



Landesarbeitsgemeinschaft
der Industrie- und Handels-
kammern des Landes
Brandenburg



Handelsverband
Berlin-Brandenburg e.V.



LAND
BRANDENBURG
Ministerium für Wirtschaft
und Europaangelegenheiten



LAND
BRANDENBURG

Ministerium für Infrastruktur
und Landwirtschaft



Senatsverwaltung
für Stadtentwicklung

Gemeinsame Landesplanungsabteilung

Einzelhandelserfassung Brandenburg 2010 / 2011

Kurzfassung



Auftraggeber

Gemeinsame Landesplanungsabteilung
der Länder Berlin und Brandenburg
Referat GL 4
Lindenstr. 34a
14467 Potsdam

Tel. 0331 866-8740
Fax 0331 866-8703
www.gl.berlin-brandenburg.de

Auftragnehmer

Stadt + Handel

Stadt + Handel

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR
Huckarder Str. 12
44147 Dortmund

Hirschstr. 89
76137 Karlsruhe

Tel. 0 231. 8 62 68 90
Fax. 0 231. 8 62 68 91

Tel. 0721.14512262
Fax. 0721.14512263
info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhler
Dipl.-Ing. Sabrina Trela
Dipl. Geogr. Steffen Böttger

Dortmund, 07. März 2011

Inhalt

1	Zielstellung und Leistungen	2
2	Methodik	4
3	Ergebnisse und Empfehlungen	7
4	Schlusswort	23

1 Zielstellung und Leistungen

Die Dynamik der Entwicklungen im Einzelhandel hat in den vergangenen Jahren und Jahrzehnten zu grundlegenden Veränderungen in Standortstruktur und Gepräge der Einzelhandelslandschaft geführt. Insbesondere in den neuen Bundesländern war (und ist) dieser Strukturwandel in noch intensiverer und zeitlich geraffter Form spürbar. Eine exakte Kenntnis der gegenwärtigen Einzelhandelsstrukturen ist dabei eine grundlegende Voraussetzung für planende Akteure sowie Institutionen, um die raumwirksamen Entwicklungen der Leitfunktion Einzelhandel bewerten und steuern zu können.

Im Auftrag der gemeinsamen Landesplanungsabteilung Berlin-Brandenburg als federführende Institution in Kooperation mit den brandenburgischen Industrie- und Handelskammern, dem Handelsverband Berlin-Brandenburg e. V. sowie dem Ministerium für Wirtschaft und Europaangelegenheiten Brandenburg hat das Gutachterbüro Stadt + Handel, Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR in Kooperation mit complan Kommunalberatung GmbH zwischen Juli 2010 und Januar 2011 eine flächendeckende Erfassung des Einzelhandels in vier Planungsregionen des Bundeslandes Brandenburg durchgeführt. Grundlegendes Ziel ist die laufende Beurteilung der Steuerungswirkung des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg (LEP B-B) sowie konkreter Einzelhandelsplanungen anhand des erhobenen Datenmaterials.

In Zusammenhang mit einer bereits 2009 vollendeten Erhebung in der Region Prignitz-Oberhavel, ergibt sich eine umfassende und detaillierte Datenbasis zum Einzelhandelsbestand im Land Brandenburg.

Die systematisch abgestimmte Methodik der Einzelhandelserfassung gewährleistet im Detail eine valide Datenbasis. Auf dieser Datenbasis aufbauend wurde eine Schätzung des vor Ort erwirtschafteten Umsatzes vorgenommen. In Zusammenspiel mit der Ermittlung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf wurden für die unterschiedlichen Gebietseinheiten sortimentspezifische Zentralitäten ermittelt, die das Verhältnis von Umsatz und einzelhandelrelevanter Kaufkraft widerspiegeln.

Aufbauend auf der Einzelhandelserfassung sowie der Umsatzschätzung und Darstellung weiterer Kennwerte werden die wesentlichen Ergebnisse der durchgeführten Bausteine vorgestellt und Empfehlungen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung im Land Brandenburg gegeben.

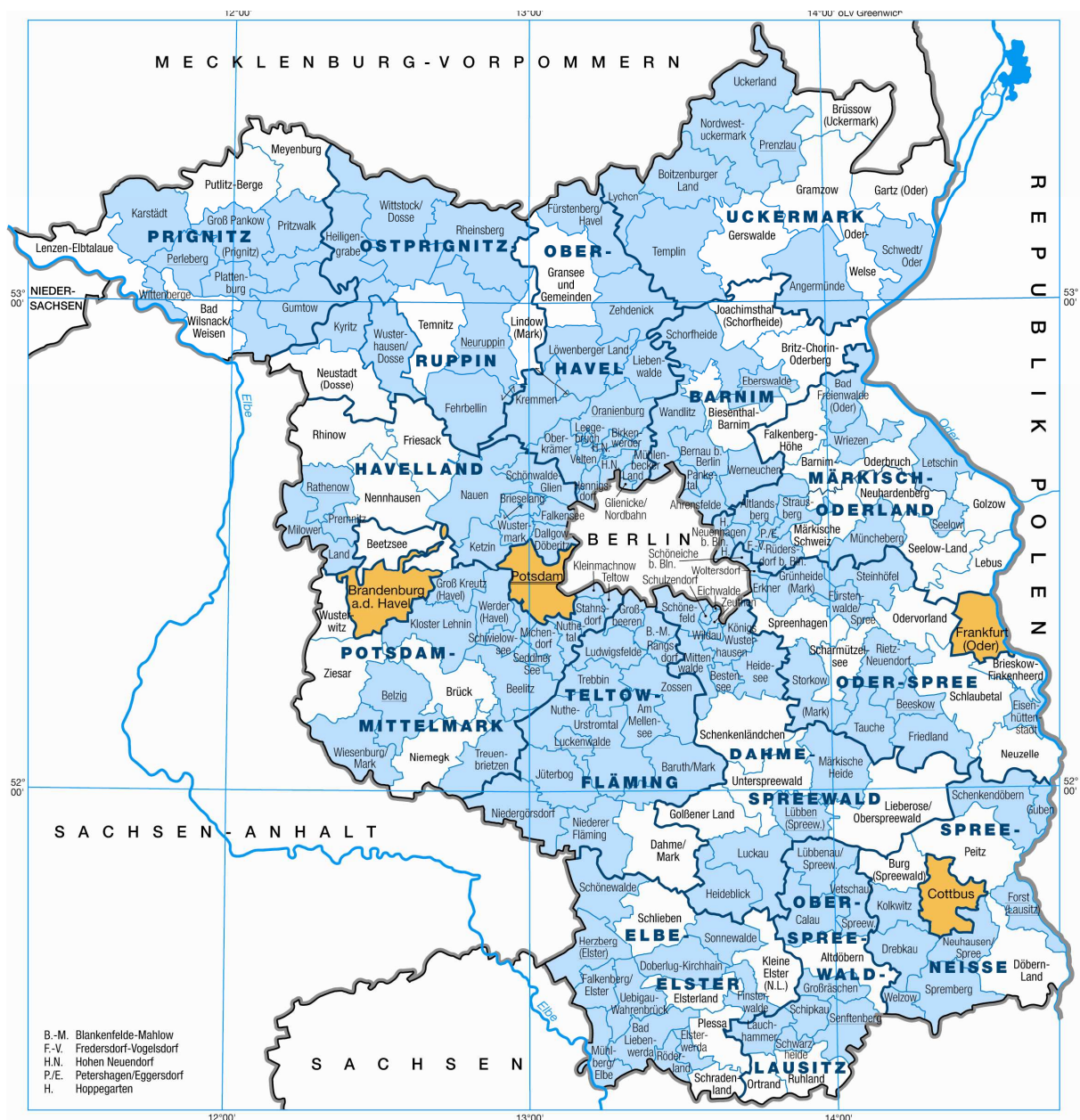


Abbildung 1: Verwaltungsübersicht des Landes Brandenburg

Durch den umfassenden Ansatz einer flächendeckenden Einzelhandelserfassung erhalten die planenden Institutionen mit der vorliegenden Untersuchung ein fachlich fundiertes und in der Methodik an der aktuellen Rechtsprechung orientierte Strukturanalyse, auf deren Grundlage eine differenzierte und sortimentspezifische Bewertung lokaler sowie regionaler Einzelhandelsstrukturen möglich ist. Anhand der erfassten Indikatoren lässt sich die Einzelhandelsausstattung als wichtiger Be-

standteil der zentralörtlichen Versorgungsfunktionen der Gemeinden beurteilen und bei der Planung neuer Standorte gezielt stärken.

Da entsprechend der Formel „Handel ist Wandel“ auch zukünftig mit einer anhaltenden Dynamik in den brandenburgischen Einzelhandelsstrukturen zu rechnen ist, wurde aufbauend auf die flächendeckende Erfassung geprüft, welche Möglichkeiten der periodischen Fortschreibung der Einzelhandelsdaten möglich bzw. realistisch erscheinen, um über möglichst aktuelle Informations- und Planungsgrundlagen zu verfügen.

2 Methodik

Folgende definitorische Grundlagen und Methoden wurden bei der Einzelhandelserfassung in vier Regionen Brandenburgs angewandt:

Erfassungsmethodik der Verkaufsflächen (Kartierart)

Sämtliche Einzelhandelsbetriebe wurden durch das Erheberteam des Büros Stadt + Handel, Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer GbR persönlich vor Ort erfasst. Gemäß der Stichtagsregelung wurde die jeweils zum Zeitpunkt der Erhebung vorgefundene Verkaufsfläche und der entsprechende Sortimentsmix erfasst. Die Ermittlung der Verkaufsflächengröße und der jeweiligen Anteile anhand der Sortimentsgruppen erfolgte nach Absprache mit den Geschäftsinhabern und deren Zustimmung unter Verwendung eines Lasermessgeräts oder durch Erfragen der Verkaufsfläche und Überprüfung sowie ggf. Modifizierung mithilfe weiterer Messmethoden (Zählen von Deckenplatten, Abschreiten der Ladenfläche oder Schätzung im Ausnahmefall). Bei mehr als 98 % der Einzelhandelsbetriebe über 299 m²¹ Verkaufsfläche wurden die Werte über zuverlässige Erfassungsmethoden (Laser, Deckenplatten, erfragt + überprüft, abgeschritten) ermittelt, so dass die erfassten Werte als valide Datenbasis anwendbar sind.

Die Implementierung mehrerer Sicherungsschleifen (u. a. Durchführung eines Pretests, Kontrolle ausgewählter Betriebe durch die projektverantwortlichen Mitarbeiter vor Ort, etc.) im Zuge der Projektphasen hat dazu beigetragen potenzielle Fehlerquellen zu minimieren und gewährleistet in der Folge die hohe Qualität der Daten. Durch laufende Auswertungen von fachspezifischer Handelsliteratur wurden im Nachgang zur Erfassung die ermittelten Daten auf Plausibilität geprüft, so dass eine valide Datenbasis gesichert ist.

Definition Verkaufsfläche

Die Erfassung der Einzelhandelsbetriebe orientiert sich an der Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts (u. a. BVerwG 4 C 14.04) vom November 2005. So werden neben den Flächen, welche dem Verkauf dienen, u. a. auch die Windfänge, Pfandräume sowie Einkaufswagenzo-

¹ Nicht alle Betriebe unter 300 m² Verkaufsfläche wurden durch die Erheber explizit angesprochen, sofern die Verkaufsfläche eindeutig den Kategorien < 100 m² bzw. 100 – 299 m² zugeordnet werden konnte und auch das Hauptsortiment eindeutig erkennbar war. Ebenso wurden die Filialen großer Einzelhandelsunternehmen behandelt, deren Geschäftsleitung dem Gutachterbüro nach schriftlicher Anfrage im Vorfeld die Erfassung untersagt hatte.

nen mit erfasst. Des Weiteren wurde die Verkaufsfläche bei typischen Sortimentsgruppen (z. B. Pflanzen) nach innen und außen liegender Verkaufsfläche differenziert.

Differenzierung nach Betriebsformen

Im Zuge der Einzelhandelserfassung wurden die Einzelhandelsbetriebe anhand ihrer Betriebsform klassifiziert. Die verwendeten Kategorien lehnen sich in ihrer jeweiligen Ausgestaltung an den Definitionen des Ausschusses für Begriffsdefinitionen aus Handel und Distribution (Katalog E)² an. Differenziert wurden folgende Betriebstypen:

- Waren-/ Kaufhaus (WKh)
- Lebensmitteldiscounter (LD)
- Lebensmittelsupermarkt (SM)
- Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus (VM/ SB-Whs)
- Fachmarkt (FM)
- Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft (LEH)
- Facheinzelhandel (FEH)
- Betriebe des Lebensmittelhandwerks (LH)
- Tankstellenshop, Kiosk und Landhandelsbetrieb (TKL)
- Sonstige Einzelhandelsbetriebe (S)
- Leerstände (Leer)

Erfassung der Betriebe nach unterschiedlichen Größenklassen

Für Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 300 m² und mehr wurde die Verkaufsfläche durch die Erheber quadratmetergenau erfasst. Die angebotenen Artikel wurden in diesem Zusammenhang anteilig den entsprechenden Sortimentsgruppen (s. u.) zugeordnet.

Für Einzelhandelsbetriebe unter 300 m² VKF wurde auf die einzelfallbezogene, detaillierte Ermittlung der konkreten Verkaufsflächengröße verzichtet. Weiterhin wurde für diese Geschäfte im Rahmen der Erhebung ausschließlich das Hauptsortiment erfasst und keine weitere Differenzierung der Nebensortimente vorgenommen. Die entsprechenden kleinflächigen Einzelhandelsbetriebe wurden jeweils vor Ort den vorher festgelegten Größenklassen „100 bis 299 m² VKF“ bzw. „< 100 m² VKF“ zugeordnet. Im Zuge der nachgelagerten Datenaggregation und Auswertung erfolgte die Zuweisung konkreter Verkaufsflächengrößen anhand von Durchschnittswerten (150 m² bzw. 45 m²).

Sortimentschlüssel und Sortimentsaufteilung

Der Untersuchung wurde die im aktuell gültigen Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) vom 31.3.2009 verwendete Sortimentsliste zugrunde gelegt. Diese unterscheidet sowohl zent-

² Vgl. Ausschuss für Definitionen zu Handel und Distribution (2006): Katalog E, 5. Aufl.

renrelevante als auch nicht zentrenrelevante Sortimente und orientiert sich an der offiziellen Klassifikation der Wirtschaftszweige aus dem Jahr 2003 (WZ 2003).

Die Sortimente der Sortimentsliste aus dem LEP B-B werden in Anlehnung an die von der BBE Handelsberatung GmbH verwendeten Sortimentsgruppen zu 17 Warengruppen zusammengefasst, welche als Grundlage für die vorgenommenen Analysen und Auswertungen dienen. Durch diese Aggregation ist eine eindeutige Zuordnung zu den Kaufkraftzahlen der BBE Handelsberatung GmbH gegeben.

Ergänzende Bewertung/ Klassifikation der erfassten Betriebe

Die der Erhebung zugrunde gelegte Kategorisierung der Einzelhandelsstandorttypen ermöglicht die Einordnung der Einzelhandelsbetriebe in den jeweiligen städtebaulichen Kontext und lässt Rückschlüsse über deren mögliche wechselseitige Beeinflussungen im Rahmen großflächiger Einzelhandelsagglomerationen zu. Unterschieden werden folgende Kategorien:

- Einzelhandel in Funktionsmischung (EHF), z. B. Stadt-/ Ortszentren, Bahnhöfe, Flughäfen, etc.
- Fachmarkttagglomeration/ Verbrauchermarkttagglomeration (FMA/ VMA)
- Shopping Center (SC)
- Factory-Outlet-Center (FOC)
- Einzelstandorte (ES)

Im Rahmen der Klassifikation wurde ergänzend auch eine Einordnung der Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage vorgenommen. Eine Differenzierung erfolgte nach:

- Lage in Stadt bzw. Ortszentren
- Lage in Nebenzentren
- Lage in Nahversorgungsbereichen
- Integrierte Einzelstandorte in Streulage
- Nicht integrierte Einzelstandorte in Streulage

Bei jedem erfassten Betrieb wurde des Weiteren das Datum der Erhebung sowie der Realisierungszustand (in Betrieb, geschlossen/ abgerissen, in Bau) vermerkt.

Georeferenzierung

Für die Georeferenzierung der Einzelhandelsdaten wurde auf die Adressdatenbank des Landes Brandenburg zurückgegriffen, die jeder offiziell registrierten Anschrift einen Hoch- bzw. Rechtswert und somit eine räumliche Komponente zuweist.

Ermittlung der sortimentspezifischen Kaufkraft

Zur Ermittlung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftzahlen/ Darstellung der Nachfrageseite greift das Büro Stadt + Handel auf postleitzahlengenaue, sortimentspezifische Kaufkraftwerte zum Be-

zugsjahr 2010 zurück. Neben den absoluten sortimentsbezogenen Kaufkraftwerten werden im Ergebnis auch die sortimentsbezogenen Kaufkraftkennziffern dargestellt. Sie ermöglichen eine Einschätzung über das regional vorhandene Kaufkraftpotenzial im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Umsatzschätzung

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze basiert auf allgemeinen und für den Einzelhandel in Brandenburg spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern. Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die ermittelten sortimentsspezifischen Verkaufsflächen, die Lage der Betriebe und die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zu Grunde gelegt.

Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand schätzt Stadt + Handel ergänzt durch die Auswertung verschiedener Grundlagen den Umsatz per anno (Referenzjahr 2010) im stationären Einzelhandel.

Die (u. a. sortimentsbezogene) Umsatzkennziffer gibt den Umsatz des örtlichen Einzelhandels pro Kopf der ansässigen Bevölkerung innerhalb eines Jahres im Verhältnis zum Bundesdurchschnitt an.

Ermittlung/ Darstellung der Zentralitätswerte (rechnerische Kaufkraftbindung)

Die Zentralität einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Die sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität (rechnerische Kaufkraftbindung) errechnet Stadt + Handel aus der Gegenüberstellung der ermittelten Umsatz- und Kaufkraftwerte für die jeweiligen Gebietseinheiten. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.

3 Ergebnisse und Empfehlungen

Folgende Tabellen geben einen Überblick über die Ergebnisse der Einzelhandelserfassung für das Land Brandenburg:

Tabelle 1: Ergebnisse der Einzelhandelserfassung – Bundesland Brandenburg

Bundesland Brandenburg		Einwohnerzahl (30.06.2010): 2.507.654			
Einzelhandelsbetriebe		Anzahl	Anteil		
gesamt		22.237	100,0 %		
darunter genutzt		17.984	80,9 %		
darunter leerstehend		4.253	19,1 %		
Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe in m²		absolut	Anteil	in m² je Einwohner	
gesamt		4.949.300	100,0 %	1,98	
darunter genutzt		4.477.860	90,5 %	1,79	
darunter leerstehend		471.430	9,5 %	0,19	
Einzelhandelsbetriebe nach Verkaufsfläche		< 100 m²	100-299 m²	300-799 m²	> 799 m²
Anzahl gesamt		15.395	4.068	1.689	1.085
darunter Anzahl genutzt		12.193	3.242	1.524	1.025
darunter Anzahl leerstehend		3.202	826	165	60
Verkaufsfläche in m ² gesamt		692.730	609.600	940.448	2.706.520
darunter Verkaufsfläche in m ² genutzt		548.690	485.700	851.710	2.591.770
darunter Verkaufsfläche in m ² leerstehend		144.050	123.900	88.740	114.750
Anteil der genutzten Verkaufsfläche		79,2%	79,7%	90,6%	95,8%
Anteil der leerstehenden Verkaufsfläche		20,8%	20,3%	9,4%	4,2%
Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe nach Lage (ohne Leerstände)					
		< 100 m²	100-299 m²	300-799 m²	> 799 m²
innerhalb Stadt-/ Ortszentrum		249.800	209.400	204.250	269.970
außerhalb Stadt-/ Ortszentrum		298.980	276.300	647.470	2.321.800
Verkaufsfläche der Leerstände nach Lage					
		< 100 m²	100-299 m²	300-799 m²	> 799 m²
innerhalb Stadt-/ Ortszentrum		63.810	49.050	20.240	16.340
außerhalb Stadt-/ Ortszentrum		80.240	74.850	68.500	98.420
sortimentspezifische Verkaufsfläche (ohne Leerstände) der Einzelhandelseinrichtungen in Betrieb in m²					
Sortiment		absolut in m²		m²/ Ew	
Summe der nahversorgungsrelevanten Sortimente		1.479.000		0,59	
Summe der sonstigen zentrenrelevanten Sortimente		1.518.470		0,61	
Summe der nicht zentrenrelevanten Sortimente		1.480.400		0,59	
Nahrungs- und Genussmittel		1.199.880		0,48	
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik (ohne Wasch-/ Putz-/ Reinigungsmittel*), Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel		192.640		0,08	
Blumen/ Pflanzen		343.670		0,14	
zoologischer Bedarf		82.610		0,03	
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren (privat), Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher		86.490		0,03	
Bekleidung		365.640		0,15	
Schuhe/ Lederwaren		88.110		0,04	
Baumarktsortiment i. e. S. (einschließlich Teppiche)		773.780		0,31	
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör, Gartenbedarf		284.220		0,11	
Spielwaren		38.950		0,02	
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping		81.420		0,03	
Gardinen/ Deko/ Sicht- und Sonnenschutz, Bettwaren, Haus-, Tisch- u. Bettwäsche		101.420		0,04	
Möbel (inkl. Büro- und Campingmöbel)		499.050		0,20	
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik/ Musikinstrumente, Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte		203.150		0,08	
Foto/ Optik/ Akustik		23.410		0,01	
Uhren/ Schmuck		19.480		0,01	
Sonstiges (sonstiger Facheinzelhandel: Organisationsmittel für Büro Zwecke, Wasch-/ Putz-/ Reinigungsmittel, Waffen, Angel- und Jagdbedarf)		93.950		0,04	

Verkaufsflächen gerundet, inkl. Außenverkaufsflächen, ohne Leerstände; Abweichungen in den Summen ergeben sich durch Rundungen; * in der Planungsregion Prignitz-Oberhavel inklusive Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel; ** in der Planungsregion Prignitz-Oberhavel exklusive Wasch-/Putz- und Reinigungsmittel; Betriebe in Shopping Centern/ im Factory-Outlet-Center sowie an Fach-/ Verbrauchermarkttagglomerationen wurden auftragsgemäß bei der Bestandserhebung einzeln erfasst, insofern fließt jeder Betrieb (sowohl klein- als auch großflächig) innerhalb der Agglomeration als einzelner Betrieb in die Auswertungen mit ein. Eine Aggregation der innerhalb dieser Agglomerationen liegenden Betriebe ist im Rahmen der dargestellten Auswertungen nicht erfolgt

Tabelle 2: Einzelhandelsumsatzschätzung/ weitere Kennwerte – Bundesland Brandenburg

Bundesland Brandenburg					
Einwohnerzahl (30.06.2010)	2.507.654				
einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. € p. a.	11.547,2				
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	93,0				
Umsatz im Einzelhandel in Mio. € p. a.	10.839,4				
Umsatzkennziffer	87,3				
Zentralität	94%				
sortimentspezifische Kennziffern					
Sortiment	Kaufkraft (in Mio. €)	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraftkennziffer	Umsatzkennziffer	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	4.789,6	4.752,0	93,5	92,8	99%
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken, medizinische und orthopädische Artikel	690,6	677,5	93,4	91,6	98%
Blumen/ Pflanzen	120,6	121,4	95,6	96,2	101%
zoologischer Bedarf	130,7	127,0	95,6	92,9	97%
Papier/ Bürobedarf/ Schreibwaren (privat), Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	428,8	356,1	89,9	74,6	83%
Bekleidung	974,3	816,9	89,2	74,8	84%
Schuhe/ Lederwaren	244,6	207,8	89,9	76,4	85%
Baummarktsortiment i. e. S. (einschließlich Teppiche)	1.170,8	1.146,8	97,0	95,1	98%
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör, Gartenbedarf	339,4	323,3	91,7	87,4	95%
Spielwaren	211,4	171,3	89,9	72,8	81%
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	180,1	163,2	89,2	80,9	91%
Gardinen/ Deko/ Sicht- und Sonnenschutz, Bettwaren, Haus-, Tisch- u. Bettwäsche	171,7	145,7	91,3	77,5	85%
Möbel (inkl. Büro- und Campingmöbel)	608,6	576,2	89,2	84,5	95%
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik/ Musikinstrumente, Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	974,9	826,8	90,3	76,6	85%
Foto/ Optik/ Akustik	230,3	191,4	88,6	73,6	83%
Uhren/ Schmuck	105,3	87,5	86,1	71,6	83%
Sonstiges (sonstiger Facheinzelhandel: Organisationsmittel für Büro Zwecke, Wasch-/ Putz-/ Reinigungsmittel, Waffen, Angel- und Jagdbedarf)	175,4	148,4	90,1	76,2	85%

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2010, Einzelhandelserfassung Stadt + Handel 07/2010 – 01/2011; Lebensmittelzeitung 2007 bis 2010, BBE 2010 sowie weitere Grundlagen (vgl. Kapitel)

Bei der Auswertung und Einordnung der Ergebnisse ergeben sich folgende Themenfelder, die für das Land Brandenburg von besonderer Relevanz sind:

Verkaufsflächenausstattung und grundlegende Rahmenbedingungen

- Im Land Brandenburg liegt die Verkaufsfläche je Einwohner bei 1,79 m² (ohne Leerstände³) und damit durchaus nennenswert über dem Bundesdurchschnitt von 1,46 m² und leicht über dem Durchschnitt der neuen Bundesländer von 1,62 m².⁴ Bezüglich der Vergleichswerte ist

³ Angaben zur Versorgungsdichte (Verkaufsfläche pro Einwohner) beziehen sich in den folgenden Auswertungen generell auf genutzte Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstand)

⁴ Vgl. Website HDE, eigene Berechnung auf Basis EHI 2009: Handel aktuell 2009.

zu berücksichtigen, dass die dort angegebenen Verkaufsflächen auf Bundesebene bzw. auf Ebene der neuen Bundesländer i. d. R. auf älteren Daten basieren sowie auf Prognosen bzw. einer Schätzung der Umsatzsteuerstatistik in Verbindung mit durchschnittlichen Flächenproduktivitäten im Einzelhandel beruhen. Eine deutschlandweite primärstatistische Erfassung existiert nicht.

- Auch alle Landkreise verfügen über Verkaufsflächenausstattungen über dem Bundesdurchschnitt. Die Verkaufsflächen-Ausstattungskennziffern pro Einwohner bewegen sich zwischen 1,48 m² im Landkreis Potsdam-Mittelmark und 2,02 m² im Landkreis Oberspreewald-Lausitz. Dies verdeutlicht sehr nachdrücklich, dass die hohe Verkaufsflächenausstattung in Brandenburg durchaus ein übergreifend landesweites Charakteristikum darstellt und nicht nur auf Teilregionen beschränkt ist.

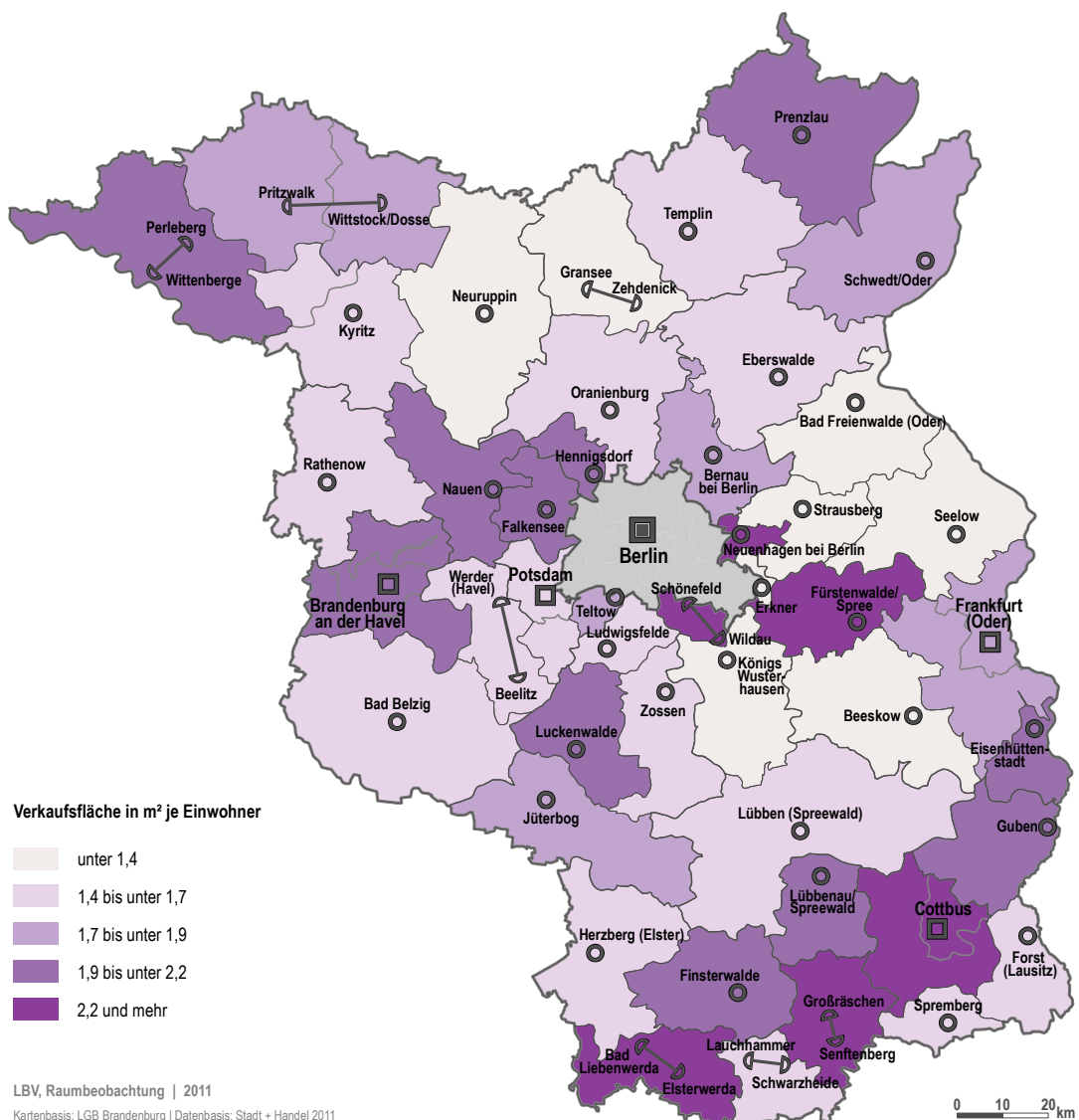
Tabelle 3: Statistische Kennziffern der Untersuchungsregionen (Stand: 30.06.2010)

Planungsregion	kreisfreie Stadt/ Landkreis	Verkaufsfläche in m ² / Einwohner
Havelland-Fläming	Brandenburg an der Havel	2,71
	Potsdam	1,58
	Landkreis Havelland	1,85
	Landkreis Potsdam-Mittelmark	1,48
	Landkreis Teltow-Fläming	1,72
Lausitz-Spreewald	Cottbus	2,62
	Landkreis Dahme-Spreewald	1,93
	Landkreis Elbe-Elster	1,95
	Landkreis Oberspreewald-Lausitz	2,02
	Landkreis Spree-Neiße	1,59
Oderland-Spree	Frankfurt (Oder)	2,32
	Landkreis Märkisch-Oderland	1,73
	Landkreis Oder-Spree	1,57
Prignitz-Oberhavel*	Landkreis Oberhavel	1,60
	Landkreis Ostprignitz-Ruppin	1,53
	Landkreis Prignitz	1,82
Uckermark-Barnim	Landkreis Barnim	1,66
	Landkreis Uckermark	1,78

Quelle: Einzelhandelserfassung Stadt + Handel 07/2010 – 01/2011; Amt für Statistik Berlin-Brandenburg (2010): Statistischer Bericht A I 2 – hj 1 / 10, EW-Daten Stand: 30.06.2010; *die Einzelhandelserfassung in der Region Prignitz-Oberhavel wurde bereits 2009 im Auftrag der Regionalen Planungsgemeinschaft Prignitz-Oberhavel mit Unterstützung der Gemeinsamen Landesplanung Berlin-Brandenburg durchgeführt

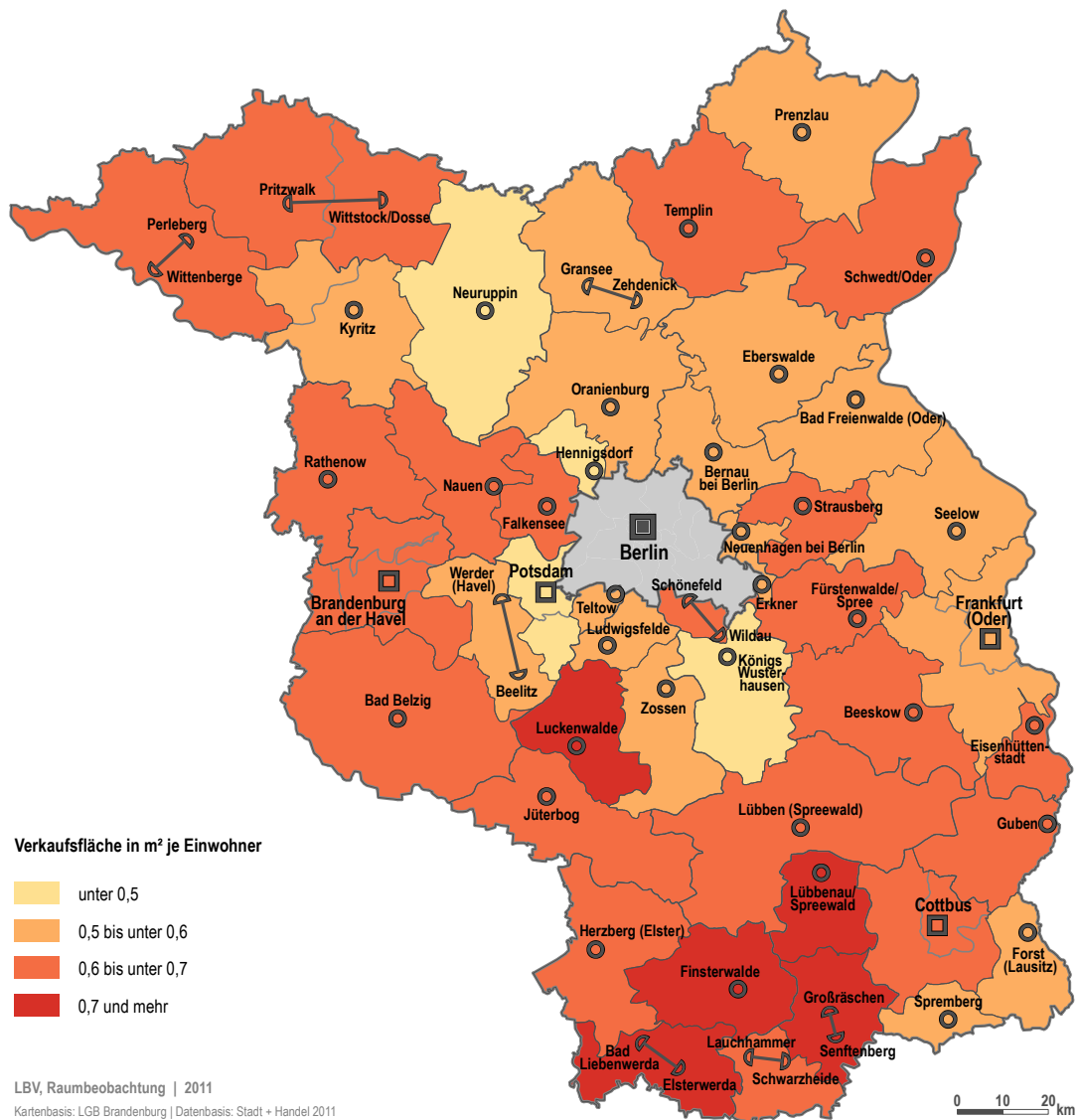
- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner differiert regional beträchtlich. Dies wird auf der Ebene der im Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg festgelegten Mittelbereiche sichtbar, die jeweils den Zentralen Ort und die Gemeinden des mittelzentralen Verflechtungsbereiches umfassen. Über eine Verkaufsfläche von 2,2 m² und mehr je Einwohner verfügen einige Mittelbereiche mit großen Shopping Centern und Einzelhandelsagglomerationen im Berliner Umland sowie Mittelbereiche in der Region Lausitz-Spreewald. Eine deutlich unterdurchschnittliche Versorgungsdichte ist in einigen eher ländlich strukturierten Mittelbereichen im nördlichen und östlichen Brandenburg erkennbar sowie in zwei Mittelbereichen im Berliner Umland.

Abbildung 2: Verkaufsfläche in m² je Einwohner in den Mittelbereichen



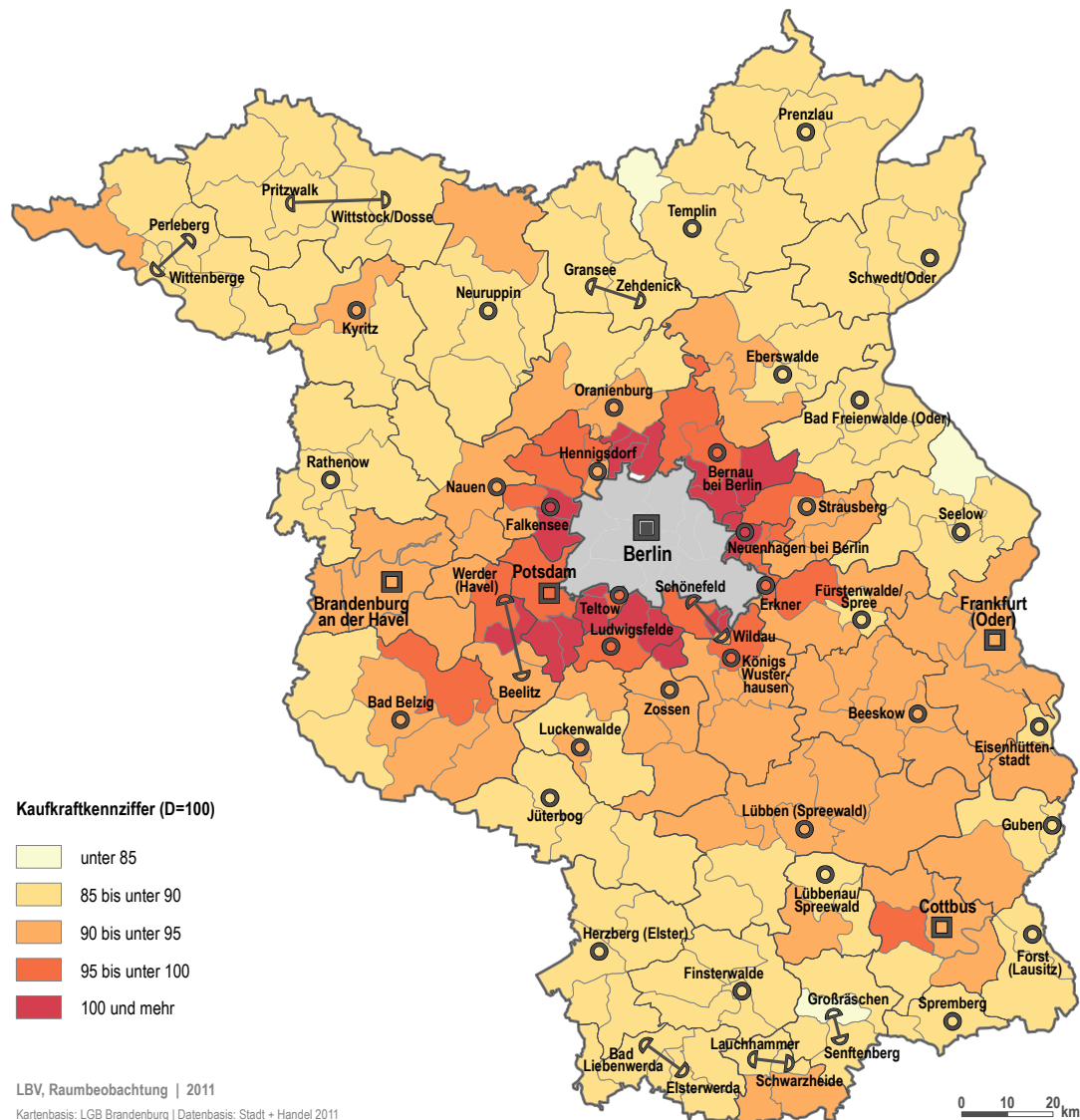
- Auch die Verkaufsflächenausstattung im Bereich nahversorgungsrelevante Sortimente ist im Land Brandenburg mit 0,59 m² je Einwohner als überdurchschnittlich zu bezeichnen. Auf der räumlichen Ebene der Mittelbereiche zeichnet sich auch außerhalb des Berliner Umlandes keine Unterversorgung ab. Hierbei ist jedoch zu beachten, dass Zentrale Orte tendenziell eine höhere Verkaufsflächenausstattung haben als die Gemeinden im Mittelbereich.

Abbildung 3: Verkaufsfläche für nahversorgungsrelevante Sortimente in m² je Einwohner in den Mittelbereichen



- Das Bundesland Brandenburg weist mit einer Kaufkraftkennziffer von 93,0 ein im Bundesvergleich unterdurchschnittliches, aber im ostdeutschen Vergleich leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf. Wesentliche Ursachen für diese Abweichungen zu den alten Bundesländern sind das niedrigere Lohnniveau sowie der erhöhte Anteil von Menschen, welche auf staatliche Hilfeleistungen angewiesen sind. Die Ausnahme bilden einige Gemeinden um Berlin, welche aufgrund ihrer räumlichen Lage von Suburbanisierungstendenzen der Metropole Berlin profitieren und eine überdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer aufweisen.

Abbildung 4: Kaufkraftkennziffern in den Ämtern und amtsfreien Gemeinden

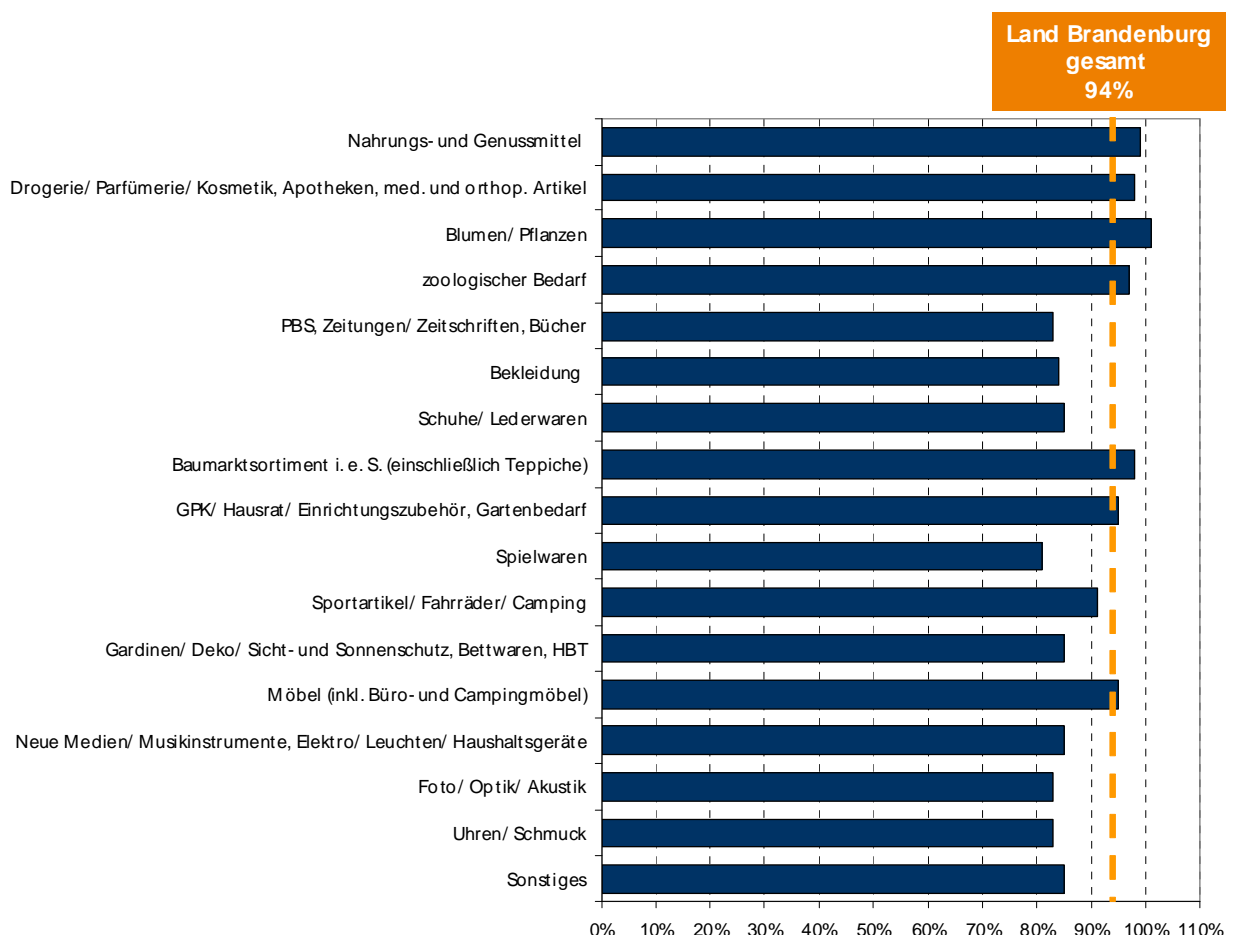


- Aufgrund der spezifischen Konstellation einer überdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung im Zusammenspiel mit einer unterdurchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergeben sich über alle Warengruppen hinweg vergleichsweise geringe Flächenproduktivitäten. Auf Ebene des Bundeslandes Brandenburg werden hier nur etwa 76 % des bundesdeutschen Niveaus erreicht.⁵

5 Eigene Berechnung auf Basis EHI 2009; Handel aktuell 2009.

- Der für das Bundesland rechnerisch ermittelte Zentralitätswert von 94 % weist darauf hin, dass die in Brandenburg zur Verfügung stehende einzelhandelsrelevante Kaufkraft nicht vollständig innerhalb der Landesgrenzen gebunden werden kann. Ein nicht unerheblicher Anteil der Kaufkraft fließt in die Hauptstadt Berlin ab. Die Effekte beziehen sich vorrangig auf die unmittelbar an die Metropole angrenzenden Landkreise und Gemeinden, können in Abhängigkeit von Sortiment und der jeweiligen regionalen Verkehrsanbindung aber auch eine darüber hinaus gehende Reichweite haben.
- Bei differenzierter Betrachtung der Zentralitätskennziffern wird erkennbar, dass die brandenburgische Kaufkraft im Bereich des kurzfristigen Bedarfs nahezu vollständig gebunden wird. In den mittel- und langfristigen Sortimenten Bekleidung (Zentralität: 84 %), Spielwaren (81 %) sowie Foto/Optik/Akustik und Uhren/Schmuck (jeweils 83 %) sind jedoch deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Abbildung 5: sortimentspezifische Zentralitäten



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2010, Einzelhandelserfassung Stadt + Handel 07/2010 – 01/2011 (Prignitz-Oberhavel bereits 2009); Lebensmittelzeitung 2007 bis 2010, BBE 2010 sowie weitere Grundlagen

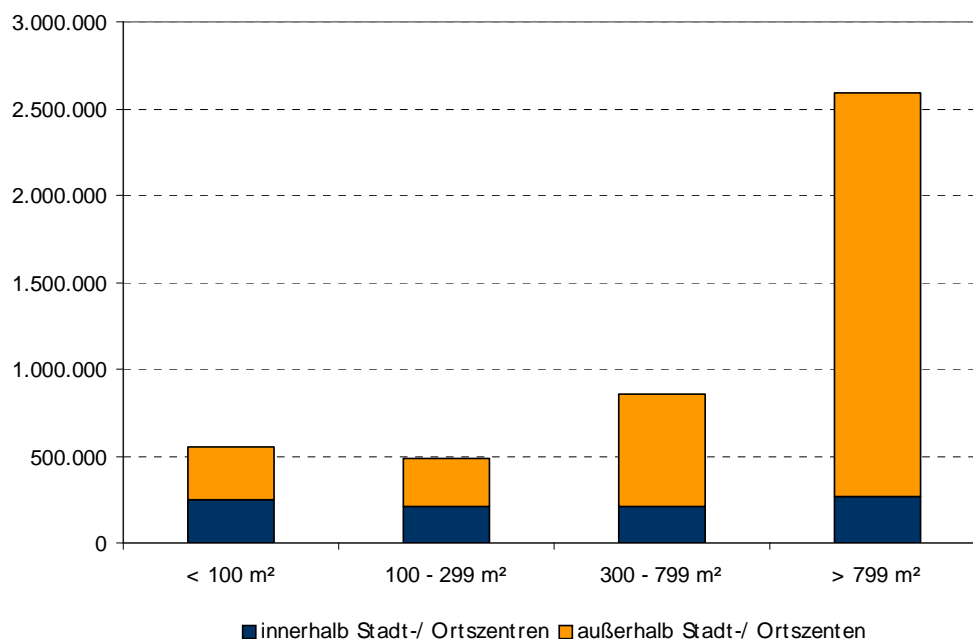
Empfehlung

- Eine insgesamt hohe Verkaufsflächenausstattung bei rückläufigen Bevölkerungszahlen verdeutlicht einen insgesamt recht ausgeprägten Wettbewerb, welcher sich in den niedrigen Verkaufsflächenproduktivitäten niederschlägt: Neue Entwicklungen dürften sich auf ein sensibles Wettbewerbsumfeld umso stärker auswirken.
- Eine dezidierte Einordnung der konkreten Verhältnisse vor Ort sowie eine dezidierte städtebauliche Abwägung sind angesichts der aufgezeigten Ausgangslage von besonderer Bedeutung für eine hinreichend abgewogene Planung.

Gegensätzliche Strukturen in den Einzelhandelslagen

- Zwar befindet sich der überwiegende Teil der Einzelhandelsbetriebe in den Zentren (Stadt-/Ortszentren; rd. 52 %), die außerhalb der Zentren in sonstigen integrierten und nicht integrierten Lagen befindlichen Betriebe weisen jedoch den höchsten Anteil an Verkaufsflächen (rd. 79 %) auf.

Abbildung 6: Verkaufsflächenbestand nach Lage



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Einzelhandelserfassung Stadt + Handel 07/2010 – 01/2011; die Einzelhandelserfassung in der Region Prignitz-Oberhavel wurde bereits 2009 im Auftrag der Regionalen Planungsgemeinschaft Prignitz-Oberhavel mit Unterstützung der Gemeinsamen Landesplanung Berlin-Brandenburg durchgeführt; Methodik vgl. Kapitel 2.

Hier ist ein Ungleichgewicht in der Einzelhandelsstruktur erkennbar, die Betriebe in nicht integrierten Lagen⁶ bilden aufgrund ihrer z. T. auch zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimente eine Konkurrenz zu den Zentren aus. Im Vergleich zu anderen Regionen Deutschlands ist in Brandenburg in diesem Bereich ein erhöhter Anteil der Verkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen festzustellen.

- Auch die Anzahl der großflächigen⁷ Betriebe in nicht integrierten Lagen ist im Vergleich zu einer Vielzahl bundesweit durchgeführter Einzelhandelsuntersuchungen als hoch zu werten. So befinden sich 43 % der großflächigen Betriebe im Land Brandenburg in städtebaulich nicht integrierten Lagen (die Planungsregion Prignitz-Oberhavel ausgenommen).
- Die durchschnittliche Größe der Ladenlokale variiert somit stark nach ihrer städtebaulichen Lage. Während in den Zentren die durchschnittliche Ladenlokalgröße bei unter 150 m² liegt, sind es außerhalb der Zentren durchschnittlich rd. 350 m² Verkaufsfläche. In den Zentren sind demnach kleinteilige Strukturen prägend.

Empfehlung

- *Als Rahmenplanung für den Umgang mit Einzelhandelsbetrieben in nicht integrierten Lagen kann ein beschlossenes Einzelhandels- und Zentrenkonzept dienen. Die Bauleitplanung und Genehmigungspraxis konkretisiert die im Konzept beschlossenen Zielsetzungen, beispielsweise:*
 - *Gemäß § 34 Abs. 3 sind schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune zu vermeiden.*
 - *Die Ansiedlung von Vorhaben im Innenbereich kann durch einfache Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB gesteuert werden.*
 - *Einzelhandels- und Zentrenkonzepte können zur Vermeidung von negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie zur vorrangigen Entwicklung in integrierten Lagen ein konkretes Standardvorgehen für die Durchführung von Verträglichkeitsanalysen beinhalten.*
 - *Hier bietet sich diesbezüglich ggf. auch die Erstellung eines Handlungsleitfadens durch das Land oder die Industrie- und Handelskammern an.*

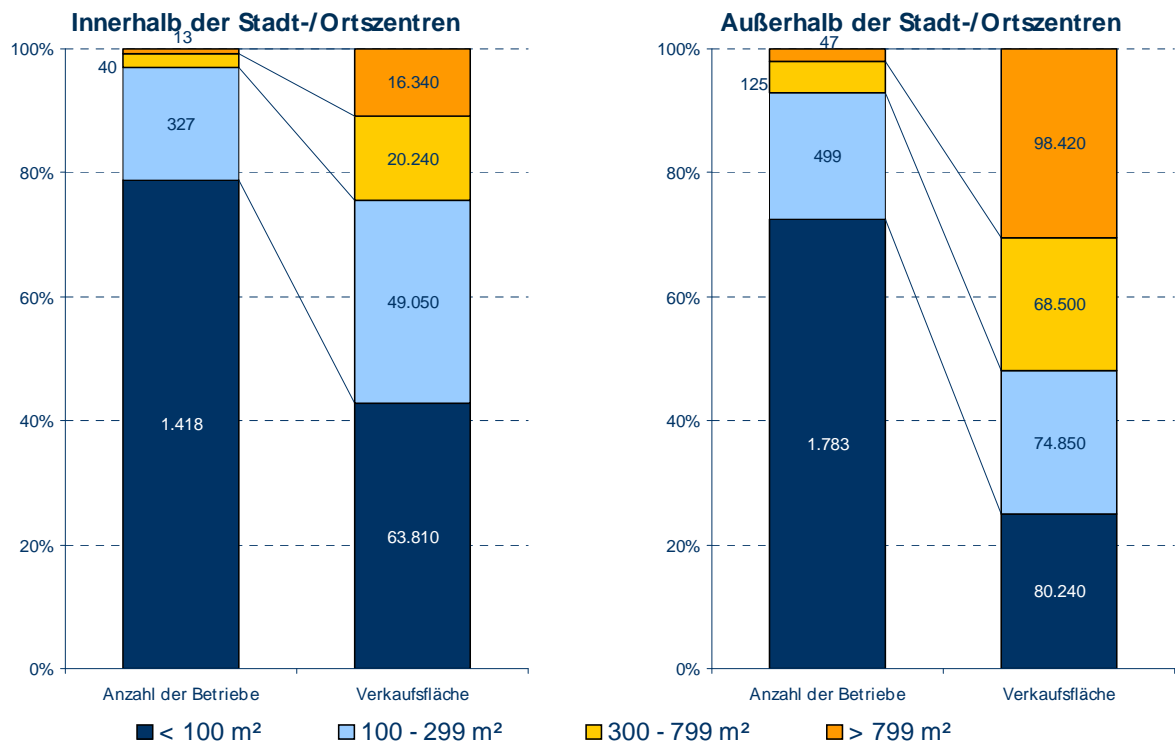
6 Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. In der Regel trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

7 Die Betriebe in den brandenburgischen Shopping Centern/ im Factory-Outlet-Center sowie an Fach-/ Verbrauchermarkttagglomerationen wurden gemäß der Angebotsaufforderung bei der Bestandserhebung einzeln erfasst, insofern fließt jeder Betrieb (sowohl klein- als auch großflächig) innerhalb der Agglomeration als einzelner Betrieb in die Auswertungen mit ein. Eine Aggregation der innerhalb dieser Agglomerationen liegenden Betriebe ist im Rahmen der dargestellten Auswertungen nicht erfolgt.

Kleinteilige Leerstände in den Zentren vs. großflächige Leerstände in sonstigen Lagen

- Rund 19 % aller erfassten Ladenlokale im Land Brandenburg standen zum Zeitpunkt der Bestandserhebung leer. Somit ist der Anteil der leerstehenden Betriebe als hoch zu bewerten, da nahezu jedes fünfte Ladenlokal über keine Nutzung mehr verfügt. Die leerstehenden bzw. ungenutzten Verkaufsflächen umfassen dagegen nur knapp 10 % aller erfassten Verkaufsflächen, da überproportional viele kleinflächige Bestände leerstehen.
- Der überwiegende Anteil der leerstehenden Ladenlokale (rd. 75 %) verfügt über Verkaufsflächen unter 100 m² (rd. 30 % an der leerstehenden Verkaufsfläche). Großflächige Einzelhandelseinrichtungen machen zwar rd. 24 % an allen leerstehender Verkaufsflächen aus, jedoch entfallen nur rd. 4 % der Leerstände auf eine Größe ab 800 m². Während in den Zentren ein hoher Anteil des Leerstands auf Verkaufsflächen unter 100 m² entfällt, ist er außerhalb der Zentren auch in größeren Einheiten verortet.

Abbildung 7: Leerstandsbestand nach Lage



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Einzelhandelserfassung Stadt + Handel 07/2010 – 01/2011; die Einzelhandelserfassung in der Region Prignitz-Oberhavel wurde bereits 2009 im Auftrag der Regionalen Planungsgemeinschaft Prignitz-Oberhavel mit Unterstützung der Gemeinsamen Landesplanung Berlin-Brandenburg durchgeführt.

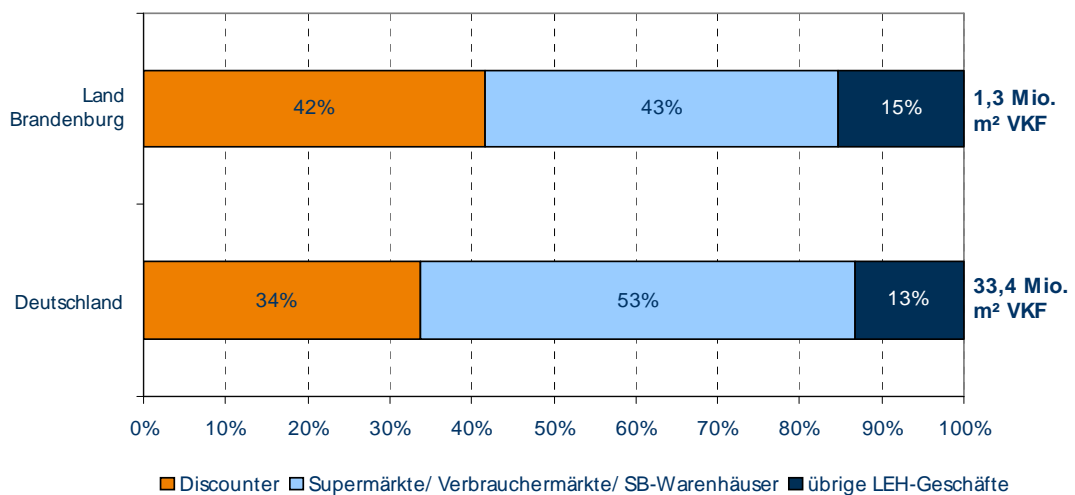
Empfehlung

- *Die hohen Leerstände im Land Brandenburg betreffen zu einem großen Teil die städtebaulich-funktionalen Zentren der Kommunen. Die vorhandene Kleinteiligkeit der Ladenlokale führt zu Herausforderungen, da heutige Betreiber vielfach größere Flächen nachfragen. Ein Flächenmanagement und Monitoring kann hier dazu beitragen, den leerstehenden Ladenlokalen neue Nutzungen zuzuführen und die Gesamtattraktivität der Zentren zu steigern. Über ein kontinuierliches Flächenmonitoring können Veränderungen im Bestand aufgezeigt und frühzeitig gezielte Maßnahmen ergriffen werden. Um neben der Verwaltung der Leerstände ein aktives Flächenmanagement auf kommunaler Ebene zu betreiben, sind folgende Arbeitsschritte und Aufgaben erforderlich:*
 - *Aufbau und Fortschreibung einer Flächenbörse über freie und verfügbare bzw. potenziell verfügbare Flächen*
 - *Prüfung der Gründe dauerhafter Leerstände (z. B. Missverhältnis der geforderten Miethöhe und den äußeren Rahmenbedingungen in der Kommune)*
 - *Herstellung der Kontakte zwischen potenziellen Mietern und Eigentümern sowie Beratung und Unterstützung bei nachfolgenden Verhandlungen und Beratungen*
 - *Unterstützung von Unternehmensansiedlungen durch Prüfung von Mietzuschüssen in der Startphase und Hilfestellungen bei der Kreditaufnahme bei Banken und bei Behördengängen und Einholen von Genehmigungen etc.*
 - *Prüfung der Möglichkeiten Ansiedlungen durch Förderung von Sanierungsmaßnahmen (Hülle/Fassade) zu unterstützen*
 - *Im Rahmen von Konzepten/ Leerstandsmanagement gilt es auch Alternativlösungen für Teillagen in Zentrenrandlage u. ä. aktiv zu diskutieren und nicht zu tabuisieren.*
- *Neben der hohen Anzahl von Leerständen in Zentren, befinden sich zahlreiche leerstehende Ladenlokale in Streulagen. Hier stellt sich insbesondere – nach einer Prüfung des generellen Bedarfs an z. T. kleinteiligen Flächen außerhalb der Zentren – die Frage nach der Nach- bzw. Umnutzung dieser vorhandenen Flächenpotenziale. Zum Schutz der Zentren sollte der Fokus überwiegend auf Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Angeboten liegen. Die stringente Anwendung der Empfehlungen im Rahmen von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten sollte im Rahmen der konkretisierenden Bauleitplanung erfolgen.*

Nahversorgung und Discountorientierung

- Im gesamten Land ist eine ausgeprägte Tendenz zur Discountorientierung des Angebotes auffällig. Neben einer hohen Anzahl an Lebensmitteldiscountern prägen zahlreiche niedrigpreisige Fachmärkte die Einzelhandelslandschaft. So liegt die Discounterdichte im Lebensmittelbereich in Brandenburg mit 0,21 m² Verkaufsfläche weit über dem Bundesdurchschnitt von 0,14 m² Verkaufsfläche je Einwohner⁸. Die hohe Discountorientierung ist jedoch nicht nur ein Charakteristikum des Landes Brandenburgs, sondern der neuen Länder insgesamt.

Abbildung 8: Anteil der Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (nach Verkaufsfläche)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis Einzelhandelserfassung Stadt + Handel 07/2010 – 01/2011; die Einzelhandelserfassung in der Region Prignitz-Oberhavel wurde bereits 2009 im Auftrag der Regionalen Planungsgemeinschaft Prignitz-Oberhavel mit Unterstützung der Gemeinsamen Landesplanung Berlin-Brandenburg durchgeführt; EHI 2009.

- Neben der hohen quantitativen Ausstattung im Bereich der Nahversorgung verfügen einige Ämter und amtsfreie Gemeinden über unterdurchschnittliche Ausstattungswerte (z. B. Uckerland 0,07 m², Heiligengrabe mit 0,16 m², Niederer Fläming mit 0,13 m² Verkaufsfläche je Einwohner im Bereich nahversorgungsrelevanter Sortimente). Eine regionale Konzentration dieser Ämter und amtsfreien Gemeinden ist jedoch nicht grundlegend festzustellen, wobei hier insbesondere den von Berlin abgesetzten ländlichen Räumen eine höhere Bedeutung zukommt.

8 Vgl. Lebensmittelzeitung 37/2009.

Empfehlung

- *Im Zuge rückläufiger Bevölkerungszahlen und der zunehmenden Alterung der Bevölkerung kommt der Standortfrage der Einzelhandelsbetriebe, insbesondere der Lebensmittelbetriebe, eine stärkere Bedeutung zu. Auch die fortschreitende Discountorientierung verdeutlicht Handlungserfordernis. Die Aufstellung und der Beschluss von kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten können hier als Steuerungsmöglichkeit dienen, indem als städtebauliches Entwicklungsziel u. a. die Berücksichtigung des Betriebstypenmixes stärker verankert wird⁹.*
- *Durch angepasste Nahversorgungskonzepte kann die Nahversorgungsstruktur insbesondere im ländlichen Raum gesichert werden und so zu einer angepassten Versorgung der Brandenburger Bevölkerung beitragen. Lebensmittelunternehmen reagieren bereits mit Kleinflächenkonzepten auf die abnehmenden Versorgungsstrukturen, gerade in Bereichen mit nur einer geringen Mantelbevölkerung. Neben der Ansiedlung von stationären Einzelhandelsbetrieben, können weitergehende Möglichkeiten, wie der mobile Handel mit Verkaufswagen oder ein Liefer- und Bestellservice, im Rahmen der Konzepte geprüft werden.*

9 Gerade auch ein ortsangepasster Umgang mit Volls Sortimentern, die in der Regel mehr als 800 m² Verkaufsfläche benötigen (bis rd. 1.500 m²) sollte im Rahmen von Einzelhandelskonzepten geregelt werden. Hier stellt sich insbesondere die Herausforderung, Entwicklungsraum für Volls ortimenter in wohnstandortnahen Lagen vorzubereiten (siehe auch Kriterien der AG Strukturwandel 2002).

Versorgungssituation nach räumlicher Differenzierung

- Es ist eine überdurchschnittliche Konzentration von Verkaufsflächen im Berliner Umland festzustellen. Dies ist in vielen Fällen durch großflächig dimensionierte Einzelhandelsagglomerationen begründet. Besonders Vorhaben wie das A10-Center in Wildau, der Havelpark in Dallgow-Döberitz oder das Einrichtungszentrum in Schönefeld sind hier als Beispiele zu nennen. Die innerhalb der Gemarkungen der Gemeinden gelegenen Einzelhandelsagglomerationen binden neben einem Teil der brandenburgischen Kaufkraft auch einen nicht unwesentlichen Anteil der gesamten Berliner Kaufkraft und führen zu stark überdurchschnittlichen Zentralitätswerten.
- Die innerhalb des Großraums Berlin befindlichen Städte und Gemeinden ohne derartige Einzelhandelskonzentrationen weisen zumeist unterdurchschnittliche Zentralitätskennziffern auf, welche vor dem Hintergrund der Sonderstellung der Metropolregion Berlin und ihrem Bedeutungsüberschuss bezüglich der Einzelhandelsfunktion als unkritisch zu bewerten sind.
- Erwartungsgemäß kumuliert sich die Verkaufsfläche im besonderen Maße in den kreisfreien Städten im Land Brandenburg. Diese weisen bis auf die Landeshauptstadt Potsdam deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenwerte auf (Brandenburg an der Havel 2,71 m² Verkaufsfläche/ Einwohner, Cottbus 2,62 m² Verkaufsfläche/ Einwohner, Frankfurt (Oder) 2,32 m² Verkaufsfläche/ Einwohner, Potsdam 1,58 m² Verkaufsfläche/ Einwohner). Neben der starken Ausstattung im überwiegend kurzfristigen Bedarfsbereich, sind hier erwartungsgemäß hohe Bestände ebenfalls im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zu verzeichnen.
- Erwartungsgemäß können insbesondere größere Städte zu einem Großteil deutliche Kaufkraftzuflüsse verzeichnen. So weisen beispielsweise mit Ausnahme von Potsdam alle brandenburgischen Oberzentren sowie ein Großteil der Mittelzentren Zentralitätskennziffern über 100 % auf.
- Insbesondere dünn besiedelte Gebiete weisen deutlich unterdurchschnittliche Zentralitäten auf, die auf einen Kaufkraftabfluss hindeuten. Aufgrund einer geringfügigen quantitativen Ausstattung im Bereich der Nahversorgung gelingt es diesen Gemeinden nur bedingt die vor Ort vorhandene Kaufkraft zu binden. In diesem Zusammenhang sei exemplarisch auf die Gemeinden Niederer Fläming sowie Uckerland verwiesen.
- Bei den Umsatzkennziffern sind deutliche Unterschiede entsprechend der Bevölkerungsverteilung ersichtlich. Erwartungsgemäß verzeichnen ländlich geprägte Landkreise wie die Uckermark die niedrigsten Umsatzkennziffern von 73,4, kreisfreie Städte wie Cottbus (116,7) verfügen dagegen über höhere Werte.
- Die Einzelhandelsausstattung der Kommunen entspricht in mehreren Fällen nicht ihrer zentralörtlichen Funktion. So haben Gemeinden ohne Funktionszuweisung in Teilen stark überdurchschnittliche Verkaufsflächenwerte und Zentralitätskennwerte aufgrund vorhandener großflächig dimensionierter Einzelhandelsvorhaben (z. B. Wildau mit dem A10-Center, Wustermark mit dem Designer Outlet Berlin, Schönefeld mit dem Einrichtungszentrum, etc.). Im Gegensatz dazu verfügen zahlreiche Mittelzentren über unterdurchschnittliche Verkaufsfächenausstattungen (z. B. Zossen mit 0,86 m² oder Königs Wusterhausen mit 1,40 m² Ver-

kaufsfläche je Einwohner) und Zentralitätswerte (z. B. Falkensee mit einer Zentralität von 73 %). Hier erfüllen die Mittelzentren ihre Funktion, auch die Bevölkerung im mittelzentralen Verflechtungsbereich (Mittelbereich) mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfes durch räumlich gebündelte öffentliche und private Angebote zu versorgen, nicht in vollem Maße.

Empfehlung

- *Auch wenn die zentralen Orte im Bundesland Brandenburg überwiegend überdurchschnittliche Ausstattungswerte aufweisen, verfügen zahlreiche nicht zentrale Orte über enorme einzelhandelsrelevante Ausstattungsdaten und eine überproportionale Zentralität. Es wird deutlich, dass hier keine Kongruenz zu den Zielen der Landesplanung vorherrscht, da diese Kommunen einen weitaus über die jeweilige Kommune hinausgehenden Einzugsbereich besitzen und insofern auch Waren anbieten, die nicht zur Versorgung der eigenen Bevölkerung dienen. Dies begründet einen Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte, der mit Kaufkraftverschiebungen und weiterem Verkaufsflächenausbau einhergeht.*
- *Der Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg vom 31. März 2009 berücksichtigt bereits diese Entwicklung und stellt bindende Regelungen für die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen auf. Eine weitere Handlungsmöglichkeit stellt die Erarbeitung regionaler Einzelhandelskonzepte dar, da die Kommunen dort zumeist in interkommunaler Abstimmung geplante Vorhaben einheitlich bewerten (z.B. im Regionalen Wachstumskern Oranienburg – Hennigsdorf – Velten, Wittstock-Pritzwalk). Anzustreben ist eine Erarbeitung für zentrale Orte und die im Mittelbereich zugeordneten nicht zentralörtlichen Gemeinden (möglicherweise auch im Rahmen einer Ergänzung der Mittelbereichsprofile), um funktionale Beziehungen sowie die Grundversorgungsfunktion kleinerer Gemeinden zu berücksichtigen. Diese Konzepte auf Mittelbereichsebene sollten vorwiegend folgende Aspekte beinhalten:*
 - *Definition einer angemessenen Grundversorgung im Einzelhandel*
 - *vor dem Hintergrund des demographischen Wandels und der damit einhergehenden Bevölkerungsabnahme eine Potenzial-/ Bedarfsermittlung für die Mittelbereiche, differenziert nach periodischem und aperiodischem Bedarf*
 - *eine konzeptionelle bzw. planerische Abstimmung hinsichtlich der Versorgungsstrukturen im Mittelbereich, beispielsweise die Festlegung von Nahversorgungsstandorten als Ebene unterhalb der zentralen Versorgungsbereiche*
 - *Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstrukturen inklusive Prüfung der Möglichkeiten alternativer Bedienformen oder Ansiedlung von Kleinflächenkonzepten*
 - *auf den Mittelbereich abgestimmte Anforderungen an Auswirkungsanalysen für Vorhaben*
 - *Konkretisierung des Agglomerationsbegriffs (Steuerungsmöglichkeiten für kleinflächige Fachmärkte in Agglomerationen)*

Fortschreibung der Datenbasis

Vor dem Hintergrund der anhaltenden räumlich-strukturellen Veränderungen im Einzelhandelssektor ist in den nächsten Jahren mit weiteren Veränderungen der örtlichen Strukturen und somit der zugrunde gelegten Datenbasis zu rechnen. Vor diesem Hintergrund stellt sich die Frage der (periodischen) Aktualisierung bzw. laufenden Fortschreibung der vorliegenden Datenbasis.

Grundsätzlich stellt nur die Vollerhebung eine umfassende Option zur Fortschreibung des Einzelhandelsbestands im Land Brandenburg dar. Da diese jedoch einen hohen Zeit- und Kostenaufwand mit sich bringt, sollte aus Sicht des Gutachters eine Wiederholung der vollständigen Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg eher langfristig (Anhaltswert rd. 5 Jahre) angestrebt werden. Grundsätzlich sollte der politische Nutzen der Datengrundlage vor einer Neuauflage der Erfassung evaluiert werden. Dafür bietet sich ein regelmäßiger Austausch der mit der Datenerfassung befassten Institutionen an.

Zur zwischenzeitlichen Fortschreibung können grundlegend folgende Ansätze genutzt werden:

- Nutzung von kommunalen Einzelhandelskonzepten
- Nutzung des Bestandsmonitorings der größeren Kommunen im Land
- Nutzung der Information des Landes über strukturprägende Planungen
- Kommunalabfragen
- Nutzung der Informationen der Industrie- und Handelskammern
- Einpflege der Daten in ein Geoinformationssystem

Jedoch sollte hierbei bedacht werden, dass eine flächendeckend aktualisierte und fortgeschriebene Datenbank auf Basis der gleichen Methodik oder des gleichen Zeitraums unter Nutzung der genannten Möglichkeiten nicht realistisch ist. Die partielle Fortschreibung kann allerdings zur thematischen oder räumlichen Evaluierung durchaus sinnvoll herangezogen werden.

4 Schlusswort

Die durchgeführte Einzelhandelserfassung im Land Brandenburg sowie dargestellten Ergebnisse können in der weiteren Planungspraxis als Grundlage für die laufende Beurteilung der Steuerungswirkung des Landesentwicklungsplans Berlin-Brandenburg (LEP B-B) sowie konkreter Einzelhandelsplanungen dienen.

Die Nutzungsmöglichkeiten der erlangten Datenbasis sind hoch und betreffen neben Interessen öffentlicher Akteure wie regionale Planungsgemeinschaften, Landkreise und Kommunen auch weitere lokale Akteure wie Gewerbetreibende, Werbegemeinschaften, Projektentwickler oder Investoren. Eine Weitergabe der durch die Erfassung erlangten Daten sollte von Seiten der Auftraggeber aus Gründen des Datenschutzes nur in eng gesetzten Grenzen erfolgen. Um die Teilnahmebereitschaft von Kommunen bei einer zwischenzeitlichen Aktualisierung der Daten zu erhöhen, kann eine Datenweitergabe ggf. auch mit einer Pflicht zur Nutzung eines Geoinformationssystems oder mit einer Teilnahme an Kommunalabfragen verbunden werden.

