	9	1.240
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	24	2.445
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	17	4.200
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	24	4.445
Foto, Optik	17	1.065
Blumen, Topfpflanzen	37	2.510
Zoo- und Heimtierbedarf	9	2.485
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	249	36.730
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	21	14.470
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	39	54.075
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	9	845
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	69	69.390
SUMME	644	171.670

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 119: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Oranienburg

Mittelbereich Oranienburg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	274,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	130,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	19,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	424,6
Bekleidung	63,3
Schuhe, Lederwaren	20,9
Uhren, Schmuck	9,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	12,1
Spielwaren, Musikinstrumente	9,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	21,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	8,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	57,2
Foto, Optik	9,9
Blumen, Topfpflanzen	5,3
Zoo- und Heimtierbedarf	6,0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	224,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	40,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	42,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	15,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	99,0
SUMME	748,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.31 Mittelbereich Perleberg-Wittenberge

Rund 49.100 Einwohner leben im Mittelbereich Perleberg-Wittenberge. Die CIMA hat 394 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 104.400 m² erfasst. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 2,13 m² Verkaufsfläche je Einwohner höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum in Funktionsteilung festgelegten Städte Perleberg und Wittenberge verfügen zusammen über 292 Einzelhandelsbetriebe. Es liegt eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 88.700 m² vor. Die Versorgungsdichte ist mit 3,02 m² je EW deutlich überdurchschnittlich.

In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt die Verkaufsflächenausstattung mit 0,68 m² je EW im Mittelbereich ebenfalls deutlich über dem Landesdurchschnitt (0,59 m² je EW), in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten liegt der Kennwert Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,64 m² je EW ebenfalls über dem Vergleichswert für das Land Brandenburg (0,52 m² je EW). Besonders stark ausgeprägt ist die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,82 m² je EW; landesweit: 0,59 m² je EW). Die Versorgungsdichte ist im Mittelzentrum Perleberg-Wittenberge als überdurchschnittlich hoch zu bewerten: In den nahversorgungsrelevanten Sortimenten wird ein Wert von 0,88 m² je EW erreicht, in den sonstigen zentrenrelevanten 0,92 m² je EW und in nicht-zentrenrelevanten Sortimenten 1,22 m² je EW.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 55 % und damit leicht über dem Landesdurchschnitt (53 %). Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist bezogen auf die Verkaufsflächenanteile mit 14 % durchschnittlich vertreten. In dem Mittelzentrum in Funktionsteilung macht der Facheinzelhandel 14 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 59 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein relativ hoher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (61 %, landesweit: 44 %). Der Verkaufsflächenanteil, der auf Stadt- und Ortszentren entfällt liegt im Vergleich nur bei 14 % (landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Perleberg-Wittenberge ist dieser Aspekt noch etwas deutlicher ausgeprägt: 70 % der Verkaufsflächen befinden sich in nicht integrierter Lage, während nur 15 % der Verkaufsflächen in Stadt- und Ortszentren zu finden sind. Sonstige integrierte Lagen stellen einen Verkaufsflächenanteil von 12 %.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer des Mittelbereiches Perleberg-Wittenberge liegt bei 86,6 und damit unter dem landesweiten Durchschnittswert von 92,9. Die Einzelhandelszentralität des Mittelbereichs wird auf 95 beziffert. Die Stadt Perleberg weist eine Einzelhandelszentralität über alle Sortimente von 122 auf, die Stadt Wittenberge kann mit einer Einzelhandelszentralität 138 ebenfalls per Saldo Kaufkraftzuflüsse verzeichnen.

Abb. 120: Datenblatt für den Mittelbereich Perleberg-Wittenberge

Datenblatt für den Mittelbereich Perleberg-Wittenberge 2016	
Einwohner (31.12.2015)	49.068
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	247,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.048
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	235,4
Einzelhandelszentralität	95
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	394
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>59</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>65</i>
Anzahl Leerstände	121
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,13
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,64</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,82</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	104.410
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.150</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.850</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.305</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.135</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.970</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	104.410
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.075</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.500</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.105</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>63.730</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	104.410
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.455</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.060</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>56.895</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	104.410
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.895</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.265</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.105</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.060</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>57.820</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.320</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 121: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Perleberg-Wittenberge

Mittelbereich Perleberg-Wittenberge 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	144	27.895
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	28	4.225
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	11	1.065
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	183	33.185
Bekleidung	58	9.210
Schuhe, Lederwaren	9	2.425
Uhren, Schmuck	6	285
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	24	6.025
Spielwaren, Musikinstrumente	2	730
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	13	1.325
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	1.950
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	20	4.970
Foto, Optik	12	685
Blumen, Topfpflanzen	21	1.710
Zoo- und Heimtierbedarf	6	1.895
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	174	31.210
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	11	13.295
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	19	26.035
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7	685
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	37	40.015
SUMME	394	104.410

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 122: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Perleberg-Wittenberge

Mittelbereich Perleberg-Wittenberge 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	91,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	43,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	140,6
Bekleidung	21,0
Schuhe, Lederwaren	6,9
Uhren, Schmuck	3,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4,0
Spielwaren, Musikinstrumente	3,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	19,0
Foto, Optik	3,3
Blumen, Topfpflanzen	1,7
Zoo- und Heimtierbedarf	2,0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	74,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	13,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	14,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	32,8
SUMME	247,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.32 Mittelbereich Potsdam

Insgesamt 188.900 Menschen lebten im Jahr 2015 im Mittelbereich Potsdam. 1.037 der insgesamt 1.106 Einzelhandelsbetriebe im Mittelbereich Potsdam sind dem gleichnamigen Oberzentrum zuzuordnen. Der Mittelbereich umfasst ca. 319.300 m² Verkaufsfläche; 288.800 m² Verkaufsfläche sind in der Stadt Potsdam erfasst. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,69 m² Verkaufsfläche je Einwohner als leicht unterdurchschnittlich zu bewerten (Landesdurchschnitt: 1,75 m² je EW); die Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Potsdam liegt mit 1,72 m² je EW nur knapp unter dem landesweiten Durchschnittswert.

Während die Versorgungsdichte im Mittelbereich in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten einen Wert von 0,53 m² je EW erreicht, liegt die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bei 0,61 m² je EW. Die Durchschnittswerte im Land Brandenburg liegen in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten bei 0,59 m² je EW und in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bei 0,64 m² je EW. Der Verkaufsflächenbesatz in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten ist als leicht überdurchschnittlich zu bewerten (0,55 m² je EW im Mittelbereich Potsdam; 0,52 m² je EW in Brandenburg insgesamt). Die Verkaufsflächenausstattung des Oberzentrums Potsdam liegt in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten bei 0,54 m² je EW und bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten bei 0,59 m² je EW; in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten kann eine Versorgungsdichte von 0,60 m² je EW beschrieben werden. Der Kennwert „Verkaufsfläche je Einwohner“ verdeutlicht damit, dass die Stadt Potsdam bei zentrenrelevanten Sortimenten eine höhere Verkaufsflächenausstattung vorweisen kann als das Land Brandenburg insgesamt, in den nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt der Kennwert jedoch unter dem landesweiten Durchschnittswert.

Etwas mehr als die Hälfte der erfassten Verkaufsflächen im Mittelbereich Potsdam (53 %) entfallen auf Fachmärkte 12 % der Verkaufsflächen sind dem Facheinzelhandel zugeordnet; im Landesdurchschnitt entfallen 14 % der Verkaufsflächen auf den Facheinzelhandel. Im Oberzentrum Potsdam sind ebenfalls 53 % der Verkaufsflächen dem Betriebstyp „Fachmarkt“ zuzuordnen; 13 % der Verkaufsfläche entfallen auf den Facheinzelhandel.

Ein positives Bild zeigt sich bei der Betrachtung der Verkaufsflächenanteile im Mittelbereich Potsdam nach Lagen: lediglich 16 % der Verkaufsflächen sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen vorhanden (landesweit: 44 %). Der Anteil der Verkaufsflächen, der auf Stadt- und Ortszentren entfällt liegt jedoch im landesweiten Durchschnitt (Mittelbereich Potsdam: 19 % Land Brandenburg: 18 %). 17 % der erfassten Verkaufsflächen sind den ergänzenden Nebenzentren zugeordnet. Hier wird deutlich, dass die städtebauliche Struktur des Oberzentrums Potsdam die innerörtliche Verteilung der Verkaufsfläche des gesamten Mittelbereichs sehr stark beeinflusst. Ein Viertel der Verkaufsfläche findet sich in integrierten Lagen (25 %).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt im Mittelbereich bei 99,8, das Oberzentrum Potsdam verfügt über eine Kaufkraftkennziffer von 99,1. Der Vergleichswert für das Land Brandenburg ist nur auf 92,9 beziffert. Der Mittelbereich erreicht eine Handelszentralität von insgesamt 86; nicht zuletzt aufgrund der unmittelbaren Nähe zu Berlin wird eine vollständige Bindung der örtlichen Kaufkraft nicht erreichbar sein.

Abb. 123: Datenblatt für den Mittelbereich Potsdam

Datenblatt für den Mittelbereich Potsdam 2016	
Einwohner (31.12.2015)	188.853
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	99,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	1.098,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.818
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	944,0
Einzelhandelszentralität	86
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.106
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>794</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>151</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>161</i>
Anzahl Leerstände	161
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,69
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,53</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	319.300
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.560</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.890</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>51.130</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>99.980</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>109.740</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	319.300
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>59.505</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>53.755</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>75.465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>80.020</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>50.555</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	319.300
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>125.090</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>62.275</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.300</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>95.635</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	319.300
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.860</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>48.825</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.190</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>38.095</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>170.590</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.980</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.165</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.595</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 124: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Potsdam

Mittelbereich Potsdam 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	304	78.645
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	91	15.705
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	70	6.255
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	465	100.605
Bekleidung	174	39.880
Schuhe, Lederwaren	41	5.880
Uhren, Schmuck	32	1.860
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	92	14.750
Spielwaren, Musikinstrumente	17	3.375
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	33	9.130
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	25	5.825
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	50	11.805
Foto, Optik	30	1.685
Blumen, Topfpflanzen	49	5.220
Zoo- und Heimtierbedarf	10	3.840
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	553	103.250
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	35	50.835
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	41	63.135
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	12	1.475
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	88	115.445
SUMME	1.106	319.300

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 125: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Potsdam

Mittelbereich Potsdam 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	403,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	191,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	29,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	623,7
Bekleidung	93,0
Schuhe, Lederwaren	30,7
Uhren, Schmuck	14,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	17,7
Spielwaren, Musikinstrumente	13,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	32,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	13,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	84,1
Foto, Optik	14,5
Blumen, Topfpflanzen	7,7
Zoo- und Heimtierbedarf	8,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	329,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	59,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	63,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	23,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	145,4
SUMME	1.098,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.33 Mittelbereich Prenzlau

Der Mittelbereich Prenzlau zählte im Jahr 2015 rund 37.800 Einwohner. Im Rahmen der vor-Ort Erhebungen wurden 243 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 66.300 m² erfasst. Die Versorgungsdichte im Mittelbereich entspricht mit 1,75 m² Verkaufsfläche je Einwohner genau dem Landesdurchschnitt. Im gleichnamigen Mittelzentrum Prenzlau leben ca. 19.300 Einwohner. Mehr als 90 % der Gesamtverkaufsflächen des Mittelbereiches Prenzlau entfallen auf den Zentralen Ort (60.100 m² Verkaufsfläche). Im Mittelzentrum Prenzlau stehen jedem Einwohner rechnerisch 3,12 m² Verkaufsfläche zur Verfügung, was auch für einen Zentralen Ort einen hohen Wert darstellt.

Auf der Ebene der Warengruppen liegt die Versorgungsdichte im Mittelbereich in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten bei 0,58 m² je EW; der landesweite Durchschnittswert liegt bei 0,59 m² je EW. In den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten sind 0,52 m² Verkaufsfläche je Einwohner vorhanden. In den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist die Verkaufsfächenausstattung mit 0,66 m² je EW leicht über dem Durchschnittswert des Landes Brandenburg (0,64 m² je EW). Entsprechend der Verkaufsfächenausstattung insgesamt sind für das Mittelzentrum Prenzlau auch auf Warengruppenebene stark überdurchschnittliche Werte zu verzeichnen. Die Versorgungsdichte in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt bei 0,97 m² je EW, in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten wird eine Versorgungsdichte von 0,95 m² je EW erreicht und in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt der Kennwert „Verkaufsfläche je Einwohner“ sogar bei 1,20 m².

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt in etwa im Landesdurchschnitt (55 % gegenüber 53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel weist ebenfalls durchschnittliche Ausstattungswerte auf (13 % gegenüber 14 % landesweit). Im Mittelzentrum Prenzlau macht der Facheinzelhandel 12 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 57 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein knapp die Hälfte der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (49 %, landesweit: 44 %). 17 % der Verkaufsflächen sind in Stadt- und Ortszentren vorzufinden (landesweit: 18 %). Der Anteil der Verkaufsfläche in Nahversorgungsbereichen liegt mit 19 % sogar über dem Landesdurchschnitt (10 %). Im Mittelzentrum Prenzlau zeigt sich ein ähnliches Bild: Hier sind 16 % der Verkaufsflächen in Zentrumslage vorzufinden, 53 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer ist im Mittelbereich insgesamt (83,0) und im Zentralen Ort (82,1) als nur sehr gering zu bewerten (92,9 landesweit; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität liegt im Mittelbereich im Durchschnitt aller Sortimente bei 85. Im Zentralen Ort Prenzlau wird dagegen eine Einzelhandelszentralität von 150 erzielt.

Abb. 126: Datenblatt für den Mittelbereich Prenzlau

Datenblatt für den Mittelbereich Prenzlau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	37.811
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	182,9
Kaufkraft je Einwohner in €	4.837
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	155,5
Einzelhandelszentralität	85
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	243
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>172</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>38</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33</i>
Anzahl Leerstände	44
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,75
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	66.295
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.740</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.700</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.935</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.565</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.355</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	66.295
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.090</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.690</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.830</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.685</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	66.295
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.290</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.325</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.680</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	66.295
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.555</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.100</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.885</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.400</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>870</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 127: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Prenzlau

Mittelbereich Prenzlau 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	84	18.950
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	20	1.870
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	970
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	111	21.790
Bekleidung	23	5.055
Schuhe, Lederwaren	7	1.710
Uhren, Schmuck	4	200
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	16	3.195
Spielwaren, Musikinstrumente	0	440
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	2.590
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.900
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14	2.250
Foto, Optik	7	315
Blumen, Topfpflanzen	13	765
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.070
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	97	19.490
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	12.120
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	20	12.365
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	8	530
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	35	25.015
SUMME	243	66.295

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 128: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Prenzlau

Mittelbereich Prenzlau 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	67,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	31,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	103,8
Bekleidung	15,5
Schuhe, Lederwaren	5,1
Uhren, Schmuck	2,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,0
Spielwaren, Musikinstrumente	2,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14,0
Foto, Optik	2,4
Blumen, Topfpflanzen	1,3
Zoo- und Heimtierbedarf	1,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	54,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	9,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,2
SUMME	182,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.34 Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse

Die Gemeinden im Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse zählten im Jahr 2015 rund 43.900 Einwohner. Insgesamt sind 311 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 84.100 m² im Mittelbereich vorhanden. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,92 m² Verkaufsfläche je Einwohner höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum in Funktionsteilung festgelegten Städte Pritzwalk und Wittstock/Dosse verfügen insgesamt über ca. 26.300 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,76 m² je EW hier sogar deutlich überdurchschnittlich.

Während im Segment der nahversorgungsrelevanten Sortimente und der nicht-zentrenrelevanten Sortimente die Verkaufsflächenausstattung über dem Landesdurchschnitt liegt (0,68 m² je EW bzw. 0,79 m² je EW), ist der Verkaufsflächenbesatz in den zentrenrelevanten Sortimenten (0,44 m² je EW) geringer als im Landesdurchschnitt. Das Mittelzentrum Pritzwalk-Wittstock/Dosse verfügt in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten über 0,88 m² Verkaufsfläche je Einwohner, in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten über 0,62 m² Verkaufsfläche je Einwohner und in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten über sogar 1,26 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

Knapp die Hälfte der Verkaufsfläche im Mittelbereich entfällt auf Fachmärkte (49 %). Im Land Brandenburg wird ein Vergleichswert von 53 % erreicht. Der Anteil der Facheinzelhandelsbetriebe entspricht im Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse dem Landesdurchschnitt (14 %). In dem Mittelzentrum in Funktionsteilung macht der Facheinzelhandel 13 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 53 %.

Im Mittelbereich sind 42 % der Verkaufsflächen städtebaulich nicht integrierten Lagen zugeordnet (landesweit: 44 %). Der Verkaufsflächenanteil in Stadt- und Ortszentren ist jedoch vergleichsweise gering (9 %, landesweit: 14 %). Mit einem Anteil von 40 % sind die Verkaufsflächen in städtebaulich integrierten Lagen wiederum stark vertreten (landesweit: 24 %). In dem Mittelzentrum in Funktionsteilung ist der Verkaufsflächenanteil in Zentrumslage nur sehr gering (7 %). 42 % der erfassten Verkaufsflächen sind zwar außerhalb der Innenstadt, aber in städtebaulich integrierten Lagen zu finden.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse geringer als im Landesdurchschnitt (Kaufkraftkennziffer: 85,7; landesweit: 92,9). Die Kaufkraftkennziffer des Mittelzentrums in Funktionsteilung wird auf 86,3 beziffert. Die Einzelhandelszentralität im Mittelbereich erreicht im Durchschnitt aller Branchen einen Wert von 94. Kaufkraftabflüsse beziehen sich schwerpunktmäßig auf die zentrenrelevanten Sortimente. Die Stadt Pritzwalk verfügt über eine Einzelhandelszentralität von insgesamt 127. Die Stadt Wittstock/Dosse weist eine Einzelhandelszentralität von 136 auf. Damit liegen beide Werte weit über dem Durchschnittswert des gesamten Mittelbereichs.

Abb. 129: Datenblatt für den Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse

Datenblatt für den Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse 2016	
Einwohner (31.12.2015)	43.888
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	219,1
Kaufkraft je Einwohner in €	4.993
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	205,1
Einzelhandelszentralität	94
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	311
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>203</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>56</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>52</i>
Anzahl Leerstände	80
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,92
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,44</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,79</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	84.050
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.135</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.400</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.270</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.745</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.500</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	84.050
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.890</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.415</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.420</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.325</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	84.050
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.245</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.495</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.810</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.500</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	84.050
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.780</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.055</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.980</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.895</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.515</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.260</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.565</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 130: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse

Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	113	25.180
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	25	3.610
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	11	875
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	149	29.665
Bekleidung	31	4.260
Schuhe, Lederwaren	8	1.580
Uhren, Schmuck	8	370
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	13	4.175
Spielwaren, Musikinstrumente	1	450
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	605
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	2.140
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	18	2.515
Foto, Optik	5	250
Blumen, Topfpflanzen	16	1.130
Zoo- und Heimtierbedarf	4	2.045
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	115	19.520
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	15	12.080
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	26	22.000
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	785
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	47	34.865
SUMME	311	84.050

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 131: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse

Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	80,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	38,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	124,4
Bekleidung	18,5
Schuhe, Lederwaren	6,1
Uhren, Schmuck	2,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,5
Spielwaren, Musikinstrumente	2,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	16,8
Foto, Optik	2,9
Blumen, Topfpflanzen	1,5
Zoo- und Heimtierbedarf	1,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	65,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	11,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	12,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	29,0
SUMME	219,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.35 Mittelbereich Rathenow

Im Mittelbereich Rathenow lebten im Jahr 2015 rund 46.400 Einwohner. In den Gemeinden des Mittelbereichs sind 307 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 69.800 m² vorzufinden. Die Versorgungsdichte liegt im Mittelbereich mit 1,50 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich unter dem Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das Mittelzentrum Rathenow mit seinen 24.400 Einwohnern verfügt insgesamt über ca. 54.500 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,23 m² je EW überdurchschnittlich.

Der Verkaufsflächenbesatz im Mittelbereich ist sowohl in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit 0,56 m² je EW (Landesdurchschnitt: 0,59 m² je EW) als auch in den zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten mit jeweils 0,47 m² je EW als unterdurchschnittlich zu bewerten (landesweit: 0,52 m² je EW bzw. 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Rathenow verfügt sowohl in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit 0,71 m² Verkaufsfläche je Einwohner, als auch den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,75 m² je EW) und den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,77 m² je EW) über eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung. Das vorhandene Einzelhandelsangebot im Mittelbereich Rathenow konzentriert sich sehr stark auf den Zentralen Ort.

Der Verkaufsflächenanteil der Fachmärkte ist im Mittelbereich Rathenow vergleichsweise gering. Nur 42 % der erfassten Verkaufsflächen entfällt auf Fachmärkte, während der Durchschnittswert für das Land Brandenburg bei 53 % liegt. Der Betriebstyp Facheinzelhandel stellt wiederum einen vergleichsweise hohen Verkaufsflächenanteil (18 %; landesweit: 14 %). Im Mittelzentrum Rathenow machen die Fachmärkte 48 % und der Facheinzelhandel 18 % der Verkaufsfläche aus.

Im Mittelbereich Rathenow befindet sich ein überwiegender Teil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (48 %, landesweit: 44 %). Deutlich über dem Durchschnitt liegt jedoch auch der Anteil in Stadt- und Ortszentren (29 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Rathenow befinden sich mit 61 % nochmals mehr flächenintensive Einzelhandelsverkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen. 22 % der Verkaufsflächen sind im Stadt- und Ortszentrum zu finden.

Mit einer Kaufkraftkennziffer von 85,4 im Mittelbereich und einer Kaufkraftkennziffer von 84,6 in der Stadt Rathenow ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraft für Brandenburger Verhältnisse als unterdurchschnittlich zu bewerten (landesweit 92,9; indexiert, D= 100). Der Mittelbereich erzielt eine Einzelhandelszentralität von 78, per Saldo muss der örtliche Einzelhandel Kaufkraftabflüsse verkraften. Die Einzelhandelszentralität der Stadt Rathenow liegt bei guten 112. Die Bedeutung der Stadt Rathenow als Einzelhandelsstandort innerhalb des raumordnerisch definierten Mittelbereiches wird anhand dieser Kennziffer unterstrichen.

Abb. 132: Datenblatt für den Mittelbereich Rathenow

Datenblatt für den Mittelbereich Rathenow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	46.371
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	230,7
Kaufkraft je Einwohner in €	4.974
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	179,1
Einzelhandelszentralität	78
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	307
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>210</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>49</i>
Anzahl Leerstände	122
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,50
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,47</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,47</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	69.760
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.450</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.920</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.920</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.270</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	69.760
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.025</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.995</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.605</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	69.760
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.605</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.565</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.590</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	69.760
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.305</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.350</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.070</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.560</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.465</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.960</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 133: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Rathenow

Mittelbereich Rathenow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	96	21.400
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22	3.120
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	20	1.470
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	138	25.990
Bekleidung	33	7.015
Schuhe, Lederwaren	6	1.380
Uhren, Schmuck	5	260
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	15	3.200
Spielwaren, Musikinstrumente	3	465
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	12	1.910
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.625
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	13	2.440
Foto, Optik	10	705
Blumen, Topfpflanzen	17	1.360
Zoo- und Heimtierbedarf	6	1.535
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	124	21.895
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	3.405
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	28	17.715
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	10	755
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45	21.875
SUMME	307	69.760

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 134: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Rathenow

Mittelbereich Rathenow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	84,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	40,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	130,9
Bekleidung	19,5
Schuhe, Lederwaren	6,5
Uhren, Schmuck	3,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,7
Spielwaren, Musikinstrumente	2,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	17,7
Foto, Optik	3,0
Blumen, Topfpflanzen	1,6
Zoo- und Heimtierbedarf	1,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	69,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	12,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	13,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	30,5
SUMME	230,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.36 Mittelbereich Schönefeld-Wildau

Der Mittelbereich Schönefeld-Wildau zählte im Jahr 2015 rund 49.600 Einwohner. In den Gemeinden des Mittelbereichs sind 336 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 190.100 m² vorhanden. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 3,83 m² Verkaufsfläche je Einwohner außergewöhnlich hoch (Landesdurchschnitt: 1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum in Funktionsteilung festgelegten Kommunen Schönefeld und Wildau verfügen zusammen über 241 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 174.000 m². Die Versorgungsdichte ist mit 7,20 m² je EW immens hoch. Das Einkaufszentrum „A10 Center“ in Wildau und das Fachmarktzentrum „Gewerbezentrum Waltersdorf“ in Schönefeld begründen die überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung.

Während in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zwar auch eine größere Verkaufsflächenausstattung vorhanden ist als im landesweiten Durchschnitt (0,68 m² je EW; landesweit: 0,59 m² je EW), wird in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten und den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eine deutlich überzeichnete Versorgungsdichte deutlich. In den zentrenrelevanten Sortimenten sind 1,34 m² Verkaufsfläche je Einwohner erfasst (landesweit: 0,52 m² je EW), in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten stehen jedem Bewohner sogar 1,81 m² Verkaufsfläche rechnerisch zur Verfügung (landesweit: 0,59 m² je EW). Das Mittelzentrum Schönefeld-Wildau verfügt über eine Versorgungsdichte in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 0,97 m² je Einwohner. In den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten und den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten verfügt das Mittelzentrum in Funktionsteilung ebenfalls über eine sehr hohe Versorgungsdichte (2,56 m² je EW bzw. 3,67 m² je EW).

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im gesamten Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 71 % und damit deutlich über dem Landesdurchschnitt (=53 % landesweit). Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist bezogen auf die vorhandene Verkaufsflächen nur zu einem sehr geringen Anteil vertreten (5 %). In den Mittelzentren in Funktionsteilung beläuft sich der Fachmarktanteil an der Gesamtverkaufsfläche sogar auf 76 %. Der Facheinzelhandel macht hier lediglich 4 % der Verkaufsfläche aus.

Aufgrund der o.g. Einkaufsagglomerationen befindet sich im Mittelbereich ein sehr hoher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (86 %, landesweit: 44 %). Der Verkaufsflächenanteil in Stadt- und Ortszentren ist im direkten Vergleich nur sehr gering (3 %, landesweit: 18 %). In dem Mittelzentrum wird dieser Aspekt noch verschärft: 94 % der Verkaufsflächen befinden sich in nicht integrierter Lage. Der Anteil der Verkaufsfläche in Stadt- und Ortszentren beläuft sich nur auf 1 %. Sonstige integrierte Lagen haben einen Anteil von 3 %.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt im Mittelbereich insgesamt bei 101,3. Das Mittelzentrum Schönefeld-Wildau kann eine Kaufkraftkennziffer von 98,1 vorweisen. Die Kauf-

kraft liegt damit in beiden Betrachtungsräumen über dem landesweiten Durchschnitt (92,9). Der im Mittelbereich erzielte Umsatz übersteigt die örtliche Kaufkraft deutlich (Zentralität: 173).

Abb. 135: Datenblatt für den Mittelbereich Schönefeld-Wildau

Datenblatt für den Mittelbereich Schönefeld-Wildau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	49.572
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	101,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	292,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.902
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	505,2
Einzelhandelszentralität	173
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	336
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>194</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>69</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>73</i>
Anzahl Leerstände	53
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	3,83
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,34</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,81</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	190.070
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.730</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.350</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.375</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.745</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>105.870</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	190.070
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.550</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.700</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.565</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>163.255</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	190.070
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.040</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>58.365</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.670</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>104.995</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	190.070
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.140</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.675</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.665</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.420</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135.565</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.570</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 136: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Schönefeld-Wildau

Mittelbereich Schönefeld-Wildau 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	95	27.210
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	21	4.665
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	13	2.025
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	129	33.900
Bekleidung	62	18.170
Schuhe, Lederwaren	15	3.430
Uhren, Schmuck	11	520
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	18	11.015
Spielwaren, Musikinstrumente	3	3.355
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	4.815
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	8.220
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	17	12.200
Foto, Optik	7	635
Blumen, Topfpflanzen	15	790
Zoo- und Heimtierbedarf	3	3.170
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	164	66.320
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	17	52.175
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	22	36.845
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	830
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	43	89.850
SUMME	336	190.070

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 137: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Schönefeld-Wildau

Mittelbereich Schönefeld-Wildau 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	107,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	50,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	166,1
Bekleidung	24,7
Schuhe, Lederwaren	8,2
Uhren, Schmuck	3,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4,7
Spielwaren, Musikinstrumente	3,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	22,4
Foto, Optik	3,9
Blumen, Topfpflanzen	2,1
Zoo- und Heimtierbedarf	2,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	87,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	15,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	16,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	38,7
SUMME	292,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.37 Mittelbereich Schwedt/Oder

In den Gemeinden des Mittelbereiches Schwedt/Oder lebten im Jahr 2015 rund 56.300 Einwohner. Im Rahmen der CIMA-vor-Ort-Begehungen wurden 364 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 110.700 m² erfasst. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich Schwedt/Oder mit 1,97 m² Verkaufsfläche je Einwohner höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Schwedt/Oder verfügt insgesamt über ca. 82.500 m² Verkaufsfläche. Die Versorgungsdichte ist mit 2,73 m² je EW somit deutlich über den errechneten Durchschnittswert des Landes Brandenburg. Der Hauptteil der Geschäfte des Mittelbereichs ist im Stadtgebiet von Schwedt/Oder konzentriert.

Während in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten und den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,64 m² je EW bzw. mit 0,67 m² je EW in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (0,59 m² je EW bzw. 0,64 m² je EW), ist der Verkaufsflächenbesatz im sonstigen zentrenrelevanten Bereich mit 0,66 m² je EW leicht überdurchschnittlich ausgeprägt (landesweit: 0,52 m² je EW). Das Mittelzentrum Schwedt/Oder verfügt sowohl im nahversorgungsrelevanten Sortiment (0,77 m² je EW), als auch im sonstigen zentrenrelevanten (0,93 m² je EW) und nicht-zentrenrelevanten Segment (1,03 m² je EW) über eine hohe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich Schwedt/Oder auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 50 % (landesweit: 53 %) Die Fachmärkte vereinen eine Fläche von 55.640 m² auf sich. Der Betriebstyp Facheinzelhandel fällt mit einem Anteil von 17 % stark ab, liegt aber in etwa im Durchschnitt des Landes Brandenburg (14 %). Im Mittelzentrum Schwedt/Oder macht der Facheinzelhandel 16 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 53 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich ein hoher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (54 %; landesweit: 44 %) dagegen nur ein geringer Anteil in Stadt- und Ortszentren (20 %; gegenüber 18 % landesweit) Im Mittelzentrum Schwedt/Oder befinden sich ebenfalls nur knapp 19 % der Verkaufsflächen in Zentrumslage, etwa zwei Drittel entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt sowohl im Mittelbereich insgesamt mit 89,0 als auch im Zentralen Ort mit 91,4 unterhalb des Brandenburger Durchschnittswertes (Kaufkraftkennziffer Land Brandenburg 92,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität liegt im Mittelbereich im Durchschnitt aller Sortimente bei 98. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 128 deutlich höher als im Mittelbereich gesamt.

Abb. 138: Datenblatt für den Mittelbereich Schwedt/Oder

Datenblatt für den Mittelbereich Schwedt/Oder 2016	
Einwohner (31.12.2015)	56.252
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	291,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.189
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	284,8
Einzelhandelszentralität	98
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	364
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>210</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>81</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>73</i>
Anzahl Leerstände	79
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,97
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,64</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	110.675
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.450</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.165</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>38.055</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.855</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	110.675
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.025</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.005</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.035</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>59.610</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	110.675
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>82.335</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.810</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.990</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.540</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	110.675
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.830</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.225</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.115</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.720</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>55.640</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.750</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 139: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Schwedt/Oder

Mittelbereich Schwedt/Oder 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	119	29.145
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	23	4.805
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	14	2.065
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	156	36.015
Bekleidung	49	12.135
Schuhe, Lederwaren	8	2.365
Uhren, Schmuck	8	540
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	23	6.530
Spielwaren, Musikinstrumente	2	615
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	2.195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	6	3.325
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	25	5.225
Foto, Optik	7	660
Blumen, Topfpflanzen	16	1.350
Zoo- und Heimtierbedarf	6	2.020
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	159	36.960
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	14	11.815
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	28	25.075
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7	810
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	49	37.700
SUMME	364	110.675

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 140: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Schwedt/Oder

Mittelbereich Schwedt/Oder 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	107,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	50,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	165,7
Bekleidung	24,7
Schuhe, Lederwaren	8,2
Uhren, Schmuck	3,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4,7
Spielwaren, Musikinstrumente	3,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	22,3
Foto, Optik	3,9
Blumen, Topfpflanzen	2,1
Zoo- und Heimtierbedarf	2,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	87,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	15,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	16,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	38,6
SUMME	291,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.38 Mittelbereich Seelow

Der Mittelbereich Seelow wies im Jahr 2015 rund 30.900 Einwohner auf. Die 215 Einzelhandelsbetriebe des Mittelbereichs besitzen eine Verkaufsfläche von insgesamt ca. 46.600 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,51 m² Verkaufsfläche je Einwohner niedriger als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Seelow verfügt insgesamt über ca. 20.600 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 3,82 m² je Einwohner als extrem hoch zu bewerten und liegt weit über dem durchschnittlichen Ausstattungswert der Mittelzentren im Landesvergleich. Ein Großteil der Betriebe ist außerhalb des Zentralen Ortes im Verflechtungsbereich angesiedelt, die aber ganz überwiegend kleinflächig sind.

Während im Segment der Nahversorgung die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,65 m² je Einwohner in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (landesweit: 0,59 m² je EW), ist der Verkaufsflächenbesatz bei sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten mit 0,38 m² je Einwohner bzw. 0,48 m² je Einwohner nur unterdurchschnittlich ausgeprägt (landesweit: 0,52 m² je EW; bzw. 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Seelow verfügt indes in allen drei Sortimentsbereichen über eine weit überdurchschnittliche Versorgungsdichte (nahversorgungsrelevante Sortimente: 1,50 m² je EW; sonstige zentrenrelevante Sortimente: 0,89 m² je EW; nicht- zentrenrelevante Sortimente: 1,42 m² je EW).

Der Anteil der Verkaufsflächen, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 47 % (landesweit: 53 %). Der Facheinzelhandel ist mit Verkaufsflächenanteilen knapp unter dem Landesdurchschnitt vertreten (13 % gegenüber 14 % landesweit) Im Mittelzentrum Seelow macht der Facheinzelhandel ebenfalls 13 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 51 %.

Im Mittelbereich befindet sich ein hoher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (43 %; landesweit: 44 %) dagegen nur ein geringer Anteil in Stadt- und Ortszentren (19 %; landesweit 18 %) Im Mittelzentrum Seelow liegen ebenfalls 19 % der Verkaufsflächen in Zentrumslage, hohe 56 % der Verkaufsflächen entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich insgesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse als gering zu bewerten (Kaufkraftkennziffer 83,3 bzw. 82,5; landesweit: 92,9, D=100). Die Einzelhandelszentralität spiegelt das Verhältnis der örtlichen Kaufkraftpotenziale zu den Einzelhandelsumsätzen vor Ort wider. Insgesamt wird eine Handelszentralität von 79 erzielt. Für den Zentralen Ort Seelow liegt die Einzelhandelszentralität mit 211 deutlich höher als im Mittelbereich insgesamt. Das Mittelzentrum ist der wichtigste Handelsplatz innerhalb des raumordnerisch festgelegten Mittelbereiches.

Abb. 141: Datenblatt für den Mittelbereich Seelow

Datenblatt für den Mittelbereich Seelow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	30.919
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	150,2
Kaufkraft je Einwohner in €	4.857
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	118,3
Einzelhandelszentralität	79
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	215
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>156</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
Anzahl Leerstände	58
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,51
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,65</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,38</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.605
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.020</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.720</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.625</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.490</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.605
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.940</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.540</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.940</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.185</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.605
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.410</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.380</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.815</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.605
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.765</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.290</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.840</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.895</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.745</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 142: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Seelow

Mittelbereich Seelow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	85	17.380
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12	1.980
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	625
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	104	19.985
Bekleidung	14	2.675
Schuhe, Lederwaren	2	545
Uhren, Schmuck	3	145
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	10	3.215
Spielwaren, Musikinstrumente	1	300
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	630
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	420
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11	1.285
Foto, Optik	7	340
Blumen, Topfpflanzen	11	875
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.225
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	74	11.655
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	3.535
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	26	11.020
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	410
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	37	14.965
SUMME	215	46.605

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 143: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Seelow

Mittelbereich Seelow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	55,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	26,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	85,2
Bekleidung	12,7
Schuhe, Lederwaren	4,2
Uhren, Schmuck	2,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,5
Foto, Optik	2,0
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,9
SUMME	150,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.39 Mittelbereich Senftenberg-Großräschen

Der im Jahr 2015 rund 45.900 Einwohner fassende Mittelbereich Senftenberg-Großräschen weist 343 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 94.300 m² auf. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 2,06 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum in Funktionsteilung festgelegten Orte Senftenberg und Großräschen verfügen insgesamt über ca. 83.000 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,5 m² je Einwohner für ein Mittelzentrum im Landesvergleich durchschnittlich.

Während im Segment der Nahversorgung und den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,67 m² je Einwohner bzw. 0,60 m² je Einwohner in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (landesweit: 0,52 m² je EW bzw. 0,64 m² je EW), ist der Verkaufsflächenbesatz in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. Baumarktsortiment, Möbel) mit 0,78 m² je EW deutlich überzeichnet. Das Mittelzentrum Senftenberg-Großräschen verfügt in allen Warengruppen über eine hohe Versorgungsdichte. Das Mittelzentrum verfügt über eine Versorgungsdichte in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten von 0,73 m² je Einwohner. In den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten verfügt das Mittelzentrum in Funktionsteilung über eine überdurchschnittliche Versorgungsdichte (0,75 m² je EW bzw. 1,02 m² je EW).

55 % der erfassten Verkaufsflächen entfallen auf den Betriebstyp „Fachmarkt“ (landesweit: 53 %). Der Facheinzelhandel stellt im Vergleich nur 14 % der Verkaufsflächen im Mittelbereich Senftenberg-Großräschen. Im Mittelzentrum Senftenberg-Großräschen macht der Facheinzelhandel insgesamt 12 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 61 %.

Der Anteil der Verkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen ist im Mittelbereich Senftenberg-Großräschen vergleichsweise gering; nur 37 % der Verkaufsflächen sind in nicht integrierten Lagen zu finden, während der landesweite Durchschnittswert bei 44 % liegt. Der Verkaufsflächenanteil in Stadt- und Ortszentren ist wiederum als sehr gut zu bewerten (28 %, landesweit: 18 %). Im gemeinsamen Mittelzentrum Senftenberg und Großräschen sind ca. 26 % der Verkaufsflächen in Zentrumsanlagen vorzufinden. Etwa 40 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer des Mittelbereichs Senftenberg-Großräschen liegt bei 89,7 (landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Im Zentralen Ort liegt die Kaufkraftkennziffer mit 90,6 in Senftenberg, und 87,3 in Großräschen ebenfalls leicht unter dem Landesdurchschnitt. Im Mittelbereich liegt die Einzelhandelszentralität bei 94, d. h. es sind per Saldo nur geringe Kaufkraftabflüsse vorhanden. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 105 für Senftenberg und 131 für Großräschen deutlich oberhalb des Vergleichswertes im Mittelbereich.

Abb. 144: Datenblatt für den Mittelbereich Senftenberg-Großräschen

Datenblatt für den Mittelbereich Senftenberg-Großräschen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	45.882
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	239,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.225
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	225,3
Einzelhandelszentralität	94
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	343
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>227</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>60</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>56</i>
Anzahl Leerstände	129
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,06
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	94.290
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.215</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.000</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.975</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.370</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.730</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	94.290
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.080</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.560</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.585</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.065</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	94.290
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>62.540</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.810</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.615</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.325</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	94.290
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.140</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.525</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.250</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.355</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>52.330</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.280</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.125</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 145: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Senftenberg-Großräschen

Mittelbereich Senftenberg-Großräschen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	121	25.535
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	23	3.770
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	14	1.490
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	158	30.795
Bekleidung	36	7.100
Schuhe, Lederwaren	7	1.700
Uhren, Schmuck	6	270
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	16	6.130
Spielwaren, Musikinstrumente	3	415
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	11	1.700
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	8	2.065
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	17	3.310
Foto, Optik	6	350
Blumen, Topfpflanzen	23	1.805
Zoo- und Heimtierbedarf	7	2.730
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	140	27.575
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	10	22.015
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	29	13.420
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	485
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45	35.920
SUMME	343	94.290

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 146: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Senftenberg-Großräschen

Mittelbereich Senftenberg-Großräschen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	88,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	41,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	136,1
Bekleidung	20,3
Schuhe, Lederwaren	6,7
Uhren, Schmuck	3,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,9
Spielwaren, Musikinstrumente	3,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	18,3
Foto, Optik	3,2
Blumen, Topfpflanzen	1,7
Zoo- und Heimtierbedarf	1,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	71,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	12,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	13,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	31,7
SUMME	239,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.40 Mittelbereich Spremberg

Insgesamt rund 25.900 Einwohner leben im Mittelbereich Spremberg. Für die Gemeinden des Mittelbereichs wurden 230 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 41.300 m² dokumentiert. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,60 m² Verkaufsfläche je Einwohner etwas niedriger als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW).

Das Mittelzentrum Spremberg verfügt insgesamt über ca. 38.300 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,72 m² je Einwohner nur knapp unter dem Landesniveau. Während bei der Nahversorgung und den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,69 m³ je Einwohner und 0,49 m² je Einwohner in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (landesweit: 0,59 m² je EW; bzw. 0,52 m² je EW), ist der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten mit 0,42 m² je Einwohner unterdurchschnittlich ausgeprägt (landesweit: 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Spremberg verfügt dem gegenüber im Verflechtungsbereich über eine hohe Versorgungsdichte (nahversorgungsrelevant: 0,69 m² je EW; sonstige zentrenrelevante: 0,55 m² je EW; nicht-zentrenrelevant: 0,48 m² je EW).

Auffällig ist ein niedriger Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (45 %; landesweit: 53 %), die auf sich eine Fläche von 18.615 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen mit 20 % schwächer ausgeprägt, liegt aber oberhalb des Durchschnittswertes im Land (landesweit: 14 %). Im Mittelzentrum Spremberg macht der Facheinzelhandel 20 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 48 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich ein vergleichsweise geringer Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (29 %, landesweit: 44 %), während er in Stadt- und Ortszentren einen erfreulich hohen Wert erreicht (29 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Spremberg sind immerhin 27 % der Verkaufsfläche in Zentrumslagen etabliert, 44 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse etwas unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer von 89,2 bzw. 89,8; landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Der Mittelbereich erzielt eine Einzelhandelszentralität von 83, per Saldo muss der örtliche Einzelhandel Kaufkraftabflüsse verkraften. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 87 nur marginal höher als im Mittelbereich gesamt.

Abb. 147: Datenblatt für den Mittelbereich Spremberg

Datenblatt für den Mittelbereich Spremberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	25.877
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	134,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.201
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	112,3
Einzelhandelszentralität	83
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	230
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>163</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
Anzahl Leerstände	86
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,60
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,69</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,42</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	41.290
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.335</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.250</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.015</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.690</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	41.290
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.885</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.255</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.190</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.960</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	41.290
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.455</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.185</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.650</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	41.290
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.200</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.095</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.665</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.250</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.615</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 148: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Spremberg

Mittelbereich Spremberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	80	13.730
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14	2.940
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	11	1.160
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	105	17.830
Bekleidung	27	3.005
Schuhe, Lederwaren	6	1.215
Uhren, Schmuck	6	270
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	16	3.285
Spielwaren, Musikinstrumente	1	160
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	885
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	840
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	805
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	14	1.330
Zoo- und Heimtierbedarf	2	665
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	96	12.595
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.310
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	21	9.200
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	355
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	29	10.865
SUMME	230	41.290

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 149: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Spremberg

Mittelbereich Spremberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	49,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	23,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	76,4
Bekleidung	11,4
Schuhe, Lederwaren	3,8
Uhren, Schmuck	1,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,3
Foto, Optik	1,8
Blumen, Topfpflanzen	0,9
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	40,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,8
SUMME	134,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.41 Mittelbereich Strausberg

Die Gemeinden im Mittelbereich Strausberg hatten im Jahr 2015 rund 59.900 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 337 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 71.100 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,19 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich niedriger als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Strausberg verfügt insgesamt über ca. 51.100 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,95 m² je EW für ein Mittelzentrum im Landesvergleich etwas unterdurchschnittlich. Die Geschäfte im Mittelbereich sind mehrheitlich innerhalb des Zentralen Ortes angesiedelt.

Während bei der Nahversorgung und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,52 m² je Einwohner und 0,45 m² je Einwohner in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (landesweit: 0,59 m² je EW; bzw. 0,52 m² je EW), liegt der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. Baumarktsortiment, Möbel) mit 0,22 m² je Einwohner nur bei etwa einem Drittel des Referenzwertes. Das Mittelzentrum Strausberg verfügt bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten mit 0,78 m² je Einwohner hingegen über eine relativ hohe Versorgungsdichte.

Auffällig ist ein niedriger Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (37 % gegenüber 53 % landesweit), die auf sich eine Fläche von 26.600 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen mit 22 % anteilig etwas stärker ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (14 %). Im Mittelzentrum Strausberg macht der Facheinzelhandel 19 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 48 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich nur ein geringer Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (8 %, landesweit: 44 %), dafür ein recht hoher Anteil in Stadt- und Ortszentren (22 %, landesweit: 18 %). Auch im Mittelzentrum Strausberg ist 25 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage etabliert. Nur 5 % entfällt auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist sowohl im Mittelbereich insgesamt als auch im Zentralen Ort in etwa auf Höhe des Brandenburger Durchschnitts (Kaufkraftkennziffer von jeweils 91,2; landesweit: 92,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität spiegelt das Verhältnis der örtlichen Kaufkraftpotenziale zu den Einzelhandelsumsätzen vor Ort wider. Insgesamt wird eine Handelszentralität von 69 erzielt. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität dagegen mit 112 in einem adäquaten Bereich.

Abb. 150: Datenblatt für den Mittelbereich Strausberg

Datenblatt für den Mittelbereich Strausberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	59.898
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	318,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.313
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	220,9
Einzelhandelszentralität	69
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	337
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>227</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>57</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>53</i>
Anzahl Leerstände	82
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,19
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,45</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,22</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.090
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.215</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.450</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.950</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.925</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.090
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.360</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.425</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.645</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.660</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.090
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.080</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.540</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.280</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.190</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	71.090
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.990</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.630</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.115</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.775</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.600</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.155</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.015</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 151: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Strausberg

Mittelbereich Strausberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	100	24.390
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	30	4.985
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	25	2.015
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	155	31.390
Bekleidung	43	9.565
Schuhe, Lederwaren	10	2.265
Uhren, Schmuck	8	395
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	12	3.030
Spielwaren, Musikinstrumente	2	600
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	14	2.445
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	1.240
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	18	3.070
Foto, Optik	14	775
Blumen, Topfpflanzen	28	1.630
Zoo- und Heimtierbedarf	4	1.725
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	160	26.740
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	1.360
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	15	11.265
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	335
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22	12.960
SUMME	337	71.090

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 152: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Strausberg

Mittelbereich Strausberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	116,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	55,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	180,6
Bekleidung	26,9
Schuhe, Lederwaren	8,9
Uhren, Schmuck	4,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5,1
Spielwaren, Musikinstrumente	3,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	24,4
Foto, Optik	4,2
Blumen, Topfpflanzen	2,2
Zoo- und Heimtierbedarf	2,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	95,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	17,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	18,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	42,1
SUMME	318,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.42 Mittelbereich Teltow

Die Gemeinden im Mittelbereich Teltow hatten im Jahr 2015 rund 61.300 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 248 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 92.300 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,51 m² Verkaufsfläche je Einwohner niedriger als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Teltow verfügt insgesamt über ca. 60.800 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 2,39 m² je EW für ein Mittelzentrum im Landesvergleich typisch. Die Geschäfte sind überwiegend außerhalb des Zentralen Ortes im Verflechtungsbereich angesiedelt (meist Kleinflächen).

Während bei der Nahversorgung und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,52 m² je Einwohner bzw. 0,55 m² je Einwohner in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (0,59 m² je EW; bzw. 0,52 m² je EW), ist der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. Baumarktsortiment, Möbel) mit 0,44 m² je Einwohner etwas unterdurchschnittlich ausgeprägt (landesweit: 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Teltow verfügt bei nahversorgungsrelevanten und bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten über eine hohe Versorgungsdichte (0,78 m² je EW und 0,95 m² je EW).

Auffällig ist der hohe Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (61 % gegenüber 53 % landesweit), die auf sich eine Fläche von 56.220 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen anteilig mit 8 % deutlich schwächer ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (14 %). Im Mittelzentrum Teltow macht der Facheinzelhandel sogar nur 5 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 64 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich ein hoher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (61 %, Landesdurchschnitt: 44 %), dagegen nur ein sehr geringer Anteil in Stadt- und Ortszentren (11 %, Landesdurchschnitt: 18 %). Im Mittelzentrum Teltow ist lediglich 5 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage etabliert, extrem hohe 74 % entfallen hingegen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse hoch und übersteigt sogar den Durchschnitt für Deutschland (Kaufkraftkennziffer von 109,3; bzw. 100,9; Land Brandenburg 92,9; indexiert, D= 100). Der Mittelbereich erreicht eine Handelszentralität von insgesamt 63. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität dagegen mit 111 in einem adäquaten Bereich.

Abb. 153: Datenblatt für den Mittelbereich Teltow

Datenblatt für den Mittelbereich Teltow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	61.265
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	109,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	390,2
Kaufkraft je Einwohner in €	6.370
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	245,7
Einzelhandelszentralität	63
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	248
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>153</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>40</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>55</i>
Anzahl Leerstände	45
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,51
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,44</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	92.295
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.795</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.000</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.750</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.000</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.750</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	92.295
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.610</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.355</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.815</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.945</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>56.570</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	92.295
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.640</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.950</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>44.705</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	92.295
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.530</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.705</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.930</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>56.220</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>975</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 154: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Teltow

Mittelbereich Teltow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	81	25.930
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	18	4.495
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	17	1.260
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	116	31.685
Bekleidung	22	12.330
Schuhe, Lederwaren	5	2.595
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	10	3.520
Spielwaren, Musikinstrumente	3	1.905
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	14	3.350
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	1.350
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	3.550
Foto, Optik	11	860
Blumen, Topfpflanzen	12	875
Zoo- und Heimtierbedarf	7	2.865
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	104	33.425
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8	7.590
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	18	19.160
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	435
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	28	27.185
SUMME	248	92.295

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 155: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Teltow

Mittelbereich Teltow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	143,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	67,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	10,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	221,5
Bekleidung	33,0
Schuhe, Lederwaren	10,9
Uhren, Schmuck	5,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6,3
Spielwaren, Musikinstrumente	4,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	11,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	29,9
Foto, Optik	5,2
Blumen, Topfpflanzen	2,7
Zoo- und Heimtierbedarf	3,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	117,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	21,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	22,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	8,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	51,6
SUMME	390,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.43 Mittelbereich Templin

Die Gemeinden im Mittelbereich Templin hatten im Jahr 2015 rund 27.000 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 233 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 40.400 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,50 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich niedriger als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Templin verfügt insgesamt über ca. 28.800 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte liegt mit 1,79 m² je EW für ein Mittelzentrum im Landesvergleich relativ niedrig. Die Geschäfte im Mittelbereich sind zum Großteil innerhalb des Zentralen Ortes im Verflechtungsbereich angesiedelt.

Während bei der Nahversorgung mit 0,61 m² je Einwohner und im Bereich der sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten mit 0,48 m² je Einwohner die Versorgungsdichte im Mittelbereich in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (0,59 m² je EW; bzw. 0,52 m² je EW), ist der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (v.a. Baumarktsortiment, Möbel) mit 0,41 m² je Einwohner etwas geringer ausgeprägt (Landesdurchschnitt: 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Templin hat nur im nahversorgungsrelevanten Sortiment mit 0,70 m² je Einwohner eine gegenüber dem Mittelbereich erhöhte Versorgungsdichte.

Auffällig ist ein geringer Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (42 % gegenüber 53 % landesweit), die auf sich eine Fläche von 17.165 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen anteilig mit 20 % viel stärker ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (14 %). Im Mittelzentrum Templin macht der Facheinzelhandel 22 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 41 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich ein unterdurchschnittlicher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (35 %; landesweit 44 %), dagegen ein beachtlicher Anteil in Stadt- und Ortszentren (24 %; landesweit 18 %). Im Mittelzentrum Templin ist 26 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage etabliert, ein Wert von 29 % entfällt auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt als auch im Zentralen Ort für Brandenburger Verhältnisse niedrig (Kaufkraftkennziffer von 83,7 bzw. 83,8; Land Brandenburg 92,9; indexiert, D= 100). Der im Mittelbereich erzielte Umsatz liegt unter dem Kaufkraftvolumen, sodass per Saldo Kaufkraftabflüsse bestehen. Die Einzelhandelszentralität liegt bei 78. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 93 ebenfalls niedrig.

Abb. 156: Datenblatt für den Mittelbereich Templin

Datenblatt für den Mittelbereich Templin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	26.951
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	131,5
Kaufkraft je Einwohner in €	4.880
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	102,6
Einzelhandelszentralität	78
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	233
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>173</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
Anzahl Leerstände	51
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,50
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	40.440
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.785</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.520</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.935</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	40.440
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.645</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.425</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.320</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.050</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	40.440
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.660</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.610</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.170</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	40.440
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.575</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.780</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.140</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.165</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.170</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 157: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Templin

Mittelbereich Templin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	84	13.570
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	17	1.990
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8	880
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	109	16.440
Bekleidung	25	4.015
Schuhe, Lederwaren	4	530
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	27	3.590
Spielwaren, Musikinstrumente	1	315
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	820
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	720
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	980
Foto, Optik	3	145
Blumen, Topfpflanzen	8	565
Zoo- und Heimtierbedarf	4	1.105
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	99	13.010
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	2.585
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	17	8.195
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	210
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	10.990
SUMME	233	40.440

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 158: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Templin

Mittelbereich Templin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	48,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	74,7
Bekleidung	11,1
Schuhe, Lederwaren	3,7
Uhren, Schmuck	1,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,1
Spielwaren, Musikinstrumente	1,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,1
Foto, Optik	1,7
Blumen, Topfpflanzen	0,9
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	39,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,4
SUMME	131,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.44 Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz

Die Gemeinden im Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz hatten im Jahr 2015 rund 60.000 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 353 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 88.100 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,47 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich niedriger als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum in Funktionsteilung festgelegten Orte Werder (Havel) und Beelitz verfügen insgesamt über ca. 57.000 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte liegt mit 1,54 m² je EW für ein Mittelzentrum im Landesvergleich relativ niedrig. Die Betriebe im Mittelbereich sind maßgeblich außerhalb des Mittelzentrums konzentriert.

Während bei der Nahversorgung die Versorgungsdichte im Mittelbereich in etwa dem Landesdurchschnitt entspricht (jeweils 0,59 m² je EW), ist der Verkaufsflächenbesatz bei zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (v. a. Baumarktsortiment, Möbel) mit 0,35 m² je Einwohner bzw. 0,53 m² je Einwohner unterdurchschnittlich entwickelt (landesweit: 0,49 m² je EW bzw. 0,64 m² je EW). Das Mittelzentrum Werder (Havel)-Beelitz verfügt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten mit 0,73 m² je EW über eine hohe Versorgungsdichte. Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,44 m² je EW) und den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,37 m² je EW) allerdings über eine niedrige Versorgungsdichte.

Knapp über die Hälfte der Verkaufsfläche im Mittelbereich entfällt auf Fachmärkte (51 %, landesweit: 53 %), die auf sich eine Fläche von 44.910 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen anteilig in etwa so ausgeprägt wie im Durchschnitt des Landes Brandenburg (12 % gegenüber 14 % landesweit). Im Mittelzentrum Werder (Havel)-Beelitz macht der Facheinzelhandel insgesamt 14 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 43 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich nur ein kleiner Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (18 %, landesweit: 44 %), aber auch nur ein geringer Anteil in Stadt- und Ortszentren (13 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum sind ca. 15 % der Verkaufsfläche in Zentrumslagen vorzufinden. Etwa 17 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt mit 96,3 als auch im gemeinsamen Mittelzentrum Werder (Havel)-Beelitz mit 95,9, und 94,8 für Brandenburger Verhältnisse überdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer Land Brandenburg 92,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität spiegelt das Verhältnis der örtlichen Kaufkraftpotenziale zu den Einzelhandelsumsätzen vor Ort wider. Insgesamt wird eine Handelszentralität von 67 erzielt. Im Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 89 in Werder (Havel) oberhalb, mit 60 für Beelitz unterhalb des Vergleichswertes im Mittelbereich.

Abb. 159: Datenblatt für den Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz

Datenblatt für den Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	59.953
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	96,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	336,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.613
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	226,9
Einzelhandelszentralität	67
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	353
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>248</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>57</i>
Anzahl Leerstände	86
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,47
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,35</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,53</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	88.105
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.160</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.365</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.020</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.360</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	88.105
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.165</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.605</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>54.750</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.285</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	88.105
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>51.705</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.295</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.095</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.010</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	88.105
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.980</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.630</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.520</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.605</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>44.910</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.390</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.380</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>690</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 160: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz

Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	144	30.070
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	19	3.995
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	14	1.180
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	177	35.245
Bekleidung	31	6.700
Schuhe, Lederwaren	8	1.420
Uhren, Schmuck	6	270
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	21	3.580
Spielwaren, Musikinstrumente	1	165
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	13	2.105
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	10	2.085
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	16	1.720
Foto, Optik	8	360
Blumen, Topfpflanzen	22	1.600
Zoo- und Heimtierbedarf	6	1.160
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	142	21.165
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	9	11.580
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	22	19.775
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	340
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	34	31.695
SUMME	353	88.105

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 161: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz

Mittelbereich Werder (Havel)-Beelitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	123,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	58,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	191,0
Bekleidung	28,5
Schuhe, Lederwaren	9,4
Uhren, Schmuck	4,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5,4
Spielwaren, Musikinstrumente	4,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	25,8
Foto, Optik	4,4
Blumen, Topfpflanzen	2,4
Zoo- und Heimtierbedarf	2,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	101,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	18,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	19,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	44,5
SUMME	336,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.45 Mittelbereich Zehdenick-Gransee

Die Gemeinden im Mittelbereich Zehdenick-Gransee besaßen im Jahr 2015 rund 28.300 Einwohner. In den Gemeinden des Mittelbereichs waren 202 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 39.100 m² vorhanden. Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,38 m² Verkaufsfläche je Einwohner deutlich niedriger als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Die als Mittelzentrum in Funktionsteilung festgelegten Orte Zehdenick und Gransee verfügen insgesamt über ca. 27.950 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,24 m² je EW für ein Mittelzentrum im Landesvergleich weit unterdurchschnittlich¹³. Die Betriebe im Mittelbereich sind maßgeblich in den beiden Stadtgebieten konzentriert.

Während bei der Nahversorgung und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten die Versorgungsdichte im Mittelbereich mit 0,52 m² je Einwohner bzw. 0,41 m² je Einwohner in etwa dem Landesdurchschnitt vom 0,59 m² je Einwohner sowie 0,52 m² je Einwohner entspricht, ist der Verkaufsflächenbesatz bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten mit 0,45 m² je Einwohner gegenüber dem Landesdurchschnitt von 0,64 m² je Einwohner geringer. Das Mittelzentrum Zehdenick-Gransee verfügt hingegen in allen Warengruppen über eine relativ geringe Versorgungsdichte (nahversorgungsrelevante Sortimente: 0,46 m² je EW; sonstige zentrenrelevante Sortimente: 0,37 m² je EW; nicht-zentrenrelevante Sortimente: 0,42 m² je EW).

Auffällig ist ein relativ niedriger Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt (40 %, Landesdurchschnitt: 53 %), die auf sich eine Fläche von 16.680 m² vereinen. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen anteilig mit 21,6 % stärker vertreten als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (14 %). In dem Mittelzentrum Zehdenick-Gransee macht der Facheinzelhandel insgesamt 22 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 41 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich nur kleiner Teil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (18 %, landesweit: 44 %). Der Verkaufsflächenanteil von Stadt- und Ortszentren liegt dagegen recht hoch (27 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum sind ca. 25 % der Verkaufsfläche in Zentrumsanlagen vorzufinden. Lediglich 2 % entfallen auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ist im Mittelbereich gesamt (84,1) als auch im Mittelzentrum (Zehdenick 83,8, Gransee 84,8) für Brandenburger Verhältnisse unterdurchschnittlich (Kaufkraftkennziffer Land Brandenburg 92,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität liegt im Mittelbereich im Durchschnitt aller Sortimente bei 74. In dem Zentralen Ort selbst

¹³ Die Angaben beziehen sich hier auf das Amt Gransee und Gemeinden, auch wenn nur die Gemeinde Gransee Teil des Mittelzentrums in Funktionsteilung ist.

wird ebenfalls nur eine geringe Einzelhandelszentralität erreicht (77 in Zehdenick und 51 in Gransee).

Abb. 162: Datenblatt für den Mittelbereich Zehdenick-Gransee

Datenblatt für den Mittelbereich Zehdenick-Gransee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	28.326
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	138,8
Kaufkraft je Einwohner in €	4.902
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	102,2
Einzelhandelszentralität	74
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	202
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26</i>
Anzahl Leerstände	73
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,38
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.055
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.750</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.350</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.945</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.110</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.055
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.680</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.175</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.200</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.055
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.345</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.460</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.250</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.055
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.260</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.160</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.530</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.430</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.680</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.395</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 163: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Zehdenick-Gransee

Mittelbereich Zehdenick-Gransee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	75	12.240
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	17	1.755
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	670
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	99	14.665
Bekleidung	26	3.300
Schuhe, Lederwaren	4	365
Uhren, Schmuck	3	140
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8	2.885
Spielwaren, Musikinstrumente	1	255
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	970
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	725
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	1.235
Foto, Optik	7	315
Blumen, Topfpflanzen	14	920
Zoo- und Heimtierbedarf	3	620
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	84	11.730
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	1.655
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11	10.795
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	210
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19	12.660
SUMME	202	39.055

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 164: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Zehdenick-Gransee

Mittelbereich Zehdenick-Gransee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	51,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	24,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	78,8
Bekleidung	11,7
Schuhe, Lederwaren	3,9
Uhren, Schmuck	1,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,6
Foto, Optik	1,8
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,4
SUMME	138,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.2.46 Mittelbereich Zossen

In den Gemeinden im Mittelbereich Zossen lebten im Jahr 2015 rund 39.500 Einwohner. Es existierten in den Gemeinden des Mittelbereichs 240 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von insgesamt ca. 77.900 m². Die Versorgungsdichte ist im Mittelbereich mit 1,97 m² Verkaufsfläche je Einwohner höher als im Landesdurchschnitt (1,75 m² je EW). Das als Mittelzentrum festgelegte Zossen verfügt insgesamt über ca. 21.600 m² Verkaufsfläche; die Versorgungsdichte ist mit 1,21 m² je EW für ein Mittelzentrum im Landesvergleich atypisch niedrig. Die Geschäfte des Mittelzentrums sind überwiegend außerhalb des Zentralen Ortes im Verflechtungsbereich angesiedelt.

Im Bereich der Nahversorgung (0,73 m² je EW) und bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten (0,64 m² je EW) liegt die Versorgungsdichte im Mittelbereich über dem Landesdurchschnitt (nahversorgungsrelevante Sortimente: 0,59 m² je EW; zentrenrelevante Sortimente: 0,52 m² je EW). Das Mittelzentrum Zossen verfügt andererseits bei sonstigen zentrenrelevanten (0,39 m² je EW) und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (0,13 m² je EW) über eine relativ geringe Versorgungsdichte.

Der Anteil der Verkaufsfläche, der im Mittelbereich auf Fachmärkte entfällt, liegt bei 50 %. Diese vereinen eine Fläche von 39.105 m² auf sich. Der Betriebstyp Facheinzelhandel ist dagegen mit 10 % anteilig etwas schwächer ausgeprägt als im Durchschnitt des Landes Brandenburg (=14 %). Im Mittelzentrum Zossen macht der Facheinzelhandel 17 % der Verkaufsfläche aus und die der Fachmärkte 39 %. Die übrige Verkaufsfläche wird ganz überwiegend von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels in Anspruch genommen.

Im Mittelbereich befindet sich ein hoher Anteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen (54 %, landesweit: 44: %), dagegen nur ein geringer Anteil in Stadt- und Ortszentren (12 %, landesweit: 18 %). Im Mittelzentrum Zossen ist immerhin 21 % der Verkaufsfläche in Zentrumslage, ein sehr hoher Anteil von 78 % entfällt auf Einzelstandorte in nicht integrierten Lagen.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft liegt im Mittelbereich gesamt über dem Brandenburger Durchschnitt (Kaufkraftkennziffer von 95,3), im Zentralen Ort allerdings darunter (89,5; Landesdurchschnitt 92,9; indexiert, D= 100). Die Einzelhandelszentralität liegt im Mittelbereich im Durchschnitt aller Sortimente bei 84. Für den Zentralen Ort liegt die Einzelhandelszentralität mit 62 nochmals niedriger als im Mittelbereich gesamt, was für das Mittelzentrum selbst die niedrige Versorgungsdichte und Handelszentralität in fast allen Warengruppen widerspiegelt.

Abb. 165: Datenblatt für den Mittelbereich Zossen

Datenblatt für den Mittelbereich Zossen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	39.527
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	219,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.552
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	185,2
Einzelhandelszentralität	84
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	240
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>174</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>43</i>
Anzahl Leerstände	97
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,97
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,73</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,64</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	77.925
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.830</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.505</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.090</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.050</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	77.925
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.415</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.535</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.460</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.515</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	77.925
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.810</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.255</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.060</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.800</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	77.925
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.095</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.585</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.620</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.820</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>39.105</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.710</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 166: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Mittelbereich Zossen

Mittelbereich Zossen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	90	23.360
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13	2.905
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	18	2.415
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	121	28.680
Bekleidung	20	6.760
Schuhe, Lederwaren	6	1.790
Uhren, Schmuck	4	180
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	19	4.550
Spielwaren, Musikinstrumente	2	790
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	1.920
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	3.005
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	2.805
Foto, Optik	5	255
Blumen, Topfpflanzen	20	1.235
Zoo- und Heimtierbedarf	1	1.980
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	101	25.270
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.805
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	14	21.900
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	270
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18	23.975
SUMME	240	77.925

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 167: Kaufkraft nach Warengruppen im Mittelbereich Zossen

Mittelbereich Zossen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	80,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	38,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	124,6
Bekleidung	18,6
Schuhe, Lederwaren	6,1
Uhren, Schmuck	2,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,5
Spielwaren, Musikinstrumente	2,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	16,8
Foto, Optik	2,9
Blumen, Topfpflanzen	1,5
Zoo- und Heimtierbedarf	1,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	65,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	11,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	12,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	29,0
SUMME	219,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

4.3 Mittelbereiche im Überblick

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner

Die Versorgungsdichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl der betrachteten Mittelbereiche stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt aktuell bei knapp 1,50 m² Verkaufsfläche je Einwohner¹⁴. Im Land Brandenburg liegt der Referenzwert indes bei 1,75 m²/Einwohner und ist damit weit überdurchschnittlich. Allerdings lassen sich bei teilräumlicher bzw. lokaler Betrachtung erhebliche Schwankungen der Ausstattungswerte festhalten.

Während die Mittelbereiche im Berliner Umland bzw. die angrenzenden Mittelbereiche mit einer Entfernung von bis zu ca. 70 km von Berlin tendenziell über eine relativ geringe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner verfügen, besitzen die Mittelbereiche im entfernteren Metropolenraum eine relativ hohe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner. Auffällig sind die hohen Werte in den Mittelbereichen um Cottbus und im südlichen Brandenburg sowie im Nordwesten des Bundeslandes (Landkreis Prignitz). Auch der nordöstliche Teilbereich Brandenburgs verfügt über eine überdurchschnittliche Verkaufsflächendichte.

Die Betrachtung der aktuellen Verkaufsflächenausstattung zeigt insbesondere im Süden des IHK Bezirks Cottbus eine sehr hohe Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner. Bezogen auf die kreisfreien Städte rangiert die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Cottbus inkl. des raumordnerisch definierten Verflechtungsbereiches vor den Ausstattungswerten der Mittelbereiche der Oberzentren Frankfurt (Oder), Potsdam und Brandenburg/Havel. In den Mittelbereichen Guben, Cottbus, Senftenberg-Großräschen, Finsterwalde und Elsterwerda-Bad Liebenwerda im südlichen Teil des Landes Brandenburg liegt die Verkaufsflächendichte zum Teil bei deutlich über 2,0 m² je Einwohner. Hier wird deutlich, dass die Ausstrahlung der Bundeshauptstadt Berlin nur noch weniger stark ausgeprägt ist als in den näher an Berlin gelegenen Mittelbereichen. Die Entwicklungsspielräume zum Ausbau des örtlichen Einzelhandels wurden hier in den vergangenen Jahren mehr als ausgeschöpft. Dennoch ist hier zu konstatieren, dass die starke Verkaufsflächenausstattung kein Beleg für eine qualitativ ausgewogene Einzelhandelsstruktur sein kann. Zudem sind in diesen Mittelbereichen verstärkt Bevölkerungsrückgänge in den letzten Jahren zu verzeichnen, die stärker ausgeprägt waren als die Verkaufsflächenrückgänge, sodass auch hierdurch die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner zunahm.

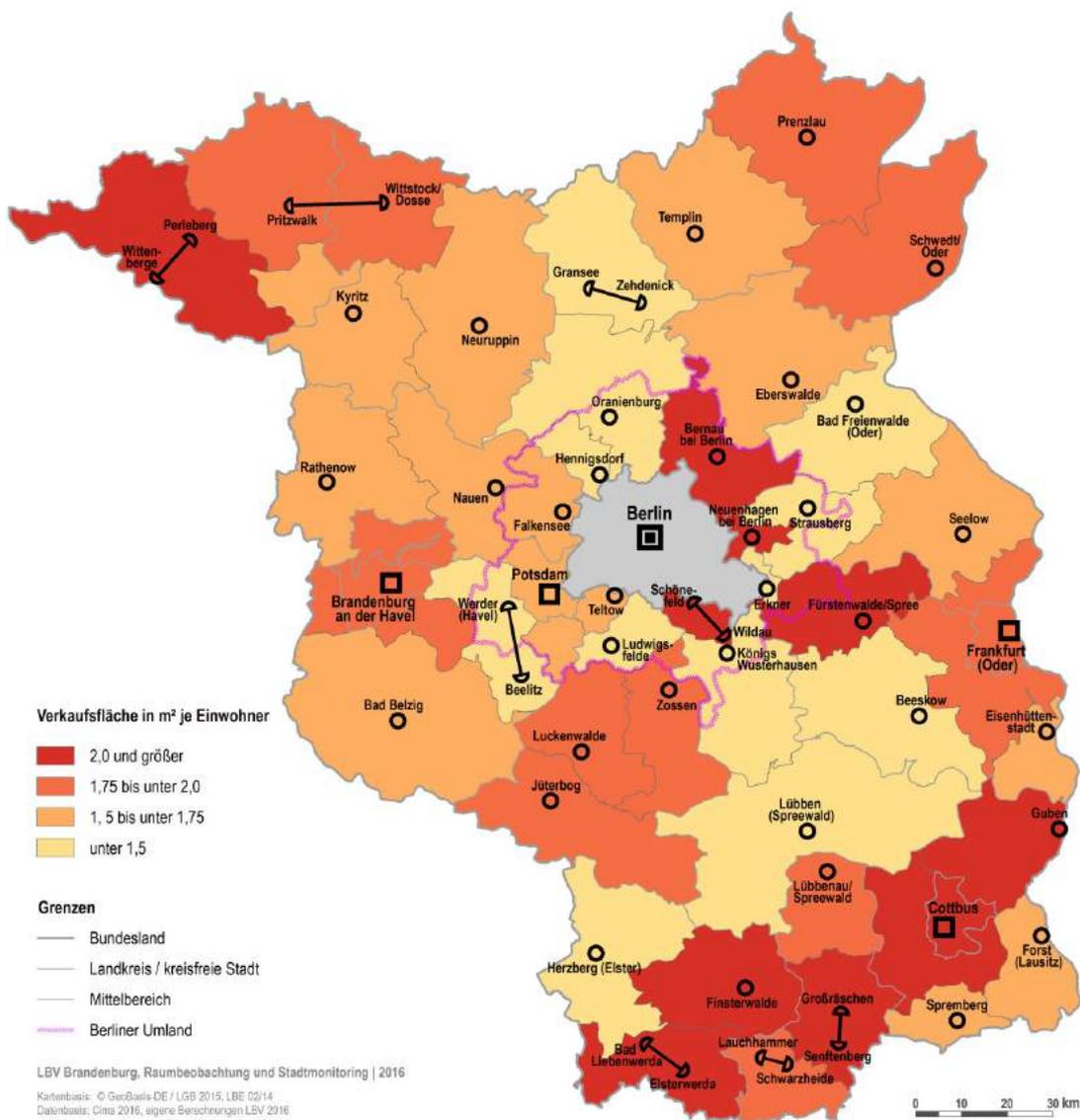
Ein ähnliches Bild wird im Mittelbereich Perleberg-Wittenberge im Norden des IHK Bezirks Potsdam sichtbar. Das Mittelzentrum Perleberg-Wittenberge befindet sich in einem nur schwachen Wettbewerbsumfeld und war nicht zuletzt aus diesem Grund durch zum Teil überdimen-

¹⁴ Quelle: Statista 2016. Es erfolgte eine Verrechnung der Angaben zum Verkaufsflächenbestand mit den aktuellen Einwohnerangaben.

sionierte Einzelhandelsentwicklungen geprägt. Die hohe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner resultiert zudem ebenfalls aus den starken Bevölkerungsrückgängen in den letzten Jahren, die den Verlust an Verkaufsflächen maßgeblich übersteigen.

Die hohe Verkaufsflächendichte in den Mittelbereichen Bernau bei Berlin, Fürstenwalde/Spree und Schönefeld-Wildau resultiert zu einem erheblichen Teil aus den großflächigen Einzelhandelsagglomerationen (z.B. A10 Center Wildau, KaufPark Eiche, Müggelpark Gosen). Das Berliner Umland profitiert einerseits von den positiven Impulswirkungen durch die Bundeshauptstadt. Andererseits verzeichnen diese Städte und Gemeinden Bevölkerungszuwächse und eine entsprechend wachsende Kaufkraft.

Abb. 168: Verkaufsfläche je Einwohner in den Mittelbereichen



Bearbeitung: LBV Brandenburg, Raumbearbeitung und Stadtmonitoring 2016

Verkaufsflächenausstattung nahversorgungsrelevanter Sortimente je Einwohner

Betrachtet man die Verkaufsflächenausstattung nahversorgungsrelevanter Sortimente je Einwohner auf Mittelbereichsebene, so erkennt man auch hier zum Teil deutliche Unterschiede in der Versorgungsdichte. Als Vergleichsindex kann der Durchschnittswert des Landes Brandenburg von 0,59 m² je Einwohner herangezogen werden. Die geringste Verkaufsflächenausstattung erreicht der Mittelbereich Hennigsdorf mit 0,41 m² Verkaufsfläche je Einwohner; der Mittelbereich mit der höchsten Verkaufsflächenausstattung ist Zossen mit 0,73 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

Entsprechend der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner insgesamt wird auch bei der Bewertung der Verkaufsflächendichte in den nahversorgungsrelevanten Sortimente deutlich, dass sowohl im äußersten Nordwesten als auch im Süden von Brandenburg die höchsten Ausstattungswerte zu verzeichnen sind. Insbesondere Perleberg-Wittenberge und Pritzwalk-Wittstock/Dosse im Nordwesten des Landes Brandenburg weisen eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung je Einwohner auf. Das Wettbewerbsumfeld ist hier nur sehr gering ausgeprägt; dies betrifft auch die angrenzenden Siedlungsbereiche in Mecklenburg-Vorpommern im Norden und Sachsen-Anhalt im Nordwesten Brandenburgs.

Im Süden weisen die Mittelbereiche Bad Liebenwerda-Elsterwerda, Finsterwalde, Lübbenau/Spreewald, Großräschen-Senftenberg, Lauchhammer-Schwarzheide, Spremberg und Guben die höchste Verkaufsflächenausstattung je Einwohner auf. Das Angebot ist hier jedoch auch sehr stark durch discountorientierende Anbieter geprägt. Die hohen Ausstattungswerte je Einwohner sind somit nicht gleichbedeutend mit einer qualitativ ausgewogenen Nahversorgung. Zudem sind diese Mittelbereiche in den letzten Jahren am stärksten von Bevölkerungsrückgängen betroffen gewesen, sodass die hohen Verkaufsflächenwerte auch Ausdruck eines noch nicht gänzlich sichtbar gewordenen Marktanpassungsprozesses sind. Die Verkaufsflächen sind unterproportional zur Bevölkerung gesunken, sodass die Ausstattungswerte je Einwohner entsprechend überzeichnet sind.

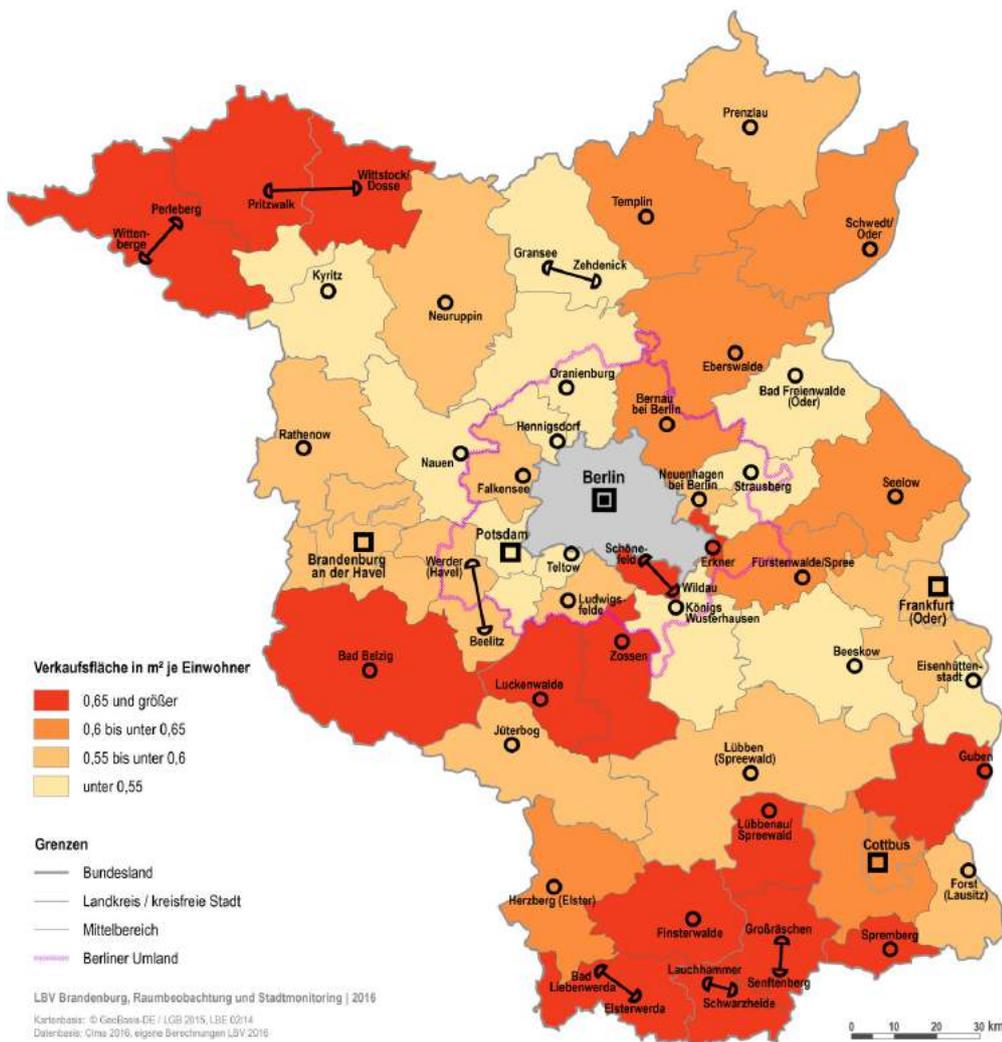
Auffällig ist darüber hinaus die hohe Verkaufsflächenausstattung in den Mittelbereichen Bad Belzig, Luckenwalde und Zossen. Das Nahversorgungsangebot ist hier in erster Linie auf die Mittelzentren und weiteren größeren Gemeinden konzentriert, die hier eine Versorgungsaufgabe für die Gemeinden im relativ dünn besiedelten und einwohnerschwachen Verflechtungsbereich übernehmen. Eine ausreichende flächendeckende Nahversorgungssituation kann trotz der überdurchschnittlich guten Verkaufsflächenausstattung nicht beschrieben werden; das Nahversorgungsangebot ist räumlich nur auf wenige Standorte innerhalb der Mittelbereiche verteilt.

Die Mittelbereiche im Berliner Umland können wiederum mehrheitlich nur eine relativ geringe Verkaufsflächenausstattung in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten vorhalten (unter

0,55 m² je Einwohner). Hier zeigen sich die Auswirkungen der etablierten Konkurrenzstandorte im Berliner Stadtgebiet.

Eine Ausnahme bilden die Mittelbereiche Schönefeld-Wildau, Erkner und Bernau bei Berlin; diese Mittelbereiche weisen überdurchschnittlich hohe Verkaufsflächenwerte je Einwohner auf. Die guten Ausstattungswerte begründen sich nicht zuletzt aus dem Vorhandensein großflächiger Verbrauchermarktstandorte, die eine regionale Ausstrahlungskraft entfalten können und eine Versorgungsaufgabe übernehmen, die über den Mittelbereich hinausgeht. Gleichzeitig schränken diese regional bedeutsamen Verbrauchermarktstandorte aber auch die Entwicklungsspielräume der benachbarten Städte und Gemeinden ein. Dies wird anhand der im Vergleich eher geringen Verkaufsflächenausstattung in den weiteren Mittelbereichen des Berliner Umlands deutlich (s.o.).

Abb. 169: Verkaufsfläche nahversorgungsrelevanter Sortimente je Einwohner in den Mittelbereichen



Bearbeitung: LBV Brandenburg, Raumbewachung und Stadtmonitoring 2016

Verkaufsflächenausstattung sonstiger zentrenrelevanter Sortimente je Einwohner

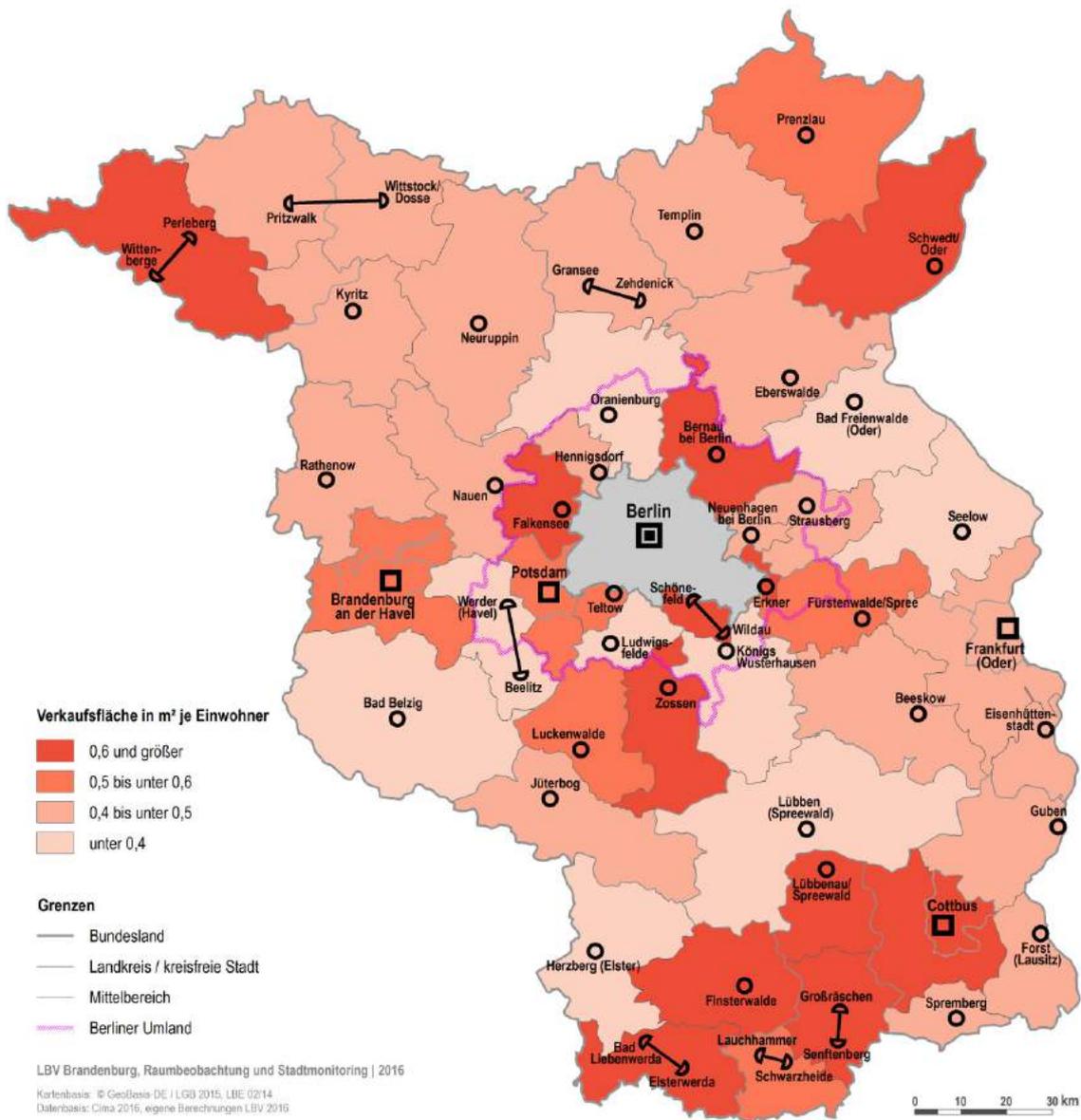
Die Analyse und Bewertung der Verkaufsflächenausstattung der Mittelbereiche in den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten verdeutlicht ebenso, dass in erster Linie die Mittelbereiche mit der größten räumlichen Entfernung zur Bundeshauptstadt Berlin sowie einzelne Mittelbereiche im Berliner Umland die höchsten Verkaufsflächenwerte je Einwohner vorhalten können. Mit zunehmender Entfernung zu Berlin nimmt das Wettbewerbsverhältnis und die Konkurrenzsituation zu den großflächigen Einzelhandelsstandorten im Berliner Stadtgebiet und im Berliner Umland deutlich ab.

Insbesondere die Stadt Cottbus übernimmt als Oberzentrum eine Versorgungsaufgabe, die über den raumordnerisch definierten Mittelbereich hinausgeht. Ferner weisen die Mittelbereiche Wittenberge-Perleberg und Schwedt/Oder im Nordwesten und Nordosten eine sehr gute Verkaufsflächenausstattung mit zentrenrelevanten Angeboten auf. Für das Mittelzentrum Schwedt/Oder kann eine ergänzende Versorgungsfunktion für das benachbarte Polen unterstellt werden.

Darüber hinaus verfügen einzelne Mittelbereiche im Berliner Umland über eine hohe Verkaufsflächenausstattung mit zentrenrelevanten Sortimenten. Die hohe Verkaufsflächenausstattung zentrenrelevanter Sortimente im Berliner Umland ist insbesondere auf einzelne großflächige Einkaufszentren zurückzuführen. Im Mittelbereich Falkensee sind das DOC Designer Outlet Berlin in der Gemeinde Wustermark und der Havel Park in Dallgow-Döberitz vorhanden. In den Mittelbereichen Schönefeld-Wildau befindet sich das A10 Center in Wildau, in Bernau bei Berlin ist der KaufPark Eiche in Ahrensfelde zu finden und in Zossen das Südring Center in Rangsdorf.

Eine geringe Verkaufsflächenausstattung weisen dagegen die Mittelbereiche im weiter entfernt gelegenen Umland von Berlin auf. Insbesondere im Segment der zentrenrelevanten Sortimente ist das flächenintensive Einzelhandelsangebot in erster Linie auf die größeren Mittelzentren und die Oberzentren konzentriert (Stichwort: Ausdünnung des Angebotsnetzes). Kleinere Mittelzentren mit einem ländlich geprägten und einwohnerschwachen Verflechtungsbereich können zum Teil nur noch wenige zentrenrelevante Angebotsstrukturen vorhalten. Aufgrund der vielfach nur geringen Einwohnerzahlen können jedoch selbst die zum Teil nur rudimentären Angebotsstrukturen in den Mittelbereichen gute bis sehr gute Verkaufsflächenwerte je Einwohner bewirken.

Abb. 170: Verkaufsfläche sonstiger zentrenrelevanter Sortimente je Einwohner in den Mittelbereichen



Bearbeitung: LBV Brandenburg, Raumbbeobachtung und Stadtmonitoring 2016

Verkaufsflächenausstattung nicht-zentrenrelevanter Sortimente je Einwohner

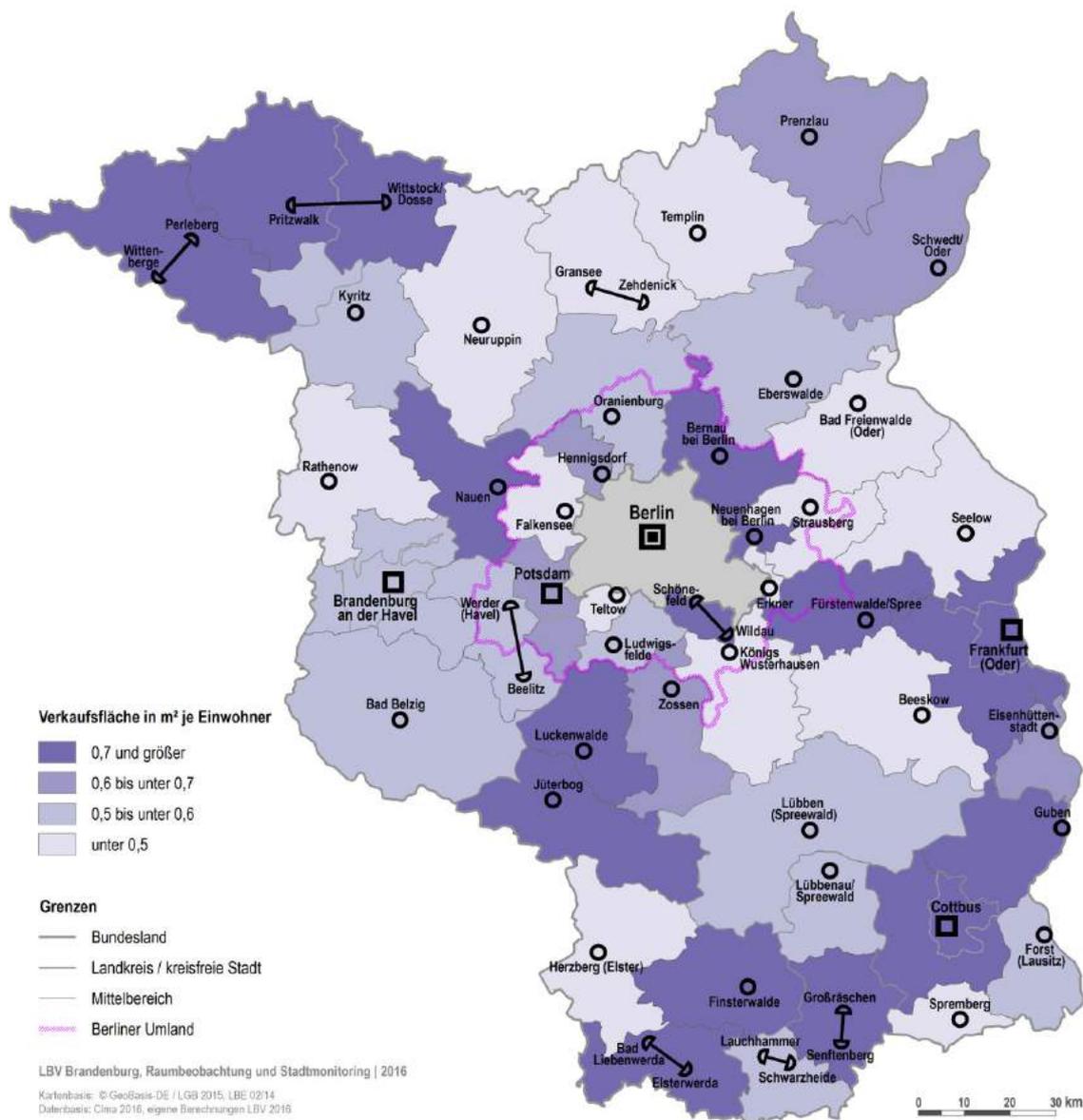
Die Verkaufsflächenausstattung der Mittelbereiche mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten lässt kein eindeutiges räumliches Muster erkennen. Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner mit Angeboten aus dem nicht-zentrenrelevanten Segment ist in vielen Mittelbereichen stark ausgeprägt. Eine klare räumliche Verteilung zwischen starken und weniger starken Mittelbereichen ist lediglich zwischen einigen ländlich geprägten Mittelbereichen im Umkreis von 30 bis 70 km von Berlin mit geringen Ausstattungswerten je Einwohner und Mittelbereichen im Berliner Umland und im weiteren Metropolenraum mit hohen Ausstattungswerten je Einwohner zu identifizieren.

Bereits im Rahmen der Analyse und Bewertung der Verkaufsflächenausstattung mit nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten wurden die Mittelbereiche Bad Liebenwerda-Elsterwerda, Finsterwalde, Senftenberg-Großräschen, Cottbus und Guben im Süden des Landes Brandenburg aufgeführt, da für diese Mittelbereiche sehr hohe Ausstattungswerte je Einwohner nachzuweisen waren; dies trifft uneingeschränkt auch auf den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel zu. Im Norden sind die Mittelbereiche Perleberg-Wittenberge und Pritzwalk-Wittstock/Dosse von hohen Ausstattungswerten je Einwohner geprägt. Diese Mittelbereiche waren in den letzten Jahren allerdings auch am stärksten von Bevölkerungsverlusten betroffen, sodass die hohen Ausstattungswerte zum Teil aus einem übermäßigen Verkaufsflächenangebot resultieren. Darüber hinaus erreichen die großflächigen Anbieter ein Einzugsgebiet, das auch über die Landesgrenze hinaus in den südwestlichen Teil Mecklenburg-Vorpommerns sowie den nördlichen Teil Sachsen-Anhalts reicht.

Flächenintensive Baufachmärkte und Möbelmärkte etc. prägen die Angebotsstruktur auch in kleineren Mittelzentren. Unter anderem in den Mittelbereichen Luckenwalde und Jüterbog sowie Fürstenwalde/Spree ist der Einzelhandel sehr stark durch nicht-zentrenrelevante Angebote geprägt.

Während in Frankfurt (Oder) in den nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten nur durchschnittliche Verkaufsflächenwerte je Einwohner erhoben wurden, ist die Verkaufsflächendichte in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten als überdurchschnittlich zu bewerten. Baufachmärkte, Möbelhäuser und Sonderpostenmärkte bilden das nicht-zentrenrelevante Angebot in Frankfurt (Oder).

Abb. 171: Verkaufsfläche nicht-zentrenrelevanter Sortimente je Einwohner in den Mittelbereichen



Bearbeitung: LBV Brandenburg, Raumbewachung und Stadtmonitoring 2016

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner des Zentralen Ortes

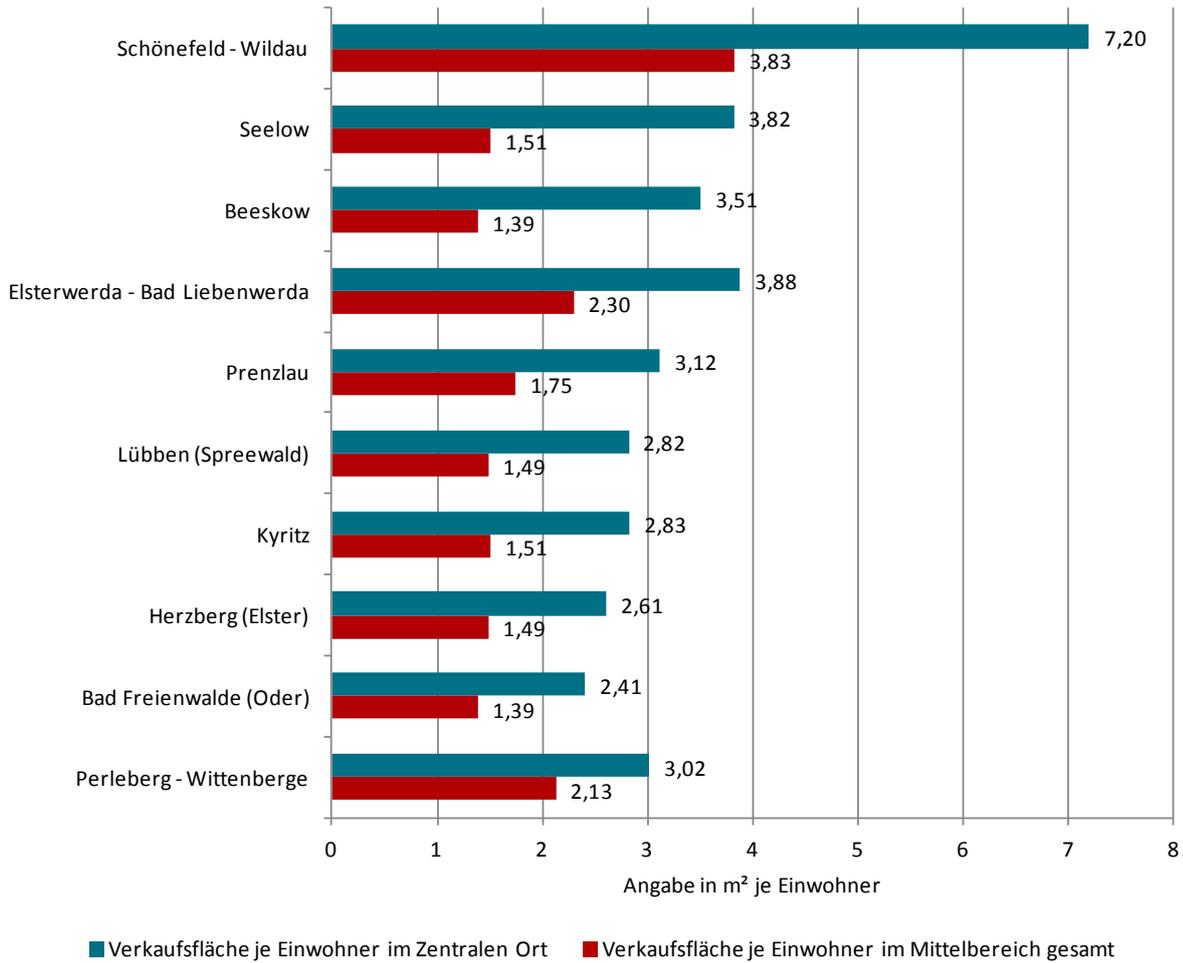
Die Gegenüberstellung der Verkaufsflächenausstattung des Zentralen Ortes mit der Verkaufsflächenausstattung des gesamten Mittelbereiches verdeutlicht die Bedeutung des Zentralen Ortes für die Versorgungsaufgabe innerhalb des gesamten Mittelbereiches.

Der Mittelbereich Schönefeld-Wildau kann insgesamt eine Verkaufsflächenausstattung von 3,8 m² je Einwohner vorhalten. Im Zentralen Ort liegt dieser Wert bei sogar 7,2 m² je Einwohner. Hier schlagen die großflächigen Einkaufszentren A10 Center in Wildau und das Gewerbezentrum Waltersdorf in Schönefeld sehr deutlich zu Buche. Gleichzeitig werden die Entwicklungsspielräume für die weiteren Gemeinden innerhalb des raumordnerischen Mittelbereiches stark eingeschränkt.

Das Verhältnis zwischen der ermittelten Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den Zentralen Orten Seelow, Beeskow, Elsterwerda-Bad Liebenwerda und Prenzlau und der Verkaufsflächenausstattung im gesamten Mittelbereich verdeutlicht ebenso den maßgeblichen Bedeutungsüberschuss der jeweiligen Mittelzentren innerhalb ihrer Verflechtungsbereiche.

In der Regel handelt es sich um ländliche Mittelbereiche mit weniger als 50.000 Einwohnern mit einem vergleichsweise kleinen Mittelzentrum (teilweise in Funktionsteilung) und weiteren einwohnerarmen Gemeinden. Hier reichen bereits einzelne großflächige Betriebe im Mittelzentrum aus, um den Verkaufsflächenausstattung je Einwohner stark steigen zu lassen. Beispielsweise verfügt das Mittelzentrum Beeskow über eine Einwohnerzahl von nur ca. 8.100 bei ca. 37.500 Einwohnern im Mittelbereich. Allerdings sind hier drei großflächige Baumärkte und ein Sonderpostenmarkt vorhanden.

Abb. 172: Mittelbereiche mit den höchsten Überschüssen der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Zentralen Ort gegenüber der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Mittelbereich (Auswahl)

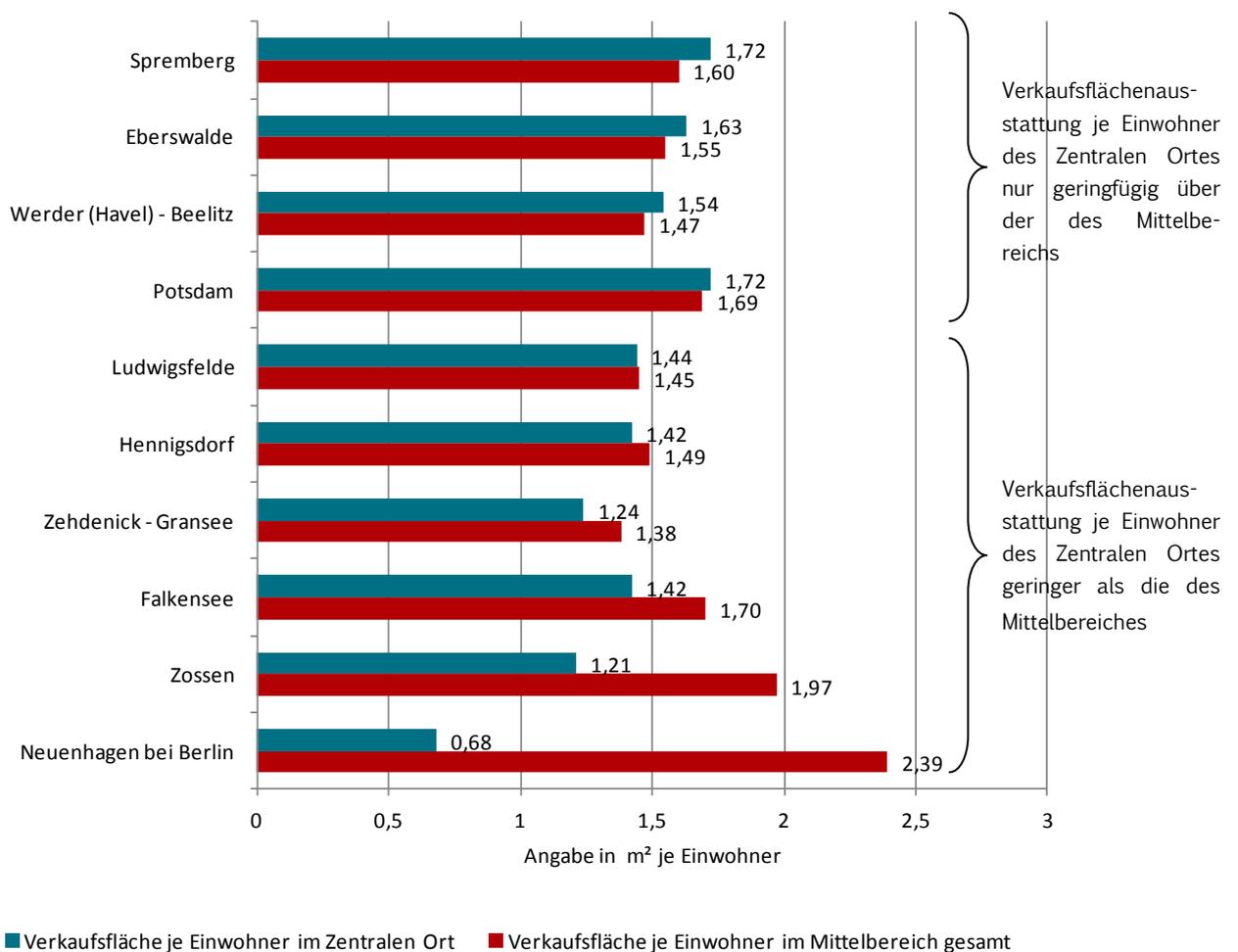


Bearbeitung: CIMA Beratung + Management 2016, LBV Brandenburg 2016

Eine zweite Gruppe stellen die Mittelbereiche dar, die nur über eine geringe Verkaufsflächen-ausstattung je Einwohner in ihren Zentralen Orten verfügen, die teilweise sogar unterhalb der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner des Mittelbereiches liegt. In vielen Fällen ist dies da-rauf zurückzuführen, dass sich einige wenige Einzelhandelsagglomerationen mit enormen Ver-kaufsflächen außerhalb der Zentralen Orte in ausgesprochen verkehrsorientierter Lage befin-den. So ist der niedrige Wert im Mittelbereich Neuenhagen bei Berlin u. a. auf das Multicen-ter Vogelsdorf (u. a. Möbel Kraft) in Fredersdorf-Vogelsdorf zurückzuführen. Ähnlich verhält es sich im Mittelbereich Zossen mit dem Südring Center in Rangsdorf.

Viele dieser Mittelzentren werden ihrer raumordnerischen Versorgungsfunktion nur bedingt ge-recht. Einzelhandelszentralitäten um 100 oder sogar darunter sind Ausdruck von stärkeren Kaufkraftabflüssen zumindest in einigen Segmenten.

Abb. 173: Mittelbereiche mit den geringsten Überschüssen der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner im Zentralen Ort bzw. höchsten Überschüssen im Mittelbereich gegenüber der Verkaufsflä-chenausstattung je Einwohner im Zentralen Ort (Auswahl)



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management 2016, LBV Brandenburg 2016

Verkaufsflächenanteile in Zentren und Nahversorgungsbereichen

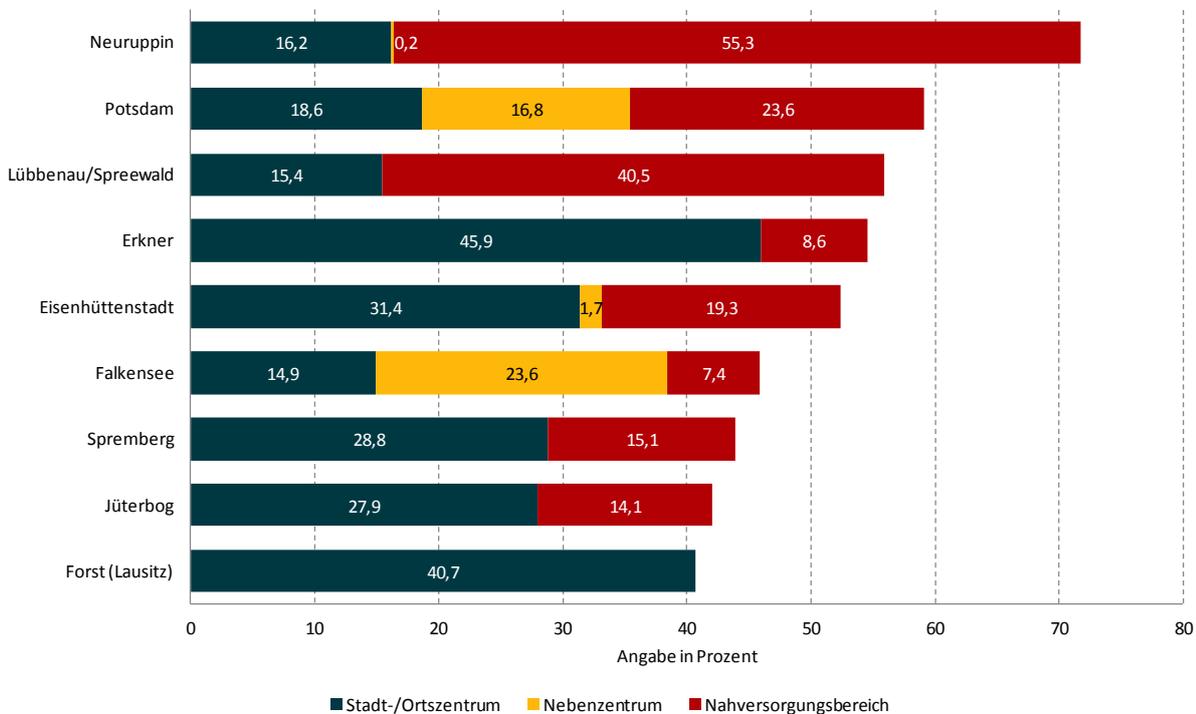
Die Verkaufsflächenanteile in Zentren und Nahversorgungsbereichen verdeutlichen die Lage von Einzelhandelsbetrieben (insbesondere flächenintensiver Betriebe) im Stadt- oder Gemeindegebiet in den Mittelbereichen. Je höher dieser Anteil, umso konzentrierter befinden sich die Einzelhandelsverkaufsflächen in zentralen Versorgungsbereichen¹⁵. Mittelbereiche mit geringen Verkaufsflächenanteilen in Zentren und Nahversorgungsbereichen besitzen dagegen verstärkt Einzelhandelsverkaufsflächen in sonstigen integrierten sowie nicht integrierten Lagen.

Mit über 70 % verfügt der Mittelbereich Neuruppin über den insgesamt höchsten Anteil der Verkaufsflächen in Zentrenlage und Nahversorgungsbereichen. Einen großen Anteil hiervon machen wiederum Verkaufsflächen in Nahversorgungsbereichen aus, die zum Teil auch einen fachmarktartigen Charakter besitzen.

Den höchsten Anteil an Verkaufsflächen in Stadt-/Ortszentren besitzt hingegen der Mittelbereich Erkner mit ca. 46 %, gefolgt vom Mittelbereich Forst (Lausitz) mit etwa 41 %. In beiden Mittelbereichen befinden sich neben den klassischen kleinflächigen Strukturen auch teilweise großflächige Fachmärkte und Nahversorgungsbetriebe bis hin zu Verbrauchermärkten in den Stadt-/Ortszentren. Es folgen die drei Mittelbereiche Eisenhüttenstadt, Spremberg und Jüterbog mit Verkaufsflächenanteilen in Stadt-/Ortszentren um 30 %. Während es sich bei Spremberg und Jüterbog tatsächlich um klassische gewachsene innerstädtische Strukturen handelt, sind für den hohen Verkaufsflächenanteil in Eisenhüttenstadt mit dem City-Center und einem Möbelhaus vergleichsweise junge Ansiedlungen mit mehreren großflächigen Betrieben verantwortlich. Die Städte Potsdam und Falkensee besitzen mit 17 % bzw. 24 % hohe Verkaufsflächenanteile in Nebenzentren. Dies gibt die mehrpolige Einzelhandelsstruktur in diesen Städten wieder.

¹⁵ An dieser Stelle sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von funktionalen Zentren und Nahversorgungsbereichen gemeint. Die Definition geht über die Verwendung des Begriffes des Zentralen Versorgungsbereiches im bauplanungsrechtlichen Sinne hinaus (vgl. auch Handbuch Einzelhandelserhebungen im Land Brandenburg)

Abb. 174: Mittelbereiche mit den höchsten Verkaufsflächenanteilen in Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren und Nahversorgungsbereichen



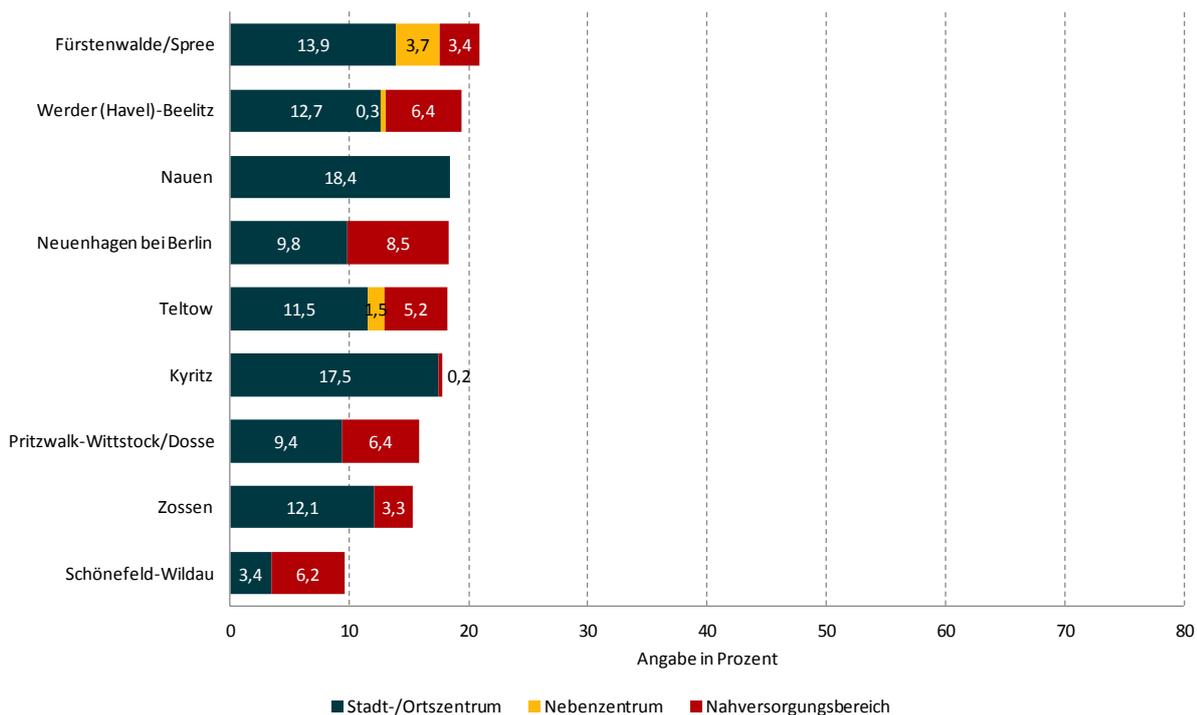
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management 2016, LBV Brandenburg 2016

Die relativ niedrigen Anteilswerte der Verkaufsflächen in Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren und Nahversorgungsbereichen in den in Abb. 175 dargestellten Mittelbereichen resultieren aus großflächigen Einzelhandelsagglomerationen in vorwiegend nicht-integrierter Lage. Während in den Mittelbereichen Zossen und Neuenhagen bei Berlin ebenso große Einkaufszentren außerhalb der Zentren ursächlich für die geringen Verkaufsflächenanteile der Zentren und Nahversorgungsgebiete sind, sind im Mittelbereich Pritzwalk-Wittstock/Dosse oder Kyritz vorwiegend große Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomerationen an dezentralen Standorten im Stadtgebiet des jeweiligen Mittelzentrums ausschlaggebend. Mit einem Verkaufsflächenanteil von lediglich ca. 10 % in Zentren bzw. Nahversorgungsgebieten weist der Mittelbereich Schönefeld-Wildau die niedrigsten Werte auf. Dies ist bedingt durch die großflächigen Einzelhandelsagglomerationen A10 Center Wildau und Gewerbezentrum Waltersdorf in nicht-integrierten Lagen.

Der Durchschnittswert des Verkaufsflächenanteils der Stadt- bzw. Ortszentren liegt im Land Brandenburg bei nur 18 %. Hierbei ist allerdings darauf hinzuweisen, dass niedrige Werte nicht per se als negativ zu bewerten sind. Vielmehr muss im Einzelfall betrachtet werden, welche Sortimente an Standorten außerhalb der Zentren und Nahversorgungsgebiete angeboten werden. So besitzen die zahlreich vertretenen Möbelhäuser, Bau- und Gartenmärkte in der Regel große Verkaufsflächen, die sich negativ auf den Verkaufsflächenanteil der zentralen Versorgungsbereiche auswirken. Aufgrund ihres überwiegend nicht-zentrenrelevanten Charakters ist dies jedoch nicht zwangsläufig als problematisch für die Innenstädte zu bewerten. Anders

sieht dies bei dezentral gelegenen Einkaufszentren mit einem hohen Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten aus. Diese setzen die Innenstädte der jeweiligen Mittelzentren einem hohen Wettbewerbsdruck aus und beeinträchtigen durchaus auch die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten.

Abb. 175: Mittelbereiche mit den geringsten Verkaufsflächenanteilen in Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren und Nahversorgungsbereichen



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management 2016, LBV Brandenburg 2016

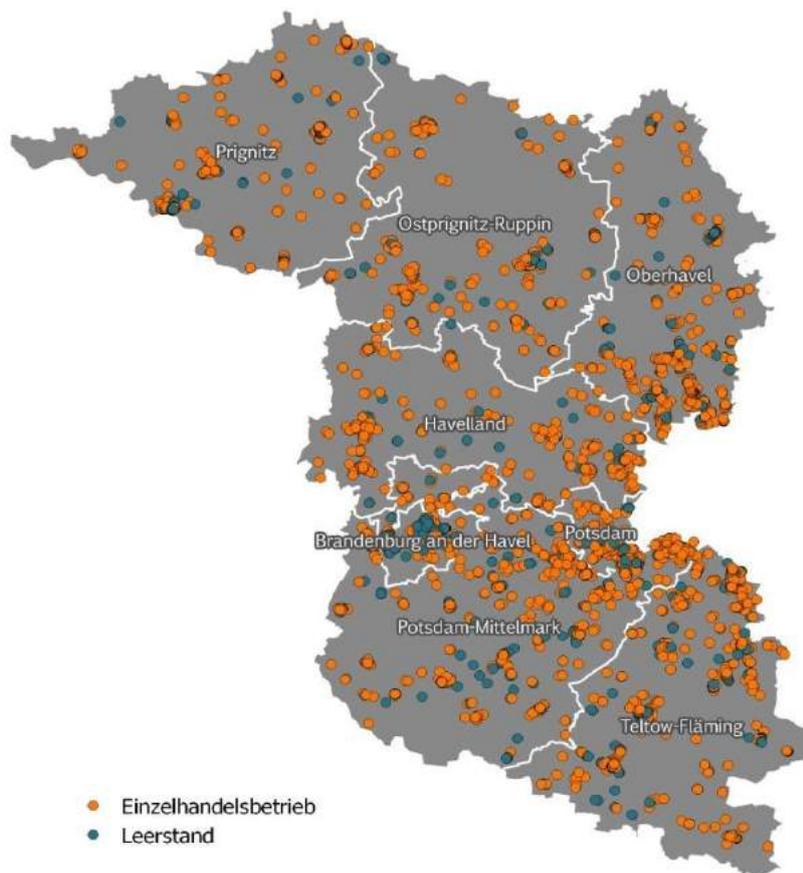
5 Ergebnisse der Einzelhandelserfassung und -analyse in den IHK Bezirken

5.1 IHK Bezirk Potsdam

Der IHK Bezirk Potsdam umfasst die Landkreise Prignitz, Ostprignitz-Ruppin, Oberhavel, Havelland, Potsdam-Mittelmark, Teltow-Fläming sowie die kreisfreien Städte Brandenburg an der Havel und Potsdam. In diesem Raum wurden von der CIMA insgesamt 6.977 Betriebe des Einzelhandels mit einer Verkaufsfläche von 1.882.800 m² sowie 1.981 Leerstände erfasst.

Die Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk weisen teilträumlich, in Anlehnung an unterschiedliche Bevölkerungsdichten, geographische Konzentrationstendenzen auf. Ein starker Besatz ist vor allem im Berliner Umland erkennbar, während in den nördlich und nordwestlich gelegenen Landkreisen des weiteren Metropolenraumes (z.B. Prignitz, Ostprignitz-Ruppin) geringere Betriebsdichten vorliegen. Leerstände sind andererseits weiträumig über den Bezirk verteilt und weisen nur in der Stadt Brandenburg an der Havel eine wahrnehmbare Verdichtungstendenz auf (vgl. Abb. 176).

Abb. 176: Einzelhandelsbetriebe und Leerstände im IHK Bezirk Potsdam



Anmerkung: Aus Gründen der Maßstäblichkeit sind in der Karte nicht alle Einzelhandelsbetriebe bzw. Leerstände erkennbar. An mehreren Stellen überlappen sich Signaturen.

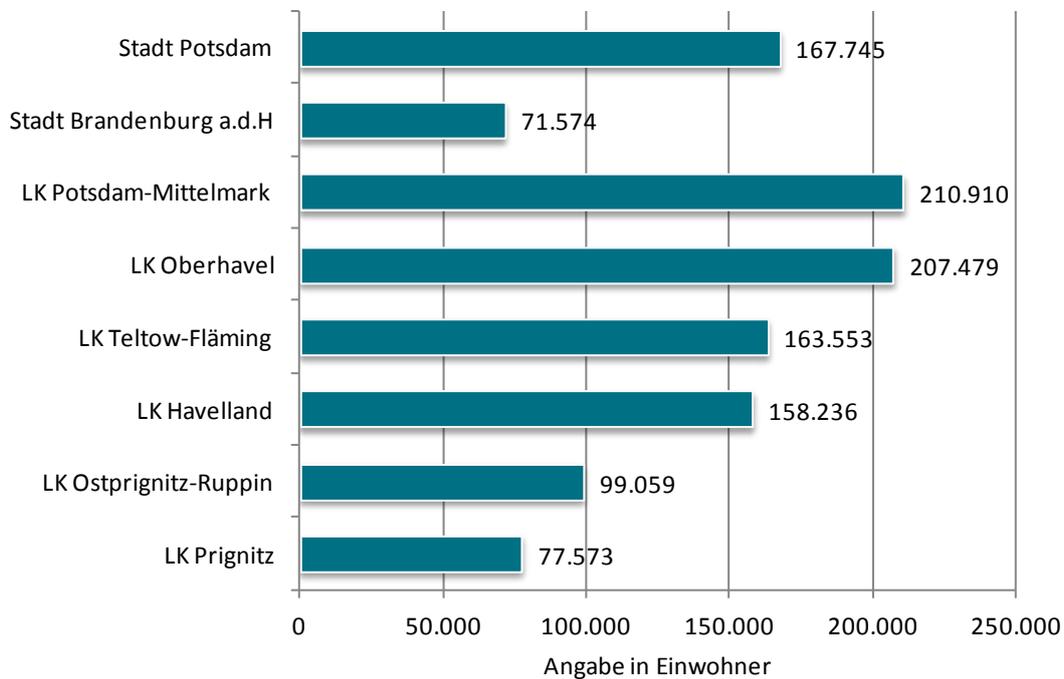
Kartengrundlage: © GeoBasis-DE / BKG 2013; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Potsdam

Mit ca. 210.900 Einwohnern ist Potsdam-Mittelmark innerhalb des IHK Bezirkes Potsdam der bevölkerungsstärkste Landkreis. Es folgt der Landkreis Oberhavel mit ca. 207.500 Menschen. Die niedrigste Einwohnerzahl weist der Landkreis Prignitz mit ca. 77.600 auf (vgl. Abb. 177).

Beachtliche demographische Entwicklungsunterschiede zwischen den Landkreisen und kreisfreien Städten werden im Vergleich der Einwohnerzahlen von 2011 und 2015 transparent: Während die Stadt Potsdam im genannten Zeitraum einen hohen Zuwachs von 8,0 % registrierte, nahm die Bevölkerung in den Landkreisen Prignitz (-6,2 %) und Ostprignitz-Ruppin (-4,2 %) ab. Für die Landkreise Potsdam-Mittelmark (+2,9 %), Oberhavel (+2,2 %) und Havelland (+2,2 %) war hingegen eine leichte Zunahme der Bevölkerung zu konstatieren.

Abb. 177: Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Potsdam



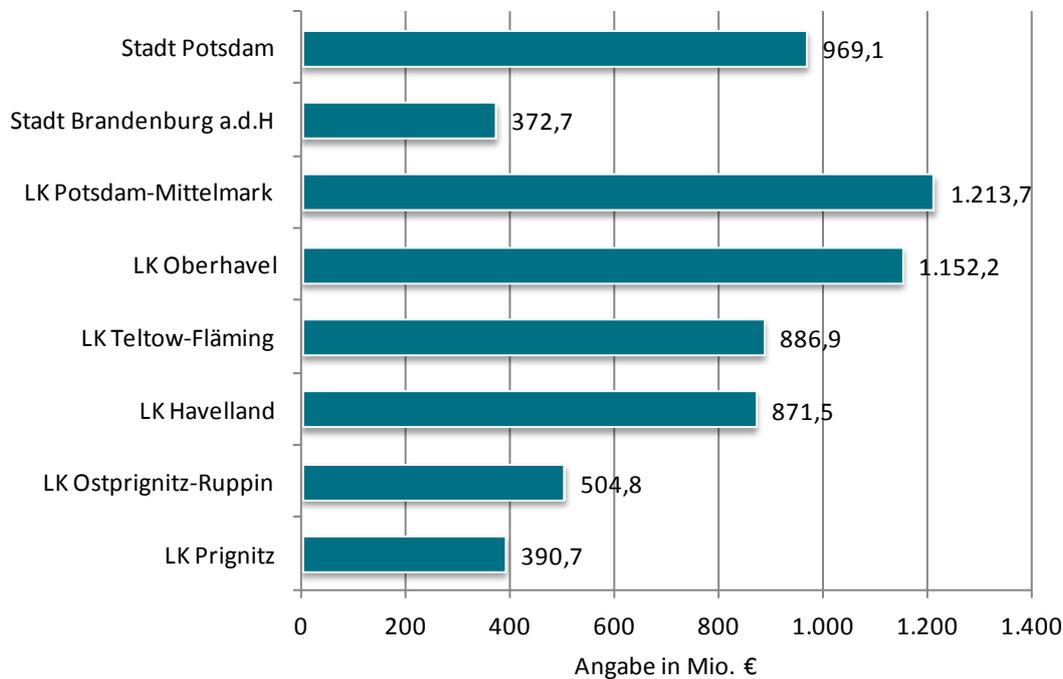
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Potsdam

Der nachfragestärkste Landkreis im IHK Bezirk Potsdam ist Potsdam-Mittelmark mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von ca. 1,21 Mrd. €. Der Landkreis Oberhavel liegt mit ca. 1,15 Mrd. € jedoch nur knapp dahinter. Im Landkreis Prignitz, dem kaufkraftschwächsten Landkreis, ist mit ca. 0,39 Mrd. € nur etwa ein Drittel des Kaufkraftvolumens von Potsdam-Mittelmark vorhanden (vgl. Abb. 178).

Trotz einer teilträumlich z.T. rückläufigen Einwohnerentwicklung hat sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft seit 2011 in allen Landkreisen und kreisfreien Städten des IHK Bezirkes nominal positiv entwickelt. Die Erhöhung der örtlichen Kaufkraft lag zwischen 7,7 % im Landkreis Prignitz und hohen 29,7 % in der Stadt Potsdam. Dieser insgesamt erfreuliche Trend basierte maßgeblich auf einer Erhöhung der verfügbaren Einkommen in der Region.

Abb. 178: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Potsdam



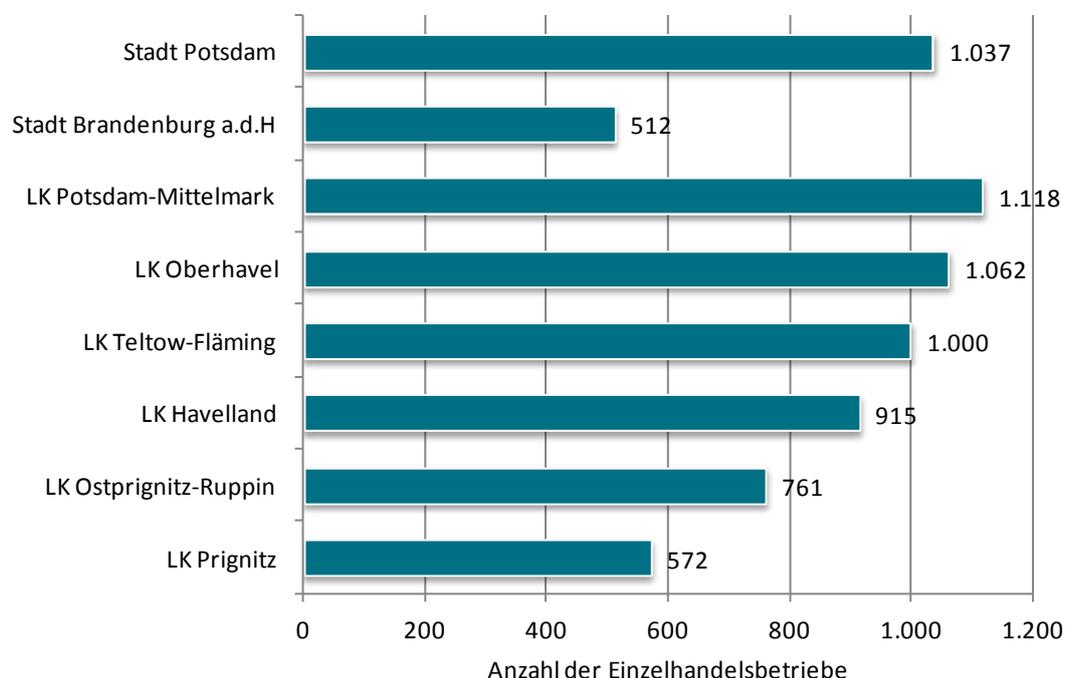
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Potsdam

Mit 1.118 Einzelhandelsbetrieben weist der Landkreis Potsdam-Mittelmark die meisten Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk auf. Erwähnenswert ist in der teilräumlichen Betrachtung aber auch eine hohe Zahl an Geschäften in Potsdam und Brandenburg an der Havel (vgl. Abb. 179).

Mit Ausnahme von Potsdam wurden allerdings im Jahr 2016 weniger Einzelhandelsbetriebe erfasst, als 2011. In den Landkreisen Teltow-Fläming (-12,4 %), Havelland (-11,6 %) und Oberhavel (-10,9 %) hat die Zahl der Einzelhandelsbetriebe beispielsweise im zweistelligen Prozentbereich abgenommen. Diese Rückgänge sind sicherlich als Marktanpassungsprozesse zu interpretieren, in deren Verlauf die überdurchschnittliche Ausstattung an reale örtliche Nachfrageverhältnisse angeglichen wurde. Besonders deutlich wird dieser Trend in kleineren Mittelzentren bzw. größeren Orten ohne zentralörtliche Funktion und in ländlich geprägten Gemeinden und Ämtern. Hier hat sich der ohnehin schwache Einzelhandelsbesatz seit 2011 weiter ausgedünnt.

Abb. 179: Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Potsdam



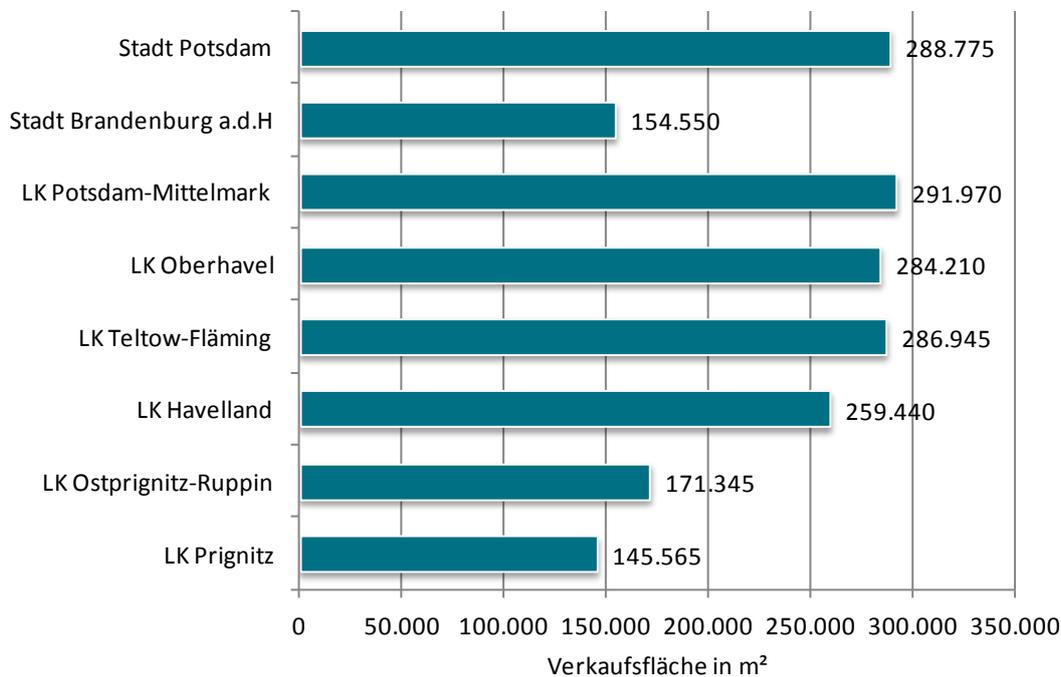
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Potsdam

Die quantitativ umfänglichste Verkaufsflächenausstattung im IHK Bezirk Potsdam weist der Landkreis Potsdam-Mittelmark auf (291.970 m²). An zweiter Stelle folgt die Stadt Potsdam mit fast 290.000 m² (vgl. Abb. 180).

Die Verkaufsflächenentwicklung innerhalb des IHK Bezirkes verlief seit 2011 unterschiedlich. Während die Stadt Potsdam (+17,7 %) sowie die Landkreise Ostprignitz-Ruppin (+8,5 %) und Teltow-Fläming (+3,3 %) Zuwächse verzeichneten, waren in den übrigen Landkreisen Abschmelzungen zu konstatieren.

Abb. 180: Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Potsdam



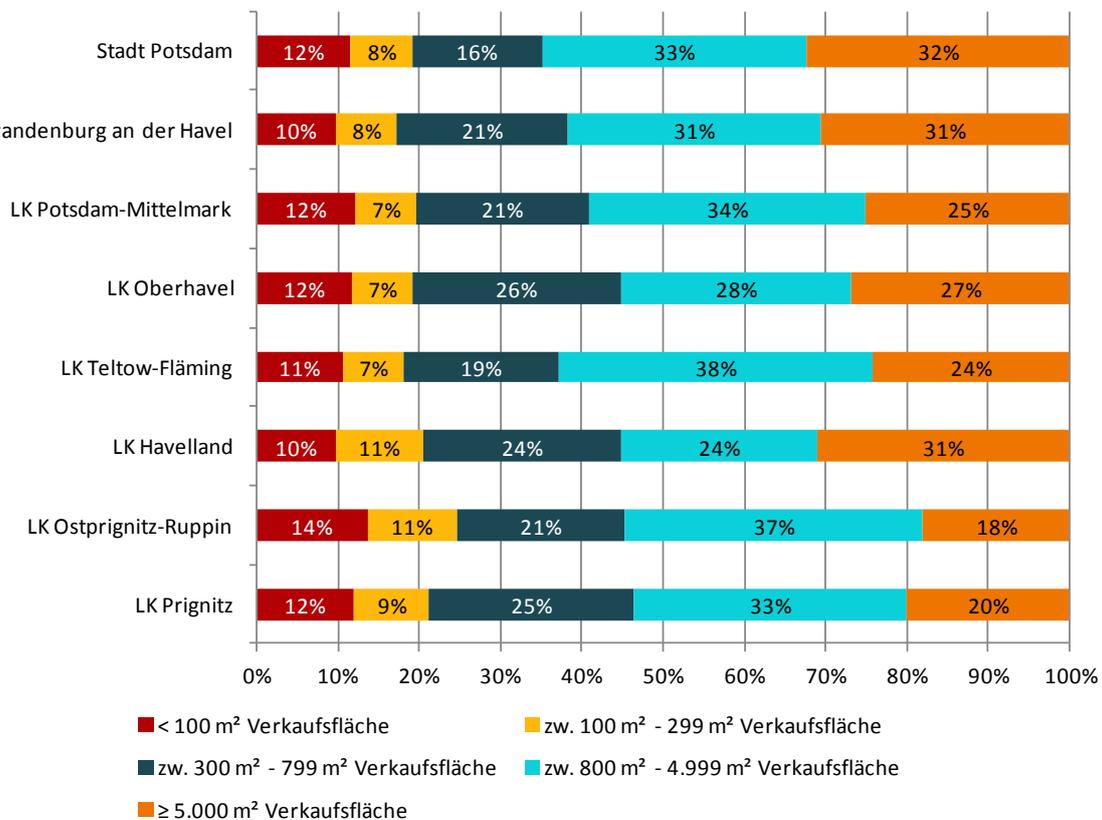
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im IHK Bezirk Potsdam

Im IHK Bezirk Potsdam überwiegt der Anteil von Einzelhandelsbetrieben mit mindestens 800 m² Verkaufsfläche. Kleinere Geschäfte mit weniger als 100 m² Verkaufsfläche erreichen hingegen nur Quoten zwischen 10 % und 14 %. In diesem Größensegment ist wohl auch in Zukunft mit einer weitergehenden Bedeutungsminderung zu rechnen, weil auf den kleindimensionierten Ladenflächen – auch bei absatzpolitischer Spezialisierung – nur ein begrenztes Angebot bereitgestellt werden kann und dadurch die Kundenattraktivität eingeschränkt ist (vgl. Abb. 181).

Dies gilt prinzipiell auch für Einzelhandelsbetriebe zwischen 100 m² und 300 m² Verkaufsfläche. Diese Betriebsgrößenklasse wies bei den Standortbesichtigungen im Übrigen besonders häufig einen sichtbaren Investitionsstau auf. Ob die für Modernisierungsmaßnahmen erforderlichen Gelder in solchen Fällen bereitgestellt werden können, ist fraglich, sodass sich auch hier – zugunsten der Großflächenbetriebe – ein weitergehender Bedeutungsrückgang abzeichnet. Solche Verschiebungen innerhalb der Betriebsgrößenklassen sind in Form und Ausmaß aber kein spezielles Phänomen des Untersuchungsraumes, sondern bundesweit festzustellen.

Abb. 181: Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im IHK Bezirk Potsdam



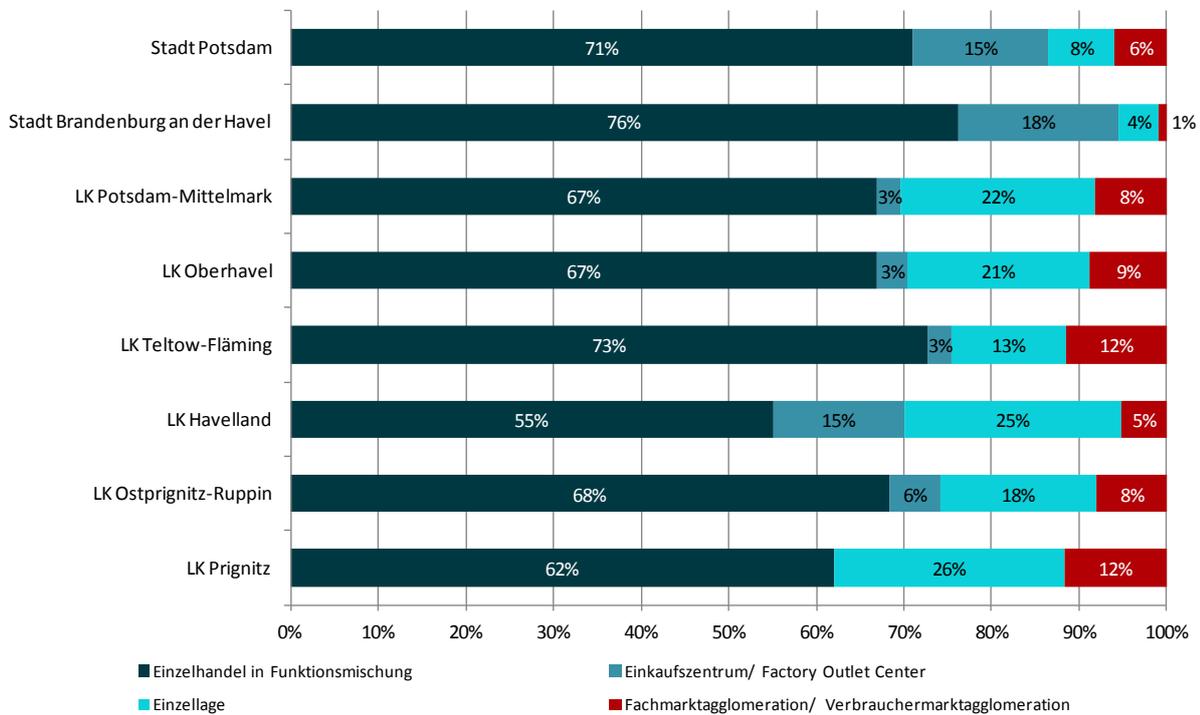
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Betriebe und Verkaufsflächen nach Lagedetail im IHK Bezirk Potsdam

Im IHK Bezirk Potsdam überwiegt bei einer Betrachtung der Betriebsanteile das Lagedetail „Einzelhandel in Funktionsmischung“ (vgl. Abb. 182). Die höchsten Quoten erreichen hier mit ca. 73 % der Landkreis Teltow-Fläming und die Stadt Brandenburg an der Havel mit ca. 76 %. Dies ist vor allem auf deren recht hohe Zahl von Geschäften in „Stadt- und Ortszentren“ zurückzuführen. In relativ einwohnerschwachen Ämtern und amtsfreien Gemeinden dominieren andererseits die „Einzellagen“. Der Landkreis Prignitz weist hier mit ca. 26 % den höchsten Wert auf.

Bemerkenswert ist im IHK Bezirk Potsdam ein relativ geringer Anteil an Betrieben in „Fachmarkttagglomerationen/Verbrauchermarkttagglomerationen“. In der Stadt Brandenburg an der Havel konnten dieser Kategorie z.B. nur 1 % der Betriebe zugeordnet werden. In den Landkreisen Prignitz und Teltow-Fläming lagen die Referenzwerte bei ca. 12 %.

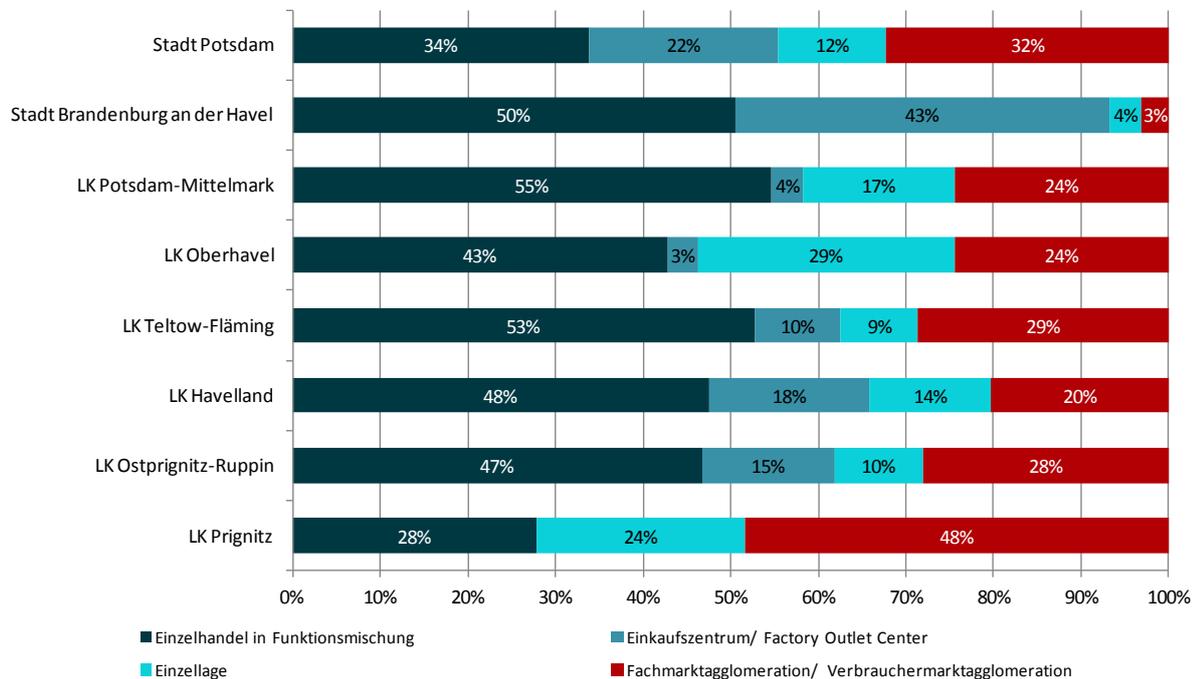
Abb. 182: Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail im IHK Bezirk Potsdam



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Betrachtet man andererseits die Verkaufsflächen, dann erreichen „Fachmarkttagglomerationen / Verbrauchermarkttagglomerationen“ durchaus hohe Anteile (vgl. Abb. 183). Diese Konstellation kann exemplarisch am Landkreis Prignitz veranschaulicht werden. Hier sind zwar nur 12 % der Betriebe in „Fachmarkttagglomerationen / Verbrauchermarkttagglomerationen“ vorzufinden, aber diese repräsentieren knapp die Hälfte aller Verkaufsflächen (48 %). Eine Ausnahme bildet diesbezüglich erneut die Stadt Brandenburg an der Havel, wo in besagter Lagekategorie nur etwa 3 % der Verkaufsflächen verortet sind (vgl. Abb. 183).

Abb. 183: Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lagedetail im IHK Bezirk Potsdam



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 184: Beispiele für Lagedetails im IHK Bezirk Potsdam



Einzelhandel in Funktionsmischung Einkaufszentrum Fachmarkttagglomeration

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

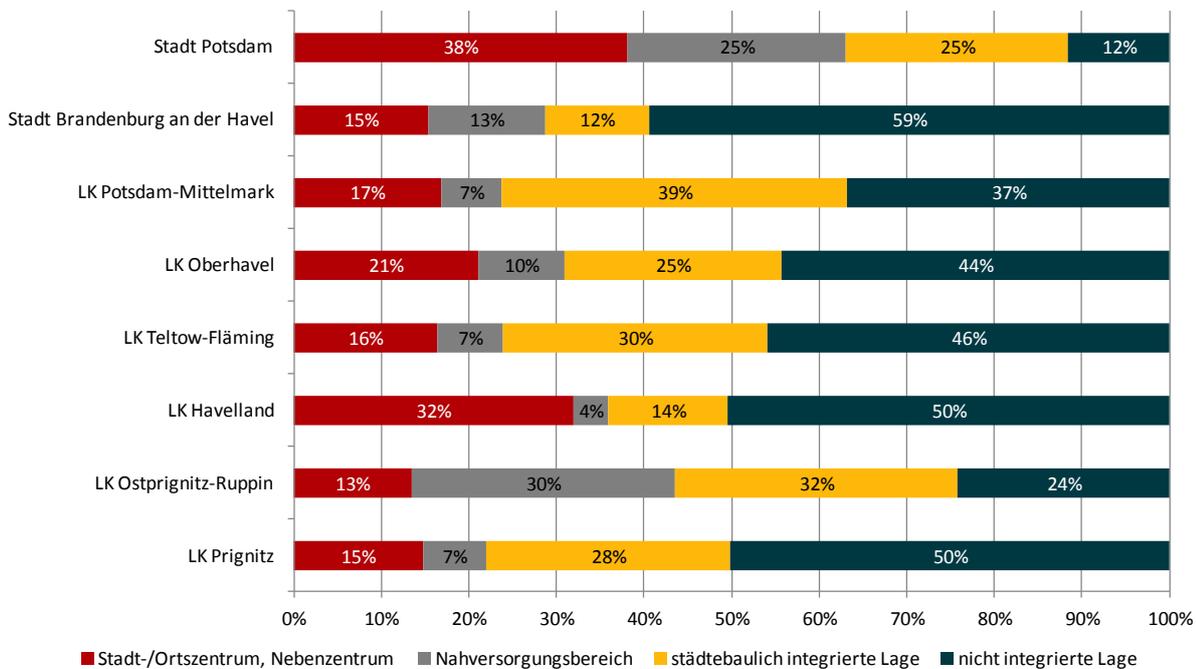
Verkaufsflächenanteil nach Lage im IHK Bezirk Potsdam

Eine aus städtebaulicher Sicht erfreuliche Verteilung der Verkaufsflächen auf Standortlagen wird in der Landeshauptstadt Potsdam offenbar. 63 % der erfassten Verkaufsflächen sind hier in Zentralen Versorgungsbereichen (Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren, Nahversorgungsbereichen) etabliert. Auch der Verkaufsflächenanteil der historischen Innenstadt liegt – trotz einer nicht gerade einfachen baustrukturellen Situation – mit 38 % auf beachtlichem Niveau. Die

Verkaufsflächenquote nicht integrierter Lagen fällt hier andererseits mit ca. 12 % gering aus. Eine diametral entgegengesetzte Konstellation zeigt sich in Brandenburg a. d. Havel, wo auf nicht integrierte Lagen ein hoher Verkaufsflächenanteil von 59 % entfällt (vgl. Abb. 185).

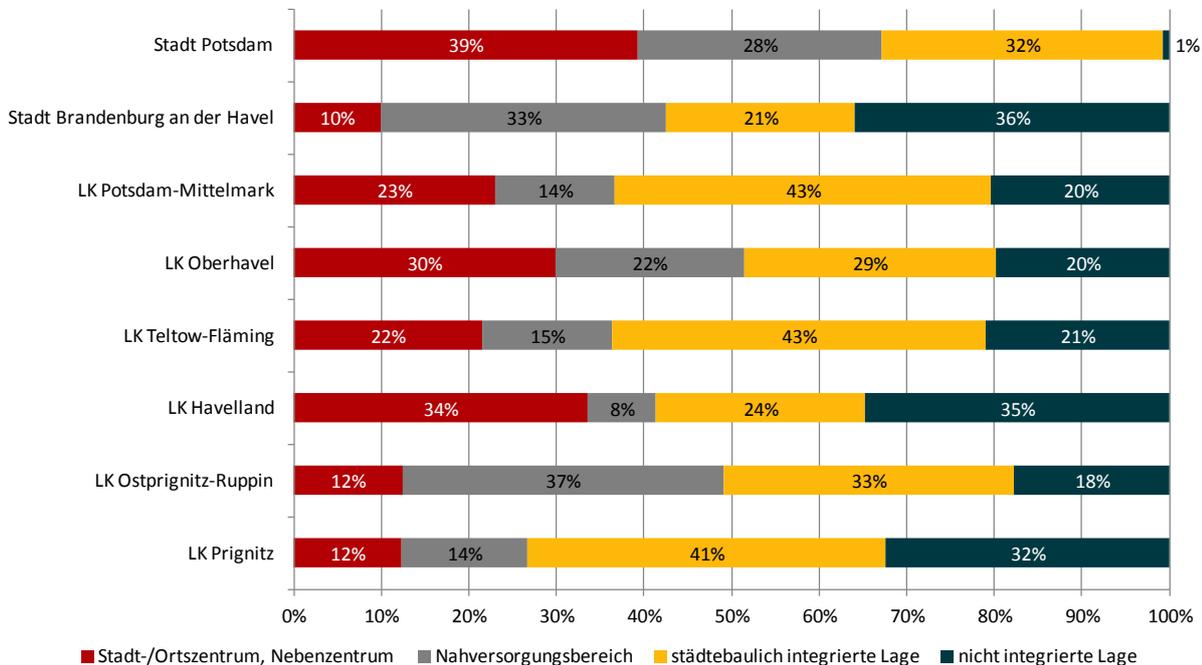
Auf der Ebene der Landkreise wird deutlich, dass Maßnahmen zur Stärkung der Stadt- und Ortszentren langsam Erfolge zeitigen. In Ostprignitz-Ruppin und im Havelland sind z.B. immerhin 43 % bzw. 36 % der erfassten Verkaufsflächen Zentralen Versorgungsbereichen zuzuordnen. Den kleinsten Referenzwert weist hier der Landkreis Prignitz mit ca. 22 % auf. Gleichzeitig sind in diesem Landkreis rd. 50 % der Verkaufsflächen nicht integrierten Lagen zuzuordnen.

Abb. 185: Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lage im IHK Bezirk Potsdam



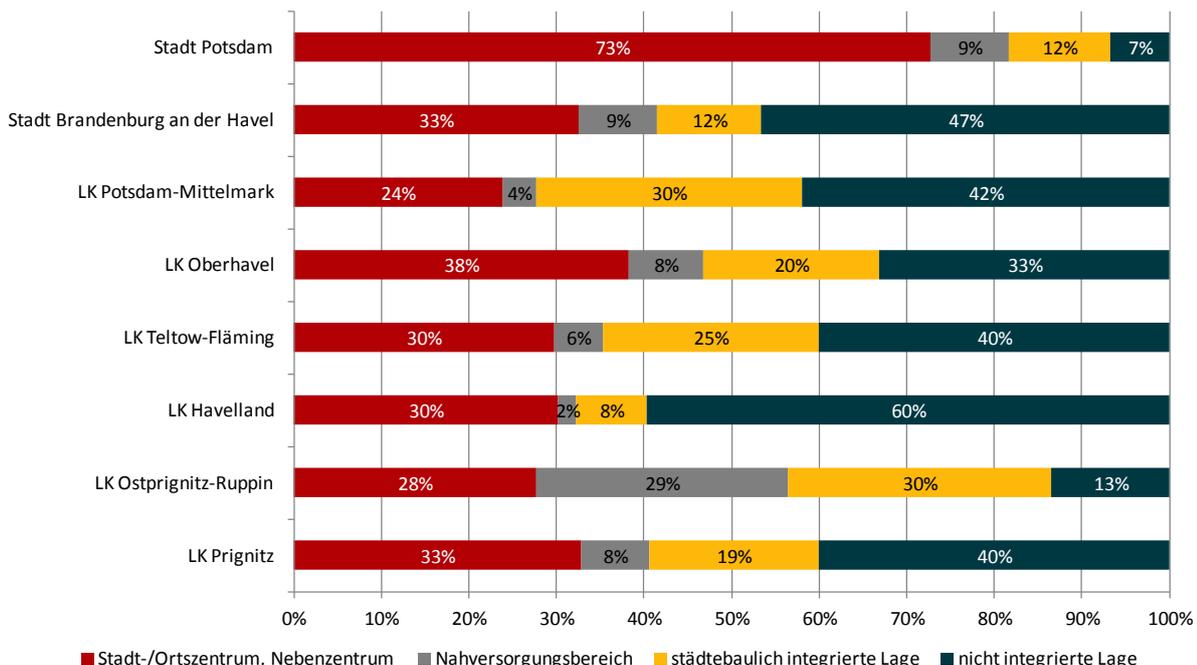
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 186: Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Potsdam



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 187: Verkaufsflächenanteil der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Potsdam



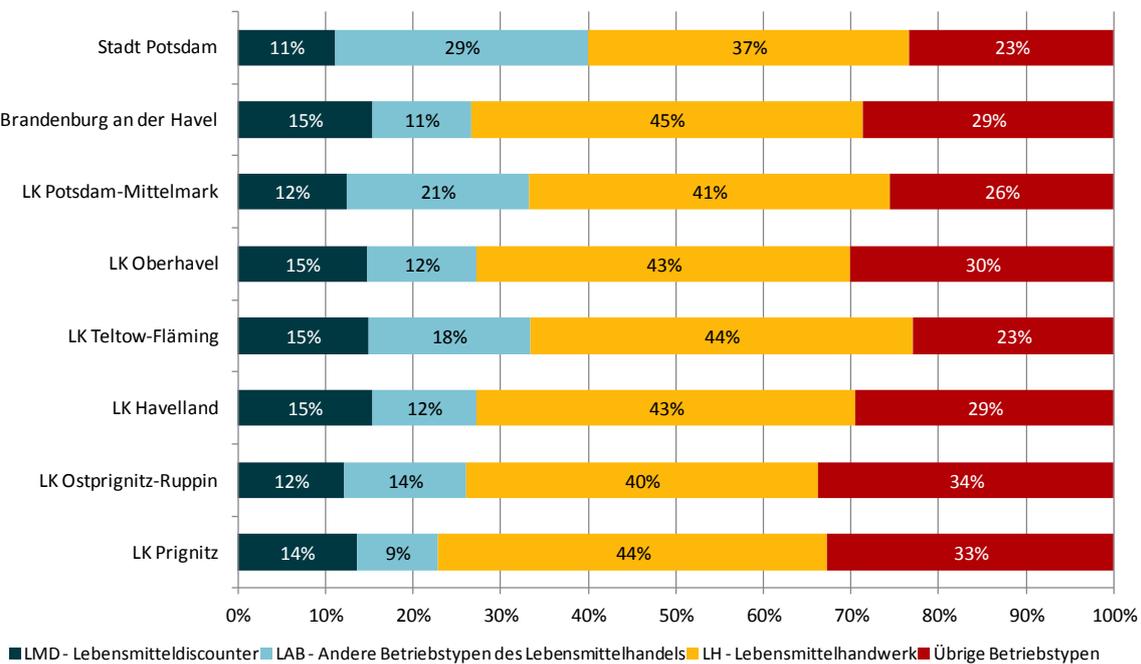
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Betriebe und Verkaufsflächen der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Potsdam

Der Anteil des Lebensmittelhandwerks an der Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe erreicht im IHK Bezirk Potsdam hohe Werte. Bäcker und Fleischer sind sowohl in verdichteten Siedlungsbereichen, als auch in ländlichen Gebieten anzutreffen und übernehmen hier wesentliche Nahversorgungsaufgaben.

Die Lebensmitteldiscounter erreichen im Bezirk andererseits nur Betriebsanteile zwischen 11 % (Stadt Potsdam) und 15 % (Stadt Brandenburg an der Havel / Landkreise Oberhavel, Teltow-Fläming und Havelland). In der Kategorie „Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels“, zu der u.a. Supermärkte und Verbrauchermärkte zählen, variieren die Werte in der teilräumlichen Betrachtung stark: Hier liegen die Anteile im Minimum bei 9 % im Landkreis Prignitz und im Maximum bei 29 % in der Landeshauptstadt Potsdam (vgl. Abb. 188).

Abb. 188: Anteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Potsdam



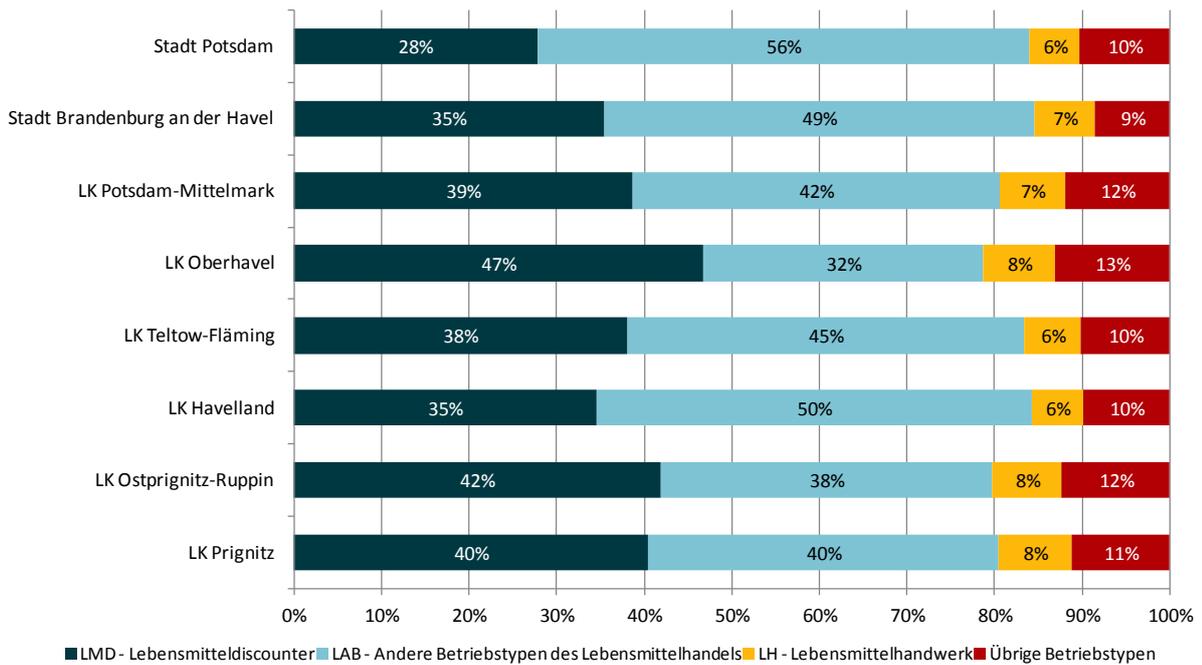
Anmerkung: Die Abbildung gibt ausschließlich die Anteile von Einzelhandelsbetrieben wieder, die Nahrungs- und Genussmittel im Hauptsortiment anbieten. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Betrachtet man andererseits die Verkaufsflächenanteile der Betriebstypen des Lebensmittelhandels wird erwartungsgemäß eine große Bedeutung der „Lebensmitteldiscounter“ und der Kategorie „Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels“ sichtbar. Beide Vertriebsformen erreichen zusammengenommen Werte zwischen 79 % und 85 % an der Gesamtverkaufsfläche und dominieren somit den Markt im nahversorgungsrelevanten Segment (vgl. Abb. 189).

Das Lebensmittelhandwerk repräsentiert aufgrund seiner kleinen Ladeneinheiten hingegen nur geringe Verkaufsflächenanteile zwischen 6 % und 8 %. Auch die übrigen Betriebstypen (spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte, Tankstellenshops, Kioske und Getränkefachmärkte) treten bei den Verkaufsflächenanteilen in den Hintergrund.

Abb. 189: Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Potsdam



Anmerkung: Die Abbildung gibt ausschließlich die Anteile der Verkaufsflächen von Einzelhandelsbetrieben wieder, die Nahrungs- und Genussmittel im Hauptsortiment anbieten. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 190: Beispiele für Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels im IHK Bezirk Potsdam



Lebensmitteldiscounter



Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels: Verbrauchermarkt



Lebensmittelhandwerk: Bäckerei



Übrige Betriebstypen: Hofladen

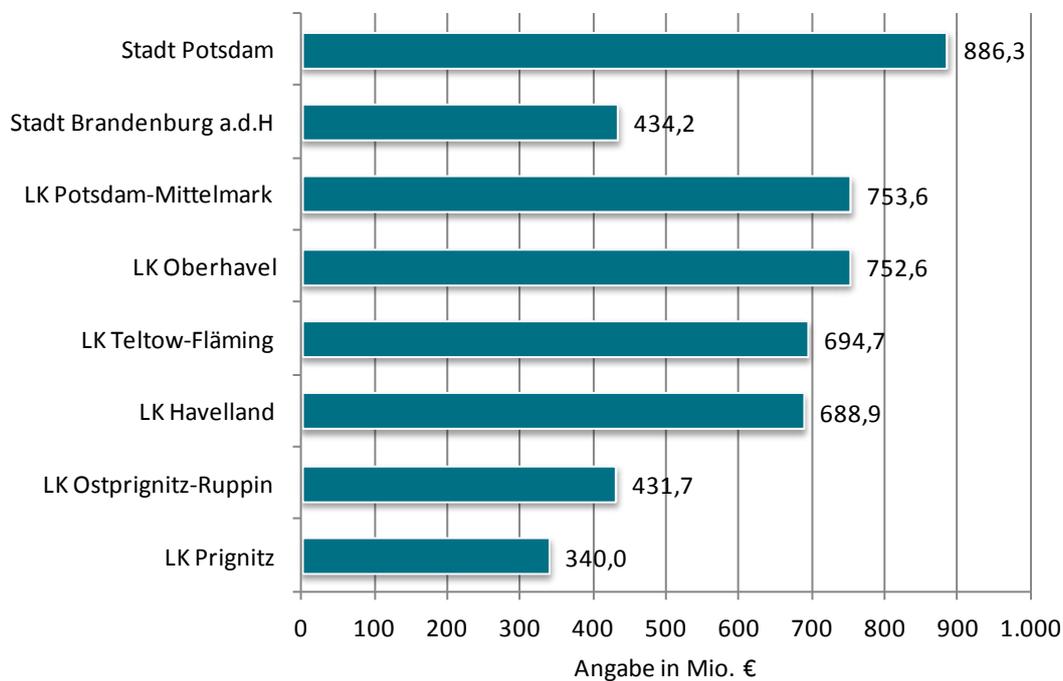
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Potsdam

Die höchsten Einzelhandelsumsätze werden innerhalb des IHK Bezirkes in der Landeshauptstadt Potsdam erzielt (886 Mio. €). Die Landkreise Potsdam-Mittelmark und Oberhavel erreichen aber ebenfalls hohe Umsatzvolumina von knapp über 750 Mio. €.

Im Zeitvergleich mit 2011 ist die Umsatzentwicklung im IHK Bezirk Potsdam vielerorts positiv verlaufen. Insbesondere in Potsdam konnte das Umsatzvolumen in den vergangenen Jahren sogar markant gesteigert werden. Obwohl die Verkaufsfläche hier lediglich um rd. 18 % anstieg, lag die Umsatzerhöhung bei ca. 36 %. Die Relation beider Zahlenwerte macht deutlich, dass sich die Angebotsqualität in der Landeshauptstadt ganz offensichtlich verbessert hat, u.a. durch Ansiedlung leistungsstarker Filialisten. Ein weiterer umsatzfördernder Einfluss war hier sicherlich auch eine dynamische Bevölkerungsentwicklung.

Abb. 191: Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Potsdam



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Ein anderes Bild zeigt sich im Landkreis Ostprignitz-Ruppin. Hier hat die CIMA im Jahr 2016 zwar knapp 9 % mehr Verkaufsfläche als 2011 erfasst, der Umsatz erhöhte sich jedoch nur um etwa 2 %. Offensichtlich sind in diesem Teilraum vor allem niedrigpreisige Einzelhandelsgeschäfte und Fachmärkte hinzugekommen, die letztlich zu keiner wesentlichen Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitrugen.

In den Landkreisen Havelland und Oberhavel sind die Einzelhandelsumsätze trotz eines Verkaufsflächenrückgangs seit 2011 marginal angestiegen. Dies bedeutet, dass hier zwar leistungsschwächere Anbieter den Markt verlassen haben, die verbliebenen Einzelhandelsbetriebe deren Kunden jedoch zum großen Teil an sich binden konnten.

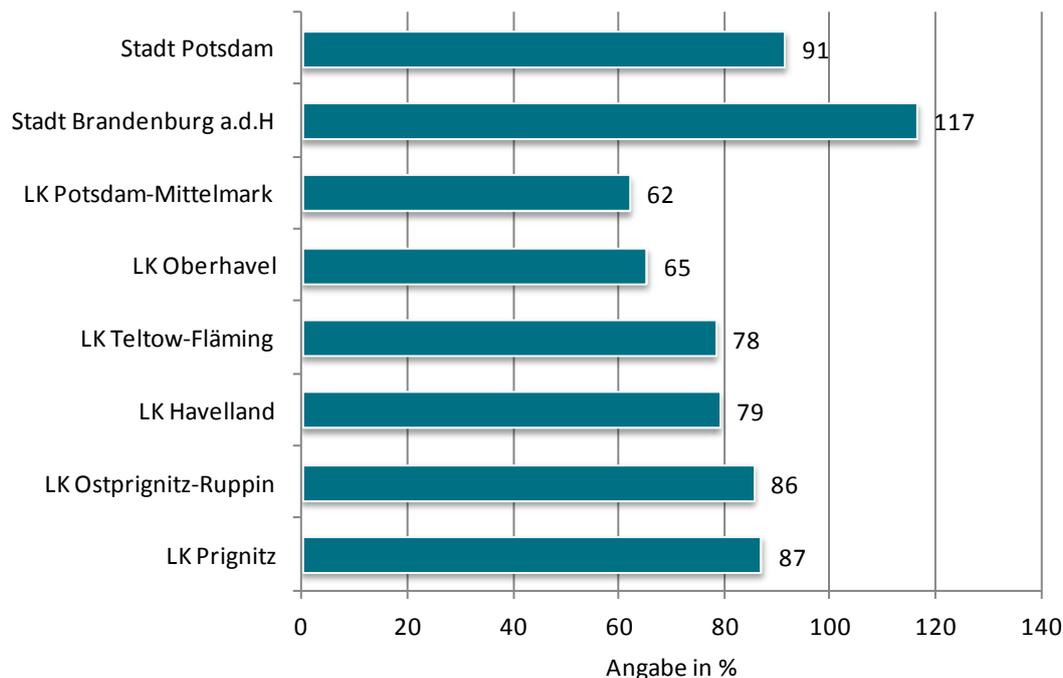
Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Potsdam

Die höchste Einzelhandelszentralität des IHK Bezirkes weist die Stadt Brandenburg an der Havel auf (117). In allen anderen Städten und Landkreisen werden hingegen nur Zentralitätswerte unter 100 erreicht.

Während die Zentralität der Landeshauptstadt unter Kaufkraftabflüssen in das nahegelegene Berlin leidet, versorgt der Einzelhandel in Brandenburg an der Havel ein Einzugsgebiet, dessen Bewohner relativ stark auf den Einkaufsort orientiert sind. Der Zentralitätswert von 117

spiegelt diese Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland wider. Dennoch ist festzuhalten, dass Brandenburg an der Havel im Zeitreihenvergleich 2011 - 2016 Zentralitätseinbußen hinnehmen musste, die u.a. mit einer Ausdünnung des Einzelhandelsangebotes zu erklären sind.

Abb. 192: Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Potsdam



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

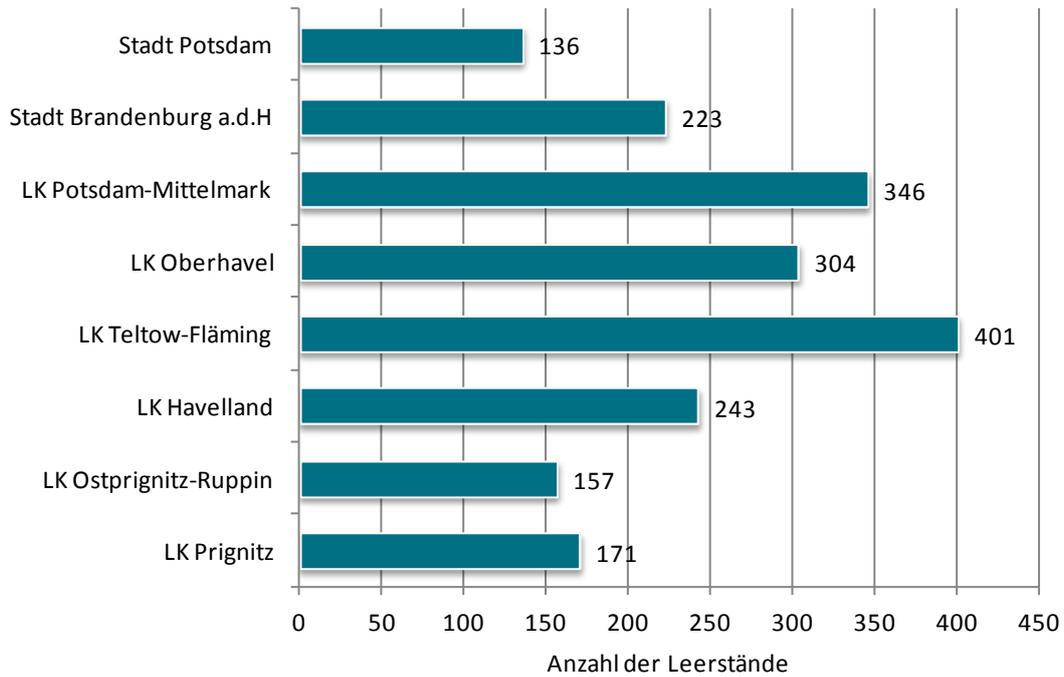
Die Landkreise im IHK Bezirk Potsdam erreichen Zentralitätswerte zwischen 62 (Landkreis Potsdam-Mittelmark) und 87 (Landkreis Prignitz). Vor allem in Teilräumen, die unmittelbar an Berlin oder Potsdam angrenzen, sind wiederum starke Kaufkraftabflüsse in die Wettbewerbslagen der Landes- und Bundeshauptstadt zu verzeichnen. In den weiter entfernten Landkreisen Ostprignitz-Ruppin und Prignitz kommt dies weniger stark zum Tragen.

Leerstände im IHK Bezirk Potsdam

Die Leerstandsentwicklung im IHK Bezirk ist in den kreisfreien Städten Potsdam und Brandenburg an der Havel generell etwas günstiger verlaufen, als in den meisten Landkreisen. In Potsdam wurden sogar weniger Leerstände als im Jahr 2011 gezählt. Demgegenüber hat sich – mit Ausnahme des Landkreises Havelland – die Leerstandssituation in den anderen Landkreisen tendenziell verschlechtert.

Erwähnenswert ist, dass ein nicht unerheblicher Teil der leerstehenden Ladenlokale sich in keinem marktgerechten Zustand mehr befand, sodass die Voraussetzungen für eine Neuvermietung – ohne vorheriges investives Engagement der Immobilieneigentümer – nicht optimal sind.

Abb. 193: Anzahl der Leerstände im IHK Bezirk Potsdam

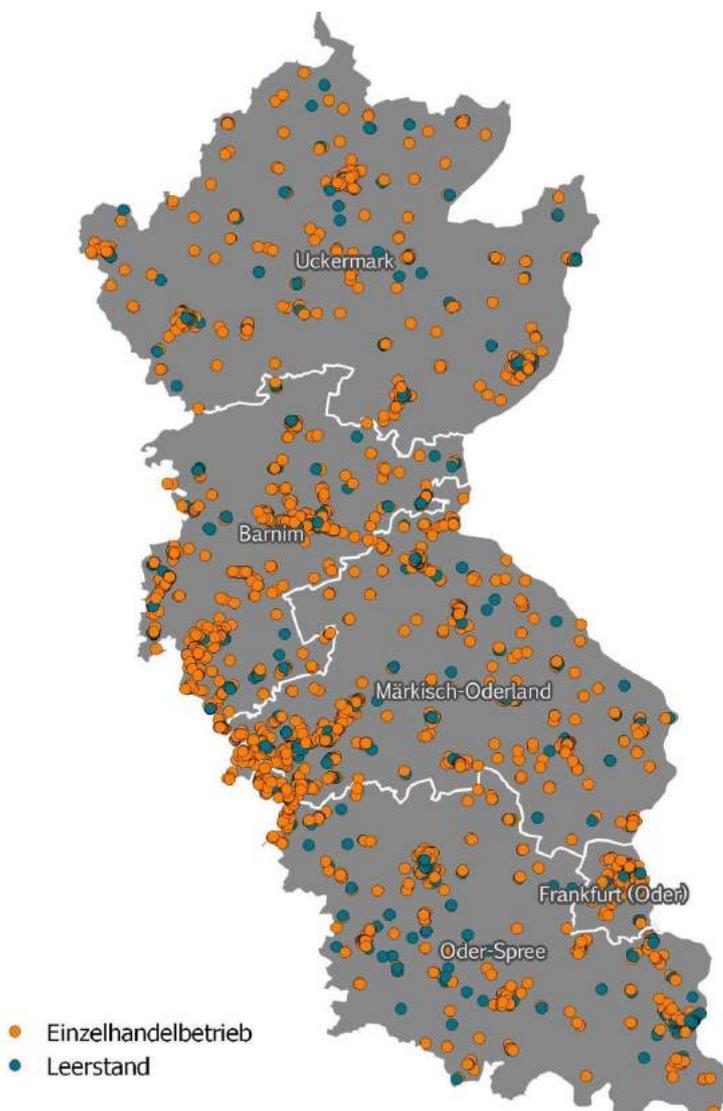


Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

5.2 IHK Bezirk Ostbrandenburg

Der IHK Bezirk Ostbrandenburg setzt sich aus den Landkreisen Uckermark, Barnim, Märkisch-Oderland, Oder-Spree und der kreisfreien Stadt Frankfurt (Oder) zusammen. In diesem Raum wurden von der CIMA insgesamt 4.334 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.282.025 m² sowie 1.143 Leerstände erfasst. Abbildung 45 verdeutlicht in diesem Zusammenhang eine überwiegend disperse Verteilung des Einzelhandels im Bezirk. Größere Verdichtungen sind lediglich in Nachbarschaft zur Bundeshauptstadt sowie in Frankfurt (Oder) erkennbar. Die erfassten Leerstände zeigen andererseits kein klares Verteilungsmuster, sondern streuen flächenhaft über das ganze Gebiet.

Abb. 194: Einzelhandelsbetriebe und Leerstände im IHK Bezirk Ostbrandenburg



Anmerkung: Aus Gründen der Maßstäblichkeit sind in der Karte nicht alle Einzelhandelsbetriebe bzw. Leerstände erkennbar. An mehreren Stellen überlappen sich Signaturen.

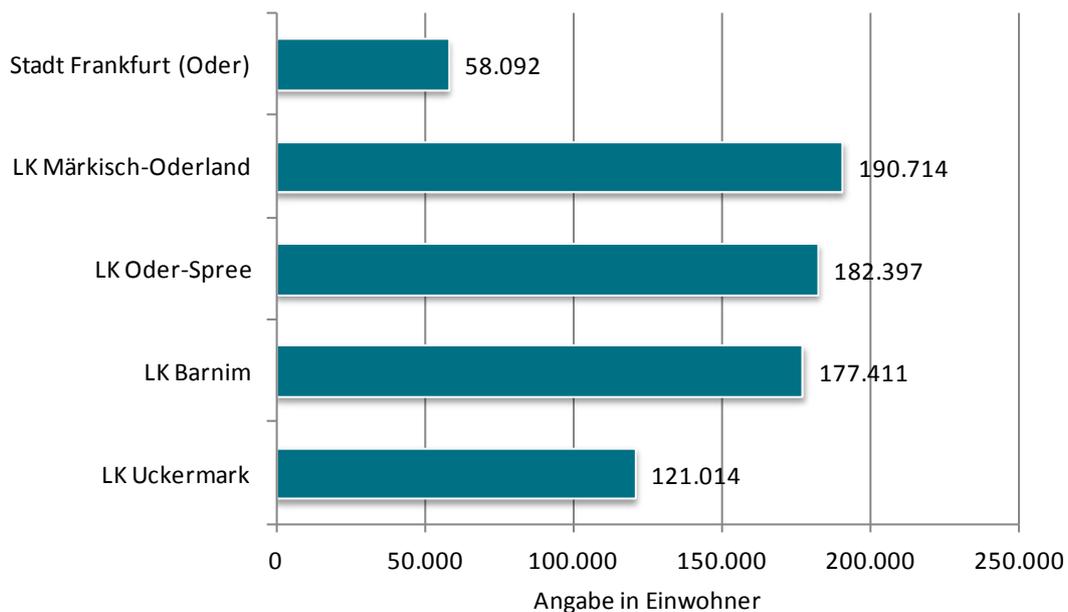
Kartengrundlage: © GeoBasis-DE / BKG 2013; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Im IHK Bezirk Ostbrandenburg leben aktuell rd. 730.000 Einwohner. Nach dem IHK Bezirk Potsdam ist Ostbrandenburg damit der einwohnerstärkste IHK Bezirk innerhalb des Bundeslandes (vgl. Abb. 195). Die meisten Bewohner weist der Landkreis Märkisch-Oderland auf, dicht gefolgt von den Landkreisen Oder-Spree und Barnim.

Der IHK Bezirk verzeichnete zwischen 2011 und 2015 insgesamt eine rückläufige Einwohnerentwicklung (-1,8 %). In der teilräumlichen Betrachtung registrierte der Landkreis Barnim indes einen leichten Bevölkerungszuwachs (+0,4 %). Die Landkreise Oder-Spree und Uckermark waren hingegen durch einen ungünstigeren demographischen Trend geprägt. Die höchsten Einwohnerverluste gab es im Landkreis Uckermark und in der Stadt Frankfurt/Oder (-7,4 % bzw. -4,0 %).

Abb. 195: Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Ostbrandenburg



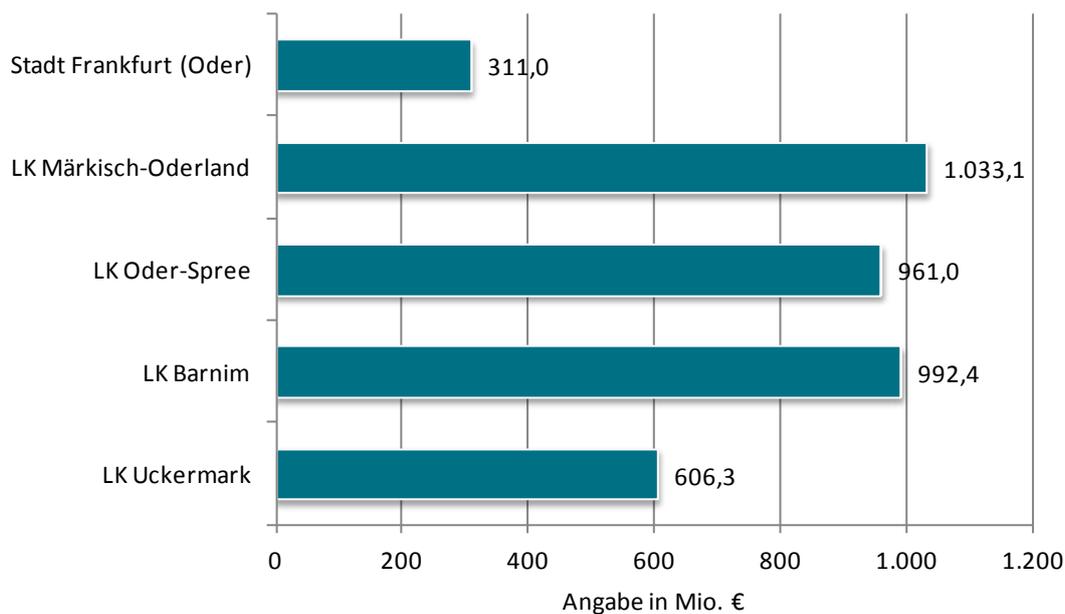
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Der Landkreis Märkisch-Oderland weist im IHK Bezirk mit ca. 1.033 Mio. € das größte Kaufkraftpotenzial auf. Es folgen die Landkreise Barnim (ca. 992 Mio. €) und Oder-Spree (ca. 961 Mio. €) sowie – schon mit deutlichem Abstand – der Landkreis Uckermark (ca. 606 Mio. €) und die Stadt Frankfurt/Oder (ca. 311 Mio. €).

Aufgrund der bereits an anderer Stelle angesprochenen Rahmenbedingungen verlief auch die Kaufkraftentwicklung im IHK Bezirk Ostbrandenburg nominal positiv. Die größten Kaufkraftausweitungen verzeichneten dabei erwartungsgemäß Landkreise mit geringen Bevölkerungsverlusten oder mit Einwohnerzuwächsen. So konnte der Landkreis Barnim sein Kaufkraftpotenzial seit 2011 um mehr als 19 % steigern.

Abb. 196: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Ostbrandenburg

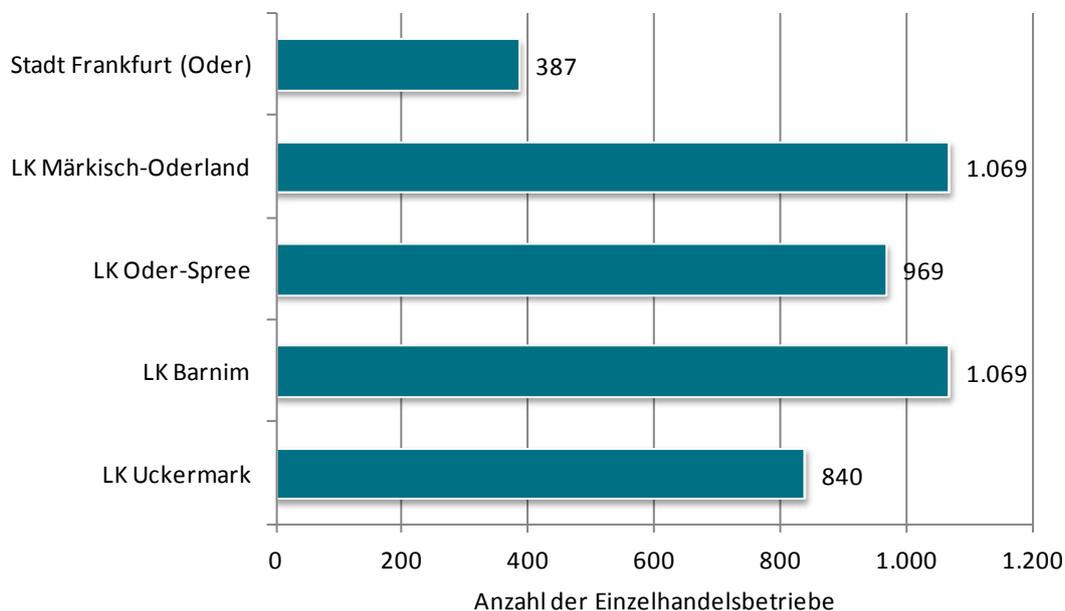


Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Im IHK Bezirk Ostbrandenburg wurden von der CIMA insg. 4.334 Einzelhandelsbetriebe erfasst (vgl. Abb. 197). Im Abgleich mit den Bestandsdaten 2011 ist die Zahl der Einzelhandelsbetriebe in allen Landkreisen und in der Stadt Frankfurt (Oder) gesunken. Die bereits im IHK Bezirk Potsdam festgestellte Ausdünnung der Einzelhandelsbetriebe zeigt sich also ebenso im IHK Bezirk Ostbrandenburg. Am deutlichsten wird dies in den Landkreisen Oder-Spree und Uckermark (-21,1 % bzw. -18,0 %).

Abb. 197: Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Ostbrandenburg



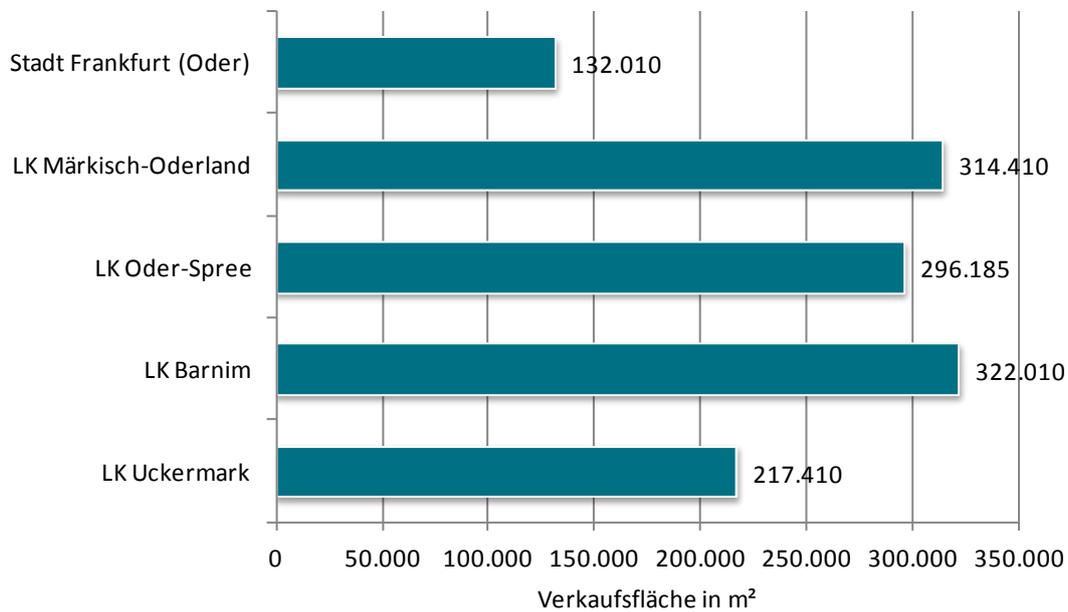
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Der Verkaufsflächenbestand im IHK Bezirk Ostbrandenburg umfasst aktuell 1.282.025 m². Im Landkreis Barnim und in allen anderen an die Bundeshauptstadt angrenzenden Teilräumen wird die größte Verkaufsflächendichte erreicht. Es ist in diesem Zusammenhang ganz offensichtlich, dass Städte und Gemeinden in Nachbarschaft zu Berlin von Overspill-Effekten profitieren. Demgegenüber ist im ländlich geprägten Landkreis Uckermark – im Nordosten des Landes – die geringste Verkaufsflächenkonzentration festzustellen. Im Zeitvergleich sind in diesem Landkreis 2016 auch fast 16.000 m² weniger Verkaufsflächen erfasst worden als 2011. Ein Rückgang der Verkaufsflächen ist ebenso in der Stadt Frankfurt (Oder) und im Landkreis Märkisch-Oderland festzuhalten.

Der Landkreis Oder-Spree registrierte andererseits einen Anstieg der Verkaufsfläche um 2 % (+ 6.000 m²), bei gleichzeitigem Rückgang der Betriebszahl um mehr als 20 %. Während hier kleinere und meist leistungsschwächere Einzelhandelsbetriebe vom Markt gingen, sind moderne Fachmarktkonzepte neu entstanden. Diese Einschätzung wird untersetzt, wenn man die Verteilung der Verkaufsflächen im Landkreis Oder-Spree nach Lagedetail und Betriebsgröße betrachtet. Knapp ein Viertel der erfassten Verkaufsflächen sind demnach in „Fachmarkttagglomerationen / Verbrauchermarkttagglomerationen“ vorhanden und mehr als zwei Drittel der Betriebe weisen Verkaufsflächen von mehr als 800 m² auf (vgl. Abb. 199 und Abb. 201).

Abb. 198: Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Ostbrandenburg

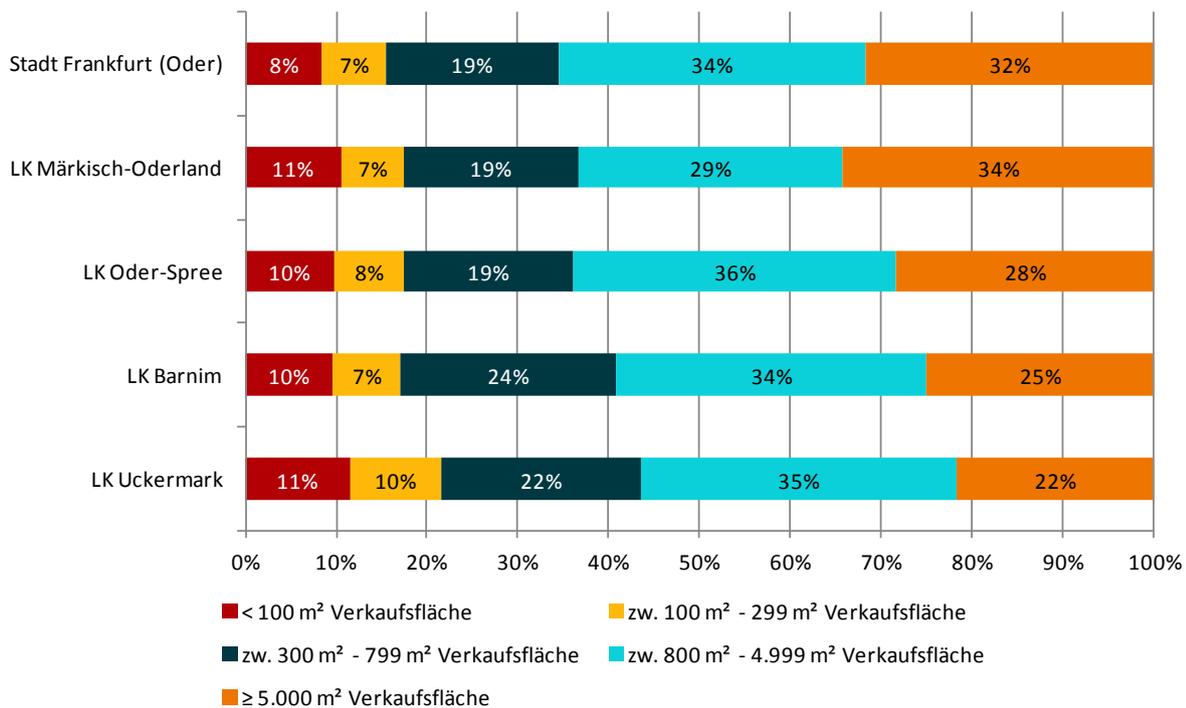


Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklasse im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Auffällig ist innerhalb des IHK Bezirkes Ostbrandenburg ein hoher Verkaufsflächenanteil großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor allem in den Landkreisen Oder-Spree (64 %) und Märkisch-Oderland (63 %). Der ländlich geprägte Landkreis Uckermark verfügt andererseits über den größten Verkaufsflächenanteil der Betriebe bis 300 m² Verkaufsfläche (21 %). Dies ist deshalb erwähnenswert, weil in der Größenklasse zwischen 100 m² und 300 m² Verkaufsfläche nach übereinstimmender Meinung von Experten in den kommenden Jahren der Anpassungs- und Modernisierungsdruck am stärksten ausfallen wird. Entsprechend ist wohl davon auszugehen, dass im Landkreis Uckermark mit weiteren Abschmelzungen von Betrieben zu rechnen sein wird. Diese dürften insbesondere den Nonfood-Sektor betreffen und sich einschränkend auf das heute schon lückenhafte Angebotsspektrum auswirken.

Abb. 199: Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im IHK Bezirk Ostbrandenburg



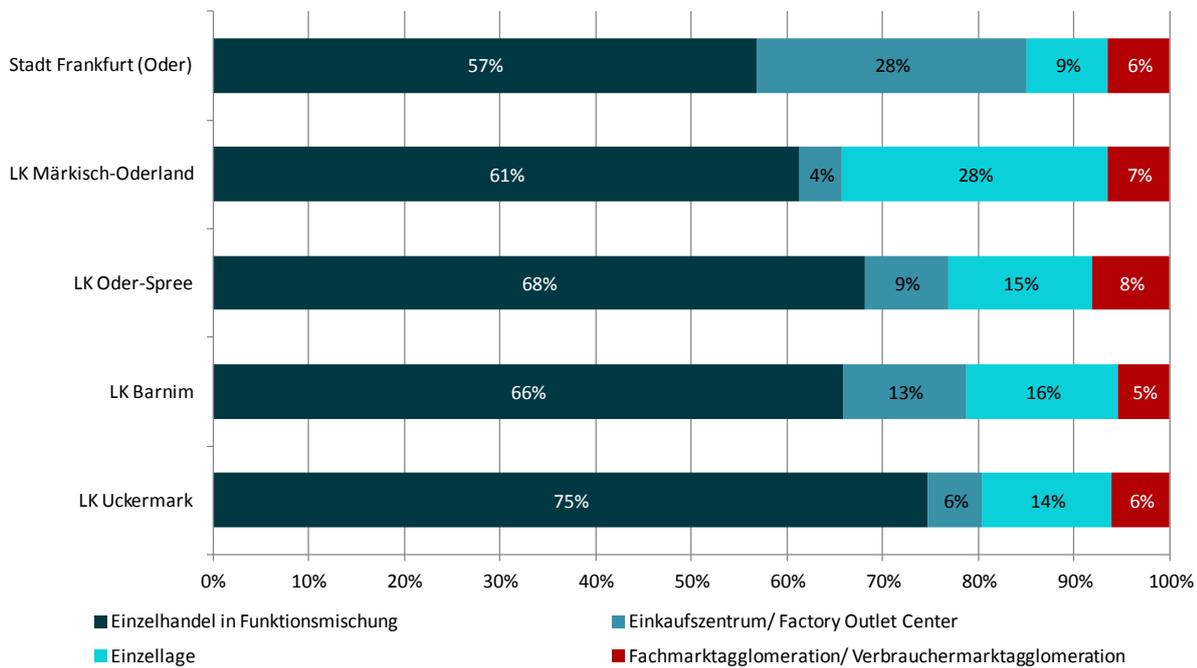
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Betriebe und Verkaufsflächen nach Lagedetail im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Im IHK Bezirk Ostbrandenburg überwiegt bei der Betriebszahl das Lagedetail „Einzelhandel in Funktionsmischung“. Die Anteilswerte dieser Geschäfte erreichen im Minimum 57 % (Frankfurt (Oder)) und im Maximum 75 % (Landkreis Uckermark). Der rechnerisch geringste Anteil von Einzelhandelsbetrieben in Funktionsmischung entfällt erstaunlicherweise auf die Stadt Frankfurt (Oder), obwohl städtisch geprägte Lagen normalerweise einen höheren Anteil dieser Kategorie aufweisen als ländliche Regionen. Der Grund könnte u.a. darin liegen, dass Frankfurt (Oder) mit rd. 28 % der Einzelhandelsbetriebe in „Einkaufszentren“ den Spitzenwert innerhalb des Bezirkes hält.

Der Anteil von Betrieben in „Einzellage“ ist in den Landkreisen des Bezirkes andererseits durchweg höher als in Frankfurt (Oder). Den Spitzenwert erreicht hier der Landkreis Märkisch-Oderland mit ca. 28 % (vgl. Abb. 200).

Abb. 200: Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail im IHK Bezirk Ostbrandenburg

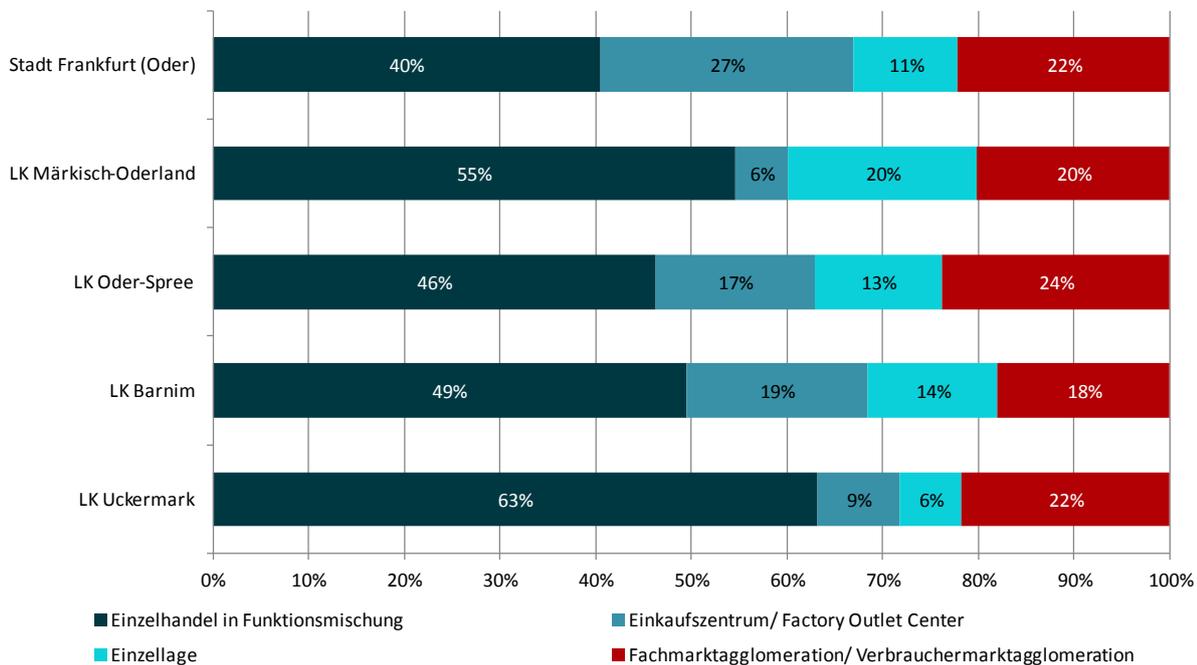


Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Während die Zahl der Betriebe in „Fachmarkttagglomerationen / Verbrauchermarkttagglomerationen“ im IHK Bezirk Ostbrandenburg nur Anteile zwischen 5 % (Landkreis Barnim) und 8 % (Landkreis Oder-Spree) erreicht, ergibt sich bei einer Betrachtung der Verkaufsflächenverteilung ein gänzlich anderes Bild. Der Einzelhandel in dieser Lagekategorie erreicht im Landkreis Oder-Spree mit 24 % den Spitzenwert. Aber auch in den anderen Kreisen und in der kreisfreien Stadt Frankfurt (Oder) werden Verkaufsflächenanteile zwischen 18 % und 22 % erreicht (vgl. Abb. 201).

In Bezug auf die Lagekategorie „Einzellage“ sind die höchsten Verkaufsflächenanteile im Landkreis Märkisch-Oderland zu verzeichnen (20 %). Im Landkreis Uckermark liegt der Referenzwert dagegen nur bei 6 %.

Abb. 201: Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lagedetail im IHK Bezirk Ostbrandenburg



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 202: Beispiele für Lagedetails im IHK Bezirk Ostbrandenburg



Einzelhandel in Funktionsmischung



Einkaufszentrum



Fachmarkttagglomeration

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

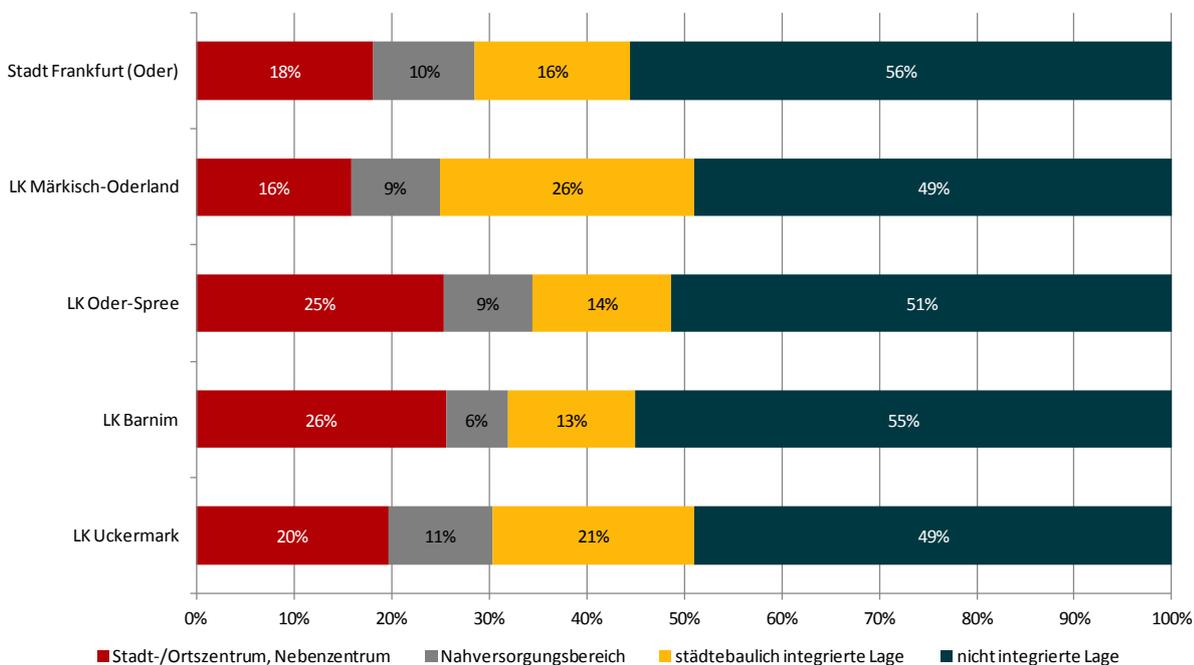
Verkaufsflächenanteil nach Lage im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Im IHK Bezirk Ostbrandenburg wird eine ungewöhnlich hohe Konzentration des Einzelhandels in nicht integrierten Lagen deutlich. Rund 50 % der Verkaufsflächen sind solchen Standorten zuzuordnen. Demgegenüber liegt der maximale Verkaufsflächenanteil aller Zentralen Versorgungsbereiche lediglich bei 34 % (Landkreis Oder-Spree). Auch die Verkaufsflächenausstattung der Stadt-/Ortszentren und Nebenzentren ist in der Einzelbetrachtung mit Anteilswerten zwischen 16 % (Landkreis Märkisch-Oderland) und maximal 26 % (Landkreis Barnim) noch aus-

baufähig. Vor allem in Frankfurt (Oder) und im Landkreis Barnim ist andererseits sehr viel Verkaufsfläche in nicht integrierten Lagen vorhanden. Die Ausstattungswerte liegen hier bei 56 % bzw. 55 % (vgl. Abb. 203).

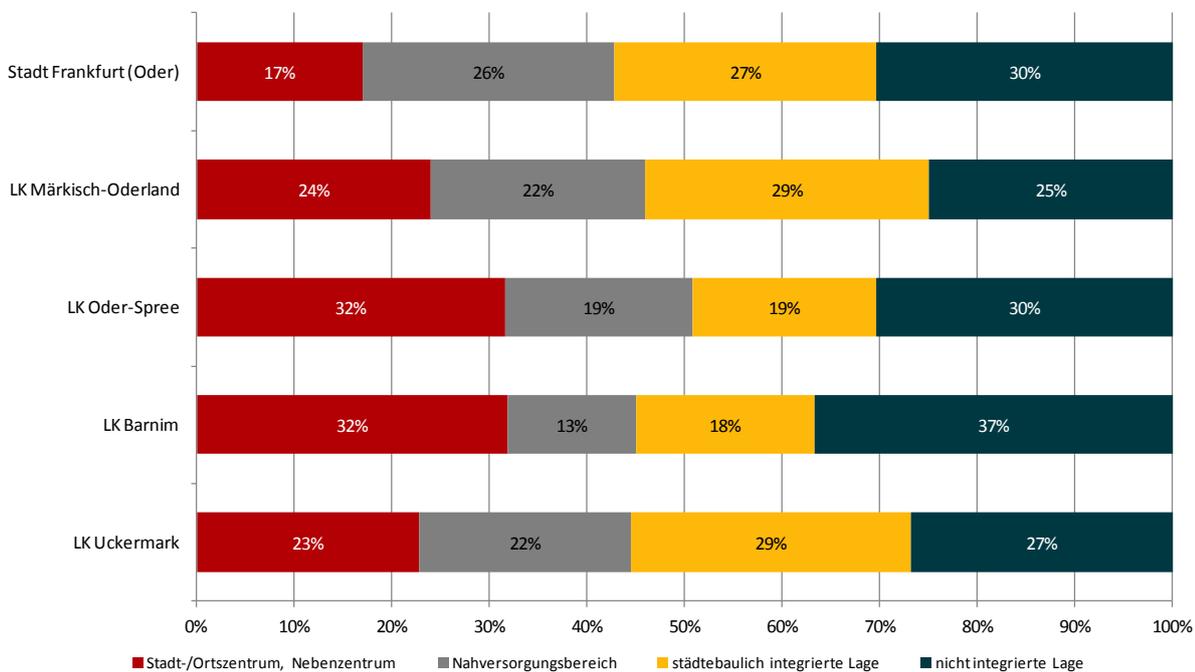
Mit Bezug auf den Bezirk Ostbrandenburg ist damit zu konstatieren, dass Maßnahmen zur Stärkung der Stadt- und Ortszentren noch nicht in wünschenswertem Maße gegriffen haben. Hier muss in Zukunft dafür Sorge getragen werden, dass es zu keinem weitergehenden Bedeutungszuwachs nicht integrierter Lagen zulasten integrierter Standorte kommt.

Abb. 203: Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lage im IHK Bezirk Ostbrandenburg



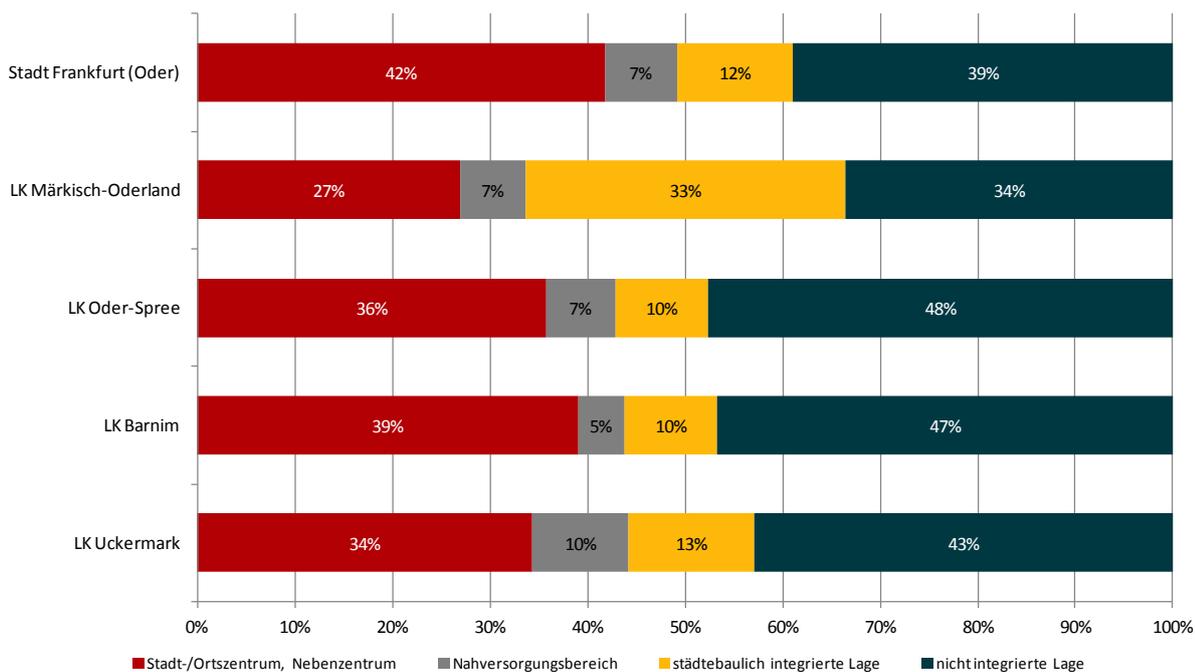
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 204: Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Ostbrandenburg



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 205: Verkaufsflächenanteil der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Ostbrandenburg



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

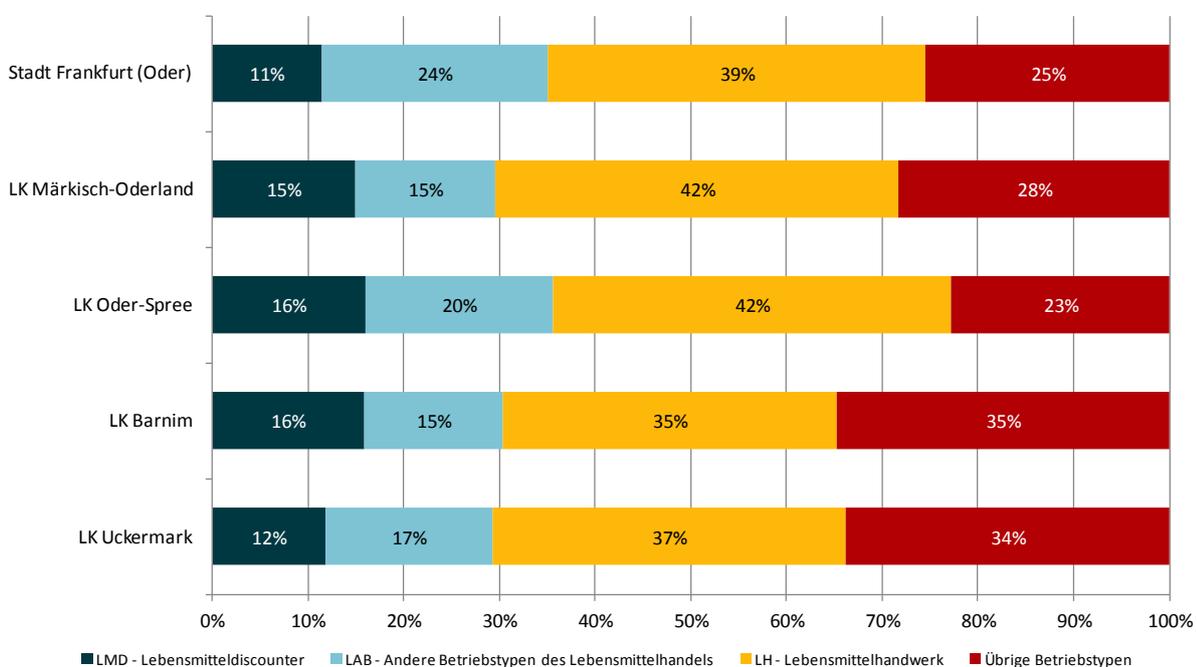
Betriebe und Verkaufsflächen nach Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Abb. 206 veranschaulicht das Verteilungsmuster der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels im IHK Bezirk Ostbrandenburg. Demnach dominiert mit Werten zwischen 35 % (Landkreis Barnim) und 42 % (Landkreise Märkisch-Oderland und Oder-Spree) das „Lebensmittelhandwerk“. Dieser Betriebstyp ist in städtischen und ländlichen Siedlungsbereichen gleichermaßen anzutreffen und übernimmt wesentliche Nahversorgungsfunktionen.

Auffällig sind im IHK Bezirk Ostbrandenburg recht hohe Anteilswerte der „übrigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels“ (u.a. spezialisierte Lebensmittelfachgeschäfte, Tankstellenshops, Kioske und Getränkefachmärkte). Die Quoten dieser Gruppe erreichen z.B. in den Landkreisen Uckermark und Barnim 34 % und 35 %.

Die Anteile der Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelsupermärkte / Verbrauchermärkte (Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels) variieren in Summe zwischen 29 % (Landkreis Uckermark) und 36 % (Landkreis Oder-Spree).

Abb. 206: Anteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Ostbrandenburg

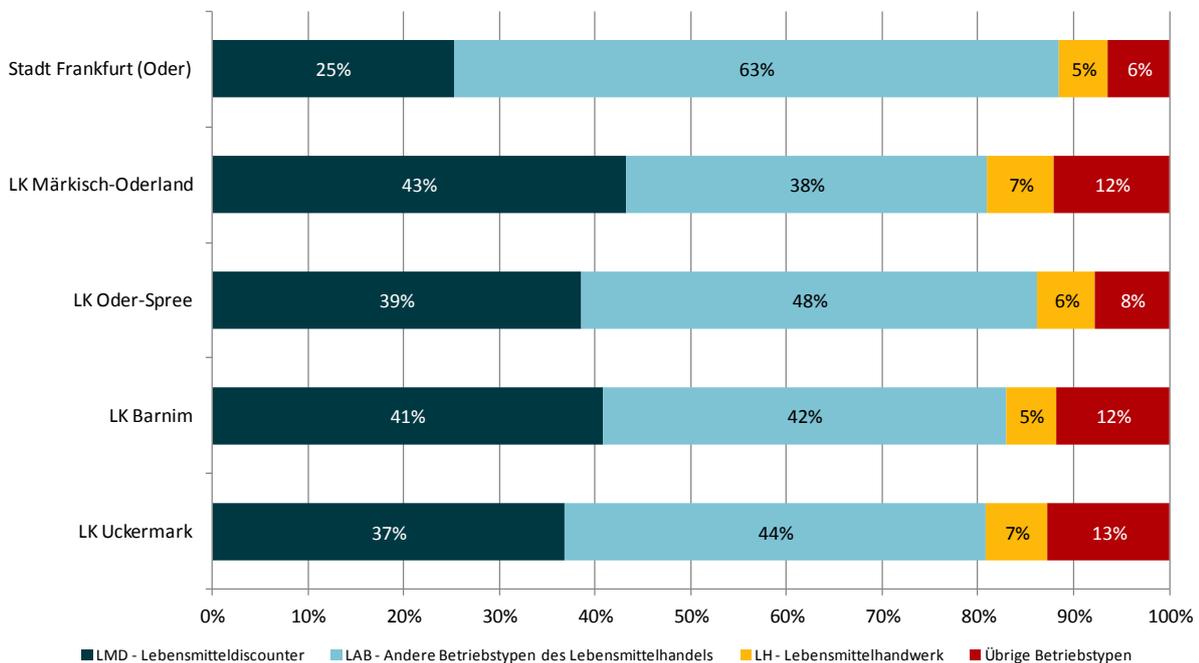


Anmerkung: Die Abbildung gibt ausschließlich die Anteile von Einzelhandelsbetrieben wieder, die Nahrungs- und Genussmittel im Hauptsortiment anbieten. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Bei einer Betrachtung der Verkaufsflächenanteile einzelner Betriebstypen des Lebensmittelhandels ergibt sich ein völlig anderes Bild. Hier wird die außerordentlich große Bedeutung der Lebensmitteldiscounter und der Kategorie „Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels“ offenbar. Diese meist großflächigen Vertriebsformen erreichen zusammengenommen Anteile von fast 90 % an der Gesamtverkaufsfläche (vgl. Abb. 207). Sie dominieren das Angebot im Nahversorgungsbereich also eindeutig.

Abb. 207: Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Ostbrandenburg



Anmerkung: Die Abbildung gibt ausschließlich die Anteile der Verkaufsflächen von Einzelhandelsbetrieben wieder, die Nahrungs- und Genussmittel im Hauptsortiment anbieten. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 208: Beispiele für Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Ostbrandenburg



Lebensmitteldiscounter



Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels: Supermarkt



Lebensmittelhandwerk: Bäckerei



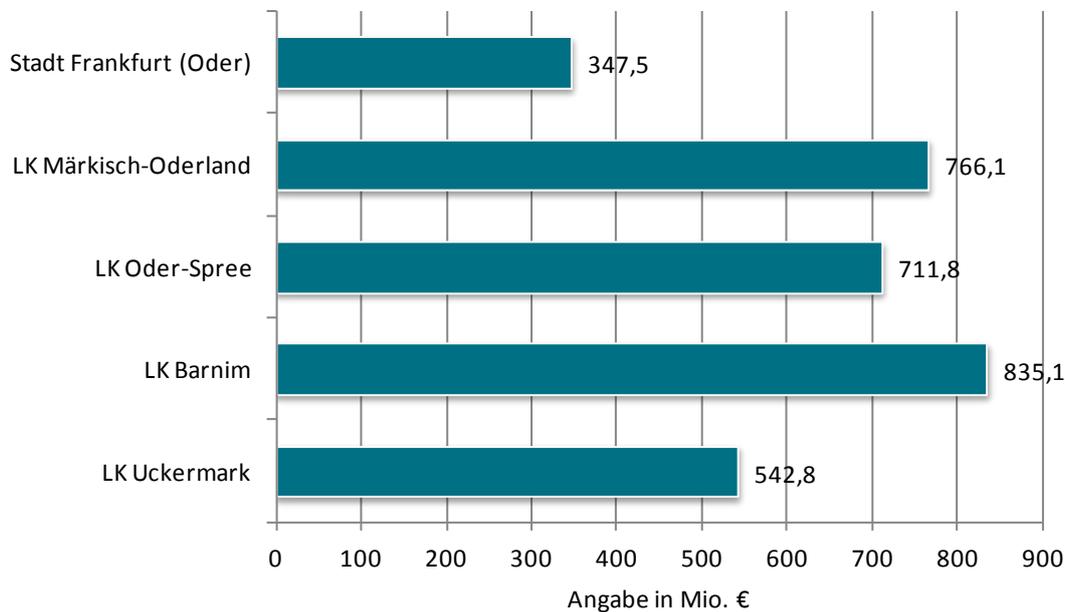
Übrige Betriebstypen: Getränkemarkt

Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Die Umsatzentwicklung des Einzelhandels verlief im IHK Bezirk Ostbrandenburg zwischen 2011 und 2016 in allen Teilräumen nominal leicht positiv. Aktuell werden die höchsten Einzelhandelsumsätze erwartungsgemäß im Landkreis Barnim generiert (Stichwort: größter Verkaufsflächenbestand im IHK Bezirk). Die Umsatzleistung liegt hier bei rd. 835 Mio. €. Mit einer Steigerung von etwa 4 % gegenüber 2011 blieb der Zusatzumsatz jedoch hinter dem prozentualen Zugewinn an Verkaufsfläche (+10 %) zurück. Dies kann als Indiz dafür gewertet werden, dass es sich bei den neu entstandenen Verkaufsflächen in erster Linie um Fachmärkte mit vergleichsweise geringer Flächenproduktivität handelte.

Abb. 209: Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Ostbrandenburg



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

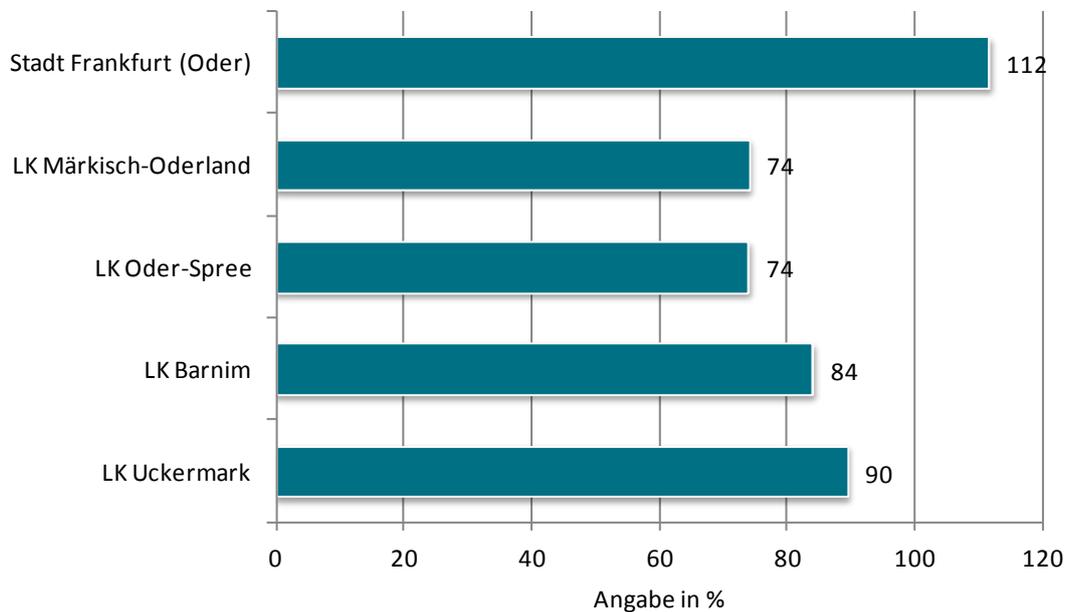
In den Landkreisen Uckermark sowie Märkisch-Oderland und in der kreisfreien Stadt Frankfurt (Oder) waren seit 2011 ebenfalls nominale Umsatzsteigerungen zu verzeichnen, obwohl hier im Betrachtungszeitraum sowohl die Zahl der Betriebe als auch die Verkaufsfläche abgenommen hat. Die verbliebenen Einzelhandelsgeschäfte sowie einige neu hinzugekommene konnten diesen Verlust aber offensichtlich gut kompensieren.

Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Mit Ausnahme der Stadt Frankfurt (Oder) weisen alle Kreise des IHK Bezirkes Ostbrandenburg Zentralitätswerte unter 100 auf. Sie sind also durch Kaufkraftabflüsse geprägt. Den hier gelegenen Städten und Gemeinden gelingt es augenscheinlich nicht, die vorhandene Kaufkraft adäquat zu binden.

Im Zeitvergleich mit 2011 haben sich die Zentralitäten zudem in allen Landkreisen des IHK Bezirkes rückläufig entwickelt. Der attraktive Einzelhandel in der Bundeshauptstadt zieht offensichtlich verstärkt Kunden ab. Der von Berlin am weitesten entfernte Landkreis Uckermark im Nordosten Brandenburgs verzeichnete entsprechend nur leichte Zentralitätsverluste.

Abb. 210: Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Ostbrandenburg

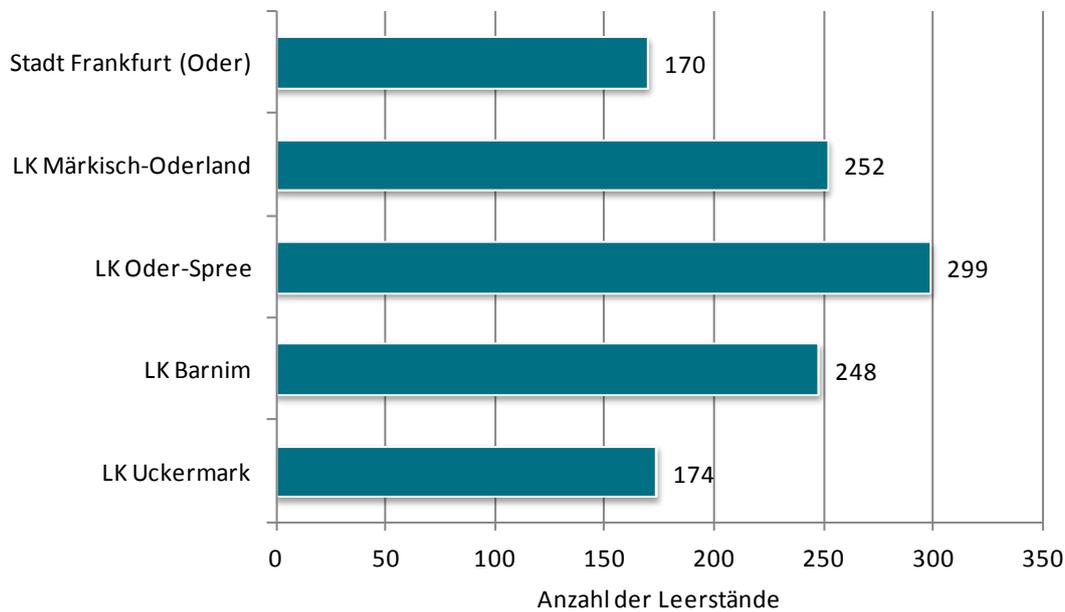


Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Leerstände im IHK Bezirk Ostbrandenburg

Die größte Zahl der Leerstände im IHK Bezirk Ostbrandenburg ist im Landkreis Oder-Spree ermittelt worden. 299 der insgesamt 1.268 erfassten Ladeneinheiten stehen hier leer. Dies entspricht einer hohen Quote von ca. 24 %. Die wenigsten Leerstände weist andererseits mit 174 der Landkreis Uckermark auf. Hier liegt die Leerstandsquote nur bei etwa 17 %. In Frankfurt (Oder) wurden 170 Leerstände bei 387 aktiven Ladenlokalen gezählt. Somit ist im Oberzentrum mit über 30 % die höchste Leerstandsquote innerhalb des IHK Bezirkes zu vermelden (vgl. Abb. 211).

Abb. 211: Anzahl der Leerstände im IHK Bezirk Ostbrandenburg



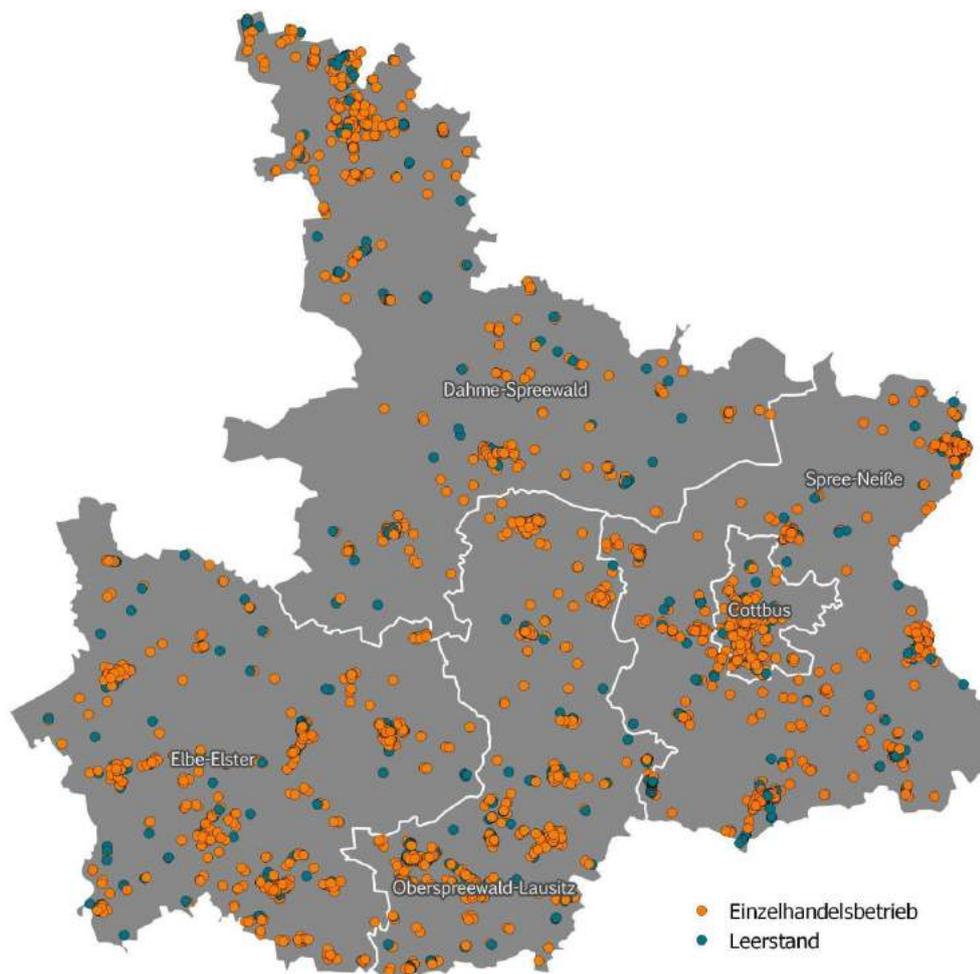
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

5.3 IHK Bezirk Cottbus

Der IHK Bezirk Cottbus setzt sich aus den Landkreisen Dahme-Spreewald, Elbe-Elster, Oberspreewald-Lausitz, Spree-Neiße sowie der kreisfreien Stadt Cottbus zusammen. In diesem Teilraum wurden von der CIMA insgesamt 4.557 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 1.180.005 m² sowie 1.547 Leerstände erfasst.

Bei einer Betrachtung des Verteilungsmusters der Einzelhandelsbetriebe und Leerstände in Abb. 212 fallen größere Betriebskonzentrationen im Norden des Landkreises Dahme-Spreewald sowie im Gebiet der Stadt Cottbus auf. Kleinere Verdichtungen gibt es im Umfeld mehrerer Mittelstädte. Demgegenüber zeigen die Leerstände keine Konzentrationstendenzen.

Abb. 212: Einzelhandelsbetriebe und Leerstände im IHK Bezirk Cottbus



Anmerkung: Aus Gründen der Maßstäblichkeit sind in der Karte nicht alle Einzelhandelsbetriebe bzw. Leerstände erkennbar. An mehreren Stellen überlappen sich Signaturen.

Kartengrundlage: © GeoBasis-DE / BKG 2013; Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

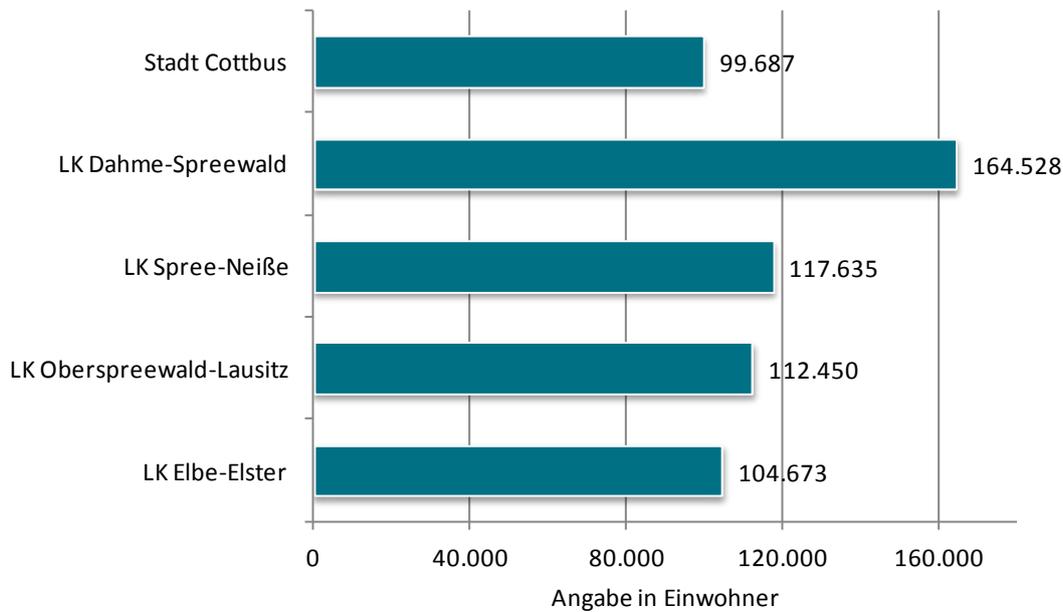
Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Cottbus

Dahme-Spreewald ist mit ca. 164.500 Einwohnern der einwohnerstärkste Landkreis im IHK Bezirk Cottbus. Er weist seit 2011 auch eine leicht positive demographische Entwicklung auf (+ 1,7 %). Dies ist primär darauf zurückzuführen, dass – wie schon in den IHK Bezirken Potsdam und Ostbrandenburg erwähnt – insbesondere die Städte und Gemeinden in Nahlage zur Bundeshauptstadt von Zuzügen profitieren.

Ein kontrastierendes Bild zeigt sich in den Landkreisen Spree-Neiße, Oberspreewald-Lausitz und Elbe-Elster. Sie profitieren nur in geringem Umfang von demographischen Overspill-Effekten. In allen Landkreisen war zwischen 2011 und 2016 deshalb eine rückläufige Einwohnerentwicklung zu verzeichnen. Die Bevölkerungsverluste wiesen eine Spanne zwischen -7,3 % und -8,3 % auf. Ebenfalls einen Bevölkerungsrückgang, jedoch in weniger starkem Ausmaß,

musste die Stadt Cottbus hinnehmen. Heute leben hier nur noch 99.687 Menschen, d.h. 2,1 % weniger als im Jahr 2011.

Abb. 213: Einwohnerzahlen im IHK Bezirk Cottbus



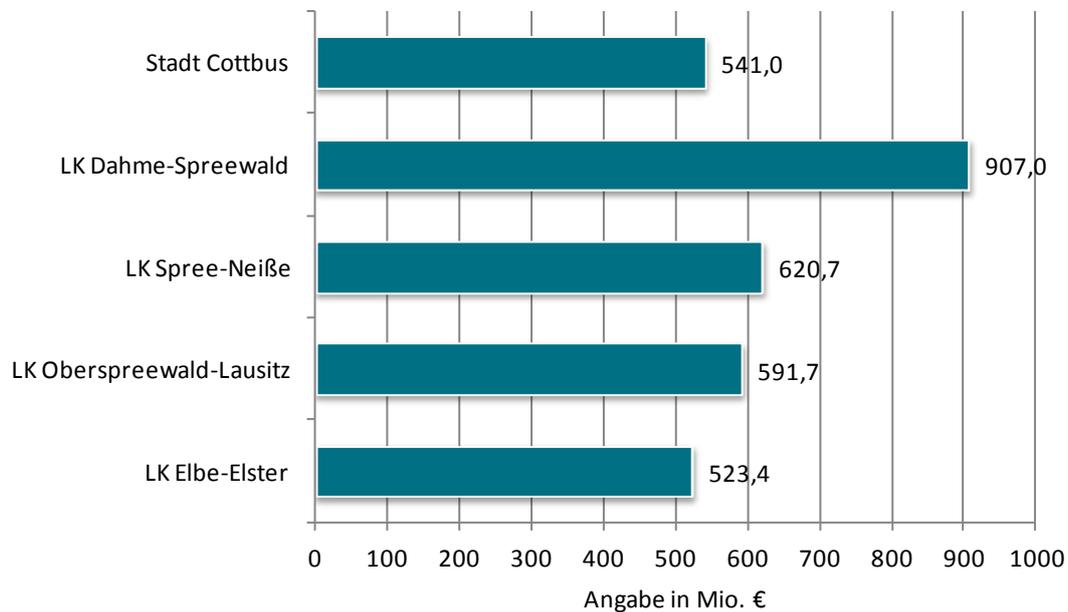
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Cottbus

In Anlehnung an die beschriebene Wohnverteilung im IHK Bezirk, weist der Landkreis Dahme-Spreewald mit ca. 907 Mio. € das größte Kaufkraftvolumen auf, gefolgt vom Landkreis Spree-Neiße (620,7 Mio. €) und dem Landkreis Oberspreewald-Lausitz (591,7 Mio. €).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft hat sich in den letzten fünf Jahren in allen Landkreisen und in Cottbus nominal positiv entwickelt. Seit 2011 betragen die Erhöhungen im Minimum 7,4 % (Landkreis Elbe-Elster) und im Maximum 18,4 % (Landkreis Dahme-Spreewald). Die Entwicklung der Einkommen und eine damit verbundene Erhöhung der Verbrauchsausgaben im Einzelhandelsbereich haben die Einwohnerverluste also mehr als ausgeglichen.

Abb. 214: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im IHK Bezirk Cottbus



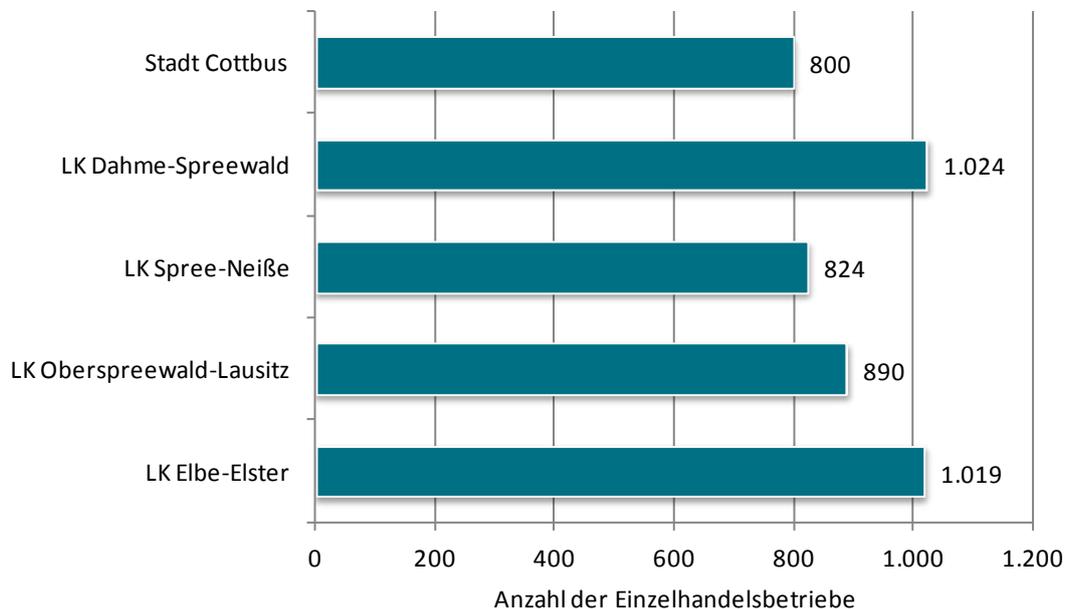
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Cottbus

Der Landkreis Elbe-Elster ist der einwohnerschwächste Landkreis innerhalb des IHK Bezirkes, dennoch erreicht er hinsichtlich der Zahl erfasster Einzelhandelsbetriebe etwa das gleiche Niveau, wie der einwohner- und kaufkraftstärkste Landkreis Dahme-Spreewald (1.019 bzw. 1.024 Einzelhandelsbetriebe). In den anderen Landkreisen (Spree-Neiße und Oberspreewald-Lausitz) und in der Stadt Cottbus wurden mit 800 bzw. max. 890 Betrieben hingegen weniger Geschäfte ermittelt (vgl. Abb. 215).

Im Zeitablauf der vergangenen fünf Jahre war ein Rückgang der Betriebe in allen Landkreisen und in der Stadt Cottbus zu konstatieren. Die prozentuale Abnahme lag zwischen 10,2 % im Landkreis Dahme-Spreewald und 16,1 % im Landkreis Oberspreewald-Lausitz. Nach Einschätzung der CIMA werden sich diese Marktberäumungsprozesse in den kommenden Jahren fortsetzen, d.h. der Einzelhandel wird seine Bestände weiter reduzieren und sich „gesund schrumpfen“. Dies ist nicht nur im Landkreis Elbe-Elster, sondern auf der lokalen Ebene in vielen kleineren Mittelzentren bzw. größeren Orten ohne zentralörtliche Funktion zu erwarten.

Abb. 215: Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Cottbus



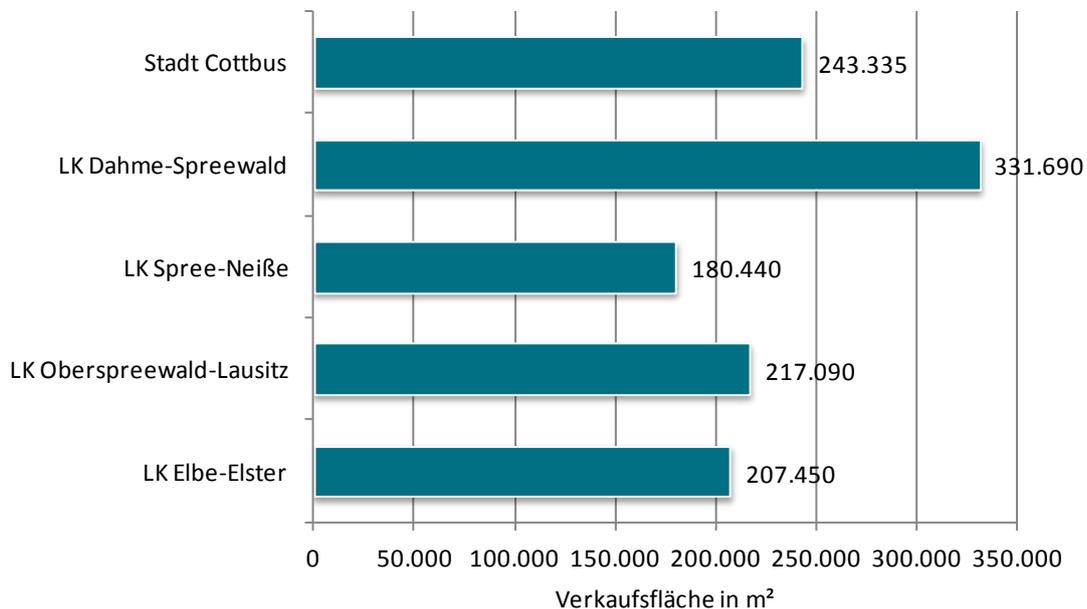
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Cottbus

Bei Betrachtung der aktuellen Verkaufsflächenausstattung im IHK Bezirk Cottbus zeigt sich eine Besonderheit: Während die Landkreise Elbe-Elster und Dahme-Spreewald fast dieselbe Zahl an Einzelhandelsbetrieben aufweisen, fällt die Verkaufsfläche im Landkreis Dahme-Spreewald ungleich größer aus. Sie liegt bei rd. 330.000 m² und übersteigt damit die Verkaufsfläche im Landkreis Elbe-Elster um fast 120.000 m². Die Relation ist als Beleg für eine geringere Durchschnittsverkaufsfläche der Betriebe im Landkreis Elbe-Elster zu interpretieren.

Der Landkreis Dahme-Spreewald verzeichnete zwischen 2011 und 2016 ein Verkaufswachstum von 6 %. In den anderen Landkreisen des IHK Bezirkes entwickelten sich die Besitzwerte hingegen rückläufig: Hohe Verkaufsflächenverluste von über 10 % erlitten vor allem die Landkreise Spree-Neiße (-10,9 %) und Oberspreewald-Lausitz (-12,5 %). Die Verkaufsflächen in der Stadt Cottbus sind seit 2011 ebenfalls um 8,7 % auf heute 243.335 m² zurückgegangen. Dies war letztlich Folge einer überhöhten Verkaufsflächenausstattung, welche in keinem gesunden Verhältnis zur demographischen Entwicklung mehr stand.

Abb. 216: Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk Cottbus



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

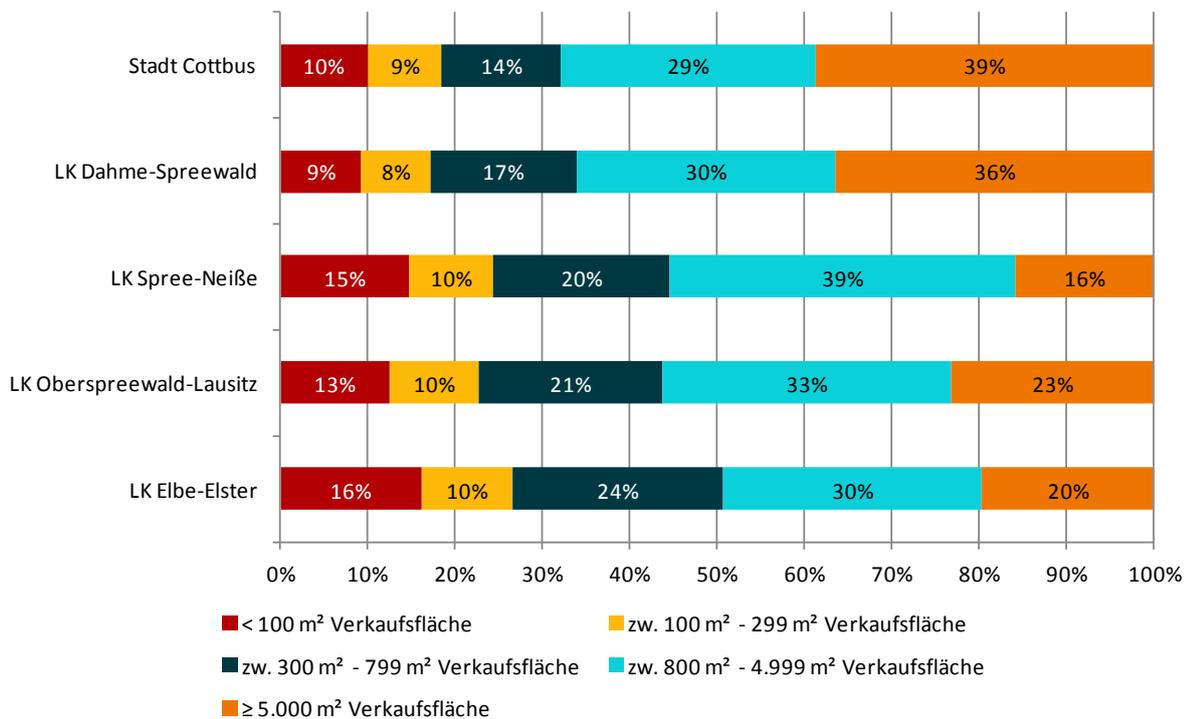
Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im IHK Bezirk Cottbus

Die Landkreise Spree-Neiße, Oberspreewald-Lausitz und Elbe-Elster verfügen über hohe Anteile kleinflächiger Betriebseinheiten. Während die Quote dieser Betriebsgrößenklasse auf Landesebene bei etwa 40 % liegt, erreicht z.B. der Landkreis Elbe-Elster einen Wert von ca. 50 %.

Im Landkreis Dahme-Spreewald und in Cottbus überwiegen hingegen Betriebseinheiten mit mehr als 800 m² Verkaufsfläche. Kleinteilige Ladeneinheiten sind hier nur in geringem Maße vorhanden (vgl. Abb. 217).

Auffallend ist zudem ein vergleichsweise hoher Anteil von Ladeneinheiten mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche im Landkreis Dahme-Spreewald und im Oberzentrum Cottbus: Etwa 36 % bzw. 39 % der Verkaufsflächen sind hier solchen Großbetrieben zuzuordnen. Sie sind oft in Fachmarkttagglomerationen etabliert (vgl. Abb. 217).

Abb. 217: Verkaufsflächenanteil nach Betriebsgrößenklassen im IHK Bezirk Cottbus



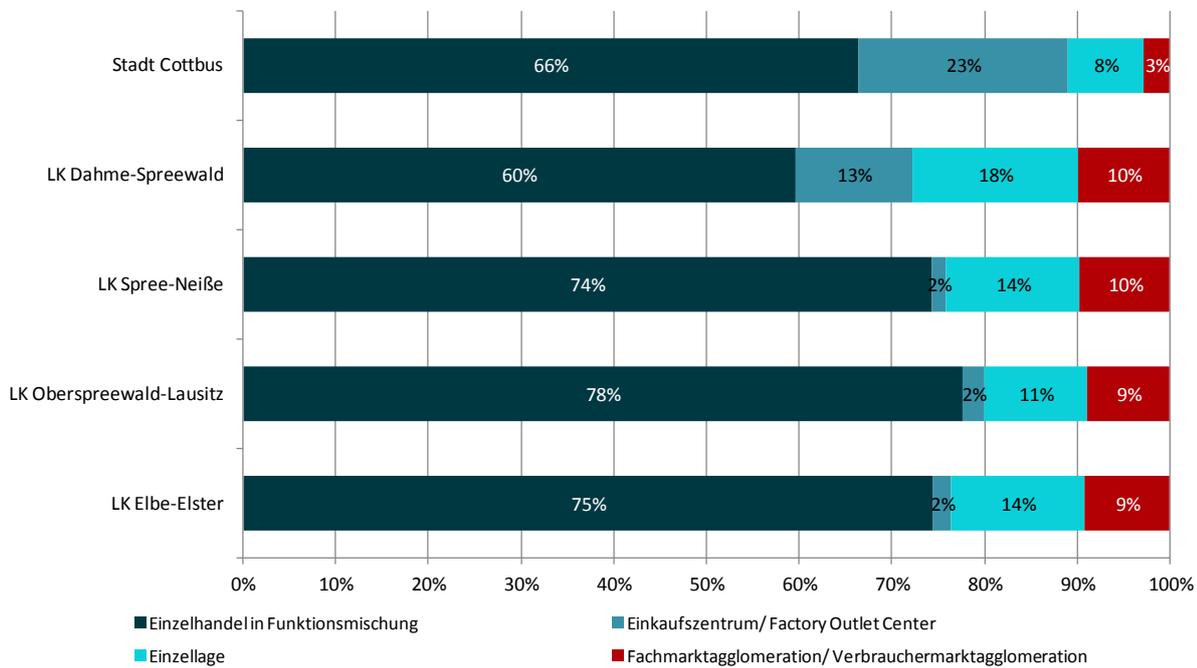
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Betriebe und Verkaufsflächen nach Lagedetail im IHK Bezirk Cottbus

Wie schon in den IHK Bezirken Potsdam und Ostbrandenburg dominiert auch im IHK Bezirk Cottbus der „Einzelhandel in Funktionsmischung“. Seine Betriebsanteile liegen im Minimum bei 60 % (Landkreis Dahme-Spreewald) und im Maximum bei 78 % (Landkreis Oberspreewald-Lausitz). Die statistische Kategorie wird vor allem durch Einkaufslagen in Stadt- und Ortszentren determiniert (vgl. Abb. 218).

In Cottbus sind andererseits vergleichsweise viele Geschäfte in „Einkaufszentren“ etabliert. Diese Lagekategorie spielt – mit Ausnahme des Landkreises Dahme-Spreewald (13 %) – in allen anderen Landkreisen mit jeweils 2 % eine nachgeordnete Rolle.

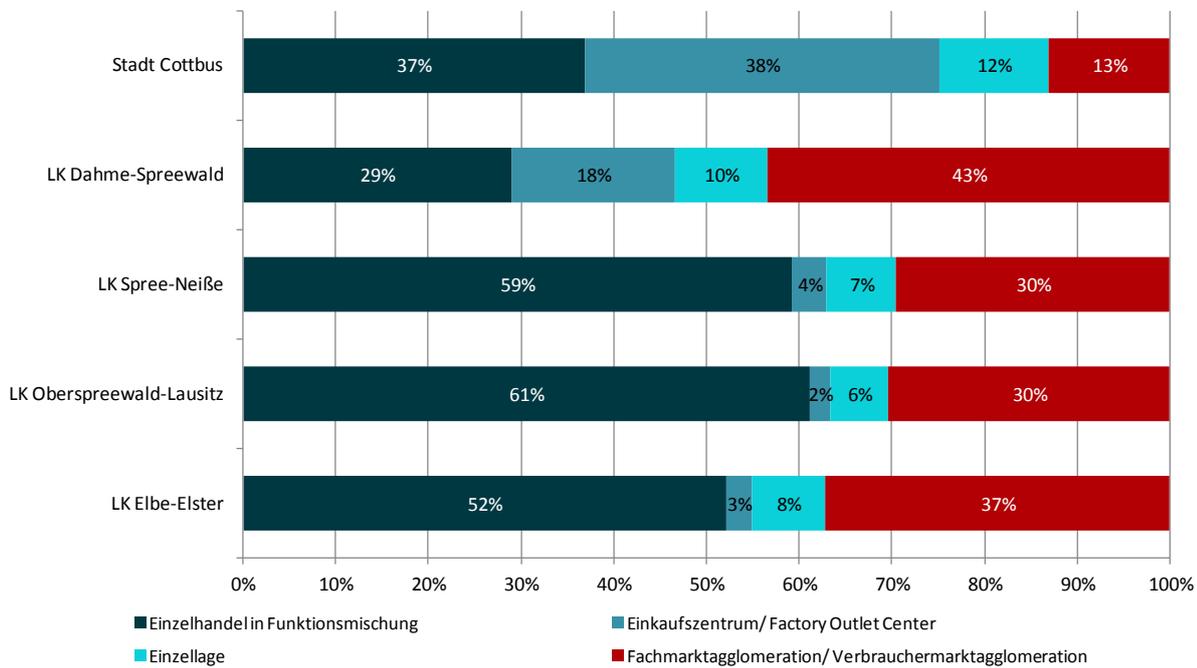
Abb. 218: Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail im IHK Bezirk Cottbus



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Die Betrachtung der Verkaufsflächendistribution zeigt wiederum ein gänzlich anderes Muster: So erreichen die Verkaufsflächenanteile von „Fachmarkttagglomerationen / Verbrauchermarkttagglomerationen“ in allen Landkreisen des IHK Bezirkes recht hohe Werte zwischen 30 % und 43 %. Die Stadt Cottbus fällt aus diesem Raster etwas heraus und weist mit 13 % lediglich einen kleinen Fachmarktanteil auf (vgl. Abb. 219).

Abb. 219: Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lagedetail im IHK Bezirk Cottbus



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 220: Beispiele für Lagedetails im IHK Bezirk Cottbus



Einzelhandel in Funktionsmischung Einzellage Fachmarkttagglomeration

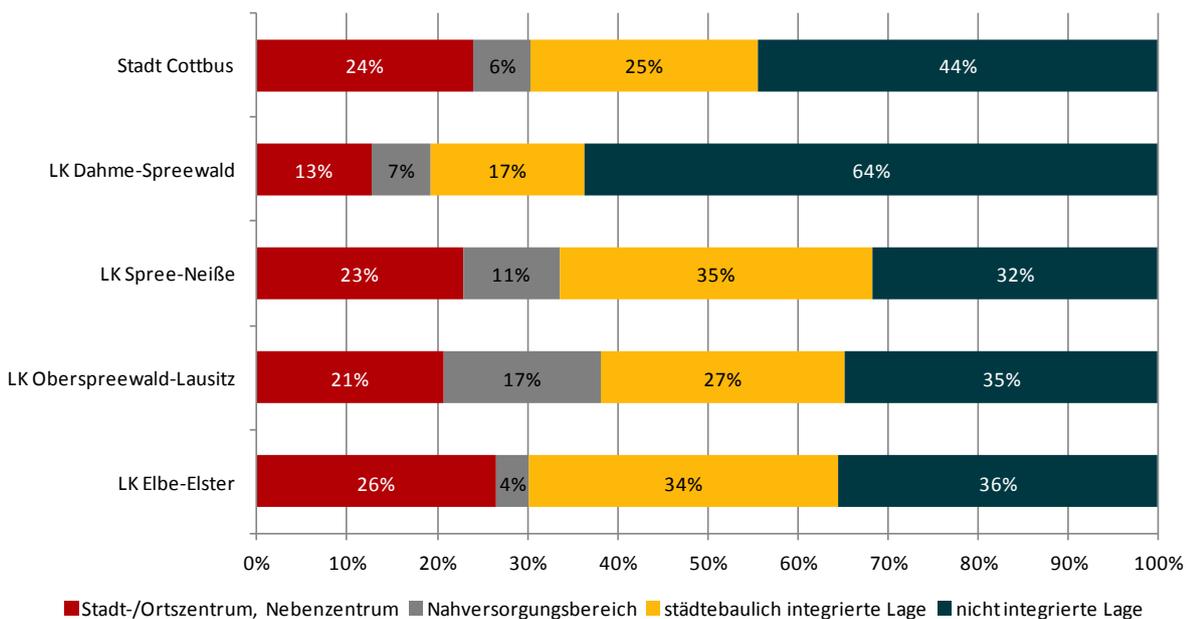
Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Verkaufsflächenanteil nach Lage im IHK Bezirk Cottbus

Im IHK Bezirk Cottbus entfallen auf Zentrale Versorgungsbereiche im Minimum 20 % (Landkreis Dahme-Spreewald) und im Maximum 38 % der Verkaufsflächen (Landkreis Oberspreewald-Lausitz). In der Einzelbetrachtung der „Stadt-/Ortszentren/Nebenzentren“ werden nur Quoten zwischen 13 % (Landkreis Dahme-Spreewald) und 26 % (Landkreis Elbe-Elster) erreicht.

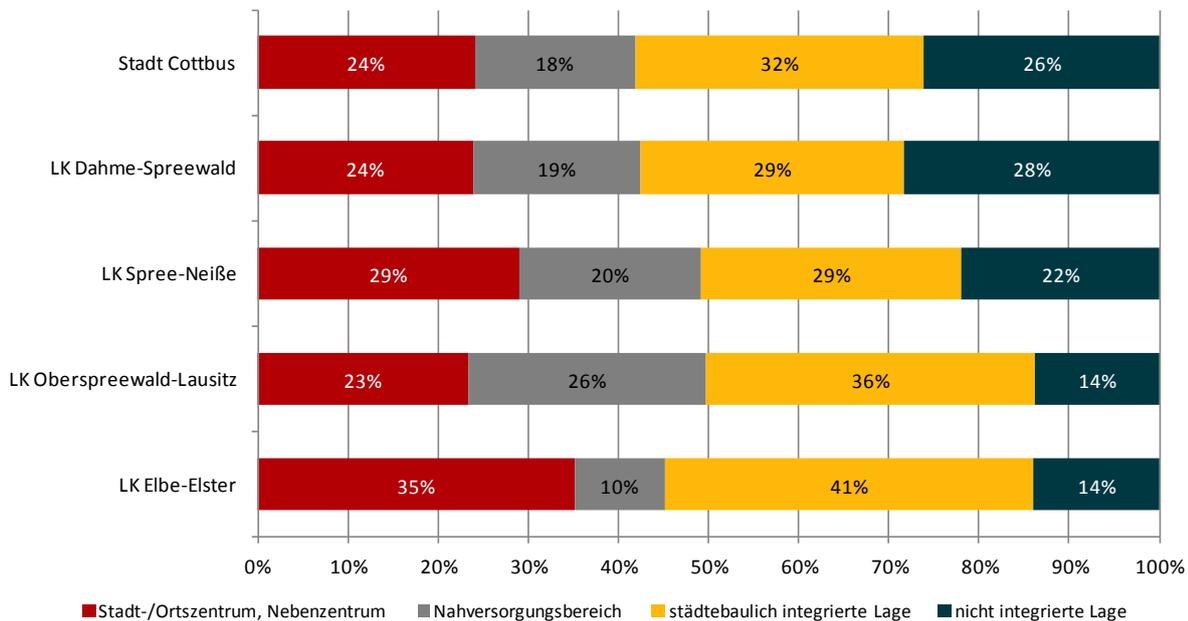
Entsprechend groß fällt andererseits der Verkaufsflächenanteil nicht integrierter Lagen aus: Er liegt zwischen 32 % (Landkreis Spree-Neiße) und hohen 64 % (Landkreis Dahme-Spreewald). Mit Blick auf die große Bedeutung von Fachmarkt- und Verbrauchermarkttagglomerationen im letztgenannten Landkreis (43 %) ist dieses räumliche Verteilungsmuster der Verkaufsflächen nachvollziehbar.

Abb. 221: Verkaufsflächenanteil des Einzelhandels nach Lage im IHK Bezirk Cottbus



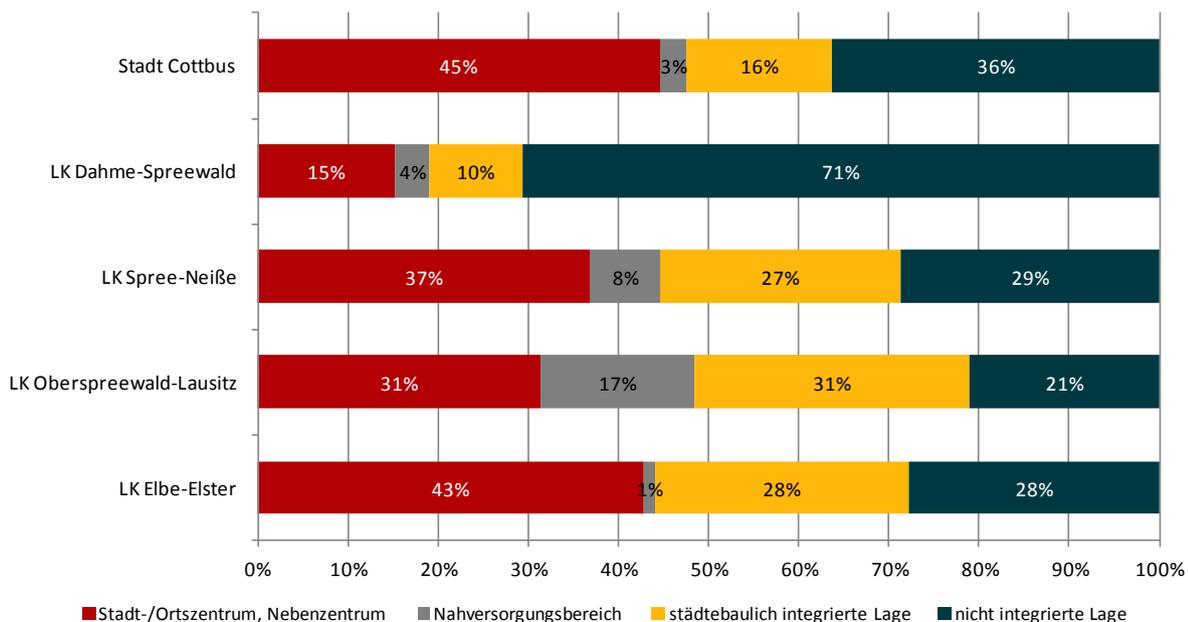
Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 222: Verkaufsflächenanteil der nahversorgungsrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Cottbus



Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 223: Verkaufsflächenanteil der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente nach Lage im IHK Bezirk Potsdam

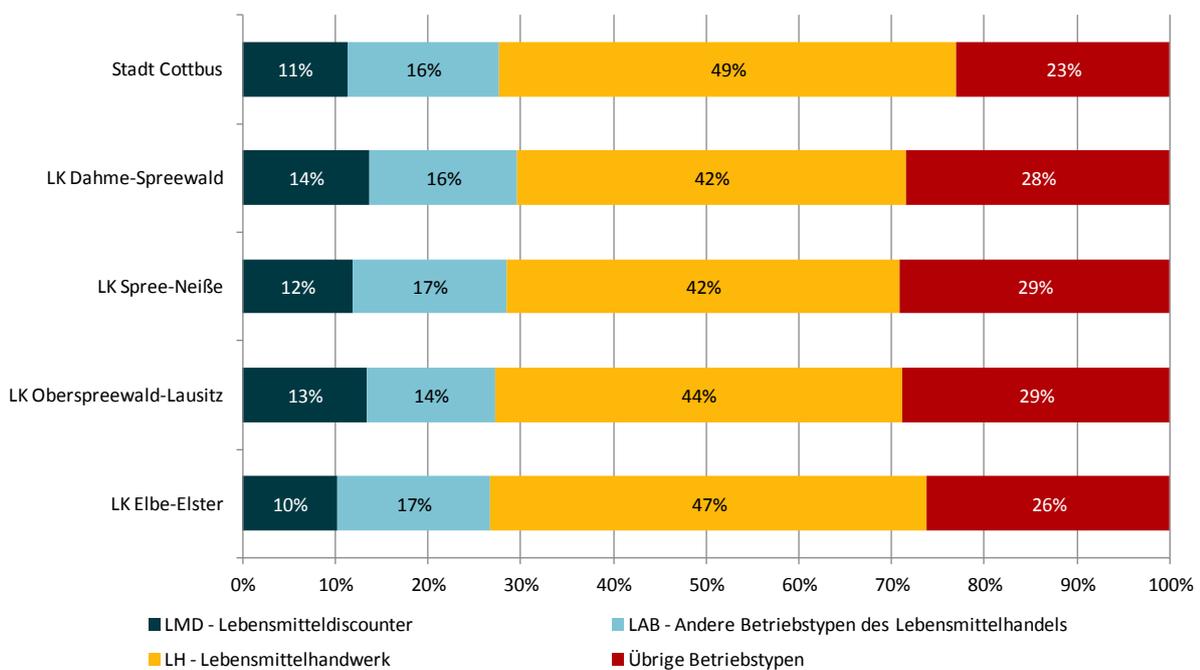


Anmerkung: Rundungsdifferenzen sind möglich.
 Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Betriebe und Verkaufsflächen der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Cottbus

Das Lebensmittelhandwerk (Bäckereien und Fleischereien) dominiert im Hinblick auf die Betriebszahl den Lebensmittelhandel im IHK Bezirk. Die Anteile dieser Vertriebsform liegen zwischen 42 % (Landkreise Dahme-Spreewald und Spree-Neiße) und 49 % (Stadt Cottbus). Lebensmitteldiscounter erreichen hingegen nur Werte zwischen 10 % (Landkreis Elbe-Elster) und 14 % (Landkreis Dahme-Spreewald). Ihre Bedeutung steigt dabei in Regionen mit höherer Bevölkerungsdichte spürbar an. In den eher ländlichen Räumen sind hingegen noch relativ viele kleinflächige Nahversorger vorhanden. Die Anteile der „Anderen Betriebstypen des Lebensmittelhandels“ und der „übrigen Betriebstypen“ liegen zwischen 14 % und 17 % bzw. 23 % und 29 %.

Abb. 224: Anteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Cottbus



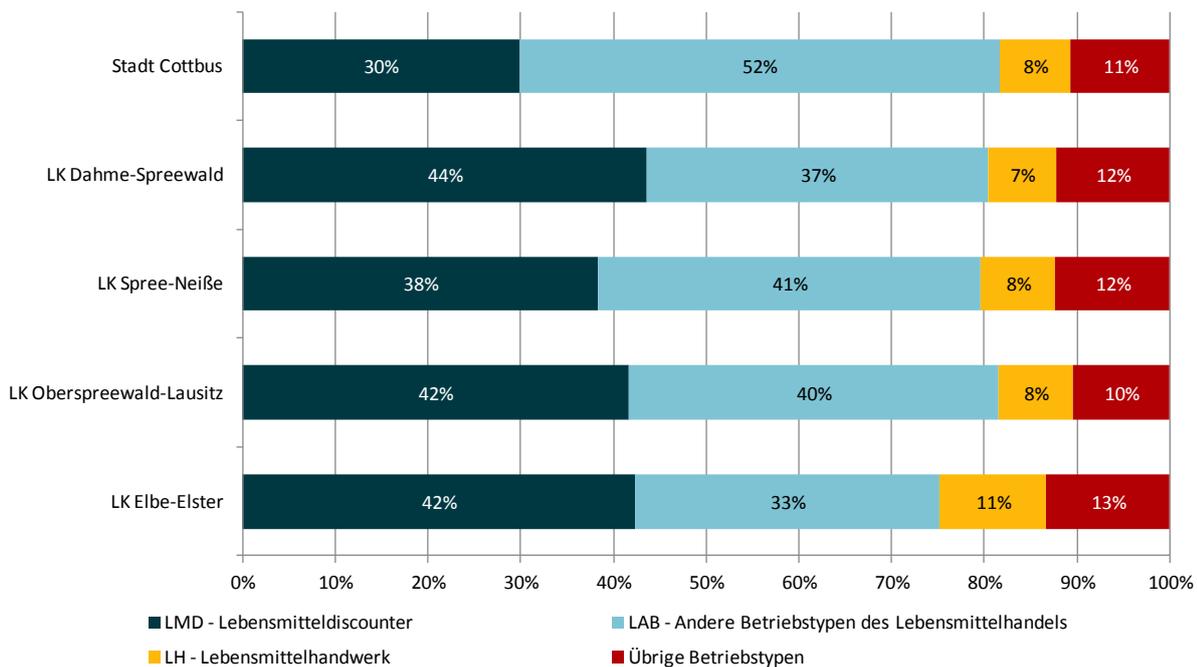
Anmerkung: Die Abbildung gibt ausschließlich die Anteile von Einzelhandelsbetrieben wieder, die Nahrungs- und Genussmittel im Hauptsortiment anbieten. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Ein anderes Muster zeigt sich bei einer Betrachtung der Verkaufsflächenverteilung nach Betriebstypen. Hier entfällt durchwegs ein hoher Anteil auf „Lebensmitteldiscounter“ und „Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels“ (vgl. Abb. 225). Lebensmittelhandwerker treten hingegen klar in den Hintergrund. Gleiches gilt für die „übrigen Betriebstypen“.

In der Stadt Cottbus erreichen Supermärkte, Verbrauchermärkte etc. („Andere Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels“) im Vergleich den höchsten Verkaufsflächenanteil (52 %). Das Lebensmittelangebot wird hier also von großflächigen, aber nicht discountorientierten Lebensmittelmärkten, geprägt. Im Landkreis Elbe-Elster gibt es hingegen noch viele kleinteilige Lebensmittelgeschäfte und -handwerker. Beide Betriebstypen zusammengenommen halten hier einen beachtlichen Verkaufsflächenanteil von 24 %.

Abb. 225: Verkaufsflächenanteil der Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Cottbus



Anmerkung: Die Abbildung gibt ausschließlich die Anteile der Verkaufsflächen von Einzelhandelsbetrieben wieder, die Nahrungs- und Genussmittel im Hauptsortiment anbieten. Rundungsdifferenzen sind möglich.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 226: Beispiele für Betriebstypen des Lebensmittelhandels im IHK Bezirk Cottbus



Lebensmitteldiscounter



Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels: Supermarkt



Lebensmittelhandwerk: Fleischerei



Übrige Betriebstypen: Hofladen

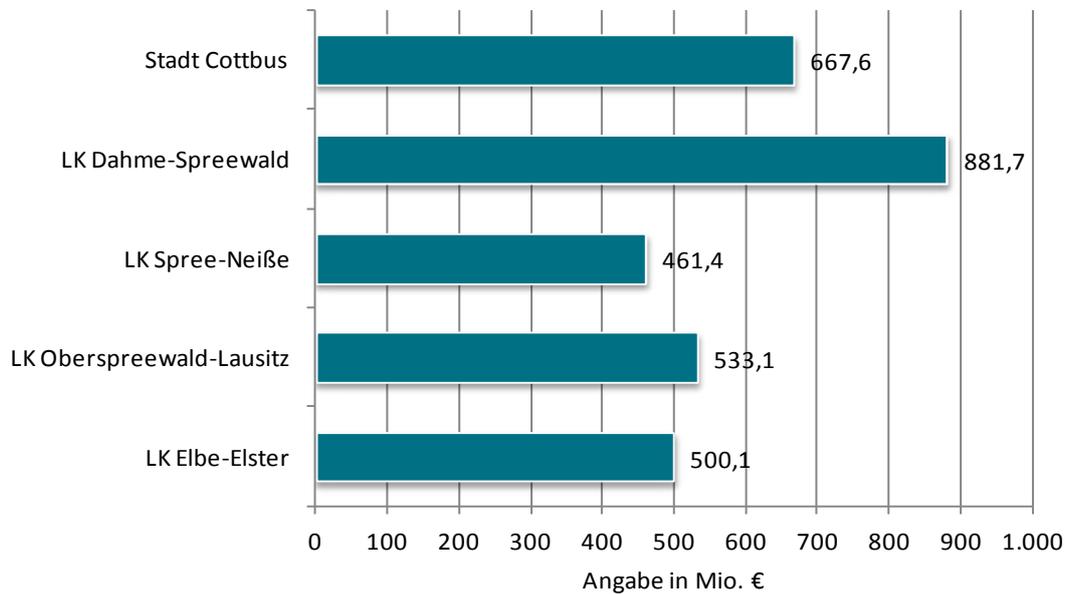
Fotos: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Cottbus

Trotz eines Verkaufsflächenrückgangs sind die Umsätze des Einzelhandels im IHK Bezirk Cottbus seit 2011 nominal leicht angestiegen. Positiv entwickelt haben sich insbesondere die Landkreise Dahme-Spreewald und Elbe-Elster, wo die Umsatzvolumina in den vergangenen Jahren um 3 % bzw. 4 % zulegten. Aktuell werden die höchsten Umsätze innerhalb des IHK Bezirkes im Landkreis Dahme-Spreewald erzielt. Ursächlich hierfür ist u.a. die Zunahme der Verkaufsflächen seit 2011 um mehr als 6 % (vgl. Abb. 227).

In den Landkreisen Spree-Neiße und Oberspreewald-Lausitz sowie in der Stadt Cottbus sind die Einzelhandelsumsätze trotz eines Verkaufsflächenrückgangs ebenfalls leicht angestiegen. Offensichtlich haben hier leistungsschwächere Anbieter den Markt verlassen, die verbliebenen Geschäfte konnten die freigesetzte Kaufkraft jedoch zum Großteil an sich binden.

Abb. 227: Einzelhandelsumsatz im IHK Bezirk Cottbus



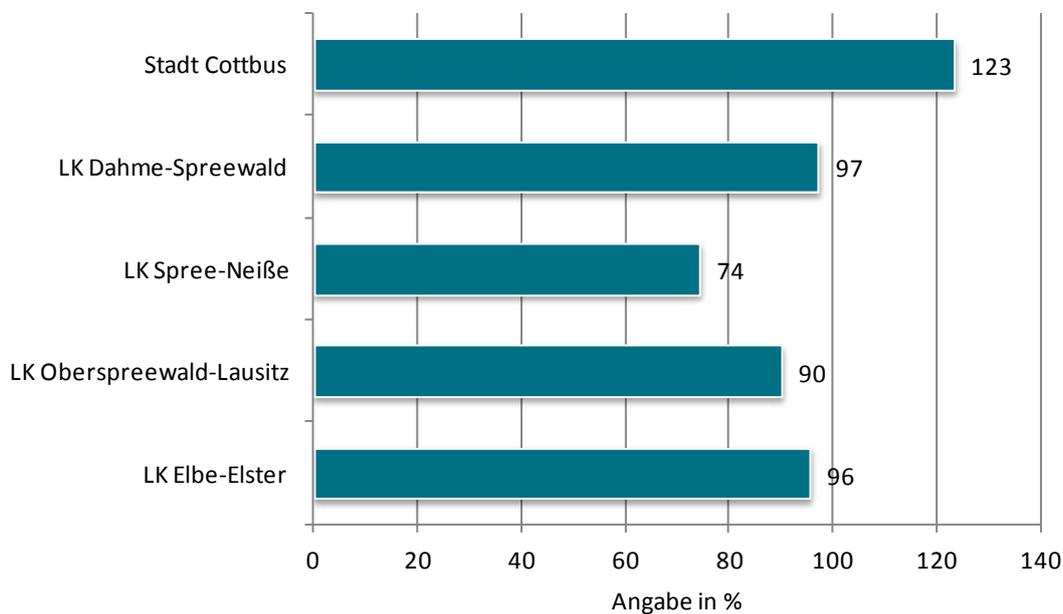
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Cottbus

Die Umsatzentwicklung des Einzelhandels im IHK Bezirk Cottbus ist seit 2011 hinter der Kaufkraftentwicklung zurückgeblieben. Im Ergebnis weisen alle Teilräume geringere Handelszentralitäten als 2011 auf. Größere Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland verzeichnet aktuell fast ausschließlich das Oberzentrum Cottbus (Einzelhandelszentralität 123).

Alle Landkreise des IHK Bezirkes erreichen indes nur Zentralitätswerte unter 100. Die Zahlen deuten auf beträchtliche Kaufkraftabflüsse bzw. vergleichsweise niedrige Kaufkraftbindungen hin. Ein Abzug von Kaufkraft wird hier nicht nur durch den Einzelhandel in Berlin induziert, sondern teilweise auch durch großflächige Anbieter in Dresden und Leipzig.

Abb. 228: Einzelhandelszentralität im IHK Bezirk Cottbus



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

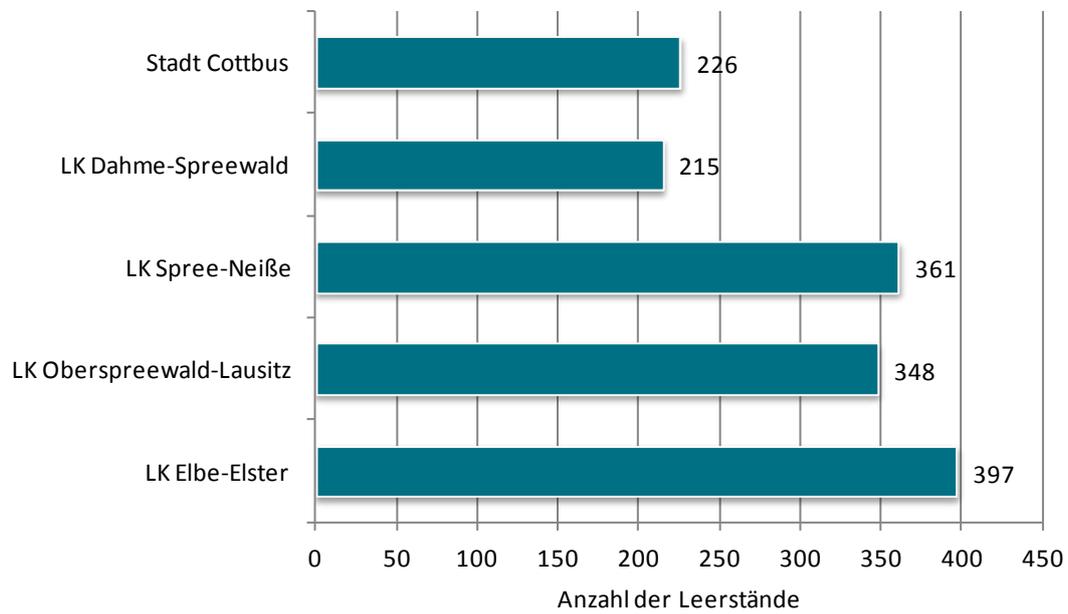
Leerstände im IHK Bezirk Cottbus

Die Leerstandsentwicklung im IHK Bezirk Cottbus ist seit 2011 leider vorangeschritten. Zum damaligen Zeitpunkt wurden 1.371 brachgefallene Einzelhandelsimmobilien ermittelt. Aktuell liegt der Wert bei 1.547 (+13 %). Eine Zunahme der Leerstände war hierbei in allen Teilräumen zu konstatieren. Sie fiel statistisch am geringsten im Landkreis Spree-Neiße und am höchsten im Landkreis Elbe-Elster aus.

Insgesamt liegt die Leerstandsquote der Einzelhandelsbetriebe im IHK Bezirk nun bei hohen 25 %. Sie stuft sich allerdings in den einzelnen Teilräumen ab: Die geringste Quote ist mit 17 % im Landkreis Dahme-Spreewald und die höchste im Landkreis Spree-Neiße (30 %) zu konstatieren.

Aus gutachterlicher Sicht ist anzumerken, dass ein beachtlicher Teil der leerstehenden Ladenlokale im IHK Bezirk Cottbus in einem sanierungsbedürftigen Zustand angetroffen wurde und eine Neuvermietung deshalb schwierig ist. Ohne Investitionen der Immobilieneigentümer stehen die Chancen für eine Revitalisierung dieser ehemaligen Ladeneinheiten nicht gut.

Abb. 229: Anzahl der Leerstände im IHK Bezirk Cottbus



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

6 Fazit

6.1 Fazit: Bundesland Brandenburg gesamt

Die flächendeckende Erfassung des Einzelhandelsbestandes im Bundesland Brandenburg, die darauf folgende Analyse der Versorgungsstrukturen in einzelnen Teilräumen sowie die Ermittlung ökonomischer Kennziffern, hat eine Vielzahl von Erkenntnissen gebracht. Von Interesse war in diesem Zusammenhang auch ein Zeitreihenvergleich der 2011 und 2016 erhobenen Daten, welcher jedoch aufgrund methodischer Unterschiede nicht in allen Themenbereichen stringent durchgeführt werden konnte.

Die wesentlichen Trends des Einzelhandels und die daraus für das Land Brandenburg zu ziehenden Schlussfolgerungen werden nachfolgend dargestellt:

- Der Einzelhandelsbestand im Land Brandenburg ist im bundesdeutschen Kontext als überdurchschnittlich hoch einzustufen. In ca. 15.900 Geschäften wurde eine Verkaufsfläche von ca. 4,3 Millionen m² ermittelt. Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner liegt somit rechnerisch bei etwa 1,75 m². Der Vergleichswert im Bundesgebiet beläuft sich hingegen aktuell nur auf ca. 1,50 m².
- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer liegt im Bundesland Brandenburg mit 92,9 unterhalb des Bundesdurchschnitts von 100,0. Dies bedeutet auch, dass hier ein überdurchschnittliches Einzelhandelsangebot auf ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau trifft. Angebot und Nachfrage stehen also in einem Missverhältnis. Vor diesem Hintergrund ist zu erwarten, dass der Brandenburger Einzelhandel sich aus ökonomischen Gründen sukzessive an die realen Marktverhältnisse anpassen muss: Es wird zu weiteren Betriebsaufgaben kommen, die sowohl kleinflächige als auch großflächige Unternehmen betreffen können.

Im Interesse der Sicherung qualitätsvoller Versorgungsstrukturen wird es im geschilderten Kontext darauf ankommen, durch planerische Maßnahmen die absehbaren Strukturveränderungen im Einzelhandel standörtlich sinnvoll zu steuern. Der Erstellung von Einzelhandelskonzepten und der konsequenten bauplanungsrechtlichen Sicherung zentraler Versorgungsbereiche wird hierbei besondere Bedeutung zukommen.

- In Brandenburg leben zurzeit ca. 2,5 Millionen Menschen. In den vergangenen fünf Jahren ist die Einwohnerzahl um knapp 1 % zurückgegangen. In den IHK Bezirken Cottbus und Ostbrandenburg lagen die Bevölkerungsverluste sogar bei -4,4 % bzw. -1,8 %. Der IHK Be-

zirk Potsdam verzeichnete hingegen eine positive Bevölkerungsentwicklung (+1,6 %). Die teileräumlich unterschiedlichen demographischen Entwicklungstendenzen stärken oder erodieren die Kaufkraftbasis des Einzelhandels in den jeweiligen Teilräumen.

- Trotz einer insgesamt eher ungünstigen demographischen Entwicklung ist die Kaufkraft im Bundesland Brandenburg seit 2011 – vor allem in Folge von Lohnsteigerungen – um etwa 17 % angewachsen. Bei der Interpretation der Zahl ist zu berücksichtigen, dass es sich um eine nominale Angabe handelt, in die inflationäre Einflüsse nicht eingegangen sind. In der realen Betrachtung hat sich das Kaufkraftvolumen allenfalls geringfügig ausgeweitet.
- Auf Basis einer qualifizierten Hochrechnung generierte der stationäre Einzelhandel im Land Brandenburg im Geschäftsjahr 2015 einen Umsatz von ca. 11,2 Milliarden €. Unter Bezugnahme auf die ermittelte Verkaufsfläche ergibt sich somit eine Verkaufsflächenproduktivität von knapp 2.600 € je m². Die Kennzahl liegt deutlich niedriger als der statistisch dokumentierte Bundesdurchschnitt (ca. 3.390 € je m² Verkaufsfläche im Jahr 2015). Die geringe Flächenleistung des Brandenburger Einzelhandels ist u.a. Ausdruck einer zu großen Verkaufsflächenausstattung und des daraus resultierenden starken Wettbewerbsdrucks. Aber auch viele großflächige Betriebsformate mit relativ geringen Verkaufsflächenproduktivitäten tragen zu diesem Ergebnis bei.

In der Konsequenz wird die unbefriedigende wirtschaftliche Auslastung der Verkaufsflächen im Brandenburger Einzelhandel zu Marktanpassungsprozessen führen müssen. Die Unternehmen werden in diesem Zusammenhang die Dimensionierung ihrer Outlets überprüfen, die Immobilien gegebenenfalls rückbauen oder Standorte sogar gänzlich aufgeben. Bereits in den letzten fünf Jahren wurde dieser Trend offenbar: die Verkaufsfläche ist in diesem Zeitraum um knapp 3 % gesunken.

- Das Bundesland Brandenburg weist insgesamt eine niedrige Zentralitätskennziffer von 83 auf. Sie ist Beleg für Kaufkraftabflüsse, insbesondere in die großen Einkaufszentren und Einzelhandelslagen Berlins und sicher auch in den Online-Handel. Die vier im Land vorhandenen Oberzentren Potsdam, Brandenburg an der Havel, Cottbus und Frankfurt (Oder), aber auch die Mittelzentren, sind bislang nur teilweise in der Lage, die regional vorhandene Kaufkraft in größerem Maße zu binden.
- Aus standortstruktureller Sicht ist es erfreulich, dass der „Einzelhandel in Funktionsmischung“ die Angebotsstrukturen im Land Brandenburg dominiert. 47 % der Verkaufsflächen sind diesen Lagen zuzuordnen. Die ansässigen Betriebe profitieren hier von Kundenzuführungseffekten durch Geschäfte und Dienstleister in der Nachbarschaft.

Andererseits ist nicht zu übersehen, dass „Fachmarkttagglomerationen/Verbrauchermarkt-agglomerationen“ mit einem Verkaufsflächenanteil von 26 % ebenfalls eine hohe Quote erreichen. Die flächenintensiven Fachmarktzentren sind zumeist im Außenbereich der Städte und Gemeinden – manchmal auch im ländlichen Raum – etabliert und treten in eine Konkurrenzbeziehung zum Einzelhandel der Innenstädte und Ortszentren.

Angesichts der Bedeutung von Fachmarkttagglomerationen sollten weitere Ansiedlungsplanungen dieser Lagekategorie im Land Brandenburg – im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben – restriktiv behandelt werden. Dies gilt gleichermaßen für Erweiterungen oder Neuan-siedlungen von Betrieben in sog. „Einzellagen“, welche aktuell in Brandenburg einen beachtlichen Verkaufsflächenanteil von 13 % erreichen. Nur wenn schlüssig nachgewiesen werden kann, dass solche Erweiterungs- oder Ansiedlungsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zeitigen können, sollte eine Genehmigung erteilt werden.

- In der aktuellen Einzelhandelsbestandserfassung hat sich gezeigt, dass weniger als ein Drittel der Verkaufsflächen Zentralen Versorgungsbereichen (Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren, Nahversorgungsbereiche) zuzuordnen waren. Auch die Verkaufsflächenanteile der Stadt-/Ortszentren und Nebenzentren erreichen in der separaten Betrachtung mit 21 % kein befriedigendes Niveau. Ein weit größerer Verkaufsflächenanteil von 44 % entfällt auf nicht integrierte Lagen.
- Insgesamt überwiegt im Bundesland Brandenburg der Verkaufsflächenanteil von Einzelhandelsbetrieben mit mindestens 800 m² Verkaufsfläche. Ca. 60 % der erfassten Verkaufsflächen entfallen auf solche Betriebe. Kleinteilige Geschäfte, die typisch für den unternehmergeführten Facheinzelhandel sind, spielen verkaufsflächenseitig hingegen eine nachgeordnete Rolle. Im direkten Vergleich mit den Eingangswerten des Jahres 2011 ist zudem festzuhalten, dass der Verkaufsflächenanteil von Betrieben mit weniger als 300 m² Verkaufsfläche weiter zurückgegangen ist (-4 % auf der Ebene des Landes). Diese Entwicklung wird sich nach gutachterlicher Einschätzung auch noch in der absehbaren Zukunft fortsetzen.
- Die nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche erreicht im Land Brandenburg Werte zwischen 0,54 m² (Potsdam) und 0,69 m² je Einwohner (Landkreis Oberspreewald-Lausitz). Es ist somit eine hohe Nahversorgungsichte zu konstatieren. Der entsprechende bundesdeutsche Vergleichswert wird mit 0,35 - 0,45 m² deutlich niedriger angegeben. Auch in diesem Angebotssegment ist also ein Überbesatz zu konstatieren, der wahrscheinlich in den kommenden Jahren Marktanpassungen erforderlich machen wird.

Ungeachtet der überdurchschnittlichen Ausstattungswerte, werden in der Detailbetrachtung der Betriebstypen des Lebensmittelhandels Unausgewogenheiten erkennbar. Das Angebot wird hier mit Verkaufsflächenanteilen zwischen 38 % und 40 % tendenziell recht stark von Discountern geprägt. Demgegenüber ist der Verkaufsflächenanteil von „Anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels“ (z.B. Supermärkte, Verbrauchermärkte) mit Werten zwischen 40 % und 45 % eher niedrig. Im Hinblick auf die Betriebszahlen ist als positives Ergebnis einzustufen, dass das Lebensmittelhandwerk (Bäcker und Metzger) mit seinem individuellen Angebot zahlenmäßig im Land Brandenburg noch gut vertreten ist.

- Im Rahmen der Erhebungen wurden in Brandenburg insgesamt 4.671 brachgefallene Ladeneinheiten ermittelt. Als „Leerstand“ wurden in diesem Zusammenhang allerdings nur solche Immobilien klassifiziert, in denen nach gutachterlicher Einschätzung prinzipiell eine erneute Einzelhandelsnutzung denkbar wäre. Die Leerstandsquote ist mit 23 % im Vergleich leicht erhöht.

6.2 Fazit: Mittelbereiche

Fazit: Verkaufsflächenausstattung der Mittelbereiche

Die Auswertung der Verkaufsflächenausstattung in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten hat aufgezeigt, dass in allen Mittelbereichen grundsätzlich eine ausreichende Grundversorgung für die Bevölkerung sichergestellt ist. Die bestehenden Versorgungslücken auf kleinräumiger Ebene (amtsfreie Gemeinden und Ämter) werden weitestgehend durch die Angebote in den Zentralen Orten geschlossen; eine qualifizierte wohnortnahe Nahversorgung im Sinne einer fußläufig erreichbaren Nahversorgung besteht jedoch in weiten Teilen Brandenburgs nicht.

Es zeigt sich, dass die Mittelbereiche mit hohen Ausstattungswerten in den nahversorgungsrelevanten Sortimenten vielfach auch in den weiteren Warengruppen (zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimente) hohe Ausstattungswerte besitzen.

Fazit: Verkaufsflächenausstattung der Zentralen Orte je Einwohner

Im Sinne der Landesplanung übernehmen die Mittelzentren die übergemeindlich wirkenden Versorgungsaufgaben für den Verflechtungsbereich in den zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Die Gegenüberstellung der Verkaufsflächenausstattung des Zentralen Ortes mit der Verkaufsflächenausstattung des gesamten Mittelbereiches gilt als ein Beleg für die bereits heute bestehende Versorgungsfunktion der Zentralen Orte innerhalb des gesamten Mittelbereiches. Die

zum Teil sehr stark ausgeprägte Konzentration des Einzelhandelsangebotes auf den Zentralen Ort schränkt jedoch auch immer die Gestaltungsspielräume innerhalb des Mittelbereiches ein. Zum Teil erreicht die Verkaufsfläche je Einwohner in den Zentralen Orten Werte, die die Verkaufsflächenausstattung in den Mittelbereichen deutlich übersteigt.

Neben Mittelbereichen, bei denen großflächige Einkaufszentren in den Zentralen Orten sehr deutlich zu Buche schlagen, handelt es sich jedoch auch häufig um Mittelbereiche mit weniger als 50.000 Einwohnern mit einem vergleichsweise kleinen Mittelzentrum (teilweise in Funktionsteilung) und weiteren einwohnerarmen Gemeinden. Hier reichen bereits einzelne großflächige Betriebe im Mittelzentrum aus, um den Verkaufsflächenanteil stark steigen zu lassen.

Genauso gibt es aber auch einige wenige Mittelbereiche, in denen die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner unter der des jeweiligen Mittelbereiches liegt. In vielen Fällen ist dies darauf zurückzuführen, dass sich einige wenige Einzelhandelsagglomerationen mit großen Verkaufsflächen außerhalb der Zentralen Orte in ausgesprochen verkehrsorientierter Lage befinden. Viele dieser Mittelzentren werden ihrer raumordnerischen Versorgungsfunktion nur bedingt gerecht.

Fazit: Verkaufsflächenanteile in den Zentren und Nahversorgungsbereichen

Die Verkaufsflächenanteile innerhalb der Zentren und Nahversorgungsbereiche an der Gesamtverkaufsfläche der jeweiligen Mittelbereiche verdeutlichen, wo der Einzelhandel innerhalb der Mittelbereiche bzw. der Mittelzentren verortet ist. Hier fällt auf, dass insbesondere die Mittelbereiche mit einer besonders hohen Verkaufsflächenausstattung insgesamt zum Teil nur geringe Verkaufsflächenanteile in den zentralen Lagen (Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren und Nahversorgungsbereichen) vorhalten können. Eine weitere Konzentration der Einzelhandelsstrukturen an den Fachmarktstandorten schränkt die Entwicklungspotenziale der Zentralen Versorgungsbereiche zusätzlich ein und beschneidet den noch vorhandenen Einzelhandel seiner Potenziale.

Im Sinne des Integrationsgebotes besteht das planerische Ziel, den großflächigen Einzelhandel auf die integrierten Lagen und dabei insbesondere auf die Zentralen Versorgungsbereiche zu konzentrieren. Dennoch hat die Analyse und Bewertung der Lagezuordnung der Verkaufsflächen in den Mittelbereichen aufgezeigt, dass nur rd. 18 % der erfassten Verkaufsflächen den Stadt- und Ortszentren zuzuordnen sind.

Fazit: Räumlich-strukturelle Analyse der Mittelbereiche

Auf Basis der beschriebenen Analyseergebnisse der Mittelbereiche lässt sich grundsätzlich eine dreigliedrige Raumstruktur der Mittelbereiche innerhalb des Landes Brandenburg feststellen:

- Mittelbereiche des Berliner Umlandes:

Einwohnerstarke Mittelbereiche mit hoher Einzelhandelsausstattung, teilweise großflächige Einkaufszentren und Fachmarkttagglomerationen (Beispiele: Bernau bei Berlin, Schönefeld-Wildau, Falkensee), deutlich positive Bevölkerungsentwicklung in den letzten 15 Jahren

- Mittelbereiche 2. Ring (ca. 30-70 km Umkreis von Berlin)

Relativ einwohnerschwache Mittelbereiche mit punktuell hoher Einzelhandelsausstattung in den Mittelzentren, relativ geringe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner insbesondere bei zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (Beispiele: Bad Belzig, Seelow, Zehdenick-Gransee), leicht negative Bevölkerungsentwicklung in den letzten 15 Jahren

- Mittelbereiche 3. Ring (> 70 km Entfernung zu Berlin)

Mittelbereiche mit geringer Bevölkerungsdichte im nördlichen Teil des Landes Brandenburg (z. B. Wittenberge-Perleberg, Pritzwalk-Wittstock/Dosse, Prenzlau, Schwedt/Oder), Mittelbereiche mit höherer Bevölkerungsdichte im südlichen Teil des Landes (z. B. Finsterwalde, Senftenberg-Großräschen). Für diese Mittelbereiche gilt: hohe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den nahversorgungsrelevanten, zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, deutlich negative Bevölkerungsentwicklung in den letzten 15 Jahren

Es ist allerdings zu beachten, dass auch innerhalb der drei Mittelbereichskategorien zum Teil deutliche Unterschiede - beispielsweise in der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner - festzustellen sind.

Die Mittelbereiche des Berliner Umlandes verzeichneten in den letzten 15 Jahren ausnahmslos ein Bevölkerungsplus. Beispielhaft ist im Mittelbereich Teltow die Einwohnerzahl um +35 % angestiegen. Entsprechend der hohen Einwohnerbasis in diesen Mittelbereichen ist hier auch eine hohe Anzahl an Einzelhandelsbetrieben vorhanden. Dennoch liegen die Verkaufsflächenausstattungen je Einwohner oftmals unter dem Durchschnittswert des Landes Brandenburg. Dies ist unter anderem darauf zurückzuführen, dass das Verkaufsflächenwachstum in diesen Mittelbereichen nicht proportional zum Bevölkerungswachstum verlaufen ist. Darüber hinaus besteht ein starkes Wettbewerbsfeld mit einer massiven Konzentration auf einzelne Einzelhandelsagglomerationen (insbesondere in den Mittelbereichen Schönefeld-Wildau, Neuenhagen bei

Berlin und Bernau bei Berlin), die zu Lasten einer flächendeckenden Versorgung in allen Mittelbereichen im Berliner Umland geht.

Die Mittelbereiche des 2. Rings, die sich in etwa in einem Umkreis von 30 bis 70 km von Berlin befinden, sind zumeist relativ einwohnerschwache Mittelbereiche. In den letzten 15 Jahren mussten diese Mittelbereiche Bevölkerungsverluste von bis zu -18 % (Mittelbereich Tempelin) hinnehmen. Sie besitzen vorwiegend eine relativ geringe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner. Insbesondere bei den zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten sind oftmals unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen je Einwohner festzustellen. Diese aperiodischen Sortimentsgruppen werden vielfach in den Mittelbereichen im Berliner Umland, in Berlin oder in den Oberzentren Brandenburg an der Havel, Cottbus, Potsdam und Frankfurt (Oder) angeboten.

Die Mittelbereiche des 3. Rings befinden sich in einer Entfernung von mehr als 70 km von Berlin. Während die Mittelbereiche im nördlichen Teil des Landes Brandenburg nur durch eine geringe Bevölkerungsdichte geprägt sind, weisen die Mittelbereiche im Süden Brandenburgs eine höhere Einwohnerbasis auf. Dennoch sind auch diese Mittelbereiche insgesamt als bevölkerungsarm zu bewerten. In den letzten 15 Jahren mussten diese Mittelbereiche Bevölkerungsverluste zwischen -18 % (Mittelbereich Prenzlau) und -26 % (Mittelbereich Guben) hinnehmen. Die Mittelbereiche des 3. Rings verfügen vorwiegend über überdurchschnittlich hohe Verkaufsflächenausstattungswerte je Einwohner. Dies resultiert nicht zuletzt aus der starken Bevölkerungsabnahme. In diesen Mittelbereichen übersteigt der Einwohnerrückgang die Verkaufsflächenverluste.

In den kommenden Jahren ist jedoch zu erwarten, dass auch die Verkaufsflächen weiter reduziert werden und sich der Einzelhandel der demographischen Situation angleicht. Diese Marktanpassungen erfolgen jedoch in der Regel verzögert.

Verlierer sind zumeist die kleineren Mittelstädte und größeren Gemeinden in strukturschwachen Teilregionen in den Brandenburger Randlagen des 3. Rings. Hier überlagern sich die problematischen soziodemografischen und sozioökonomischen Rahmenbedingungen mit einem z. T. nur leistungsschwach aufgestellten Einzelhandel. Gewinner sind im Vergleich die größeren Mittel- und Oberzentren, die das Einzelhandelsangebot nicht nur über die Fläche ausbauen, sondern auch qualitativ attraktivieren konnten und als Zentralitätsbringer in der Region fungieren. Hier wird der anhaltende Trend zur Zentralisierung des Einzelhandels besonders stark sichtbar.

6.3 Fazit: IHK Bezirke

In einer Detailanalyse der **Versorgungsstrukturen in den drei IHK Bezirken** des Landes Brandenburg wurden einige Besonderheiten offenbar, die nachfolgend in einer Auswahl und in Kurzfassung wiedergegeben werden:

IHK Bezirk Potsdam

- 6.977 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks (inkl. Lebensmittelhandwerk) mit einer Verkaufsfläche von 1.882.165 m². Im Vergleich mit 2011 ist die Zahl der Einzelhandelsbetriebe in Potsdam gewachsen, in allen anderen Städten und Landkreisen hingegen geschrumpft.
- Die Verkaufsflächenentwicklung verlief in Potsdam (+18 %) außergewöhnlich positiv. Verkaufsflächenzuwächse verzeichneten auch die Landkreise Teltow-Fläming und Ostprignitz-Ruppin. In allen anderen Teilräumen des IHK Bezirkes ist die Verkaufsfläche zurückgegangen.
- 1.981 Leerstände repräsentieren eine Leerstandsquote von 22 %. Im Vergleich mit 2011 hat sich die Zahl der Leerstände in Potsdam und im Landkreis Havelland reduziert. In allen anderen Städten und Landkreisen – insbesondere im Landkreis Prignitz – ist die Zahl der Leerstände hingegen angestiegen.
- Konzentrationstendenzen des Einzelhandels im unmittelbaren westlichen Umfeld von Berlin, ansonsten räumliche Streuung der Einzelhandelslagen.

IHK Bezirk Ostbrandenburg

- 4.334 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks (inkl. Lebensmittelhandwerk) mit einer Verkaufsfläche von 1.282.025 m². Im Vergleich mit 2011 ist die Zahl der Einzelhandelsbetriebe in allen Teilräumen des Bezirkes zwischen 10 % und 21 % zurückgegangen.
- Die Verkaufsflächenentwicklung verlief in den Landkreisen Oder-Spree (+2,1 %) und Barnim (+9,9 %) positiv. Verkaufsflächenabschmelzungen im einstelligen Prozentbereich hatten hingegen die Stadt Frankfurt (Oder), der Landkreis Märkisch-Oderland und der Landkreis Uckermark zu verkraften.
- 1.143 Leerstände repräsentieren eine Leerstandsquote von 21 %. Im Vergleich mit 2011 hat die Zahl der Leerstände in den Landkreisen Oder-Spree, Barnim, Märkisch-Oderland und Uckermark erfreulicherweise abgenommen. Hingegen erhöhte sich die Zahl der Leerstände in Frankfurt (Oder).
- Konzentrationstendenzen des Einzelhandels im unmittelbaren östlichen Umfeld von Berlin, ansonsten räumliche Streuung der Einzelhandelslagen.

IHK Bezirk Cottbus

- 4.557 Betriebe des Einzelhandels und Ladenhandwerks (inkl. Lebensmittelhandwerk) mit einer Verkaufsfläche von 1.180.005 m². Im Vergleich mit 2011 ist die Zahl der Einzelhandelsbetriebe in allen Teilräumen des Bezirkes zwischen 10 % und 16 % zurückgegangen.
- Die Verkaufsflächenentwicklung verlief nur im Landkreis Dahme-Spree positiv (+6,0 %). Verkaufsflächenabschmelzungen zwischen 6 % und 13 % hatten hingegen alle anderen Teilräume des Bezirkes zu verkraften. Auch im Oberzentrum Cottbus ging die Verkaufsfläche um knapp 9 % zurück.
- 1.547 Leerstände repräsentieren eine Leerstandsquote von 25 %. Im Vergleich mit 2011 hat die Zahl der Leerstände in der Stadt Cottbus und in allen Landkreisen zugenommen. Der größte Anstieg an Leerständen war im Landkreis Elbe-Elster zu konstatieren.
- Konzentrationstendenzen des Einzelhandels vor allem in und um das Oberzentrum Cottbus, ansonsten räumliche Streuung der Einzelhandelslagen.

7 Gutachterliche Empfehlungen

Aus den Erkenntnissen der Einzelhandelserfassung und der Standortbesichtigungen sowie der statistischen Analyse können einige **Empfehlungen und Handlungsansätze** abgeleitet werden. Sie zielen auf einen Abbau der festgestellten Defizite ab und sollen dazu beitragen, die Einzelhandelsstrukturen sukzessive zu optimieren und städtebaulich verträglich an die bestehenden Marktverhältnisse anzupassen. In diesem Zusammenhang ist zu konstatieren, dass die festgestellten **Entwicklungen und Probleme des Einzelhandels im Land Brandenburg eher grundsätzlicher Natur** sind. Beispielhaft dafür stehen Aspekte wie „Abschmelzungen im Fachhandelsbesatz“, „geringer Verkaufsflächenanteil Zentraler Versorgungsbereiche“, „hohe Leerstandsquote“, „niedrige Zentralitätswerte“, „unbefriedigende ökonomische Auslastung von Verkaufsflächen“, „überhöhte Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner“ oder „Discounterlastigkeit im Nahversorgungsbereich“. Insofern geben die nachfolgenden Empfehlungen auch grundsätzliche, aber gleichwohl nachhaltige Handlungsansätze wieder.

Aus gutachterlicher Sicht erscheinen folgende Handlungsansätze besonders geeignet, die Einzelhandelssituation im Bundesland Brandenburg zu optimieren:

- Städtebaulich verträgliche Steuerung der absehbaren Konzentrationstendenzen des Einzelhandels, in Reaktion auf den teilweisen Überbesatz an Verkaufsflächen, durch konsequenten Einsatz der rechtlichen Möglichkeiten des Baugesetzbuches, der Baunutzungsverordnung und der landes- und regionalplanerischen Festlegungen. In den Mittelpunkt des planerischen Handelns ist noch stärker als bisher der Erhalt oder Ausbau der Einzelhandelsstrukturen in Zentralen Versorgungsbereichen zu stellen. Im geschilderten Kontext sollten Kommunen ab 10.000 Einwohnern dazu angehalten werden „Nahversorgungs- bzw. Einzelhandelskonzepte“ zu erstellen, weil diese erst die Voraussetzungen für eine strategische Steuerung der Standortentwicklung des Einzelhandels schaffen.
- In ländlichen Bereichen Brandenburgs dünnt die Nahversorgung zunehmend aus. Hier sollten kommunale Initiativen zur Etablierung von Dorfläden, zum Beispiel auf Genossenschaftsbasis, aktiv unterstützt werden. Erfolgreiche Maßnahmen sollten darüber hinaus als „best-practice-Beispiele“ publiziert und an die Gemeindeverwaltungen weitergereicht werden.
- Im Interesse einer Stärkung der Mittelzentren im Land Brandenburg ist die Ansiedlung filialisierter Nonfood-Betriebe mit Markenangeboten konzeptionell anzugehen. Sie benötigen geeignete Standorte und Verkaufsflächengrößen, die in den Kommunen zum Großteil erst nach und nach geschaffen werden können. Ein mittel- bis langfristig angelegtes Flächenmanagement ist in diesem Kontext unverzichtbar.

- Der Fachhandel und das Ladenhandwerk dominieren noch immer die Betriebszahlen des Brandenburger Einzelhandels. Diese Unternehmen sind als individuelles und attraktivitätsbestimmendes Element der Angebotsstruktur zu identifizieren.

Andererseits ist an der zunehmenden Zahl kleinformatiger Leerstände ablesbar, dass dieser Betriebstypus durch den Wettbewerb der Großflächenbetriebe, aber auch infolge bundesweit auftretender Probleme (z.B. Nachfolgeregelung), weiter in Bedrängnis geraten wird. Vor diesem Hintergrund sollten die Kommunen angehalten werden, regelmäßigen und engen Kontakt mit dem Fachhandel halten, um auftretende Engpässe frühzeitig zu erkennen („Frühwarnsystem“) und ihnen entgegenzutreten zu können. Die Stadtverwaltungen können u.a. die Suche von Nachfolgern unterstützen und sachliche Hilfe dabei leisten, die Verkaufsflächenbedürfnisse des Fachhandels an die Markterfordernisse anzupassen. In kleineren Städten und Gemeinden kommt hier u.a. der Zusammenlegung von Geschäftsflächen über Immobiliengrenzen hinweg eine große Rolle bei. Letzteres ist teilweise eine generationenübergreifende Aufgabe und muss deshalb strategisch vorbereitet und rasch angegangen werden.

- In den Rückmeldungen der Städte und Gemeinden zu den erfassten Einzelhandels- und Leerstandsdaten wurde transparent, dass viele Verwaltungen weder einen Überblick über die Leerstandssituation haben, noch ein effizientes Leerstandsmanagement betreiben. Es wird deshalb empfohlen, ein Projekt zur Professionalisierung des Umgangs mit Leerständen aufzulegen. Im Mittelpunkt sollte die Erfassung und Kategorisierung von Leerständen stehen. Darüber hinaus ist eine handhabbare Checkliste zu erstellen, mit der die realen Chancen einer einzelhandelsbezogenen Revitalisierung der Leerstände vor Ort geprüft werden können. Für die tatsächlich aktivierbaren Leerstände sollten dann „best-practice-Beispiele“ der Vermarktung an die Kommunen ausgegeben werden.
- Aufgrund der demographischen Strukturen muss sich der Einzelhandel in Brandenburg in besonderer Weise auf die Bedürfnisse einer älter werdenden Kundschaft einstellen. Dies gilt z.B. für die Zugänglichkeit der Geschäfte, die Einrichtung von Ruhebereichen, die Entwicklung altersaffiner Serviceleistungen, die Qualifizierung des Personals und die Ausgestaltung des Sortimentes.

Gleichermaßen müssen auch Städte und Gemeinden ihre Infrastruktur verstärkt altersgerecht gestalten. Im Focus sollten hier die Verkehrssicherheit, die Anpassung der ÖPNV-Netze und Fahrzeuge, die Gestaltung des öffentlichen Raumes und Aspekte der Sozialisation (z.B. Treffpunktfunktion, Kommunikationsfunktion) stehen.

Es wird empfohlen ein Veranstaltungsprogramm zu entwerfen, das in den Städten/Gemeinden und im Einzelhandel ein Bewusstsein für die besonderen Herausforderungen/Chancen des demographischen Wandels schafft und geeignete Lösungsmöglichkeiten aufzeigt. In diesem Zusammenhang könnte ein Wettbewerb der Städte und Gemeinden und der Einzelhandelsbetriebe ausgelobt und zukunftsorientierte bzw. besonders praxisorientierte Ansätze öffentlichkeitswirksam prämiert werden.

- Sollte die Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg in einigen Jahren wieder durchgeführt werden, wird empfohlen, alle Leerstände erheben zu lassen, unabhängig davon, ob sie revitalisiert werden können oder nicht. Nur dann, wenn subjektive Einschätzungen in der Erfassung weitgehend ausgeschlossen werden, ist im Zeitreihenvergleich eine hohe Aussagekraft der Leerstandsdaten zu gewährleisten.

7.1 Empfehlungen für die Mittelbereiche

Aus den Erkenntnissen der Einzelhandelserfassung und der Analyse der Versorgungsstrukturen in den Mittelbereichen können landes- und kommunalpolitische Empfehlungen und Handlungsansätze abgeleitet werden. Sie zielen auf einen Abbau der teilweise festgestellten Defizite ab und sollen dazu beitragen, die Einzelhandelsstrukturen des Bundeslandes Brandenburg zu optimieren und städtebaulich verträglich an die bestehenden Marktverhältnisse anzupassen.

Die Empfehlungen, die sich formulieren lassen, beziehen sich in erster Linie auf den Erhalt der heute bestehenden Strukturen: Optimierung des Einzelhandels im Land Brandenburg heißt Standortsicherung der integrierten Nahversorgungsstrukturen.

Standortsicherung impliziert auch, dass in den ländlich geprägten und z.T. sehr einwohner-schwachen Gemeinden und Ämtern eine ausreichende Grundversorgung für die Bevölkerung sichergestellt ist. Der anhaltende demographische Wandel mit weiteren Bevölkerungsrückgängen verstärkt die z. T. bereits heute prekäre Situation der Nahversorgung im ländlichen Raum.

Die bestehenden Versorgungslücken werden heute zwar teilweise durch ein gut funktionierendes Netz an alternativen Versorgungsmöglichkeiten geschlossen; insbesondere mobile Verkaufseinrichtungen sind in den ländlichen Regionen weit verbreitet und übernehmen dort die Nahversorgung, wo der stationäre Einzelhandel weggebrochen ist. Eine qualifizierte Nahversorgung können diese Modelle dennoch nicht übernehmen.

Eine weitere Konzentration der Einzelhandelsstrukturen an den Fachmarktstandorten in den größeren Städten schränkt die Entwicklungspotenziale im ländlichen Raum zusätzlich ein und

beschneidet den vorhandenen Einzelhandel seiner Potenziale. Kommunale Nahversorgungskonzepte können dazu beitragen, dass nachhaltige Strategien zur Sicherstellung der Nahversorgung entwickelt werden.

Weiteres Gestaltungspotenzial für Neuansiedlungen ist auf Basis der ermittelten Einzelhandelsstrukturen somit nur in begrenztem Umfang abzuleiten. Neuansiedlungen sollten jedoch dort möglich sein, wo eine Verbesserung der Versorgungssituation und/oder der Versorgungsqualität erreicht werden. Die dargestellten Kennzahlen verdeutlichen z. T. örtliche Versorgungslücken. Für eine tatsächliche Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Kommunen oder auch Regionen kann jedoch nicht die übergeordnete Zusammenführung und Bewertung der Einzelhandelsstrukturdaten auf der Abstraktionsebene der Mittelbereiche herangezogen werden. Neben den rein quantitativen Kennzahlen des Einzelhandels spielen ebenso qualitative Aspekte eine wichtige Rolle bei der Einschätzung und Bewertung der Einzelhandelssituation in einer Stadt, einer Gemeinde oder einem gemeindefreien Amt.

Ziele und Maßnahmen für die Landesplanung

Mit der derzeit im Abstimmungsprozess stehenden Neuaufstellung des Landesentwicklungsplans Hauptstadtregion Berlin-Brandenburg (LEP HR) sollen Konkretisierungen zum Umgang mit großflächigem Einzelhandel, insbesondere in der Nahversorgung, vorgenommen werden. Hierzu sollen die landesplanerischen Ziele und Grundsätze neu gefasst werden.

Wie in der Analyse der Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den Zentralen Orten dargestellt, sind in einigen Mittelbereichen überdurchschnittlich viele großflächige Einzelhandels-einrichtungen außerhalb der Zentralen Orte angesiedelt. Zugleich besitzen die jeweiligen Zentrale Orte in diesen Mittelbereichen selbst nur geringe Verkaufsflächendichten.

Damit die Mittelzentren die übergemeindlich wirkenden Versorgungsaufgaben für den Verflechtungsbereich in den zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten im Sinne der Landesplanung übernehmen können und ihnen diesbezüglich Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten, sollte es weiterhin ein wichtiges Ziel der Landesplanung sein, großflächige Einzelhandelseinrichtungen in Zentralen Orten zu konzentrieren. Es ist davon auszugehen, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe oftmals ein über das jeweilige Gemeindegebiet hinausgehendes Einzugsgebiet aufweisen. Daher ist es ratsam, großflächige Einzelhandelsbetriebe nur in Orten mit entsprechender raumordnerischer Funktion (Oberzentren und Mittelzentren) zuzulassen. Großflächige Einzelhandelsstandorte außerhalb der Zentralen Orte können die Entwicklungs- und Leistungsfähigkeit der Zentralen Orte negativ beeinflussen.

Eine Ausnahme bilden hierbei jedoch großflächige nahversorgungsrelevante Einzelhandelseinrichtungen, die zur Sicherstellung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung unter gewissen Voraussetzungen auch weiterhin außerhalb der Zentralen Orte zulässig sein sollten. Die Analyse der Nahversorgung in den Mittelbereichen zeigt, dass trotz einer oftmals überdurchschnittlich guten Verkaufsflächenausstattung je Einwohner eine ausreichende flächendeckende Nahversorgungssituation nicht beschrieben werden kann, da das Nahversorgungsangebot häufig räumlich nur auf wenige Standorte innerhalb der Mittelbereiche verteilt ist. Daher sollte es auch großflächigen Nahversorgungseinrichtungen, die ein überwiegend auf die Nahversorgung (periodischer Bedarf) ausgerichtetes Angebot aufweisen und nur einen begrenzten Anteil an Non-Food-Artikeln aus dem aperiodischen Bedarfsbereich haben, ermöglicht werden, sich im Sinne einer Grundversorgung auch außerhalb der Zentralen Orte anzusiedeln. Bei Neuansiedlungen sind heutzutage z. T. deutlich mehr als 800 m² Verkaufsfläche erforderlich, um wirtschaftlich agieren zu können. Die derzeitigen Einstiegsgrößen liegen je nach Betreiber bei Lebensmitteldiscountern zwischen ca. 1.000 m² und 1.400 m² Verkaufsfläche; bei Lebensmittelvollsortimentern sind in der Regel noch höhere Verkaufsflächengrößen zwischen 1.600 und 2.000 m² üblich. Um den Nahversorgungscharakter des Betriebes zu wahren, sollte das Verkaufsflächenangebot allerdings auf die örtliche Nachfrage angepasst sein.

Die Analyse und Bewertung der Lagezuordnung der Verkaufsflächen in den Mittelbereichen hat aufgezeigt, dass nur rd. 18 % der erfassten Verkaufsflächen den Stadt- und Ortszentren zuzuordnen sind. Insbesondere die Mittelbereiche mit einer besonders hohen Verkaufsflächenausstattung können zum Teil nur geringe Verkaufsflächenanteile in den zentralen Lagen (Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren und Nahversorgungsbereichen) vorhalten.

Die relativ niedrigen Anteilswerte der Verkaufsflächen in Stadt-/Ortszentren, Nebenzentren und Nahversorgungsbereichen in den Mittelbereichen resultieren unter anderem aus großflächigen Einzelhandelsagglomerationen in vorwiegend nicht-integrierter Lage. Während in einigen Mittelbereichen große Einkaufszentren außerhalb der Zentren ursächlich für die geringen Verkaufsflächenanteile der Zentren und Nahversorgungsbereiche sind, sind in anderen Mittelbereichen vorwiegend große Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomerationen an dezentralen Standorten im Stadtgebiet des jeweiligen Mittelzentrums ausschlaggebend.

Zwar sind hierbei auch die nicht-zentrenrelevanten Sortimente berücksichtigt, dennoch sind häufig auch zentrenrelevante Sortimente in nicht-integrierten Fachmarktlagen oder Einkaufszentren vorzufinden. Zentrenrelevante Leitsortimente wie Bekleidung, Schuhe oder Schmuck stellen die Grundlage eines Geschäftsbesatzes in den Innenstädten dar. Diese bieten auch Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen wie öffentlichen, privaten oder sozialen Dienstleistungen. Damit besitzen sie eine hohe Bedeutung für den Bestand und die (Einzelhandels-) Entwicklung der Innenstädte und Zentren.

Ziel sollte daher sein, mit den landesplanerischen Zielen zum Schutz und zur Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstädte beizutragen. Daher sollten großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten nach Möglichkeit nur noch in den Zentralen Versorgungsbereichen entwickelt werden. Hierdurch erhalten Innenstädte und Ortskerne hinsichtlich ihrer Funktion als Orte des Handels einen Schutz gegenüber peripher gelegenen, nicht-integrierten Standorten. Durch diese räumliche Steuerung zentrenrelevanter Einzelhandelsgroßprojekte werden zudem Ziele der Verkehrsvermeidung, der Schonung von Ressourcen und die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung verfolgt. Die nicht integriert gelegenen Einkaufszentren mit einem hohen Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten setzen die Innenstädte und Ortskernlagen der jeweiligen Zentralen Orte unter einen hohen Wettbewerbsdruck und beeinträchtigen durchaus auch die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten. Die bestehenden und zukünftigen Instrumente der Landesplanung können hier nachgängig nur noch bedingt korrigierend wirksam werden, da es sich meist um in den 1990er bzw. 2000er Jahren entstandene Einzelhandelsstandorte handelt, die Bestandsschutz genießen. Für die Zukunft empfiehlt sich hier jedoch ein restriktiver Umgang, wenn es um Erweiterungen oder Neuansiedlungen im Segment des großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandels geht.

Ziele und Maßnahmen für die kommunale Planung

Die verbindliche Bauleitplanung fällt in den Zuständigkeitsbereich der Kommune. Nur auf dieser Ebene können die landesplanerischen Zielsetzungen umgesetzt werden. Von besonderer Bedeutung ist es daher, dass die landesplanerischen Vorgaben in die kommunale Bauleitplanung übertragen werden und in Einzelfällen konsequent umgesetzt werden.

Insbesondere kommunale Einzelhandelskonzepte stellen hierfür ein wirksames Instrument dar, um eine auf die entsprechende Gebietseinheit zugeschnittene Einzelhandelssteuerung zu erreichen. Kommunale Einzelhandelskonzepte beinhalten im Wesentlichen die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, die Herleitung einer ortsspezifischen Sortimentsliste und die Definition von Zielen und Grundsätzen, die auf die örtliche Situation zugeschnitten sind. Das Ziel ist es, die Attraktivität von Innenstädten und Ortskernen zu stärken und mithilfe einer aktiven Angebotsplanung potenziellen Investoren geeignete Standorte anbieten zu können. Hierbei kann auch die jeweilige demographische Situation der Kommune detailliert berücksichtigt werden. Kommunale Nahversorgungskonzepte können ebenso dazu beitragen, dass nachhaltige Strategien zur Sicherstellung der Nahversorgung entwickelt werden.

Insbesondere in Gemeinden, in denen ein deutlicher Alterungsprozess der Bevölkerung eingesetzt hat, sollten Einzelhandelsbetriebe fußläufig und/oder über den ÖPNV zu erreichen sein. Hier ist positiv anzuführen, dass in der kürzeren Vergangenheit wieder stärker kleinere Lebensmittelvollsortimenter entwickelt werden. Diese vereinen qualifizierte Nahversorgung mit ei-

nem stärkeren Service- und Beratungsangebot. Gerade ältere Generationen fragen verstärkt diese Betriebsformen nach – aber auch in den jüngeren Generationen rückt das Thema Service und Produktvielfalt wieder verstärkt in den Fokus. Auch alternative Formen der Nahversorgung wie genossenschaftlich gestützte Dorfläden oder der Ausbau des mobilen Versorgungsnetzes sollten ebenso in die Überlegungen mit einbezogen werden, wenn in einwohnerarmen Regionen die Nahversorgungsstrukturen wegzubrechen drohen bzw. schon nicht mehr vorhanden sind. Mobile Versorgungseinrichtungen, die zur wohnortnahen Grundversorgung beitragen können, ersetzen entstandene Versorgungslücken in der Fläche nur zum Teil. In Regionen, in denen diese Form der Nahversorgung nicht bzw. nicht ausreichend vorhanden ist, kann eine Prüfung dieser Angebotsform sinnvoll sein. Neben diesen Betriebsformen sind aber auch discountorientierte Betriebsformen zur Sicherung der Einzelhandelsversorgung nicht außer Acht zu lassen, wenngleich die Discountquote im Lebensmitteleinzelhandel im Land Brandenburg schon auf einem hohen Niveau liegt.

Eine barrierefreie Zugänglichkeit zu den Geschäften ist ein weiteres zentrales Thema für ein generationenfreundliches Einkaufen. Sowohl vor dem Hintergrund des demographischen Wandels und einer damit älter werdenden Gesellschaft ist es ratsam, den Ansprüchen der Kunden gerecht zu werden und die Geschäfte generationenfreundlich zu gestalten. Aber auch jungen Familien mit Kinderwagen wird Einkaufen vor Ort ebenso erleichtert. Barrierefreie Zugänglichkeit stellt damit einen Baustein zur Attraktivitätssteigerung des ortsansässigen Einzelhandels dar.

Gemeinden mit Bevölkerungsrückgängen sind in besonderem Maße von einem Anstieg an Leerständen betroffen. Diese sind - bezieht man auch die Bevölkerungsprognosen und die allgemeinen Entwicklungen in der Einzelhandelslandschaft mit einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes ein - in vielen Fällen nicht reaktivierbar, ohne dass umfangreiche Investitionen der Eigentümer erfolgen.

Da die Betriebsaufgaben im Einzelhandel, wie auch im bundesweiten Trend, in erster Linie auf den kleinteiligen Einzelhandel in oft auch renovierungsbedürftigen Immobilien entfallen, sind in diesen Fällen Investitionsmaßnahmen unabdingbar, um eine Vermietung zu ermöglichen und den Ansprüchen der Betreiber und Kunden gerecht zu werden. Ein nicht unerheblicher Teil der betroffenen Betriebe bzw. der Ladenlokale wies einen nicht marktgerechten Zustand und keine barrierefreie Zugänglichkeit auf, sodass Vermietungsvoraussetzungen derzeit nicht optimal gegeben sind.

Hier kann im Einzelfall ein Umdenken in der Nutzung der Immobilieneinheit sinnvoll sein. Wie in einigen Regionen des Landes schon erkennbar, kann es funktionieren, Leerstände in andere Nutzungen umzuwandeln. Insbesondere in den Mittelbereichen des IHK Bezirk Ostbrandenburg erfolgte eine dynamische Nachnutzung der leer gefallenen Einzelhandelsbetriebe, sodass

hier die Leerstandsquote reduziert werden konnte. Neben Einzelhandelsfolgenutzungen wurden die Flächen in vielen Fällen auch durch anderweitige Nutzungen wie Wohnen oder Dienstleistungen nachbesetzt. Aktuell werden vielerorts Maßnahmen zur Nachverdichtung der Innenbereiche mit modernem Wohnungsbau ergriffen; dieser Trend zur Umnutzung der leergefallenen Einzelhandelsimmobilien als Wohnimmobilien könnte sich in den kommenden Jahren auch in anderen Mittelbereichen des Landes verstärken.

Einbindung von Trägern öffentlicher Belange und weiterer Institutionen

Die Ziele der Landesplanung und der kommunalen Planung können nur umgesetzt werden, wenn sie von den Trägern öffentlicher Belange (IHKs, Landkreise etc.) sowie privaten Verbänden und Institutionen (Einzelhandelsverbände, Werbegemeinschaften, Stadtmarketingorganisationen etc.) mit getragen werden und in Einzelfällen in der Beratung berücksichtigt werden.

Im Sinne einer nachhaltigen Stadt- und Ortsentwicklung kommt der Prüfung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben durch die Träger öffentlicher Belange eine besondere Bedeutung zu. Diese sind im Sinne der landesplanerischen Grundsätze und Ziele im Einzelfall zu prüfen. Insbesondere im Umgang mit zentrenrelevanten Sortimenten sollte hier einem übermäßigen Angebot in nicht integrierten Fachmarktlagen entgegengewirkt werden.

Die Träger öffentlicher Belange und die weiteren genannten Institutionen sollten in Kommunen, in denen keine Stadtmarketing- oder City-Management-Ansätze vorliegen, diese anregen. Wenn ebensolche initiiert werden, sollten sich die Verbände zumindest in der Startphase engagieren und für ein professionelles Projektmanagement sorgen.

Auch Prozesse, die zum Ziel haben, den Kontakt zu den Eigentümern zu verbessern, sollten durch die Träger öffentlicher Belange und andere Institutionen unterstützt werden. Hierzu zählen Ansätze wie Flächenmanagement-Prozesse oder Leerstandsdatenbanken auf kommunaler oder regionaler Ebene. Prozesse zur Revitalisierung der Ortskerne oder kommunale Markenbildung-Prozesse sollten durch dort initiiert werden, wo es aus eigener Kraft nicht gelingt, aber geboten scheint.

Dort, wo es sinnvoll ist, können durch die genannten Institutionen interkommunale oder kommunale Einzelhandelskonzepte initiiert werden, wenn die Kommunen dies nicht aus eigener Kraft umsetzen oder initiieren können. Gerade das Know-how der Kammern kann hier von großem Wert sein.

Ziele für Mittelbereiche des Berliner Umlandes

Die einwohnerstarken Mittelbereiche des Berliner Umlandes haben weiterhin ein Bevölkerungswachstum zu verzeichnen. Zugleich ist hier eine hohe Anzahl an Einzelhandelsbetrieben vorhanden. Dennoch liegen die Verkaufsflächenausstattungen je Einwohner oftmals unter dem Durchschnittswert des Landes Brandenburg. Das Verkaufsflächenwachstum in diesen Mittelbereichen ist offenbar nicht proportional zum Bevölkerungswachstum verlaufen, sodass die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in der Folge gesunken ist. Es besteht ein starkes Wettbewerbsfeld mit einer massiven Konzentration auf einzelne Einzelhandelsagglomerationen. In den weiterhin wachsenden Gemeinden der Mittelbereiche des Berliner Umlandes muss der Ansatz darin liegen, immer mehr Teile der wachsenden Kaufkraft vor Ort zu halten. Es sollte versucht werden, gezielt Lücken im Angebot zu schließen. Dabei sollten vor allem städtebaulich integrierte Standorte in den Fokus der Einzelhandelsentwicklung genommen werden. Entwicklungen in nicht-integrierten Lagen sollten dagegen nachrangig verfolgt werden. Dies kann durch die Umsetzung an die Kommune angepasster Handelskonzepte geschehen, um gegenüber den umfangreichen bestehenden Angeboten im Berliner Stadtgebiet oder in den großen Fachmarktzentren im Berliner Umland die Kaufkraftbindung gezielt zu erhöhen.

Ziele für Mittelbereiche des 2. Rings (ca. 30-70 km Umkreis von Berlin)

70 km von Berlin sind zum Großteil typische Wohngemeinden, die insbesondere in den sonstigen zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten eine relativ geringe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner zu verzeichnen haben. Diese liegen im Wettbewerbsumfeld von starken Einzelhandelsstandorten im Berliner Umland sowie den Oberzentren des Landes. Im Dunstkreis der Metropole Berlin sollten diese Städte daher ihr Profil herausarbeiten (Markenbildung) und mit gezielten Maßnahmen für eine erhöhte Kaufkraftbindung sorgen, auch wenn dies in diesem Raum zunächst schwierig erscheint. Durch gezielte Ortskernentwicklung, Identitätsschaffung und eine Umsetzung von konkreten Maßnahmenplänen für die Innenstädte und Ortskerne kann eine positiv gerichtete Stadtentwicklung forciert werden. Dazu können City-Management-Projekte die Umsetzung von Maßnahmen voran bringen. Damit die Potenziale genutzt werden, sollten auch hier Projekte wie interkommunale Einzelhandelskonzepte oder Masterpläne für die Ortskerne angeschoben werden. Ein weiteres Handlungsfeld kann es sein, vorhandene oder zu entwickelnde Tourismuspotenziale auch für den Einzelhandel zu nutzen. Hierbei kann der Aufbau eines professionellen Stadtmarketings ein wirkungsvolles Instrument darstellen. Sofern es schon Stadtmarketing- und Tourismusorganisationen gibt, ist zu prüfen ob diese zeitgemäß aufgestellt sind.

Ziele für Mittelbereiche des 3. Rings (> 70 km Entfernung zu Berlin)

Die Mittelbereiche des 3. Rings mit einer Entfernung von über 70 km zu Berlin sind am stärksten von Bevölkerungsverlusten betroffen. In diesen Mittelbereichen übersteigt der Einwohnerrückgang die Verkaufsflächenverluste, sodass die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner in den letzten Jahren angestiegen ist. In den kommenden Jahren ist jedoch zu erwarten, dass auch die Verkaufsflächen weiter reduziert werden und sich der Einzelhandel der demographischen Situation angleicht. Hier gilt es, frühzeitig die Weichen zu stellen, um weiterhin eine bedarfsgerechte Versorgung der Bevölkerung sicherzustellen und vorbereitet in neue Entwicklungen zu gehen. Eine frühzeitige Ansprache von Immobilienbesitzern und eine gemeinsame Entwicklungsstrategie bezüglich der Revitalisierung der Innenstädte (sog. Maßnahmenpläne) können einer negativen Entwicklung entgegenwirken.

Gleichzeitig stehen die Mittelbereiche des 3. Rings durch die zunehmende Entfernung weniger in Konkurrenz zu Berlin. Die Voraussetzungen für eine stärker autarke Versorgung der Bevölkerung sind hier besser als in den Mittelbereichen des 2. Rings. Durch eine bessere Vernetzung der Akteure im Rahmen eines City-Managements oder interkommunale Einzelhandelskonzepte bietet sich die Möglichkeit, die Chancen der Einzelhandelsentwicklung zu nutzen. Hierbei spielen auch die Träger öffentlicher Belange und der Einzelhandelsverbände eine gewichtige Rolle, um den Prozess des Ausbaus der Netzwerke vor Ort zu fördern.

Insbesondere in den Mittelbereichen des 3. Rings kann der Tourismus auch für den Einzelhandel ein wichtiger Wachstumsmotor sein. Die Mittelbereiche in den Landkreisen Uckermark, Prignitz oder Elbe-Elster besitzen beispielsweise ein hohes touristisches Potenzial. Das Stadtmarketing gehört auf den Prüfstand, ist die Kommune hier noch gut aufgestellt? Muss hier nachgesteuert werden? Es ist eine große, andauernde Aufgabe, die kommunalen und regionalen Stadtmarketing- und Tourismusorganisationen zeitgemäß aufzustellen.

8 Anhang: Einzelhandelsbestand in den Städten, Ämtern und Gemeinden

8.1 IHK Bezirk Potsdam

8.1.1 Potsdam, Stadt

Abb. 230: Datenblatt für die Stadt Potsdam

Datenblatt für die Stadt Potsdam 2016	
Einwohner (31.12.2015)	167.745
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	99,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	969,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.777
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	886,3
Einzelhandelszentralität	91
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.037
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	747
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	143
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	147
Anzahl Leerstände	136
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,72
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,54
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,59
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,60
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	288.775
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	33.445
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	21.690
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	46.170
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	94.090
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	93.380
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	288.775
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	56.285
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	53.755
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	72.190
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	73.130
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	33.415
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	288.775
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	97.855
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	62.275
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	35.640
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	93.005
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	288.775
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	21.990
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	44.580
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	4.560
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	36.325
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	152.060
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	22.980
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	2.685
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	3.595

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 231: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Potsdam

Stadt Potsdam 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	270	69.215
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	85	14.915
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	67	6.055
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	422	90.185
Bekleidung	171	39.245
Schuhe, Lederwaren	40	5.835
Uhren, Schmuck	32	1.860
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	91	13.625
Spielwaren, Musikinstrumente	16	3.310
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	30	8.995
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	18	4.785
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	49	11.715
Foto, Optik	28	1.595
Blumen, Topfpflanzen	45	3.860
Zoo- und Heimtierbedarf	8	3.615
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	528	98.440
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	36	48.840
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	41	50.040
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	10	1.270
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	87	100.150
SUMME	1.037	288.775

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 232: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Potsdam

Stadt Potsdam 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	355,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	168,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	25,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	550,1
Bekleidung	82,0
Schuhe, Lederwaren	27,1
Uhren, Schmuck	12,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	15,6
Spielwaren, Musikinstrumente	12,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	28,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	11,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	74,2
Foto, Optik	12,8
Blumen, Topfpflanzen	6,8
Zoo- und Heimtierbedarf	7,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	290,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	52,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	55,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	20,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	128,2
SUMME	969,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 233: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Lagekategorien in der Stadt Potsdam

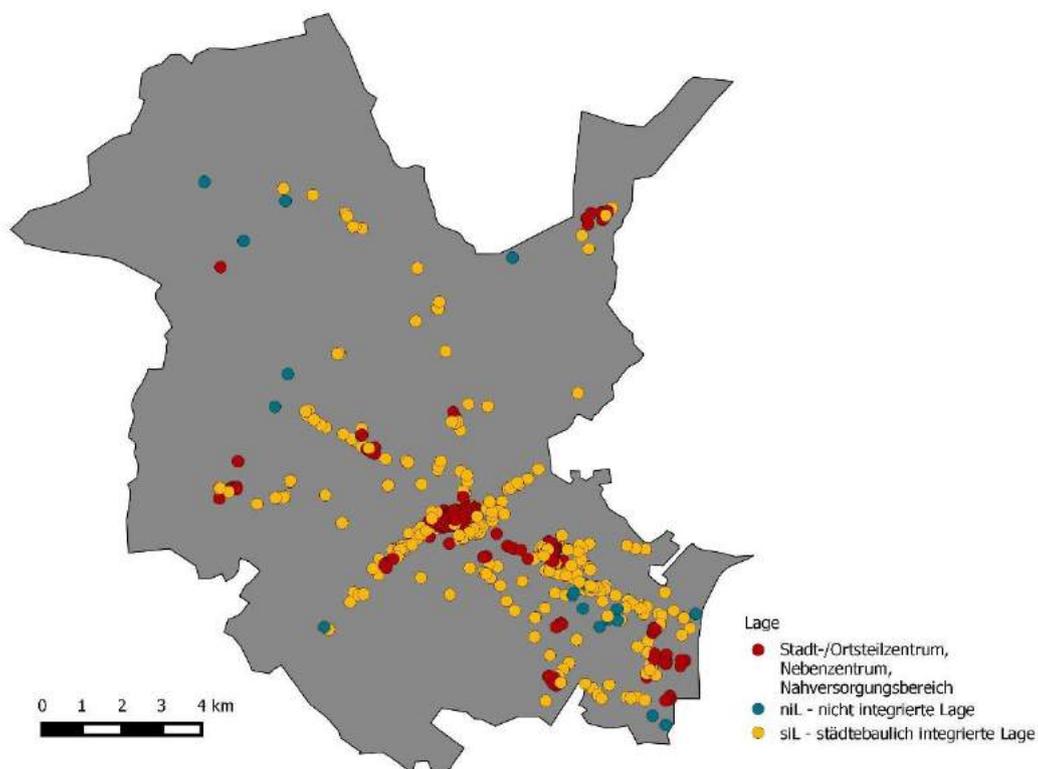
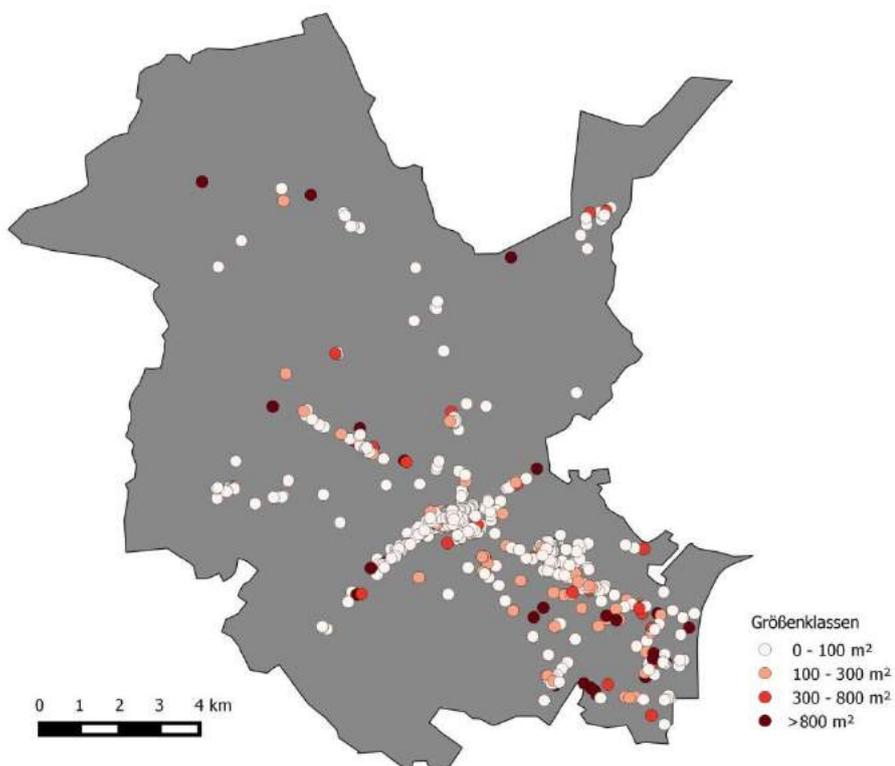


Abb. 234: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen in der Stadt Potsdam



Anmerkung: Aus Gründen der Maßstäblichkeit sind in der Karte nicht alle Einzelhandelsbetriebe erkennbar. An mehreren Stellen überlappen sich Signaturen.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.2 Stadt Brandenburg an der Havel

Abb. 235: Datenblatt für die Stadt Brandenburg an der Havel

Datenblatt für die Stadt Brandenburg a.d.H 2016	
Einwohner (31.12.2015)	71.574
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	372,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.207
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	434,2
Einzelhandelszentralität	117
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	512
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>334</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>77</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>101</i>
Anzahl Leerstände	223
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,16
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,65</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,75</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,76</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	154.550
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.030</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.625</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.895</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.400</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	154.550
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.770</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.020</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.575</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.340</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>91.845</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	154.550
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>78.035</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>66.000</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.595</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.920</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	154.550
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.790</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.920</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.090</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.505</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>87.650</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.980</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.410</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.205</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 236: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Brandenburg an der Havel

Stadt Brandenburg an der Havel 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	143	36.670
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	41	7.075
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	31	2.535
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	215	46.280
Bekleidung	80	16.425
Schuhe, Lederwaren	18	3.855
Uhren, Schmuck	13	585
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	22	8.685
Spielwaren, Musikinstrumente	6	1.925
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	24	4.420
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	8	3.885
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	27	8.365
Foto, Optik	16	1.115
Blumen, Topfpflanzen	28	1.810
Zoo- und Heimtierbedarf	6	2.800
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	248	53.870
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	14	12.080
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	30	41.605
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	715
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	49	54.400
SUMME	512	154.550

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 237: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Brandenburg an der Havel

Stadt Brandenburg an der Havel 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	136,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	64,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	211,5
Bekleidung	31,5
Schuhe, Lederwaren	10,4
Uhren, Schmuck	4,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6,0
Spielwaren, Musikinstrumente	4,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	10,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	28,5
Foto, Optik	4,9
Blumen, Topfpflanzen	2,6
Zoo- und Heimtierbedarf	3,0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	111,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	20,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	21,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	49,3
SUMME	372,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 238: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Lagekategorien in der Stadt Brandenburg an der Havel

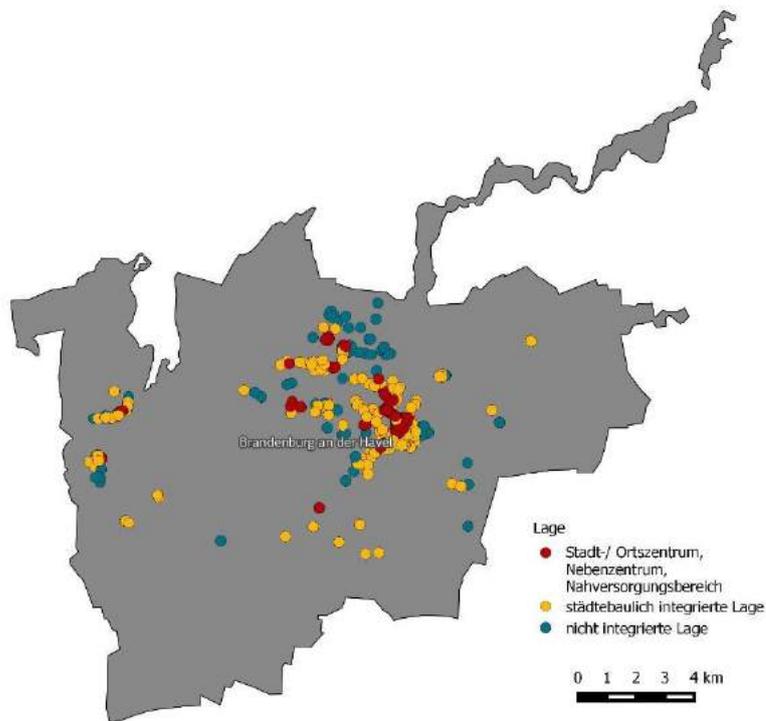
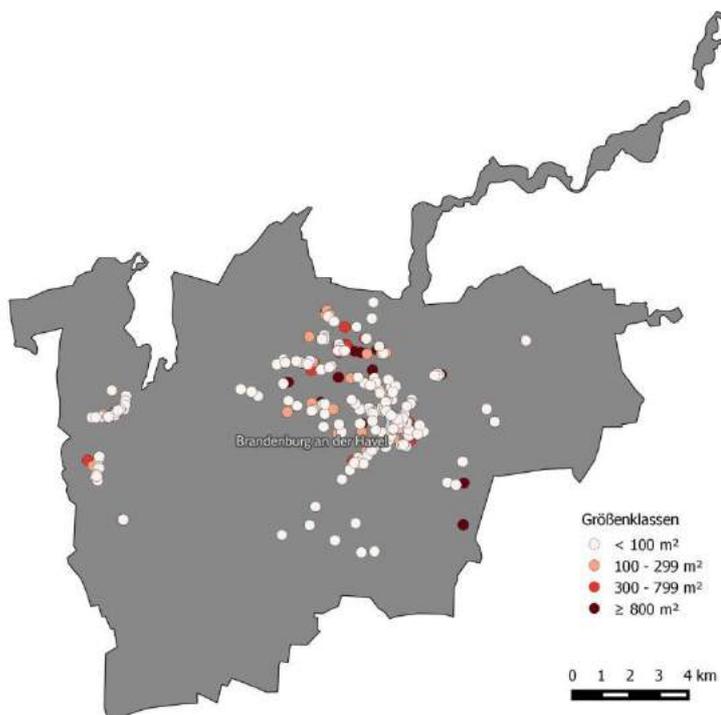


Abb. 239: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen in der Stadt Brandenburg an der Havel



Anmerkung: Aus Gründen der Maßstäblichkeit sind in der Karte nicht alle Einzelhandelsbetriebe erkennbar. An mehreren Stellen überlappen sich Signaturen.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3 Landkreis Potsdam-Mittelmark

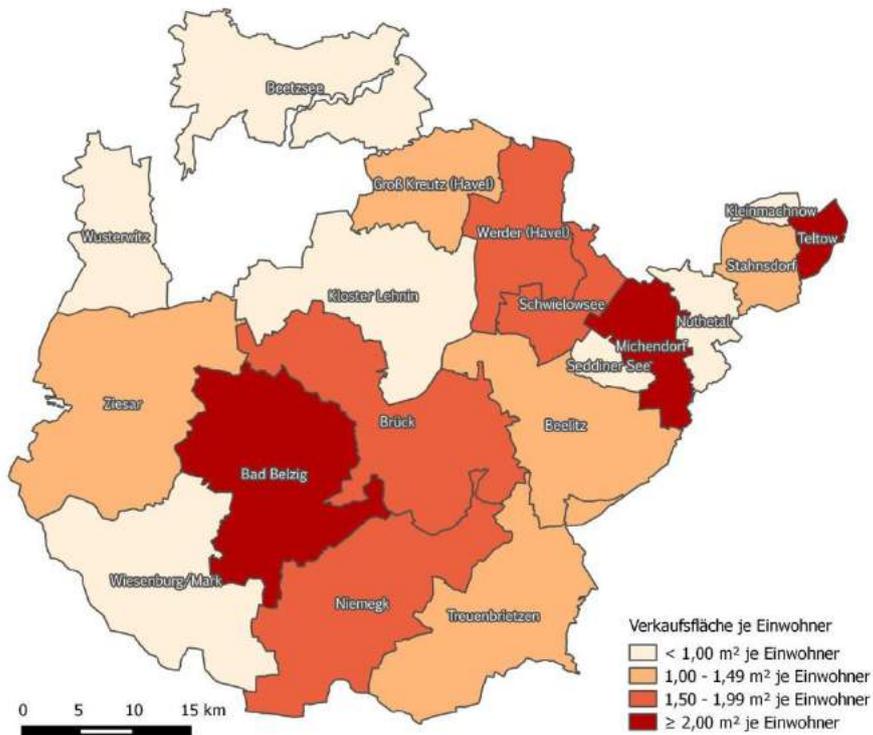
Abb. 240: Datenblatt für den Landkreis Potsdam-Mittelmark

Datenblatt für den Landkreis Potsdam-Mittelmark 2016	
Einwohner (31.12.2015)	210.910
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	98,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	1.213,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.755
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	753,6
Einzelhandelszentralität	62
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.118
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>790</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>145</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>183</i>
Anzahl Leerstände	346
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,38
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,35</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	291.970
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.460</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>62.145</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>99.465</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>73.150</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	291.970
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.475</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.655</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.365</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>115.205</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>107.270</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	291.970
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>159.735</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.295</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>50.525</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>71.415</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	291.970
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.795</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>46.375</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.235</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.350</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>153.675</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.390</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.125</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

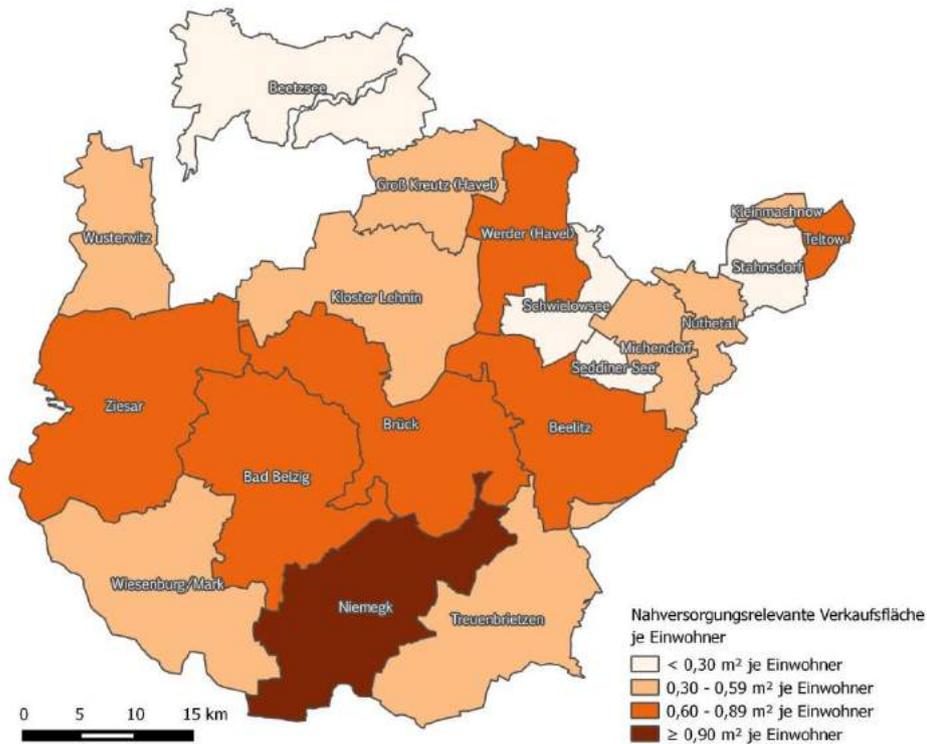
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 241: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Potsdam-Mittelmark



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 242: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Potsdam-Mittelmark



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.1 Beelitz, Stadt

Abb. 243: Datenblatt für die Stadt Beelitz

Datenblatt für die Stadt Beelitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.121
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	94,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	67,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.527
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	40,1
Einzelhandelszentralität	60
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	72
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>54</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
Anzahl Leerstände	29
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,00
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,71</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,23</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,05</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.100
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.430</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.470</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.300</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.100
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.785</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.860</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.455</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.100
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.925</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.095</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.100
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.160</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.075</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.785</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.850</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 244: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Beelitz

Stadt Beelitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	40	7.725
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	710
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	195
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	45	8.630
Bekleidung	5	940
Schuhe, Lederwaren	1	65
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	655
Spielwaren, Musikinstrumente	1	105
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	170
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	275
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	175
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	4	180
Zoo- und Heimtierbedarf	1	130
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26	2.830
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	10
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	630
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	640
SUMME	72	12.100

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 245: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Beelitz

Stadt Beelitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	24,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	38,0
Bekleidung	5,7
Schuhe, Lederwaren	1,9
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,1
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,1
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,9
SUMME	67,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.2 Bad Belzig, Stadt

Abb. 246: Datenblatt für die Stadt Bad Belzig

Datenblatt für die Stadt Bad Belzig 2016	
Einwohner (31.12.2015)	11.120
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	56,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.046
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	58,2
Einzelhandelszentralität	104
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	91
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>61</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
Anzahl Leerstände	30
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,20
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,05</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	24.505
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.745</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.990</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.990</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.680</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	24.505
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.565</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.400</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.945</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.595</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	24.505
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.745</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.760</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	24.505
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.960</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.850</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.175</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.650</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 247: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Bad Belzig

Stadt Bad Belzig 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	28	6.005
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9	1.130
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	370
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	41	7.505
Bekleidung	12	1.430
Schuhe, Lederwaren	2	230
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	610
Spielwaren, Musikinstrumente	1	220
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	220
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	1.090
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	475
Foto, Optik	4	180
Blumen, Topfpflanzen	6	390
Zoo- und Heimtierbedarf	1	400
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	37	5.335
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	4.270
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	7.185
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	210
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	11.665
SUMME	91	24.505

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 248: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Bad Belzig

Stadt Bad Belzig 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	20,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	31,9
Bekleidung	4,7
Schuhe, Lederwaren	1,6
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,3
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,4
SUMME	56,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.3 Groß Kreutz (Havel), Gemeinde

Abb. 249: Datenblatt für die Gemeinde Groß Kreutz (Havel)

Datenblatt für die Gemeinde Groß Kreutz (Havel) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.133
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	43,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.397
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	25,7
Einzelhandelszentralität	59
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	47
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,36
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,17</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.100
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.530</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.240</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.430</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.100
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.700</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.835</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.565</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.100
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.165</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>935</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.100
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.780</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.415</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.970</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 250: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Groß Kreutz (Havel)

Gemeinde Groß Kreutz (Havel) Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	19	3.700
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	240
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	70
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21	4.010
Bekleidung	2	365
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	150
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	130
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	245
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	5	250
Zoo- und Heimtierbedarf	2	120
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	1.395
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	4.695
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	805
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	195
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	5.695
SUMME	47	11.100

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 251: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Groß Kreutz (Havel)

Gemeinde Groß Kreutz (Havel) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	24,9
Bekleidung	3,7
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,4
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,8
SUMME	43,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.4 Kleinmachnow, Gemeinde

Abb. 252: Datenblatt für die Gemeinde Kleinmachnow

Datenblatt für die Gemeinde Kleinmachnow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	20.655
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	121,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	145,9
Kaufkraft je Einwohner in €	7.065
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	45,6
Einzelhandelszentralität	31
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	83
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>58</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,77
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,06</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	15.840
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.610</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.080</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.350</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	15.840
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.315</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.355</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.640</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.020</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.510</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	15.840
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.875</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.965</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	15.840
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.030</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.850</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.565</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.330</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>435</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 253: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Kleinmachnow

Gemeinde Kleinmachnow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	28	6.200
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6	1.025
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	450
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	41	7.675
Bekleidung	10	915
Schuhe, Lederwaren	3	135
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	580
Spielwaren, Musikinstrumente	0	450
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	1.830
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	320
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	1.010
Foto, Optik	5	330
Blumen, Topfpflanzen	5	350
Zoo- und Heimtierbedarf	1	770
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41	6.825
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	980
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	360
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	1.340
SUMME	83	15.840

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 254: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Kleinmachnow

Gemeinde Kleinmachnow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	53,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	25,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	82,8
Bekleidung	12,3
Schuhe, Lederwaren	4,1
Uhren, Schmuck	1,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,2
Foto, Optik	1,9
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	43,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,3
SUMME	145,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.5 Kloster Lehnin, Gemeinde

Abb. 255: Datenblatt für die Gemeinde Kloster Lehnin

Datenblatt für die Gemeinde Kloster Lehnin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	10.720
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	56,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.311
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	25,4
Einzelhandelszentralität	45
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	56
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>46</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	19
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,67
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,44</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,11</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,11</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.150
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.070</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.200</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.280</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.150
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.285</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.250</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.150
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.815</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>870</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.465</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.150
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.920</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.475</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.290</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.430</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 256: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Kloster Lehnin

Gemeinde Kloster Lehnin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	25	4.370
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	335
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	65
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	29	4.770
Bekleidung	2	205
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	285
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	15
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	10
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	90
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	8	360
Zoo- und Heimtierbedarf	2	130
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21	1.195
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	1.135
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	50
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	1.185
SUMME	56	7.150

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 257: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Kloster Lehnin

Gemeinde Kloster Lehnin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	20,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	32,3
Bekleidung	4,8
Schuhe, Lederwaren	1,6
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,4
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,5
SUMME	56,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.6 Michendorf, Gemeinde

Abb. 258: Datenblatt für die Gemeinde Michendorf

Datenblatt für die Gemeinde Michendorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.178
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	105,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	74,8
Kaufkraft je Einwohner in €	6.138
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	40,4
Einzelhandelszentralität	54
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	44
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,11
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,26</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,30</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	25.730
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.360</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.210</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.360</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	25.730
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.410</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.630</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.940</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.750</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	25.730
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.530</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>570</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.630</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	25.730
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.820</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.880</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.380</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>390</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 259: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Michendorf

Gemeinde Michendorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	23	6.195
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	560
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	75
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28	6.830
Bekleidung	2	515
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	1.650
Spielwaren, Musikinstrumente	1	65
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	65
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	515
Zoo- und Heimtierbedarf	2	180
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	3.125
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	15.765
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	10
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	15.775
SUMME	44	25.730

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 260: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Michendorf

Gemeinde Michendorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	27,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	42,4
Bekleidung	6,3
Schuhe, Lederwaren	2,1
Uhren, Schmuck	1,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,2
Spielwaren, Musikinstrumente	0,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,7
Foto, Optik	1,0
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,9
SUMME	74,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.7 Nuthetal, Gemeinde

Abb. 261: Datenblatt für die Gemeinde Nuthetal

Datenblatt für die Gemeinde Nuthetal 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.930
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	105,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	55,0
Kaufkraft je Einwohner in €	6.156
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	17,3
Einzelhandelszentralität	31
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	25
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	20
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,54
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,10</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,04</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.795
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.680</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.795
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>645</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.950</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>390</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.795
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.705</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.795
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.365</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.005</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 262: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Nuthetal

Gemeinde Nuthetal 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	3.235
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	230
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	125
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	15	3.590
Bekleidung	1	120
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	45
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	300
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	150
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	45
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	1	65
Zoo- und Heimtierbedarf	0	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	860
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	195
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	345
SUMME	25	4.795

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 263: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Nuthetal

Gemeinde Nuthetal 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	20,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	31,2
Bekleidung	4,6
Schuhe, Lederwaren	1,5
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,2
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,3
SUMME	55,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.8 Schwielowsee, Gemeinde

Abb. 264: Datenblatt für die Gemeinde Schwielowsee

Datenblatt für die Gemeinde Schwielowsee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	10.494
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	103,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	63,4
Kaufkraft je Einwohner in €	6.042
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	31,3
Einzelhandelszentralität	49
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	36
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	14
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,70
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,29</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,24</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,16</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	17.835
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.640</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.400</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.340</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	17.835
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.220</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	17.835
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.700</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	17.835
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>730</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.865</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>960</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.830</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 265: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Schwielowsee

Gemeinde Schwielowsee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13	2.730
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	260
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	65
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16	3.055
Bekleidung	3	185
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.125
Spielwaren, Musikinstrumente	0	20
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	555
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	235
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	300
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	135
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14	2.565
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	2.105
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	10.080
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	30
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	12.215
SUMME	36	17.835

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 266: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Schwielowsee

Gemeinde Schwielowsee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	23,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	36,0
Bekleidung	5,4
Schuhe, Lederwaren	1,8
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,9
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,4
SUMME	63,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.9 Seddiner See, Gemeinde

Abb. 267: Datenblatt für die Gemeinde Seddiner See

Datenblatt für die Gemeinde Seddiner See 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.349
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	23,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.350
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	6,2
Einzelhandelszentralität	27
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	11
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,47
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,27</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,17</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.060
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.060
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.820</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.060
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.820</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.060
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 268: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Seddiner See

Gemeinde Seddiner See 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	6	1.000
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	120
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	50
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8	1.170
Bekleidung	0	5
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	55
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	10
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	50
Zoo- und Heimtierbedarf	0	15
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	135
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	750
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	755
SUMME	11	2.060

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 269: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Seddiner See

Gemeinde Seddiner See 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13,2
Bekleidung	2,0
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,8
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,1
SUMME	23,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.10 Stahnsdorf, Gemeinde

Abb. 270: Datenblatt für die Gemeinde Stahnsdorf

Datenblatt für die Gemeinde Stahnsdorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	15.127
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	107,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	94,4
Kaufkraft je Einwohner in €	6.240
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	33,8
Einzelhandelszentralität	36
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	49
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	33
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	8
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	8
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,03
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,27
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,15
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,62
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	15.615
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.485
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.200
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	3.400
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	840
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	8.690
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	15.615
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	1.080
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	5.500
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	9.035
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	15.615
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	4.370
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	1.475
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	9.770
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	15.615
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	2.330
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	685
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	225
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	1.395
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	10.710
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	225

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 271: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Stahnsdorf

Gemeinde Stahnsdorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	14	3.690
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	270
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	100
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18	4.060
Bekleidung	2	245
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	425
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	345
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	150
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	380
Foto, Optik	2	195
Blumen, Topfpflanzen	3	135
Zoo- und Heimtierbedarf	3	270
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21	2.245
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	650
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	8.505
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	155
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	9.310
SUMME	49	15.615

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 272: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Stahnsdorf

Gemeinde Stahnsdorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	34,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	16,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	53,6
Bekleidung	8,0
Schuhe, Lederwaren	2,6
Uhren, Schmuck	1,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7,2
Foto, Optik	1,2
Blumen, Topfpflanzen	0,7
Zoo- und Heimtierbedarf	0,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	28,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	5,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,5
SUMME	94,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.11 Teltow, Stadt

Abb. 273: Datenblatt für die Stadt Teltow

Datenblatt für die Stadt Teltow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	25.483
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	100,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	149,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.883
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	166,3
Einzelhandelszentralität	111
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	116
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>62</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
Anzahl Leerstände	33
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,39
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,95</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.840
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.700</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.000</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.270</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.810</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.060</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.840
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.295</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.095</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.425</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.025</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.840
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.395</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.510</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.935</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.840
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.170</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.170</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.970</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>39.180</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 274: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Teltow

Stadt Teltow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	39	16.040
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10	3.200
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8	710
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	57	19.950
Bekleidung	10	11.170
Schuhe, Lederwaren	2	2.450
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	2.595
Spielwaren, Musikinstrumente	2	1.410
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	1.305
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	660
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5	2.160
Foto, Optik	4	335
Blumen, Topfpflanzen	4	180
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.825
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41	24.135
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	6	6.060
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11	10.415
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	280
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18	16.755
SUMME	116	60.840

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 275: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Teltow

Stadt Teltow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	55,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	26,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	85,1
Bekleidung	12,7
Schuhe, Lederwaren	4,2
Uhren, Schmuck	2,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,5
Foto, Optik	2,0
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,8
SUMME	149,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.12 Treuenbrietzen, Stadt

Abb. 276: Datenblatt für die Stadt Treuenbrietzen

Datenblatt für die Stadt Treuenbrietzen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.379
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	38,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.210
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	22,9
Einzelhandelszentralität	60
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	69
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>54</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	37
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,12
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,29</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,31</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.275
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.430</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.520</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.675</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.275
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.205</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.045</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.875</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.150</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.275
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.355</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.025</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>895</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.275
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.325</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.340</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.620</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 277: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Treuenbrietzen

Stadt Treuenbrietzen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	24	3.095
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6	570
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	180
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34	3.845
Bekleidung	8	645
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	210
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5	375
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	3	250
Zoo- und Heimtierbedarf	1	250
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26	2.150
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	2.085
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	195
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	2.280
SUMME	69	8.275

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 278: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Treuenbrietzen

Stadt Treuenbrietzen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21,8
Bekleidung	3,3
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,9
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,1
SUMME	38,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.13 Werder (Havel), Stadt

Abb. 279: Datenblatt für die Stadt Werder (Havel)

Datenblatt für die Stadt Werder (Havel) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	24.856
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	139,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.591
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	123,6
Einzelhandelszentralität	89
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	187
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>123</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30</i>
Anzahl Leerstände	35
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,81
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,74</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.010
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.535</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.265</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.090</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.020</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.010
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.680</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.320</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.595</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.115</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.010
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.095</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.295</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.690</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.930</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.010
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.510</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.125</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.285</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.510</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.390</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>690</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 280: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Werder (Havel)

Stadt Werder (Havel) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	66	14.915
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12	2.665
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	800
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	87	18.380
Bekleidung	21	5.205
Schuhe, Lederwaren	7	1.345
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	13	1.825
Spielwaren, Musikinstrumente	0	40
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	1.290
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	890
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	990
Foto, Optik	5	225
Blumen, Topfpflanzen	9	755
Zoo- und Heimtierbedarf	3	895
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	81	13.685
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	4.565
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11	8.265
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	115
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19	12.945
SUMME	187	45.010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 281: Kaufkraft, Umsätze und Zentralitätskennziffern nach Warengruppen in der Stadt Werder (Havel)

Stadt Werder (Havel) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	51,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	24,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	78,9
Bekleidung	11,8
Schuhe, Lederwaren	3,9
Uhren, Schmuck	1,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,6
Foto, Optik	1,8
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,4
SUMME	139,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.14 Wiesenburg/Mark, Gemeinde

Abb. 282: Datenblatt für die Gemeinde Wiesenburg/Mark

Datenblatt für die Gemeinde Wiesenburg/Mark 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.420
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	21,9
Kaufkraft je Einwohner in €	4.964
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	9,1
Einzelhandelszentralität	42
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	21
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,60
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,44</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,10</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,06</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.635
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>770</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.635
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.170</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.635
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.125</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.635
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>905</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 283: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Wiesenburg/Mark

Gemeinde Wiesenburg/Mark 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	1.750
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	155
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	50
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12	1.955
Bekleidung	1	150
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	155
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	60
Zoo- und Heimtierbedarf	0	20
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	430
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	250
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	250
SUMME	21	2.635

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 284: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Wiesenburg/Mark

Gemeinde Wiesenburg/Mark 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,5
Bekleidung	1,9
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,9
SUMME	21,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.15 Amt Beetzsee

Abb. 285: Datenblatt für das Amt Beetzsee

Datenblatt für das Amt Beetzsee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.141
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	45,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.534
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	6,4
Einzelhandelszentralität	14
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	31
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	12
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,20
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,11</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,04</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,04</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.605
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.605
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.185</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.605
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>825</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.605
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 286: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Beetzsee

Amt Beetzsee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	15	780
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	135
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18	915
Bekleidung	1	45
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	180
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	1	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	360
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	195
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	90
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	330
SUMME	31	1.605

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 287: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Beetzsee

Amt Beetzsee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25,6
Bekleidung	3,8
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,4
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,0
SUMME	45,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.16 Amt Brück

Abb. 288: Datenblatt für das Amt Brück

Datenblatt für das Amt Brück 2016	
Einwohner (31.12.2015)	10.792
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	57,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.339
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	45,9
Einzelhandelszentralität	80
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	67
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>46</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
Anzahl Leerstände	32
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,60
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,27</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	17.295
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.070</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.515</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.810</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	17.295
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.595</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.660</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.040</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	17.295
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.770</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.575</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.950</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	17.295
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.605</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.245</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.545</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.045</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 289: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Brück

Amt Brück 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	35	7.025
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	1.195
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	230
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	43	8.450
Bekleidung	0	275
Schuhe, Lederwaren	1	65
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	325
Spielwaren, Musikinstrumente	1	90
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	395
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	7	1.265
Zoo- und Heimtierbedarf	0	360
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12	2.865
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	780
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	4.915
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	285
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12	5.980
SUMME	67	17.295

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 290: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Brück

Amt Brück 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	21,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	32,7
Bekleidung	4,9
Schuhe, Lederwaren	1,6
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,4
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,6
SUMME	57,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.17 Amt Niemegek

Abb. 291: Datenblatt für das Amt Niemegek

Datenblatt für das Amt Niemegek 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.706
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	24,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.093
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	21,1
Einzelhandelszentralität	88
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	28
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	27
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,59
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,97</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,43</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,19</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.495
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.410</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.495
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.760</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.395</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.740</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.495
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.950</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.785</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.760</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.495
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.610</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.420</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>645</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.460</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 292: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Niemeck

Amt Niemeck 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	14	3.980
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	580
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	4.560
Bekleidung	1	620
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	625
Spielwaren, Musikinstrumente	0	100
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	165
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	110
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	105
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	225
Zoo- und Heimtierbedarf	1	75
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	2.025
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	200
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	660
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	50
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	910
SUMME	28	7.495

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 293: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Niemeck

Amt Niemeck 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13,6
Bekleidung	2,0
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,8
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,2
SUMME	24,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.18 Amt Wusterwitz

Abb. 294: Datenblatt für das Amt Wusterwitz

Datenblatt für das Amt Wusterwitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.197
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	27,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.245
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	11,9
Einzelhandelszentralität	44
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	27
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,90
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,20</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,34</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.675
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>790</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.700</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.675
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.470</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.370</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>835</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.675
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.620</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.055</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.675
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>790</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>915</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.875</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 295: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Wusterwitz

Amt Wusterwitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	1.745
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	125
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	10
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	1.880
Bekleidung	3	395
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	55
Spielwaren, Musikinstrumente	1	85
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	220
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	110
Zoo- und Heimtierbedarf	0	25
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	1.025
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	1.770
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	1.770
SUMME	27	4.675

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 296: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Wusterwitz

Amt Wusterwitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	15,5
Bekleidung	2,3
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,1
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,6
SUMME	27,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.3.19 Amt Ziesar

Abb. 297: Datenblatt für das Amt Ziesar

Datenblatt für das Amt Ziesar 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.109
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	29,9
Kaufkraft je Einwohner in €	4.901
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	22,4
Einzelhandelszentralität	75
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	58
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
Anzahl Leerstände	18
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,21
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,27</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.410
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.295</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.890</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.410
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.590</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.475</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>345</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.410
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.995</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.415</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.410
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.405</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.475</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.740</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 298: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Ziesar

Amt Ziesar 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	24	3.345
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	235
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	165
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	27	3.745
Bekleidung	1	105
Schuhe, Lederwaren	2	95
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	405
Spielwaren, Musikinstrumente	2	195
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6	415
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	4	210
Zoo- und Heimtierbedarf	0	125
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22	1.640
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	270
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	1.620
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	2.025
SUMME	58	7.410

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 299: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Ziesar

Amt Ziesar 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17,0
Bekleidung	2,5
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,3
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,0
SUMME	29,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4 Landkreis Oberhavel

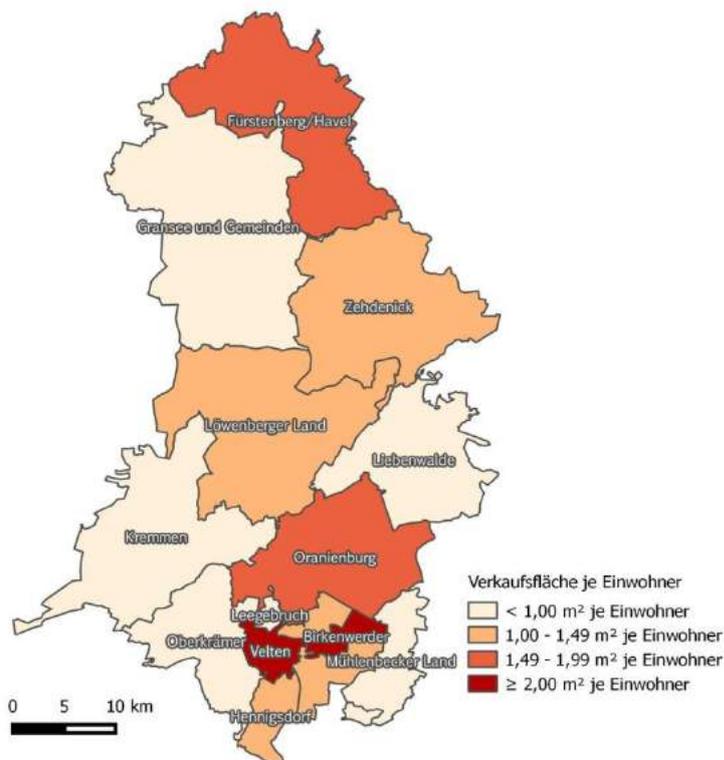
Abb. 300: Datenblatt für den Landkreis Oberhavel

Datenblatt für den Landkreis Oberhavel 2016	
Einwohner (31.12.2015)	207.479
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	1.152,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.553
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	752,6
Einzelhandelszentralität	65
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.062
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>743</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>138</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>181</i>
Anzahl Leerstände	304
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,37
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,32</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	284.210
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.435</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.700</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>73.035</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>80.505</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>76.050</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	284.210
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>57.820</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.000</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.000</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>70.120</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>125.785</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	284.210
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>121.430</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.705</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>83.140</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>69.450</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	284.210
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>44.180</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.265</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.665</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.250</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>152.895</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>670</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.960</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.840</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

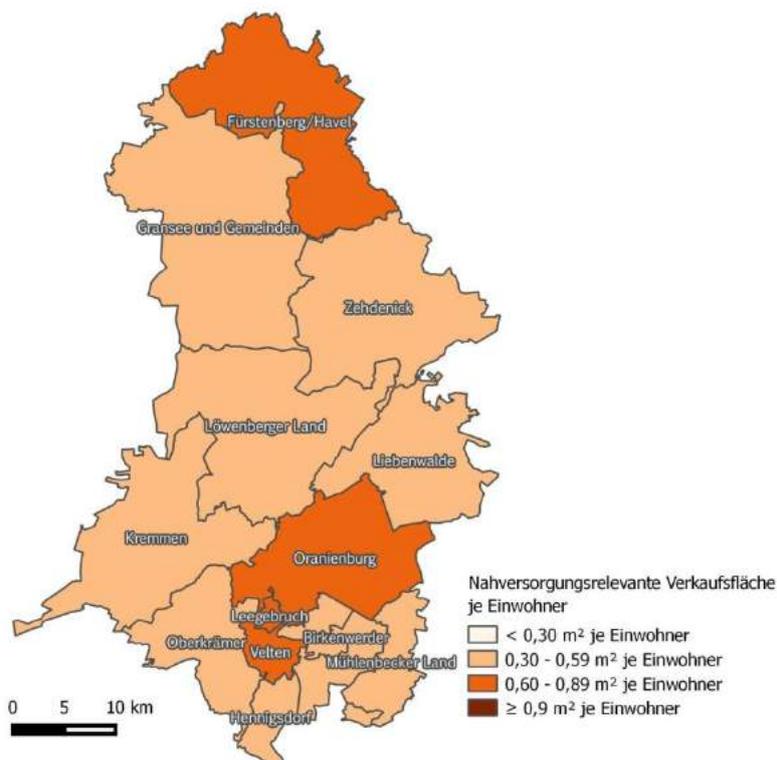
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 301: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Oberhavel



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 302: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Oberhavel



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.1 Birkenwerder, Gemeinde

Abb. 303: Datenblatt für die Gemeinde Birkenwerder

Datenblatt für die Gemeinde Birkenwerder 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.019
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	104,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	48,7
Kaufkraft je Einwohner in €	6.070
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	35,4
Einzelhandelszentralität	73
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	42
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	33
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	3
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	6
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,34
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,33
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,32
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	1,69
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	18.755
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.485
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	450
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	2.820
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	14.000
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	18.755
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	815
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	3.505
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	14.435
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	18.755
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	4.245
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	14.510
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	18.755
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	1.460
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	360
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	1.125
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	15.060
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	180
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	570

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 304: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Birkenwerder

Gemeinde Birkenwerder 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	17	2.260
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	280
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	105
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	22	2.645
Bekleidung	3	710
Schuhe, Lederwaren	1	55
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	420
Spielwaren, Musikinstrumente	2	260
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	140
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	245
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	480
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	150
Zoo- und Heimtierbedarf	0	30
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15	2.580
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	670
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	12.815
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	13.530
SUMME	42	18.755

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 305: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Birkenwerder

Gemeinde Birkenwerder 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	27,6
Bekleidung	4,1
Schuhe, Lederwaren	1,4
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,7
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,4
SUMME	48,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.2 Fürstenberg/Havel, Stadt

Abb. 306: Datenblatt für die Stadt Fürstenberg/Havel

Datenblatt für die Stadt Fürstenberg/Havel 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.854
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	28,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.887
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	28,8
Einzelhandelszentralität	101
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	50
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>38</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
Anzahl Leerstände	12
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,90
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,75</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,57</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.105
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.710</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.860</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.785</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.105
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.635</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>705</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.765</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.105
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.725</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>705</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.675</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.105
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.360</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.570</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.320</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.360</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 307: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Fürstenberg/Havel

Fürstenberg/Havel 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	16	3.645
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	560
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	180
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	22	4.385
Bekleidung	8	1.110
Schuhe, Lederwaren	1	75
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	910
Spielwaren, Musikinstrumente	0	80
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	300
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	175
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	335
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	3	195
Zoo- und Heimtierbedarf	0	75
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22	3.345
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	255
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	2.995
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	125
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	3.375
SUMME	50	11.105

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 308: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Fürstenberg/Havel

Fürstenberg/Havel 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16,2
Bekleidung	2,4
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,2
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,8
SUMME	28,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.3 Glienicke/Nordbahn, Gemeinde

Abb. 309: Datenblatt für die Gemeinde Glienicke/Nordbahn

Datenblatt für die Gemeinde Glienicke/Nordbahn 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.155
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	112,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	80,0
Kaufkraft je Einwohner in €	6.583
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	25,8
Einzelhandelszentralität	32
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	54
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	42
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	2
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	10
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,66
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,41
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,12
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,13
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.075
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.890
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	300
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	4.145
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	1.740
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.075
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	3.775
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	2.180
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	2.120
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.075
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	6.990
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	1.085
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.075
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	1.320
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	3.010
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	360
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	2.690
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	320
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	180
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	195

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 310: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Glienicke/Nordbahn

Gemeinde Glienicke/Nordbahn 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	19	4.445
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	335
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	215
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	27	4.995
Bekleidung	5	495
Schuhe, Lederwaren	2	90
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	215
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	115
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	35
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	4	230
Zoo- und Heimtierbedarf	0	35
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20	1.440
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	825
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	815
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	1.640
SUMME	54	8.075

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 311: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Glienicke/Nordbahn

Gemeinde Glienicke/Nordbahn 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	29,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	45,4
Bekleidung	6,8
Schuhe, Lederwaren	2,2
Uhren, Schmuck	1,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,3
Spielwaren, Musikinstrumente	1,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,1
Foto, Optik	1,1
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,6
SUMME	80,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.4 Hennigsdorf, Stadt

Abb. 312: Datenblatt für die Stadt Hennigsdorf

Datenblatt der Stadt Hennigsdorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	26.264
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	138,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.279
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	96,7
Einzelhandelszentralität	70
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	126
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>87</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
Anzahl Leerstände	45
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,42
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,34</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,72</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	37.285
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.915</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.510</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.790</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.240</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	37.285
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.280</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>860</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.905</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.995</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.715</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	37.285
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.050</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.610</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.820</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.275</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	37.285
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.870</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.805</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.725</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.230</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>670</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 313: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Hennigsdorf

Stadt Hennigsdorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	34	6.435
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	17	1.800
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8	570
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	59	8.805
Bekleidung	15	2.715
Schuhe, Lederwaren	3	780
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8	2.135
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	480
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	690
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	1.110
Foto, Optik	4	285
Blumen, Topfpflanzen	8	775
Zoo- und Heimtierbedarf	1	325
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	57	9.475
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	11.785
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	6.850
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	370
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	19.005
SUMME	126	37.285

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 314: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Hennigsdorf

Stadt Hennigsdorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	50,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	24,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	78,7
Bekleidung	11,7
Schuhe, Lederwaren	3,9
Uhren, Schmuck	1,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,6
Foto, Optik	1,8
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,3
SUMME	138,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.5 Hohen Neuendorf, Stadt

Abb. 315: Datenblatt für die Stadt Hohen Neuendorf

Datenblatt für die Stadt Hohen Neuendorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	25.519
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	103,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	153,8
Kaufkraft je Einwohner in €	6.025
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	80,8
Einzelhandelszentralität	53
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	106
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>79</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
Anzahl Leerstände	19
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,18
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,43</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,47</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	29.990
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.555</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.420</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.560</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.000</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	29.990
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.330</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.140</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.900</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.310</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.355</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	29.990
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.390</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.285</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.360</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	29.990
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.560</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.265</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.835</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.890</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 316: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Hohen Neuendorf

Stadt Hohen Neuendorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	37	9.035
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7	1.415
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	530
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	49	10.980
Bekleidung	14	1.920
Schuhe, Lederwaren	2	455
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.650
Spielwaren, Musikinstrumente	1	95
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	180
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	730
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	525
Foto, Optik	4	335
Blumen, Topfpflanzen	6	325
Zoo- und Heimtierbedarf	3	725
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	47	7.030
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.065
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	10.675
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	240
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	11.980
SUMME	106	29.990

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 317: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Hohen Neuendorf

Stadt Hohen Neuendorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	56,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	26,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	87,3
Bekleidung	13,0
Schuhe, Lederwaren	4,3
Uhren, Schmuck	2,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,8
Foto, Optik	2,0
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	46,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,3
SUMME	153,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.6 Kremmen, Stadt

Abb. 318: Datenblatt für die Stadt Kremmen

Datenblatt für die Stadt Kremmen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.238
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	39,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.447
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	18,9
Einzelhandelszentralität	48
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	30
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	16
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,84
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,50</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,11</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,23</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.090
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.125</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>795</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.020</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.090
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.565</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.255</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.090
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.875</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.215</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.090
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.845</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.370</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.600</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 319: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Kremmen

Stadt Kremmen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	16	3.175
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	380
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	75
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19	3.630
Bekleidung	1	105
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	255
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	60
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	1	90
Zoo- und Heimtierbedarf	1	115
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	760
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	1.550
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	1.700
SUMME	30	6.090

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 320: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Kremmen

Stadt Kremmen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	22,4
Bekleidung	3,3
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,0
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,2
SUMME	39,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.7 Leegebruch, Gemeinde

Abb. 321: Datenblatt für die Gemeinde Leegebruch

Datenblatt für die Gemeinde Leegebruch 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.678
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	36,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.421
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	18,2
Einzelhandelszentralität	50
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	21
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	0
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,72
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,10</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.795
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.195</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.625</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.795
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.555</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.795
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.555</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.795
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.770</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.650</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>555</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>550</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 322: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Leegebruch

Gemeinde Leegebruch 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	8	3.565
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	310
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	125
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13	4.000
Bekleidung	2	140
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	220
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	45
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	150
Zoo- und Heimtierbedarf	1	90
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	645
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	150
SUMME	21	4.795

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 323: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Leegebruch

Gemeinde Leegebruch 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	13,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20,5
Bekleidung	3,1
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,8
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,8
SUMME	36,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.8 Liebenwalde, Stadt

Abb. 324: Datenblatt für die Stadt Liebenwalde

Datenblatt für die Stadt Liebenwalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.216
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	21,0
Kaufkraft je Einwohner in €	4.982
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	12,2
Einzelhandelszentralität	58
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	24
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,81
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,54</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,15</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,12</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.395
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.435</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>850</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.395
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>555</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.510</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.395
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.795</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.395
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.570</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>660</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>715</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 325: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Liebenwalde

Stadt Liebenwalde Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	2.025
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	140
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	100
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13	2.265
Bekleidung	2	255
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	30
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	135
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	30
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	1	60
Zoo- und Heimtierbedarf	0	30
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	640
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	295
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	490
SUMME	24	3.395

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 326: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Liebenwalde

Stadt Liebenwalde Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11,9
Bekleidung	1,8
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,6
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,8
SUMME	21,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.9 Löwenberger Land, Gemeinde

Abb. 327: Datenblatt für die Gemeinde Löwenberger Land

Datenblatt für die Gemeinde Löwenberger Land 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.101
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	42,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.214
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	22,9
Einzelhandelszentralität	54
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	51
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>39</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	14
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,15
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,46</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,12</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.340
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.755</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.885</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.800</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.340
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.190</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>870</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.280</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.340
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.465</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.215</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.660</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.340
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.220</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.285</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.500</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 328: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Löwenberger Land

Gemeinde Löwenberger Land 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	27	3.290
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	385
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	15
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	30	3.690
Bekleidung	2	265
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	115
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	220
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	4	195
Zoo- und Heimtierbedarf	0	40
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	970
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	550
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	4.085
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	4.680
SUMME	51	9.340

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 329: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Löwenberger Land

Gemeinde Löwenberger Land 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	15,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	24,0
Bekleidung	3,6
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,2
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,6
SUMME	42,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.10 Mühlenbecker Land, Gemeinde

Abb. 330: Datenblatt für die Gemeinde Mühlenbecker Land

Datenblatt für die Gemeinde Mühlenbecker Land 2016	
Einwohner (31.12.2015)	14.795
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	105,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	90,7
Kaufkraft je Einwohner in €	6.128
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	28,3
Einzelhandelszentralität	31
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	40
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,64
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,38</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,10</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.395
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.600</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.395
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.610</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.690</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.395
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.415</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.980</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.395
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.770</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.320</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.310</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 331: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Mühlenbecker Land

Gemeinde Mühlenbecker Land 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	18	4.960
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	415
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	225
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25	5.600
Bekleidung	2	620
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	145
Spielwaren, Musikinstrumente	0	20
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	150
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	60
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	85
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	0	55
Zoo- und Heimtierbedarf	2	275
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	1.455
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	300
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	2.040
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	2.340
SUMME	40	9.395

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 332: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Mühlenbecker Land

Gemeinde Mühlenbecker Land 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	33,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	15,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	51,5
Bekleidung	7,7
Schuhe, Lederwaren	2,5
Uhren, Schmuck	1,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,9
Foto, Optik	1,2
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	27,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,0
SUMME	90,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.11 Oberkrämer, Gemeinde

Abb. 333: Datenblatt für die Gemeinde Oberkrämer

Datenblatt für die Gemeinde Oberkrämer 2016	
Einwohner (31.12.2015)	10.876
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	103,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	65,3
Kaufkraft je Einwohner in €	6.005
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	21,1
Einzelhandelszentralität	32
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	27
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,86
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,32</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.315
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.070</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.985</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.315
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.030</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.140</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.145</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.315
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.005</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.310</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.315
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.290</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>850</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>705</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.065</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 334: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Oberkrämer

Gemeinde Oberkrämer Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13	3.120
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	265
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	115
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16	3.500
Bekleidung	2	345
Schuhe, Lederwaren	0	30
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	4.300
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	595
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	100
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	30
Zoo- und Heimtierbedarf	1	220
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	5.620
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	195
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	195
SUMME	27	9.315

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 335: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Oberkrämer

Gemeinde Oberkrämer Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	24,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	37,1
Bekleidung	5,5
Schuhe, Lederwaren	1,8
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,1
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,0
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,6
SUMME	65,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.12 Oranienburg, Stadt

Abb. 336: Datenblatt für die Stadt Oranienburg

Datenblatt für die Stadt Oranienburg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	43.526
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	236,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.423
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	220,1
Einzelhandelszentralität	93
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	275
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	177
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	42
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	56
Anzahl Leerstände	75
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,88
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,64
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,46
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,78
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	81.790
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	7.965
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	6.300
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	21.560
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	35.065
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	10.900
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	81.790
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	12.345
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	9.870
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	20.990
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	38.585
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	81.790
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	31.320
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	4.095
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	9.470
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	36.905
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	81.790
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	9.880
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	10.720
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	1.620
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	9.700
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	46.435
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	1.185
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	2.250

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 337: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Oranienburg

Stadt Oranienburg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	93	22.415
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22	4.100
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	12	1.185
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	127	27.700
Bekleidung	32	4.530
Schuhe, Lederwaren	9	1.645
Uhren, Schmuck	3	145
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	14	3.940
Spielwaren, Musikinstrumente	5	820
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	11	1.615
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.805
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	19	2.965
Foto, Optik	7	460
Blumen, Topfpflanzen	15	940
Zoo- und Heimtierbedarf	2	1.145
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	121	20.010
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	9	11.510
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	15	22.100
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	470
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	27	34.080
SUMME	275	81.790

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 338: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Oranienburg

Stadt Oranienburg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	86,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	41,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	134,0
Bekleidung	20,0
Schuhe, Lederwaren	6,6
Uhren, Schmuck	3,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,8
Spielwaren, Musikinstrumente	2,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	18,1
Foto, Optik	3,1
Blumen, Topfpflanzen	1,7
Zoo- und Heimtierbedarf	1,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	70,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	12,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	13,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	31,2
SUMME	236,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.13 Velten, Stadt

Abb. 339: Datenblatt für die Stadt Velten

Datenblatt für die Stadt Velten 2016	
Einwohner (31.12.2015)	11.766
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	61,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.217
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	70,0
Einzelhandelszentralität	114
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	64
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>39</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
Anzahl Leerstände	35
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,29
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,43</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,19</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.930
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.755</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.250</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.625</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.800</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.930
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.125</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.505</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.190</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.110</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.930
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.175</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.755</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.930
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.365</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>965</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.740</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.540</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 340: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Velten

Stadt Velten 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	26	6.630
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7	1.105
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	215
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34	7.950
Bekleidung	5	1.265
Schuhe, Lederwaren	0	80
Uhren, Schmuck	2	100
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.555
Spielwaren, Musikinstrumente	0	75
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	220
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	220
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	735
Foto, Optik	0	10
Blumen, Topfpflanzen	3	285
Zoo- und Heimtierbedarf	0	470
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20	5.015
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	450
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	13.385
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	130
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	13.965
SUMME	64	26.930

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 341: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Velten

Stadt Velten 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	22,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34,8
Bekleidung	5,2
Schuhe, Lederwaren	1,7
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,7
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,1
SUMME	61,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.14 Zehdenick, Stadt

Abb. 342: Datenblatt für die Stadt Zehdenick

Datenblatt für die Stadt Zehdenick 2016	
Einwohner (31.12.2015)	13.409
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	65,5
Kaufkraft je Einwohner in €	4.882
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	50,5
Einzelhandelszentralität	77
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	97
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	74
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	10
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	13
Anzahl Leerstände	44
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,47
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,49
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,37
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,61
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.750
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	3.330
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.500
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	6.460
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	1.350
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	7.110
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.750
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	5.020
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	14.340
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	390
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.750
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	16.325
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	1.650
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	1.775
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.750
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	2.870
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	1.440
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	810
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	3.920
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	10.020
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	420
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	270

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 343: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Zehdenick

Stadt Zehdenick 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	38	5.565
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8	750
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	270
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	49	6.585
Bekleidung	14	1.255
Schuhe, Lederwaren	2	205
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	1.080
Spielwaren, Musikinstrumente	0	80
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	495
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	370
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	430
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	6	385
Zoo- und Heimtierbedarf	3	440
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	39	4.965
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	1.285
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	6.905
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	10
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	8.200
SUMME	97	19.750

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 344: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Zehdenick

Stadt Zehdenick 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	24,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	37,2
Bekleidung	5,5
Schuhe, Lederwaren	1,8
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,1
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,0
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,7
SUMME	65,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.4.15 Amt Gransee

Abb. 345: Datenblatt für das Amt Gransee

Datenblatt für das Amt Gransee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.063
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	44,8
Kaufkraft je Einwohner in €	4.942
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	23,0
Einzelhandelszentralität	51
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	55
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>38</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	17
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,90
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.200
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.710</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.030</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.810</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.200
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.130</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.200
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.295</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.105</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.800</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.200
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.030</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.190</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.300</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.945</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 346: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Gransee

Amt Gransee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	21	3.030
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	445
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	220
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28	3.695
Bekleidung	4	935
Schuhe, Lederwaren	1	85
Uhren, Schmuck	1	50
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	970
Spielwaren, Musikinstrumente	1	95
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	175
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	100
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	470
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	5	265
Zoo- und Heimtierbedarf	0	105
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	23	3.340
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	50
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	1.040
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	75
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	1.165
SUMME	55	8.200

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 347: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Gransee

Amt Gransee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25,4
Bekleidung	3,8
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,4
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,9
SUMME	44,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5 Landkreis Teltow-Fläming

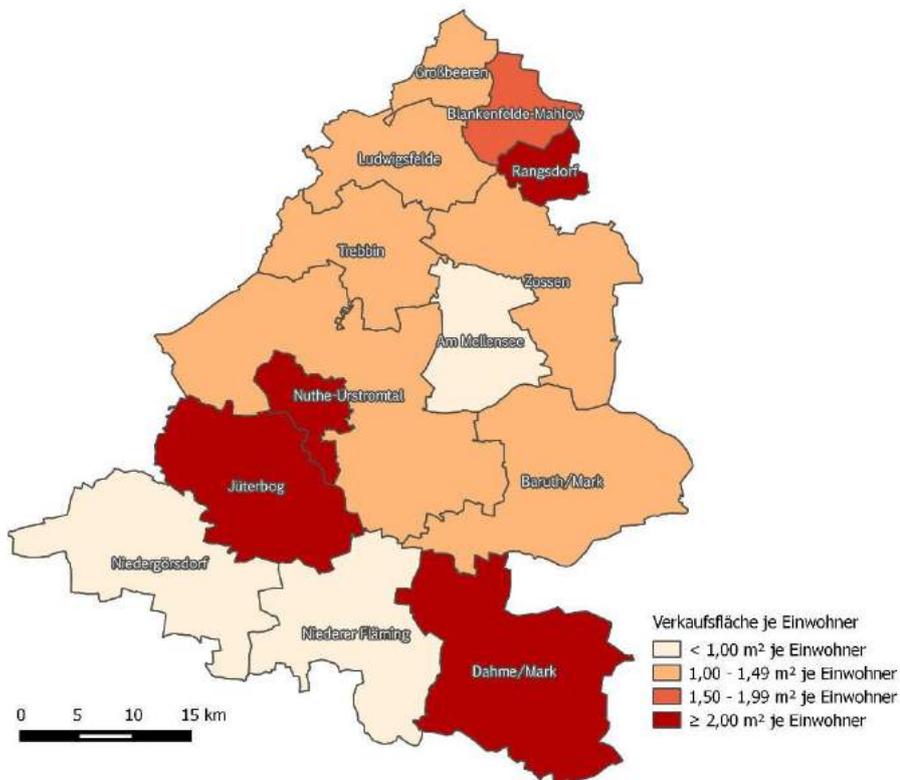
Abb. 348: Datenblatt für den Landkreis Teltow-Fläming

Datenblatt für den Landkreis Teltow-Fläming 2016	
Einwohner (31.12.2015)	163.553
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	886,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.423
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	694,7
Einzelhandelszentralität	78
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.000
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>679</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>141</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
Anzahl Leerstände	401
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,75
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,46</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	286.945
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.520</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>55.210</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>110.395</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>69.670</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	286.945
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>44.345</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.765</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.460</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>86.755</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>131.620</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	286.945
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>151.325</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.255</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.065</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>82.300</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	286.945
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>38.875</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>46.535</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.615</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>38.035</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>148.395</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.710</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.700</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

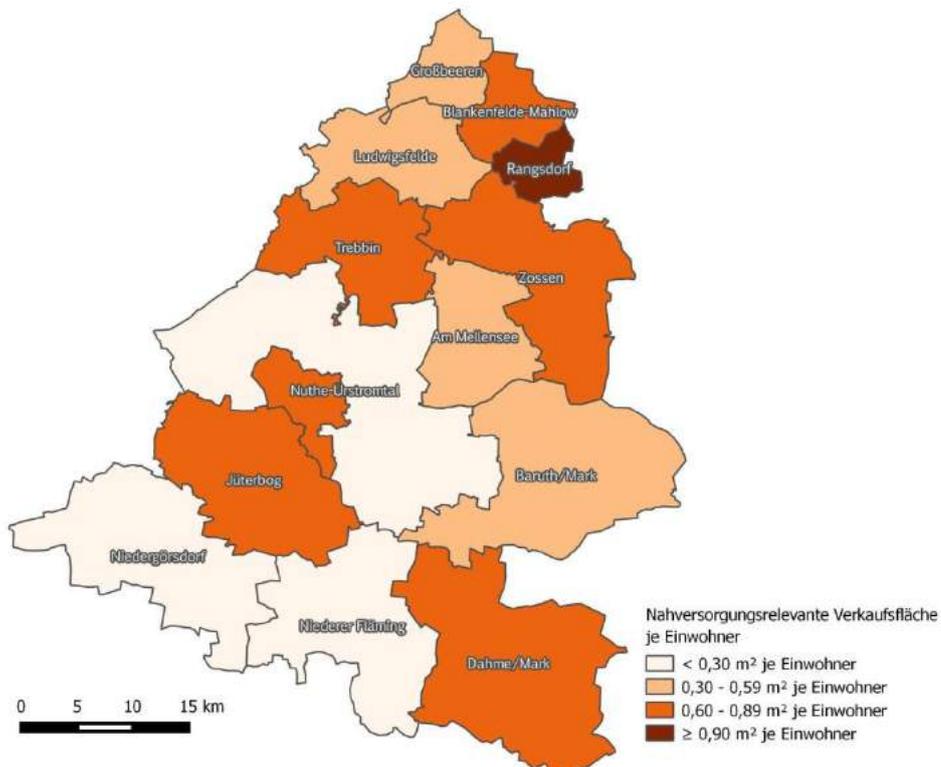
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 349: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Teltow-Fläming



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 350: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Teltow-Fläming



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.1 Am Mellensee, Gemeinde

Abb. 351: Datenblatt für die Gemeinde Am Mellensee

Datenblatt für die Gemeinde Am Mellensee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.628
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	35,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.420
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	15,8
Einzelhandelszentralität	44
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	37
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
Anzahl Leerstände	16
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,87
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,26</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,05</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.755
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.395</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.160</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.050</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.755
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.535</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.925</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>980</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.755
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.595</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.160</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.755
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.520</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>870</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.160</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 352: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Am Mellensee

Gemeinde Am Mellensee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	17	3.210
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	345
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	140
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21	3.695
Bekleidung	2	650
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	660
Spielwaren, Musikinstrumente	0	25
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	50
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	4	210
Zoo- und Heimtierbedarf	0	40
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12	1.725
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	335
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	335
SUMME	37	5.755

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 353: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Am Mellensee

Gemeinde Am Mellensee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	13,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20,4
Bekleidung	3,0
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,7
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,8
SUMME	35,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.2 Baruth/Mark, Stadt

Abb. 354: Datenblatt für die Stadt Baruth/Mark

Datenblatt der Stadt Baruth/Mark 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.146
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	101,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	24,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.930
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	13,8
Einzelhandelszentralität	56
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	42
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	19
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,22
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,57</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.070
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.530</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.250</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.690</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.070
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.675</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.260</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.070
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.935</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.070
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>770</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.130</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.830</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>980</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 355: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Baruth/Mark

Stadt Baruth/Mark 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	16	1.995
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	180
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	195
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	22	2.370
Bekleidung	1	80
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	385
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	390
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	75
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	105
Zoo- und Heimtierbedarf	0	25
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15	1.150
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	480
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	1.070
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	1.550
SUMME	42	5.070

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 356: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Baruth/Mark

Stadt Baruth/Mark 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	9,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	14,0
Bekleidung	2,1
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,9
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,3
SUMME	24,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.3 Blankenfelde-Mahlow, Gemeinde

Abb. 357: Datenblatt für die Gemeinde Blankenfelde-Mahlow

Datenblatt für die Gemeinde Blankenfelde-Mahlow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	26.319
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	100,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	154,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.852
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	102,5
Einzelhandelszentralität	67
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	111
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>74</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28</i>
Anzahl Leerstände	19
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,55
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,31</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	40.770
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.330</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.620</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.420</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.050</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	40.770
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.235</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>830</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.335</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.185</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.185</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	40.770
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.490</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.535</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.745</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	40.770
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.840</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.525</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.625</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.415</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 358: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Blankenfelde-Mahlow

Gemeinde Blankenfelde-Mahlow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	35	14.180
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9	1.905
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	605
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	53	16.690
Bekleidung	11	2.840
Schuhe, Lederwaren	2	120
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	1.915
Spielwaren, Musikinstrumente	1	125
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	520
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	570
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	705
Foto, Optik	6	270
Blumen, Topfpflanzen	10	470
Zoo- und Heimtierbedarf	2	655
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	48	8.280
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	2.100
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	13.565
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	15.800
SUMME	111	40.770

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 359: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Blankenfelde-Mahlow

Gemeinde Blankenfelde-Mahlow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	56,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	26,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	87,4
Bekleidung	13,0
Schuhe, Lederwaren	4,3
Uhren, Schmuck	2,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,8
Foto, Optik	2,0
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	46,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,4
SUMME	154,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.4 Großbeeren, Gemeinde

Abb. 360: Datenblatt für die Gemeinde Großbeeren

Datenblatt für die Gemeinde Großbeeren 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.398
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	103,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	50,9
Kaufkraft je Einwohner in €	6.056
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	23,9
Einzelhandelszentralität	47
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	34
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
Anzahl Leerstände	8
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,17
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,22</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,43</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.785
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.560</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.620</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.785
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>570</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.170</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.785
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.835</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>685</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.265</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.785
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.990</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.205</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.405</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.780</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 361: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Großbeeren

Gemeinde Großbeeren 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	14	3.595
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	330
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	410
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18	4.335
Bekleidung	2	510
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	870
Spielwaren, Musikinstrumente	1	55
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	150
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	1	155
Zoo- und Heimtierbedarf	0	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	1.830
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	45
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	3.575
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	3.620
SUMME	34	9.785

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 362: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Großbeeren

Gemeinde Großbeeren 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	18,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28,9
Bekleidung	4,3
Schuhe, Lederwaren	1,4
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,9
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,7
SUMME	50,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.5 Jüterbog, Stadt

Abb. 363: Datenblatt für die Stadt Jüterbog

Datenblatt für die Stadt Jüterbog 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.314
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	61,1
Kaufkraft je Einwohner in €	4.961
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	78,1
Einzelhandelszentralität	128
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	133
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>95</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22</i>
Anzahl Leerstände	48
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,61
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,74</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,09</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	32.110
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.275</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.400</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.455</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.980</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	32.110
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.710</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.295</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.590</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.515</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	32.110
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.870</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>995</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.245</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	32.110
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.930</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.665</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.060</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.465</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.000</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 364: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Jüterbog

Stadt Jüterbog 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	35	7.835
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11	1.190
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6	620
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	52	9.645
Bekleidung	17	2.485
Schuhe, Lederwaren	5	845
Uhren, Schmuck	4	185
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	17	2.350
Spielwaren, Musikinstrumente	1	310
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	585
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	730
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10	1.185
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	3	135
Zoo- und Heimtierbedarf	1	175
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	68	9.075
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	5.200
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9	8.105
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	85
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	13.390
SUMME	133	32.110

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 365: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Jüterbog

Stadt Jüterbog 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	22,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34,7
Bekleidung	5,2
Schuhe, Lederwaren	1,7
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,7
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,1
SUMME	61,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.6 Luckenwalde, Stadt

Abb. 366: Datenblatt für die Stadt Luckenwalde

Datenblatt für die Stadt Luckenwalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	20.358
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	101,7
Kaufkraft je Einwohner in €	4.996
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	122,7
Einzelhandelszentralität	121
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	180
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>110</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>37</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33</i>
Anzahl Leerstände	128
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,60
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,85</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,05</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	52.975
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.915</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.005</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.195</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.310</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	52.975
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.785</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.935</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.490</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.045</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.720</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	52.975
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.765</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>670</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.540</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	52.975
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.690</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.430</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.260</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.075</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.070</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 367: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Luckenwalde

Stadt Luckenwalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	51	14.255
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11	1.940
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	1.105
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	71	17.300
Bekleidung	17	2.940
Schuhe, Lederwaren	3	770
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	15	3.255
Spielwaren, Musikinstrumente	1	345
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7	660
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	1.060
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	13	2.060
Foto, Optik	3	345
Blumen, Topfpflanzen	11	1.675
Zoo- und Heimtierbedarf	2	970
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	80	14.215
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	9	6.135
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	18	15.065
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	260
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	29	21.460
SUMME	180	52.975

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 368: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Luckenwalde

Stadt Luckenwalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	37,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	17,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	57,7
Bekleidung	8,6
Schuhe, Lederwaren	2,8
Uhren, Schmuck	1,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,6
Spielwaren, Musikinstrumente	1,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7,8
Foto, Optik	1,3
Blumen, Topfpflanzen	0,7
Zoo- und Heimtierbedarf	0,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	30,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	5,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,5
SUMME	101,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.7 Ludwigsfelde, Stadt

Abb. 369: Datenblatt für die Stadt Ludwigsfelde

Datenblatt für die Stadt Ludwigsfelde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	25.030
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	138,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.551
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	103,1
Einzelhandelszentralität	74
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	111
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>67</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
Anzahl Leerstände	14
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,44
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,35</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	36.070
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.015</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.055</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.290</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.260</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	36.070
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.335</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.615</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.210</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.910</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	36.070
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.275</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.205</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.590</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	36.070
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.490</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.875</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.330</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.265</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>525</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 370: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Ludwigsfelde

Stadt Ludwigsfelde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	32	10.415
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10	1.920
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8	760
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	50	13.095
Bekleidung	11	2.420
Schuhe, Lederwaren	2	385
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	785
Spielwaren, Musikinstrumente	0	130
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	1.445
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	415
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6	1.385
Foto, Optik	4	180
Blumen, Topfpflanzen	8	605
Zoo- und Heimtierbedarf	1	1.000
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	44	8.885
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	920
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	12	12.890
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	280
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17	14.090
SUMME	111	36.070

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 371: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Ludwigsfelde

Stadt Ludwigsfelde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	51,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	24,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	78,9
Bekleidung	11,8
Schuhe, Lederwaren	3,9
Uhren, Schmuck	1,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,6
Foto, Optik	1,8
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,4
SUMME	138,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.8 Niedergörsdorf, Gemeinde

Abb. 372: Datenblatt für die Gemeinde Niedergörsdorf

Datenblatt für die Gemeinde Niedergörsdorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.084
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	82,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	29,3
Kaufkraft je Einwohner in €	4.814
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	8,7
Einzelhandelszentralität	30
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	26
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	18
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,93
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,22</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,11</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.670
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>790</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.680</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.670
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.965</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.390</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.315</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.670
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.430</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.240</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.670
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>790</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.680</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Abb. 373: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Niedergörsdorf

Gemeinde Niedergörsdorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	12	1.250
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	35
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	50
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13	1.335
Bekleidung	0	25
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	265
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	150
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	75
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	145
Zoo- und Heimtierbedarf	0	10
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	670
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	1.680
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	1.940
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	3.665
SUMME	26	5.670

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 374: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Niedergörsdorf

Gemeinde Niedergörsdorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16,6
Bekleidung	2,5
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,2
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,9
SUMME	29,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.9 Niederer Fläming, Gemeinde

Abb. 375: Datenblatt für die Gemeinde Niederer Fläming

Datenblatt für die Gemeinde Niederer Fläming 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.160
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	15,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.942
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	1,9
Einzelhandelszentralität	12
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	9
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	7
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	2
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	0
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,19
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,10
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,01
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,08
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	615
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	315
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	300
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	615
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	465
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	150
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	615
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	240
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	375
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	615
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	195
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	285
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 376: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Niederer Fläming

Gemeinde Niederer Fläming 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	5	330
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	5	330
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	45
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	90
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	150
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	240
SUMME	9	615

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 377: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Niederer Fläming

Gemeinde Niederer Fläming 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8,9
Bekleidung	1,3
Schuhe, Lederwaren	0,4
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,2
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	0,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,1
SUMME	15,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.10 Nuthe-Urstromtal, Gemeinde

Abb. 378: Datenblatt für die Gemeinde Nuthe-Urstromtal

Datenblatt für die Gemeinde Nuthe-Urstromtal 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.703
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	35,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.315
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	7,0
Einzelhandelszentralität	20
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	19
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,10
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,18</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.360
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.370</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.360
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.705</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.655</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.360
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.300</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.835</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.360
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.520</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 379: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Nuthe-Urstromtal

Gemeinde Nuthe-Urstromtal 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	735
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	120
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	20
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	875
Bekleidung	0	45
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	845
Spielwaren, Musikinstrumente	0	40
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	20
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	75
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	150
Zoo- und Heimtierbedarf	0	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	1.230
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	40
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	5.215
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	5.255
SUMME	19	7.360

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 380: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Nuthe-Urstromtal

Gemeinde Nuthe-Urstromtal 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	13,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20,2
Bekleidung	3,0
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,7
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,7
SUMME	35,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.11 Rangsdorf, Gemeinde

Abb. 381: Datenblatt für die Gemeinde Rangsdorf

Datenblatt für die Gemeinde Rangsdorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	10.848
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	103,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	65,6
Kaufkraft je Einwohner in €	6.046
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	97,5
Einzelhandelszentralität	149
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	53
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	4,19
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,96</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,38</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,85</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.490
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.440</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.340</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.760</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.050</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.490
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.970</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.055</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.490
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.145</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.255</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	45.490
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.650</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.500</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.545</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.590</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.710</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 382: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Rangsdorf

Gemeinde Rangsdorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	19	8.865
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	1.155
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	395
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	24	10.415
Bekleidung	8	3.805
Schuhe, Lederwaren	3	1.285
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	1.680
Spielwaren, Musikinstrumente	1	580
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	1.450
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	1.540
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	2.440
Foto, Optik	2	120
Blumen, Topfpflanzen	3	255
Zoo- und Heimtierbedarf	1	1.710
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26	14.955
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	710
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	19.190
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	220
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	20.120
SUMME	53	45.490

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 383: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Rangsdorf

Gemeinde Rangsdorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	24,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	37,2
Bekleidung	5,5
Schuhe, Lederwaren	1,8
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,1
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,0
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,7
SUMME	65,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.12 Trebbin, Stadt

Abb. 384: Datenblatt für die Stadt Trebbin

Datenblatt für die Stadt Trebbin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.394
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	49,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.311
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	33,5
Einzelhandelszentralität	67
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	70
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>50</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
Anzahl Leerstände	27
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,14
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.690
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.250</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.600</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.190</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.690
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.650</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.470</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>345</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.690
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.080</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.280</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.690
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.760</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.600</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.910</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.745</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 385: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Trebbin

Stadt Trebbin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	29	5.710
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	435
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	180
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34	6.325
Bekleidung	4	805
Schuhe, Lederwaren	1	65
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	1.090
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	95
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	165
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	130
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	185
Zoo- und Heimtierbedarf	3	530
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	3.110
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	970
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	1.255
SUMME	70	10.690

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 386: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Trebbin

Stadt Trebbin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	18,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28,3
Bekleidung	4,2
Schuhe, Lederwaren	1,4
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,8
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,6
SUMME	49,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.13 Zossen, Stadt

Abb. 387: Datenblatt für die Stadt Zossen

Datenblatt für die Stadt Zossen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	17.905
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	93,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.214
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	58,1
Einzelhandelszentralität	62
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	108
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	77
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	12
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	19
Anzahl Leerstände	57
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,21
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,68
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,39
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,13
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	21.610
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	3.465
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.800
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	6.755
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	9.590
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	21.610
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	4.455
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	16.810
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	345
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	21.610
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	7.135
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	5.675
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	8.800
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	21.610
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	4.875
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	3.435
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	675
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	3.575
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	8.375
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	180
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	495

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 388: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Zossen

Stadt Zossen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	38	9.290
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6	1.225
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	10	1.685
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	54	12.200
Bekleidung	9	2.225
Schuhe, Lederwaren	1	415
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	9	1.865
Spielwaren, Musikinstrumente	0	140
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	420
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	600
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5	290
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	11	625
Zoo- und Heimtierbedarf	0	205
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	48	7.010
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	665
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	1.685
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	50
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	2.400
SUMME	108	21.610

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 389: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Zossen

Stadt Zossen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	34,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	16,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	53,0
Bekleidung	7,9
Schuhe, Lederwaren	2,6
Uhren, Schmuck	1,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7,1
Foto, Optik	1,2
Blumen, Topfpflanzen	0,7
Zoo- und Heimtierbedarf	0,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	28,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	5,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,3
SUMME	93,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.5.14 Amt Dahme/Mark

Abb. 390: Datenblatt für das Amt Dahme/Mark

Datenblatt für das Amt Dahme/Mark 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.266
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	30,4
Kaufkraft je Einwohner in €	4.852
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	28,1
Einzelhandelszentralität	92
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	67
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>51</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	33
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,07
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,76</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,38</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,93</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.975
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.295</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>620</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.560</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.975
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.645</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.065</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.265</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.975
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.305</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.670</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.975
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.290</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.975</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.775</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.350</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 391: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Dahme/Mark

Amt Dahme/Mark 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	22	4.335
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	345
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	90
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26	4.770
Bekleidung	7	475
Schuhe, Lederwaren	1	150
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	645
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	315
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	4	300
Zoo- und Heimtierbedarf	0	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	28	2.350
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	695
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	4.150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	1.010
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	5.855
SUMME	67	12.975

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 392: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Dahme/Mark

Amt Dahme/Mark 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17,3
Bekleidung	2,6
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,3
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,0
SUMME	30,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6 Landkreis Havelland

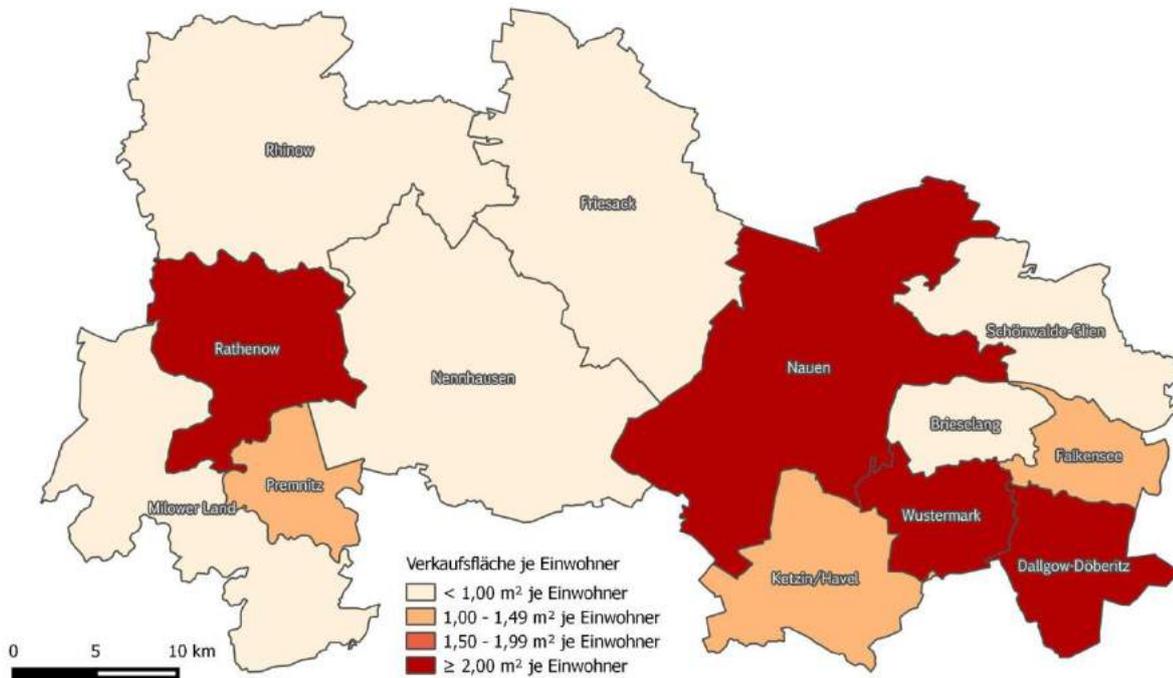
Abb. 393: Datenblatt für den Landkreis Havelland

Datenblatt für den Landkreis Havelland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	158.236
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	94,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	871,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.508
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	688,9
Einzelhandelszentralität	79
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	915
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>562</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>185</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>168</i>
Anzahl Leerstände	243
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,64
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	259.440
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.290</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>63.430</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>62.155</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>80.665</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	259.440
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>50.010</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.790</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.485</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.290</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>130.715</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	259.440
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>123.195</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.780</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.910</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>52.525</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.880</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	259.440
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.755</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>44.235</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.220</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>51.700</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>116.740</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.840</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.295</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.505</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

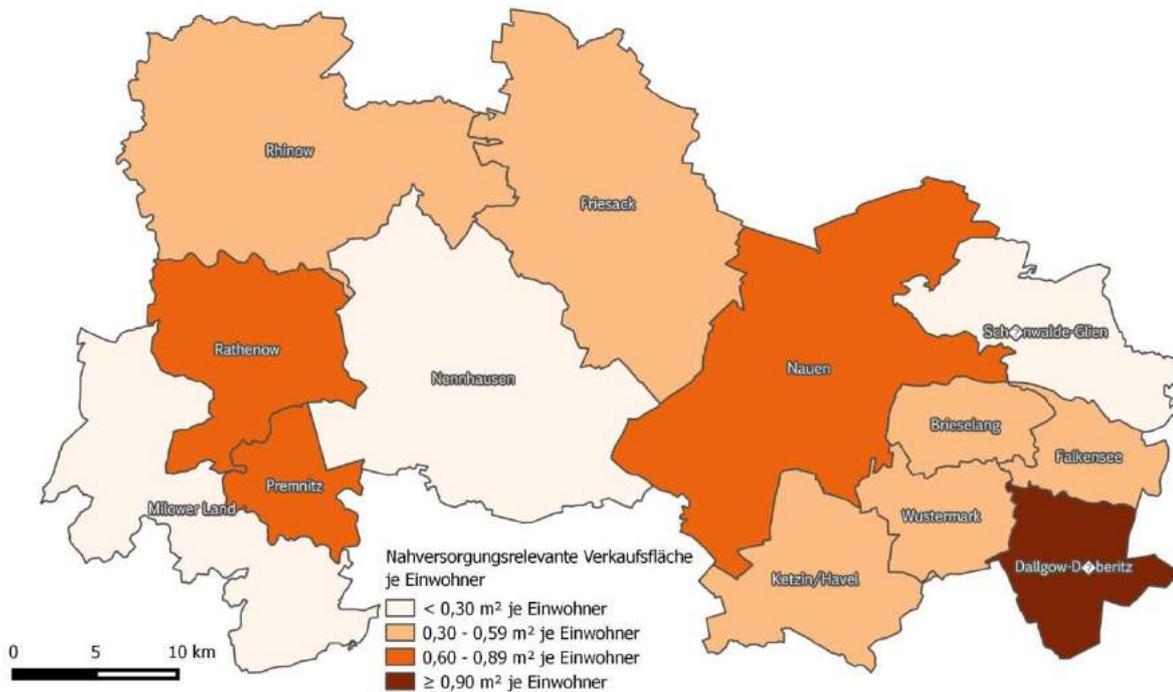
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 394: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Havelland



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 395: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche im Landkreis Havelland



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.1 Brieselang, Gemeinde

Abb. 396: Datenblatt für die Gemeinde Brieselang

Datenblatt der Gemeinde Brieselang 2016	
Einwohner (31.12.2015)	11.484
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	97,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	65,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.703
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	27,0
Einzelhandelszentralität	41
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	35
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	23
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	3
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	9
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,68
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,49
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,17
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,02
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.775
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.035
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	450
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	6.290
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.775
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	3.850
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	1.685
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.150
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.090
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.775
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	5.535
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	2.240
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.775
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	3.825
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	795
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	225
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	1.215
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	1.670
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 397: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Brieselang

Gemeinde Brieselang 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	12	4.605
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	820
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	165
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	5.590
Bekleidung	2	695
Schuhe, Lederwaren	1	65
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	420
Spielwaren, Musikinstrumente	1	95
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	70
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	170
Foto, Optik	0	10
Blumen, Topfpflanzen	3	170
Zoo- und Heimtierbedarf	1	115
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14	1.900
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	195
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	90
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	285
SUMME	35	7.775

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 398: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Brieselang

Gemeinde Brieselang 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	24,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	37,2
Bekleidung	5,5
Schuhe, Lederwaren	1,8
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,1
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,0
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,7
SUMME	65,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.2 Dallgow-Döberitz, Gemeinde

Abb. 399: Datenblatt für die Gemeinde Dallgow-Döberitz

Datenblatt der Gemeinde Dallgow-Döberitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.700
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	104,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	59,0
Kaufkraft je Einwohner in €	6.078
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	139,6
Einzelhandelszentralität	237
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	82
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	4,50
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>1,63</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,91</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,97</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	43.660
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.400</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.865</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.630</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.740</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	43.660
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.415</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>39.245</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	43.660
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.940</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.780</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.940</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	43.660
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.695</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.365</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.795</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.310</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.910</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 400: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Dallgow-Döberitz

Gemeinde Dallgow-Döberitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	19	12.625
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6	2.215
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	940
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28	15.780
Bekleidung	19	7.095
Schuhe, Lederwaren	6	2.315
Uhren, Schmuck	4	270
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	1.615
Spielwaren, Musikinstrumente	2	1.805
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	715
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	340
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5	2.800
Foto, Optik	2	405
Blumen, Topfpflanzen	1	190
Zoo- und Heimtierbedarf	2	935
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	47	18.485
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	560
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	8.660
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	175
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	9.395
SUMME	82	43.660

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 401: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Dallgow-Döberitz

Gemeinde Dallgow-Döberitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	21,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	33,5
Bekleidung	5,0
Schuhe, Lederwaren	1,6
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,5
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,8
SUMME	59,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.3 Falkensee, Stadt

Abb. 402: Datenblatt für die Stadt Falkensee

Datenblatt für die Stadt Falkensee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	42.634
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	102,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	254,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.963
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	139,6
Einzelhandelszentralität	55
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	172
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>121</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35</i>
Anzahl Leerstände	41
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,42
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,44</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,34</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.500
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.445</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.250</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.305</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.100</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.250</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.500
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.295</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.790</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.070</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.990</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.205</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.500
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>56.195</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.695</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.460</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.500
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.905</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.115</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.125</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.880</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>930</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 403: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Falkensee

Stadt Falkensee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	55	16.015
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14	1.945
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	10	810
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	79	18.770
Bekleidung	16	3.725
Schuhe, Lederwaren	3	560
Uhren, Schmuck	4	180
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	11	3.875
Spielwaren, Musikinstrumente	1	115
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	750
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	1.245
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	1.495
Foto, Optik	6	270
Blumen, Topfpflanzen	7	355
Zoo- und Heimtierbedarf	4	2.095
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	66	14.665
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	6.400
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	19	20.135
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	530
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	27	27.065
SUMME	172	60.500

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 404: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Falkensee

Stadt Falkensee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	93,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	44,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	144,3
Bekleidung	21,5
Schuhe, Lederwaren	7,1
Uhren, Schmuck	3,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4,1
Spielwaren, Musikinstrumente	3,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	19,5
Foto, Optik	3,4
Blumen, Topfpflanzen	1,8
Zoo- und Heimtierbedarf	2,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	76,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	13,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	14,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	33,6
SUMME	254,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.4 Ketzin/Havel, Stadt

Abb. 405: Datenblatt für die Stadt Ketzin/Havel

Datenblatt für die Stadt Ketzin/Havel 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.412
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	34,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.386
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	17,0
Einzelhandelszentralität	49
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	30
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	23
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	2
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	5
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,16
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,42
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,17
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,58
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.450
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.035
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	300
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	2.720
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	3.395
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.450
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	1.210
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.870
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	4.370
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.450
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	3.395
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	4.055
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.450
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	1.460
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	760
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	180
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	735
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	4.045
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	135
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	135

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 406: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Ketzin/Havel

Stadt Ketzin/Havel 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	12	2.410
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	175
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	80
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	14	2.665
Bekleidung	2	490
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	170
Spielwaren, Musikinstrumente	0	15
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	20
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	75
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	2	110
Zoo- und Heimtierbedarf	0	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	1.060
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	3.680
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	3.725
SUMME	30	7.450

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 407: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Ketzin/Havel

Stadt Ketzin/Havel 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19,6
Bekleidung	2,9
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,6
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,6
SUMME	34,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.5 Milower Land, Gemeinde

Abb. 408: Datenblatt für die Gemeinde Milower Land

Datenblatt für die Gemeinde Milower Land 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.333
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	22,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.160
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	4,5
Einzelhandelszentralität	20
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	15
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	2
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,32
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,22</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,06</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,05</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.390
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>550</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.390
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.195</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.390
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>820</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>570</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.390
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>550</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>525</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 409: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Milower Land

Gemeinde Milower Land 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	8	760
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	135
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	55
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	950
Bekleidung	0	10
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	10
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	150
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	55
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	5
Zoo- und Heimtierbedarf	0	15
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	245
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	195
SUMME	15	1.390

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 410: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Milower Land

Gemeinde Milower Land 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,7
Bekleidung	1,9
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,0
SUMME	22,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.6 Nauen, Stadt

Abb. 411: Datenblatt für die Stadt Nauen

Datenblatt für die Stadt Nauen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	16.943
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	89,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.261
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	78,8
Einzelhandelszentralität	88
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	110
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>62</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26</i>
Anzahl Leerstände	46
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,27
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,08</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.395
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.790</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.240</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.660</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.405</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.395
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.320</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.980</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.095</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.395
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.215</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.705</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.475</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.395
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.840</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.430</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.035</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.220</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 412: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Nauen

Stadt Nauen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	32	8.340
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10	1.430
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	550
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	45	10.320
Bekleidung	9	1.850
Schuhe, Lederwaren	3	740
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	2.435
Spielwaren, Musikinstrumente	0	185
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	1.780
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	785
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6	755
Foto, Optik	2	100
Blumen, Topfpflanzen	5	325
Zoo- und Heimtierbedarf	3	790
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	40	9.790
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	10	6.725
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	12	11.305
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	255
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	18.285
SUMME	110	38.395

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 413: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Nauen

Stadt Nauen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	32,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	15,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	50,6
Bekleidung	7,5
Schuhe, Lederwaren	2,5
Uhren, Schmuck	1,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,8
Foto, Optik	1,2
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,8
SUMME	89,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.7 Premnitz, Stadt

Abb. 414: Datenblatt für die Stadt Premnitz

Datenblatt für die Stadt Premnitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.422
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	42,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.036
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	26,9
Einzelhandelszentralität	63
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	38
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
Anzahl Leerstände	11
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,16
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,25</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.760
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.215</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.115</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.980</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.760
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.130</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.585</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.760
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.320</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.440</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.760
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.065</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.065</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.715</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.555</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 415: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Premnitz

Stadt Premnitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13	4.605
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	530
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	160
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20	5.295
Bekleidung	3	895
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	280
Spielwaren, Musikinstrumente	1	70
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	85
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	110
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	235
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	3	170
Zoo- und Heimtierbedarf	0	100
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	2.080
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	2.385
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	2.385
SUMME	38	9.760

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 416: Kaufkraft in der Stadt Premnitz

Stadt Premnitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	15,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	24,1
Bekleidung	3,6
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,2
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,6
SUMME	42,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.8 Rathenow, Stadt

Abb. 417: Datenblatt für die Stadt Rathenow

Datenblatt für die Stadt Rathenow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	24.387
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	120,2
Kaufkraft je Einwohner in €	4.929
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	134,6
Einzelhandelszentralität	112
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	209
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>133</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>39</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>37</i>
Anzahl Leerstände	92
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,23
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,71</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,75</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,77</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	54.450
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.985</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.850</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.405</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.940</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.270</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	54.450
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.960</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.380</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.975</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	54.450
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.280</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.580</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.590</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	54.450
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.120</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.320</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.170</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.510</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.010</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.825</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 418: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Rathenow

Stadt Rathenow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	52	13.975
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13	2.260
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	14	1.095
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	79	17.330
Bekleidung	28	5.995
Schuhe, Lederwaren	6	1.380
Uhren, Schmuck	4	215
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	12	2.740
Spielwaren, Musikinstrumente	2	395
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	10	1.665
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	1.315
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	2.020
Foto, Optik	8	605
Blumen, Topfpflanzen	9	820
Zoo- und Heimtierbedarf	4	1.200
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	94	18.350
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8	3.485
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	20	14.630
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	8	655
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	36	18.770
SUMME	209	54.450

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 419: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Rathenow

Stadt Rathenow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	44,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	20,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	68,2
Bekleidung	10,2
Schuhe, Lederwaren	3,4
Uhren, Schmuck	1,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,9
Spielwaren, Musikinstrumente	1,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9,2
Foto, Optik	1,6
Blumen, Topfpflanzen	0,8
Zoo- und Heimtierbedarf	1,0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	36,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	6,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15,9
SUMME	120,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.9 Schönwalde-Glien, Gemeinde

Abb. 420: Datenblatt für die Gemeinde Schönwalde-Glien

Datenblatt für die Gemeinde Schönwalde-Glien 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.351
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	107,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	58,4
Kaufkraft je Einwohner in €	6.244
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	12,7
Einzelhandelszentralität	22
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	27
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	1
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,49
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,08</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.575
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.080</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.250</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.575
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.560</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.790</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.575
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.320</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.255</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.575
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>770</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.445</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.460</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 421: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Schönwalde-Glien

Gemeinde Schönwalde-Glien 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	12	2.340
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	175
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	85
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	14	2.600
Bekleidung	3	650
Schuhe, Lederwaren	0	20
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	65
Spielwaren, Musikinstrumente	0	15
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	10
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	5
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	5	255
Zoo- und Heimtierbedarf	1	70
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12	1.225
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	750
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	750
SUMME	27	4.575

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 422: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Schönwalde-Glien

Gemeinde Schönwalde-Glien 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	21,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	33,1
Bekleidung	4,9
Schuhe, Lederwaren	1,6
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,5
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,7
SUMME	58,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.10 Wustermark, Gemeinde

Abb. 423: Datenblatt für die Stadt Wustermark

Datenblatt für die Gemeinde Wustermark 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.683
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	46,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.378
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	79,1
Einzelhandelszentralität	169
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	116
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>66</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
Anzahl Leerstände	8
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,62
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,54</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>2,08</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,01</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	22.760
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.530</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.785</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.395</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	22.760
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.595</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.985</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	22.760
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.100</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.780</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.880</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	22.760
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.455</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.825</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.405</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.560</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.140</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 424: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Wustermark

Gemeinde Wustermark 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	14	3.835
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	570
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	250
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21	4.655
Bekleidung	63	11.280
Schuhe, Lederwaren	13	3.140
Uhren, Schmuck	4	180
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.405
Spielwaren, Musikinstrumente	1	220
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	1.325
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	230
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	55
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	1	75
Zoo- und Heimtierbedarf	0	60
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	94	18.060
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	45
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	45
SUMME	116	22.760

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 425: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Wustermark

Gemeinde Wustermark 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26,5
Bekleidung	4,0
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,6
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,2
SUMME	46,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.11 Amt Friesack

Abb. 426: Datenblatt für das Amt Friesack

Datenblatt für das Amt Friesack 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.658
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	33,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.015
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	16,0
Einzelhandelszentralität	48
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	36
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	14
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,69
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,15</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.565
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.225</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>805</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.565
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.485</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.330</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.565
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.890</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.565
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.335</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.130</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 427: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Friesack

Amt Friesack 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	16	2.175
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	290
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18	2.470
Bekleidung	2	265
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	85
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	90
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	160
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	2	205
Zoo- und Heimtierbedarf	1	90
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12	1.030
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	300
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	720
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	1.065
SUMME	36	4.565

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 428: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Friesack

Amt Friesack 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19,0
Bekleidung	2,8
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,6
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,4
SUMME	33,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.12 Amt Nennhausen

Abb. 429: Datenblatt für das Amt Nennhausen

Datenblatt für das Amt Nennhausen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.632
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	23,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.071
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	3,0
Einzelhandelszentralität	13
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	17
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,21
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,08</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,00</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	975
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	975
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	975
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>885</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	975
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 430: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Nennhausen

Amt Nennhausen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	10	555
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	45
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	600
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	45
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	135
Zoo- und Heimtierbedarf	1	150
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	375
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	0	0
SUMME	17	975

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 431: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Nennhausen

Amt Nennhausen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13,3
Bekleidung	2,0
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,8
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,1
SUMME	23,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.6.13 Amt Rhinow

Abb. 432: Datenblatt für das Amt Rhinow

Datenblatt für das Amt Rhinow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.597
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	82,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	22,2
Kaufkraft je Einwohner in €	4.832
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	10,1
Einzelhandelszentralität	46
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	28
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	23
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	2
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	3
Anzahl Leerstände	14
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,69
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,39
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,14
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,16
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.185
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.035
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	300
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	1.850
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.185
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	1.755
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.085
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	345
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.185
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	1.095
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	2.090
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.185
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	570
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	770
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	360
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	495
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	900
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 433: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Rhinow

Amt Rhinow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13	1.505
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	150
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	160
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	1.815
Bekleidung	2	115
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	255
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	10
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	85
Foto, Optik	0	10
Blumen, Topfpflanzen	2	100
Zoo- und Heimtierbedarf	1	70
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	645
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	670
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	55
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	725
SUMME	28	3.185

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 434: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Rhinow

Amt Rhinow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,6
Bekleidung	1,9
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,9
SUMME	22,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7 Landkreis Ostprignitz-Ruppin

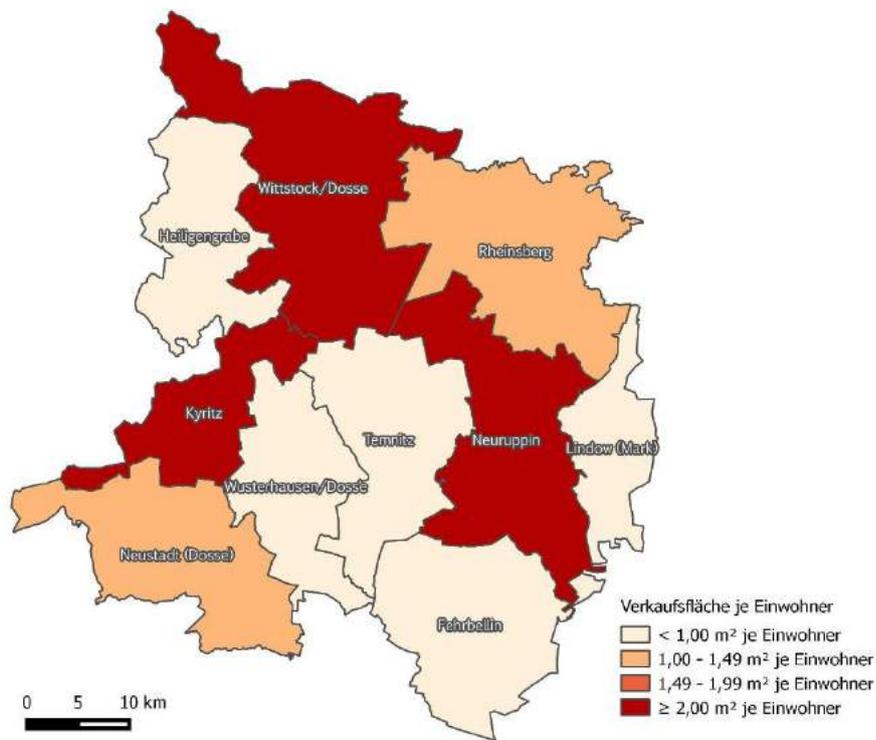
Abb. 435: Datenblatt für den Landkreis Ostprignitz-Ruppin

Datenblatt für den Landkreis Ostprignitz-Ruppin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	99.059
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	504,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.096
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	431,7
Einzelhandelszentralität	86
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	761
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>518</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>126</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>117</i>
Anzahl Leerstände	157
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,73
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,50</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	171.345
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.310</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.380</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>62.870</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.885</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	171.345
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.845</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>51.600</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>55.345</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.375</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	171.345
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>80.130</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.785</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.375</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>48.055</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	171.345
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.510</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.305</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.455</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.735</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>81.675</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.700</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.965</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

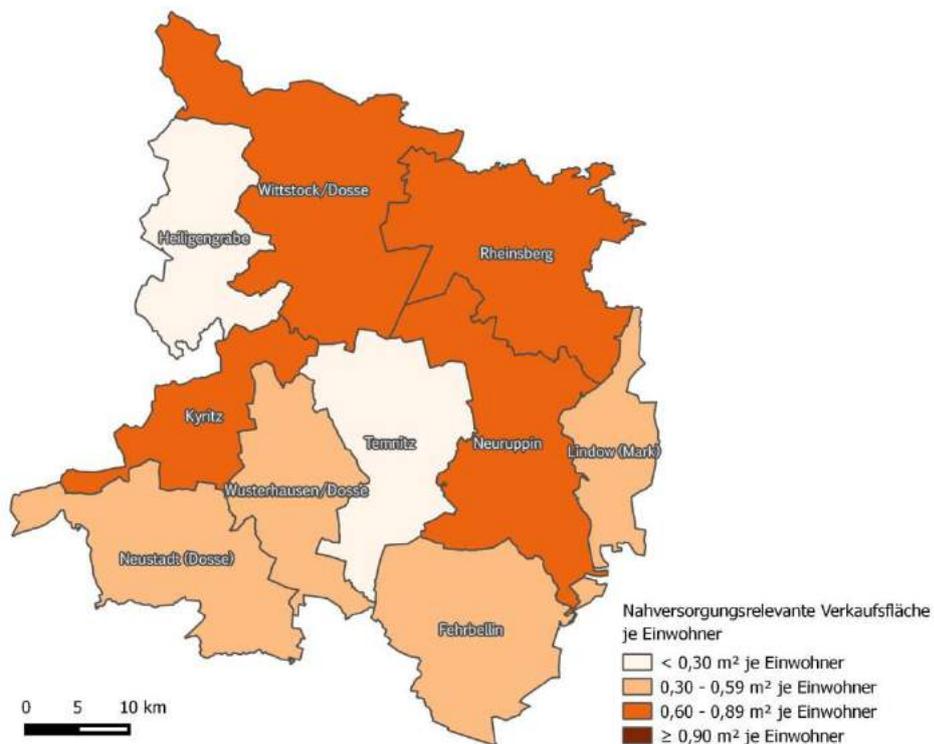
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 436: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Ostprignitz-Ruppin



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 437: Räumliche Verteilung der Größenklassen im Landkreis Ostprignitz-Ruppin



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.1 Fehrbellin, Gemeinde

Abb. 438: Datenblatt für die Gemeinde Fehrbellin

Datenblatt für die Gemeinde Fehrbellin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.829
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	44,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.060
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	19,1
Einzelhandelszentralität	43
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	49
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,72
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,20</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.395
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.575</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.745</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>875</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.395
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.705</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.395
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.125</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.885</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.385</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.395
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.955</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.415</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.315</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>660</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 439: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Fehrbellin

Gemeinde Fehrbellin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	28	3.905
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	505
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	80
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	32	4.490
Bekleidung	2	455
Schuhe, Lederwaren	1	55
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	675
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	70
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	140
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	120
Zoo- und Heimtierbedarf	1	105
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	1.755
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	150
SUMME	49	6.395

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 440: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Fehrbellin

Gemeinde Fehrbellin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25,4
Bekleidung	3,8
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,4
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,9
SUMME	44,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.2 Heiligengrabe, Gemeinde

Abb. 441: Datenblatt für die Gemeinde Heiligengrabe

Datenblatt für die Gemeinde Heiligengrabe 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.441
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	21,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.854
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	3,7
Einzelhandelszentralität	17
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	10
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	1
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,43
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,23</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,07</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.905
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.905
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.590</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.905
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.905</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.905
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 442: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Heiligengrabe

Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	6	440
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	110
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	20
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	6	570
Bekleidung	0	75
Schuhe, Lederwaren	0	20
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	595
Spielwaren, Musikinstrumente	0	60
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	55
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	80
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	60
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	0	25
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	1.015
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	160
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	145
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	15
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	0	320
SUMME	10	1.905

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 443: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Heiligengrabe

Gemeinde Heiligengrabe 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,2
Bekleidung	1,8
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,6
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,9
SUMME	21,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.3 Kyritz, Stadt

Abb. 444: Datenblatt für die Stadt Kyritz

Datenblatt für die Stadt Kyritz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.100
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	45,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.034
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	62,1
Einzelhandelszentralität	136
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	106
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>69</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17</i>
Anzahl Leerstände	28
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,83
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,89</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,77</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,16</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	25.740
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.105</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.000</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.330</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.700</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.605</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	25.740
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.240</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.455</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.045</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	25.740
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.100</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.640</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	25.740
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.910</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.890</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.280</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.630</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.400</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 445: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Kyritz

Stadt Kyritz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	26	6.540
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7	1.120
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	475
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	37	8.135
Bekleidung	17	2.235
Schuhe, Lederwaren	2	520
Uhren, Schmuck	2	105
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8	1.620
Spielwaren, Musikinstrumente	1	180
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	295
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	230
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10	930
Foto, Optik	4	190
Blumen, Topfpflanzen	4	290
Zoo- und Heimtierbedarf	0	440
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	52	7.035
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	1.900
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	13	8.645
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	25
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17	10.570
SUMME	106	25.740

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 446: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Kyritz

Stadt Kyritz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26,0
Bekleidung	3,9
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,5
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,1
SUMME	45,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.4 Neuruppin, Stadt

Abb. 447: Datenblatt für die Stadt Neuruppin

Datenblatt für die Stadt Neuruppin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	30.715
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	161,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.264
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	168,9
Einzelhandelszentralität	104
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	256
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>178</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47</i>
Anzahl Leerstände	55
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,19
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,85</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	67.370
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.010</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.110</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.570</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.030</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	67.370
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.375</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.600</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.605</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.610</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	67.370
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.935</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.290</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.450</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.695</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	67.370
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.920</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.460</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.260</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.530</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.950</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>825</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.425</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 448: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Neuruppin

Stadt Neuruppin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	60	15.415
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22	3.875
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	17	1.455
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	99	20.745
Bekleidung	39	5.705
Schuhe, Lederwaren	9	1.520
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	16	4.120
Spielwaren, Musikinstrumente	2	395
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	10	2.060
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	7	1.465
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	16	2.285
Foto, Optik	8	515
Blumen, Topfpflanzen	10	1.250
Zoo- und Heimtierbedarf	1	845
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	123	20.385
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	6.935
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	21	18.450
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6	855
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	34	26.240
SUMME	256	67.370

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 449: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Neuruppin

Stadt Neuruppin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	59,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	28,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	91,8
Bekleidung	13,7
Schuhe, Lederwaren	4,5
Uhren, Schmuck	2,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,6
Spielwaren, Musikinstrumente	2,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	12,4
Foto, Optik	2,1
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	48,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21,4
SUMME	161,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.5 Rheinsberg, Stadt

Abb. 450: Datenblatt für die Stadt Rheinsberg

Datenblatt für die Stadt Rheinsberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.153
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	42,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.146
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	31,5
Einzelhandelszentralität	75
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	74
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
Anzahl Leerstände	10
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,35
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,69</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,06</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.040
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.160</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.530</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.800</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.040
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.540</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.490</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.310</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>700</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.040
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.180</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.860</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.040
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.695</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.530</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.335</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.205</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 451: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Rheinsberg

Stadt Rheinsberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	23	4.625
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	820
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	210
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	30	5.655
Bekleidung	10	1.445
Schuhe, Lederwaren	1	75
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	11	1.545
Spielwaren, Musikinstrumente	1	230
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	345
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	125
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	365
Foto, Optik	1	55
Blumen, Topfpflanzen	6	400
Zoo- und Heimtierbedarf	1	250
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	40	4.880
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	505
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	505
SUMME	74	11.040

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 452: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Rheinsberg

Stadt Rheinsberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	15,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23,8
Bekleidung	3,5
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,2
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,6
SUMME	42,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.6 Wittstock/Dosse, Stadt

Abb. 453: Datenblatt für die Stadt Wittstock/Dosse

Datenblatt der Stadt Wittstock/Dosse 2016	
Einwohner (31.12.2015)	14.380
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	72,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.006
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	97,9
Einzelhandelszentralität	136
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	129
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>82</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
Anzahl Leerstände	29
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,88
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,81</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,47</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	41.365
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.690</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.865</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.660</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.250</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	41.365
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.530</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.280</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.000</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.555</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	41.365
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.055</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.495</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.840</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.975</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	41.365
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.915</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.925</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.110</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.675</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>525</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 454: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Wittstock/Dosse

Stadt Wittstock/Dosse 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	41	9.900
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9	1.355
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6	425
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	56	11.680
Bekleidung	12	1.740
Schuhe, Lederwaren	5	845
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.680
Spielwaren, Musikinstrumente	1	115
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	370
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.330
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	1.205
Foto, Optik	4	190
Blumen, Topfpflanzen	6	490
Zoo- und Heimtierbedarf	0	400
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	52	8.500
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	8.030
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10	12.675
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	480
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21	21.185
SUMME	129	41.365

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 455: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Wittstock/Dosse

Stadt Wittstock/Dosse 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	26,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	40,9
Bekleidung	6,1
Schuhe, Lederwaren	2,0
Uhren, Schmuck	1,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,2
Spielwaren, Musikinstrumente	0,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,5
Foto, Optik	1,0
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,5
SUMME	72,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.7 Wusterhausen/Dosse, Gemeinde

Abb. 456: Datenblatt für die Gemeinde Wusterhausen/Dosse

Datenblatt für die Gemeinde Wusterhausen/Dosse 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.013
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	29,8
Kaufkraft je Einwohner in €	4.948
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	12,7
Einzelhandelszentralität	43
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	41
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,96
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,23</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.765
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.520</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>890</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.765
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>975</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.130</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.660</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.765
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.285</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.480</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.765
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.340</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.515</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.220</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 457: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Wusterhausen/Dosse

Gemeinde Wusterhausen/Dosse 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	15	1.805
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	290
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	55
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19	2.150
Bekleidung	2	275
Schuhe, Lederwaren	0	25
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	965
Spielwaren, Musikinstrumente	0	10
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	55
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	130
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	155
Zoo- und Heimtierbedarf	1	480
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	2.230
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	1.235
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	1.385
SUMME	41	5.765

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 458: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Wusterhausen/Dosse

Gemeinde Wusterhausen/Dosse 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16,9
Bekleidung	2,5
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,3
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,9
SUMME	29,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.8 Amt Lindow (Mark)

Abb. 459: Datenblatt für das Amt Lindow (Mark)

Datenblatt für das Amt Lindow (Mark) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.538
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	23,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.090
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	8,8
Einzelhandelszentralität	38
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	23
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,68
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,17</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.105
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.015</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>875</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.105
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>690</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.140</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.185</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.105
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.830</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.275</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.105
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>705</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>570</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>460</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>920</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 460: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Lindow (Mark)

Amt Lindow (Mark) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	12	1.330
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	215
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	70
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	14	1.615
Bekleidung	1	215
Schuhe, Lederwaren	0	30
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	175
Spielwaren, Musikinstrumente	0	20
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	15
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	25
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	100
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	90
Zoo- und Heimtierbedarf	0	55
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	725
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	750
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	15
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	765
SUMME	23	3.105

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 461: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Lindow (Mark)

Amt Lindow (Mark) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13,1
Bekleidung	2,0
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,8
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,1
SUMME	23,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.9 Amt Neustadt (Dosse)

Abb. 462: Datenblatt für das Amt Neustadt (Dosse)

Datenblatt für das Amt Neustadt (Dosse) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.606
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	38,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.023
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	22,3
Einzelhandelszentralität	58
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	59
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>41</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
Anzahl Leerstände	16
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,00
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.610
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.845</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.265</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.610
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.700</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.355</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.610
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.440</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.170</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.610
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.070</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>665</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.570</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.225</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 463: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Neustadt (Dosse)

Amt Neustadt (Dosse) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	24	3.480
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	280
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	115
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28	3.875
Bekleidung	4	265
Schuhe, Lederwaren	1	150
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	1.000
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	285
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	370
Foto, Optik	1	150
Blumen, Topfpflanzen	4	210
Zoo- und Heimtierbedarf	0	65
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	2.495
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	195
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	1.045
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	1.240
SUMME	59	7.610

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 464: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Neustadt (Dosse)

Amt Neustadt (Dosse) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21,7
Bekleidung	3,2
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,9
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,1
SUMME	38,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.7.10 Amt Temnitz

Abb. 465: Datenblatt für das Amt Temnitz

Datenblatt für das Amt Temnitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.284
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	26,0
Kaufkraft je Einwohner in €	4.928
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	4,7
Einzelhandelszentralität	18
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	14
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	0
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,20
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,12</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,06</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.050
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.050
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.050
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>870</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.050
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>390</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 466: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Temnitz

Amt Temnitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	660
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10	660
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	45
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	90
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	300
SUMME	14	1.050

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 467: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Temnitz

Amt Temnitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	9,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	14,8
Bekleidung	2,2
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,0
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,4
SUMME	26,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8 Landkreis Prignitz

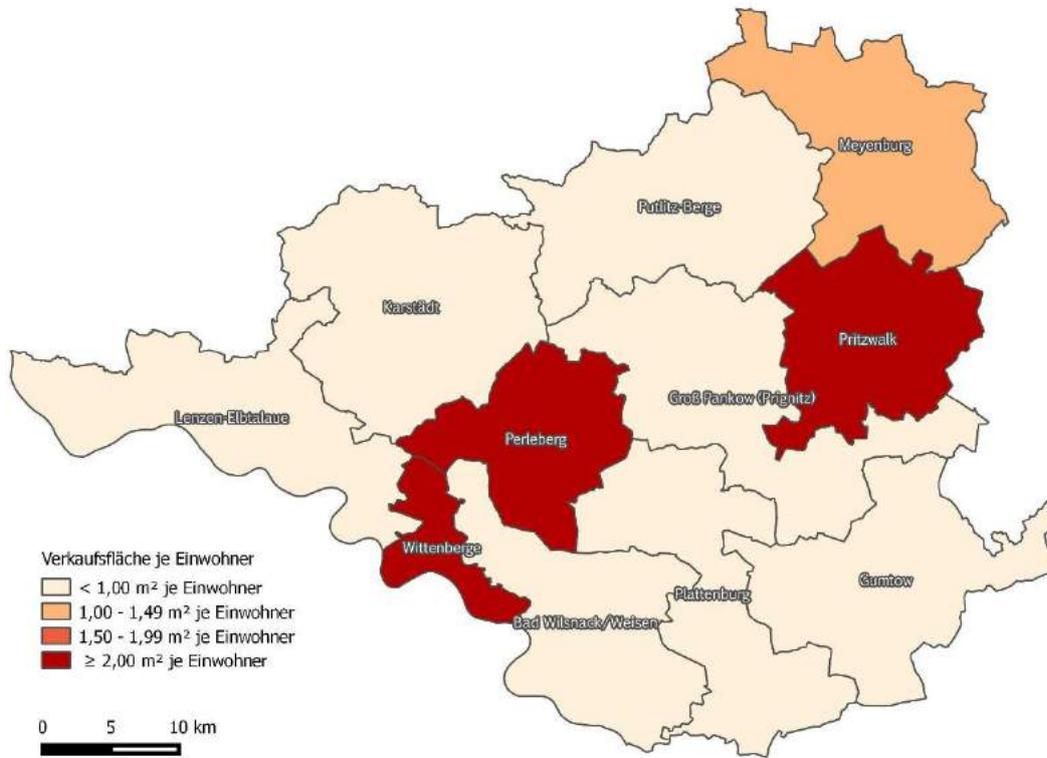
Abb. 468: Datenblatt für den Landkreis Prignitz

Datenblatt für den Landkreis Prignitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	77.573
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	390,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.036
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	340,0
Einzelhandelszentralität	87
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	572
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>377</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>103</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>92</i>
Anzahl Leerstände	171
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,88
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,65</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,53</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	145.565
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.415</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.710</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48.720</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.220</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	145.565
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.435</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.635</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.540</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>72.955</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	145.565
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.645</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.500</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>70.420</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	145.565
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.760</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.485</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.275</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.770</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>74.160</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.130</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.985</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

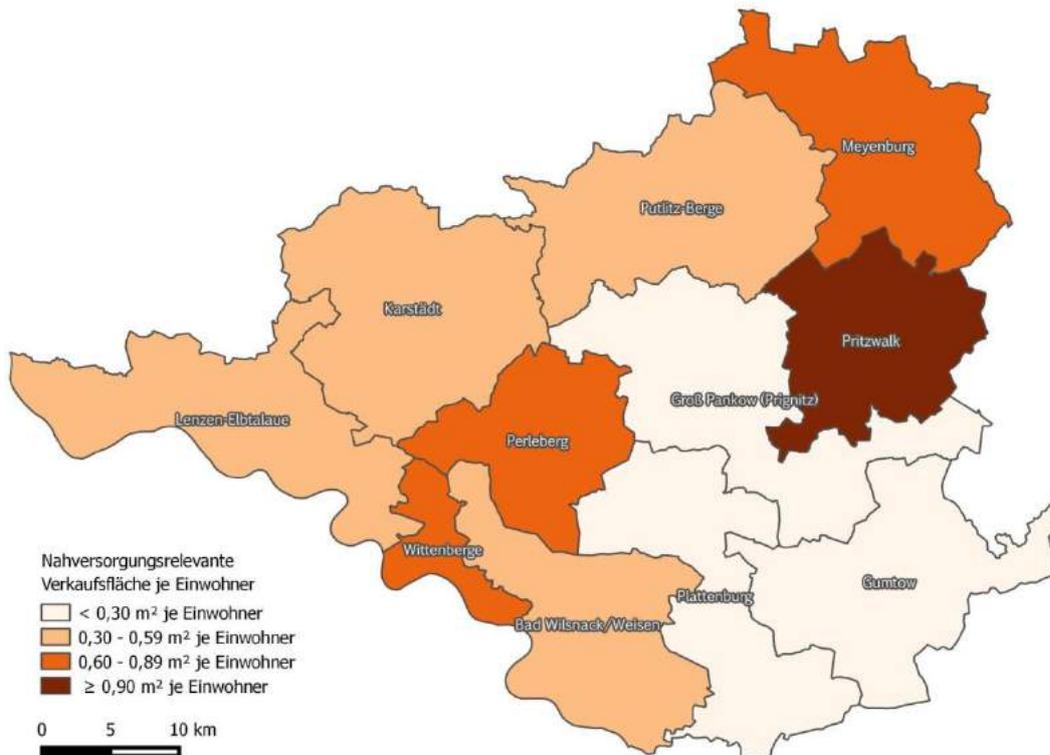
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 469: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Prignitz



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 470: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Prignitz



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.1 Groß Pankow, Gemeinde

Abb. 471: Datenblatt für die Gemeinde Groß Pankow

Datenblatt für die Gemeinde Groß Pankow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.955
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	19,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.030
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	1,7
Einzelhandelszentralität	9
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	8
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	1
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,12
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,11</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,00</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,01</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	465
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	465
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	465
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	465
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 472: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Groß Pankow

Gemeinde Groß Pankow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	7	420
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	7	420
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	0
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	0	0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	45
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	45
SUMME	8	465

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 473: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Groß Pankow

Gemeinde Groß Pankow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11,3
Bekleidung	1,7
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,5
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,6
SUMME	19,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.2 Gumtow, Gemeinde

Abb. 474: Datenblatt für die Gemeinde Gumtow

Datenblatt für die Gemeinde Gumtow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.438
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	17,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.055
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	1,0
Einzelhandelszentralität	6
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	6
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	5
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	0
Anzahl Leerstände	0
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,11
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,05
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,00
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,06
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	375
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	225
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	150
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	375
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	330
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	45
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	375
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	375
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	375
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	195
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 475: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Gumtow

Gemeinde Gumtow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	4	180
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	4	180
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	0
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	0	0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	195
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	195
SUMME	6	375

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 476: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Gumtow

Gemeinde Gumtow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	9,9
Bekleidung	1,5
Schuhe, Lederwaren	0,5
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,3
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	0,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,3
SUMME	17,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.3 Karstädt, Gemeinde

Abb. 477: Datenblatt für die Gemeinde Karstädt

Datenblatt für die Gemeinde Karstädt 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.983
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	30,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.030
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	14,0
Einzelhandelszentralität	46
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	23
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,93
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,24</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,32</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.555
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.565</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.610</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.555
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.095</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.445</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.015</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.555
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.620</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.935</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.555
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.665</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.855</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 478: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Karstädt

Gemeinde Karstädt 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	1.970
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	155
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	45
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12	2.170
Bekleidung	2	830
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	150
Spielwaren, Musikinstrumente	0	30
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	15
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	105
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	240
Zoo- und Heimtierbedarf	0	25
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	1.450
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	20
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	1.915
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	1.935
SUMME	23	5.555

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 479: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Karstädt

Gemeinde Karstädt 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17,1
Bekleidung	2,5
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,3
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,0
SUMME	30,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.4 Perleberg, Stadt

Abb. 480: Datenblatt für die Stadt Perleberg

Datenblatt für die Stadt Perleberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.204
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	61,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.046
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	75,4
Einzelhandelszentralität	122
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	137
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>88</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
Anzahl Leerstände	40
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,49
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,88</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,83</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	30.425
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.050</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.755</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.820</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.350</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	30.425
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.745</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.020</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.450</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.210</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	30.425
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.805</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.745</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.875</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	30.425
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.205</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.410</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.385</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.670</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>480</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 481: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Perleberg

Stadt Perleberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	42	8.710
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9	1.585
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	415
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	55	10.710
Bekleidung	22	2.685
Schuhe, Lederwaren	4	680
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	9	2.480
Spielwaren, Musikinstrumente	0	295
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	630
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	420
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7	1.085
Foto, Optik	5	230
Blumen, Topfpflanzen	7	590
Zoo- und Heimtierbedarf	2	960
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	65	10.145
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	2.550
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	6.520
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7	500
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17	9.570
SUMME	137	30.425

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 482: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Perleberg

Stadt Perleberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	22,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	35,0
Bekleidung	5,2
Schuhe, Lederwaren	1,7
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,7
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,1
SUMME	61,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.5 Plattenburg, Gemeinde

Abb. 483: Datenblatt für die Gemeinde Plattenburg

Datenblatt für die Gemeinde Plattenburg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.413
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	16,9
Kaufkraft je Einwohner in €	4.942
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	5,9
Einzelhandelszentralität	35
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	17
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,96
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,23</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,14</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.270
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>385</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.000</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.270
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>475</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.285</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.270
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>940</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.330</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.270
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>385</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 484: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Plattenburg

Gemeinde Plattenburg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	720
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	75
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	800
Bekleidung	1	50
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	215
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	150
Zoo- und Heimtierbedarf	0	10
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	470
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	2.000
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	2.000
SUMME	17	3.270

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 485: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Plattenburg

Gemeinde Plattenburg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	9,6
Bekleidung	1,4
Schuhe, Lederwaren	0,5
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,3
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	0,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,2
SUMME	16,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.6 Pritzwalk, Stadt

Abb. 486: Datenblatt für die Stadt Pritzwalk

Datenblatt für die Stadt Pritzwalk 2016	
Einwohner (31.12.2015)	11.922
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	60,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.063
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	76,4
Einzelhandelszentralität	127
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	111
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>67</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
Anzahl Leerstände	27
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,62
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,97</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,00</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	31.270
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.150</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.850</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.185</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.835</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.250</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	31.270
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.795</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.345</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.490</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.640</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	31.270
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.985</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.760</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.525</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	31.270
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.405</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.670</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.595</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.795</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.860</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 487: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Pritzwalk

Stadt Pritzwalk 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	35	9.565
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11	1.610
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	335
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	50	11.510
Bekleidung	15	1.865
Schuhe, Lederwaren	3	715
Uhren, Schmuck	3	145
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	1.205
Spielwaren, Musikinstrumente	0	270
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	170
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	530
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7	1.130
Foto, Optik	1	60
Blumen, Topfpflanzen	6	345
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.375
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45	7.810
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	6	2.835
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9	8.870
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	245
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	11.950
SUMME	111	31.270

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 488: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Pritzwalk

Stadt Pritzwalk 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	22,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34,3
Bekleidung	5,1
Schuhe, Lederwaren	1,7
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,6
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,0
SUMME	60,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.7 Wittenberge, Stadt

Abb. 489: Datenblatt für die Stadt Wittenberge

Datenblatt für die Stadt Wittenberge 2016	
Einwohner (31.12.2015)	17.206
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	85,5
Kaufkraft je Einwohner in €	4.972
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	118,1
Einzelhandelszentralität	138
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	155
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>99</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
Anzahl Leerstände	55
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	3,39
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,87</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,99</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,53</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	58.280
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.545</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.690</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.825</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.620</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	58.280
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.455</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.365</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>44.460</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	58.280
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.590</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.670</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.020</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	58.280
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.475</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.690</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.720</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.400</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 490: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Wittenberge

Stadt Wittenberge 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	53	12.615
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13	2.005
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	430
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	69	15.050
Bekleidung	26	4.750
Schuhe, Lederwaren	4	1.680
Uhren, Schmuck	3	150
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	2.770
Spielwaren, Musikinstrumente	2	385
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	525
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	1.310
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11	3.665
Foto, Optik	6	410
Blumen, Topfpflanzen	6	500
Zoo- und Heimtierbedarf	4	810
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	75	16.955
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	8.380
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	17.710
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	185
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	26.275
SUMME	155	58.280

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 491: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Wittenberge

Stadt Wittenberge 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	31,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	48,6
Bekleidung	7,2
Schuhe, Lederwaren	2,4
Uhren, Schmuck	1,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,5
Foto, Optik	1,1
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,3
SUMME	85,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.8 Amt Bad Wilsnack/Weisen

Abb. 492: Datenblatt für das Amt Bad Wilsnack/Weisen

Datenblatt für das Amt Bad Wilsnack/Weisen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.098
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	32,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.306
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	13,0
Einzelhandelszentralität	40
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	35
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,69
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,45</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,22</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.185
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>550</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.880</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.185
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.910</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.495</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.185
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.825</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.360</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.185
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>805</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.120</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>930</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>745</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 493: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Bad Wilsnack/Weisen

Amt Bad Wilsnack/Weisen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	18	2.420
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	225
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	75
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21	2.720
Bekleidung	4	705
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	265
Spielwaren, Musikinstrumente	0	20
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	20
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	15
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	135
Zoo- und Heimtierbedarf	0	55
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	1.315
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	150
SUMME	35	4.185

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 494: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Bad Wilsnack/Weisen

Amt Bad Wilsnack/Weisen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18,4
Bekleidung	2,7
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,5
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,3
SUMME	32,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.9 Amt Lenzen-Elbtalau

Abb. 495: Datenblatt für das Amt Lenzen-Elbtalau

Datenblatt für das Amt Lenzen-Elbtalau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.164
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	21,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.105
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	9,1
Einzelhandelszentralität	43
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	27
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,65
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,42</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,17</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,06</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.695
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.360</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.695
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.065</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.695
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.020</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.695
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.360</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>930</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 496: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Lenzen-Elbtalaue

Amt Lenzen-Elbtalaue 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	1.460
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	180
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	95
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	15	1.735
Bekleidung	3	190
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	55
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	100
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	55
Zoo- und Heimtierbedarf	0	35
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	720
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	240
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	240
SUMME	27	2.695

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 497: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Lenzen-Elbtalaue

Amt Lenzen-Elbtalaue 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,1
Bekleidung	1,8
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,6
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,8
SUMME	21,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.10 Amt Meyenburg

Abb. 498: Datenblatt für das Amt Meyenburg

Datenblatt für das Amt Meyenburg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.258
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	21,1
Kaufkraft je Einwohner in €	4.952
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	14,7
Einzelhandelszentralität	70
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	30
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,18
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,72</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,29</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,18</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.025
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.070</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.025
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.335</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.275</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.415</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.025
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.335</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.690</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.025
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.660</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>860</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 499: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Meyenburg

Amt Meyenburg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13	2.650
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	345
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	60
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18	3.055
Bekleidung	3	395
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	360
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	90
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	95
Zoo- und Heimtierbedarf	1	190
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	1.220
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	750
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	750
SUMME	30	5.025

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 500: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Meyenburg

Amt Meyenburg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,0
Bekleidung	1,8
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,6
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,8
SUMME	21,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.1.8.11 Amt Putlitz-Berge

Abb. 501: Datenblatt für das Amt Putlitz-Berge

Datenblatt für das Amt Putlitz-Berge 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.932
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	24,3
Kaufkraft je Einwohner in €	4.920
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	10,7
Einzelhandelszentralität	44
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	23
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,82
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.020
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.150</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.700</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.020
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>790</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.025</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.125</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.020
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.870</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.150</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.020
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.450</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 502: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Putlitz-Berge

Amt Putlitz-Berge 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	2.205
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	190
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	35
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12	2.430
Bekleidung	1	185
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	410
Spielwaren, Musikinstrumente	0	5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	10
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	30
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	80
Zoo- und Heimtierbedarf	0	55
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	780
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	765
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	810
SUMME	23	4.020

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 503: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Putlitz-Berge

Amt Putlitz-Berge 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13,8
Bekleidung	2,1
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,9
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,2
SUMME	24,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2 IHK Bezirk Ostbrandenburg

8.2.1 Stadt Frankfurt (Oder)

Abb. 504: Datenblatt für die Stadt Frankfurt (Oder)

Datenblatt für die Stadt Frankfurt (Oder) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	58.092
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	311,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.353
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	347,5
Einzelhandelszentralität	112
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	387
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>247</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>62</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>78</i>
Anzahl Leerstände	170
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,27
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,89</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	132.010
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.115</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.075</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>44.660</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.860</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	132.010
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.015</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.965</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.750</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.940</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>73.340</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	132.010
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>53.425</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.005</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.340</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.240</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	132.010
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.575</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.650</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.375</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>75.045</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>660</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.790</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 505: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Frankfurt (Oder)

Stadt Frankfurt (Oder) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	114	31.460
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	33	6.945
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	20	2.360
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	167	40.765
Bekleidung	60	15.115
Schuhe, Lederwaren	13	3.070
Uhren, Schmuck	7	320
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	18	4.945
Spielwaren, Musikinstrumente	5	1.020
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	12	2.770
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	6	2.835
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	27	5.840
Foto, Optik	8	585
Blumen, Topfpflanzen	15	1.025
Zoo- und Heimtierbedarf	7	2.145
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	178	39.670
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	17	24.590
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	21	26.170
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	815
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	42	51.575
SUMME	387	132.010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 506: Kaufkraft in der Stadt Frankfurt (Oder)

Stadt Frankfurt (Oder) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	114,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	54,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	176,5
Bekleidung	26,3
Schuhe, Lederwaren	8,7
Uhren, Schmuck	4,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5,0
Spielwaren, Musikinstrumente	3,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	23,8
Foto, Optik	4,1
Blumen, Topfpflanzen	2,2
Zoo- und Heimtierbedarf	2,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	93,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	16,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	17,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	6,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41,1
SUMME	311,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 507: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Lagekategorien in der Stadt Frankfurt (Oder)

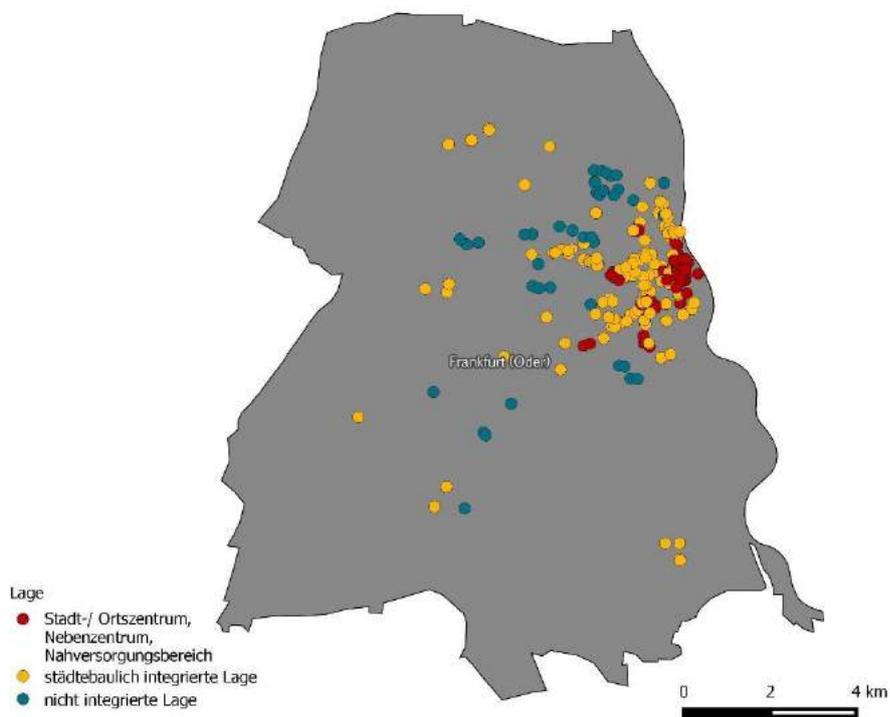
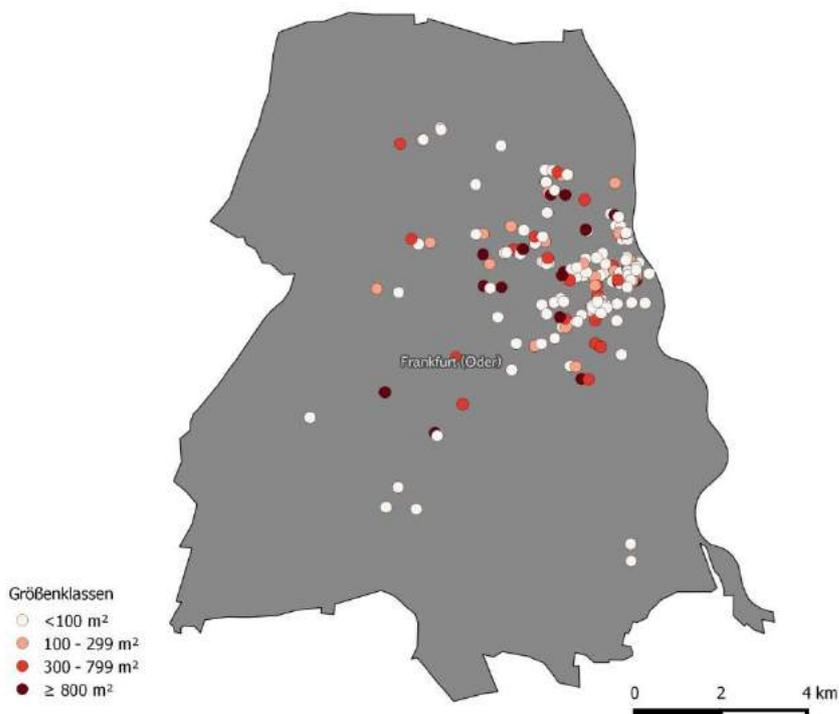


Abb. 508: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen in der Stadt Frankfurt (Oder)



Anmerkung: Aus Gründen der Maßstäblichkeit sind in der Karte nicht alle Einzelhandelsbetriebe erkennbar. An mehreren Stellen überlappen sich Signaturen.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2 LK Märkisch-Oderland

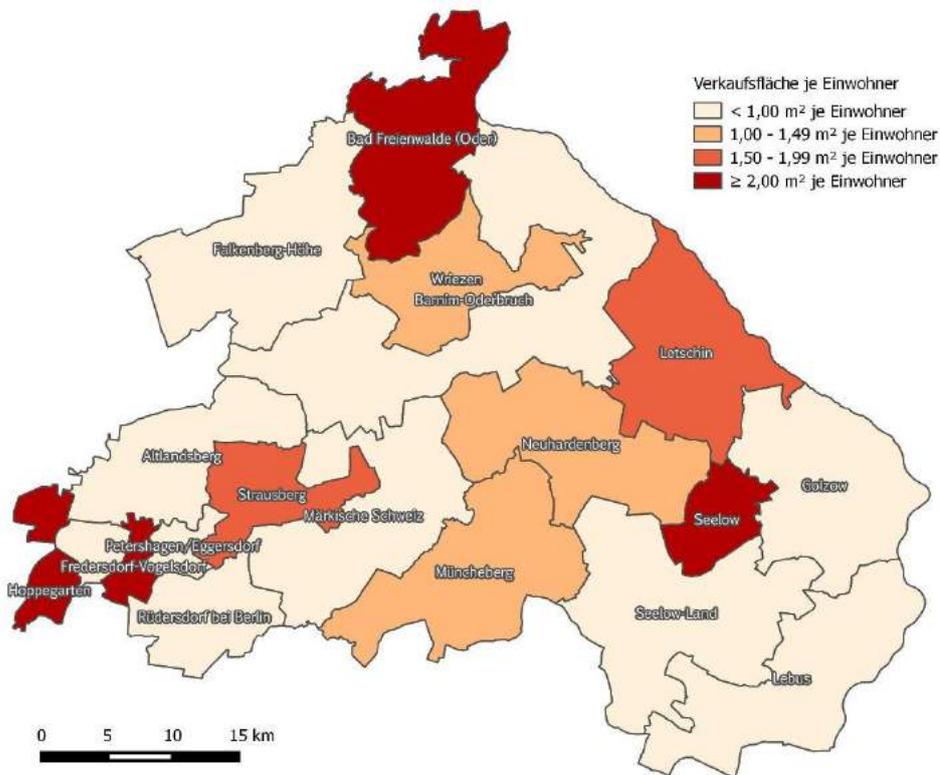
Abb. 509: Datenblatt für den Landkreis Märkisch-Oderland

Datenblatt für den Landkreis Märkisch-Oderland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	190.714
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	1.033,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.417
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	766,1
Einzelhandelszentralität	74
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.069
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>737</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>148</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>184</i>
Anzahl Leerstände	252
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,65
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,68</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	314.410
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.030</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>60.300</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>91.820</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>107.375</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	314.410
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>49.990</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.490</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>82.085</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>153.710</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	314.410
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>171.500</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.540</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>61.910</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>63.325</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	314.410
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.365</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.960</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.975</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.550</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>174.110</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.155</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.980</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

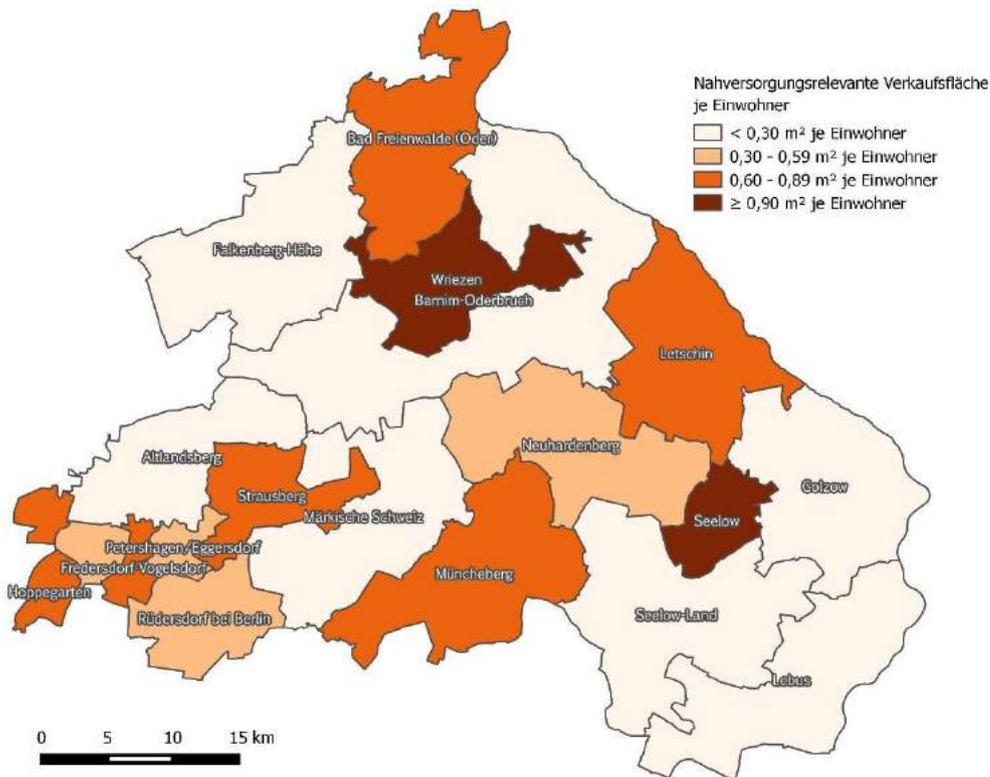
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 510: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Märkisch-Oderland



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 511: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche im Landkreis Märkisch-Oderland



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.1 Altlandsberg, Stadt

Abb. 512: Datenblatt für die Stadt Altlandsberg

Datenblatt der Stadt Altlandsberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.158
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	99,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	52,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.777
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	11,4
Einzelhandelszentralität	22
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	33
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	26
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	3
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	4
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,48
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,23
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,18
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,07
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.355
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.170
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	450
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	1.750
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	985
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.355
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	450
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	2.675
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.230
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.355
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	2.945
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	1.410
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.355
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	1.425
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	150
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	315
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	1.945
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	150
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	370
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 513: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Altlandsberg

Stadt Altlandsberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	14	1.915
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	135
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	100
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	2.150
Bekleidung	1	85
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	85
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	1.030
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	40
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	2	100
Zoo- und Heimtierbedarf	1	85
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	1.605
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	600
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	600
SUMME	33	4.355

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 514: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Altlandsberg

Stadt Altlandsberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	19,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	30,0
Bekleidung	4,5
Schuhe, Lederwaren	1,5
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,0
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,0
SUMME	52,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.2 Bad Freienwalde (Oder), Stadt

Abb. 515: Datenblatt für die Stadt Bad Freienwalde (Oder)

Datenblatt für die Stadt Bad Freienwalde (Oder) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.406
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	82,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	60,0
Kaufkraft je Einwohner in €	4.833
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	70,8
Einzelhandelszentralität	118
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	115
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>82</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
Anzahl Leerstände	36
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,41
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,08</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	29.840
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.690</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.910</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.155</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.490</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	29.840
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.095</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>920</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.310</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.470</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	29.840
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.710</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.035</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.050</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	29.840
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.970</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.415</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.425</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.815</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 516: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Bad Freienwalde (Oder)

Stadt Bad Freienwalde (Oder) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	36	7.340
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7	1.065
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	270
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	47	8.675
Bekleidung	13	1.550
Schuhe, Lederwaren	2	135
Uhren, Schmuck	2	100
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	2.060
Spielwaren, Musikinstrumente	2	405
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	895
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	595
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7	1.070
Foto, Optik	4	305
Blumen, Topfpflanzen	5	460
Zoo- und Heimtierbedarf	1	245
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	48	7.820
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	6	5.045
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9	7.930
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	370
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20	13.345
SUMME	115	29.840

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 517: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Bad Freienwalde (Oder)

Stadt Bad Freienwalde (Oder) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	22,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34,0
Bekleidung	5,1
Schuhe, Lederwaren	1,7
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,6
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,9
SUMME	60,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.3 Fredersdorf-Vogelsdorf, Gemeinde

Abb. 518: Datenblatt für die Gemeinde Fredersdorf-Vogelsdorf

Datenblatt für die Gemeinde Fredersdorf-Vogelsdorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	13.104
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	100,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	76,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.869
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	124,5
Einzelhandelszentralität	162
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	84
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>55</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	5,87
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,89</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,95</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>4,03</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	76.920
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.475</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.285</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.515</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>59.100</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	76.920
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.670</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.215</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.865</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>67.125</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	76.920
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>65.400</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.950</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.525</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	76.920
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.100</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.575</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.045</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>62.285</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 519: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Fredersdorf-Vogelsdorf

Gemeinde Fredersdorf-Vogelsdorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	28	9.745
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	1.385
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6	480
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	39	11.610
Bekleidung	4	1.425
Schuhe, Lederwaren	2	570
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	4.040
Spielwaren, Musikinstrumente	1	235
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	170
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	2.190
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	2.740
Foto, Optik	1	60
Blumen, Topfpflanzen	6	410
Zoo- und Heimtierbedarf	0	580
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	30	12.465
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	31.085
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9	21.655
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	105
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15	52.845
SUMME	84	76.920

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 520: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Fredersdorf-Vogelsdorf

Gemeinde Fredersdorf-Vogelsdorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	28,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	43,7
Bekleidung	6,5
Schuhe, Lederwaren	2,2
Uhren, Schmuck	1,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,9
Foto, Optik	1,0
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	23,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,2
SUMME	76,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.4 Hoppegarten, Gemeinde

Abb. 521: Datenblatt für die Gemeinde Hoppegarten

Datenblatt für die Gemeinde Hoppegarten 2016	
Einwohner (31.12.2015)	17.636
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	107,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	110,7
Kaufkraft je Einwohner in €	6.277
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	97,3
Einzelhandelszentralität	88
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	79
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>41</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28</i>
Anzahl Leerstände	2
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,72
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,64</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,62</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,46</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	47.940
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.710</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.955</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.405</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.370</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	47.940
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.520</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.220</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.700</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.500</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	47.940
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.245</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.950</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.745</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	47.940
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.995</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.620</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.255</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.550</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>845</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 522: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Hoppegarten

Gemeinde Hoppegarten 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	28	8.960
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11	1.695
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	620
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	44	11.275
Bekleidung	8	3.435
Schuhe, Lederwaren	2	660
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	2.440
Spielwaren, Musikinstrumente	0	100
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	835
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	565
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	555
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	840
Zoo- und Heimtierbedarf	0	1.505
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	23	10.980
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	1.780
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11	23.815
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	90
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12	25.685
SUMME	79	47.940

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 523: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Hoppegarten

Gemeinde Hoppegarten 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	40,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	19,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	62,8
Bekleidung	9,4
Schuhe, Lederwaren	3,1
Uhren, Schmuck	1,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,8
Spielwaren, Musikinstrumente	1,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8,5
Foto, Optik	1,5
Blumen, Topfpflanzen	0,8
Zoo- und Heimtierbedarf	0,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	33,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	6,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,6
SUMME	110,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.5 Letschin, Gemeinde

Abb. 524: Datenblatt für die Gemeinde Letschin

Datenblatt für die Gemeinde Letschin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.035
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	79,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	18,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.620
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	14,6
Einzelhandelszentralität	79
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	27
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,57
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,74</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,32</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.335
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.980</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.200</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.335
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.040</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.235</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>970</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.090</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.335
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.320</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.015</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.335
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.290</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>665</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 525: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Letschin

Gemeinde Letschin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	14	2.580
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	315
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	100
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16	2.995
Bekleidung	1	290
Schuhe, Lederwaren	0	60
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	1.195
Spielwaren, Musikinstrumente	0	55
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	25
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	80
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	135
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	110
Zoo- und Heimtierbedarf	0	110
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	2.060
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	95
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	1.175
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	10
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	1.280
SUMME	27	6.335

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 526: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Letschin

Gemeinde Letschin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10,6
Bekleidung	1,6
Schuhe, Lederwaren	0,5
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,4
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,5
SUMME	18,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.6 Müncheberg, Stadt

Abb. 527: Datenblatt für die Stadt Müncheberg

Datenblatt für die Stadt Müncheberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.783
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	34,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.111
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	25,7
Einzelhandelszentralität	74
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	48
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	35
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	4
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	9
Anzahl Leerstände	20
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,33
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,73
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,41
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,19
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.025
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.575
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	600
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	3.575
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	3.275
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.025
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	1.895
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	2.305
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	4.435
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	390
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.025
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	3.690
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	1.595
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	3.740
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.025
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	3.035
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	1.240
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	270
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	870
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	2.965
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	270
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	375

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 528: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Müncheberg

Stadt Müncheberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	19	4.440
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	405
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	80
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23	4.925
Bekleidung	4	1.070
Schuhe, Lederwaren	0	40
Uhren, Schmuck	1	55
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	575
Spielwaren, Musikinstrumente	0	80
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	130
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	105
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	185
Foto, Optik	3	145
Blumen, Topfpflanzen	4	240
Zoo- und Heimtierbedarf	0	180
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19	2.805
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	850
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	295
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	1.295
SUMME	48	9.025

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 529: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Müncheberg

Stadt Müncheberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19,7
Bekleidung	2,9
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,7
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,6
SUMME	34,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.7 Neuenhagen bei Berlin, Gemeinde

Abb. 530: Datenblatt für die Gemeinde Neuenhagen bei Berlin

Datenblatt für die Gemeinde Neuenhagen bei Berlin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	17.593
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	104,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	107,3
Kaufkraft je Einwohner in €	6.098
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	46,2
Einzelhandelszentralität	43
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	71
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	55
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	7
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	9
Anzahl Leerstände	8
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,68
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,36
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,17
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,15
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.895
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	2.475
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.050
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	3.235
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	5.135
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.895
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	3.905
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	1.075
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	3.040
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	3.875
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.895
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	8.765
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	3.130
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.895
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	2.205
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	2.645
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	405
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	2.610
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	3.700
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	135
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	195

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 531: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin

Gemeinde Neuenhagen bei Berlin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	23	5.300
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6	515
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6	535
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	35	6.350
Bekleidung	10	1.015
Schuhe, Lederwaren	1	185
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	605
Spielwaren, Musikinstrumente	1	65
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	25
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5	310
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	2	160
Zoo- und Heimtierbedarf	2	165
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	30	2.905
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	2.550
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	90
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	2.640
SUMME	71	11.895

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 532: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Neuenhagen bei Berlin

Gemeinde Neuenhagen bei Berlin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	39,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	18,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	60,9
Bekleidung	9,1
Schuhe, Lederwaren	3,0
Uhren, Schmuck	1,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,7
Spielwaren, Musikinstrumente	1,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8,2
Foto, Optik	1,4
Blumen, Topfpflanzen	0,8
Zoo- und Heimtierbedarf	0,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	32,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	5,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,2
SUMME	107,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.8 Petershagen/Eggersdorf, Gemeinde

Abb. 533: Datenblatt für die Gemeinde Petershagen/Eggersdorf

Datenblatt für die Gemeinde Petershagen/Eggersdorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	14.520
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	102,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	86,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.955
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	36,6
Einzelhandelszentralität	42
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	44
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
Anzahl Leerstände	8
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,93
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,45</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,32</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	13.570
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.215</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.910</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.695</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	13.570
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.680</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.335</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.790</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.765</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	13.570
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.790</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.780</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	13.570
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.000</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.790</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.560</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.815</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 534: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Petershagen/Eggersdorf

Gemeinde Petershagen/Eggersdorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	19	5.850
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	495
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	235
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26	6.580
Bekleidung	2	605
Schuhe, Lederwaren	0	35
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	510
Spielwaren, Musikinstrumente	2	230
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	40
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	290
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	2	195
Zoo- und Heimtierbedarf	1	155
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14	2.390
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	950
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	3.650
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	4.600
SUMME	44	13.570

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 535: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Petershagen/Eggersdorf

Gemeinde Petershagen/Eggersdorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	31,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	15,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	49,1
Bekleidung	7,3
Schuhe, Lederwaren	2,4
Uhren, Schmuck	1,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,6
Foto, Optik	1,1
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,4
SUMME	86,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.9 Rüdersdorf bei Berlin, Gemeinde

Abb. 536: Datenblatt für die Gemeinde Rüdersdorf bei Berlin

Datenblatt für die Gemeinde Rüdersdorf bei Berlin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	15.313
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	77,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.037
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	41,7
Einzelhandelszentralität	54
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	74
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>52</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
Anzahl Leerstände	38
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,76
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,21</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.620
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.340</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.855</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.775</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.620
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.110</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.295</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.620
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.590</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>930</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.100</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.620
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.895</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.640</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.010</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 537: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Rüdersdorf bei Berlin

Gemeinde Rüdersdorf bei Berlin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	28	6.900
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7	760
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	280
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	40	7.940
Bekleidung	7	1.120
Schuhe, Lederwaren	2	100
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	330
Spielwaren, Musikinstrumente	0	10
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	495
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	75
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	235
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	6	305
Zoo- und Heimtierbedarf	1	395
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	29	3.245
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	345
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	45
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	435
SUMME	74	11.620

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 538: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Rüdersdorf bei Berlin

Gemeinde Rüdersdorf bei Berlin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	28,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	43,8
Bekleidung	6,5
Schuhe, Lederwaren	2,2
Uhren, Schmuck	1,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,9
Foto, Optik	1,0
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	23,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,2
SUMME	77,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.10 Seelow, Stadt

Abb. 539: Datenblatt für die Stadt Seelow

Datenblatt für die Stadt Seelow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.387
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	82,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	25,9
Kaufkraft je Einwohner in €	4.808
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	54,6
Einzelhandelszentralität	211
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	75
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>53</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13</i>
Anzahl Leerstände	15
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	3,82
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>1,50</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,89</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,42</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.560
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.385</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.860</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.475</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.490</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.560
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.905</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.250</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.405</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.560
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.050</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>435</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.075</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.560
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.090</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.235</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.610</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.510</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>620</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 540: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Seelow

Stadt Seelow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	21	6.805
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6	1.045
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	255
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	30	8.105
Bekleidung	9	1.250
Schuhe, Lederwaren	2	415
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	1.185
Spielwaren, Musikinstrumente	1	115
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	285
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	225
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	635
Foto, Optik	4	195
Blumen, Topfpflanzen	2	200
Zoo- und Heimtierbedarf	0	205
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	34	4.800
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	480
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8	7.125
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	50
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	7.655
SUMME	75	20.560

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 541: Kaufkraft, Umsätze und Zentralitätskennziffern nach Warengruppen in der Stadt Seelow

Stadt Seelow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	9,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	14,7
Bekleidung	2,2
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,0
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,4
SUMME	25,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.11 Strausberg, Stadt

Abb. 542: Datenblatt für die Stadt Strausberg

Datenblatt für die Stadt Strausberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	26.213
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	139,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.317
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	156,2
Einzelhandelszentralität	112
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	187
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>113</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>38</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>36</i>
Anzahl Leerstände	25
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,95
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,71</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	51.125
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.085</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.140</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.380</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.925</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	51.125
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.005</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.315</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.205</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.555</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	51.125
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.240</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.540</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.210</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.090</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	51.125
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.155</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.260</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.555</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.290</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.155</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>435</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 543: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Strausberg

Stadt Strausberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	44	13.610
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	18	3.815
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	13	1.295
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	75	18.720
Bekleidung	34	8.265
Schuhe, Lederwaren	8	2.165
Uhren, Schmuck	6	305
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6	2.440
Spielwaren, Musikinstrumente	1	545
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	700
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	815
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	12	2.610
Foto, Optik	9	550
Blumen, Topfpflanzen	15	910
Zoo- und Heimtierbedarf	2	1.215
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	101	20.520
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	1.125
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	10.470
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	290
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	11.885
SUMME	187	51.125

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 544: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Strausberg

Stadt Strausberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	51,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	24,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	79,1
Bekleidung	11,8
Schuhe, Lederwaren	3,9
Uhren, Schmuck	1,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,7
Foto, Optik	1,8
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,4
SUMME	139,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.12 Wriezen, Stadt

Abb. 545: Datenblatt für die Stadt Wriezen

Datenblatt für die Stadt Wriezen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.355
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	79,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	34,0
Kaufkraft je Einwohner in €	4.620
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	34,1
Einzelhandelszentralität	100
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	63
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>42</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
Anzahl Leerstände	30
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,48
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,90</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,22</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.870
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.770</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.710</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.870
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.720</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.760</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.815</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>575</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.870
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.095</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.775</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.870
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.510</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.795</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.525</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.500</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 546: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Wriezen

Stadt Wriezen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	23	5.555
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8	795
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	250
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	35	6.600
Bekleidung	4	660
Schuhe, Lederwaren	2	235
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	510
Spielwaren, Musikinstrumente	0	55
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	170
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	225
Foto, Optik	2	200
Blumen, Topfpflanzen	3	160
Zoo- und Heimtierbedarf	2	410
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20	2.625
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	295
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	1.230
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	120
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	1.645
SUMME	63	10.870

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 547: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Wriezen

Stadt Wriezen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19,3
Bekleidung	2,9
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,6
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,5
SUMME	34,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.13 Amt Barnim-Oderbruch

Abb. 548: Datenblatt für das Amt Barnim-Oderbruch

Datenblatt für das Amt Barnim-Oderbruch 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.705
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	32,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.862
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	5,7
Einzelhandelszentralität	18
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	21
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,23
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,14</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,01</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.555
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>550</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.555
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.240</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.555
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>640</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>915</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.555
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>640</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 549: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Barnim-Oderbruch

Amt Barnim-Oderbruch 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	890
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	35
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	10
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	935
Bekleidung	0	10
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	145
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	150
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	55
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	105
Zoo- und Heimtierbedarf	1	65
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	575
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	45
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	45
SUMME	21	1.555

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 550: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Barnim-Oderbruch

Amt Barnim-Oderbruch 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18,5
Bekleidung	2,8
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,5
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,3
SUMME	32,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.14 Amt Falkenberg-Höhe

Abb. 551: Datenblatt für das Amt Falkenberg-Höhe

Datenblatt für das Amt Falkenberg-Höhe 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.495
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	23,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.144
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	2,6
Einzelhandelszentralität	11
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	17
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	17
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	0
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,17
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,08
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,06
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,03
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	765
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	765
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	765
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	180
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	360
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	225
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	765
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	270
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	495
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	765
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	495
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	135
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 552: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Falkenberg-Höhe

Amt Falkenberg-Höhe 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	6	270
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	90
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8	360
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	135
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	90
Zoo- und Heimtierbedarf	1	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	270
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	45
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	90
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	135
SUMME	17	765

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 553: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Falkenberg-Höhe

Amt Falkenberg-Höhe 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13,1
Bekleidung	2,0
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,8
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,1
SUMME	23,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.15 Amt Golzow

Abb. 554: Datenblatt für das Amt Golzow

Datenblatt für das Amt Golzow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.313
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	79,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	24,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.628
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	7,7
Einzelhandelszentralität	31
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	24
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,64
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,25</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,20</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,20</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.425
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.805</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.425
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.050</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.425
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.705</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.425
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.145</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>390</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 555: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Golzow

Amt Golzow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	9	1.175
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	100
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	40
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10	1.315
Bekleidung	0	30
Schuhe, Lederwaren	0	15
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	295
Spielwaren, Musikinstrumente	0	20
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	10
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	165
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	105
Zoo- und Heimtierbedarf	1	310
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	1.040
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	865
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	55
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	1.070
SUMME	24	3.425

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 556: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Golzow

Amt Golzow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	9,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	14,0
Bekleidung	2,1
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,9
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,3
SUMME	24,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.16 Amt Lebus

Abb. 557: Datenblatt für das Amt Lebus

Datenblatt für das Amt Lebus 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.083
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	33,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.534
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	9,2
Einzelhandelszentralität	27
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	22
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,54
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,07</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,20</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.315
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>515</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.630</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.315
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>740</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.380</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.315
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.095</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.220</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.315
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>830</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>515</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>555</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>950</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 558: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Lebus

Amt Lebus 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	9	1.525
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	130
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	50
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	1.705
Bekleidung	0	35
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	135
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	35
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	2	105
Zoo- und Heimtierbedarf	0	20
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	420
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	950
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	240
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	1.190
SUMME	22	3.315

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 559: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Lebus

Amt Lebus 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19,1
Bekleidung	2,8
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,6
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,5
SUMME	33,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.17 Amt Märkische Schweiz

Abb. 560: Datenblatt für das Amt Märkische Schweiz

Datenblatt für das Amt Märkische Schweiz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.214
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	48,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.301
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	11,5
Einzelhandelszentralität	24
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	44
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>36</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,44
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.035
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.620</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>705</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.035
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>825</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.470</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.740</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.035
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.730</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.035
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.515</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.635</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 561: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Märkische Schweiz

Amt Märkische Schweiz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	14	1.965
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	275
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	340
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23	2.580
Bekleidung	1	95
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	230
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	240
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	90
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	140
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	5	240
Zoo- und Heimtierbedarf	0	30
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19	1.155
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	300
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	300
SUMME	44	4.035

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 562: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Märkische Schweiz

Amt Märkische Schweiz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	27,7
Bekleidung	4,1
Schuhe, Lederwaren	1,4
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,7
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,5
SUMME	48,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.18 Amt Neuhardenberg

Abb. 563: Datenblatt für das Amt Neuhardenberg

Datenblatt für das Amt Neuhardenberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.513
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	82,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	21,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.788
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	13,3
Einzelhandelszentralität	62
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	27
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,47
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,19</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,79</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.630
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>305</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.870</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.630
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.965</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.650</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.015</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.630
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.375</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.255</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.630
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>615</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.125</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 564: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Neuhardenberg

Amt Neuhardenberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	12	1.930
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	115
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	150
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	15	2.195
Bekleidung	0	35
Schuhe, Lederwaren	0	15
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	125
Spielwaren, Musikinstrumente	0	30
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	55
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	165
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	60
Zoo- und Heimtierbedarf	1	375
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	860
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	2.640
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8	935
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	3.575
SUMME	27	6.630

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 565: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Neuhardenberg

Amt Neuhardenberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,3
Bekleidung	1,8
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,9
SUMME	21,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.2.19 Amt Seelow-Land

Abb. 566: Datenblatt für das Amt Seelow-Land

Datenblatt für das Amt Seelow-Land 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.888
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	24,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.065
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	2,4
Einzelhandelszentralität	10
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	14
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	1
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,13
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	630
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	630
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	630
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	630
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 567: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Seelow-Land

Amt Seelow-Land 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	10	450
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10	450
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	0
Zoo- und Heimtierbedarf	1	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	90
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	90
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	90
SUMME	14	630

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 568: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Seelow-Land

Amt Seelow-Land 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	9,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	14,1
Bekleidung	2,1
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,9
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,3
SUMME	24,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3 Landkreis Oder-Spree

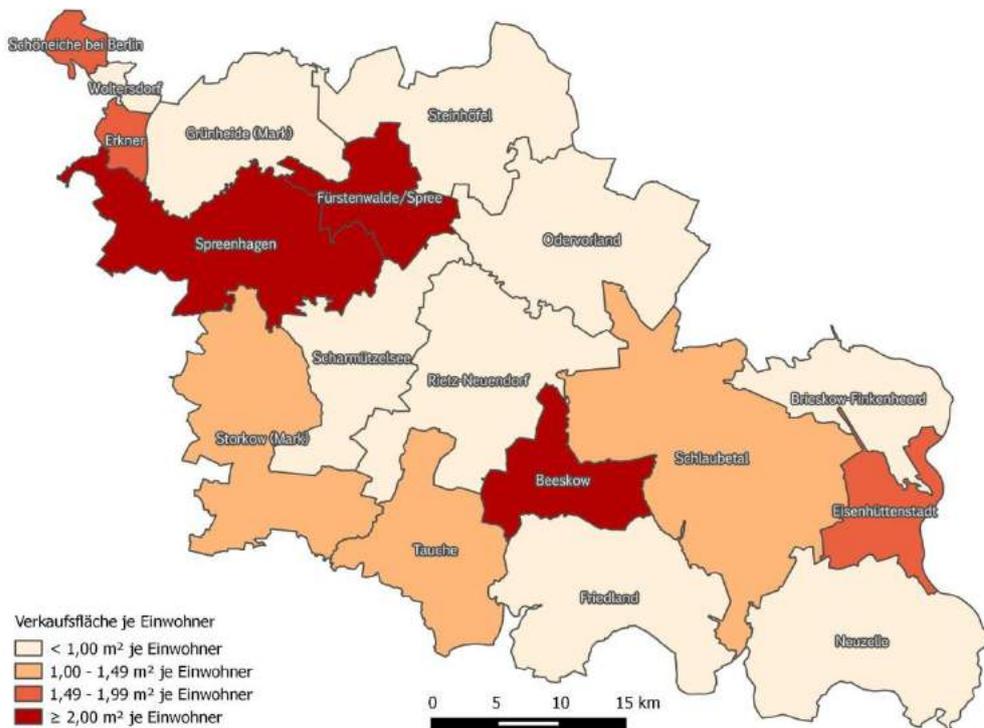
Abb. 569: Datenblatt für den Landkreis Oder-Spree

Datenblatt für den Landkreis Oder-Spree 2016	
Einwohner (31.12.2015)	182.397
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	961,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.269
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	711,8
Einzelhandelszentralität	74
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	969
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>645</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>174</i>
Anzahl Leerstände	299
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,62
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,46</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	296.185
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.935</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>55.400</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>105.445</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>83.800</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	296.185
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>69.625</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.395</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.185</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.050</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>151.975</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	296.185
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>137.105</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>49.075</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>39.465</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>70.585</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	296.185
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.915</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>46.980</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.850</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.580</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>162.280</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.220</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.040</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.365</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

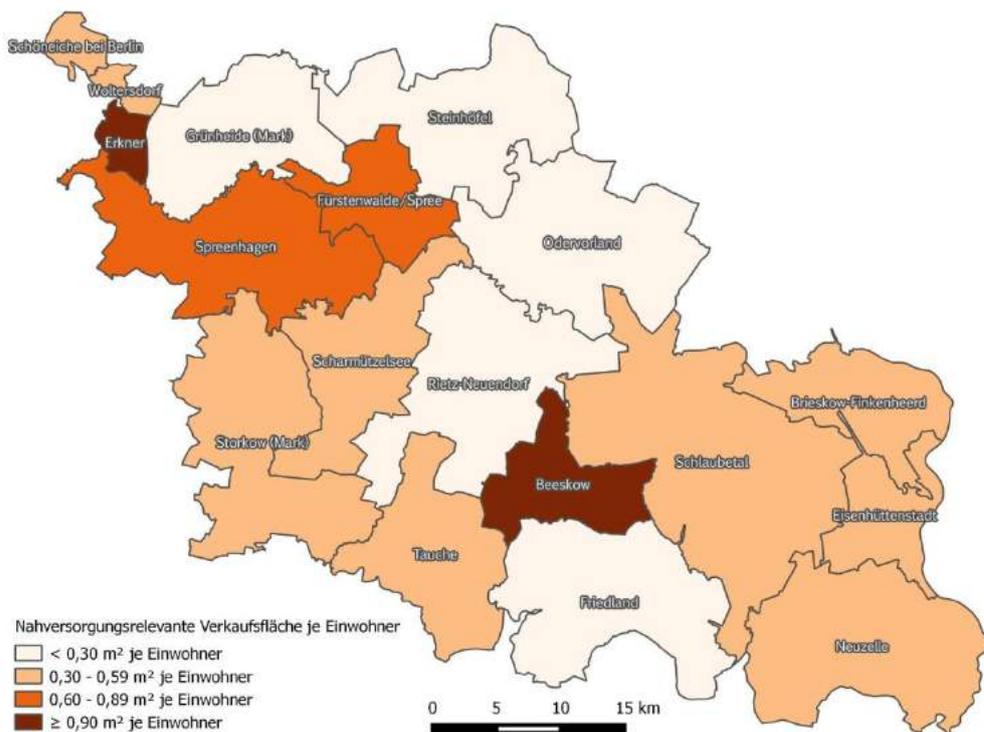
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 570: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Oder-Spree



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 571: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche im Landkreis Oder-Spree



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.1 Beeskow, Stadt

Abb. 572: Datenblatt für die Stadt Beeskow

Datenblatt für die Stadt Beeskow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.122
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	40,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.009
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	61,9
Einzelhandelszentralität	152
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	101
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>61</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20</i>
Anzahl Leerstände	27
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	3,51
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>1,16</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,08</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,27</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.505
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.745</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.000</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.490</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.270</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.505
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.455</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>850</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.870</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.330</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.505
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.790</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.375</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.340</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.505
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.750</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.670</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.545</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.865</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 573: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Beeskow

Stadt Beeskow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	29	7.605
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9	1.210
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	590
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	43	9.405
Bekleidung	12	1.815
Schuhe, Lederwaren	3	425
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	1.920
Spielwaren, Musikinstrumente	1	175
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	570
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	1.535
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5	660
Foto, Optik	4	180
Blumen, Topfpflanzen	5	915
Zoo- und Heimtierbedarf	1	455
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	48	8.785
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.680
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	8.615
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	20
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	10.315
SUMME	101	28.505

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 574: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Beeskow

Stadt Beeskow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23,1
Bekleidung	3,4
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,1
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,4
SUMME	40,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.2 Eisenhüttenstadt, Stadt

Abb. 575: Datenblatt für die Stadt Eisenhüttenstadt

Datenblatt der Stadt Eisenhüttenstadt 2016	
Einwohner (31.12.2015)	30.416
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	153,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.033
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	146,4
Einzelhandelszentralität	96
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	184
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>116</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>37</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
Anzahl Leerstände	81
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,86
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,74</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	56.480
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.220</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.045</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.785</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.880</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	56.480
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.045</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.020</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.690</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.260</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	56.480
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.255</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.465</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.860</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.900</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	56.480
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.615</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.525</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.860</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.655</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.040</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 576: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Eisenhüttenstadt

Stadt Eisenhüttenstadt 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	42	13.005
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	19	2.365
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	12	1.530
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	73	16.900
Bekleidung	25	5.355
Schuhe, Lederwaren	6	1.350
Uhren, Schmuck	3	140
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	3.585
Spielwaren, Musikinstrumente	1	370
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	835
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	2.120
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	13	1.495
Foto, Optik	8	465
Blumen, Topfpflanzen	7	420
Zoo- und Heimtierbedarf	3	990
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	85	17.125
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	9	9.995
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	16	12.180
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	280
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26	22.455
SUMME	184	56.480

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 577: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Eisenhüttenstadt

Stadt Eisenhüttenstadt 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	56,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	26,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	86,9
Bekleidung	12,9
Schuhe, Lederwaren	4,3
Uhren, Schmuck	2,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,7
Foto, Optik	2,0
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,3
SUMME	153,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.3 Erkner, Stadt

Abb. 578: Datenblatt für die Stadt Erkner

Datenblatt für die Stadt Erkner 2016	
Einwohner (31.12.2015)	11.668
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	61,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.281
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	59,1
Einzelhandelszentralität	96
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	74
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>46</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,65
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>1,05</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,08</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.230
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.950</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.630</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.625</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.230
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.495</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.975</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.725</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.230
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.325</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.875</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.020</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.010</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.230
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.350</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.550</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.180</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.655</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 579: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Erkner

Stadt Erkner 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	20	9.945
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8	1.820
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	455
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	32	12.220
Bekleidung	10	2.535
Schuhe, Lederwaren	1	460
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	1.130
Spielwaren, Musikinstrumente	0	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	285
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	190
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6	590
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	5	260
Zoo- und Heimtierbedarf	1	350
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	33	6.025
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	495
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	350
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	140
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	985
SUMME	74	19.230

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 580: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Erkner

Stadt Erkner 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	22,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	35,0
Bekleidung	5,2
Schuhe, Lederwaren	1,7
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,7
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,2
SUMME	61,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.4 Friedland, Stadt

Abb. 581: Datenblatt für die Stadt Friedland

Datenblatt für die Stadt Friedland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.017
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	15,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.063
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	3,3
Einzelhandelszentralität	21
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	11
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	2
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,31
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,17</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,12</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	935
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>380</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	935
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>845</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	935
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	935
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>380</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 582: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Friedland

Stadt Friedland 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	7	420
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	45
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	45
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	9	510
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	310
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	355
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	70
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	0	70
SUMME	11	935

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 583: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Friedland

Stadt Friedland 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8,7
Bekleidung	1,3
Schuhe, Lederwaren	0,4
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,2
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,2
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,0
SUMME	15,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.5 Fürstenwalde/Spree, Stadt

Abb. 584: Datenblatt für die Stadt Fürstenwalde/Spree

Datenblatt für die Stadt Fürstenwalde/Spree 2016	
Einwohner (31.12.2015)	31.741
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	154,1
Kaufkraft je Einwohner in €	4.854
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	193,3
Einzelhandelszentralität	125
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	233
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>155</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47</i>
Anzahl Leerstände	56
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,54
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,74</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,21</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	80.585
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.930</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.945</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.080</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.980</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	80.585
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.985</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.375</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.960</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.640</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>53.625</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	80.585
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.080</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.025</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.640</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>38.840</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	80.585
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.800</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.930</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.440</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.860</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.220</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.180</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>615</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.540</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 585: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Fürstenwalde/Spree

Stadt Fürstenwalde/Spree 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	65	19.460
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	17	3.165
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	990
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	91	23.615
Bekleidung	31	5.090
Schuhe, Lederwaren	9	1.400
Uhren, Schmuck	3	165
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	12	4.260
Spielwaren, Musikinstrumente	2	430
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	13	1.090
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	1.445
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	15	2.245
Foto, Optik	7	420
Blumen, Topfpflanzen	12	920
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.220
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	112	18.685
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	9	16.620
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	18	21.100
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	565
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	30	38.285
SUMME	233	80.585

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 586: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Fürstenwalde/Spree

Stadt Fürstenwalde/Spree 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	56,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	26,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	87,4
Bekleidung	13,0
Schuhe, Lederwaren	4,3
Uhren, Schmuck	2,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11,8
Foto, Optik	2,0
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	46,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,4
SUMME	154,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.6 Grünheide (Mark), Gemeinde

Abb. 587: Datenblatt für die Gemeinde Grünheide (Mark)

Datenblatt für die Gemeinde Grünheide (Mark) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.327
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	98,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	47,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.710
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	11,3
Einzelhandelszentralität	24
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	24
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,38
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,08</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.200
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.790</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.200
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.435</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.765</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.200
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.480</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.200
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>820</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.165</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>795</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 588: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Grünheide (Mark)

Gemeinde Grünheide (Mark) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	1.965
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	275
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	75
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13	2.315
Bekleidung	2	215
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	155
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	150
Zoo- und Heimtierbedarf	0	25
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	635
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	55
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	195
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	250
SUMME	24	3.200

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 589: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Grünheide (Mark)

Gemeinde Grünheide (Mark) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	27,0
Bekleidung	4,0
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,6
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,3
SUMME	47,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.7 Rietz-Neuendorf, Gemeinde

Abb. 590: Datenblatt für die Gemeinde Rietz-Neuendorf

Datenblatt für die Gemeinde Rietz-Neuendorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.124
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	21,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.271
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	1,7
Einzelhandelszentralität	8
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	7
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,10
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,04</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	420
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	420
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	420
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	420
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 591: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Rietz-Neuendorf

Gemeinde Rietz-Neuendorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	3	135
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	3	135
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	0
Zoo- und Heimtierbedarf	1	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	135
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	150
SUMME	7	420

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 592: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Rietz-Neuendorf

Gemeinde Rietz-Neuendorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,3
Bekleidung	1,8
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,9
SUMME	21,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.8 Schöneiche bei Berlin, Gemeinde

Abb. 593: Datenblatt für die Gemeinde Schöneiche bei Berlin

Datenblatt für die Gemeinde Schöneiche bei Berlin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.311
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	103,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	74,0
Kaufkraft je Einwohner in €	6.008
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	35,4
Einzelhandelszentralität	48
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	38
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	23
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	6
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	9
Anzahl Leerstände	14
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,68
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,42
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,98
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,28
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.680
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.035
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	900
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	2.505
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	4.680
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	11.560
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.680
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	4.555
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	2.820
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.400
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	11.905
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.680
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	20.155
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	525
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.680
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	2.170
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	1.650
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	225
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	1.425
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	15.015
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	195
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 594: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Schöneiche bei Berlin

Gemeinde Schöneiche bei Berlin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13	4.020
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	810
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	350
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20	5.180
Bekleidung	3	1.000
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	2.295
Spielwaren, Musikinstrumente	0	50
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	60
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	380
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	195
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	5	7.930
Zoo- und Heimtierbedarf	0	60
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	12.060
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	915
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	2.375
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	150
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	3.440
SUMME	38	20.680

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 595: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Schöneiche bei Berlin

Gemeinde Schöneiche bei Berlin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	27,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	42,0
Bekleidung	6,3
Schuhe, Lederwaren	2,1
Uhren, Schmuck	1,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,2
Spielwaren, Musikinstrumente	0,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,7
Foto, Optik	1,0
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,8
SUMME	74,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.9 Steinhöfel, Gemeinde

Abb. 596: Datenblatt für die Gemeinde Steinhöfel

Datenblatt für die Gemeinde Steinhöfel 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.474
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	22,0
Kaufkraft je Einwohner in €	4.911
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	4,7
Einzelhandelszentralität	21
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	8
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,64
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,15</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.885
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.360</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.885
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>480</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.405</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.885
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.690</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.885
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.360</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 597: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Steinhöfel

Gemeinde Steinhöfel 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	4	390
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	4	390
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	530
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	1	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	665
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	470
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	1.360
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	1.830
SUMME	8	2.885

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 598: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Steinhöfel

Gemeinde Steinhöfel 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,5
Bekleidung	1,9
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,9
SUMME	22,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.10 Storkow (Mark), Stadt

Abb. 599: Datenblatt für die Stadt Storkow (Mark)

Datenblatt für die Stadt Storkow (Mark) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.020
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	45,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.028
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	34,0
Einzelhandelszentralität	75
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	58
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>42</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
Anzahl Leerstände	29
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,40
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.640
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.835</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.015</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.640
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.020</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.340</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.850</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.430</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.640
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.510</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>710</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.640
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.135</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.385</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.995</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.675</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 600: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Storkow (Mark)

Stadt Storkow (Mark) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	20	4.930
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	300
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	125
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	24	5.355
Bekleidung	3	1.030
Schuhe, Lederwaren	1	210
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6	710
Spielwaren, Musikinstrumente	0	20
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	65
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	150
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	235
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	6	840
Zoo- und Heimtierbedarf	1	240
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	3.635
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	135
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	3.380
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	3.650
SUMME	58	12.640

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 601: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Storkow (Mark)

Stadt Storkow (Mark) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25,7
Bekleidung	3,8
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,5
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,0
SUMME	45,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.11 Tauche, Gemeinde

Abb. 602: Datenblatt für die Gemeinde Tauche

Datenblatt für die Gemeinde Tauche 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.875
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	19,2
Kaufkraft je Einwohner in €	4.959
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	8,4
Einzelhandelszentralität	44
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	13
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,03
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,32</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,34</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.010
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.480</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.975</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.010
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.525</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.065</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.010
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.855</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.155</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.010
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.030</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.665</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 603: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Tauche

Gemeinde Tauche 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	9	1.150
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	95
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	10
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10	1.255
Bekleidung	0	35
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	105
Spielwaren, Musikinstrumente	0	15
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	965
Zoo- und Heimtierbedarf	0	190
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	1.320
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	1.435
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	1.435
SUMME	13	4.010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 604: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Tauche

Gemeinde Tauche 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10,9
Bekleidung	1,6
Schuhe, Lederwaren	0,5
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,5
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,5
SUMME	19,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.12 Woltersdorf, Gemeinde

Abb. 605: Datenblatt für die Gemeinde Woltersdorf

Datenblatt für die Gemeinde Woltersdorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.092
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	100,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	47,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.844
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	20,6
Einzelhandelszentralität	44
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	32
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,73
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.915
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.060</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.915
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.005</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.670</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.915
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.985</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>930</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.915
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.300</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.240</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.590</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>470</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 606: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Woltersdorf

Gemeinde Woltersdorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	3.565
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	270
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	325
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	4.160
Bekleidung	2	380
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	155
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	150
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	105
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	2	115
Zoo- und Heimtierbedarf	0	60
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	1.055
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	550
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	150
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	700
SUMME	32	5.915

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 607: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Woltersdorf

Gemeinde Woltersdorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26,8
Bekleidung	4,0
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,6
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,3
SUMME	47,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.13 Amt Brieskow-Finkenheerd

Abb. 608: Datenblatt für das Amt Brieskow-Finkenheerd

Datenblatt für das Amt Brieskow-Finkenheerd 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.629
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	41,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.379
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	19,9
Einzelhandelszentralität	49
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	30
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	21
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,91
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,50</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,25</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,15</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.925
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.705</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.720</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.925
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.110</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.035</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.780</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.925
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.470</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.215</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.925
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.520</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>705</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.515</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 609: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Brieskow-Finkenheerd

Amt Brieskow-Finkenheerd 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	18	3.455
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	325
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	60
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19	3.840
Bekleidung	1	215
Schuhe, Lederwaren	0	30
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	850
Spielwaren, Musikinstrumente	0	25
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	40
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	55
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	60
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	290
Zoo- und Heimtierbedarf	1	300
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	1.910
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	105
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	1.070
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	1.175
SUMME	30	6.925

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 610: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Brieskow-Finkenheerd

Amt Brieskow-Finkenheerd 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	15,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23,3
Bekleidung	3,5
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,1
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,4
SUMME	41,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.14 Amt Neuzelle

Abb. 611: Datenblatt für das Amt Neuzelle

Datenblatt für das Amt Neuzelle 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.514
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	35,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.422
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	11,8
Einzelhandelszentralität	33
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	29
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,46
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,04</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.005
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>845</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.005
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>645</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.910</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.005
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.825</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.005
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.475</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 612: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Neuzelle

Amt Neuzelle 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	16	1.930
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	175
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	55
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19	2.160
Bekleidung	1	80
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	185
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	115
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	160
Zoo- und Heimtierbedarf	0	20
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	605
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	240
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	240
SUMME	29	3.005

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 613: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Neuzelle

Amt Neuzelle 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	13,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20,0
Bekleidung	3,0
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,7
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,7
SUMME	35,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.15 Amt Odervorland

Abb. 614: Datenblatt für das Amt Odervorland

Datenblatt für das Amt Odervorland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.667
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	29,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.238
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	5,4
Einzelhandelszentralität	18
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	9
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,23
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,21</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,00</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.295
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>830</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.295
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>965</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.295
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.010</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.295
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>920</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 615: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Odervorland

Amt Odervorland 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	6	1.050
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	85
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	55
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8	1.190
Bekleidung	0	5
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	20
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	55
Zoo- und Heimtierbedarf	0	15
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	95
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	10
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	0	10
SUMME	9	1.295

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 616: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Odervorland

Amt Odervorland 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16,8
Bekleidung	2,5
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,3
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,9
SUMME	29,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.16 Amt Scharmützelsee

Abb. 617: Datenblatt für das Amt Scharmützelsee

Datenblatt für das Amt Scharmützelsee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.311
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	99,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	53,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.778
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	19,3
Einzelhandelszentralität	36
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	34
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,60
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,17</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.585
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.215</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.770</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.300</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.585
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.345</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.240</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.585
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.495</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.585
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.420</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.010</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.155</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>730</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 618: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Scharmützelsee

Amt Scharmützelsee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	3.200
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	410
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	95
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	3.705
Bekleidung	5	240
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	165
Spielwaren, Musikinstrumente	0	5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	50
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	805
Zoo- und Heimtierbedarf	0	50
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14	1.555
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	130
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	325
SUMME	34	5.585

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 619: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Scharmützelsee

Amt Scharmützelsee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	19,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	30,5
Bekleidung	4,6
Schuhe, Lederwaren	1,5
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,1
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,1
SUMME	53,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.17 Amt Schlaubetal

Abb. 620: Datenblatt für das Amt Schlaubetal

Datenblatt für das Amt Schlaubetal 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.826
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	97,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	55,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.665
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	21,4
Einzelhandelszentralität	38
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	32
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	24
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	4
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	4
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,16
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,31
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,08
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,77
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.400
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.080
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	600
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	3.760
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	5.960
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.400
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	270
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	10.545
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	585
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.400
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	1.905
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	9.495
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.400
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	840
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	1.695
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	135
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	780
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	7.860
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 621: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Schlaubetal

Amt Schlaubetal 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13	2.645
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	225
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	160
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18	3.030
Bekleidung	0	10
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	135
Spielwaren, Musikinstrumente	0	25
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	15
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	20
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	90
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	415
Zoo- und Heimtierbedarf	0	75
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	785
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	6.255
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	1.195
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	7.585
SUMME	32	11.400

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 622: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Schlaubetal

Amt Schlaubetal 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	20,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	31,6
Bekleidung	4,7
Schuhe, Lederwaren	1,6
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,3
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,4
SUMME	55,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.3.18 Amt Spreenhagen

Abb. 623: Datenblatt für das Amt Spreenhagen

Datenblatt für das Amt Spreenhagen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.263
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	43,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.291
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	53,7
Einzelhandelszentralität	123
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	52
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	3,93
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,84</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,95</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>2,15</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	32.490
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.485</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.185</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.350</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.420</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	32.490
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.100</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>690</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.610</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	32.490
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.835</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.710</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.570</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	32.490
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.720</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.515</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.915</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 624: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Spreenhagen

Amt Spreenhagen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	15	5.610
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	955
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	365
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19	6.930
Bekleidung	8	1.875
Schuhe, Lederwaren	2	735
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	2.045
Spielwaren, Musikinstrumente	0	235
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	320
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	460
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	680
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	540
Zoo- und Heimtierbedarf	2	840
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	27	7.820
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	10.145
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	7.255
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	340
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	17.740
SUMME	52	32.490

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 625: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Spreenhagen

Amt Spreenhagen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	24,8
Bekleidung	3,7
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,3
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,8
SUMME	43,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4 Landkreis Barnim

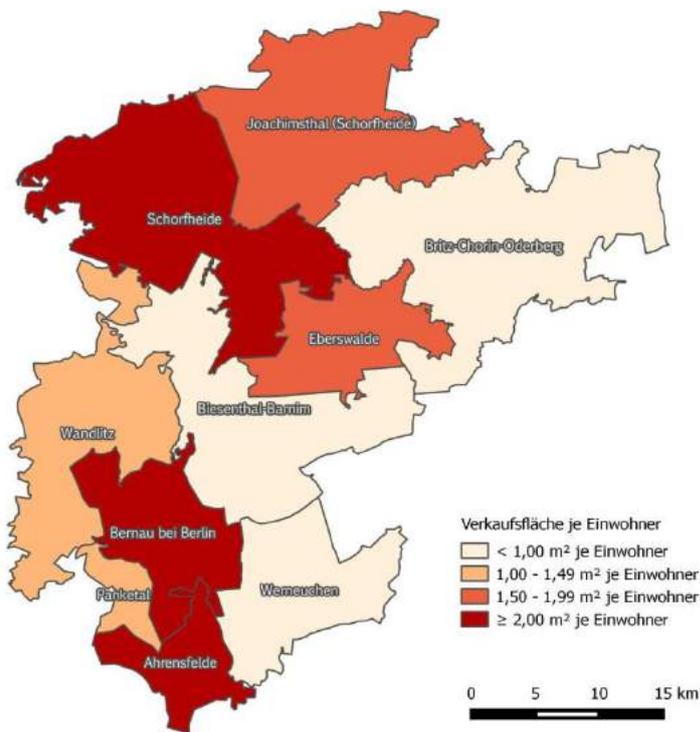
Abb. 626: Datenblatt für den Landkreis Barnim

Datenblatt für den Landkreis Barnim 2016	
Einwohner (31.12.2015)	177.411
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	992,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.594
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	835,1
Einzelhandelszentralität	84
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.069
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>690</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>159</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>220</i>
Anzahl Leerstände	248
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,82
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,64</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	322.010
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.050</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.850</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>76.750</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>109.910</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>80.450</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	322.010
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>74.745</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.560</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.565</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.805</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>177.335</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	322.010
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>159.155</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>61.260</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.705</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>57.890</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	322.010
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.355</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>46.860</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.820</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>55.820</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>155.820</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.970</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.185</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

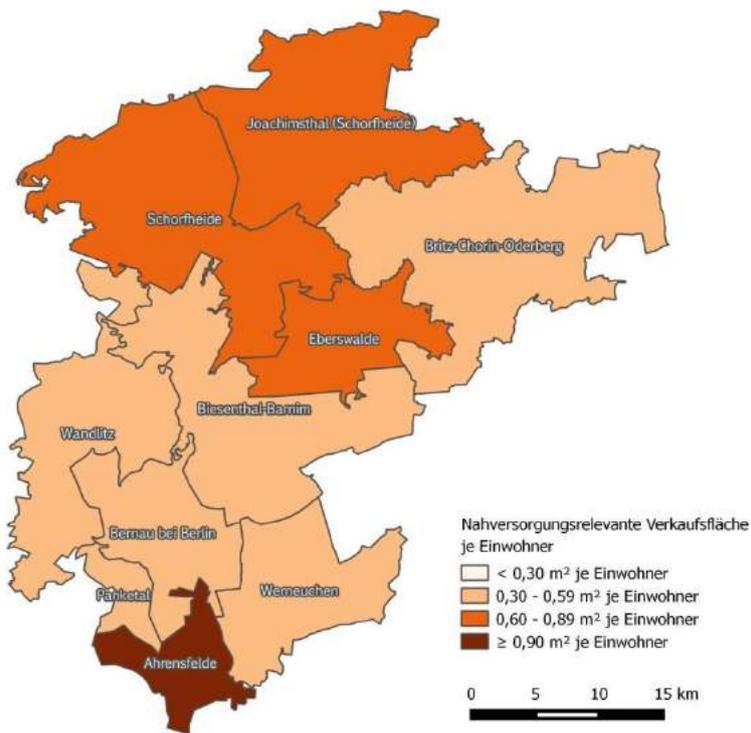
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 627: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Barnim



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 628: Räumliche Verteilung der Größenklassen im Landkreis Barnim



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.1 Ahrensfelde, Gemeinde

Abb. 629: Datenblatt für die Gemeinde Ahrensfelde

Datenblatt für die Gemeinde Ahrensfelde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.954
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	109,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	82,8
Kaufkraft je Einwohner in €	6.391
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	183,1
Einzelhandelszentralität	221
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	110
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>53</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	5,34
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>1,35</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>2,38</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,61</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	69.200
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.385</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.675</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.280</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.260</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	69.200
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.070</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.955</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>63.175</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	69.200
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.340</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.015</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.645</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	69.200
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.065</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.090</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.165</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.725</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>615</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 630: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Ahrensfelde

Gemeinde Ahrensfelde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	35	14.510
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	1.815
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	1.200
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	41	17.525
Bekleidung	19	8.520
Schuhe, Lederwaren	5	3.005
Uhren, Schmuck	3	365
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	3.480
Spielwaren, Musikinstrumente	1	2.190
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	7	4.645
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.100
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7	5.235
Foto, Optik	1	105
Blumen, Topfpflanzen	4	620
Zoo- und Heimtierbedarf	2	1.615
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	60	30.880
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	2.165
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	18.260
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	370
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	20.795
SUMME	110	69.200

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 631: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Ahrensfelde

Gemeinde Ahrensfelde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	30,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	47,0
Bekleidung	7,0
Schuhe, Lederwaren	2,3
Uhren, Schmuck	1,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,3
Spielwaren, Musikinstrumente	1,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,3
Foto, Optik	1,1
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,0
SUMME	82,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.2 Bernau bei Berlin, Stadt

Abb. 632: Datenblatt für die Stadt Bernau bei Berlin

Datenblatt für die Stadt Bernau bei Berlin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	37.169
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	94,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	204,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.512
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	193,3
Einzelhandelszentralität	94
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	226
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>136</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>37</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>53</i>
Anzahl Leerstände	30
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,14
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,57</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,99</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	79.715
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.120</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.990</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.670</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.385</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	79.715
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.700</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.315</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.420</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.280</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	79.715
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.915</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.585</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.855</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.360</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	79.715
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.200</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.820</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.470</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.530</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>555</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.150</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 633: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Bernau bei Berlin

Stadt Bernau bei Berlin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	59	17.480
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22	2.430
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8	1.215
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	89	21.125
Bekleidung	35	7.210
Schuhe, Lederwaren	6	2.090
Uhren, Schmuck	6	360
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	10	3.150
Spielwaren, Musikinstrumente	1	895
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	1.215
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.270
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	17	3.185
Foto, Optik	8	360
Blumen, Topfpflanzen	12	695
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.245
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	110	21.675
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	9	11.875
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	16	24.725
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	315
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	27	36.915
SUMME	226	79.715

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 634: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Bernau bei Berlin

Stadt Bernau bei Berlin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	75,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	35,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	116,3
Bekleidung	17,3
Schuhe, Lederwaren	5,7
Uhren, Schmuck	2,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,3
Spielwaren, Musikinstrumente	2,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	15,7
Foto, Optik	2,7
Blumen, Topfpflanzen	1,4
Zoo- und Heimtierbedarf	1,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	61,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	11,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	27,1
SUMME	204,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.3 Eberswalde, Stadt

Abb. 635: Datenblatt für die Stadt Eberswalde

Datenblatt für die Stadt Eberswalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	39.303
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	199,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.062
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	192,5
Einzelhandelszentralität	97
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	277
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>179</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>49</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>49</i>
Anzahl Leerstände	84
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,63
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,58</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,35</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	63.985
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.055</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.350</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.470</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.960</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.150</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	63.985
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.475</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.140</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.420</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.165</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.785</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	63.985
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.275</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.660</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.075</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.975</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	63.985
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.210</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.145</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.395</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.900</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.855</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.970</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.925</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 636: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Eberswalde

Stadt Eberswalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	75	22.100
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	23	3.710
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	18	1.760
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	116	27.570
Bekleidung	38	7.765
Schuhe, Lederwaren	8	2.055
Uhren, Schmuck	5	265
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	17	3.120
Spielwaren, Musikinstrumente	1	435
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	1.565
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	1.085
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	21	3.245
Foto, Optik	9	750
Blumen, Topfpflanzen	15	860
Zoo- und Heimtierbedarf	6	1.640
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	129	22.785
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	13	3.310
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	12	9.840
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7	480
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	32	13.630
SUMME	277	63.985

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 637: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Eberswalde

Stadt Eberswalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	73,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	34,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	112,9
Bekleidung	16,8
Schuhe, Lederwaren	5,6
Uhren, Schmuck	2,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,2
Spielwaren, Musikinstrumente	2,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	15,2
Foto, Optik	2,6
Blumen, Topfpflanzen	1,4
Zoo- und Heimtierbedarf	1,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	59,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	10,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26,3
SUMME	199,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.4 Panketal, Gemeinde

Abb. 638: Datenblatt für die Gemeinde Panketal

Datenblatt für die Gemeinde Panketal 2016	
Einwohner (31.12.2015)	20.131
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	107,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	125,5
Kaufkraft je Einwohner in €	6.236
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	49,6
Einzelhandelszentralität	40
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	68
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	44
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	7
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	17
Anzahl Leerstände	8
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,02
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,45
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,21
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,36
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.550
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.980
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.050
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	8.100
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	3.670
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	5.750
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.550
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	4.670
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	420
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	3.190
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.100
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	11.170
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.550
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	9.990
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	10.560
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	20.550
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	3.215
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	3.350
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	540
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	4.515
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	8.465
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	315
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	150

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 639: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Panketal

Gemeinde Panketal 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	30	7.635
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	1.190
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	275
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	37	9.100
Bekleidung	5	970
Schuhe, Lederwaren	2	255
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	1.335
Spielwaren, Musikinstrumente	2	130
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	115
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	115
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	475
Foto, Optik	2	105
Blumen, Topfpflanzen	5	320
Zoo- und Heimtierbedarf	1	350
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	4.170
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	600
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	6.680
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	7.280
SUMME	68	20.550

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 640: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Panketal

Gemeinde Panketal 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	46,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	21,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	71,3
Bekleidung	10,6
Schuhe, Lederwaren	3,5
Uhren, Schmuck	1,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,0
Spielwaren, Musikinstrumente	1,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9,6
Foto, Optik	1,7
Blumen, Topfpflanzen	0,9
Zoo- und Heimtierbedarf	1,0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	37,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	6,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16,6
SUMME	125,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.5 Schorfheide, Gemeinde

Abb. 641: Datenblatt für die Gemeinde Schorfheide

Datenblatt für die Gemeinde Schorfheide 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.908
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	96,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	55,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.627
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	56,8
Einzelhandelszentralität	102
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	60
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>41</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
Anzahl Leerstände	15
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,70
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,72</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,43</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,55</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.745
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.845</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.585</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.210</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.905</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.745
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.300</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.935</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.745
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.845</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.900</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.745
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.200</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.960</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.560</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.095</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>525</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 642: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Schorfheide

Gemeinde Schorfheide 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	26	6.285
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	570
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	280
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	33	7.135
Bekleidung	2	275
Schuhe, Lederwaren	0	40
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	1.205
Spielwaren, Musikinstrumente	1	165
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	415
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	680
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	900
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	4	300
Zoo- und Heimtierbedarf	0	195
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14	4.220
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	5.970
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	8.785
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	635
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	15.390
SUMME	60	26.745

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 643: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Schorfheide

Gemeinde Schorfheide 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	20,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	31,6
Bekleidung	4,7
Schuhe, Lederwaren	1,6
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,3
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,4
SUMME	55,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.6 Wandlitz, Gemeinde

Abb. 644: Datenblatt für die Gemeinde Wandlitz

Datenblatt für die Gemeinde Wandlitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	22.095
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	105,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	135,3
Kaufkraft je Einwohner in €	6.122
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	71,0
Einzelhandelszentralität	53
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	140
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
Anzahl Leerstände	25
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,19
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,54</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,35</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,30</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.345
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.050</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.575</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.270</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.345
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.130</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.060</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.160</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.995</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.345
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.645</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.415</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.285</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	26.345
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.070</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.415</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.070</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.285</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>555</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.365</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 645: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Wandlitz

Gemeinde Wandlitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	41	9.900
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8	1.410
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	675
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	56	11.985
Bekleidung	12	1.725
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	4	180
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	9	2.140
Spielwaren, Musikinstrumente	1	175
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	10	1.080
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	240
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6	760
Foto, Optik	4	190
Blumen, Topfpflanzen	7	405
Zoo- und Heimtierbedarf	4	690
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	62	7.630
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	8	1.330
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	13	5.300
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	100
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22	6.730
SUMME	140	26.345

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 646: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Wandlitz

Gemeinde Wandlitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	49,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	23,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	76,8
Bekleidung	11,4
Schuhe, Lederwaren	3,8
Uhren, Schmuck	1,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,2
Spielwaren, Musikinstrumente	1,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10,4
Foto, Optik	1,8
Blumen, Topfpflanzen	1,0
Zoo- und Heimtierbedarf	1,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	40,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,9
SUMME	135,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.7 Werneuchen, Stadt

Abb. 647: Datenblatt für die Stadt Werneuchen

Datenblatt für die Stadt Werneuchen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.321
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	45,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.457
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	20,9
Einzelhandelszentralität	46
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	45
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>36</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
Anzahl Leerstände	21
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,86
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,54</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,24</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.165
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.620</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.325</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.920</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.165
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.795</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.235</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.165
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.630</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.490</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.165
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.690</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.220</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.295</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 648: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Werneuchen

Stadt Werneuchen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	23	4.070
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	255
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	155
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26	4.480
Bekleidung	1	515
Schuhe, Lederwaren	1	65
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	470
Spielwaren, Musikinstrumente	0	40
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	165
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	30
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	175
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	125
Zoo- und Heimtierbedarf	3	340
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	1.970
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	660
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	55
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	715
SUMME	45	7.165

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 649: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Werneuchen

Stadt Werneuchen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25,8
Bekleidung	3,8
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,5
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,0
SUMME	45,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.8 Amt Biesenthal-Barnim

Abb. 650: Datenblatt für das Amt Biesenthal-Barnim

Datenblatt für das Amt Biesenthal-Barnim 2016	
Einwohner (31.12.2015)	12.038
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	64,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.386
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	25,1
Einzelhandelszentralität	39
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	55
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>42</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
Anzahl Leerstände	11
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,93
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,11</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,42</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.185
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.810</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.035</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.185
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.645</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>445</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.910</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.185</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.185
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.575</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.610</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.185
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.790</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>940</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.940</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.985</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 651: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Biesenthal-Barnim

Amt Biesenthal-Barnim 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	27	4.345
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	300
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	125
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	31	4.770
Bekleidung	1	150
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	360
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	135
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	185
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	290
Zoo- und Heimtierbedarf	2	145
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14	1.355
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	80
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9	4.905
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	75
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	5.060
SUMME	55	11.185

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 652: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Biesenthal-Barnim

Amt Biesenthal-Barnim 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	23,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	36,8
Bekleidung	5,5
Schuhe, Lederwaren	1,8
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,0
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,6
SUMME	64,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.9 Amt Britz-Chorin-Oderberg

Abb. 653: Datenblatt für das Amt Britz-Chorin-Oderberg

Datenblatt für das Amt Britz-Chorin-Oderberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	10.157
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	52,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.169
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	21,3
Einzelhandelszentralität	41
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	52
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>41</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
Anzahl Leerstände	30
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,88
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,38</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,12</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,38</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.930
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.845</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.380</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.105</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.930
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.135</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.625</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.630</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.930
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.840</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.955</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.135</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.930
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.655</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>605</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>975</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.600</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 654: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Britz-Chorin-Oderberg

Amt Britz-Chorin-Oderberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	32	3.575
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	160
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	120
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	35	3.855
Bekleidung	1	235
Schuhe, Lederwaren	0	35
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	240
Spielwaren, Musikinstrumente	1	55
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	75
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	55
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	220
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	155
Zoo- und Heimtierbedarf	0	60
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12	1.175
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.825
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	2.060
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	15
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	3.900
SUMME	52	8.930

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 655: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Britz-Chorin-Oderberg

Amt Britz-Chorin-Oderberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	19,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	29,8
Bekleidung	4,4
Schuhe, Lederwaren	1,5
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,0
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,9
SUMME	52,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.4.10 Amt Joachimsthal (Schorfheide)

Abb. 656: Datenblatt für das Amt Joachimsthal (Schorfheide)

Datenblatt für das Amt Joachimsthal (Schorfheide) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.335
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	26,5
Kaufkraft je Einwohner in €	4.968
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	21,5
Einzelhandelszentralität	81
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	36
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	11
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,54
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,79</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,21</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,54</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.190
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.260</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.840</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.790</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.190
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.210</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.935</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.190
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.100</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.190
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.260</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.535</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.005</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.985</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 657: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Joachimsthal (Schorfheide)

Amt Joachimsthal (Schorfheide) Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	16	3.825
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	290
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	85
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19	4.200
Bekleidung	3	220
Schuhe, Lederwaren	1	55
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	220
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	40
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	70
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	5	275
Zoo- und Heimtierbedarf	1	135
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14	1.105
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	2.690
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	195
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	2.885
SUMME	36	8.190

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 658: Kaufkraft, Umsätze und Zentralitätskennziffern nach Warengruppen im Amt Joachimsthal (Schorfheide)

Amt Joachimsthal (Schorfheide) Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	9,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	15,0
Bekleidung	2,2
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,0
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,5
SUMME	26,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5 Landkreis Uckermark

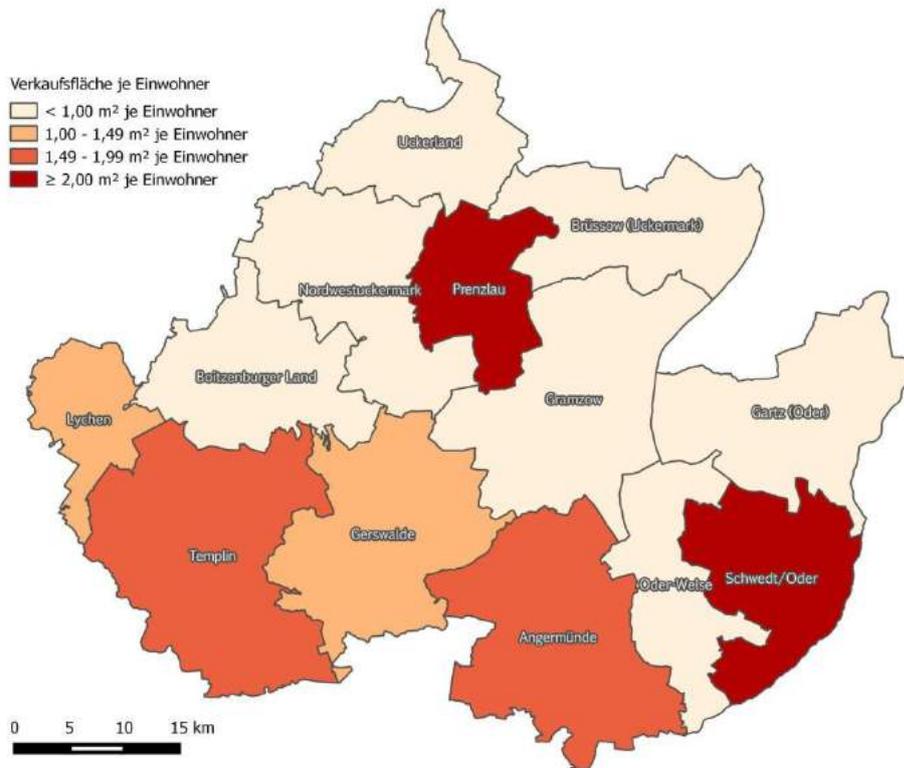
Abb. 659: Datenblatt für den Landkreis Uckermark

Datenblatt für den Landkreis Uckermark 2016	
Einwohner (31.12.2015)	121.014
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	606,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.010
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	542,8
Einzelhandelszentralität	90
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	840
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>555</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>147</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>138</i>
Anzahl Leerstände	174
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,80
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,62</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	217.410
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.975</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.620</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>75.555</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.210</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	217.410
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.760</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.120</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.185</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>106.345</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	217.410
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>137.285</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.810</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.925</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>47.390</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	217.410
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.960</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.105</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.770</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.745</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>109.205</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.920</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.580</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.125</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

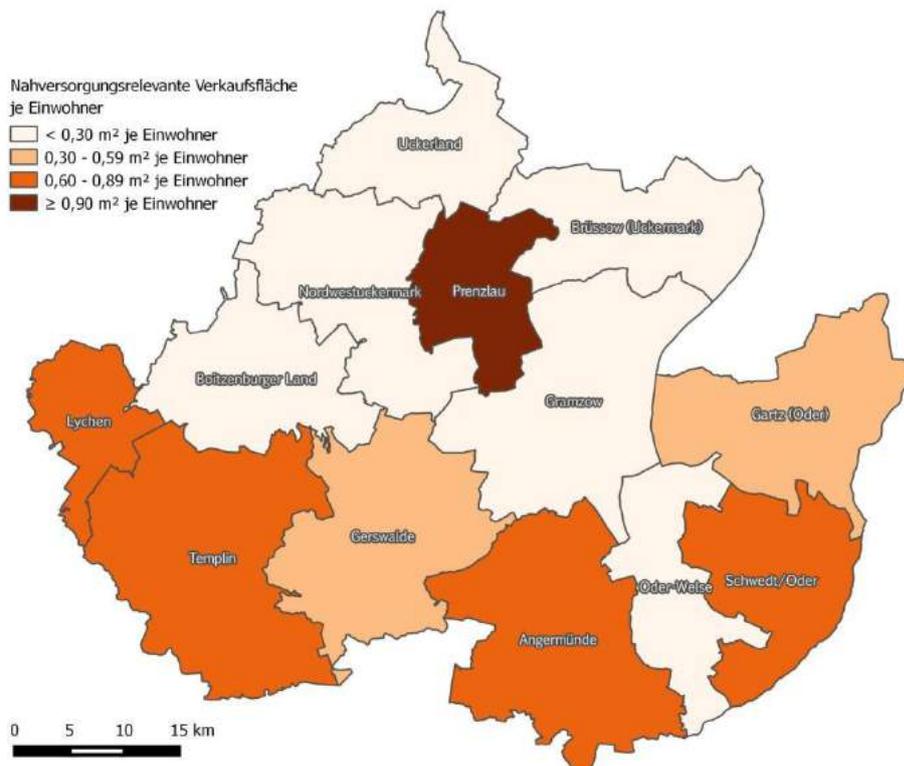
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 660: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Uckermark



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 661: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche im Landkreis Uckermark



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.1 Angermünde, Stadt

Abb. 662: Datenblatt für die Stadt Angermünde

Datenblatt für die Stadt Angermünde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	13.805
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	69,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.051
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	62,7
Einzelhandelszentralität	90
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	110
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>71</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20</i>
Anzahl Leerstände	26
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,63
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,71</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,50</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,42</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	22.510
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.195</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.850</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.750</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.715</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	22.510
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.445</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.700</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.030</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.335</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	22.510
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.355</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>615</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.540</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	22.510
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.015</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.440</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.470</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.250</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>570</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 663: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Angermünde

Stadt Angermünde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	40	8.270
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7	1.070
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	435
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	50	9.775
Bekleidung	14	2.420
Schuhe, Lederwaren	2	230
Uhren, Schmuck	1	55
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6	1.595
Spielwaren, Musikinstrumente	1	260
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	200
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	380
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10	820
Foto, Optik	3	145
Blumen, Topfpflanzen	5	395
Zoo- und Heimtierbedarf	1	440
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45	6.940
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	1.465
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9	4.115
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	215
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15	5.795
SUMME	110	22.510

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 664: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Angermünde

Stadt Angermünde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	25,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	39,6
Bekleidung	5,9
Schuhe, Lederwaren	2,0
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,1
Spielwaren, Musikinstrumente	0,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,3
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,2
SUMME	69,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.2 Boitzenburger Land, Gemeinde

Abb. 665: Datenblatt für die Gemeinde Boitzenburger Land

Datenblatt für die Gemeinde Boitzenburger Land 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.213
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	16,0
Kaufkraft je Einwohner in €	4.970
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	4,5
Einzelhandelszentralität	28
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	21
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,54
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,26</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,14</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,14</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.720
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>760</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.720
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>895</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.720
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.405</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.720
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>595</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 666: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Boitzenburger Land

Gemeinde Boitzenburger Land 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	9	730
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	115
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	850
Bekleidung	0	5
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	320
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	5
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	95
Zoo- und Heimtierbedarf	0	10
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	435
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	435
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	435
SUMME	21	1.720

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 667: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Boitzenburger Land

Gemeinde Boitzenburger Land 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	9,1
Bekleidung	1,4
Schuhe, Lederwaren	0,4
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,2
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,1
SUMME	16,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.3 Lychen, Stadt

Abb. 668: Datenblatt für die Stadt Lychen

Datenblatt für die Stadt Lychen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.135
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	80,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	14,7
Kaufkraft je Einwohner in €	4.676
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	11,2
Einzelhandelszentralität	77
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	35
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	16
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,08
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,80</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,23</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,04</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.375
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.575</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.375
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.020</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.375
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.955</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.375
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.575</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.020</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 669: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Lychen

Stadt Lychen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	18	2.180
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	285
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	55
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21	2.520
Bekleidung	1	75
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	270
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	30
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	0	10
Zoo- und Heimtierbedarf	0	20
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	720
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0	0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	135
SUMME	35	3.375

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 670: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Lychen

Stadt Lychen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8,3
Bekleidung	1,2
Schuhe, Lederwaren	0,4
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,2
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,1
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	0,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1,9
SUMME	14,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.4 Nordwestuckermark, Gemeinde

Abb. 671: Datenblatt für die Gemeinde Nordwestuckermark

Datenblatt für die Gemeinde Nordwestuckermark 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.288
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	22,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.162
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	2,7
Einzelhandelszentralität	12
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	16
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,24
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,14</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,07</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.035
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.035
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.035
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>615</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.035
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 672: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Nordwestuckermark

Gemeinde Nordwestuckermark 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	555
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	45
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	600
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	135
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	0
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	135
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	300
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	300
SUMME	16	1.035

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 673: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Nordwestuckermark

Gemeinde Nordwestuckermark 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,6
Bekleidung	1,9
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,9
SUMME	22,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.5 Prenzlau, Stadt

Abb. 674: Datenblatt für die Stadt Prenzlau

Datenblatt für die Stadt Prenzlau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	19.275
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	82,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	92,2
Kaufkraft je Einwohner in €	4.785
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	138,2
Einzelhandelszentralität	150
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	171
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>117</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
Anzahl Leerstände	23
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	3,12
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,97</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,95</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,20</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.060
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.265</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.485</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.505</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.355</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.060
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.665</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.690</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.845</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.860</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.060
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.200</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.680</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	60.060
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.555</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.600</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.160</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.440</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 675: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Prenzlau

Stadt Prenzlau 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	41	16.050
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	17	1.710
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6	915
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	64	18.675
Bekleidung	23	5.040
Schuhe, Lederwaren	7	1.710
Uhren, Schmuck	4	200
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	10	2.955
Spielwaren, Musikinstrumente	0	440
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	2.580
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	1.345
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	11	2.110
Foto, Optik	7	315
Blumen, Topfpflanzen	9	540
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.040
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	83	18.275
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	7	12.225
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10	10.400
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	7	485
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24	23.110
SUMME	171	60.060

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 676: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Prenzlau

Stadt Prenzlau 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	33,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	16,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	52,3
Bekleidung	7,8
Schuhe, Lederwaren	2,6
Uhren, Schmuck	1,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7,1
Foto, Optik	1,2
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	27,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	5,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,2
SUMME	92,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.6 Schwedt/Oder, Stadt

Abb. 677: Datenblatt für die Stadt Schwedt/Oder

Datenblatt für die Stadt Schwedt/Oder 2016	
Einwohner (31.12.2015)	30.262
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	161,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.326
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	207,0
Einzelhandelszentralität	128
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	215
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>112</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>55</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>48</i>
Anzahl Leerstände	34
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,73
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,77</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,93</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,03</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	82.510
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.040</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.250</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.275</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.090</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.855</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	82.510
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.340</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.095</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.095</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>52.980</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	82.510
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>57.640</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.810</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.060</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	82.510
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.020</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.260</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.215</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.455</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.495</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.750</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 678: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Schwedt/Oder

Stadt Schwedt/Oder 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	58	18.220
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	15	3.560
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	8	1.465
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	81	23.245
Bekleidung	33	9.475
Schuhe, Lederwaren	5	1.540
Uhren, Schmuck	6	440
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	15	4.695
Spielwaren, Musikinstrumente	1	300
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	1.995
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	2.235
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	14	4.840
Foto, Optik	4	515
Blumen, Topfpflanzen	9	730
Zoo- und Heimtierbedarf	3	1.280
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	102	28.045
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	11	10.190
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	16	20.450
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	580
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	32	31.220
SUMME	215	82.510

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 679: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Schwedt/Oder

Stadt Schwedt/Oder 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	59,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	28,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	91,5
Bekleidung	13,6
Schuhe, Lederwaren	4,5
Uhren, Schmuck	2,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,6
Spielwaren, Musikinstrumente	2,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	12,3
Foto, Optik	2,1
Blumen, Topfpflanzen	1,1
Zoo- und Heimtierbedarf	1,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	48,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	8,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21,3
SUMME	161,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.7 Templin, Stadt

Abb. 680: Datenblatt für die Stadt Templin

Datenblatt für die Stadt Templin 2016	
Einwohner (31.12.2015)	16.067
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	78,5
Kaufkraft je Einwohner in €	4.886
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	73,2
Einzelhandelszentralität	93
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	152
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>107</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24</i>
Anzahl Leerstände	25
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,79
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.825
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.815</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.335</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.525</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.825
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.605</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.425</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.405</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.390</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.825
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.095</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.560</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.170</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.825
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.500</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.785</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.250</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.860</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.170</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 681: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Templin

Stadt Templin 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	46	9.100
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11	1.325
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	760
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	64	11.185
Bekleidung	23	3.785
Schuhe, Lederwaren	4	525
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	12	1.435
Spielwaren, Musikinstrumente	1	190
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	660
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	565
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	815
Foto, Optik	2	100
Blumen, Topfpflanzen	5	325
Zoo- und Heimtierbedarf	3	920
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	70	9.410
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	2.260
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	14	5.925
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18	8.230
SUMME	152	28.825

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 682: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Templin

Stadt Templin 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	28,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	44,6
Bekleidung	6,6
Schuhe, Lederwaren	2,2
Uhren, Schmuck	1,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,3
Spielwaren, Musikinstrumente	1,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,0
Foto, Optik	1,0
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	23,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,4
SUMME	78,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.8 Uckerland, Gemeinde

Abb. 683: Datenblatt für die Gemeinde Uckerland

Datenblatt für die Gemeinde Uckerland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	2.740
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	13,4
Kaufkraft je Einwohner in €	4.884
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	0,9
Einzelhandelszentralität	7
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	6
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	4
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	2
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	0
Anzahl Leerstände	2
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,18
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,03
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,00
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,14
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	480
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	180
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	300
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	480
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	240
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	240
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	480
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	135
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	345
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	480
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	345
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 684: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Uckerland

Gemeinde Uckerland 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	2	90
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	2	90
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	0
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	0	0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	345
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	390
SUMME	6	480

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 685: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Uckerland

Gemeinde Uckerland 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	4,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	7,6
Bekleidung	1,1
Schuhe, Lederwaren	0,4
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,2
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,0
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	0,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1,8
SUMME	13,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.9 Amt Brüssow (Uckermark)

Abb. 686: Datenblatt für das Amt Brüssow (Uckermark)

Datenblatt für das Amt Brüssow (Uckermark) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.505
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	80,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	21,1
Kaufkraft je Einwohner in €	4.675
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	3,3
Einzelhandelszentralität	16
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	17
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,24
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,14</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,03</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,07</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.080
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.080
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>465</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.080
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.080
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 687: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Brüssow (Uckermark)

Amt Brüssow (Uckermark) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	11	600
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	45
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12	645
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	90
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	135
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	300
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	300
SUMME	17	1.080

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 688: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Brüssow (Uckermark)

Amt Brüssow (Uckermark) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,0
Bekleidung	1,8
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,6
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,8
SUMME	21,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.10 Amt Gartz (Oder)

Abb. 689: Datenblatt für das Amt Gartz (Oder)

Datenblatt für das Amt Gartz (Oder) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.737
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	81,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	32,2
Kaufkraft je Einwohner in €	4.774
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	9,5
Einzelhandelszentralität	29
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	25
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	18
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,45
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,31</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,08</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,06</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.045
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.635</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.045
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.210</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.475</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.045
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.670</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.045
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>795</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>705</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 690: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Gartz (Oder)

Amt Gartz (Oder) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	14	1.910
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	95
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	95
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	2.100
Bekleidung	1	180
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	85
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	100
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	55
Zoo- und Heimtierbedarf	0	55
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	520
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	425
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	425
SUMME	25	3.045

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 691: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Gartz (Oder)

Amt Gartz (Oder) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18,3
Bekleidung	2,7
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,5
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,3
SUMME	32,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.11 Amt Gerswalde

Abb. 692: Datenblatt für das Amt Gerswalde

Datenblatt für das Amt Gerswalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.536
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	22,4
Kaufkraft je Einwohner in €	4.937
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	13,6
Einzelhandelszentralität	61
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	25
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,44
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,42</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,53</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.520
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>850</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.410</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.520
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.130</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.150</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.520
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.205</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.520
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>500</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>500</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>555</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.560</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 693: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Gerswalde

Amt Gerswalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	1.560
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	265
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	60
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13	1.885
Bekleidung	1	150
Schuhe, Lederwaren	0	5
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.625
Spielwaren, Musikinstrumente	0	125
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	70
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	70
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	130
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	75
Zoo- und Heimtierbedarf	1	155
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	2.405
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	340
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	1.860
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	30
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	2.230
SUMME	25	6.520

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 694: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Gerswalde

Amt Gerswalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,7
Bekleidung	1,9
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,0
SUMME	22,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.12 Amt Gramzow

Abb. 695: Datenblatt für das Amt Gramzow

Datenblatt für das Amt Gramzow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.003
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	34,1
Kaufkraft je Einwohner in €	4.869
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	10,3
Einzelhandelszentralität	30
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	33
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	24
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	7
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	2
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,52
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,25
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,06
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,21
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.640
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.080
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.050
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	450
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	1.060
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.640
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	960
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	2.530
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	150
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.640
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	2.680
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	960
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.640
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	930
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	225
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	840
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	1.360
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	240
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 696: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Gramzow

Amt Gramzow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	20	1.655
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	115
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	10
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	22	1.780
Bekleidung	0	15
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	145
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	10
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	50
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	140
Zoo- und Heimtierbedarf	0	30
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	390
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	1.320
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	1.470
SUMME	33	3.640

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 697: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Gramzow

Amt Gramzow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19,4
Bekleidung	2,9
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,6
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,5
SUMME	34,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.2.5.13 Amt Oder-Welse

Abb. 698: Datenblatt für das Amt Oder-Welse

Datenblatt für das Amt Oder-Welse 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.448
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	28,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.293
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	5,6
Einzelhandelszentralität	20
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	14
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	9
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	3
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	2
Anzahl Leerstände	1
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,48
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,16
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,16
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,16
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.610
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	405
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	450
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	505
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	1.250
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.610
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	925
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	435
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.250
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.610
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	1.670
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	940
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.610
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	240
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	1.905
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	240
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 699: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Oder-Welse

Amt Oder-Welse 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	7	745
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	80
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	70
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8	895
Bekleidung	1	60
Schuhe, Lederwaren	0	25
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	270
Spielwaren, Musikinstrumente	0	55
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	100
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	35
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	55
Zoo- und Heimtierbedarf	2	245
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	845
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	110
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	745
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	15
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	870
SUMME	14	2.610

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 700: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Oder-Welse

Amt Oder-Welse 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16,4
Bekleidung	2,4
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,2
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,8
SUMME	28,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3 IHK Bezirk Cottbus

8.3.1 Stadt Cottbus

Abb. 701: Datenblatt für die Stadt Cottbus

Datenblatt für die Stadt Cottbus 2016	
Einwohner (31.12.2015)	99.687
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	541,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.427
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	667,6
Einzelhandelszentralität	123
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	800
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>538</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>139</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>123</i>
Anzahl Leerstände	226
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,44
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,87</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,91</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	243.335
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.210</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.245</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>70.670</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>94.410</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	243.335
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>49.715</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.665</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.515</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>61.280</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>108.160</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	243.335
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>89.740</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>93.085</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.550</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.960</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	243.335
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.330</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.815</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.725</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>35.020</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>132.910</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.670</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.635</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.230</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 702: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Cottbus

Stadt Cottbus 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	213	49.430
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	69	11.440
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	33	5.800
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	315	66.670
Bekleidung	134	30.825
Schuhe, Lederwaren	23	5.510
Uhren, Schmuck	22	1.290
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	41	12.295
Spielwaren, Musikinstrumente	9	3.065
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	27	7.450
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	19	6.540
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	54	11.540
Foto, Optik	24	1.420
Blumen, Topfpflanzen	34	2.175
Zoo- und Heimtierbedarf	9	4.170
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	396	86.280
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	28	46.985
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	52	41.850
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	9	1.550
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	89	90.385
SUMME	800	243.335

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 703: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Cottbus

Stadt Cottbus 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	198,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	94,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	14,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	307,1
Bekleidung	45,8
Schuhe, Lederwaren	15,1
Uhren, Schmuck	7,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8,7
Spielwaren, Musikinstrumente	6,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	15,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	6,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	41,4
Foto, Optik	7,1
Blumen, Topfpflanzen	3,8
Zoo- und Heimtierbedarf	4,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	162,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	29,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	31,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	11,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	71,6
SUMME	541,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 704: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Lagekategorien in der Stadt Cottbus

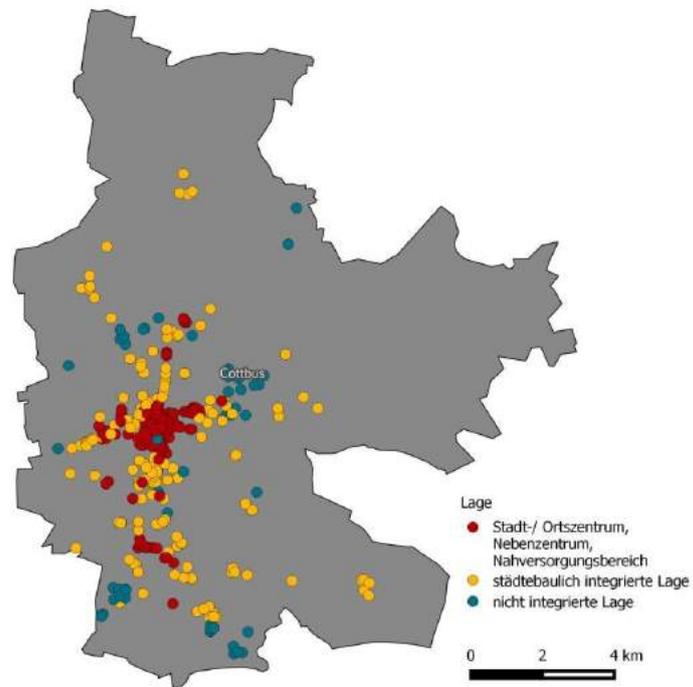
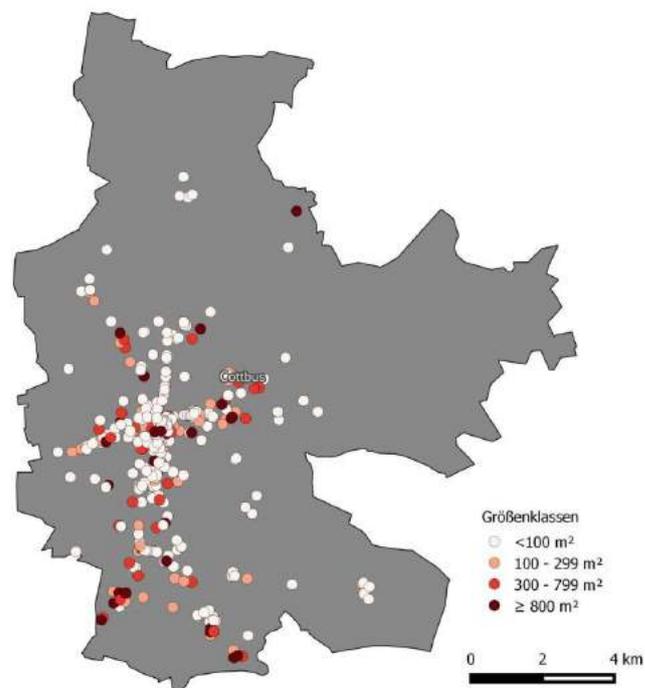


Abb. 705: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen in der Stadt Cottbus



Anmerkung: Aus Gründen der Maßstäblichkeit sind in der Karte nicht alle Einzelhandelsbetriebe erkennbar. An mehreren Stellen überlappen sich Signaturen.

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2 Landkreis Dahme-Spreewald

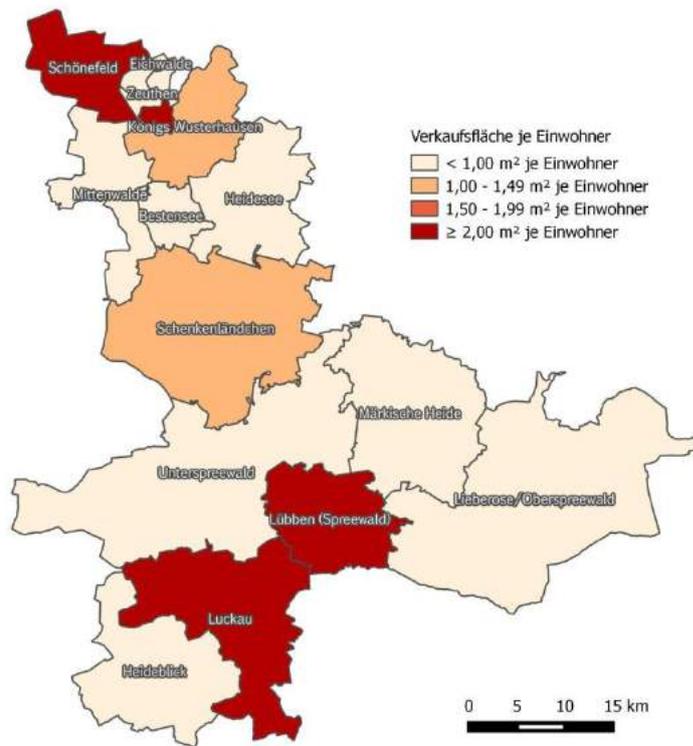
Abb. 706: Datenblatt für den Landkreis Dahme-Spreewald

Datenblatt für den Landkreis Dahme-Spreewald 2016	
Einwohner (31.12.2015)	164.528
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	94,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	907,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.513
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	881,7
Einzelhandelszentralität	97
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.024
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>680</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>174</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>170</i>
Anzahl Leerstände	215
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,02
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,57</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,84</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	331.690
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.600</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>55.830</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>98.320</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>120.840</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	331.690
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.485</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>560</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.745</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>56.795</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>211.105</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	331.690
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>96.210</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>58.365</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.225</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>143.890</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	331.690
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.220</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.895</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.750</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.720</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>202.685</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.570</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.605</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.245</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

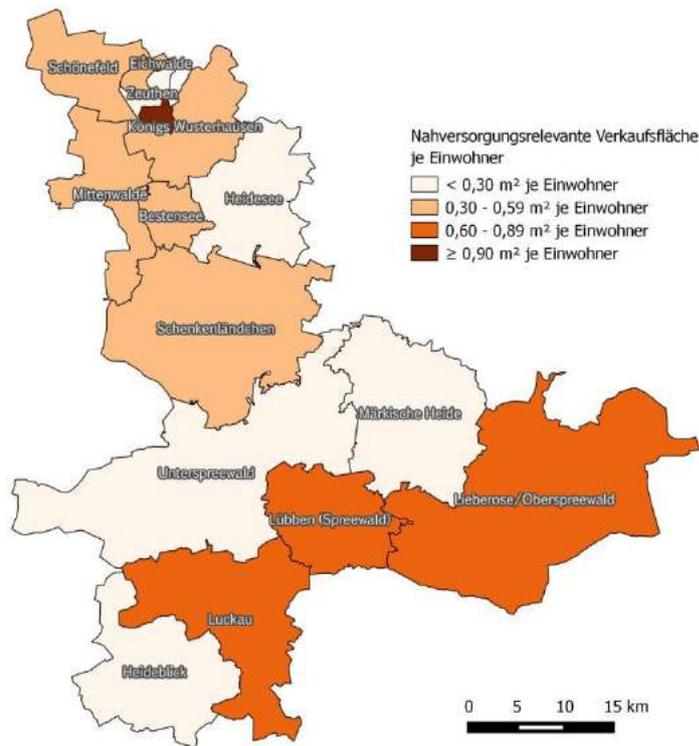
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 707: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Dahme-Spreewald



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 708: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche im Landkreis Dahme-Spreewald



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.1 Bestensee, Gemeinde

Abb. 709: Datenblatt für die Gemeinde Bestensee

Datenblatt für die Gemeinde Bestensee 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.367
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	40,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.443
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	19,4
Einzelhandelszentralität	48
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	39
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	28
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	7
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	4
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,75
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,51
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,21
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,03
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.510
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.260
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.050
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	2.130
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	1.070
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.510
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	4.635
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	875
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.510
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	4.835
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	675
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.510
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	2.130
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	1.115
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	225
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	1.650
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	300
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 710: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Bestensee

Gemeinde Bestensee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	13	3.335
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	280
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	135
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	3.750
Bekleidung	5	260
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	255
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	240
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	105
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	480
Zoo- und Heimtierbedarf	1	95
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18	1.570
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	90
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	55
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	190
SUMME	39	5.510

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 711: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Bestensee

Gemeinde Bestensee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	22,8
Bekleidung	3,4
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,1
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,3
SUMME	40,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.2 Eichwalde, Gemeinde

Abb. 712: Datenblatt für die Gemeinde Eichwalde

Datenblatt der Gemeinde Eichwalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.426
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	105,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	39,6
Kaufkraft je Einwohner in €	6.165
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	19,7
Einzelhandelszentralität	50
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	41
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
Anzahl Leerstände	6
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,98
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,19</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,27</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.295
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.440</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.095</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.160</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.295
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.555</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.425</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.315</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.295
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.085</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.210</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.295
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.215</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>740</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.630</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 713: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Eichwalde

Gemeinde Eichwalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	15	2.910
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	275
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	165
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21	3.350
Bekleidung	4	235
Schuhe, Lederwaren	2	90
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	195
Spielwaren, Musikinstrumente	1	180
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	150
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	45
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	170
Zoo- und Heimtierbedarf	0	40
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	1.195
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	45
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	1.660
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	1.750
SUMME	41	6.295

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 714: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Eichwalde

Gemeinde Eichwalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	22,5
Bekleidung	3,4
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,0
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,2
SUMME	39,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.3 Heideblick, Gemeinde

Abb. 715: Datenblatt für die Gemeinde Heideblick

Datenblatt für die Gemeinde Heideblick 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.666
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	18,0
Kaufkraft je Einwohner in €	4.915
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	1,6
Einzelhandelszentralität	9
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	8
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	7
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	0
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,13
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,05
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,02
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,05
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	465
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	315
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	150
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	465
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	465
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	465
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	195
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	270
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	465
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	285
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 716: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Heideblick

Gemeinde Heideblick 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	4	180
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	4	180
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	45
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	0
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	90
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	195
SUMME	8	465

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 717: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Heideblick

Gemeinde Heideblick 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10,2
Bekleidung	1,5
Schuhe, Lederwaren	0,5
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,4
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,4
SUMME	18,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.4 Heidese, Gemeinde

Abb. 718: Datenblatt für die Gemeinde Heidese

Datenblatt für die Gemeinde Heidese 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.889
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	94,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	37,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.494
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	10,5
Einzelhandelszentralität	28
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	20
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,68
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,23</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,35</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.705
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.835</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.705
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.635</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.070</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.705
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.390</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.705
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.185</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.845</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 719: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Heidesee

Gemeinde Heidesee 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	1.405
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	145
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	60
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13	1.610
Bekleidung	0	15
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	85
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	60
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	4	260
Zoo- und Heimtierbedarf	1	220
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	650
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	120
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	2.325
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	2.445
SUMME	20	4.705

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 720: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Heidesee

Gemeinde Heidesee 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	13,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21,5
Bekleidung	3,2
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,9
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,0
SUMME	37,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.5 Königs Wusterhausen, Stadt

Abb. 721: Datenblatt für die Stadt Königs Wusterhausen

Datenblatt für die Stadt Königs Wusterhausen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	35.765
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	199,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.586
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	125,7
Einzelhandelszentralität	63
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	197
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>126</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>37</i>
Anzahl Leerstände	33
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,32
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,57</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,43</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	47.375
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.670</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.515</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.470</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.620</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	47.375
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.290</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.970</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.605</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.510</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	47.375
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.015</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.140</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.220</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	47.375
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.670</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.535</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.535</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.885</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.070</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 722: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Königs Wusterhausen

Stadt Königs Wusterhausen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	71	17.330
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	16	2.365
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	750
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	96	20.445
Bekleidung	18	2.565
Schuhe, Lederwaren	1	45
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	21	3.465
Spielwaren, Musikinstrumente	1	185
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	1.050
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	805
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	1.505
Foto, Optik	6	300
Blumen, Topfpflanzen	12	950
Zoo- und Heimtierbedarf	1	560
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	82	11.655
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.280
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	13	13.380
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	615
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19	15.275
SUMME	197	47.375

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 723: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Königs Wusterhausen

Stadt Königs Wusterhausen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	73,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	34,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	113,4
Bekleidung	16,9
Schuhe, Lederwaren	5,6
Uhren, Schmuck	2,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3,2
Spielwaren, Musikinstrumente	2,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	15,3
Foto, Optik	2,6
Blumen, Topfpflanzen	1,4
Zoo- und Heimtierbedarf	1,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	60,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	10,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26,4
SUMME	199,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.6 Lübben (Spreewald), Stadt

Abb. 724: Datenblatt für die Stadt Lübben (Spreewald)

Datenblatt für die Stadt Lübben (Spreewald) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	13.824
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	71,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.187
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	99,6
Einzelhandelszentralität	139
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	158
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>106</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>23</i>
Anzahl Leerstände	21
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,82
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,89</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,77</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,15</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.970
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.770</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.350</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.180</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.320</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.350</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.970
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.385</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>560</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.075</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.250</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.700</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.970
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.745</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.550</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.675</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.970
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.860</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.865</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.195</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.700</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 725: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Lübben (Spreewald)

Stadt Lübben (Spreewald) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	44	10.220
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12	1.665
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	455
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	60	12.340
Bekleidung	22	3.975
Schuhe, Lederwaren	7	675
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8	1.540
Spielwaren, Musikinstrumente	1	265
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	1.210
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	385
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	12	1.330
Foto, Optik	6	275
Blumen, Topfpflanzen	7	440
Zoo- und Heimtierbedarf	2	480
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	78	10.665
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	865
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	17	14.950
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	150
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20	15.965
SUMME	158	38.970

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 726: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Lübben (Spreewald)

Stadt Lübben (Spreewald) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	26,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	40,7
Bekleidung	6,1
Schuhe, Lederwaren	2,0
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,2
Spielwaren, Musikinstrumente	0,9
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,5
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,5
SUMME	71,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.6.1 Luckau, Stadt

Abb. 727: Datenblatt für die Stadt Luckau

Datenblatt für die Stadt Luckau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.533
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	47,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.011
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	49,8
Einzelhandelszentralität	104
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	95
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>70</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
Anzahl Leerstände	31
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,21
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,71</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,56</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,94</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	21.040
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.150</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.950</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.460</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.480</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	21.040
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.975</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.265</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.800</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	21.040
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.050</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	21.040
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.040</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.490</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.880</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.460</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 728: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Luckau

Stadt Luckau 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	31	5.545
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	980
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	245
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	39	6.770
Bekleidung	8	755
Schuhe, Lederwaren	2	160
Uhren, Schmuck	4	180
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	1.145
Spielwaren, Musikinstrumente	1	155
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	310
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	200
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7	490
Foto, Optik	4	180
Blumen, Topfpflanzen	7	435
Zoo- und Heimtierbedarf	5	1.300
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	46	5.310
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	220
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9	8.675
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	65
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	8.960
SUMME	95	21.040

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 729: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Luckau

Stadt Luckau 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	27,1
Bekleidung	4,0
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,7
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,3
SUMME	47,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.7 Märkische Heide, Gemeinde

Abb. 730: Datenblatt für die Gemeinde Märkische Heide

Datenblatt für die Gemeinde Märkische Heide 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.954
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	20,2
Kaufkraft je Einwohner in €	5.120
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	5,2
Einzelhandelszentralität	26
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	24
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,50
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,24</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,05</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,22</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.980
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.980
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.980
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.980
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>525</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 731: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Märkische Heide

Gemeinde Märkische Heide 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	16	930
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16	930
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	90
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	60
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	195
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	705
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	150
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	855
SUMME	24	1.980

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 732: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Märkische Heide

Gemeinde Märkische Heide 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11,5
Bekleidung	1,7
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,5
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,7
SUMME	20,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.8 Mittenwalde, Stadt

Abb. 733: Datenblatt für die Stadt Mittenwalde

Datenblatt für die Stadt Mittenwalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.898
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	97,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	50,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.674
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	13,6
Einzelhandelszentralität	27
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	33
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	24
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	4
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	5
Anzahl Leerstände	11
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,54
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,35
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,08
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,11
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.840
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.080
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	600
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	3.160
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.840
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	690
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	2.925
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.225
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.840
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	2.045
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	2.795
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.840
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	1.430
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	1.150
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	315
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	990
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	730
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	180
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 734: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Mittenwalde

Stadt Mittenwalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	15	2.830
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	300
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	10
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	3.140
Bekleidung	1	70
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	15
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	10
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	135
Zoo- und Heimtierbedarf	3	320
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	685
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	1.015
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	1.015
SUMME	33	4.840

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 735: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Mittenwalde

Stadt Mittenwalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	18,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28,7
Bekleidung	4,3
Schuhe, Lederwaren	1,4
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,9
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,7
SUMME	50,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.9 Schönefeld, Gemeinde

Abb. 736: Datenblatt für die Gemeinde Schönefeld

Datenblatt für die Gemeinde Schönefeld 2016	
Einwohner (31.12.2015)	14.190
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	100,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	83,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.851
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	220,3
Einzelhandelszentralität	265
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	63
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24</i>
Anzahl Leerstände	14
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	6,77
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,46</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,81</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>4,51</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	96.135
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.215</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.880</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.880</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>71.360</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	96.135
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.780</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>760</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.505</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>91.090</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	96.135
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.675</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.040</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>86.420</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	96.135
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.980</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.655</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>88.420</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 737: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Schönefeld

Gemeinde Schönefeld 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	24	6.010
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	330
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	215
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26	6.555
Bekleidung	2	635
Schuhe, Lederwaren	1	885
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	6.510
Spielwaren, Musikinstrumente	1	2.440
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	1.135
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	5.200
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	6.875
Foto, Optik	0	60
Blumen, Topfpflanzen	1	60
Zoo- und Heimtierbedarf	1	1.770
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15	25.615
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	12	50.130
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	9	13.785
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	50
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22	63.965
SUMME	63	96.135

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 738: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Schönefeld

Gemeinde Schönefeld 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	30,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	47,1
Bekleidung	7,0
Schuhe, Lederwaren	2,3
Uhren, Schmuck	1,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,3
Spielwaren, Musikinstrumente	1,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,4
Foto, Optik	1,1
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,0
SUMME	83,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.10 Schulendorf, Gemeinde

Abb. 739: Datenblatt für die Gemeinde Schulendorf

Datenblatt für die Gemeinde Schulendorf 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.872
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	100,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	46,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.861
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	17,2
Einzelhandelszentralität	37
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	16
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
Anzahl Leerstände	7
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,68
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,53</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,14</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,01</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.330
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.790</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.045</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.330
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.105</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.330
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.970</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.330
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.185</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.905</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.790</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 740: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Schulzendorf

Gemeinde Schulzendorf 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	5	3.350
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	715
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	100
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	9	4.165
Bekleidung	2	560
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	300
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	25
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	30
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	120
Zoo- und Heimtierbedarf	0	25
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	1.070
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	95
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	95
SUMME	16	5.330

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 741: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Schulzendorf

Gemeinde Schulzendorf 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26,2
Bekleidung	3,9
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,5
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,1
SUMME	46,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.11 Wildau, Stadt

Abb. 742: Datenblatt für die Stadt Wildau

Datenblatt für die Stadt Wildau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.978
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	94,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	55,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.522
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	231,3
Einzelhandelszentralität	420
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	178
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>53</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>35</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	7,81
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>1,69</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>3,64</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>2,48</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	77.900
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.050</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.950</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.720</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.670</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34.510</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	77.900
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.610</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.945</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>72.165</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	77.900
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.870</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>58.365</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.060</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.605</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	77.900
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.520</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.860</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.065</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>43.075</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.570</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 743: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Wildau

Stadt Wildau 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	36	12.435
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10	3.005
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	6	1.440
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	52	16.880
Bekleidung	52	16.650
Schuhe, Lederwaren	12	2.445
Uhren, Schmuck	9	430
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	3.575
Spielwaren, Musikinstrumente	1	735
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	3.725
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	1.630
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	15	5.250
Foto, Optik	4	440
Blumen, Topfpflanzen	4	180
Zoo- und Heimtierbedarf	1	1.250
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	111	36.310
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.105
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10	22.870
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	735
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15	24.710
SUMME	178	77.900

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 744: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Wildau

Stadt Wildau 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	20,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	31,3
Bekleidung	4,7
Schuhe, Lederwaren	1,5
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,2
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,2
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,3
SUMME	55,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.12 Zeuthen, Gemeinde

Abb. 745: Datenblatt für die Gemeinde Zeuthen

Datenblatt für die Gemeinde Zeuthen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	11.106
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	106,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	68,7
Kaufkraft je Einwohner in €	6.184
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	16,7
Einzelhandelszentralität	24
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	38
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,40
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,27</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,07</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,06</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.410
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.530</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.890</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.410
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.575</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.410
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.185</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.410
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.240</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.125</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>650</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 746: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Zeuthen

Gemeinde Zeuthen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	15	2.505
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	340
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	105
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21	2.950
Bekleidung	2	90
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	230
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	5	225
Zoo- und Heimtierbedarf	1	85
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	810
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	650
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	650
SUMME	38	4.410

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 747: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Zeuthen

Gemeinde Zeuthen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	25,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	39,0
Bekleidung	5,8
Schuhe, Lederwaren	1,9
Uhren, Schmuck	0,9
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,1
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,8
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	5,3
Foto, Optik	0,9
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,1
SUMME	68,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.13 Amt Lieberose/Oberspreewald

Abb. 748: Datenblatt für das Amt Lieberose/Oberspreewald

Datenblatt für das Amt Lieberose/Oberspreewald 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.245
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	36,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.035
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	19,6
Einzelhandelszentralität	54
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	51
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	2
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	4
Anzahl Leerstände	23
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,78
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,61
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,11
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,07
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.675
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	2.025
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	300
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	780
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	2.570
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.675
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	3.850
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.630
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	195
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.675
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	4.315
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	1.360
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.675
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	3.350
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	135
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	720
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	1.290
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	90
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 749: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Lieberose/Oberspreewald

Amt Lieberose/Oberspreewald 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	27	4.090
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	240
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	80
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	30	4.410
Bekleidung	1	50
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	110
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	50
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	135
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	7	335
Zoo- und Heimtierbedarf	1	85
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15	765
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	365
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	500
SUMME	51	5.675

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 750: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Lieberose/Oberspreewald

Amt Lieberose/Oberspreewald 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	13,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20,7
Bekleidung	3,1
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,8
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,8
SUMME	36,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.14 Amt Schenkenländchen

Abb. 751: Datenblatt für das Amt Schenkenländchen

Datenblatt für das Amt Schenkenländchen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.737
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	45,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.223
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	24,0
Einzelhandelszentralität	53
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	44
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
Anzahl Leerstände	17
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,02
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,33</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,20</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.935
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.395</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.830</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.935
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.295</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.165</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>475</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.935
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.900</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.035</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	8.935
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.600</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.220</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.320</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.255</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 752: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Schenkenländchen

Amt Schenkenländchen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	20	3.940
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	300
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	75
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	24	4.315
Bekleidung	2	180
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6	615
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	200
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	4	1.730
Zoo- und Heimtierbedarf	0	40
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	2.900
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	430
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	1.095
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	195
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	1.720
SUMME	44	8.935

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 753: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Schenkenländchen

Amt Schenkenländchen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25,9
Bekleidung	3,9
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,5
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,0
SUMME	45,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.2.15 Amt Unterspreewald

Abb. 754: Datenblatt für das Amt Unterspreewald

Datenblatt für das Amt Unterspreewald 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.078
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	46,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.111
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	7,6
Einzelhandelszentralität	16
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	19
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	4
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,23
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,19</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.125
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.000</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.125
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.945</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.125
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.690</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>435</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.125
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.240</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 755: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Unterspreewald

Amt Unterspreewald 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	12	1.555
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	125
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13	1.680
Bekleidung	1	45
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	10
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	90
Zoo- und Heimtierbedarf	0	30
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	220
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	225
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	225
SUMME	19	2.125

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 756: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Unterspreewald

Amt Unterspreewald 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26,3
Bekleidung	3,9
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,6
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,1
SUMME	46,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3 Landkreis Spree-Neiße

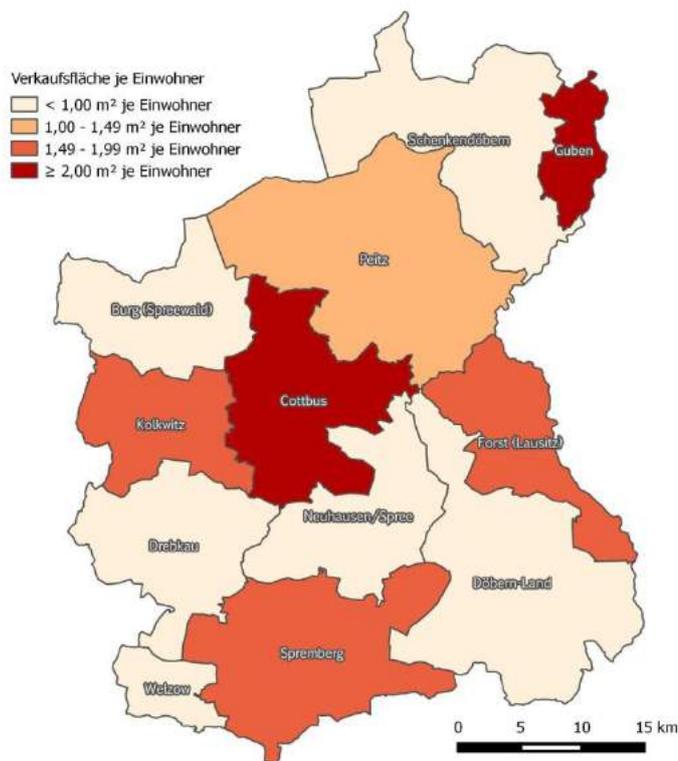
Abb. 757: Datenblatt für den Landkreis Spree-Neiße

Datenblatt für den Landkreis Spree-Neiße 2016	
Einwohner (31.12.2015)	117.635
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	620,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.277
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	461,4
Einzelhandelszentralität	74
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	824
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>594</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>115</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>115</i>
Anzahl Leerstände	361
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,53
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,61</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	180.440
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.730</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.250</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.585</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>71.215</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.660</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	180.440
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>41.190</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.390</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>62.600</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>57.260</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	180.440
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>106.900</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.800</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.445</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>53.295</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	180.440
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.695</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.645</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.625</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>31.020</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>85.755</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.980</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

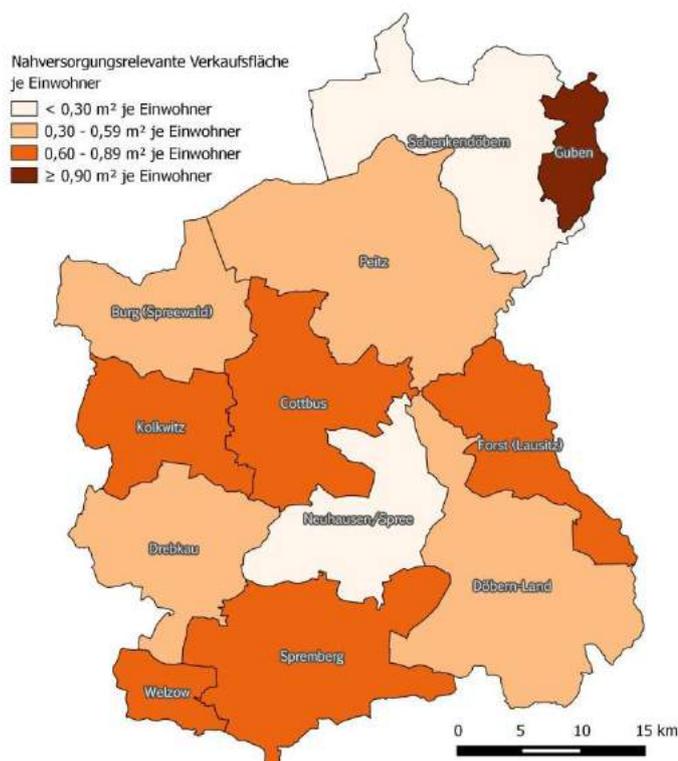
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 758: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Spree-Neiße und der Stadt Cottbus



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 759: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Spree-Neiße und der Stadt Cottbus



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.1 Drebkau, Stadt

Abb. 760: Datenblatt für die Stadt Drebkau

Datenblatt für die Stadt Drebkau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.626
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	30,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.406
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	12,1
Einzelhandelszentralität	40
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	23
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	8
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,62
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,45</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,08</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,10</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.510
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.190</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.510
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.150</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.510
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.225</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.510
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.190</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 761: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Drebkau

Stadt Drebkau 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	2.265
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	225
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	45
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13	2.535
Bekleidung	1	65
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	40
Spielwaren, Musikinstrumente	0	5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	240
Zoo- und Heimtierbedarf	0	30
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	435
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	240
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	150
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	540
SUMME	23	3.510

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 762: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Drebkau

Stadt Drebkau 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17,3
Bekleidung	2,6
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,3
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,1
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,0
SUMME	30,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.2 Forst (Lausitz), Stadt

Abb. 763: Datenblatt für die Stadt Forst (Lausitz)

Datenblatt der Stadt Forst (Lausitz) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	18.773
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	94,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.012
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	93,9
Einzelhandelszentralität	100
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	140
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>102</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>26</i>
Anzahl Leerstände	98
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,87
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,72</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,52</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	35.180
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.590</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.680</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.410</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.700</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	35.180
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.040</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.050</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	35.180
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.825</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.995</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	35.180
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.590</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.615</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.390</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.280</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 764: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Forst (Lausitz)

Stadt Forst (Lausitz) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	48	11.370
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	1.525
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	635
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	59	13.530
Bekleidung	16	2.860
Schuhe, Lederwaren	3	965
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8	2.030
Spielwaren, Musikinstrumente	1	155
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	440
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	1.015
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	1.120
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	9	485
Zoo- und Heimtierbedarf	3	550
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	61	9.845
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	2.675
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	14	8.955
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	175
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20	11.805
SUMME	140	35.180

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 765: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Forst (Lausitz)

Stadt Forst (Lausitz) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	34,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	16,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	53,4
Bekleidung	8,0
Schuhe, Lederwaren	2,6
Uhren, Schmuck	1,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,5
Spielwaren, Musikinstrumente	1,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,1
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7,2
Foto, Optik	1,2
Blumen, Topfpflanzen	0,7
Zoo- und Heimtierbedarf	0,8
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	28,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,4
SUMME	94,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.3 Guben, Stadt

Abb. 766: Datenblatt für die Stadt Guben

Datenblatt für die Stadt Guben 2016	
Einwohner (31.12.2015)	17.616
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	88,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.028
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	116,0
Einzelhandelszentralität	131
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	157
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>105</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25</i>
Anzahl Leerstände	90
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,82
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,98</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,65</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,19</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	49.705
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.725</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.140</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.180</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.610</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	49.705
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.920</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.985</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.795</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.005</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	49.705
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.690</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.800</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>960</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.255</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	49.705
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.260</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.560</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.015</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.655</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 767: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Guben

Stadt Guben 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	42	14.165
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	11	2.415
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	660
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	62	17.240
Bekleidung	15	3.800
Schuhe, Lederwaren	5	1.100
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	2.185
Spielwaren, Musikinstrumente	1	235
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	780
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	6	810
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	1.045
Foto, Optik	6	270
Blumen, Topfpflanzen	9	575
Zoo- und Heimtierbedarf	1	610
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	69	11.500
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	8.615
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	18	11.995
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	4	355
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26	20.965
SUMME	157	49.705

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 768: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Guben

Stadt Guben 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	32,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	15,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	50,3
Bekleidung	7,5
Schuhe, Lederwaren	2,5
Uhren, Schmuck	1,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,8
Foto, Optik	1,2
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,7
SUMME	88,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.4 Kolkwitz, Gemeinde

Abb. 769: Datenblatt für die Gemeinde Kolkwitz

Datenblatt für die Gemeinde Kolkwitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.147
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	101,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	53,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.887
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	38,3
Einzelhandelszentralität	71
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	49
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>32</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
Anzahl Leerstände	9
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,62
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,49</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,46</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	14.780
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.440</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.380</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.560</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.350</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	14.780
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.880</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.450</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	14.780
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.865</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.040</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.875</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	14.780
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>770</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.845</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.405</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.130</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 770: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Kolkwitz

Gemeinde Kolkwitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	18	5.310
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	575
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	170
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20	6.055
Bekleidung	4	1.415
Schuhe, Lederwaren	0	120
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	1.010
Spielwaren, Musikinstrumente	0	155
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	495
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	70
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	595
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	240
Zoo- und Heimtierbedarf	3	335
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21	4.480
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	145
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	4.040
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	60
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	4.245
SUMME	49	14.780

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 771: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Kolkwitz

Gemeinde Kolkwitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	19,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	30,6
Bekleidung	4,6
Schuhe, Lederwaren	1,5
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,9
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,1
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,1
SUMME	53,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.5 Neuhausen/Spree, Gemeinde

Abb. 772: Datenblatt für die Gemeinde Neuhausen/Spree

Datenblatt für die Gemeinde Neuhausen/Spree 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.997
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	96,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	28,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.618
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	2,8
Einzelhandelszentralität	10
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	16
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,21
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,02</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,10</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.035
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.035
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>390</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.035
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>945</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.035
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>720</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 773: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Neuhausen/Spree

Gemeinde Neuhausen/Spree 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	10	450
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10	450
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	90
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	0	0
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	90
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	345
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	495
SUMME	16	1.035

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 774: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Neuhausen/Spree

Gemeinde Neuhausen/Spree 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	15,9
Bekleidung	2,4
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,1
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,6
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,7
SUMME	28,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.6 Schenkendöbern, Gemeinde

Abb. 775: Datenblatt für die Gemeinde Schenkendöbern

Datenblatt für die Gemeinde Schenkendöbern 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.662
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	92,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	19,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.384
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	2,3
Einzelhandelszentralität	12
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	12
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,20
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,11</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,08</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,01</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	750
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	750
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	750
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>615</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	750
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>345</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 776: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Schenkendöbern

Gemeinde Schenkendöbern 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	7	420
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	7	420
Bekleidung	1	45
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	195
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	285
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	45
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	1	45
SUMME	12	750

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 777: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Schenkendöbern

Gemeinde Schenkendöbern 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11,2
Bekleidung	1,7
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,5
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,6
SUMME	19,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.7 Spremberg, Stadt

Abb. 778: Datenblatt für die Stadt Spremberg

Datenblatt für die Stadt Spremberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	22.232
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	116,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.231
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	100,9
Einzelhandelszentralität	87
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	212
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>148</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>30</i>
Anzahl Leerstände	65
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,72
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,69</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.245
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.660</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.015</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14.470</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.245
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.335</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.255</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.695</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.960</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.245
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.500</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.095</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.650</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.245
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.160</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.915</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.485</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.755</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.465</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 779: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Spremberg

Stadt Spremberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	72	11.515
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13	2.755
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	9	1.050
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	94	15.320
Bekleidung	26	2.960
Schuhe, Lederwaren	6	1.215
Uhren, Schmuck	5	225
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	16	3.320
Spielwaren, Musikinstrumente	1	160
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	8	840
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	750
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	760
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	13	1.185
Zoo- und Heimtierbedarf	2	645
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	91	12.195
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.370
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	19	9.005
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	5	355
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	27	10.730
SUMME	212	38.245

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 780: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Spremberg

Stadt Spremberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	42,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	20,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	66,0
Bekleidung	9,8
Schuhe, Lederwaren	3,3
Uhren, Schmuck	1,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,9
Spielwaren, Musikinstrumente	1,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8,9
Foto, Optik	1,5
Blumen, Topfpflanzen	0,8
Zoo- und Heimtierbedarf	0,9
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	34,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	6,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15,4
SUMME	116,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.8 Welzow, Stadt

Abb. 781: Datenblatt für die Stadt Welzow

Datenblatt für die Stadt Welzow 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.645
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	18,3
Kaufkraft je Einwohner in €	5.014
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	11,4
Einzelhandelszentralität	62
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	18
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	21
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,84
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,69</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,09</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,05</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.045
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.220</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.045
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.550</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.495</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.045
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.955</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.045
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.040</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.180</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 782: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Welzow

Stadt Welzow 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	8	2.215
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	185
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	110
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	2.510
Bekleidung	1	45
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	65
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	30
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	0	20
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	340
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	195
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	195
SUMME	18	3.045

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 783: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Welzow

Stadt Welzow 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10,4
Bekleidung	1,5
Schuhe, Lederwaren	0,5
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,4
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,4
SUMME	18,3

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.9 Amt Burg (Spreewald)

Abb. 784: Datenblatt für das Amt Burg (Spreewald)

Datenblatt für das Amt Burg (Spreewald) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.141
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	95,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	50,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.534
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	22,5
Einzelhandelszentralität	44
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	65
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	53
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	7
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	5
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,76
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,47
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,27
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,03
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.980
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	2.385
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.050
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	1.705
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	1.840
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.980
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	5.945
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	465
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	570
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.980
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	6.230
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	750
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	6.980
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	1.635
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	1.390
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	270
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	2.325
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	1.090
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	225
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 785: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Burg (Spreewald)

Amt Burg (Spreewald) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	21	3.620
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6	405
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	250
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	32	4.275
Bekleidung	12	1.120
Schuhe, Lederwaren	3	260
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8	620
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	25
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	70
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	160
Zoo- und Heimtierbedarf	0	35
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	31	2.470
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	235
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2	235
SUMME	65	6.980

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 786: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Burg (Spreewald)

Amt Burg (Spreewald) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	18,6
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28,7
Bekleidung	4,3
Schuhe, Lederwaren	1,4
Uhren, Schmuck	0,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,9
Foto, Optik	0,7
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,1
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,7
SUMME	50,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.10 Amt Döbern-Land

Abb. 787: Datenblatt für das Amt Döbern-Land

Datenblatt für das Amt Döbern-Land 2016	
Einwohner (31.12.2015)	11.835
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	61,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.153
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	24,1
Einzelhandelszentralität	40
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	61
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	34
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,94
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,24</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,34</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.160
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.500</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.965</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.670</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.160
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.805</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.545</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.810</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.160
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.465</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.425</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.270</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.160
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.305</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>525</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.780</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.920</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 788: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Döbern-Land

Amt Döbern-Land 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	30	3.745
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	390
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	125
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	35	4.260
Bekleidung	3	310
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.720
Spielwaren, Musikinstrumente	1	70
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	245
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	100
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	5	225
Zoo- und Heimtierbedarf	0	15
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	21	2.875
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	3.980
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	4.025
SUMME	61	11.160

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 789: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Döbern-Land

Amt Döbern-Land 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	22,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34,6
Bekleidung	5,2
Schuhe, Lederwaren	1,7
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,8
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,7
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,1
SUMME	61,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.3.11 Amt Peitz

Abb. 790: Datenblatt für das Amt Peitz

Datenblatt für das Amt Peitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	10.961
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	59,9
Kaufkraft je Einwohner in €	5.462
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	37,0
Einzelhandelszentralität	62
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	71
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>55</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
Anzahl Leerstände	25
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,46
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,25</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,71</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	16.050
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.475</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.865</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	16.050
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.785</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.175</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.940</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	16.050
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.440</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.250</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	16.050
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.745</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.480</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.205</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.765</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 791: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Peitz

Amt Peitz 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	28	4.770
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	425
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	360
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	35	5.555
Bekleidung	8	545
Schuhe, Lederwaren	0	20
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	590
Spielwaren, Musikinstrumente	0	95
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	515
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	245
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	255
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	7	365
Zoo- und Heimtierbedarf	0	85
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26	2.760
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	3.030
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	8	4.630
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	75
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	7.735
SUMME	71	16.050

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 792: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Peitz

Amt Peitz 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	22,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	10,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	34,0
Bekleidung	5,1
Schuhe, Lederwaren	1,7
Uhren, Schmuck	0,8
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,0
Spielwaren, Musikinstrumente	0,7
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,7
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4,6
Foto, Optik	0,8
Blumen, Topfpflanzen	0,4
Zoo- und Heimtierbedarf	0,5
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	3,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7,9
SUMME	59,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4 Landkreis Oberspreewald-Lausitz

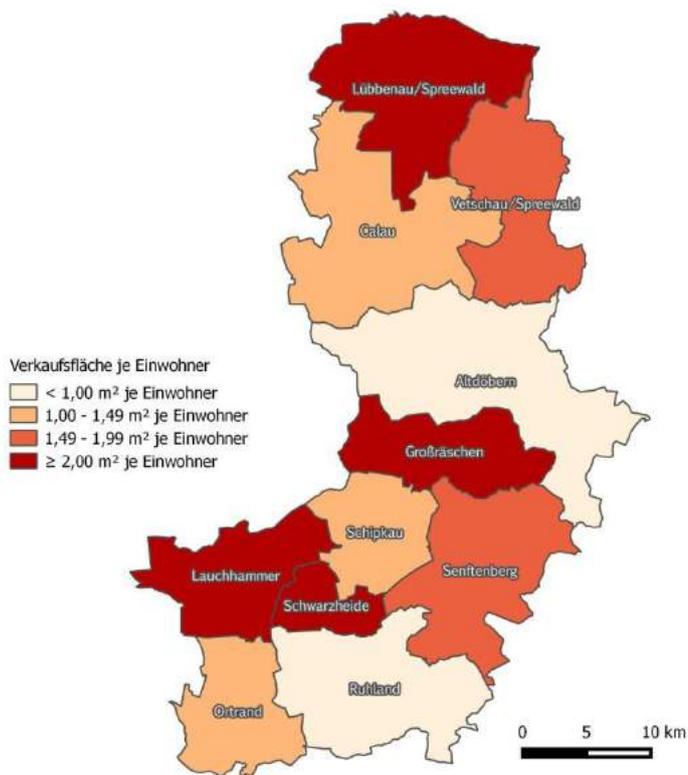
Abb. 793: Datenblatt für den Landkreis Oberspreewald-Lausitz

Datenblatt für den Landkreis Oberspreewald-Lausitz 2016	
Einwohner (31.12.2015)	112.450
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	591,7
Kaufkraft je Einwohner in €	5.262
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	533,1
Einzelhandelszentralität	90
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	890
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>604</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>148</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>138</i>
Anzahl Leerstände	348
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,93
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,69</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,59</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	217.090
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.180</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>45.545</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>71.825</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>50.340</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	217.090
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>44.990</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>37.820</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>58.765</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>75.515</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	217.090
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>132.740</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.810</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.640</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>65.900</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	217.090
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>30.860</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.620</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.895</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.035</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>112.770</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.280</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.385</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.245</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

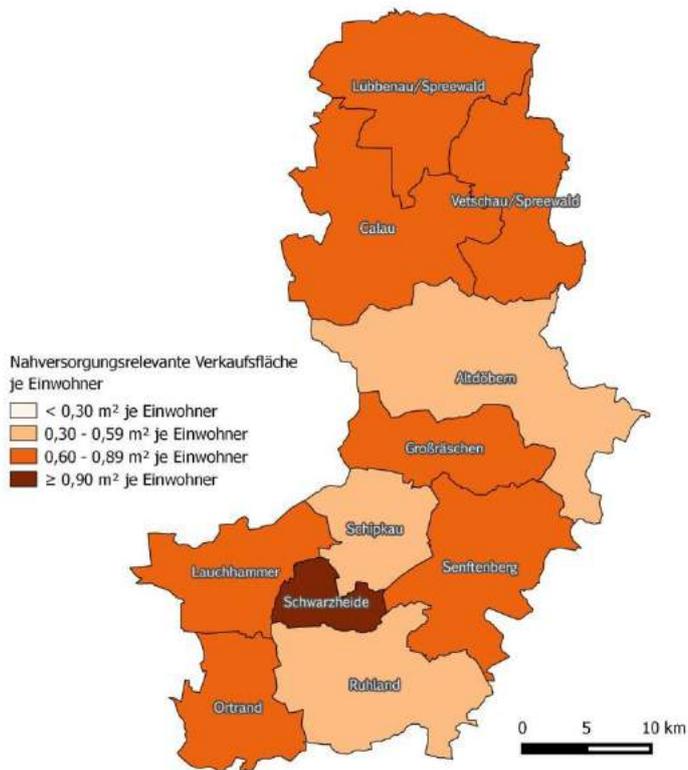
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 794: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Oberspreewald-Lausitz



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 795: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Oberspreewald-Lausitz



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.1 Calau, Stadt

Abb. 796: Datenblatt für die Stadt Calau

Datenblatt für die Stadt Calau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.833
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	41,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.294
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	32,0
Einzelhandelszentralität	77
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	63
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>40</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
Anzahl Leerstände	18
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,42
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,72</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,29</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.090
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.895</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.295</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.090
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.955</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.110</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.025</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.090
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.875</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.155</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.060</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.090
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.610</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.580</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.775</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.540</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 797: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Calau

Stadt Calau 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	21	4.970
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	425
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	275
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28	5.670
Bekleidung	5	945
Schuhe, Lederwaren	1	70
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	405
Spielwaren, Musikinstrumente	0	35
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	240
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	75
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6	520
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	5	490
Zoo- und Heimtierbedarf	1	205
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	26	3.120
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	890
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	1.365
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	2.300
SUMME	63	11.090

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 798: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Calau

Stadt Calau 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	15,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23,5
Bekleidung	3,5
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,2
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,5
SUMME	41,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.2 Großräschen, Stadt

Abb. 799: Datenblatt für die Stadt Großräschen

Datenblatt der Stadt Großräschen 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.655
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	44,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.088
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	57,7
Einzelhandelszentralität	131
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	73
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14</i>
Anzahl Leerstände	35
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	4,24
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,76</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>2,70</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	36.740
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.115</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.485</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.530</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.810</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	36.740
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.660</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.170</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.310</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	36.740
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>36.455</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	36.740
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.990</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.380</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>495</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.835</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>28.755</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 800: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Großräschen

Stadt Großräschen 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	22	5.280
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	880
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3	410
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28	6.570
Bekleidung	7	1.275
Schuhe, Lederwaren	1	185
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	3.035
Spielwaren, Musikinstrumente	1	105
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	390
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	255
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6	545
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	5	375
Zoo- und Heimtierbedarf	4	475
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	36	6.775
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	19.250
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	4.045
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	100
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	23.395
SUMME	73	36.740

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 801: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Großräschen

Stadt Großräschen 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25,0
Bekleidung	3,7
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,4
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,8
SUMME	44,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.3 Lauchhammer, Stadt

Abb. 802: Datenblatt für die Stadt Lauchhammer

Datenblatt für die Stadt Lauchhammer 2016	
Einwohner (31.12.2015)	15.084
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	78,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.180
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	81,9
Einzelhandelszentralität	105
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	129
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>95</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>20</i>
Anzahl Leerstände	68
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,23
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,82</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,76</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	33.685
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.275</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.500</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.740</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.070</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	33.685
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.815</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.310</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.170</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.390</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	33.685
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.895</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.730</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.060</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	33.685
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.870</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.300</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.600</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.475</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 803: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Lauchhammer

Stadt Lauchhammer 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	42	10.105
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8	1.595
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	670
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	55	12.370
Bekleidung	15	2.485
Schuhe, Lederwaren	3	990
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	9	1.965
Spielwaren, Musikinstrumente	0	170
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	340
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	735
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	7	970
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	8	805
Zoo- und Heimtierbedarf	5	1.260
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	57	9.900
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	1.515
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	11	9.745
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	155
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17	11.415
SUMME	129	33.685

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 804: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Lauchhammer

Stadt Lauchhammer 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	28,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	13,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	44,3
Bekleidung	6,6
Schuhe, Lederwaren	2,2
Uhren, Schmuck	1,0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,3
Spielwaren, Musikinstrumente	1,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,9
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,0
Foto, Optik	1,0
Blumen, Topfpflanzen	0,5
Zoo- und Heimtierbedarf	0,6
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	23,4
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,3
SUMME	78,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.4 Lübbenau/Spreewald

Abb. 805: Datenblatt für die Stadt Lübbenau/Spreewald

Datenblatt für die Stadt Lübbenau/Spreewald 2016	
Einwohner (31.12.2015)	16.237
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	85,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.243
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	88,1
Einzelhandelszentralität	103
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	137
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>22</i>
Anzahl Leerstände	33
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,37
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,67</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,83</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,87</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.480
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.050</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.290</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.850</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.540</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.480
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.235</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.115</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.715</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.415</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.480
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>24.540</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.805</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	38.480
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.170</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.795</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.560</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>22.725</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>375</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 806: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Lübbenau/Spreewald

Stadt Lübbenau/Spreewald 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	38	8.330
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9	2.015
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	595
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	52	10.940
Bekleidung	18	3.475
Schuhe, Lederwaren	3	855
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	19	2.685
Spielwaren, Musikinstrumente	1	295
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	1.050
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.280
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	1.670
Foto, Optik	5	245
Blumen, Topfpflanzen	9	770
Zoo- und Heimtierbedarf	1	1.040
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	76	13.455
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	6.170
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	7.740
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	175
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	14.085
SUMME	137	38.480

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 807: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Lübbenau/Spreewald

Stadt Lübbenau/Spreewald 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	31,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	48,3
Bekleidung	7,2
Schuhe, Lederwaren	2,4
Uhren, Schmuck	1,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,4
Spielwaren, Musikinstrumente	1,1
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,5
Foto, Optik	1,1
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,3
SUMME	85,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.5 Schipkau, Gemeinde

Abb. 808: Datenblatt für die Gemeinde Schipkau

Datenblatt für die Gemeinde Schipkau 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.813
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,5
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	36,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.277
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	18,1
Einzelhandelszentralität	50
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	43
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>14</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
Anzahl Leerstände	26
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,10
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,24</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,30</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.465
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.100</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.970</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.465
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.245</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.775</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.445</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.465
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.980</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.485</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	7.465
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.825</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>615</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.600</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.720</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>480</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 809: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Schipkau

Gemeinde Schipkau 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	18	3.175
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	450
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	130
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23	3.755
Bekleidung	2	135
Schuhe, Lederwaren	0	5
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	540
Spielwaren, Musikinstrumente	0	30
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	325
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	25
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	200
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	4	335
Zoo- und Heimtierbedarf	0	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11	1.640
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	330
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	1.695
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	2.070
SUMME	43	7.465

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 810: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Schipkau

Gemeinde Schipkau 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	13,2
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20,4
Bekleidung	3,0
Schuhe, Lederwaren	1,0
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,8
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,8
SUMME	36,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.6 Schwarzheide, Stadt

Abb. 811: Datenblatt für die Stadt Schwarzheide

Datenblatt für die Stadt Schwarzheide 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.795
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	96,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	32,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.612
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	33,0
Einzelhandelszentralität	102
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	51
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13</i>
Anzahl Leerstände	16
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,29
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>1,02</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,76</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,50</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	13.245
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.395</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.030</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.770</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	13.245
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.260</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.985</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	13.245
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.525</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>985</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.735</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	13.245
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.860</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.365</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>315</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.560</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.875</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 812: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Schwarzheide

Stadt Schwarzheide 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	17	4.555
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	840
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	510
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26	5.905
Bekleidung	5	1.275
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	1.115
Spielwaren, Musikinstrumente	1	125
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3	240
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	875
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	245
Foto, Optik	2	205
Blumen, Topfpflanzen	3	180
Zoo- und Heimtierbedarf	0	100
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	18	4.415
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	120
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	5	2.715
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	90
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	2.925
SUMME	51	13.245

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 813: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Schwarzheide

Stadt Schwarzheide 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18,5
Bekleidung	2,8
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,5
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,3
SUMME	32,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.7 Senftenberg, Stadt

Abb. 814: Datenblatt für die Stadt Senftenberg

Datenblatt für die Stadt Senftenberg 2016	
Einwohner (31.12.2015)	24.625
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	90,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	130,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.279
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	136,2
Einzelhandelszentralität	105
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	194
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>131</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
Anzahl Leerstände	48
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,88
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,72</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,73</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,43</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.325
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.895</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.350</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.110</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.050</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>10.920</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.325
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.250</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.590</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.415</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.070</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.325
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>17.525</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.810</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.665</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>19.325</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.325
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.615</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.905</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.260</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.140</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.855</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.280</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 815: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Senftenberg

Stadt Senftenberg 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	64	14.580
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	16	2.265
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	840
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	87	17.685
Bekleidung	26	5.640
Schuhe, Lederwaren	6	1.510
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	6	2.340
Spielwaren, Musikinstrumente	2	280
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	6	985
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.345
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	10	2.560
Foto, Optik	5	305
Blumen, Topfpflanzen	11	790
Zoo- und Heimtierbedarf	3	2.175
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	82	18.065
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	6	2.445
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	16	7.790
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	340
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	25	10.575
SUMME	194	46.325

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 816: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Senftenberg

Stadt Senftenberg 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	47,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	22,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	3,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	73,8
Bekleidung	11,0
Schuhe, Lederwaren	3,6
Uhren, Schmuck	1,7
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2,1
Spielwaren, Musikinstrumente	1,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	3,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9,9
Foto, Optik	1,7
Blumen, Topfpflanzen	0,9
Zoo- und Heimtierbedarf	1,0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	39,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	7,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	17,2
SUMME	130,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.8 Vetschau/Spreewald, Stadt

Abb. 817: Datenblatt für die Stadt Vetschau/Spreewald

Datenblatt für die Stadt Vetschau/Spreewald 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.307
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	89,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	43,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.185
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	34,2
Einzelhandelszentralität	79
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	64
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>38</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
Anzahl Leerstände	32
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,56
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,60</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,36</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.990
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.710</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.550</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.570</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.160</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.990
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.465</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.205</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.900</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.990
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.640</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>435</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>915</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	12.990
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.105</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.575</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.565</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.845</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 818: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Vetschau/Spreewald

Stadt Vetschau/Spreewald 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	24	4.315
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3	525
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	170
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	29	5.010
Bekleidung	5	1.055
Schuhe, Lederwaren	1	80
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	640
Spielwaren, Musikinstrumente	1	175
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	430
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	345
Foto, Optik	3	240
Blumen, Topfpflanzen	8	1.715
Zoo- und Heimtierbedarf	1	95
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	28	5.015
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	590
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	2.330
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	2.965
SUMME	64	12.990

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 819: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Vetschau/Spreewald

Stadt Vetschau/Spreewald 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	15,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,5
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	24,4
Bekleidung	3,6
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,3
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,7
SUMME	43,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.9 Amt Altdöbern

Abb. 820: Datenblatt für das Amt Altdöbern

Datenblatt für das Amt Altdöbern 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.789
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	29,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.141
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	13,3
Einzelhandelszentralität	45
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	33
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	20
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,65
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,12</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,04</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.760
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.125</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.065</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>820</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.760
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.925</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>795</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.760
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.580</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.760
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>710</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.625</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 821: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Altdöbern

Amt Altdöbern 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	17	2.500
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	175
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	110
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20	2.785
Bekleidung	1	50
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	360
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	60
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	5
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	160
Zoo- und Heimtierbedarf	0	35
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10	715
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	45
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2	215
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	260
SUMME	33	3.760

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 822: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Altdöbern

Amt Altdöbern 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,9
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16,9
Bekleidung	2,5
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,3
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,9
SUMME	29,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.10 Amt Ortrand

Abb. 823: Datenblatt für das Amt Ortrand

Datenblatt für das Amt Ortrand 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.142
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	91,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	32,6
Kaufkraft je Einwohner in €	5.306
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	23,4
Einzelhandelszentralität	72
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	54
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>40</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
Anzahl Leerstände	31
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,49
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,63</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,31</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,54</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.145
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.595</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.700</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.145
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.135</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.715</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.170</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.125</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.145
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.920</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	9.145
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.475</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.390</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.925</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.680</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 824: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Ortrand

Amt Ortrand 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	20	3.530
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	230
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	135
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23	3.895
Bekleidung	4	675
Schuhe, Lederwaren	1	50
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	190
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	150
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	325
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	3	165
Zoo- und Heimtierbedarf	1	140
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	23	1.920
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	45
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	3.240
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	3.330
SUMME	54	9.145

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 825: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Ortrand

Amt Ortrand 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	12,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,9
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18,5
Bekleidung	2,8
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,5
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,8
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,3
SUMME	32,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.4.11 Amt Ruhland

Abb. 826: Datenblatt für das Amt Ruhland

Datenblatt für das Amt Ruhland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	7.170
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	93,4
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	39,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.446
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	15,0
Einzelhandelszentralität	38
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	49
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>43</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	21
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,58
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,34</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,19</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,05</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.165
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.935</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>690</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>940</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.165
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.305</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.915</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.165
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.805</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.165
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.630</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.695</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 827: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Ruhland

Amt Ruhland 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	15	2.180
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	180
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	100
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19	2.460
Bekleidung	5	365
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	35
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	90
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	135
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6	305
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	2	105
Zoo- und Heimtierbedarf	3	160
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24	1.330
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	375
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	375
SUMME	49	4.165

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 828: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Ruhland

Amt Ruhland 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	14,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	6,8
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	22,2
Bekleidung	3,3
Schuhe, Lederwaren	1,1
Uhren, Schmuck	0,5
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,6
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,1
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,0
Foto, Optik	0,5
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	11,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,8
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,2
SUMME	39,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5 Landkreis Elbe-Elster

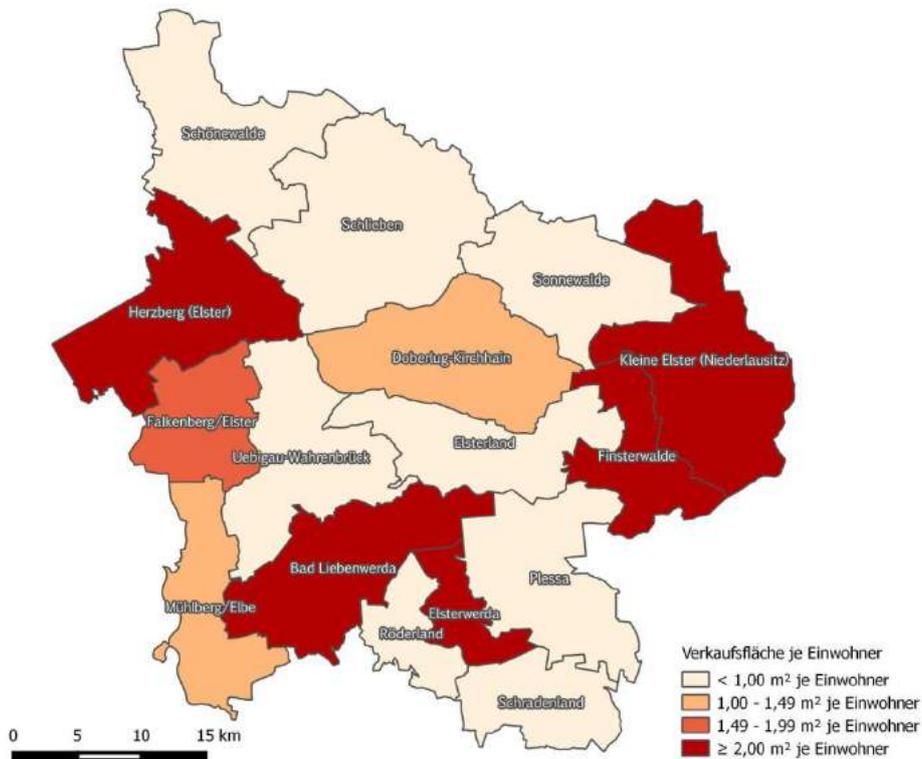
Abb. 829: Datenblatt für den Landkreis Elbe-Elster

Datenblatt für den Landkreis Elbe-Elster 2016	
Einwohner (31.12.2015)	104.673
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,8
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	523,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.001
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	500,1
Einzelhandelszentralität	96
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	1.019
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>744</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>144</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>131</i>
Anzahl Leerstände	397
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,98
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,66</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,55</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,77</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	207.450
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>33.480</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21.750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>49.905</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>61.680</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>40.680</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	207.450
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>42.055</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>12.890</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.715</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>71.085</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>73.750</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	207.450
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>108.250</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.580</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.530</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>77.135</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	207.450
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>26.875</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>20.840</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.290</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>32.985</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>116.370</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>480</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.800</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>855</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

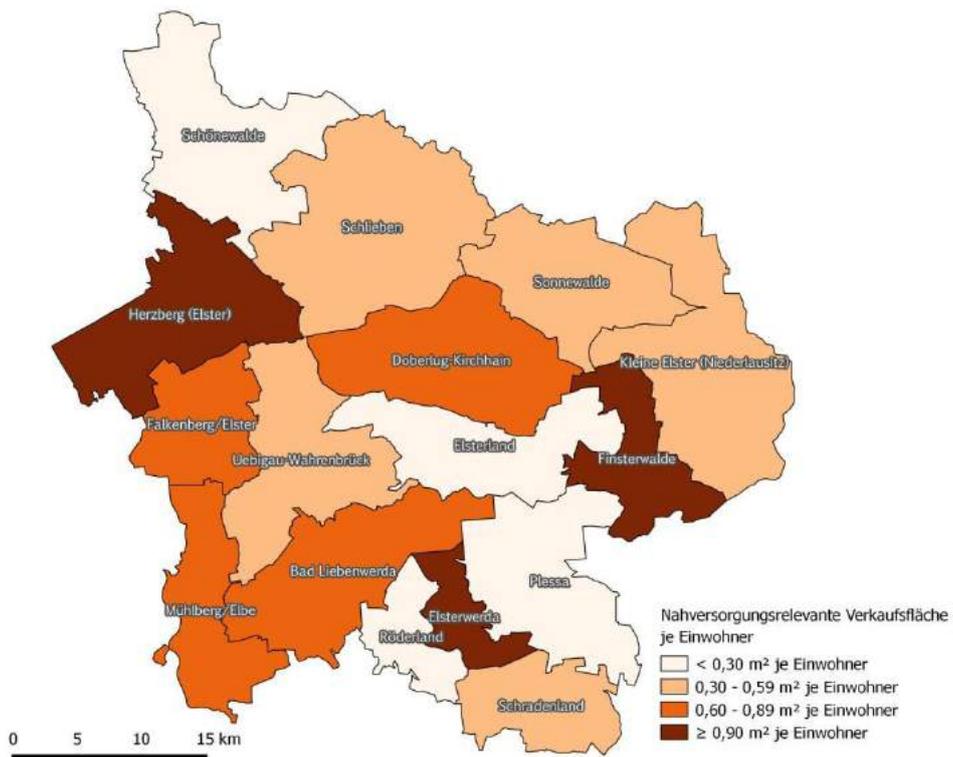
Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 830: Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Elbe-Elster



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 831: Nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche je Einwohner im Landkreis Elbe-Elster



Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.1 Bad Liebenwerda, Stadt

Abb. 832: Datenblatt für die Stadt Bad Liebenwerda

Datenblatt für die Stadt Bad Liebenwerda 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.305
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	47,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.090
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	56,8
Einzelhandelszentralität	120
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	127
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>95</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>21</i>
Anzahl Leerstände	42
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	3,05
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,89</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,99</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,16</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.335
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.275</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.650</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.590</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.820</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.335
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.170</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.715</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.550</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.990</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.910</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.335
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.545</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.465</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.325</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	28.335
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.360</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.725</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.110</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>18.060</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 833: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Bad Liebenwerda

Stadt Bad Liebenwerda 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	38	6.730
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5	1.200
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	385
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	48	8.315
Bekleidung	12	2.990
Schuhe, Lederwaren	4	835
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	8	1.735
Spielwaren, Musikinstrumente	2	355
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	9	690
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	765
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	9	590
Foto, Optik	5	225
Blumen, Topfpflanzen	11	610
Zoo- und Heimtierbedarf	1	325
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	65	9.255
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	4	4.375
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	10	6.345
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14	10.765
SUMME	127	28.335

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 834: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Bad Liebenwerda

Stadt Bad Liebenwerda 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,3
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26,9
Bekleidung	4,0
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,8
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,6
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,6
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	14,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,3
SUMME	47,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.2 Doberlug-Kirchhain, Stadt

Abb. 835: Datenblatt für die Stadt Doberlug-Kirchhain

Datenblatt der Stadt Doberlug-Kirchhain 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.746
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	44,0
Kaufkraft je Einwohner in €	5.027
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	36,8
Einzelhandelszentralität	84
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	90
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>76</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
Anzahl Leerstände	40
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,30
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,75</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,38</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,17</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.400
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.420</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.640</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.040</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.400
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.610</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.370</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.300</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.120</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.400
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.040</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	11.400
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.260</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.175</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.370</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.425</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 836: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Doberlug-Kirchhain

Stadt Doberlug-Kirchhain 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	32	5.905
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	400
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	5	270
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	41	6.575
Bekleidung	5	925
Schuhe, Lederwaren	3	165
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	875
Spielwaren, Musikinstrumente	2	90
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	4	200
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	3	195
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	380
Foto, Optik	2	90
Blumen, Topfpflanzen	6	285
Zoo- und Heimtierbedarf	0	60
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	41	3.310
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	700
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	815
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	1.515
SUMME	90	11.400

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 837: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Doberlug-Kirchhain

Stadt Doberlug-Kirchhain 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	16,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	25,0
Bekleidung	3,7
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,3
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,4
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,8
SUMME	44,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.3 Elsterwerda, Stadt

Abb. 838: Datenblatt für die Stadt Elsterwerda

Datenblatt für die Stadt Elsterwerda 2016	
Einwohner (31.12.2015)	8.186
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	41,8
Kaufkraft je Einwohner in €	5.112
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	94,8
Einzelhandelszentralität	227
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	131
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>87</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>25</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>19</i>
Anzahl Leerstände	50
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	4,82
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>1,07</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,27</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>2,48</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.475
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.915</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.910</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.640</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.260</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.475
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.485</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>970</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.400</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>29.620</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.475
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.235</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>390</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.850</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	39.475
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.805</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.865</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.875</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.165</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 839: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Elsterwerda

Stadt Elsterwerda 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	35	6.925
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12	1.460
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	4	375
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	51	8.760
Bekleidung	17	3.930
Schuhe, Lederwaren	5	450
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.200
Spielwaren, Musikinstrumente	3	310
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	505
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	5	760
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	2.555
Foto, Optik	5	255
Blumen, Topfpflanzen	3	145
Zoo- und Heimtierbedarf	2	160
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	61	10.405
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	3	10.230
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	16	9.995
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	85
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	19	20.310
SUMME	131	39.475

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 840: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Elsterwerda

Stadt Elsterwerda 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	15,4
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	7,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,1
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	23,8
Bekleidung	3,5
Schuhe, Lederwaren	1,2
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,5
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,2
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,2
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2,3
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,4
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,9
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,5
SUMME	41,8

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.4 Falkenberg/Elster, Stadt

Abb. 841: Datenblatt für die Stadt Falkenberg/Elster

Datenblatt für die Stadt Falkenberg/Elster 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.431
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	32,1
Kaufkraft je Einwohner in €	4.993
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	26,6
Einzelhandelszentralität	83
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	59
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>47</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
Anzahl Leerstände	46
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,56
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,71</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,41</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,44</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.010
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.115</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.330</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.965</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.010
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.035</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.695</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.190</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.010
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.460</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>800</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	10.010
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.180</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.405</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>630</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.470</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.190</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 842: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Falkenberg/Elster

Stadt Falkenberg/Elster 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	24	4.060
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	365
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	150
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	28	4.575
Bekleidung	6	680
Schuhe, Lederwaren	1	70
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	570
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	2	310
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	4	250
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	385
Zoo- und Heimtierbedarf	0	180
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	22	2.625
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	2.720
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	90
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	2.810
SUMME	59	10.010

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 843: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Falkenberg/Elster

Stadt Falkenberg/Elster 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18,2
Bekleidung	2,7
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,5
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,3
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,2
SUMME	32,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.5 Finsterwalde, Stadt

Abb. 844: Datenblatt für die Stadt Finsterwalde

Datenblatt für die Stadt Finsterwalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	16.548
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	82,0
Kaufkraft je Einwohner in €	4.957
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	115,3
Einzelhandelszentralität	141
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	198
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>138</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>29</i>
Anzahl Leerstände	82
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,82
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,91</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,91</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>1,00</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.595
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.210</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.800</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.070</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8.840</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.720</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.595
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>13.175</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.175</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.230</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>23.720</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.340</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.595
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>27.730</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>5.580</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.385</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>11.945</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	46.595
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>6.410</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.580</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.125</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>7.695</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>25.990</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>480</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 845: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Finsterwalde

Stadt Finsterwalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	49	11.595
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	12	2.455
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	14	945
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	75	14.995
Bekleidung	34	5.215
Schuhe, Lederwaren	5	810
Uhren, Schmuck	3	135
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	12	2.235
Spielwaren, Musikinstrumente	3	485
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	5	620
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	1.220
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	15	2.335
Foto, Optik	8	485
Blumen, Topfpflanzen	12	715
Zoo- und Heimtierbedarf	2	845
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	103	15.100
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	5	645
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	14	15.710
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	145
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	20	16.500
SUMME	198	46.595

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 846: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Finsterwalde

Stadt Finsterwalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	30,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	14,3
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	46,6
Bekleidung	6,9
Schuhe, Lederwaren	2,3
Uhren, Schmuck	1,1
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1,3
Spielwaren, Musikinstrumente	1,0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1,0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	6,3
Foto, Optik	1,1
Blumen, Topfpflanzen	0,6
Zoo- und Heimtierbedarf	0,7
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	24,6
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	4,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	10,9
SUMME	82,0

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.6 Herzberg (Elster), Stadt

Abb. 847: Datenblatt für die Stadt Herzberg (Elster)

Datenblatt für die Stadt Herzberg (Elster) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	9.067
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	87,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	46,4
Kaufkraft je Einwohner in €	5.113
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	62,2
Einzelhandelszentralität	134
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	110
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	74
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	14
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	22
Anzahl Leerstände	39
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	2,61
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	1,10
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,78
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,74
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	23.700
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	3.330
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	2.100
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	9.540
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	8.730
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	23.700
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	7.550
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	9.740
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	6.410
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	23.700
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	12.415
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	1.595
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	9.690
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	23.700
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	4.480
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	2.460
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	720
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	3.480
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	12.380
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	135
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	45

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 848: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Herzberg (Elster)

Stadt Herzberg (Elster) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	34	7.995
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	9	1.395
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	7	540
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	50	9.930
Bekleidung	14	2.310
Schuhe, Lederwaren	3	680
Uhren, Schmuck	2	90
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	5	1.390
Spielwaren, Musikinstrumente	1	250
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	265
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	4	955
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	8	420
Foto, Optik	3	135
Blumen, Topfpflanzen	3	135
Zoo- und Heimtierbedarf	1	400
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	45	7.030
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	490
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	12	6.115
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	15	6.740
SUMME	110	23.700

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 849: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Herzberg (Elster)

Stadt Herzberg (Elster) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	17,0
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	8,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1,2
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	26,3
Bekleidung	3,9
Schuhe, Lederwaren	1,3
Uhren, Schmuck	0,6
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,7
Spielwaren, Musikinstrumente	0,6
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1,4
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,5
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3,5
Foto, Optik	0,6
Blumen, Topfpflanzen	0,3
Zoo- und Heimtierbedarf	0,4
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	2,5
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	2,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1,0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,1
SUMME	46,4

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.7 Mühlberg/Elbe, Stadt

Abb. 850: Datenblatt für die Stadt Mühlberg/Elbe

Datenblatt für die Stadt Mühlberg/Elbe 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.856
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	82,2
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	18,5
Kaufkraft je Einwohner in €	4.791
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	15,3
Einzelhandelszentralität	83
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	41
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>31</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
Anzahl Leerstände	20
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	1,35
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,70</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,28</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.205
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.395</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>900</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>980</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.930</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.205
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.430</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.505</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.925</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>345</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.205
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.370</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.835</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	5.205
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>815</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.115</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.475</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 851: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Mühlberg/Elbe

Stadt Mühlberg/Elbe 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	14	2.405
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	210
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	70
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17	2.685
Bekleidung	0	10
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	1	45
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	4	225
Spielwaren, Musikinstrumente	2	90
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	150
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	245
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	205
Zoo- und Heimtierbedarf	1	75
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	16	1.090
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	6	1.340
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	90
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	1.430
SUMME	41	5.205

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 852: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Mühlberg/Elbe

Stadt Mühlberg/Elbe 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,2
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	10,5
Bekleidung	1,6
Schuhe, Lederwaren	0,5
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,4
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,5
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,1
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,4
SUMME	18,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.8 Röderland, Gemeinde

Abb. 853: Datenblatt für die Gemeinde Röderland

Datenblatt für die Gemeinde Röderland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.957
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	88,9
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	20,5
Kaufkraft je Einwohner in €	5.181
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	5,0
Einzelhandelszentralität	24
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	21
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>13</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>7</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	3
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,67
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,18</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,12</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,37</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.645
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>585</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.050</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.010</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.645
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.165</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.645
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.820</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>825</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.645
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>270</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.310</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 854: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Gemeinde Röderland

Gemeinde Röderland 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	11	705
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	705
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0	0
Spielwaren, Musikinstrumente	1	45
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	150
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	240
Zoo- und Heimtierbedarf	1	45
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	480
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	1.460
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	1.460
SUMME	21	2.645

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 855: Kaufkraft nach Warengruppen in der Gemeinde Röderland

Gemeinde Röderland 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	7,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,5
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11,6
Bekleidung	1,7
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,6
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,2
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,1
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,2
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,7
SUMME	20,5

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.9 Schönwalde, Stadt

Abb. 856: Datenblatt für die Stadt Schönwalde

Datenblatt für die Stadt Schönwalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.115
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	15,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.995
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	4,4
Einzelhandelszentralität	28
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	20
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>15</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	8
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,46
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,18</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,15</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.425
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>675</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.425
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.380</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.425
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.095</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>330</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.425
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>345</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>705</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 857: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Schönewalde

Stadt Schönewalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	7	525
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	45
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8	570
Bekleidung	1	45
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	45
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	240
Zoo- und Heimtierbedarf	2	90
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8	465
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	45
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	345
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4	390
SUMME	20	1.425

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 858: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Schönewalde

Stadt Schönewalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	5,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	8,8
Bekleidung	1,3
Schuhe, Lederwaren	0,4
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,2
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	0,8
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	0,9
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,3
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,1
SUMME	15,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.10 Sonnewalde, Stadt

Abb. 859: Datenblatt für die Stadt Sonnewalde

Datenblatt für die Stadt Sonnewalde 2016	
Einwohner (31.12.2015)	3.319
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	16,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.997
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	7,1
Einzelhandelszentralität	43
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	22
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>17</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,67
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,40</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,13</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.215
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>765</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>850</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.215
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.450</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>525</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.215
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.780</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>150</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.215
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>895</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>510</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 860: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Sonnewalde

Stadt Sonnewalde 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	9	1.205
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	80
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	55
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	11	1.340
Bekleidung	0	5
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	110
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	0	0
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	255
Zoo- und Heimtierbedarf	0	15
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6	430
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	295
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	150
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	445
SUMME	22	2.215

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 861: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Sonnewalde

Stadt Sonnewalde 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	6,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,4
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	9,4
Bekleidung	1,4
Schuhe, Lederwaren	0,5
Uhren, Schmuck	0,2
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,3
Spielwaren, Musikinstrumente	0,2
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,2
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,3
Foto, Optik	0,2
Blumen, Topfpflanzen	0,1
Zoo- und Heimtierbedarf	0,1
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	0,9
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,0
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,4
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,2
SUMME	16,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.11 Uebigau-Wahrenbrück, Stadt

Abb. 862: Datenblatt für die Stadt Uebigau-Wahrenbrück

Datenblatt für die Stadt Uebigau-Wahrenbrück 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.462
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	84,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	26,7
Kaufkraft je Einwohner in €	4.894
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	11,0
Einzelhandelszentralität	41
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	34
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>24</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>8</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,91
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,35</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,08</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,48</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.995
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.080</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>795</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.920</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.995
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>615</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.085</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.295</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.995
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.015</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.980</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.995
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>795</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>240</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.245</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.265</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 863: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen in der Stadt Uebigau-Wahrenbrück

Stadt Uebigau-Wahrenbrück 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	17	1.740
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	145
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	50
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	20	1.935
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	10
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	45
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	195
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	3	140
Zoo- und Heimtierbedarf	0	10
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	445
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	2.070
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	4	500
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	2.615
SUMME	34	4.995

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 864: Kaufkraft nach Warengruppen in der Stadt Uebigau-Wahrenbrück

Stadt Uebigau-Wahrenbrück 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	9,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,7
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	15,2
Bekleidung	2,3
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,0
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,5
SUMME	26,7

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.12 Amt Elsterland

Abb. 865: Datenblatt für das Amt Elsterland

Datenblatt für das Amt Elsterland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.759
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,3
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	23,1
Kaufkraft je Einwohner in €	4.857
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	4,0
Einzelhandelszentralität	17
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	17
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>12</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>5</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Anzahl Leerstände	5
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,27
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,15</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,05</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,07</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.290
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.290
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>810</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>285</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.290
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.200</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	1.290
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>450</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>420</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 866: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Elsterland

Amt Elsterland 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	9	720
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	0	0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0	0
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	9	720
Bekleidung	0	0
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	1	45
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	135
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	1	45
Zoo- und Heimtierbedarf	0	0
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	225
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	150
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1	150
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	1	45
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3	345
SUMME	17	1.290

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 867: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Elsterland

Amt Elsterland 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,5
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,0
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	13,1
Bekleidung	2,0
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,7
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,8
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,9
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,1
SUMME	23,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.13 Amt Kleine Elster (Niederlausitz)

Abb. 868: Datenblatt für das Amt Kleine Elster (Niederlausitz)

Datenblatt für das Amt Kleine Elster (Niederlausitz) 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.763
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	86,7
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	29,1
Kaufkraft je Einwohner in €	5.051
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	31,4
Einzelhandelszentralität	108
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	43
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>6</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	3,34
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,51</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,78</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>2,04</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.230
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.260</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.350</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.930</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4.990</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>9.700</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.230
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>750</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.655</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>16.825</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.230
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.445</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>360</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.425</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	19.230
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>760</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.115</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.320</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>15.585</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>225</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 869: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Kleine Elster (Niederlausitz)

Amt Kleine Elster (Niederlausitz) 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	16	2.375
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4	530
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	55
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	21	2.960
Bekleidung	0	10
Schuhe, Lederwaren	0	65
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	7	2.480
Spielwaren, Musikinstrumente	0	15
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	2	205
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	480
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	1.010
Zoo- und Heimtierbedarf	0	195
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	4.505
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	805
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	7	10.765
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	195
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	11.765
SUMME	43	19.230

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 870: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Kleine Elster (Niederlausitz)

Amt Kleine Elster (Niederlausitz) 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	10,7
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,1
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	16,5
Bekleidung	2,5
Schuhe, Lederwaren	0,8
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,2
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,6
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,7
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,9
SUMME	29,1

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.14 Amt Plessa

Abb. 871: Datenblatt für das Amt Plessa

Datenblatt für das Amt Plessa 2016	
Einwohner (31.12.2015)	6.240
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,0
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	30,9
Kaufkraft je Einwohner in €	4.951
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	10,7
Einzelhandelszentralität	35
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	38
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>34</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>2</i>
Anzahl Leerstände	8
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,73
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,27</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,10</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,35</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.555
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.530</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.945</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.555
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>195</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.410</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.950</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.555
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.340</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.215</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	4.555
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>780</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>300</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>405</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>990</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.035</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>45</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 872: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Plessa

Amt Plessa 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	15	1.510
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	105
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	2	95
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18	1.710
Bekleidung	1	45
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	3	165
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2	90
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	4	185
Zoo- und Heimtierbedarf	3	145
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	13	630
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	1	1.140
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	940
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	3	135
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	7	2.215
SUMME	38	4.555

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 873: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Plessa

Amt Plessa 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11,3
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	5,4
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,8
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	17,5
Bekleidung	2,6
Schuhe, Lederwaren	0,9
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,5
Spielwaren, Musikinstrumente	0,4
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,9
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,4
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,4
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9,3
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,7
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,8
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,7
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	4,1
SUMME	30,9

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.15 Amt Schlieben

Abb. 874: Datenblatt für das Amt Schlieben

Datenblatt für das Amt Schlieben 2016	
Einwohner (31.12.2015)	5.369
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	85,1
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	26,6
Kaufkraft je Einwohner in €	4.960
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	10,2
Einzelhandelszentralität	38
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	35
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>28</i>
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>4</i>
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	<i>3</i>
Anzahl Leerstände	13
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,69
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	<i>0,31</i>
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,16</i>
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	<i>0,22</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.700
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.260</i>
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	<i>600</i>
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.840</i>
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.700
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	<i>930</i>
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>2.680</i>
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	<i>90</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.700
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	<i>3.520</i>
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	3.700
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	<i>730</i>
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	<i>540</i>
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	<i>180</i>
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>870</i>
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	<i>1.245</i>
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	<i>135</i>
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	<i>0</i>

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 875: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Schlieben

Amt Schlieben 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	15	1.460
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	2	150
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	50
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	18	1.660
Bekleidung	3	240
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	200
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0	0
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0	0
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	3	135
Foto, Optik	1	45
Blumen, Topfpflanzen	3	255
Zoo- und Heimtierbedarf	0	10
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	12	885
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	2	735
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	420
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0	0
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	1.155
SUMME	35	3.700

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 876: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Schlieben

Amt Schlieben 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	9,8
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	4,6
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,7
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	15,1
Bekleidung	2,3
Schuhe, Lederwaren	0,7
Uhren, Schmuck	0,4
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,8
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	2,0
Foto, Optik	0,4
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	8,0
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,4
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,5
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,6
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	3,5
SUMME	26,6

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

8.3.5.16 Amt Schradenland

Abb. 877: Datenblatt für das Amt Schradenland

Datenblatt für das Amt Schradenland 2016	
Einwohner (31.12.2015)	4.550
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2015)	83,6
Kaufkraft insgesamt in Mio. €	22,2
Kaufkraft je Einwohner in €	4.874
Einzelhandelsumsatz insgesamt in Mio. €	8,5
Einzelhandelszentralität	38
Anzahl Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	33
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	25
<i>davon zwischen 100 - 299 m² Verkaufsfläche</i>	7
<i>davon ≥ 300 m² Verkaufsfläche</i>	1
Anzahl Leerstände	2
Verkaufsfläche je Einwohner in m²	0,59
<i>im nahversorgungsrelevanten Sortiment</i>	0,35
<i>im sonstigen zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,14
<i>im nicht-zentrenrelevanten Sortiment</i>	0,10
Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.675
<i>davon < 100 m² Verkaufsfläche</i>	1.125
<i>davon zwischen 100 m² - 299 m² Verkaufsfläche</i>	1.050
<i>davon zwischen 300 - 799 m² Verkaufsfläche</i>	500
<i>davon zwischen 800 m² - 4.999 m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon ≥ 5.000 m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.675
<i>davon Stadt-/Ortszentrum in m² Verkaufsfläche</i>	285
<i>davon Nebenzentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Nahversorgungsbereich in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	1.605
<i>davon Einzelstandorte in sonstigen nicht integrierten Lagen in m² Verkaufsfläche</i>	785
Einzelhandelsbetriebe nach Lagedetail (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.675
<i>davon Einzelhandel in Funktionsmischung in m² Verkaufsfläche</i>	2.240
<i>davon Einkaufszentren in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Einzellage in m² Verkaufsfläche</i>	435
<i>davon Fachmarkt-/Verbrauchermarkttagglomeration in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon Factory Outlet Center in m² Verkaufsfläche</i>	0
Einzelhandelsbetriebe nach Betriebstyp (ohne Leerstände) in m² Verkaufsfläche	2.675
<i>davon LMD - Lebensmitteldiscounter in m² Verkaufsfläche</i>	500
<i>davon LAB - Andere Betriebstypen des Lebensmittelhandels in m² Verkaufsfläche</i>	390
<i>davon LH - Lebensmittelhandwerk in m² Verkaufsfläche</i>	495
<i>davon FEH - Facheinzelhandel in m² Verkaufsfläche</i>	795
<i>davon FM - Fachmarkt in m² Verkaufsfläche</i>	450
<i>davon WKH - Waren-/Kaufhaus in m² Verkaufsfläche</i>	0
<i>davon TKL - Tankstellenshop/Kiosk/Landhandel in m² Verkaufsfläche</i>	45
<i>davon S - Sonstige in m² Verkaufsfläche</i>	0

*Verkaufsflächen der Betriebe < 100 m² und zwischen 100-300 m² gemittelt (Werte: 45 m² und 150 m²)

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 878: Anzahl der Betriebe und Verkaufsfläche nach Warengruppen im Amt Schradenland

Amt Schradenland 2016 Warengruppen	Anzahl der Betriebe	Verkaufs- fläche in m²
Nahrungs- und Genussmittel	17	1.480
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	1	75
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	1	50
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	19	1.605
Bekleidung	1	150
Schuhe, Lederwaren	0	0
Uhren, Schmuck	0	0
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	2	90
Spielwaren, Musikinstrumente	0	0
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	1	45
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	1	45
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1	45
Foto, Optik	0	0
Blumen, Topfpflanzen	2	100
Zoo- und Heimtierbedarf	1	160
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	9	635
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel, Matratzen)	0	0
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	3	345
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	2	90
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	5	435
SUMME	33	2.675

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016

Abb. 879: Kaufkraft nach Warengruppen im Amt Schradenland

Amt Schradenland 2016 Warengruppen	Kaufkraftvolumen in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	8,1
Drogerie/ Parfümerie, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	3,9
Papier, Schreibwaren, Bücher, Zeitschriften	0,6
nahversorgungsrelevante Sortimente insgesamt	12,6
Bekleidung	1,9
Schuhe, Lederwaren	0,6
Uhren, Schmuck	0,3
Haushaltsartikel, Glas/ Porzellan/ Keramik, Korb- und Flechtwaren, Kunstgegenstände	0,4
Spielwaren, Musikinstrumente	0,3
Sportartikel (inkl. Jagd- und Angelbedarf), Fahrräder, Campingartikel	0,6
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren, Stoffe	0,3
Elektrische Haushaltsgeräte, Leuchten, Unterhaltungselektronik	1,7
Foto, Optik	0,3
Blumen, Topfpflanzen	0,2
Zoo- und Heimtierbedarf	0,2
zentrenrelevante Sortimente insgesamt	6,7
Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel, Gartenmöbel)	1,2
Baumarktartikel (inkl. Farbe, Teppiche, Tapeten), Gartenbedarf	1,3
sonstige Sortimente (u.a. Auto- und Motorradzubehör, Sportbootbedarf)	0,5
nicht-zentrenrelevante Sortimente insgesamt	2,9
SUMME	22,2

Bearbeitung: CIMA Beratung + Management GmbH 2016