Einzelhandelskonzept für die Stadt Boizenburg / Elbe

- **Entwurf, nur zur internen Verwendung** -

Auftraggeber: Stadt Boizenburg / Elbe

Projektleitung: Dr. Stefan Holl
M.E.S. Irina Piatkowski

Hamburg, am 15.04.2016

GMA
Forschung / Beratung / Umsetzung
Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Poststraße 25
20354 Hamburg

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 040 / 30997778-0
Telefax: 040 / 30997778-9
E-Mail: stefan.holl@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Ende November 2015 erteilte die Stadt Boizenburg / Elbe (Landkreis Ludwigslust-Parchim) der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Hamburg, den Auftrag zur Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes unter besonderer Berücksichtigung des Ansiedlungsvorhabens Rewe an der Schwartower Straße. Ziel des Einzelhandelskonzeptes ist es, Leitlinien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe zu formulieren.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gewohnten Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Boizenburg / Elbe und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch den Stadtrat dar.

Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutz der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, den 15.04.2016
SH BIR

Inhaltsverzeichnis

		Seite
I.	**Grundlagen**	**6**
1.	Aufgabenstellung / Untersuchungsmethodik	6
2.	Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	7
3.	Methodische Vorgehensweise	8
4.	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	9
4.1	Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	10
4.1.1	Starker Rückgang der Einzelhandelsunternehmen	11
4.1.2	Internethandel	11
4.1.3	Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	12
4.2	Konsumentenverhalten im Wandel	13
4.2.1	Demografische Entwicklung	13
4.2.2	Konsumentenverhalten im Wandel	13
4.3	Mittelfristige Entwicklungstrends	14
5.	Bauplanungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	15
5.1	Bauplanungsrecht	15
5.2	Landes- und Regionalplanung	17
6.	Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Boizenburg / Elbe	18
II.	**Angebots- und Nachfragesituation**	**23**
1.	Aktueller Einzelhandelsbestand in Boizenburg / Elbe	23
2.	Einzelhandelsausstattung im Vergleich	27
3.	Zentralitätskennziffer	28
4.	Nachfragesituation	29
4.1	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe	29
4.2	Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Boizenburg / Elbe	30
5.	Stärken-Schwächen-Profil des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe	33
III.	**Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe**	**34**

1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose 2020 34

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale 35

3. Standortbezogene Entwicklungsmöglichkeiten 39

IV. Einzelhandelskonzept für die Stadt Boizenburg / Elbe 41

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes 41

2. Sortimentskonzept 42

3. Standortkonzept 47

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“ 47

3.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Boizenburg / Elbe 50

3.3 Versorgungsbereich für Lebensmittel 54

3.4 Dezentrale Lagen 54

3.5 Weitere Regelungen 55

4. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes 58

V. Ansiedlungsvorhaben Rewe 60

1. Kurzdarstellung des Vorhabens 60

2. Projekt- und Sortimentskonzept 61

3. Bewertung des geplanten Rewe-Marktes 61

3.1 Einzugsgebiet und Wettbewerb 61

3.2 Umsatzprognose für den Rewe-Markt 63

3.3 Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilungen 63

3.4 Raumordnerische Bewertung 64

3.5 Abschließende Bewertung des Rewe-Vorhabens 66

VI. Maßnahmenprogramm 67

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung / Untersuchungsmethodik

Die im Landkreis Ludwigslust-Parchim gelegene Stadt Boizenburg / Elbe zählt aktuell ca. 10.350 Einwohner[1] und gliedert sich neben der Kernstadt Boizenburg in acht Ortsteile. Mit 10.350 Einwohnern ist grundsätzlich ein ausreichendes Potenzial für eine eigenständige Einzelhandelsentwicklung gegeben. Der Einzelhandelsstandort Boizenburg / Elbe steht im Wettbewerb zu umliegenden Zentren: 31 km südwestlich legt das niedersächsische Oberzentrum Lüneburg, welches eine bedeutende Versorgungsfunktion übernimmt. Auch die Hansestadt Hamburg ist insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich ein umfassend attraktives Einkaufsziel; im kurzfristigen Bedarfsbereich ist zudem das rd. 13 km westlich liegende schleswig-holsteinische Unterzentrum Lauenburg / Elbe von Relevanz.

Für die Stadt Boizenburg / Elbe stellt sich daher vor dem Hintergrund der oben skizzierten Rahmenbedingungen die Frage, wie sie sich bei Beachtung der planerischen Rahmenbedingungen im Wettbewerb positionieren kann. Zur Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Boizenburg / Elbe sind die Vorgaben des RREP Westmecklenburg sowie des LEP Mecklenburg-Vorpommern zu berücksichtigen und in ein gesamtstädtisches Entwicklungskonzept umzusetzen. Das Einzelhandelskonzept soll Grundlage für die zukünftige planerische Steuerung des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe sein. Im Rahmen des Konzeptes sollen verbindliche Festlegungen bezüglich „zentraler Versorgungsbereiche“ sowie Festlegungen der sog. zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente erfolgen. Dies dient einerseits der rechtlichen Absicherung für zukünftige Entscheidungen, andererseits auch ggf. der Definition von Strategien, Zielen und Maßnahmen für die zukünftige Steuerung des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe. Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

- Darstellung aktueller Trends in der Einzelhandelsentwicklung, im Zusammenhang mit Veränderungen des Angebots- und Nachfrageverhaltens
- Darstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen
- Darlegung der wesentlichen Strukturdaten der Stadt Boizenburg / Elbe
- Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Boizenburg / Elbe
- Abgrenzung des Marktgebietes des lokalen Einzelhandels sowie Darstellung der Bevölkerungs- und Kaufkraftpotenziale
- Bewertung des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe im Vergleich

[1] Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Stand: 31.12.2014.

- Ableitung von Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Boizenburg / Elbe, differenziert nach Branchen und Standorten
- Lupenbetrachtung des Rewe-Vorhabens am Standort Schwartower Straße
- Erarbeitung von Zielsetzungen und Grundsätzen zur Steuerung des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe
- Erstellung eines Standort- und Sortimentskonzeptes
- Erarbeitung eines Maßnahmenprogramms.

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelssituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen[2]. Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden.

[2] vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. BVerwG 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az 10 A 152/13

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern sowie Daten der Stadt Boizenburg / Elbe zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen[3] aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels[4] wurde im Dezember 2015 durchgeführt und im Januar 2016 aktualisiert. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

[3] Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG 4C 10.04 und 4C 14.04 vom 24.11.2005).

[4] Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Apotheker- / Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Elektrowaren, Medien, Foto	Elektrohaushaltsgeräte, Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	Haushaltswaren (Glas / Porzellan / Keramik), Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Heimtextilien (Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe), Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchtwaren, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2016

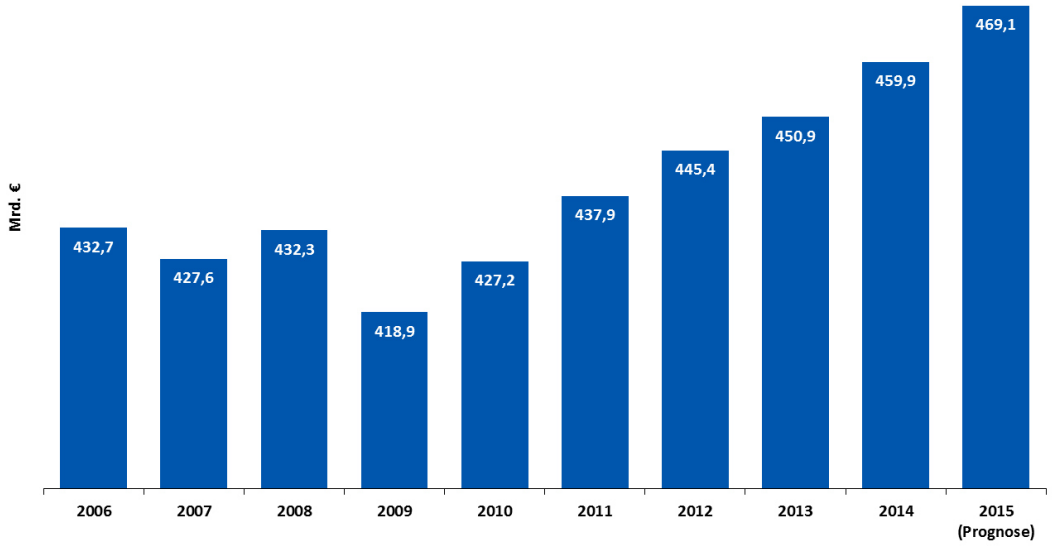
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Eine Beurteilung der Entwicklungschancen des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe kann nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen. Nachfolgend werden daher die strukturprägenden Aspekte des Wandels auf der Nachfrage- und Angebotsseite dargestellt:

4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 470 Mrd. € Jahresumsatz ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden[5].

Abbildung 1: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Mrd. € in Deutschland (netto)



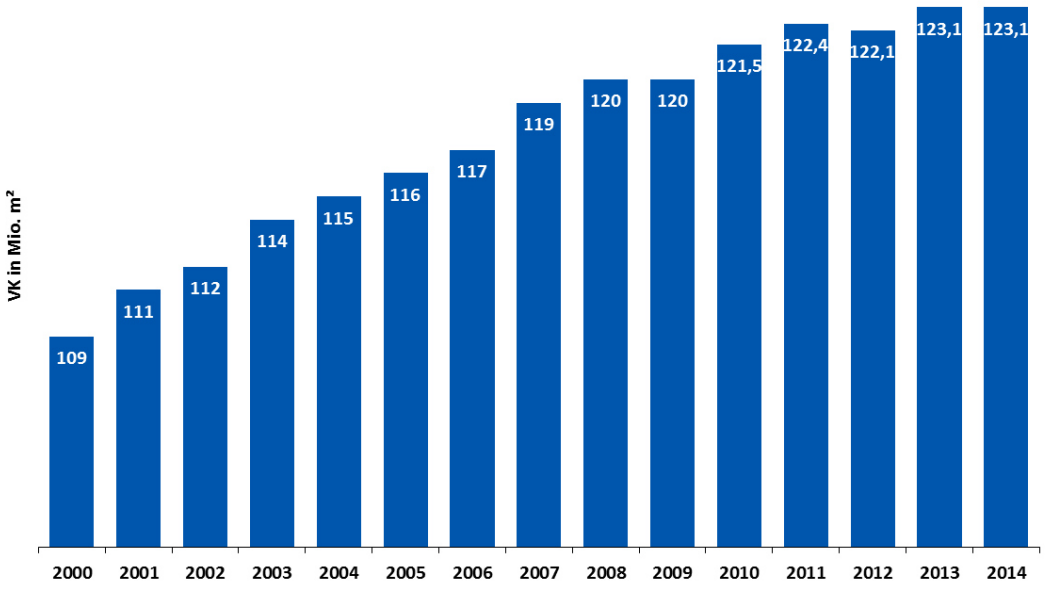
Einzelhandel i.e.S. ohne KfZ-Handel, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken; Daten ohne Umsatzsteuer

GMA-Darstellung 2016 nach handelsdaten aktuell 2015

Der deutsche Einzelhandel war bis 2010 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet. Durch demografische Rahmenbedingungen, v. a. jedoch durch das Wachstum des Online-Handels, hat sich der Verkaufsflächenzuwachs seit 2010 jedoch deutlich abgeschwächt.

[5] Gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014



GMA-Berechnung 2016 nach EHI Köln; handelsdaten aktuell 2015

4.1.1 Starker Rückgang der Einzelhandelsunternehmen

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuellen Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.[6] Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Internethandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

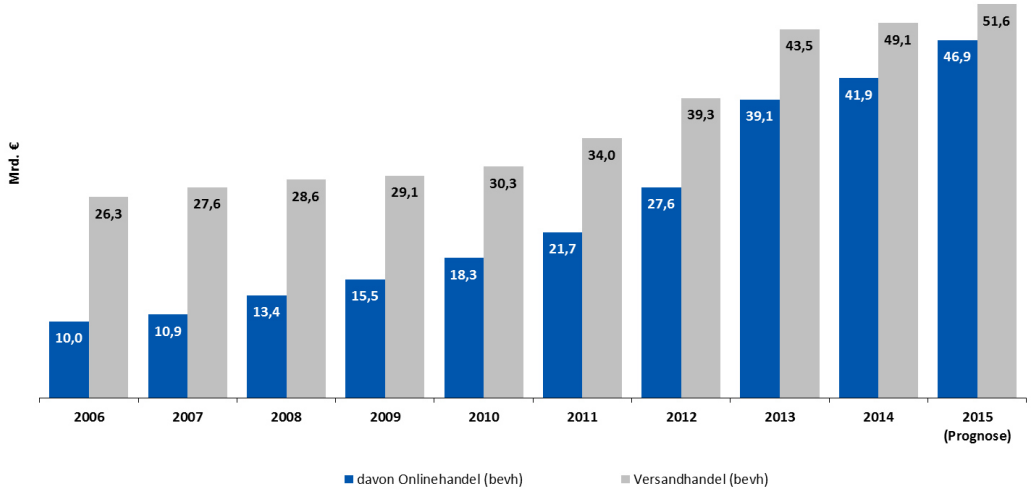
4.1.2 Internethandel

Während der Umsatz des gesamten Einzelhandels in den vergangenen Jahren nur leichte Steigerungen verzeichnen konnte, konnte der Einzelhandel im Internet (auch Onlinehandel oder E-Commerce) eine rasante Entwicklung nehmen[7].

6 GMA-Grundlagenforschung.

7 Derzeit herrscht eine große Verunsicherung in der gesamten Branche und hier insbesondere bei den stationären Einzelhändlern, wie die Entwicklung zu bewerten ist. Die Werte für die Umsatzentwicklung einzelner Verbände weichen teilweise erheblich voneinander ab. So wird gelegentlich auch ein „Zahlensalat" im E-Commerce beklagt (vgl. Der Handel, Internetausgabe vom 05.04.2014: Zahlensalat im E-Commerce, Prof. Dr. Geritt Heinemann, Leiter eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein; Zugriff auf die Website vom 10.11.2014. Vergleicht man beispielsweise die Zahlen des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel (bevh) für das Jahr 2014 mit den Angaben des Einzelhandelsverbandes, so tut sich eine Lücke von fast 10 Mrd. € auf. Während der Einzelhandelsverband von einem Umsatz in seinen neuesten Zahlenwerken vom November 2014 von 39 Mrd. € ausgeht, rechnet der bevh mit rd. 48,8 Mrd. Eine Übereinstimmung besteht jedoch im Trend eines erheblichen Zuwachses der Online-Umsätze im Handel. Der bevh geht zwischen 2006 und 2013 und in seiner Prognose für 2014 von nahezu einer Verfünffachung des Umsatzes innerhalb von 8 Jahren aus.

Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



Quelle: bevh (Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland); inkl. Umsatzsteuer.

Nach Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland (bevh) werden sich von 2006 bis 2015 binnen 10 Jahren die Umsätze im Internethandel mehr als verdreifacht haben. Für das Jahr 2015 geht der bevh von einem Umsatz von 46,9 Mrd. € aus. Vergleicht man den Wert des Onlinehandels lt. bevh im Jahr 2014 von 41,9 Mrd. € mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2014, so liegt der Anteil des Onlinehandels bei etwa 9 %.

Zunehmend sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen.

4.1.3 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **discountorientierten Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 46 %.[8] Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust.

8 Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), handelsdaten aktuell 2015.

Als **Standorte** werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert.

Tabelle 2: Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Discounter	Vollsortimenter	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m²	ab 1.200 m²	ab 2.500 m²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	80 – 85 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m²	ab 5.000 m²	ab 7.000 m²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

GMA-Standortforderung 2016, ca.-Werte

4.2 Konsumentenverhalten im Wandel

4.2.1 Demografische Entwicklung

Gesellschaftliche und sowie demografische Veränderungen vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit, genannt seien etwa der im Rahmen der Demografieentwicklung regelmäßig prognostizierte Rückgang der Bevölkerung, der wachsende Anteil älterer Menschen, oder der Trend zu kleineren Familieneinheiten. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken[9].

4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; vielerorts geraten dadurch v. a. Anbieter des mittleren Preissegmentes unter Druck.

[9] Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem hat sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

Abbildung 4: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden" Verbrauchers

GMA-Grundlagenforschung 2015

4.3 Mittelfristige Entwicklungstrends

Eine Relativierung seines Stellenwertes wird der Einzelhandel auch durch die weitergehende **Entwicklung zur Freizeitgesellschaft** erfahren, denn in Zukunft wird der Einkauf von den Verbrauchern noch stärker unter dem Aspekt seines Freizeit- und Erlebniswertes beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesem Trend durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

- **Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort**

  Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden.

- **Räumliche Konzentration des Einzelhandels wird wichtiger**

  Der Einzelhandel konzentriert sich stärker auf die zentralsten Lagen und rückt zusammen. Randlagen und innerstädtische Nebenlagen verlieren an Bedeutung.

- **Filialisierungswelle hält an**

  Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

- **Internet-Shopping gewinnt weiter an Bedeutung**

  Das „E-Commerce“ (Internet-Handel) zeigt hohe Zuwachsraten, insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der weitere Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, welcher als sehr kostenintensiv einzustufen ist.

5. Bauplanungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO - teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe - in allen Baugebieten vorgesehen:

- sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO)
- in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 Bau NVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:

- liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelagen im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch

an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

5.2 Landes- und Regionalplanung

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (2005) sowie im Regionalen Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg (2011), heranzuziehen. Das LEP Mecklenburg-Vorpommern wird derzeit fortgeschrieben. Beide Beteiligungsstufen sind zwischenzeitlich abgeschlossen, mit der Abwägung der eingegangenen Stellungnahmen der zweiten Stufe wurde begonnen. Insofern ist die Fortschreibung des LEP noch nicht beschlossen worden, so dass aktuell die Vorgaben des LEP Mecklenburg-Vorpommern (2005) weiterhin Anwendung finden.

Bezüglich dieser Prüfkriterien für Standorte für großflächigen Einzelhandel sind folgende wesentliche Ziele im Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern genannt:

(1) Einzelhandelsgroßprojekte

Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne des § 11 Abs. 3 der BauNVO - hierunter fallen auch Hersteller-Direktverkaufszentren und sonstige neue Betriebsformen des Einzelhandels, die mit diesen in ihren Auswirkungen vergleichbar sind - sind mit Ausnahme von (7) nur in zentralen Orten zulässig, bei einer Geschossfläche von mehr als 5.000 m² nur in Ober- und Mittelzentren. **(Z)**

(2) Zulässigkeitskriterien

Neuansiedlungs-, Umnutzungs- oder Erweiterungsvorhaben von Einzel-handelsgroßprojekten sind nur zulässig wenn Größe, Art und Zweckbe-stimmungen einem angemessenen Verhältnis zu Größe und Versorgungs-funktion des zentralen Ortes stehen und die Auswirkungen des Vorhabens den Verflechtungsbereich des zentralen Ortes nicht wesentlich überschreiten. **(Z)**

(3) Räumlich ausgewogene Versorgung

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen weder die verbrauchernahe Versorgung der nicht motorisierten Bevölkerung noch eine ausgewogene und räumlich funktionsteilig orientierte Entwicklung von Versorgungsschwer-punkten zwischen Innenstadt / Orts- bzw. Wohngebietszentrum und Randlage gefährden. **(Z)**

(4) Zentrenrelevante Sortimente

Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. Bei Standortentwicklungen außerhalb der Innenstadt ist nachzuweisen, dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt nicht gefährden. **(Z)**[10]

[10] Nahversorgungsrelevante Sortimente sollen grundsätzlich wohnortnah entwickelt werden (vgl. Begründung zu 4.3.2, LEP Mecklenburg-Vorpommern 2005).

(5) Nicht zentrenrelevante Sortimenten

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind an teilintegrierten verkehrlich gut erreichbaren Standorten zulässig, wenn diese einen baulichen Zusammenhang mit dem Siedlungsbereich des zentralen Ortes bilden. Zentrenrelevante Randsortimente innerhalb der Großprojekte nach Satz 1 sind zulässig, wenn keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadtentwicklung und Nahversorgungsstrukturen zu erwarten sind (Einzelfallprüfung erforderlich). **(Z)**

(6) Einzelhandelskonzepte

Ausgewogene zentrenstärkende Einzelhandelsstrukturen sollen in zentralen Orten auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten entwickelt werden. **(Z)**

(7) Vorhaben in Stadt-Umland-Räumen

Im Einzelfall können Einzelhandelsgroßprojekte in den Randbereichen der Stadt-Umland-Räume dann angesiedelt werden, wenn die Ansiedlungsgemeinde mit der Kernstadt intensive funktionale Verflechtungen aufweist, verkehrlich mit Öffentlichem Personennahverkehr gut erreichbar ist und die Entwicklung der Einzelhandelsfunktion der Kernstadt nicht beeinträchtigt. Standortentscheidungen für die Entwicklung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen in Stadt-Umland-Räumen sind auf der Basis interkommunaler Abstimmungen – (regionale Einzelhandelsentwicklungskonzepte) zu treffen. **(Z)** (Kapitel 4.3.2 Großflächige Einzelhandelsvorhaben des LEP).

Im **Regionalplan Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg** (2011)[11] werden im Kapitel 4.3.2 zu großflächigen Einzelhandelsvorhaben die gleichen Ziele wie im LEP formuliert.

6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Boizenburg / Elbe

Die **Stadt Boizenburg / Elbe** liegt im Landkreis Ludwigslust-Parchim und zählt aktuell ca. 10.350 Einwohner.[12] Gemäß Regionalem Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg verfügt Boizenburg / Elbe über eine zentralörtliche Einstufung als Grundzentrum und ist dem Mittelbereich Hagenow zugeordnet. Damit kommt der Stadt vorrangig eine Versorgungsfunktion im Bereich der wohnortnahen Grundversorgung (Nahversorgung) für die eigene Bevölkerung sowie für den Nahbereich zu. Demnach soll in Boizenburg / Elbe die Versorgung der Bevölkerung des Nahbereiches mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfes gesichert und weiterentwickelt werden. Künftig soll Boizenburg / Elbe gemäß RREP Westmecklenburg zu einem Mittelzentrum entwickelt werden. Bedingt durch die Lage im Grenzraum zur Metropolregion Hamburg sollen in Boizenburg / Elbe zudem in besonderem Maße Entwicklungsimpulse für Wohnfunktionen und für Gewerbe aufgenommen werden.

Siedlungsstrukturell ist Boizenburg / Elbe durch die Kernstadt und acht weitere Ortsteile gekennzeichnet. In der Kernstadt von Boizenburg / Elbe wohnen rd. 84 % der Einwohner, zu den größen Ortsteilen zählen Bahlen / Bahlendorf (ca. 730 EW), Schwartow (ca. 390 EW) und Gothmann (ca.

11 RREP Westmecklenburg wird derzeit fortgeschrieben (1. Stufe des Beteiligungsverfahrens, Teilfortschreibung Kapitel 6.5 Energie)

12 Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Stand: 31.12.2014.

260 EW). Die Kernstadt kann zusätzlich in die Stadtgebiete „Stadtkern“, „Siedlungsvorstadt“ und „Bahnhofsvorstadt“ unterteilt werden, wobei der Großteil der kernstädtischen Bevölkerung in der Siedlungsvorstadt (4.675 Einwohner bzw. 43,3 %) wohnhaft ist.

Tabelle 3: Einwohnerentwicklung 2011 – 2014 im regionalen Vergleich

Stadt / Landkreis	Einwohner		Entwicklung 2011 - 2014	
	2011	2014	absolut	relativ in %
Boizenburg / Elbe	10.196	10.350	+ 154	+ 1,5
Hagenow	11.356	11.443	+ 87	+ 0,8
Ludwigslust	11.984	12.243	+ 259	+ 2,2
Parchim	17.336	17.794	+ 458	+ 2,6
Landkreis Ludwigslust-Parchim	213.577	212.631	- 946	- 0,4
Mecklenburg-Vorpommern	1.606.899	1.599.138	- 7.761	- 0,5

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (31.12.), Basis: Zensus 2011

Im regionalen Vergleich ist die Bevölkerungsentwicklung in Boizenburg / Elbe seit 2011 deutlich positiver als im gesamten Landkreis Ludwigslust-Parchim oder in Mecklenburg-Vorpommern ausgefallen. Die Bevölkerungsvorausberechnung nach Zensus 2011 wurde im Rahmen des ISEK 2016 erstellt[13] und geht von einer positiven Bevölkerungsentwicklung bis zum Jahr 2020 (= Anstieg auf ca. 11.110 Einwohner) bzw. 2030 (= ca. 11.490 Einwohner) aus. Damit entwickelt sich Boizenburg / Elbe entgegen des allgemeinen Trends von Mecklenburg-Vorpommern (-2,4 % bis 2020 bzw. -8,3 % bis 2030 im Vergleich zum aktuellen Einwohnerstand[14]).

Die verkehrliche Anbindung der Stadt wird hauptsächlich über die B 5 (Geesthacht - Ludwigslust) sowie die B 195 (Zarrentin am Schaalsee - Wittenberge) gesichert. Ein Anschluss an das überregionale Verkehrsnetz ist durch die ca. 15 km nördlich verlaufende A 24 (Hamburg - Berlin) gegeben, welche über die Autobahnanschlussstelle Zarrentin zügig zu erreichen ist. Regionale Buslinien sowie eine Bahnverbindung (Hamburg - Rostock) sichern darüber hinaus die Erreichbarkeit der Stadt mittels öffentlicher Verkehrsmittel. Insgesamt ist die Erreichbarkeit als gut zu bezeichnen.

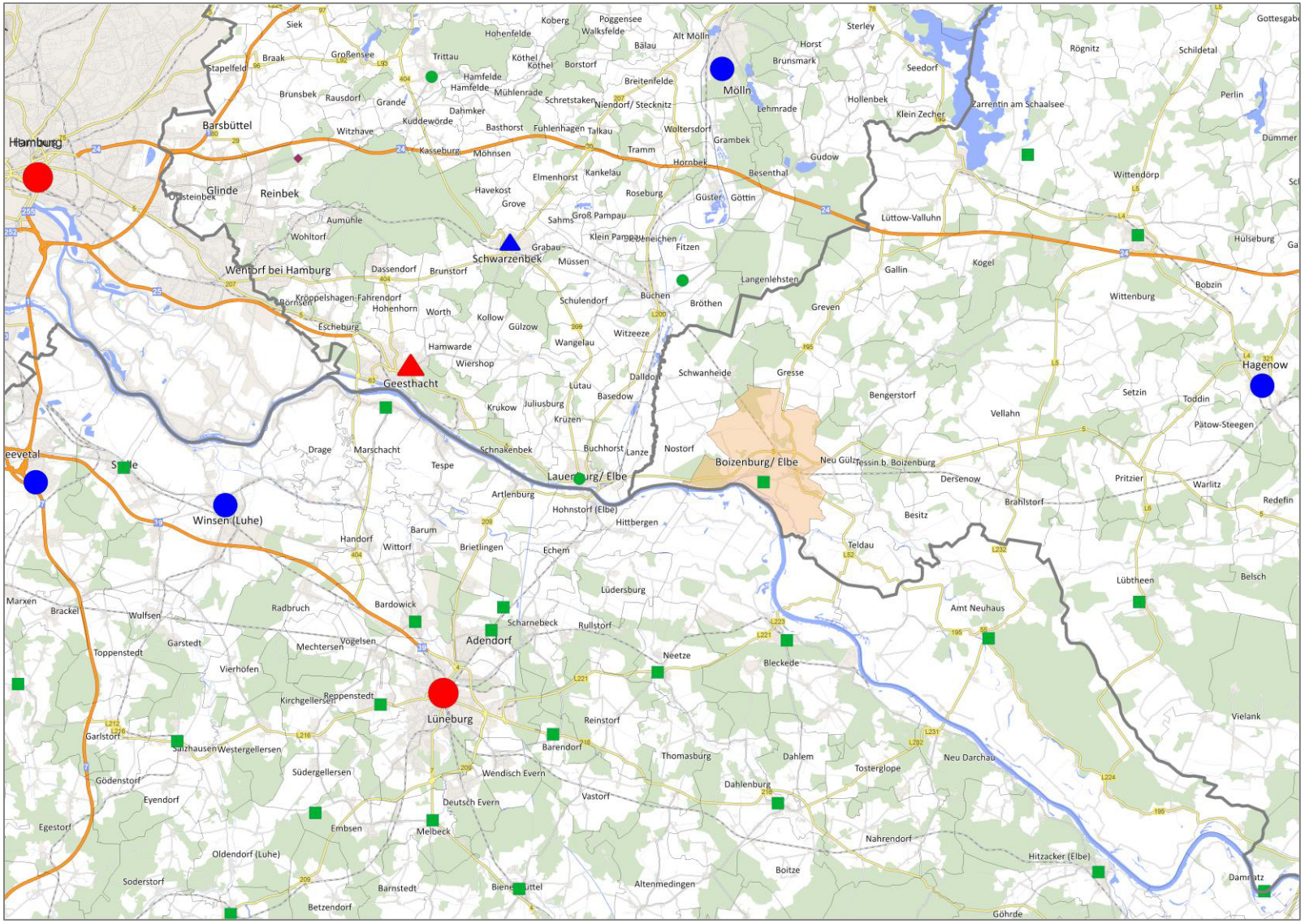
Die Wirtschaftsstruktur von Boizenburg / Elbe (3.253 Beschäftigte am Arbeitsort[15]) wird vom produzierenden Gewerbe (v. a. Fliesen, Süßwarenproduktion etc.) und Handel geprägt. Der negative Pendlersaldo von – 1.285 verdeutlicht nochmals zusammenfassend die Prägung der Stadt Boizenburg / Elbe als Wohnstandort im Grenzraum zur Metropolregion Hamburg.

In Boizenburg / Elbe ist auf folgende wesentliche **Einzelhandelslagen** hinzuweisen:

13 ISEK Boizenburg / Elbe 2016, regional-realistisches Szenario, Basis: statistische Daten der Einwohnermeldestelle für die Jahre 2012 – 2014.
14 13. koordinierte Bevölkerungsprognose, Prognosebasis 31.12.2013, Variante 2 bei starker Zuwanderung.
15 Bundesagentur für Arbeit, Gemeindedaten Juni 2015.

- In der **Innenstadt** ist die frühere ringförmige mittelalterliche Wallanlage noch deutlich ablesbar. Als Magnetbetriebe agieren hier ein Konsum Lebensmittelmarkt in der Königstraße und Rossmann am Markt. Der weitere, überwiegend kleinflächig strukturierte Einzelhandelsbesatz ist entlang der Königstraße vorzufinden. Im östlichen Ergänzungsbereich am Ellernholzplatz ist ein Penny Lebensmitteldiscounter ansässig. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch Gastronomie, Dienstleistungen und öffentliche Einrichtungen (v. a. Rathaus, Stadtverwaltung, Kirche im Bereich des Marktes / Kirchplatzes).
- In dem nördlich der Innenstadt liegenden Bereich des **Stadtkernes** ist auf den Standortverbund von Netto Marken-Discount / Boizenburger Getränkemarkt hinzuweisen.
- Die **Siedlungsvorstadt** liegt nördlich der Innenstadt. Der Einzelhandelsbesatz wird hier durch die nahversorgungsrelevanten Sortimente geprägt. Neben dem Anbieter Lidl am Keesboom ist hier auf den Standortbereich Dr.-Alexander-Straße / Ludwig-Reinhard-Straße hinzuweisen (ca. 150 m Länge). Neben einem Sky-Supermarkt sind hier noch ein Getränkemarkt (ehemalige Aldi-Fläche), eine Apotheke und ein Optiker ansässig. Auffallend ist ein hoher Leerstandbesatz in der Zeile zwischen dem Sky und dem Getränkemarkt.
- In der Bahnhofsvorstadt ist neben einem Norma-Markt in einer Verbundlage mit einer Apotheke, Lebensmittelhandwerk und Dienstleistungen zunächst auf das **Boize-Center** in einer Gewerbegebietslage in der Ringstraße hinzuweisen. Hier sind neben Sky noch Rossmann, Deichmann, KiK, Ernstings's Family, und Tedi ansässig.
- Am östlichen Stadtrand befindet sich eine weitere Gewerbegebietslage in der Berliner Straße, die aus dem **Plaza Bau- und Gartencenter** (inkl. Bäckerei), Aldi und Bura-Möbel besteht. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite ist Elbe Landhandel vorzufinden.

Karte 1: Lage der Stadt Boizenburg / Elbe und zentralörtliche Struktur



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum mit Teilfunktion OZ
- Mittelzentrum
- Grundzentrum mit Teilfunktion MZ
- Grundzentrum
- Unterzentrum

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

Übersicht 1: Zusammenfassung der wesentlichen Strukturdaten der Stadt Boizenburg / Elbe

Kriterien	Werte für Boizenburg / Elbe
Einwohner 31.12.2014[1]	10.350
Bisherige Einwohnerentwicklung[2]	2011 – 2014
- Stadt Boizenburg / Elbe	+ 1,5 %
- Landkreis Ludwigslust-Parchim	- 0,4 %
Einwohner 2020[3]	11.108
Zentralörtliche Funktion	Grundzentrum; soll gemäß RREP 2011 zu einem Mittelzentrum entwickelt werden
einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex 2014[4]	Bundesdurchschnitt = 100
- Stadt Boizenburg / Elbe	unterdurchschnittlich (92,0)
- Landkreis Ludwigslust-Parchim	unterdurchschnittlich (87,3)
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort 30.06.2015[5]	3.158
Beschäftigtenentwicklung 2013 – 2015[5]	
- Stadt Boizenburg / Elbe	steigend (+ 6,9 %)
- Landkreis Ludwigsburg-Parchim	leicht steigend (+ 1,6 %)
Pendlersaldo 2014[5]	- 1.285
Arbeitslosenquote März 2016[5]	
- Stadt Boizenburg / Elbe	k. A.
- Landkreis Ludwigslust-Parchim	7,4 %
	Veränderung zum Vorjahresmonat = -0,8%

1 Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Stand 31.12.2014
2 Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern
3 ISEK Boizenburg / Elbe 2016
4 MB Research 2014
5 Bundesagentur für Arbeit; Daten vor 2013 unrevidiert und deshalb nicht vergleichbar
GMA-Zusammenstellung 2016

II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Aktueller Einzelhandelsbestand in Boizenburg / Elbe

Zur Erfassung der Angebotssituation wurde Ende Dezember 2015 / Januar 2016 eine Kompletterhebung des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe vorgenommen. Dabei wurden sämtliche Einzelhandelsbetriebe von Mitarbeitern der GMA hinsichtlich verschiedener Kriterien (u. a. Verkaufsfläche, Sortiment, Lagezusammenhang) erfasst.

Zum Zeitpunkt der Erhebung waren in Boizenburg / Elbe insgesamt **77 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer **Gesamtverkaufsfläche von ca. 21.600 m²** ansässig (vgl. Tabelle 4). Die **Bruttoumsatzleistung beträgt ca. 61,3 Mio. €.**

Hiervon entfielen auf Anbieter von **Nahrungs- und Genussmitteln**

- 25 Betriebe (= ca. 32 % des Gesamtbestandes)
- ca. 8.600 m² VK (= ca. 40 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 28,3 Mio. € Bruttoumsatz (= ca. 46 % des Gesamtumsatzes)[16]

Das Angebot an **Nichtlebensmitteln** umfasste

- 52 Betriebe (= ca. 68 % des Gesamtbestandes)
- ca. 13.000 m² VK (= ca. 60 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 33,0 Mio. € Bruttoumsatz (= ca. 54 % des Gesamtumsatzes).

16 Bereinigte Werte, Umsätze der Mehrbranchenunternehmen wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Bedarfsbereichen in Boizenburg / Elbe 2016

	Anzahl Betriebe*	VK in m²**	Umsatz in Mio. €**
Nahrungs- und Genussmittel	**25**	**8.600**	**28,3**
Gesundheit, Körperpflege	7	1.070	7,5
Blumen, zool. Bedarf	3	180	0,9
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	1.960	5,7
Bekleidung, Schuhe, Sport	8		
Elektrowaren, Medien, Foto	5	180	1,4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	9	2.505	5,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	7	6.345	10,0
Optik / Uhren, Schmuck	6	290	1,6
Sonstige Sortimente	5	480	0,9
Nichtlebensmittel insg.	**52**	**13.010**	**33,0**
Einzelhandel insgesamt	**77**	**21.610**	**61,3**

* Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt sowie bereinigte Umsatzleistungen, bei Apotheken nur Umsatzleistung mit nicht verschreibungspflichtigen Waren

GMA-Erhebung 2016, ca.-Werte gerundet. Aus Datenschutzgründen keine Ausweisung von Verkaufsfläche und Umsatzleistung bei weniger als 3 Betrieben.

Der Angebotsschwerpunkt des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe liegt quantitativ betrachtet in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereiches (ca. 9.850 m² Verkaufsfläche bzw. 46 % der Gesamtverkaufsfläche). Dies ist v. a. auf die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 8.600 m² VK sowie den Bereich Gesundheit, Körperpflege mit ca. 1.070 m² VK zurückzuführen. In etwa gleich stark repräsentiert sind die Warengruppen des langfristigen Bedarfsbereiches mit ca. 9.800 m² Gesamtverkaufsfläche, wobei innerhalb dieses Bedarfsbereiches Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf flächenseitig am stärksten (ca. 6.350 m² VK) vertreten ist. Die Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs (ca. 9 % der Gesamtverkaufsfläche) treten hingegen in den Hintergrund. Hier finden sich u. a. Angebote im Bereich Bekleidung, Schuhe, Sport.

Die Analyse der **räumlichen Verteilung** der Einzelhandelsbetriebe zeigt, dass in der Innenstadt rd. 44 % aller Betriebe angesiedelt sind, die jedoch nur einen Verkaufsflächenanteil von 21 % am Gesamtbestand einnehmen. Dezentrale Gewerbegebietslagen weisen weniger Betriebe auf (rd. 22 %) als die Streu- und Nebenlagen (ca. 34 %), allerdings entfällt auf die dezentralen Gewerbegebietslagen ein Großteil der Gesamtverkaufsfläche (ca. 51 %). Der hohe Anteil der Verkaufsfläche ist v. a. auf das Angebot im Boize-Center (Sky, Rossmann, Deichmann etc.) sowie im Bereich des Plaza Bau- und Gartencenters (Plaza, Aldi, Bura, Elbe Landhandel) zurückzuführen.

Die Betrachtung des **Einzelhandelsbestandes der Stadt Boizenburg / Elbe nach Siedlungsbereichen** differenziert macht deutlich, dass die Bahnhofsvorstadt eine stärkere Position in der Versorgung der Gesamtstadt einnimmt.

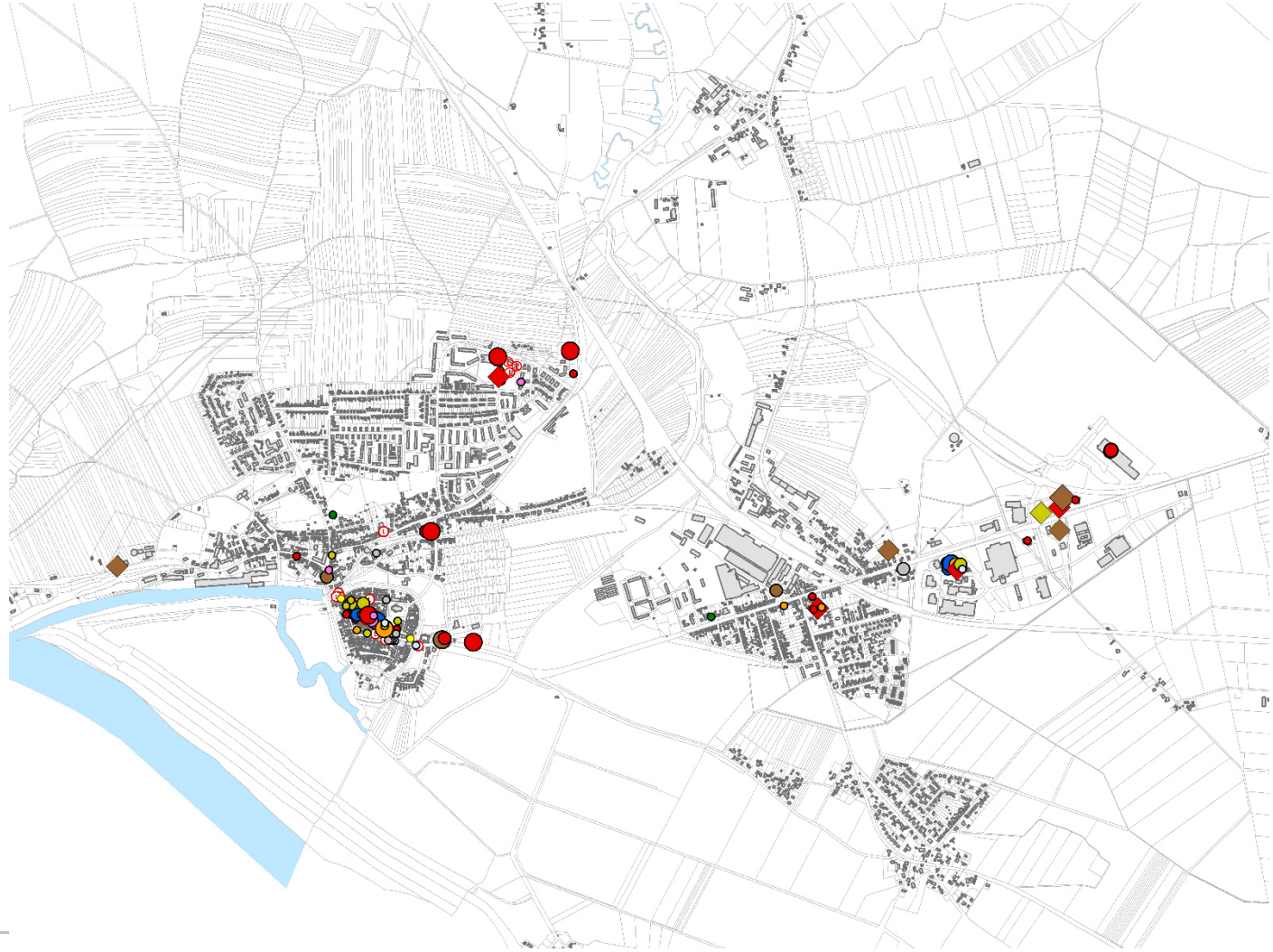
In der Bahnhofsvorstadt sind ca. 57 % der Verkaufsfläche bzw.32 % der Betriebe ansässig. Ca. 31 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. ca. 58 % der Betriebe entfallen auf den Stadtkern.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand der Stadt Boizenburg / Elbe nach Siedlungsbereichen

	Nahrungs- und Genussmittel		Nichtlebensmittel		Einzelhandel gesamt	
	Anzahl Betriebe	VK in m²	Anzahl Betriebe	VK in m²	Anzahl Betriebe	VK in m²
Stadtkern	10	2.400	35	4.220	45	6.620
Bahnhofsvorstadt	10	3.630	15	8.705	25	12.335
Siedlungsvorstadt	5	2.570	2	85	7	2.655
gesamt	**25**	**8.600**	**52**	**13.010**	**77**	**21.610**

GMA-Erhebung 2016, ca.-Werte gerundet

Karte 2: Einzelhandelsstruktur der Stadt Boizenburg / Elbe



Legende

Größenklassen

- über 1.500 m² VK
- 800 m² bis < 1.500 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heim-werkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

- Leerstand

Kartengrundlage:
Boizenburg / Elbe
GMA-Bearbeitung 2016

2. Einzelhandelsausstattung im Vergleich

Zur ersten Einordnung der Einzelhandelsausstattung ist es hilfreich, die Situation im Vergleich mit anderen Städten und Gemeinden zu betrachten. Grundlage hierfür sind sogenannte Versorgungskennziffern, die die Einzelhandelsausstattung der Kommunen auf die Einwohnerzahl beziehen und somit vergleichbar machen. Als Vergleichswert dient die vergleichbare Größenordnung mit einer Einwohnerzahl von 10.001 – 15.000.[17] Die Referenzwerte dienen dabei nicht als Zielgruppe oder Richtwert, sondern lediglich der quantitativen Einordnung des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe. Der **Einzelhandelsbesatz** in Boizenburg / Elbe lässt sich wie folgt charakterisieren:

- Die Stadt Boizenburg / Elbe verfügt im gesamten Einzelhandel über ca. 7,4 Einzelhandelsbetriebe je 1.000 Einwohner (Referenzwert: 7,8). Davon entfallen ca. 2,4 Betriebe auf den Nahrungs- und Genussmittelsektor (Referenzwert: 2,6) und ca. 5,0 Einzelhandelsbetriebe auf den Nichtlebensmittelsektor (Referenzwert: 5,2).

- Bezogen auf 1.000 Einwohner existiert im gesamten Einzelhandel ein Verkaufsflächenbesatz von ca. 2.088 m² Verkaufsfläche (Referenzwert: ca. 1.794 m²), davon ca. 831 m² im Nahrungs- und Genussmittelsektor (Referenzwert: ca. 582 m²) und ca. 1.257 m² im Nichtlebensmittelsektor (Referenzwert: ca. 1.212 m²).

Die Gegenüberstellung mit den Durchschnittswerten der GMA-Kennziffernstudie zeigt, dass zum jetzigen Zeitpunkt eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Boizenburg / Elbe vorliegt. Im Nahrungs- und Genussmittelbereich liegt die Ausstattung auf einem deutlich überdurchschnittlichen Niveau. Im Nichtlebensmittelbereich dagegen liegt in der Stadt Boizenburg / Elbe eine in etwa durchschnittliche Ausstattung vor. Bei einer genaueren Betrachtung differenziert nach Branchen, lassen sich neben dem Bereich „Nahrungs- und Genussmittel“ gute Ausstattungswerte für die Bereiche „Gesundheit, Körperpflege“, „Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf“ sowie für das Segment „Optik / Uhren Schmuck“ festhalten. Für die anderen Branchen im Nichtlebensmittelbereich ist tlw. ein deutlich unterdurchschnittlicher Besatz festzuhalten. Bei der Bewertung der Ausstattung im Nichtlebensmittelbereich ist jedoch die Nähe und gute Anbindung an das Oberzentrum Lüneburg zu berücksichtigen, welches ein umfassendes Angebot aufweist und damit den bedeutendsten Wettbewerbsstandort darstellt.

[17] vgl. GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2012.“ Kategorie Baden-Württemberg 5.000 – 10.000 Einwohner.

3. Zentralitätskennziffer

Als wichtige Orientierung für die Versorgungsbedeutung einer Kommune sowie für deren Entwicklungspotenzial dient die **Zentralitätskennziffer**. Diese lässt sich durch eine Gegenüberstellung von Kaufkraft und Umsatz errechnen. Dabei deuten Zentralitätswerte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Netto-Kaufkraftabfluss an.

Für den Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 28,3 Mio. €	:	ca. 18,7 Mio. €	=	ca. 151 %
(Umsatz in Boizenburg / Elbe)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Boizenburg / Elbe)		(Zentralität)

Für den Bereich **Nichtlebensmittel** beträgt die Zentralitätskennziffer

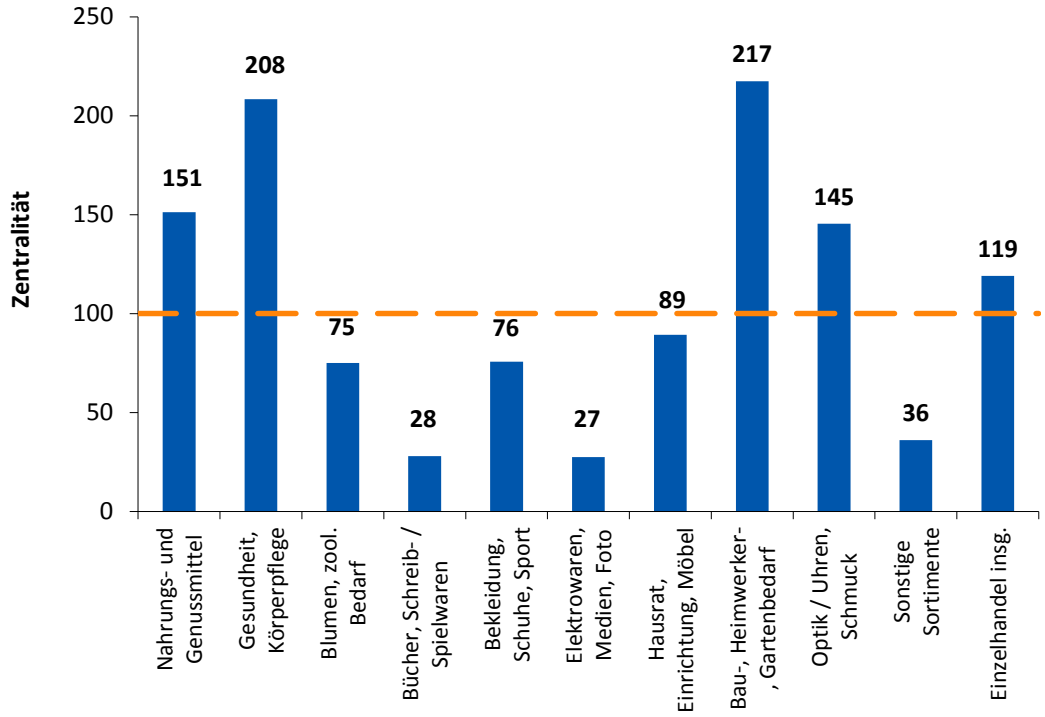
ca. 33,0 Mio. €	:	ca. 32,8 Mio. €	=	ca. 101 %
(Umsatz in Boizenburg / Elbe)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Boizenburg / Elbe)		(Zentralität)

Für den Einzelhandel insgesamt beträgt die Zentralitätskennziffer

ca. 61,3 Mio. €	:	ca. 51,5 Mio. €	=	ca. 119 %
(Umsatz in Boizenburg / Elbe)		(Kaufkraft der Wohnbevölkerung von Boizenburg / Elbe)		(Zentralität)

Die **Zentralität** der Stadt Boizenburg / Elbe ist überdurchschnittlich ausgeprägt. Insbesondere im nahversorgungsrelevanten Bereich ist die hohe Zentralität für Nahrungs- und Genussmittel (151 %) hervorzuheben. Im Nichtlebensmittelbereich kann angesichts der Nähe zum Oberzentrum Lüneburg eine vergleichsweise niedrigere Zentralität festgestellt werden. Während in einigen Warengruppen (v. a. Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf sowie Gesundheit und Körperpflege) nennenswerte Kaufkraftzuflüsse zu verzeichnen sind, werden in sämtlichen anderen Warengruppen (insb. Bücher, Schreib-, Spielwaren, Elektrowaren, Medien, Foto, aber auch Bekleidung, Schuhe, Sport) Kaufkraftabflüsse festgestellt.

Abbildung 5: Zentralität nach Warengruppen



GMA-Erhebungen 2016

4. Nachfragesituation

4.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe

Die Definition eines Marktgebietes für den Einzelhandel in Boizenburg / Elbe bietet eine wichtige Voraussetzung für die Ermittlung des zur Verfügung stehenden Kaufkraftpotenzials. Als Marktgebiet wird dabei derjenige Bereich definiert, innerhalb dessen die Verbraucher regelmäßig den Einzelhandelsstandort Boizenburg / Elbe aufsuchen.

Zur Abgrenzung und Einteilung des Marktgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- wesentliche Strukturdaten des Untersuchungsraums (z. B. Siedlungsstruktur, Pendlerbeziehungen, Wirtschaftsstruktur) und die daraus zu ziehenden Schlussfolgerungen
- die Verkehrserschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- die Angebotssituation in den umliegenden Städten und Gemeinden
- Ergebnisse aus anderen GMA-Untersuchungen in der Region (u. a. Lauenburg / Elbe, Lüneburg)
- Vorgaben des Regionalen Raumentwicklungsprogrammes Westmecklenburg.

Unter Berücksichtigung der o. g. Faktoren lässt sich für den Einzelhandel in Boizenburg / Elbe folgendes Einzugsgebiet abgrenzen:

- Zone I Boizenburg / Elbe ca. 10.350 EW
- Zone II Bengerstorf, Besitz, Brahlstorf, Dersenow, Gresse, Greven, Neu Gülze, Nostorf, Schwanheide, Teldau, Tessin b. Boizenburg, Vellahn ca. 10.210 EW
- **Gesamt** **ca. 20.560 EW[18].**

Das Marktgebiet des Einzelhandels wird durch leistungsstarke Einzelhandelsstandorte im Umfeld begrenzt. Hier sind v. a. das Unterzentrum Lauenburg / Elbe und das Oberzentrum Lüneburg zu benennen.

Des Weiteren ist zu beachten, dass nicht alle in Boizenburg / Elbe ansässigen Einzelhandelsbetriebe in gleichem Umfang in das Marktgebiet ausstrahlen. Auf einzelbetrieblicher Ebene bestehen z. T. Kundenverflechtungen, die über das abgegrenzte Marktgebiet hinausgehen. Die Anziehungskraft hängt – neben der Fristigkeit des Bedarfs – v. a. von der Attraktivität und Größe des Anbieters ab.

4.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Boizenburg / Elbe

Nach Berechnung des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) für die abgegrenzten Bedarfsgüter pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. 5.410 €.[19]

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel ca. 1.968 € p. a.
- Nichtlebensmittel ca. 3.442 € p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft das lokale Kaufkraftniveau zu berücksichtigen. MB Research errechnet die Kaufkraftkoeffizienten auf der Grundlage der Steuerstatistik. Für Boizenburg / Elbe liegt der Kaufkraftkoeffizient mit 92,0 auf einem im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100,0) unterdurchschnittlichem Niveau, jedoch oberhalb des Wertes des Landkreises Ludwigslust-Parchim (=87,3)[20].

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für das Marktgebiet von Boizenburg / Elbe ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen

18 Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Stand: 31.12.2014.
19 ohne Anteil verschreibungspflichtiger Medikamente bei Apotheken.
20 Quelle: MB-Research, Nürnberg 2014.

von ca. **98,5 Mio. €.** Vereinzelt ist darüber hinaus auch mit Kunden aus den umliegenden Kommunen (u. a. Pendler) zu rechnen, die sich jedoch lediglich auf einzelne Anbieter beziehen.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für das Marktgebiet der Stadt Boizenburg / Elbe wie in nachfolgender Tabelle dargestellt.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe

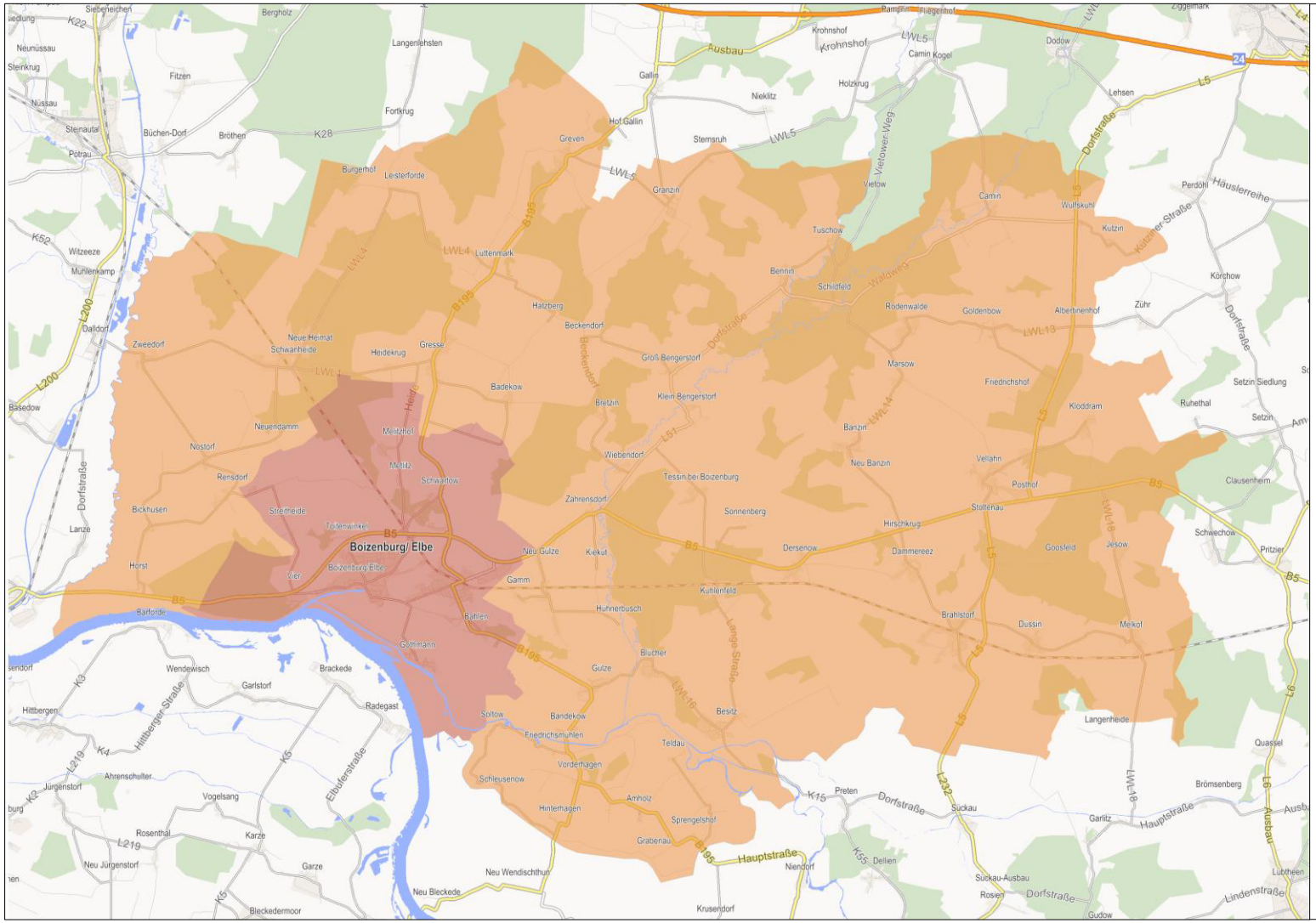
Hauptwarengruppen	Kaufkraft 2016 in Mio. €		
	Zone I	Zone II	Insgesamt
Nahrungs- und Genussmittel	**18,7**	**17,1**	**35,8**
Gesundheit, Körperpflege	3,6	3,3	6,9
Blumen, zool. Bedarf	1,2	1,1	2,3
kurzfristiger Bedarf insgesamt	**23,5**	**21,5**	**45,0**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2,5	2,3	4,8
Bekleidung, Schuhe, Sport	6,6	6,0	12,6
mittelfristiger Bedarf insgesamt	**9,1**	**8,3**	**17,4**
Elektrowaren, Medien, Foto	5,1	4,6	9,7
Hausrat, Einrichtung, Möbel	5,6	5,1	10,7
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	4,6	4,2	8,8
Optik / Uhren, Schmuck	1,1	1,0	2,1
Sonstige Sortimente	2,5	2,3	4,8
langfristiger Bedarf insgesamt	**18,9**	**17,2**	**36,1**
Nichtlebensmittel insgesamt	**32,8**	**29,9**	**62,7**
Einzelhandel insgesamt	**51,5**	**47,0**	**98,5**

GMA-Berechnungen 2016 (ca.-Werte gerundet)

Differenziert nach Hauptwarengruppen entfallen

- auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 35,8 Mio. € (ca. 36 %)
- auf Nichtlebensmittel ca. 62,7 Mio. € (ca. 64 %).

Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe



Legende

- Zone I
- Zone II

Quelle: erstellt mit RegioGraph Planung; GMA-Bearbeitung 2016

5. Stärken-Schwächen-Profil des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe

Zusammenfassend kann die Situation in Boizenburg / Elbe im nachfolgenden Stärken- und Schwächen-Profil dargestellt werden:

Stärken	Schwächen
Rahmenbedingungen	
+ attraktiver Wohnstandort, weitere Wohngebietsentwicklung + positive Bevölkerungsentwicklung bis 2020 + überdurchschnittliches Kaufkraftpotenzial im Vergleich zum Landkreis Ludwigslust-Parchim + gute überregionale Erreichbarkeit + gute ÖPNV-Anbindung durch regionale Busverbindungen / Regionalbahn + städtebaulich attraktiver Marktplatz + gute Infrastruktur (Ärztehaus, Firmen, KiTas, Schulen, Gymnasium)	– Konkurrenz zwischen einzelnen Kommunen im Umland in allen Bereichen (Wohnen, Wirtschaft, Einzelhandel etc.) – disperse Siedlungsstruktur, siedlungsräumliche Trennung des Stadtgebiets – Auspendlerüberschuss – Vergleichsweise geringe Zahl der Beschäftigten pro 1.000 Einwohner, jedoch über dem Durchschnitt des Landkreises – Verkehrliche Herausforderungen in der Innenstadt – negativer Saldo der natürlichen Bevölkerungsentwicklung – Fehlende überregionale Bekanntheit als Tourismusdestination.
Einzelhandel / Dienstleistungen / Gastronomie	
+ nennenswerter Teil der Einzelhandelsbetreibe in der Innenstadt + Grundversorgungsangebot gut ausgeprägt + Tlw. moderner Versorgungsstandort mit Lebensmittelmärkten und Drogeriefachmärkten + Leistungsstarke Standorte Boize-Center und Plaza-Center + Dienstleistungsangebote als Ergänzung des Einzelhandels in der Innenstadt + kleinteiliger, inhabergeführter Facheinzelhandel + Wochenmarkt, Veranstaltungen	– Gliederung der Kernstadt in drei Siedlungsgebiete erschwert Herausbildung eines leistungsfähigen Zentrums – Leerstände in zentraler und dezentraler Lage vorhanden – starke regionale Konkurrenzsituation durch Nähe zum Oberzentrum Lüneburg sowie zum Unterzentrum Lauenburg / Elbe – damit einhergehend eingeschränkte Entwicklungsmöglichkeiten – unterdurchschnittliche Ausstattung v. a. im mittelfristigen Bedarfsbereich. Starke Kaufkraftabflüsse an umliegende Einzelhandelsstandorte – Lücken im Gastronomie- und Hotelangebot – Insb. abends geringe Frequenz in der Innenstadt

GMA-Aufstellung 2016

III. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe

1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose 2020

Die Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet bis zum Prognosehorizont 2020 ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von der künftigen Entwicklung des Verbraucherverhaltens (z. B. Onlinehandel) sowie der soziodemografischen Entwicklung abhängig. Unter Berücksichtigung der bisherigen Entwicklung und der Prognose des ISEK 2016 ist für die Stadt Boizenburg / Elbe für die nachfolgende Berechnung der Kaufkraftpotenziale von einer positiven Einwohnerentwicklung auszugehen. Demnach wird die Stadt Boizenburg / Elbe im Prognosejahr 2020 knapp 11.110 Einwohner aufweisen.

Auf Grundlage der in Boizenburg / Elbe erfassten Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung ergibt sich für das Prognosejahr 2020 ein Kaufkraftvolumen von insgesamt ca. 57,3 Mio. €. Damit ist mit einer Zunahme der verfügbaren Kaufkraft (+ 5,8 Mio. €) zu rechnen. Diese resultiert aus einer stark positiven Einwohnerentwicklung, die durch die zu erwartende Zunahme der Pro-Kopf-Ausgaben von derzeit 5.410 € auf ca. 5.617 € im Jahr 2020 komplettiert wird.

Tabelle 7: Kaufkraftprognose 2020 für das Marktgebiet des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe

Hauptwarengruppen	Kaufkraft 2020 in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	**20,8**
Gesundheit, Körperpflege	4,1
Blumen, zool. Bedarf	1,4
kurzfristiger Bedarf insgesamt	**26,3**
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2,7
Bekleidung, Schuhe, Sport	7,4
mittelfristiger Bedarf insgesamt	**10,1**
Elektrowaren, Medien, Foto	5,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel	6,2
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	5,1
Optik / Uhren, Schmuck	1,2
Sonstige Sortimente	2,8
langfristiger Bedarf insgesamt	**20,9**
Nichtlebensmittel insgesamt	**36,5**
Einzelhandel insgesamt	**57,3**

GMA-Berechnungen 2016 (ca.-Werte gerundet)

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

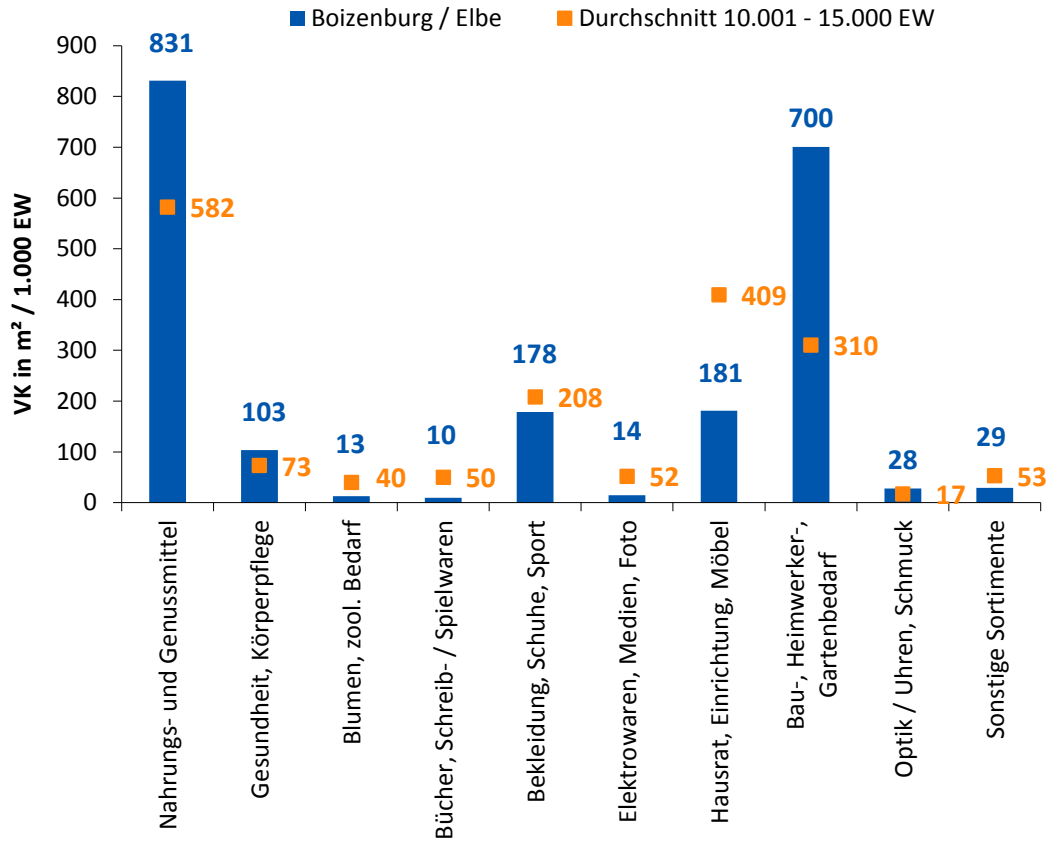
In den einzelnen Branchenbereichen werden auf Basis der Standortrahmenbedingungen, der Nachfrage- und bestehenden Angebotssituation branchenspezifische Entwicklungspotenziale abgeleitet. Hierzu ist zur Bewertung neben der lokalen Situation noch die Wettbewerbssituation im Umfeld von Boizenburg / Elbe in Kürze darzustellen:

Tabelle 8: Wettbewerbssituation im Umland von Boizenburg / Elbe

Wettbewerbsstandort im Umland (Entfernung zu Boizenburg / Elbe)	Strukturprägende Anbieter (z. T. nach Bedarfsbereichen)*	
Gresse (9 km Entfernung)	Kurzfristig	Konsum
Vellahn (20 km Entfernung)	Kurzfristig	Konsum, Penny
Lauenburg / Elbe Innenstadt (13 km Entfernung)	Kurzfristig	Lidl, Aldi, Penny, Edeka, Rossmann
	Mittelfristig	KiK, NKD, MC Moden, Ernsting's Family, Schuh Armbruster, K+K Schuhe
	Langfristig	Dänisches Bettenlager, Zweirad Sandmann, Haushaltswaren Kruse, Mäc Geiz, T€di
Lauenburg / Elbe übriges Stadtgebiet (14 - 15 km Entfernung)	Kurzfristig	Famila, Rewe
	Mittelfristig	-
	Langfristig	Lauenburger Baumarkt
Lüneburg (30 - 40 km Entfernung)	Vielzahl an Anbietern in allen Bedarfsbereichen	

* Liste erhebt nicht den Anspruch auf Vollständigkeit
Quelle: GMA-Zusammenstellung 2016

Abbildung 6: Einzelhandelsausstattung im Vergleich



GMA-Erhebung 2016 sowie weitere GMA-Analysen

- Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** ist unter quantitativen Gesichtspunkten eine weit überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung in Relation zur Einwohnerzahl von Boizenburg / Elbe festzuhalten. Die Zentralität im Lebensmittelbereich von 151 % ist für Boizenburg / Elbe als positiv zu bezeichnen. Rechnerisch fließt keine Kaufkraft an andere Standorte im Umfeld ab. Die Lebensmittelversorgung in Boizenburg / Elbe wird im Wesentlichen durch zwei Sky-Supermärkte, einen Konsum-Markt und fünf Lebensmitteldiscounter sichergestellt. Hinzu kommt das Lebensmittelhandwerk sowie verschiedene Spezialanbieter (Getränkemarkte, Tankstellenshops). Bei einer rein quantitativen Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung sind somit kaum weitere Entwicklungspotenziale im Lebensmittelbereich vorhanden.

- Im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** ist mit zwei Rossmann-Drogeriefachmärkten ein zukunftsfähiges und attraktives Angebot vorhanden. Aktuell besteht sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch der Einzelhandelszentralität eine sehr gute Ausstattung im Drogeriewarenbereich. Zusammen mit vier Apotheken und einem Sanitätshaus ist der Bereich Gesundheit und Körperpflege gut aufgestellt. Hinzu kommen

die Sortimentsanteile der Lebensmittelanbieter. Ein größerer Entwicklungsbedarf in diesem Segment ist daher nicht zu erkennen.

- In der Warengruppe **Blumen / zoologischer Bedarf** sind drei Blumenfachgeschäfte zu nennen. Der Bereich zoologischer Bedarf wird in Boizenburg / Elbe ausschließlich über die Lebensmittelmärkte und die Drogeriemärkte abgedeckt. Trotz der gewissen Ausstattung, die ganz überwiegend durch die Blumenläden und Lebensmittel- / Drogeriemärkte getragen wird und des überörtlichen Wettbewerbes sind gewisse Potenziale speziell im Segment „Tierbedarf/-nahrung“ darstellbar.

- Bei **Büchern, Schreibwaren / Spielwaren** liegt die Verkaufsflächenausstattung in Bezug auf die Einwohnerzahl auf einem unterdurchschnittlichen Niveau. Lediglich die Elbe-Buchhandlung, B&B Partner Bürobedarf, eine Teilverkaufsfläche bei Gumz & Miek für Schreib- / Spielwaren sowie Teilverkaufsflächen für Zeitschriften in den Tankstellen-Shops und in den Lebensmittelmärkten sind hier zu nennen. Grundsätzlich sind in diesem Segment zwar noch Entwicklungsspielräume denkbar, jedoch werden diese aufgrund der räumlichen Nähe zu Lüneburg, den allgemeinen Konzentrations- und Marktbereinigungsprozessen (u. a. im Buchhandel, siehe Weltbild) und dem sich verstärkenden Online-Handel deutlich eingeschränkt. Eine Ausweitung des Angebotes wäre jedoch grundsätzlich vor dem Hintergrund der geringen Verkaufsflächenausstattung und auch niedrigen Kaufkraftbindung möglich und wünschenswert.

- Im Segment **Bekleidung / Schuhe / Sport** sind in Boizenburg / Elbe acht Fachmärkte / Fachgeschäfte ansässig. Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 59 %) ist dabei im Boize-Center vorzufinden. Insgesamt ist die Verkaufsflächenausstattung bezogen auf die Einwohnerzahl etwas unterdurchschnittlich: auch hier ist in erster Linie das vorhandene Angebot in Lüneburg anzuführen. Die Erweiterung des Angebotes insb. in der Innenstadt wäre denkbar und wünschenswert.

- Im Segment **Elektrowaren** sind zwei Spezialanbieter und drei Mobilfunkanbieter in Boizenburg / Elbe ansässig. Vor dem Hintergrund der vorhandenen starken Angebotssituation im Umland mit v. a. MediaMarkt, MediMax, Expert Behning in Lüneburg ist und auch unter Berücksichtigung der zunehmenden Bedeutung des Online-Handels bzw. des fortschreitenden Strukturwandels im Elektrobereich ist nur bedingt von einer Ausweitung des Angebotes in Boizenburg / Elbe auszugehen.

- Im Segmenten **Haushaltswaren / GPK und Raumausstattung** ist neben einem T€di-Fachmarkt auf sechs weitere Fachgeschäfte hinzuweisen. Gewisse Potenziale i. S. von Modernisierungen wären denkbar. Im Segment „**Einrichtung / Möbel**“ ist auf das Boizenburger Möbelhaus in der Innenstadt und Bura Möbel am dezentralen Standort

Plaza-Center zu verweisen. Deutliche Einschränkungen bildet auch hier das Möbelangebot in Lüneburg, Hamburg und Umgebung. Der Bereich „**Lampen / Leuchten**“ wird in Boizenburg / Elbe durch die Fachabteilung im Plaza-Center abgedeckt. Durch die Überlagerungen mit Möbelhäusern im Umland sind weitere Entwicklungsspielräume sehr begrenzt. Dennoch sind Fachmärkte in Teilsegmenten wie Matratzen denkbar.

- Im Segment **Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf** ist auf sieben Anbieter hinzuweisen. Als wichtigste Anbieter sind hier v. a. Plaza Bau- und Gartencenter, Boizenburger Fliesenmarkt, Elbe-Landhandel, Eisen Heinrich und Gärtnerei am Elbberg zu nennen. Insgesamt liegt in diesem Segment eine weit überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung vor, so dass hier kaum weiterer Entwicklungsspielraum festzustellen ist.

- Im Segment **Optik, Uhren / Schmuck** sind sechs Anbieter vorhanden. Hier sind nur begrenzte Entwicklungspotenziale erkennbar.

- **Sonstiger Einzelhandel**: Hier ist auf zwei Anbieter im Fahrrad-Segment, ein Angel-shop sowie Anbieter von Autoschildern und Münzen bzw. Gold An- / Verkauf hinzuweisen. Bei den sonstigen Sortimenten ergeben sich im Einzelfall noch Möglichkeiten (etwa Nischenanbieter).

Zusammenfassend kann damit hinsichtlich der Entwicklungspotenziale für die Stadt Boizenburg / Elbe festgehalten werden:

- Im **Lebensmittelbereich** ist lediglich ein qualitatives Entwicklungspotenzial (insb. bei Sky in der Siedlungsvorstadt) vorhanden, welches zur Modernisierung der Angebotsstrukturen herangezogen werden sollte. Denkbar wäre auch eine Sky-Verlagerung (in Rede steht der Standort in der Schwartower Straße unweit von Lidl), da die aktuelle Lage in der Siedlungsvorstadt bedingt durch die Anfahrbarkeit und Gebäudestruktur nicht den modernen Standortanforderungen entspricht. Auch ein alternativer Vollsortimentsanbieter würde das Angebot im Lebensmittelbereich qualitativ aufwerten, wobei hier u. U. mit Marktaustritten zu rechnen wäre (vgl. Kapitel V)

- Im **Nichtlebensmittelbereich** wären auf Basis des vorhandenen Nachfragepotenzials Entwicklungschancen darstellbar. Aufgrund der ausgeprägten Wettbewerbssituation im Umland werden diese Potenziale für zusätzliche Verkaufsflächen jedoch stark eingeschränkt. Unabhängig von dieser Gesamteinschätzung besteht jedoch insbesondere für Nischenanbieter, z. B. Betriebe mit hoch spezialisiertem Sortiment oder mit hoher Serviceorientierung, stets die Möglichkeit für eine erfolgreiche Marktpositionierung. Investitionen in der Innenstadt von Einzelhändlern, aber auch von Dienstleistungsbetrieben sind daher stets zu begrüßen und können zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt beitragen.

Vor dem Hintergrund der festgestellten Angebots- und Kaufkraftsituation sowie der Wettbewerbskonstellation im Umland sind dabei nur noch begrenzte Entwicklungspotenziale vorhanden. Dennoch sind im Hinblick auf eine Weiterentwicklung des Standortes Boizenburg / Elbe mögliche Angebotsergänzungen ableitbar:

- Diversifizierung des Angebotes im Lebensmittelvollsortimentsbereich
- Zoologischer Bedarf
- Bekleidung und Schuhe
- Einrichtungszubehör wie z. B. Matratzen
- Kfz- bzw. Motorrad-Zubehör.

Insgesamt stehen eine verbesserte Positionierung des Standortes Boizenburg / Elbe sowie eine stärkere Bindung der Kaufkraft der Wohnbevölkerung im Vordergrund. An dieser Stelle ist jedoch bereits auf folgende Aspekte hinzuweisen, die einschränkend auf die Realisierung einzelner o. g. Nutzungen wirken werden:

- begrenztes Marktgebiet bzw. Bevölkerungspotenzial in Boizenburg / Elbe
- Nähe zum Oberzentrum Lüneburg
- mangelnde Flächenverfügbarkeit für größere Flächeneinheiten in zentraler Lage (insb. für zentrenrelevante Sortimente).

3. Standortbezogene Entwicklungsmöglichkeiten

Nachdem in den vorangegangenen Kapiteln die quantitativen und qualitativen Entwicklungspotenziale von Boizenburg / Elbe dargestellt wurden, sind die Entwicklungspotenziale um die räumliche Komponente zu ergänzen. Dazu werden die bestehenden wesentlichen Einzelhandelslagen von Boizenburg / Elbe

- Innenstadt
- Nahversorgungslagen
- Sonderstandort „Boize-Center“
- Sonderstandort „Plaza-Center“

hinsichtlich ihrer Eignung für die Einzelhandelsentwicklung analysiert.

Die **Innenstadt von Boizenburg / Elbe** weist einzelhandelsbezogen hauptsächlich eine lokale (Nah-)Versorgungsbedeutung auf. Die Weiterentwicklung insbesondere in den zentrenrelevanten, innenstadttypischen Segmenten wie Bücher, Zeitschriften, Spielwaren und Bekleidung, Schuhe wäre i.S. der Aufwertung wünschenswert. Sichtbare Leerstände auch in der Haupteinkaufslage Königstraße lassen jedoch erkennen, dass hier die wünschenswerten Entwicklungspotenziale begrenzt sind. Folglich steht für die zentrale Lage in erster Linie die Sicherung des Bestandes im Vordergrund.

Der **Nahversorgungsstandort Dr.-Alexander-Straße** stellt eine siedlungsstrukturell integrierte Lage in der Siedlungsvorstadt dar und weist einen erkennbaren Investitionsstau auf. Die Ladenzeile mit Sky / Getränkemarkt entspricht weder in Hinblick auf die Gebäudestruktur / Bausubstanz noch bezüglich der verkehrlichen Erreichbarkeit den modernen Standortanforderungen im Lebensmitteleinzelhandel. Auffallend ist zudem eine hohe Leerstandbildung. Weitere Entwicklungsmöglichkeiten sind hier nicht realistisch. Denkbar wäre eine Standortverlagerung in eine wohngebietsbezogene Lage an einer Hauptverkehrsachse (in der Diskussion ist eine Standortverlagerung in die Schwartower Straße). Der Standort der jetzigen Sky-Immobilie sollte im Fall einer Nachnutzung zur Schaffung von Wohneinheiten herangezogen werden.

Die **übrigen Nahversorgungsstandorte** (Netto, Lidl, Norma) sind als leistungsfähig einzustufen und weisen derzeit keinen dringenden Modernisierungsbedarf auf. Dennoch sind hier Modernisierungen im Bestand nicht zu beanstanden. Erweiterungen müssen einer Einzelfallprüfung vorbehalten bleiben.

Der Sonderstandort **„Boize-Center“** stellt einen noch stabilen Solitärstandort mit einer Versorgungsbedeutung für das gesamt Marktgebiet dar. Betrachtet man die Flächenverfügbarkeit, dann sind in diesem Bereich nördlich der Berliner Straße noch Flächen vorhanden, die unbebaut sind. Da es sich hierbei um nicht integrierte Standortlagen handelt, sollten mögliche weitere Handelsnutzungen ausschließlich auf nicht zentrenrelevante Sortimente beschränken.

Die anstehenden Umbaumaßnahmen im Boize-Center, sofern sie einer Modernisierung dienen und keine Erweiterung des zentrenrelevanten Angebotes mit sich bringen, sind zu begrüßen.

Der Sonderstandort **„Plaza-Center“** spielt in Hinblick auf die nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimente eine wichtige Rolle in Boizenburg / Elbe und im übrigen Marktgebiet. Unbebaute Flächen sind noch unmittelbar südlich der B 5 vorhanden. Die Ansiedlung von zentrenrelevanten Einzelhandelsnutzungen ist auch hier nicht zu empfehlen. Modernisierungen im Bestand / Neuansiedlungen von nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind nicht zu beanstanden.

IV. Einzelhandelskonzept für die Stadt Boizenburg / Elbe

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe ist die Verabschiedung eines Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte. Dieses hat die übergeordneten Ziele der Landes- und Regionalplanung zu berücksichtigen.

Als **wesentliche Ziele des Einzelhandelskonzeptes** können festgehalten werden:

- Stabilisierung der Innenstadt als wichtige Einzelhandelslage
- Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der wohnortnahen Grundversorgung mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
- geregelte Entwicklung in den Gewerbegebieten und Sonderstandorten.

Zur Steuerung des Einzelhandels auf kommunaler Ebene werden zwei einander bedingende und aufeinander aufbauende städtebauliche Konzepte benötigt:

- **Sortimentskonzept**: Die Sortimentsliste definiert ortsspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

Mit dem vorgeschlagenen Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete Entwicklung der Stadt Boizenburg / Elbe geschaffen werden. Es ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass ein Einzelhandelskonzept nur die entsprechenden Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitstellt. Es entbindet jedoch nicht von weiteren aktiven Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen an städtebaulich gewünschten Standorten (v. a. in der Innenstadt).

Abbildung 7: Standort und Sortimentskonzept

GMA Empfehlungen 2016

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die Grundlage für eine bauplanungsrechtliche Steuerung von Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Eignung der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen dem zentralen Versorgungsbereich zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden können bzw. sollen. Hierzu wird differenziert in zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente:

- Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante** Sortimente Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).

- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der **Nahversorgung** der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als nahversorgungsrelevant zu bezeichnen.

- Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

Im **RREP Westmecklenburg**[21] wird auf die Sortimente Bezug genommen, die im LEP Mecklenburg-Vorpommern als zentren- bzw. nicht zentrenrelevant bezeichnet wurden.

> „Für die Entwicklung bzw. Vitalisierung der Innenstädte und anderer zentraler Versorgungsbereiche ist ein lebendiger und attraktiver Einzelhandel unbedingt notwendig. Er trägt in Verbindung mit anderen Innenstadtfunktionen wie Wohnen, Arbeiten, Kultur, Gastronomie entscheidend zur Stärkung der Innenstadtbereiche der Zentralen Orte bei. Zentrenrelevante Sortimente sollen möglichst weitgehend in den Innenstädten angesiedelt werden, wie z. B.: Bekleidung, Schuhe, Lederwaren, Uhren, Schmuck, Accessoires, Parfümeriewaren, Kosmetik, Kunstgewerbe, Haus- und Heimtextilien, Unterhaltungselektronik, Elektrowaren, Computer, Musikalienhandel, Haushaltswaren, Bücher, Papier/Schreibwaren, Foto, Campingartikel, Fahrräder und Zubehör, Zooartikel, Spielwaren, Sportartikel.
>
> Nahversorgungsrelevante Sortimente sollen grundsätzlich wohnortnah entwickelt werden, das schließt auch - insbesondere bei kleineren Orten - die Ansiedlung in den Innenstädten/Ortsmitte ein, z. B. Lebensmittel, Getränke, Drogerie, Blumen, Zeitschriften.
>
> Periphere, autokundenorientierte Lagen bleiben weitestgehend Einzelhandelseinrichtungen mit flächenintensiven nicht zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten, z. B.: Bau- und Heimwerkerbedarf, Gartenbedarf, Möbel. Da derartige großflächige Fachmärkte in der Regel neben den nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auch zentrenrelevante Randsortimente (bau-, garten- bzw. möbelmarkttypische Randsortimente) führen, die häufig für sich betrachtet bereits Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO befürchten lassen, ist eine gesonderte Prüfung erforderlich.“

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Aspekte:

21 Regionales Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011, Begründung zu 4.3.2 (4) und (5)

- Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- Flächenbedarf
- Bedeutung für die Attraktivität des Ortskerns (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)
- Synergieeffekte zu anderen, typischerweise im Ortskern vorhandenen Sortimenten (Kopplungseffekte)
- städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz
- räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet.

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant** einzustufen, wenn sie

- Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Ortsmitte beitragen
- für einen einfachen Transport geeignet sind (ohne Pkw; sog. Taschenkäufer)
- geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- Bestandteil des innerörtlichen Branchenmix sind
- Synergien zu anderen Sortimenten im Ortszentrum aufzeigen (z. B. Schuhe + Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind demnach Warengruppen zuzuordnen:

- die eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- die häufig nachgefragt werden (mehrmals pro Woche)
- bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht-zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- hohe Flächenansprüche bestehen
- die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- eine nur geringe Attraktivität für innerörtliche Lagen besteht (z. B. Möbel)
- keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Zur weiteren differenzierten Bewertung der Einzelsortimente werden insofern folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Zentrenrelevanz zugrunde gelegt.

Übersicht 2: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in der Ortsmitte	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	städtebauliche Zielsetzungen, räumliche Verkaufsflächenverteilung

GMA-Darstellung 2016

Die nachfolgende Übersicht stellt die Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Boizenburg / Elbe dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und unter Berücksichtigung konkreten örtlichen Gegebenheiten in Boizenburg / Elbe den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. Hierbei fließen auch wesentliche Erkenntnisse aus dem Regionalplan Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011 und die dort angewandten Begrifflichkeiten ein.

Das Instrumentarium der Sortimentsdifferenzierung (innenstadtrelevant – nicht innenstadtrelevant) hat sich als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die innenstadtrelevanten Sortimente in den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

a) Die positive Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen.

b) Die negative Festsetzung, d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Boizenburg / Elbe zukünftig gesteuert werden kann.

Tabelle 9: Boizenburger Sortimentsliste

Zentren- und nahversorgungs-relevante Sortimente	nicht-zentrenrelevante Sortimente
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ▪ Lebensmittel inkl. Lebensmittelhandwerk, Tabakwaren ▪ Getränke ▪ Reformwaren ▪ Drogerieartikel (inkl. Wasch- und Putzmittel) ▪ Apothekenwaren ▪ Schnittblumen ▪ Tiernahrung ▪ Zeitschriften **zentrenrelevante Sortimente** ▪ Parfümerie, Kosmetik ▪ Bücher, Bürobedarf, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf, ▪ Spielwaren und Bastelartikel ▪ Sanitätswaren, Orthopädie ▪ Oberbekleidung, Wäsche ▪ Wäsche, Wolle, Kurzwaren / Handarbeiten, Stoffe, sonstige Textilien ▪ Schuhe, Lederwaren, Modewaren ▪ Sportartikel (inkl. Bekleidung) ▪ Unterhaltungselektronik ▪ Computer, Geräte der Telekommunikation ▪ Elektrowaren (weiße / braune Ware) ▪ Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche ▪ Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, Kunstgewerbe ▪ Uhren, Schmuck, Accessoires ▪ Campingartikel, Fahrräder und Zubehör ▪ Musikalienhandel	▪ Lebende Tiere, Zooartikel, Tierpflegemittel ▪ Baby- / Kinderartikel ▪ Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel ▪ Lampen / Leuchten, Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf ▪ Möbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Antiquitäten ▪ Matratzen, Bettwaren ▪ Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren und Werkzeuge, Badeinrichtungen und -ausstattung, Sanitär, Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen ▪ Teppiche, Bodenbeläge ▪ Farben, Lacke, Tapeten, Malereibedarf ▪ Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen ▪ Sportgroßgeräte wie Surfboards, Campingartikel, Angelbedarf, Golfbedarf, Pferdesportbedarf ▪ Kfz- / Motorradzubehör

GMA-Empfehlungen 2016 auf Grundlage der erhobenen Standortverteilung und den städtebaulichen Zielsetzungen

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Es formuliert Prioritäten für die künftige Entwicklung und bringt die bestehenden Einzelhandelslagen in ein Zentren- und Standortkonzept. Wesentliche Kernaufgabe des Standortkonzeptes ist die Festlegung und räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches.

Nachfolgend erfolgt zunächst eine ausführliche fachliche Einordnung des Begriffes „zentraler Versorgungsbereich“. Anschließend werden die angeführten Standortbereiche im Einzelnen näher beschrieben.

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:[22]

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.

- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.

- **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Stadtteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

22 Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen. Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW[23] im Jahr 2006 verschiedene Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht[24] (BVerwG) bestätigt wurden.

Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus:

> „ … sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es:

> „Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 III BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen (vgl. auch BVerwG, Beschluss vom 20. 11. 2006 – 4 B 50/06, BeckRS 2007, 20074). Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“ BVerwG, Urteil vom 17. 12. 2009 – 4 C 2/08.

Damit ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum

23 vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.
24 vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

eines Ortes (z. B. Innenstadt), aber auch Stadtteil- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage (vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

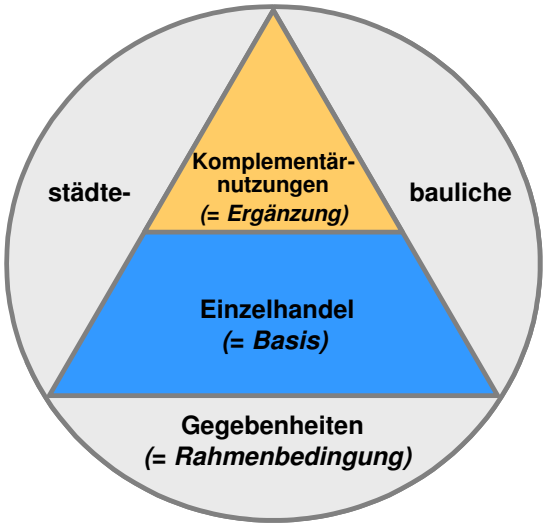
- planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte)
- nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.[25]

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden[26] und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.[27]

Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingung sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen.

25 d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.
26 vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.
27 d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Abbildung 8: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche



Einzelhandel / Komplementärnutzungen:
- quantitative Aspekte (z. B. Anzahl, Dimensionierung)
- qualitative Aspekte (z. B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

städtebauliche Gegebenheiten:

- stadträumliche Zäsuren (z. B. Straße mit Barrierewirkung / Bahngleise / Topografie / Stadtmauer / markanter Wechsel der Bebauungsstruktur / geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen etc.)
- Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle).

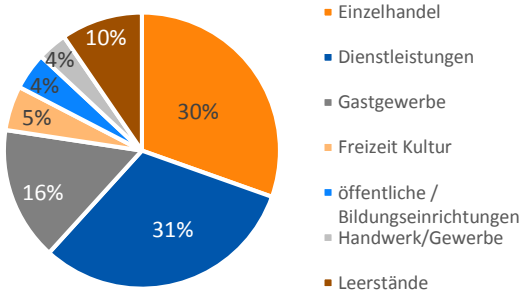
3.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Boizenburg / Elbe

Ausstattung

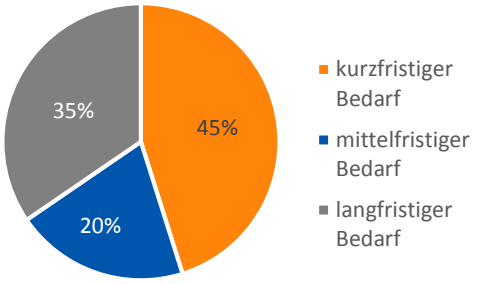
Einzelhandelsdaten*	Betriebe*		Verkaufsfläche*	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6	17	1.445	31
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	3	9	665	14
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	3		
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	6	950	20
Bekleidung, Schuhe, Sport	5	14		
Elektrowaren, Medien, Foto	4	11	130	3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	6	17	1.075	24
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	3		
Optik / Uhren, Schmuck	4	11	210	4
sonstige Sortimente**	3	9	100	3
Einzelhandel insgesamt	**35**	**100**	**4.575**	**100**

GMA-Erhebung 2016, ca.-Werte gerundet. Aus Datenschutzgründen keine Ausweisung von Verkaufsfläche bei weniger als 3 Betrieben. Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt, Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt sowie bereinigte Umsatzleistungen, bei Apotheken nur Umsatzleistung mit nicht verschreibungspflichtigen Waren.
* inkl. Ergänzugsbereich Markttorstraße / Ellernholzplatz)
** sonstige Sortimente: z. B. An- / Verkauf, Angelbedarf etc.

Nutzungen (EG, Anzahl Betriebe, in %)



Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



strukturprägende Einzelhandelsbetriebe (Auswahl)	
▪ 400 bis unter 800 m²	Penny, Rossmann, Eisen Heinrich, Konsum, Discountmarkt
▪ bis unter 400 m²	Getränkehaus Meyer & Simon, Gumz & Miek, Konsum Schuhe, Boizenburger Möbelhaus, Konsum Schuhe
Dienstleister im EG	Schwerpunkte: Versicherungen, Friseure, Ärzte, Bank, Reisebüro, Kosmetik
Öffentliche Einrichtungen	Rathaus, Bürgerhaus, Kirche

Der **zentrale Versorgungsbereich** erstreckt sich auf die **Altstadt** sowie daran anschließend einen **Ergänzungsbereich** und umfasst im Wesentlichen den Bereich zwischen der Baustraße, Klingbergstraße, Reichenstraße und Mühlenstraße. Der Ergänzungsbereich verläuft entlang der Markttorstraße und schließt den Ellernholzplatz ein.

Die **Altstadt** von Boizenburg ist v. a. durch eine historische Siedlungs- und Baustruktur gekennzeichnet und weist in weiten Teilen ein attraktives Stadtbild auf. Als zentrale Einkaufslagen sind die Königstraße, Markt sowie der mittlere und nördliche Teil der Klingbergstraße zu nennen. Das Einzelhandelsangebot umfasst alle Bedarfsbereiche (u. a. Buchhandlung, Spiel- und Schreibwaren, Bekleidung, Optik, Uhren / Schmuck, Elektro) und weist vorwiegend inhabergeführte Facheinzelhandelsbetriebe auf. Ergänzt wird das Angebot durch öffentliche Einrichtungen (u. a. Rathaus, Bürgerhaus, Kirche), Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe. Die Altstadt ist verkehrsberuhigt, Parkplätze sind im direkten Altstadtbereich (u. a. Kirchplatz, Königstraße, Baustraße) sowie im Nahbereich des Zentrums (v. a. An der Quöbbe) ausreichend vorhanden. Wegen der kleinteiligen Strukturen, des schützenswerten Stadtbildes und dem Mangel an hinreichend dimensionierten Flächen ist in der Altstadt von Boizenburg die Ansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben nicht möglich.

Der **Ergänzungsbereich** umfasst den Bereich östlich der Altstadt entlang der Markttorstraße bis einschließlich Ellernholzplatz. Hier findet sich ein Penny Lebensmittelmarkt sowie weitere Fachmärkte (u. a. Eisen Heinrich, Getränkehaus Meyer & Simon). Der Standortbereich ist aus dem gesamten Stadtgebiet mit dem PKW gut zu erreichen.

Der **Einzelhandelsbesatz** des zentralen Versorgungsbereiches (inkl. Ergänzungsbereich) umfasst 35 Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von knapp 4.700 m². Einen bedeutenden Faktor zur Belebung der Innenstadt nehmen darüber hinaus Komplementärnutzungen (z. B. Dienstleister, Gastronomie-, Freizeit- und Kultureinrichtungen, öffentliche Einrichtungen) ein.

Im Gesamtbild weist die **städtebauliche Situation** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt im Altstadtbereich überwiegend kleinteilig strukturierte und inhabergeführte Fachgeschäfte auf, wobei der angrenzende Ergänzungsbereich durch größeren Betriebe wie Penny und Eisen Heinrich geprägt ist. Unter baulichen Gesichtspunkten stellt insbesondere der Penny-Baukörper im Ergänzungsbereich einen Kontrast zur historischen Altstadt dar, die durch eine kleinteilige Struktur geprägt ist.

Der zentrale Versorgungsbereich inkl. Ergänzungsbereich weist eine **räumliche Ausdehnung** von rd. 600 m in Ost-West-Richtung auf und entspricht einem fußläufig erlebbaren Einkaufsbereich. Eine weitere Ausdehnung ist auch i. S. einer Konzentration des Einzelhandels auf einen fußläufig erlebbaren Kernbereich nicht zu empfehlen.

Foto 1: Altstadt, Markt - Rossmann

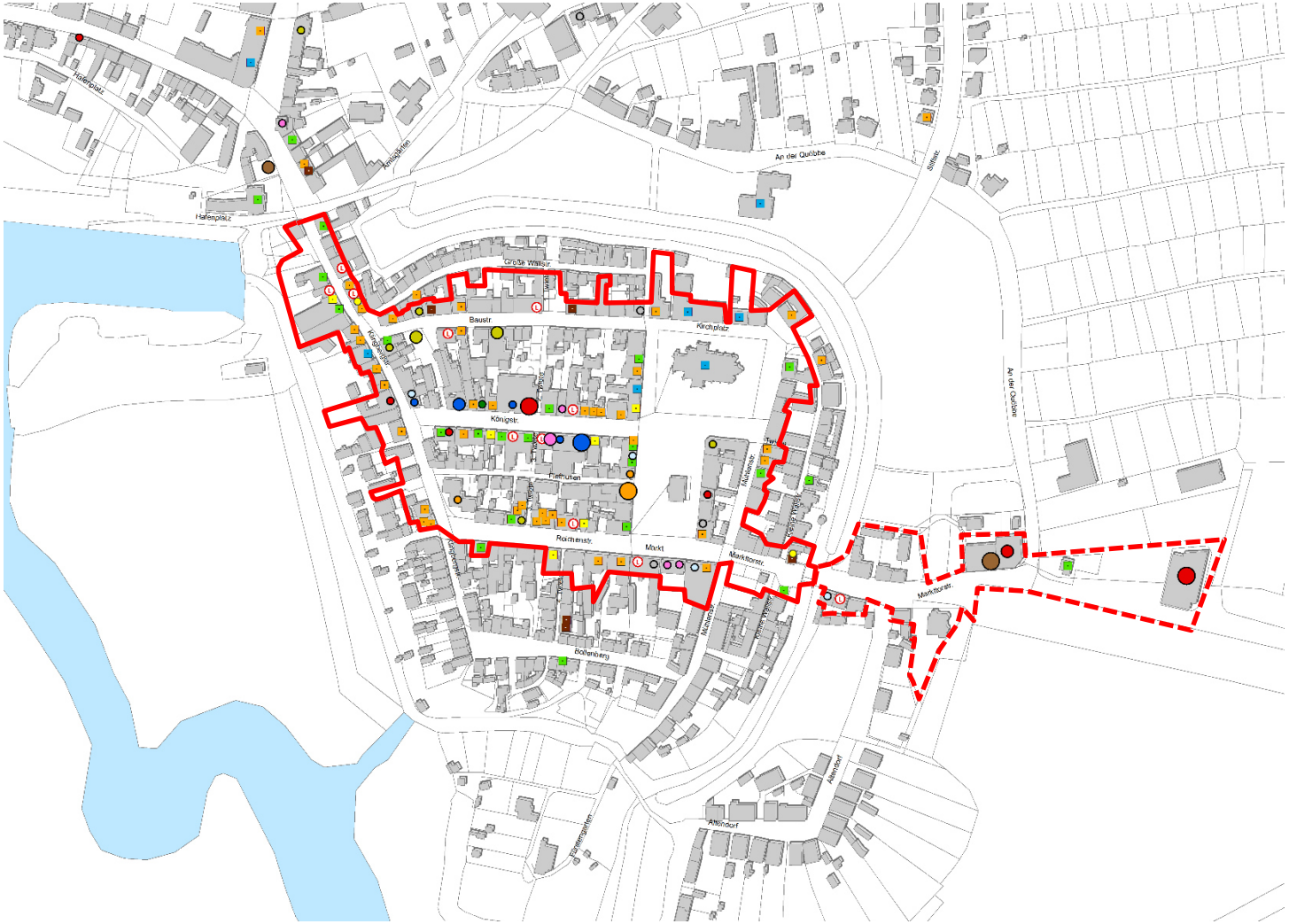
Foto 2: Altstadt, Königstraße

Foto 3: Altstadt, Klingbergstraße

Foto 4: Ergänzungsbereich Markttorstraße

GMA-Aufnahmen 2016

Karte 4: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Boizenburg / Elbe



Legende

Größenklassen

- über 800 m² VK
- 400 m² bis < 800 m² VK
- 100 m² bis < 400 m² VK
- < 100 m² VK

Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Gesundheit, Körperpflege
- Blumen, zool. Bedarf
- Bücher, PBS, Spielwaren
- Bekleidung, Schuhe, Sport
- Elektrowaren, Medien, Foto
- Hausrat, Einrichtung, Möbel
- Bau-, Garten- und Heimwerkerbedarf, Bodenbeläge
- Optik, Uhren, Schmuck
- Sonstiger Einzelhandel

Komplementärnutzung

- Dienstleistung
- Gastronomie/Hotellerie
- Freizeit / Kultur
- Öffentliche Einrichtungen
- Bildungseinrichtungen
- Handwerk / Gewerbe
- Leerstand

Kartengrundlage: Boizenburg / Elbe; GMA-Bearbeitung 2016

3.3 Versorgungsbereich für Lebensmittel

Dies betrifft Standorte, die aufgrund des geringen Besatzes oder der fehlenden räumlichen Konzentration von zentrenprägenden Nutzungen nicht als zentrale Versorgungsbereiche gewertet werden können (d. h. die nicht die erforderlichen Mindestanforderungen zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs erfüllen). Da Lebensmittelmärkten eine elementare Funktion für die Aufrechterhaltung der Grundversorgung der Stadt und eine hohe Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung zukommt, sind ihre Standorte ebenfalls nach Möglichkeit zu sichern und bei innerörtlichen Standortplanungen zu berücksichtigen. Allerdings ist festzuhalten, dass es sich bei solchen Versorgungsbereichen nicht um zentrale Versorgungsbereiche i. S. des BauGB handelt, sodass sie keinem erhöhten Schutz[28] unterliegen.

Derartigere Versorgungsbereiche können in Boizenburg / Elbe wie folgt abgegrenzt werden:

- Für die **Siedlungsvorstadt** kommt derzeit der Bereich Dr.-Alexander-Straße in Frage. Dieser ist durch den Lebensmittelmarkt Sky / das Getränkehaus Meyer & Simon geprägt und übernimmt die Grundversorgung für die Siedlungsvorstadt. Allerdings entsprechen diese Einzelhandelsstrukturen nicht den modernen Standortanforderungen und sind auf lange Sicht nicht zukunftsfähig aufgestellt. Bei einer Sky-Schließung / Verlagerung wäre die Grundversorgung in der Siedlungsvorstadt durch den Lidl-Markt am Keesboom und ggf. durch einen neuen Supermarkt (Sky bzw. Rewe) in der Schwartower Straße weiterhin gesichert.
- Eine Grundversorgungsfunktion für die südlichen Wohngebiete der **Siedlung** und für den nördlichen Bereich des **Stadtkernes** wird durch den Standortverbund Netto / Boizenburger Getränkemarkt in der Schwartower Straße nördlich der Wallanlage der Altstadt übernommen.
- Für die **Bahnhofsvorstadt** ist die Handelslage im Bereich der Bahnhofstraße / Ecke Fritz-Reuter-Straße zu nennen, wobei sich der Versorgungsbereich auf den Norma-Markt und umliegende Nutzungen (Apotheke, Bäckerei) beschränken sollte. Diese Anbieter übernehmen die Grundversorgung für die Bahnhofsvorstadt und auch in Teilen für die Gesamtstadt Boizenburg / Elbe.

3.4 Dezentrale Lagen

Zur Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt“ ist eine abgestimmte Einzelhandelssteuerung v. a. in den nicht-integrierten bzw. dezentralen Standortortla-

[28] Im Sinne eines schutzwürdigen Bereichs gemäß § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO.

gen von Bedeutung. Im Rahmen der Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten die Bebauungspläne insbesondere für die Gewerbegebiete sukzessive überplant werden und dort zentrenrelevante Sortimente ausgeschlossen werden.

Generell sollten die gewerblich geprägten Standorte – ihrer primären Funktion entsprechend – als Gewerbeflächen insbesondere für das Produzierende und weiter verarbeitende Gewerbe, aber auch für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden.

Aufbauend auf bereits ausgeführten standortbezogene Entwicklungsmöglichkeiten soll an dieser Stelle nochmals der Umgang mit Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben in Abhängigkeit der Zentrenrelevanz des jeweiligen Sortimentes (vgl. Sortimentskonzept) in dezentralen Standorten dargestellt werden.

„Boize-Center“ und „Plaza-Center“ (SO Handel)		
nahversorgungsrelevante Sortimente (nur Versorgungsbereich Lebensmittel)	Moderate Erweiterungsvorhaben grundsätzlich zulässig, jedoch Einzelfallprüfung. Neue Ansiedlungsvorhaben unzulässig.	
zentrenrelevante Sortimente	Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben nicht zulässig	
nicht zentrenrelevante Sortimente	nicht großflächig:	Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben zulässig
	großflächig:	Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben grundsätzlich zulässig, jedoch Einzelfallprüfung

Eine Sonderregelung der Zulässigkeit von Einzelhandelsnutzungen in Gewerbegebieten, in denen grundsätzlich kein Einzelhandel zugelassen ist, kann **Verkaufsstellen von produzierenden / verarbeitenden Betrieben (Fabrikverkauf, sog. Annexhandel)** eingeräumt werden. Ausnahmsweise können daher Verkaufsstätten zugelassen werden, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet,
- im betrieblichen Zusammenhang errichtet ist,
- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet und sortimentsbezogen dem Hauptbetrieb zugeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

3.5 Weitere Regelungen

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist bestehenden Betrieben eine Möglichkeit zu einer mo-

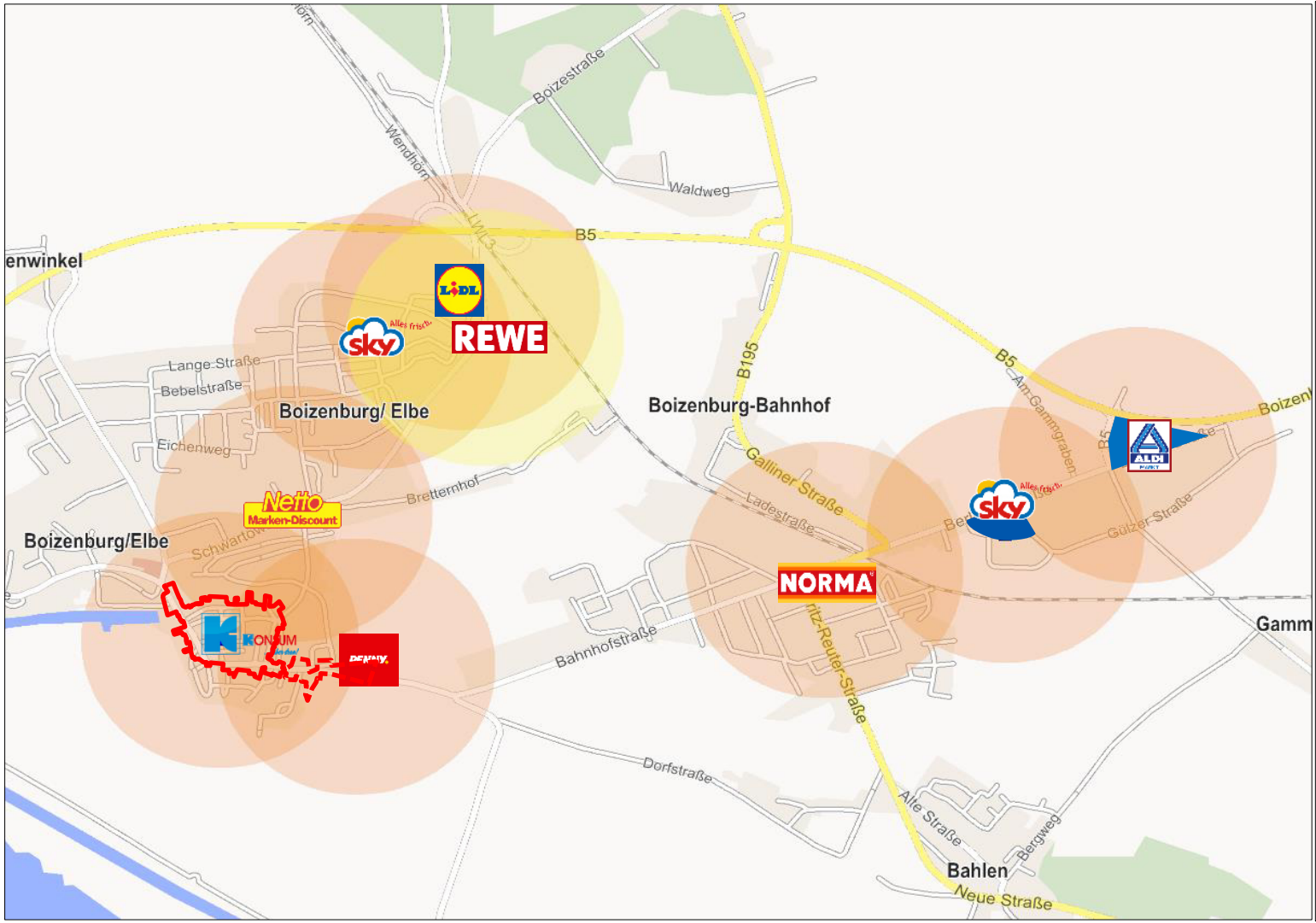
deraten Erweiterung einzuräumen. Voraussetzung hierfür sowie für eine Verlagerungsmöglichkeit bestehender Betriebe ist jedoch eine Einzelfallprüfung, die negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich in Boizenburg / Elbe sowie in benachbarten Orten ausschließt.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen / Erweiterungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente[29] auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche zu empfehlen. Darüber hinaus wird unter Berücksichtigung der „200 m²-Regelung“[30] empfohlen, einzelne Sortimente auf maximal 200 m² Verkaufsfläche zu begrenzen, um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Boizenburg / Elbe führen.

29 Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

30 Aus den Strukturen in Boizenburg / Elbe ableitbar. 71 % aller Betriebe weisen eine Verkaufsfläche von max. 200 m² auf.

Karte 5: Zentren- und Standortstruktur



Legende

- 500 m Radius
- 500 m Radius (Markt geplant)
- zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- Innenstadt-Ergänzungsbereich
- Sonderstandorte

Quelle: erstellt mit Regiograph; GMA-Bearbeitung 2016

4. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit der Stadt Boizenburg / Elbe erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sind folgende Schritte zu empfehlen:

- **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Stadtrat von Boizenburg / Elbe** als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
  - Städtebauliche Ziele der Stadt Boizenburg / Elbe für die Einzelhandelsentwicklung
  - Grundsätze zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung
  - Festlegung Zentren- und Standortstruktur
  - Sortimentsliste der Stadt Boizenburg / Elbe
- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

  Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Stadtrat beschlossen worden ist.[31] Mittelfristig sind die Ergebnisse des Einzelhandelskonzepts bei einer Fortschreibung des Flächennutzungsplans zu berücksichtigen.
- **Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen**

  Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Einzelhandel von Boizenburg / Elbe und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

[31] Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung der Stadt Boizenburg / Elbe zu verstehen, welche insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit" darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (ca. 5 – 8 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

V. Ansiedlungsvorhaben Rewe

1. Kurzdarstellung des Vorhabens

Ergänzend zum Einzelhandelskonzept für Stadt Boizenburg / Elbe wird vereinbarungsgemäß eine detailliertere Betrachtung einer Ansiedlungsanfrage des Rewe-Marktes vorgenommen.

In der Schwartower Straße besteht die Anfrage zur Ansiedlung eines Rewe-Markts mit ca. 1.800 m² VK zzgl. ca. 200 m² Shops in der Vorkassenzone. Der Standort lässt sich aus Handelssicht wie folgt charakterisieren:

Lage des Standortes

Ansicht von Dr.-Alexander-Straße

Quelle: openstreetmap / Stadt Boizenburg / Elbe; GMA-Aufnahme 2016

Kriterien	
Lage	Lage am nordöstlichen Stadtrand in Richtung Schwartow, ca. 400 m südlich der B5 und ca. 100 m südöstlich von Lidl
Erscheinungsbild	Derzeit überwiegend Kleingärten / Klärwerksfläche
Erreichbarkeit / Erschließung PKW	gute Erreichbarkeit mit dem PKW, Ortseingang, sehr gute Erreichbarkeit aus der Siedlungsvorstadt und aus dem gesamten Stadtgebiet
Erreichbarkeit ÖPNV	Keine direkte Anbindung; Haltepunkt „Metzinger Weg“ noch in fußläufiger Entfernung
Erreichbarkeit Fußgänger	Gute fußläufige Erreichbarkeit aus den östlichen Wohngebieten der Siedlungsvorstadt gegeben
Exposition / Sichtbarkeit	Künftig eine sehr gute Sichtbarkeit von der Schwartower Straße
Umfeldnutzungen	westlich Wohngebiete, Total-Tankstelle; nordwestlich: Lidl; nördlich: Kleingärten, B 5-Trasse; östlich: Kläranlage, Bahntrasse; südlich: Kleingärten.
Städtebauliche Lage	Lage außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs von Boizenburg / Elbe; städtebaulich nicht integriert, jedoch mit einem gut ausgeprägten Wohngebietsbezug
Aussagen im Einzelhandelskonzept	Lage mit Wohngebietsbezug, nahversorgungsrelevante Sortimente grundsätzlich zulässig

2. Projekt- und Sortimentskonzept

Dem Trend im Lebensmitteleinzelhandel folgend ist dabei zu beobachten, dass alle Supermärkte derzeit ihre Kernkompetenz im Lebensmittelbereich stärken und das Angebot im Nonfoodsektor verringern. So werden z. B. die Artikelanzahlen der Frischwaren erhöht und Spezialsortimente im Lebensmittelbereich eingeführt bzw. weiter ausgebaut (z. B. Biolebensmittel, Allergiker- und Diätpro-dukte, ethnische Spezialitäten). Weiterhin bewegen sich die Vollsortimenter z. T. weg vom reinen Versorgungseinkauf hin zu stärker erlebnisorientiertem Einkauf. Hier spielt die Atmosphäre eine besondere Rolle, so werden u. a. Großzügigkeit (breite Gänge, freie Flächen mit Verteilungsfunktion) und eine verbesserte Orientierung („überschaubare", niedrige Regale) von den Kunden gewünscht. Die größeren Verkaufsflächen resultieren weiterhin aus betrieblichen Anforderungen, da so zum einen die Bestückung des Verkaufsraumes mit Waren vereinfacht wird (Rangieren mit Hubwagen etc.). Die 1.800 m² große Verkaufsfläche von Rewe ist u. a. auf ein breiteres und tieferes Sortiment zurückzuführen, welches die gestiegenen Ansprüche der Verbraucher widerspiegelt und auch einer Abgrenzung gegenüber den Discountern dient.

Insofern handelt es sich bei dem Rewe-Markt in Boizenburg / Elbe um eine für den Betreiber typische Niederlassung. Für die Kundenherkunft bedeutet dies, dass der Standort nur aufgesucht wird, wenn er näher liegt oder besser zu erreichen ist als andere Standorte von Rewe in der Region.

3. Bewertung des geplanten Rewe-Marktes

3.1 Einzugsgebiet und Wettbewerb

Das Einzugsgebiet des Rewe-Marktes deckt sich mit dem regionalplanerisch zugewiesenen Nahbereich von Boizenburg / Elbe und umfasst rd. 20.560 Einwohner, die über rd. 36,1 Mio. € Kaufkraft im Nahrungs- und Genussmittelbereich verfügen.

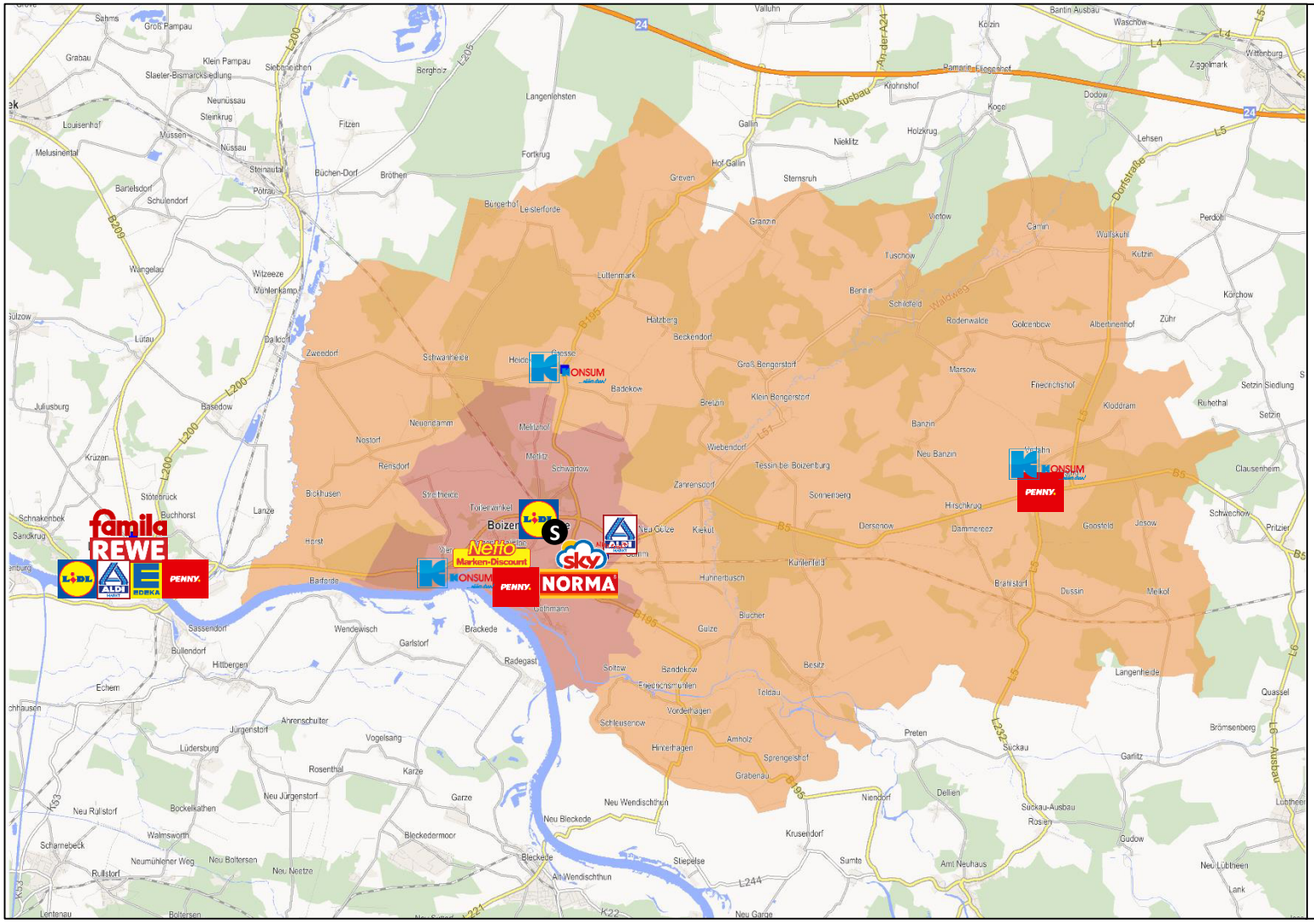
Die wettbewerblichen Rahmenbedingungen sind wie folgt zusammenzufassen:

- Die Nahrungs- und genussmittelrelevante Verkaufsfläche in Boizenburg / Elbe summiert sich auf rd. 8.600 m², was einer hohen Verkaufsflächenausstattung von 831 m² / 1.000 EW entspricht.
- Die Gesamtverkaufsfläche im Einzugsgebiet bei Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Konsum-Erweiterung in Vellahn) beträgt rd. 10.600 m² und entspricht hingegen einer unterdurchschnittlichen Ausstattung von 516 m² / 1.000 EW[32].

Die strukturprägenden Wettbewerber im Untersuchungsraum können der nachfolgenden Karte zu entnommen werden.

[32] Durchschnitt Städte und Gemeinden mit 20.001 – 30.000 EW = 592 m² / 1.000 EW.

Karte 6: Strukturprägende Wettbewerber von Rewe im Untersuchungsraum



Legende

- Zone I
- Zone II
- S Standort

erstellt mit
RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

3.2 Umsatzprognose für den Rewe-Markt

Zur Berechnung der voraussichtlichen Umsatzerwartung des Vorhabens wird das Marktanteilkonzept verwendet. Dieses in der Handelswissenschaft weit verbreitete und anerkannte Modell bestimmt das zu erwartende Umsatzvolumen eines Einzelhandelsbetriebes anhand der erzielbaren Marktanteile mit Kunden in den einzelnen Zonen des Einzugsgebietes.[33] Somit beschreibt das Modell, in welchem Ausmaß das Vorhaben in der Lage ist, einen Teil des vorhandenen Kaufkraftvolumens im projektrelevanten Sortimentsbereich an sich zu binden.

Tabelle 10: Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Rewe mit 1.800 m² VK)

Daten	Kaufkraft in Mio. €	Marktanteil in %	Umsatz	
			in Mio. €	in %
Zone I	18,9	16,0	3,0	58
Zone II	17,2	11,0	1,9	37
Einzugsgebiet insg.	36,1	13,6	4,9	95
Streuumsatz			0,3	5
Summe Food			**5,2**	**100**
Nonfood (13 %)			0,8	
Rewe insgesamt			**6,0**	

GMA Berechnungen 01 / 2016, Rundungsdifferenzen möglich. Der Umsatzanteil im Nonfoodbereich (Nonfood I und II) beträgt beim Anbieter Rewe 13 %. Hinsichtlich der Kundenherkunft wurde von mit dem Lebensmittelbereich vergleichbaren Werten ausgegangen.

Somit lässt sich für den geplanten Rewe-Markt mit ca. 1.800 m² VK eine Gesamtumsatzleistung von ca. 6,0 Mio. € ermitteln. Hiervon entfallen ca. 5,2 Mio. € auf den Foodbereich und ca. 0,8 Mio. € auf den Nonfoodbereich (Nonfood I und II). Die Verkaufsflächenproduktivität entspricht somit rd. 3.300 € / m² und ist im Rewe-Vergleich unterdurchschnittlich. Höhere Raumleistungen können angesichts der vorhandenen Wettbewerbsdichte, Größe des Einzugsgebietes sowie einer unterdurchschnittlichen Kaufkraft der Bevölkerung nicht erreicht werden.

3.3 Prognose und Bewertung der Umsatzumverteilungen

Zur Ermittlung der durch das Vorhaben ausgelösten Umsatzumverteilungen bzw. Wettbewerbswirkungen kommt ein Rechenmodell zum Einsatz, welches auf dem Prinzip des Gravitationsmodells basiert.

Im Wesentlichen fließen dabei zwei Parameter ein, welche durch weitere Kriterien ergänzt und kalibriert werden. Als Berechnungsfaktoren sind hierbei zu nennen:

[33] In die Ermittlung der Marktanteile fließen zahlreiche Faktoren ein. U. a. sind dies die Rahmenbedingungen am Vorhabenstandort, die verkehrliche Erreichbarkeit, die Wettbewerbssituation im selben Marktsegment sowie Kopplungs- und Agglomerationseffekte.

- die Attraktivität der jeweiligen Wettbewerbsstandorte, die durch den jeweiligen Betriebsbesatz (Betriebsform, Betreiber, Erscheinungsbild etc.), die Verkaufsflächengröße bzw. den darauf erzielbaren Umsatz beschrieben wird und
- der Distanzwiderstand, der sich aus der Entfernung (Distanz) zwischen den einzelnen Standorten ergibt.

Im Detail sind im Untersuchungsraum folgende Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben zu erwarten:

Tabelle 11: Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben

		in Mio. €	in %
Lebensmittelbereich	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern in der Innenstadt Boizenburg / Elbe (inkl. Ergänzungsbereich)	0,7	11 - 12
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern im Boize-Center	0,7	10 - 11
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. sonstigen Anbietern in Boizenburg / Elbe	2,8	15 - 16
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Anbietern im Nahbereich	0,4	6 - 7
	▪ **Umsatzumlenkungen im Einzugsgebiet**	**4,6**	**12 - 13**
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. Lauenburg / Elbe	0,4	1 - 2
	▪ Umsatzumlenkungen ggü. sonstigen Standorten (z. B. Lüneburg)	0,2	n. n.
	▪ **Umsatz im Lebensmittelbereich**	**5,2**	**- - -**
Nonfood	▪ Umsatz im Nonfoodbereich	0,8	n. n.
Umsatz insgesamt		**6,0**	**- - -**

GMA-Berechnungen 2016; ca.-Werte; gerundet

3.4 Raumordnerische Bewertung

Nach dem aktuell geltenden Landesraumentwicklungsprogramm (LEP) Mecklenburg-Vorpommern aus dem Jahr 2005 ist das Rewe-Vorhaben in Hinblick auf die raumordnerischen Ziele wie folgt zu bewerten:

- **(1) Einzelhandelsgroßprojekte:** Boizenburg / Elbe stellt ein Grundzentrum dar. Dem Ziel wird entsprochen.

- **(2) Zulässigkeitskriterien**: Das Vorhaben steht in einem angemessenen Verhältnis zur Größe und Versorgungsfunktion des Grundzentrums Boizenburg / Elbe, der grundzentrale Verflechtungsbereich wird nicht wesentlich überschritten (= ca. 95 % des Umsatzes stammen aus der Stadt Boizenburg / Elbe und dem zugehörigen Nahbereich)

- **(3) Raumordnerisch ausgewogene Versorgung:** Demnach darf das Vorhaben keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen mit sich bringen.

  - Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt (inkl. Ergänzungsbereich) werden hauptsächlich die Wettbewerber Konsum und Penny betroffen sein. Es ist anzumerken, dass hier insb. der Konsum-Markt einen tradierten Anbieter vor Ort darstellt und in erster Linie die Kunden aus den umliegenden Wohngebieten sowie die in der Altstadt arbeitende Bevölkerung anspricht. Insofern ist die Geschäftsaufgabe dieses Marktes infolge der Rewe-Ansiedlung eher unwahrscheinlich. Penny am Ellernholzplatz ist hauptsächlich auf die PKW-Kundschaft ausgerichtet. Auch bei einer eventuellen Geschäftsaufgabe wird die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereichs weiterhin fortbestehen. Eine gleichzeitige Aufgabe beider Lebensmittelmärkte ist auszuschließen.

  - Unter den übrigen Anbieter in Boizenburg / Elbe in wohngebietsbezogenen Standortlagen wird die Rewe-Planung hauptsächlich den typgleichen Anbieter Sky in der Siedlungsvorstadt treffen. Eine Geschäftsaufgabe von Sky kann nicht ausgeschlossen werden, zumal dieser Anbieter auch heute nach Auffassung der GMA aufgrund der standortsteitigen Rahmenbedingungen und Gebäudestruktur nicht zukunftsfähig aufgestellt ist. Die Grundversorgung für die Siedlungsvorstadt wird dann durch die Märkte Rewe, Lidl und Netto weiterhin gewährleistet. Insofern ist es mit keinen negativen versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu rechnen.

  - Der Sonderstandort „Boize-Center“ mit dem typgleichen Anbieter Sky wird vergleichsweise weniger betroffen, dennoch werden auch hier Umsatzumverteilungen i. H. v. über 10 % zu erwarten sein. Das Boize-Center stellt jedoch einen leistungsstarken Standort dar, so dass die Gutachter einen Marktaustritt von Sky an diesem Standort für eher unwahrscheinlich halten. Zudem ist der Sonderstandort Boize-Center, ebenso wie der Sonderstandort Plaza-Center - nicht städtebaulich relevant.

  - Die übrigen relevanten Standorte in Boizenburg / Elbe werden vergleichsweise weniger betroffen.

  - Außerhalb von Boizenburg / Elbe sind negative städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen auszuschließen.

- (4) **Zentrenrelevante Sortimente**: Rewe bietet im Kernsortiment nahversorgungsrelevante Sortimente an und muss insofern wohnortnah angesiedelt werden. Der Planstandort von Rewe an der Schwartower Straße ist aus der Siedlungsvorstadt gut fußläufig erreichbar und weist einen Wohngebietsbezug auf (Wohngebiete auf der Gegenüberliegenden Seite der Schwartower Straße). Da das Vorhaben eine Standortentwicklung außerhalb der Innenstadt darstellt, ist es zudem nachzuweisen, dass diese die Funktionsentwicklung und Attraktivität der Innenstadt nicht gefährdet. In dieser Hinsicht ist auf die vorstehenden Ausführungen zum Ziel (3) hinzuweisen.

3.5 Abschließende Bewertung des Rewe-Vorhabens

Die Bewertung des Rewe-Vorhabens kann wie folgt zusammengefasst werden:

- In Boizenburg / Elbe liegt bereits eine sehr gute Ausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln vor
- Die hohe Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich in Boizenburg / Elbe relativiert sich jedoch in Hinblick auf das Einzugsgebiet (516 m² / 1.000 EW bzw. unterdurchschnittlich)
- Bezugnehmend auf die Betriebstypenstruktur ist festzustellen, dass die Ausstattung im Discountbereich überdurchschnittlich ist (fünf Discounter vor Ort), währen im Vollsortimentsbereich ein unzureichendes / wenig differenziertes Angebot vorliegt (zwei Supermärkte eines Anbieters)
- Die Ansiedlung von Rewe wird gegenüber den nicht zeitgemäßen, schwächeren Betrieben zu verstärktem Wettbewerb führen, dabei wird insbesondere Sky in der Siedlungsvorstadt betroffen sein.
- Wird ein nicht zeitgemäßer Markt durch einen modernen Vollsortimenter ersetzt, ist eine qualitative Verbesserung des Angebotes zu erwarten. Mit negativen versorgungsstrukturellen Auswirkungen ist somit nicht zu rechnen.

VI. Maßnahmenprogramm

In Ergänzung zum Standort- und Sortimentskonzept und den Aussagen zum Vorhaben REWE hat die GMA ein Maßnahmenprogramm erarbeitet. Wenig tauglich sind nach GMA-Erfahrungen die sog. „Hundert-Punkte-Programme“, die erfahrungsgemäß schneller in Schubladen verschwinden, als umgesetzt werden. Die GMA empfiehlt dabei, sich auf einige wenige Impulsprojekte zu konzentrierten und diese dafür umso konsequenter umzusetzen.

Das Maßnahmenprogramm fasst insbesondere die Innenstadtentwicklung ins Auge. Bei einer strukturellen Weiterentwicklung der Innenstadt ist ein Fokus darauf zulegen, die Attraktivität des Altstadtbereiches für Kunden und Besucher noch weiter zu erhöhen und das Angebot u. a. durch die Etablierung und Modernisierung des Einzelhandels aber auch der ergänzenden Nutzungen (v. a. Gastronomie, Dienstleistung) zu erweitern bzw. Synergien zwischen diesen Nutzungen zu schaffen. Hierzu gehören auch städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen, eine weitere Stärkung der Service- und Qualitätsaspekte sowie der Ausbau der Marketingaktivitäten. Folgende Handlungsansätze können skizziert werden:

1. Weiterentwicklung und Attraktivierung des Nutzungsmixes in der Altstadt Boizenburg / Elbe	
Zielsetzung	Ausbau des Angebotes v. a. individueller Fachgeschäfte, Bereitstellung geeigneter Flächen, Beseitigung der Leerstände, Handel und Gastronomie zusammenbringen
Umsetzung	▪ Erhalt und Aufwertung des Erlebnisraumes Altstadt ▪ Erarbeitung eines einheitlichen Gestaltungskonzeptes (Möblierung, Begrünung etc., Beleuchtung / Inszenierung) ▪ Nutzungsmischung und Funktionsvielfalt in der Altstadt fördern (u. a. Handel, Dienstleistung, Gastronomie, Ansiedlung von Manufakturen) ▪ Bereitstellung geeigneter Flächen; ggf. durch Zusammenlegung kleinerer Ladenlokale ▪ Weiterentwicklung des Gastronomieangebotes (u.a. Außengastronomie zur Belebung des öffentlichen Raumes) ▪ Aktives Standort- und Flächenmanagement um das Angebotsspektrum in der Altstadt gezielt zu entwickeln und bestehende bzw. sich abzeichnende Leerstände optisch und funktional aufzuwerten (z. B. temporäre Leerstandsnutzung durch Ausstellungen o. ä.) ▪ Aufwertung der Gebäudefassaden durch Sanierungsanreize für Hauseigentümer

	▪ Anreize zu regelmäßigen Anpassung der Geschäfte an moderne Kundenansprüche (v. a. Warenpräsentation, Schaufenstergestaltung, Beleuchtung, Werbeanlagen, Kernöffnungszeiten)
Zeitrahmen	Ab sofort, Koordination durch Abstimmungstermine (bsp. 1 Mal pro Quartal)
Verantwortung	Gemeindeverwaltung aber auch Werbegemeinschaft, Gastronomie, Vereine
Finanzierung	Stadt Boizenburg / Elbe, Werbegemeinschaft, einzelne Unternehmen, Immobilieneigentümer
2. Aufmerksamkeit für die Innenstadt durch Werbung erhöhen	
Zielsetzung	Die Innenstadt von Boizenburg / Elbe bietet einen vielfältigen Mix aus Handel, Dienstleistungen und Gastronomie. Sie ist Versorgungsstandort und Treffpunkt. Mit einer verbesserten Bewerbung der hier ansässigen Betreibe / stattfindenden Veranstaltungen durch Banner / Broschüren / Online-Portal sollen mehr Menschen – aus dem Umland und aus Boizenburg selbst – in die Innenstadt gelockt werden.
Umsetzung	▪ Unterstützung der Werbegemeinschaft als Zusammenschluss der in der Innenstadt ansässigen Händler und anderer Komplementäranbieter. ▪ Ausbau des Online-Auftrittes der Händler und anderer Akteure, evtl. Schaffung eines gemeinsamen Online-Portals mit interaktiven Informations- und Bestellmöglichkeiten. ▪ Erstellung eines Jahresplans mit den „Standzeiten“ der jeweiligen Banner. Es sollten Veranstaltungen der Stadt und auch von einzelnen Akteuren beworben werden. Die Banner als Eyecatcher dienen der Ankündigung von Veranstaltungen, Festen, Aktionen. ▪ Detaillierte Prüfung möglicher Standorte durch die Verwaltung, Schaffung geeigneter Aufhängungsmöglichkeiten. ▪ Entwurf und Druck der Banner. Sollten Gemeinde bzw. Werbegemeinschaft, Vereine die Gestaltung der Banner nicht selbst übernehmen können, wäre ein Grafikdesign-Büro hinzu zu ziehen. ▪ Freies WLAN in der Innenstadt um verstärkt junges Publikum zu locken. ▪ Entwurf der Broschüre „Ein Tag in Boizenburg“

	▪ Abstimmungsgespräch mit allen relevanten Akteuren; Klärung von Mitmachbereitschaft, möglichen Inhalten, Verantwortlichkeiten, Kosten der Broschüre ▪ Suche nach ähnlichen Broschüren als Orientierungshilfe / eines geeigneten Anbieters für Layout / Druck der Broschüre ▪ Verteilung der Broschüre zusammen mit Gastronomie-Rechnungen, in der Hotellerie
Zeitrahmen	Ab sofort, Bannerwechsel / Aktualisierung des Online-Portals regelmäßig, bsp. monatlich; Broschürenaktualisierung 2x jährlich bzw. nach Bedarf
Verantwortung	Gemeindeverwaltung aber auch Werbegemeinschaft, Gastronomie, Vereine, andere Akteure
Finanzierung	Stadt Boizenburg / Elbe, Werbegemeinschaft, einzelne Unternehmen (Kosten für Schaffung von Aufhängungsmöglichkeiten, evtl. Design und Druck der Banner, Design und druck der Broschüre, Entwurf / Ausbau des Online-Portals)
3. Standortmarketing professionell aufbauen	
Zielsetzung	Stärkere Besucherströme erzeugen. Besucher sollen nicht nur einzelne Veranstaltungen besuchen, sondern auch das übrige Boizenburg / Elbe kennen und schätzen lernen. Die primären Ziele sind, die zu erreichenden Zielgruppen zu definieren und durch bestimmte Maßnahmen an den Standort zu bringen.
Umsetzung	▪ Definition des Soll-Images der Stadt, der Zielgruppen und der Wege, wie man die Zielgruppen erreichen kann (z. B. direkte Ansprache, Reiseveranstaltungen in der Region etc.) ▪ Veränderung der Eigenschaften am Standort (z.B. Erneuerung der Fußgängerwege, Servicestellen für Touristen, Hotelführer, Parkanlagen, Fahrradwege, Feste) ▪ Ausbau weiterer Marketingaktivitäten (z.B. Einbindung von QR-Codes als Informationsangebot über Einzelhandel, Touristische Ziele etc.) ▪ Platzierung von Hinweisschildern, Optimierung der Wegebeziehungen zwischen Altstadt und ergänzendem Innenstadtbereich ▪ Veränderung des Tourismus und Investitionen am Standort (z. B. subventionierte Grundstücke, Kredite)

Zeitrahmen	Ab sofort, Erarbeitung und Umsetzung eines Marketingkonzeptes, Begleitung des Marketingprozesses durch regelmäßige Arbeitskreise (mind. 4 mal jährlich), regelmäßige QR-Codes-Pflege
Verantwortung	Gemeindeverwaltung, Werbegemeinschaft, Gastronomie, Hotellerie, Kultur-Einrichtungen
Finanzierung	anteilig Boizenburg / Elbe, Werbegemeinschaft, andere beteiligte Betriebe

Die GMA empfiehlt folgende Schritte zur Umsetzung:

- Begleitung der Maßnahmen durch Arbeitskreise
- Vorstellung der Ergebnisse aus den Arbeitskreisen im Gemeinderat
- eine intensive Öffentlichkeitsarbeit zur verbesserten Akzeptanz von Maßnahmen in der Bevölkerung sowie zur Motivationssteigerung der Mitwirkenden
- ggf. Umsetzungsbegleitung durch Moderator (nur bei Bedarf)

In der Gesamtbetrachtung lassen sich diese Ansätze nicht nur **planerisch ggf. in Form eines Innenstadt(marketing)konzeptes** sondern auch kommunikativ bzw. in einem Managementansatz bündeln bzw. bearbeiten. Als Umsetzungsinstrument hierzu wird ein aktives **Altstadt- / Innenstadtmanagement empfohlen, das die vielfältigen Aktivitäten bündelt**, die Akteure integriert und hieraus positive Effekte für die Angebotsentwicklung und die Bekanntheit / das Image entwickelt. Diese Maßnahmen konnten im Rahmen dieses Konzeptes, das der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dient, nur angedeutet werden. Eine weitere Ausarbeitung und Umsetzung kann nur im Rahmen eines vertiefenden Innenstadt(marketing)konzeptes gemeinsam mit den Innenstadtakteuren (Einzelhändler, Gastronomen, Immobilieneigentümer, Anwohner usw.) entwickelt werden.

Verzeichnisse

Seite

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Boizenburg / Elbe und zentralörtliche Struktur	21
Karte 2:	Einzelhandelsstruktur der Stadt Boizenburg / Elbe	26
Karte 3:	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Boizenburg / Elbe	32
Karte 4:	Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Boizenburg / Elbe	53
Karte 5:	Zentren- und Standortstruktur	57
Karte 6:	Strukturprägende Wettbewerber von Rewe im Untersuchungsraum	62

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	9
Tabelle 2:	Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	13
Tabelle 3:	Einwohnerentwicklung 2011 – 2014 im regionalen Vergleich	19
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Bedarfsbereichen in Boizenburg / Elbe 2016	24
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand der Stadt Boizenburg / Elbe nach Siedlungsbereichen	25
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe	31
Tabelle 7:	Kaufkraftprognose 2020 für das Marktgebiet des Einzelhandels in Boizenburg / Elbe	34
Tabelle 8:	Wettbewerbssituation im Umland von Boizenburg / Elbe	35
Tabelle 9:	Boizenburger Sortimentsliste	46
Tabelle 10:	Umsatzprognose anhand des Marktanteilkonzeptes (Rewe mit 1.800 m² VK)	63
Tabelle 11:	Prognose der Umsatzumverteilungen durch das Vorhaben	64

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Mrd. € in Deutschland (netto)	10

Abbildung 2: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014 11

Abbildung 3: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland 12

Abbildung 4: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers 14

Abbildung 5: Zentralität nach Warengruppen 29

Abbildung 6: Einzelhandelsausstattung im Vergleich 36

Abbildung 7: Standort und Sortimentskonzept 42

Abbildung 14: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche 50

Übersichtsverzeichnis

Übersicht 1: Zusammenfassung der wesentlichen Strukturdaten der Stadt Boizenburg / Elbe 22

Übersicht 2: Kriterien der Zentrenrelevanz 45