



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See

Einzelhandelskonzept



im Auftrag der Stadt Plau am See
Hamburg, Oktober 2019



Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See

Einzelhandelskonzept

Projektnummer: 17DLP2312

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Boris Böhm

im Auftrag der
Stadt Plau am See
Markt 2 • 19395 Plau am See

erarbeitet durch

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311 • 22159 Hamburg

Altmarkt 10d • 01067 Dresden

Prinzenallee 7 • 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c • 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	VI
1	Grundlagen	7
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	7
1.2	Untersuchungsdesign	8
1.3	Vorgehensweise	11
2	Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See	12
2.1	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	12
2.2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	14
2.3	Planerische Ausgangslage	20
3	Nachfragesituation in der Stadt Plau am See	22
3.1	Marktgebiet der Stadt Plau am See	22
3.2	Nachfragepotenzial der Stadt Plau am See	24
4	Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Plau am See	27
4.1	Verkaufsflächen- und Branchenstruktur	27
4.2	Raumstruktur des Einzelhandels	29
4.3	Betriebsgrößenstruktur	30
4.4	Leerstandssituation	31
4.5	Umsatzsituation des Einzelhandels	33
5	Versorgungslage und Zentralitätsanalyse	35



5.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Plau am See	35
5.2	Nahversorgungssituation in Plau am See	37
5.3	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Plau am See	41
5.4	Analyse der Nachfrageverflechtungen	44
5.5	SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Plau am See	46

6 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Plau am See

6.1	Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025	49
6.1.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	49
6.1.2	Verkaufsflächenspielräume	52
6.2	Strategische Orientierungsprinzipien	55

7 Zentrenkonzept für die Stadt Plau am See

7.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	59
7.2	Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Plau am See - Zielperspektive	63
7.2.1	Zentraler Versorgungsbereich – Innenstadt Plau am See	68
7.2.2	Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße	72
7.2.3	Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee (perspektivisch)	75
7.3	Zur Zentrenrelevanz der Sortimente („Plauer Liste“)	78
7.4	Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See	81

8 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Plau am See

8.1	Allgemeine Maßnahmenempfehlungen	84
8.2	Standort- und branchenspezifische Maßnahmenempfehlungen	90

9 Zusammenfassung





Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Lage im Raum	12
■ Abbildung 2: Entwicklung der Altersstruktur in der Stadt Plau am See	15
■ Abbildung 3: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	16
■ Abbildung 4: Marktgebiet des Plauer Einzelhandels	22
■ Abbildung 5: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Plau am See	25
■ Abbildung 6: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Plau am See	27
■ Abbildung 7: Branchenstruktur des Einzelhandels in Plau am See	28
■ Abbildung 8: Räumlich-funktionale Struktur des Plauer Einzelhandels	29
■ Abbildung 9: Aktive und inaktive Verkaufsflächen nach Standortlagen	32
■ Abbildung 10: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Plau am See	33
■ Abbildung 11: Nahversorgungssituation in Plau am See	38
■ Abbildung 12: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Plau am See	42
■ Abbildung 13: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Plau am See	44
■ Abbildung 14: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Plau am See	51
■ Abbildung 15: Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels	52
■ Abbildung 16: Strategische Orientierungsprinzipien	56
■ Abbildung 17: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“	57
■ Abbildung 18: Zentrenstruktur für Plau am See	66
■ Abbildung 19: Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Plau am See	67
■ Abbildung 20: Innenstadtzentrum Plau am See, Steinstraße in Richtung Osten	69
■ Abbildung 21: Innenstadtzentrum Plau am See, Steinstraße in Richtung Westen	69



■ Abbildung 22: Abgrenzung des Innenstadtzentrums Plau am See	70
■ Abbildung 23: Abgrenzung Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße	72
■ Abbildung 24: Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße	74
■ Abbildung 25: Abgrenzung Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee (in Planung)	75
■ Abbildung 26: Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee – in Planung	77
■ Abbildung 27: Verkaufsflächenanteile der Innenstadt an der Gesamtstadt	79
■ Abbildung 28: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung	82



Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Plau am See im Vergleich	14
■ Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	17
■ Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich	17
■ Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich	18
■ Tabelle 5: Marktgebiet des Einzelhandels	23
■ Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Plau am See nach Standortbereichen	30
■ Tabelle 7: Verkaufsflächendichten der Stadt Plau am See	35
■ Tabelle 8: Verkaufsflächendichten der Stadt Plau am See (unter Berücksichtigung des Touristenaufkommens)	36
■ Tabelle 9: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH	39
■ Tabelle 10: Übersicht der strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Plau am See	40
■ Tabelle 11: Zentrenpass – Innenstadtzentrum Plau am See – Status quo	68
■ Tabelle 12: Zentrenpass – Innenstadtzentrum Plau am See – Perspektive	71
■ Tabelle 13: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Plauer Sortimentsliste“)	80



1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Plau am See ist eine Stadt im Landkreis Ludwigslust-Parchim in Mecklenburg-Vorpommern. Sie ist Sitz des gleichnamigen Amts Plau am See, dem zwei weitere Gemeinden angehören (Barkhagen und Ganzlin). Zur Stadt Plau am See gehören die acht Ortsteile Plau am See, Gaarz, Hof Lalchow, Karow, Klebe, Leisten, Quetzin und Reppentin.

Die Stadt ist nach dem Regionalen Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg als Grundzentrum ausgewiesen. Grundzentren sollen als Standorte für die Versorgung der Bevölkerung ihres Nahbereichs mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Grundbedarfs gesichert und weiterentwickelt werden. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Parchim und Waren (Müritz).

Die Stadt Plau am See weist derzeit rd. 6.100 Einwohner auf, dabei zeigt sich in den letzten Jahren eine leicht negative Einwohnerentwicklung.

Durch die unmittelbare Lage am Plauer See kommt der Stadt eine besondere touristische Bedeutung zu. Die Stadt Plau am See ist zudem staatlich anerkannter Luftkurort.

Der Einzelhandelsschwerpunkt befindet sich in der Kernstadt von Plau am See, im östlichen Stadtgebiet.

Die Stadt Plau am See verfügte bislang über kein Einzelhandelskonzept. Nunmehr sollten die Entwicklungsperspektiven des Plauer Einzelhandels ermittelt und bewertet werden. Im Rahmen dieser Einzelhandelsuntersuchung wurde die aktuelle Einzelhandelssituation und deren Strukturen erfasst und bewertet. Ausgehend von der aktuellen Einzelhandelsstruktur war die Zielrichtung der künftigen Einzelhandelsentwicklung zu definieren, zentrale Versorgungsbereiche abzugrenzen und eine ortstypische Sortimentsliste zu erarbeiten. So ging es zum einen um eine sortimentsseitige Empfehlung zum weiteren Entwicklungsrahmen des Einzelhandels bis zum Jahr 2025 und zum anderen um eine strategische Empfehlung. Auch mögliche Maßnahmen zur Stärkung des Einzelhandels in Plau am See und wesentliche Empfehlungen zur Umsetzung des städtebaulichen Entwicklungskonzepts wurden in diesem Zusammenhang erarbeitet.



1.2 Untersuchungsdesign

Die Untersuchung setzte sich mit der Gesamtsituation des Einzelhandels in der Stadt Plau am See auseinander. Neben einer detaillierten Erfassung und Analyse des Status quo sollten sodann strategische Entwicklungsziele und Strategien zur gesamtstädtischen Weiterentwicklung des Einzelhandels nach einzelnen Standortlagen und Branchen formuliert werden.

Es wurden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

Situationsdarstellung

- Ermittlung der planerischen Ausgangssituation; Vorgaben der Landes- und Regionalplanung¹, zentralörtliche Bedeutung von Plau am See; Darstellung der überörtlichen Wettbewerbssituation;
- Stand und Entwicklung der sozioökonomischen Eckdaten in der Stadt Plau am See als Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung (Einwohnerentwicklung und -prognose, Erwerbstätigkeit, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Tourismusaufkommen, Pendlerbeziehungen etc.);
- Einschätzung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation: Räumliche Abgrenzung des Marktgebiets des Plauer Einzelhandels; Ermittlung des Nachfragepotenzials aktuell und für den Prognosehorizont 2025 nach Branchen (kurz-, mittel- und langfristiger Bedarf) und Zonen (Plau am See/Umland) im Marktgebiet unter Zugrundelegung sortimentsspezifischer Ausgabesätze;
- Ermittlung und Bewertung der aktuellen Angebots- und Leerstandssituation des Einzelhandels (aktive und inaktive Flächen) in der Stadt Plau am See; Ermittlung über einzelhandelsrelevante Verkaufsflächen nach Lagen, Branchenmix, Umsatz und Flächenproduktivität; dabei wurden die Daten u.a. nach Größenklassen und Branchen differenziert und übersichtlich aufbereitet;
- zur Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wurden darüber hinaus auch die ergänzenden Nutzungen erfasst (Gastronomiebetriebe, haushaltsorientierte Dienstleister etc.).

¹ LEP Mecklenburg-Vorpommern, RREP Westmecklenburg.



Bewertung des Einzelhandels in Plau am See

- Bewertung der Versorgungslage in Plau am See (Verkaufsflächendichten nach Branchen); Vergleich wichtiger einzelhandelsrelevanter Kennzahlen mit bundesdeutschen Durchschnittswerten sowie geeigneten Vergleichsdaten;
- Bewertung der Funktionswahrnehmung der Innenstadt von Plau am See im Verhältnis zu den übrigen Einzelhandelsstandorten;
- Bestimmung und Bewertung der aktuellen Einzelhandelszentralität der Stadt Plau am See; Analyse von Nachfrageströmen und Zentralitäten insgesamt und nach Branchen sowie Bewertung der Nachfragebindung und -abflüsse der ortsansässigen Bevölkerung sowie der Zuflüsse aus dem Umland;
- Bewertung der Leistungsfähigkeit der wohnstandortnahen Nahversorgungsstruktur, dabei Ermittlung von Verkaufsflächendichten, Anteil von Vollsortimentern zu Discountern und räumlichen Versorgungslücken unter Zugrundelegung von Fußweg-Isochronen (inkl. Kartierung);
- Durchführung einer SWOT-Analyse (kombinierte Stärken-/Schwächen-Analyse und Chancen-/Risiko-Analyse) für den Einzelhandelsstandort Plau am See.

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Plau am See

- Darstellung der Entwicklung der relevanten Rahmenbedingungen bzw. Hauptantriebskräfte der Flächenentwicklung;
- Ableitung des quantitativen und qualitativen Entwicklungsrahmens (Verkaufsflächen nach Standortbereichen und Branchen) für den Einzelhandel in der Stadt Plau am See bis zum Prognosejahr 2025;
- Formulierung einer grundsätzlichen Einzelhandelsentwicklungsstrategie für die Stadt Plau am See einschließlich einer klaren Empfehlung für das anzustrebende hierarchische Standortprofil und für die einzelnen Versorgungsbereiche;
- Empfehlungen zur Strukturentwicklung (Branchenmix, Betriebstypenbesatz, Angebotslücken);
- Darstellung einer Zentren- und Standortstruktur der Stadt Plau am See; diesbezüglich wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der einzelnen Standorte unterbreitet;
- räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche gem. § 34 BauGB (inkl. Kartierung); städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse und



Bewertung der wesentlichen Standortbereiche (insbesondere der Innenstadt) hinsichtlich Funktionsfähigkeit, Gefährdungspotenzialen und der Entwicklungsperspektiven;

- Festlegung einer ortstypischen Sortimentsliste („Plauer Liste“) zur Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz einzelner Sortimente.

Maßnahmen und Handlungsempfehlungen

- Einordnung von Planvorhaben in die zu erarbeitende Zentrenstruktur sowie den Entwicklungsrahmen des Einzelhandelskonzepts;
- umsetzungsorientierte Maßnahmenvorschläge für die Sicherung und Stärkung des Einzelhandels in der Stadt Plau am See (z.B. zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts);
- Herausarbeitung standortspezifischer Handlungsempfehlungen (Stabilisierungs- und Stärkungsmöglichkeiten) für die wesentlichen Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet.

Kommunikationsprozess

- Das Einzelhandelskonzept wurde in fortlaufender telefonischer Abstimmung mit dem Auftraggeber durchgeführt.
- Zur vertiefenden Zwischenabstimmung und zur gemeinsamen Erarbeitung des Einzelhandelskonzepts fand je ein Abstimmungs- und Präsentationstermin statt.



1.3 Vorgehensweise

Folgende Primär- und Sekundärerhebungen waren insgesamt erforderlich, um das skizzierte Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten sowie Würdigung städtebaulicher Konzeptionen und sonstiger Einzelhandelsgutachten;
- flächendeckende Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände) in der Stadt Plau am See, u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen; in der Plauer Innenstadt wurden darüber hinaus zentrenergänzende Nutzungen erhoben;
- gründliche Begehungen der zentralen Versorgungsbereiche sowie der sonstigen wesentlichen Standortbereiche des Einzelhandels, dabei u.a. Würdigung der städtebaulich-funktionalen Ausgangslage sowie der Quantität und Qualität der übrigen zentrenprägenden Nutzungen sowie offensichtlicher Potenzialflächen;
- Durchführung eines Vor-Ort-Abstimmungsgesprächs mit dem Auftraggeber;
- Durchführung einer Ergebnispräsentation.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel im engeren Sinne. Nachfrageseitig wurde zudem der nicht-stationäre Handel (Online-/Versandhandel) berücksichtigt, da er an Bedeutung gewonnen hat und Verschiebungen zu Lasten des stationären Einzelhandels zu erkennen sind. Als Prognosehorizont wurde das Jahr 2025 zu Grunde gelegt.



2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See

2.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

Plau am See ist eine Stadt im Landkreis Ludwigslust-Parchim im südlichen Mecklenburg-Vorpommern. Sie befindet sich rd. 73 km südöstlich der Landeshauptstadt Schwerin. Die Stadt ist zudem Verwaltungssitz des gleichnamigen Amts Plau am See, zu dem außerdem die Gemeinden Barkhagen und Ganzlin zählen.



Abbildung 1: Lage im Raum



Von Seiten der Regionalplanung wird die Stadt Plau am See als Grundzentrum eingestuft. Grundzentren sollen als Standorte für die Versorgung der Bevölkerung ihres Nahbereichs mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten wirtschaftlichen, sozialen und kulturellen Grundbedarfs gesichert und weiterentwickelt werden. Dabei steht die Stadt Plau am See im intensiven kommunalen Wettbewerb mit den umliegenden zentralen Orten. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind Parchim (rd. 30 km westlich), Waren/Müritz (rd. 40 km östlich) sowie Güstrow (rd. 42 km nördlich). Das nächstgelegene Oberzentrum Schwerin ist rd. 73 km entfernt. Zudem befinden sich eine Reihe von Grundzentren in der näheren Umgebung (u.a. Lübz, Goldberg, Krakow am See).

Die regionale verkehrliche Anbindung der Stadt Plau am See erfolgt insbesondere über die beiden Bundesstraßen B 191 sowie B 103. Während die B 103 das Stadtgebiet in Nord-Süd-Richtung durchquert, führt die B 191 in Ost-West-Richtung durch das Stadtgebiet von Plau am See. Am östlichen Rand der Kernstadt existiert eine Verbindung zwischen den beiden Bundesstraßen (Kreuzungsbereich Lange Straße/Quetziner Straße). Zudem besteht seit 2018 eine westliche Ortsumgehung der Kernstadt von Plau am See (B 191), die beiden Bundesstraßen ebenfalls miteinander verbindet und die Innenstadt verkehrlich entlastet. Am südlichen Rand des Stadtgebiets zweigt die B 198 von der B 103 gen Südosten ab. Im Norden (Ortsteil Karow) durchquert darüber hinaus die B 192 das Stadtgebiet. Die nächstgelegenen Anschlüsse an Bundesautobahnen befinden sich zum einen in rd. 27 km Entfernung südlich in Gerdshagen (Amt Meyenburg) auf die A 24 sowie in Malchow in rd. 16 km gen Osten auf die A 19.

Die Stadt Plau am See ist durch regional verkehrende Busse der Verkehrsgesellschaft Ludwigslust-Parchim an das Umland angeschlossen. In den Sommermonaten verbindet eine Schiffslinie die Stadt Plau am See mit der östlich gelegenen Stadt Waren (Müritz). Die Stadt verfügt zwar über einen Bahnhof an der Bahnstrecke Güstrow–Meyenburg, welcher jedoch nur noch vereinzelt von Güter- und Traditionszügen genutzt wird. Die nächstgelegenen Haltepunkte im DB-Netz befinden sich in Malchow, Waren (Müritz), Güstrow und Pritzwalk.

Durch die naturräumliche Lage unmittelbar am Plauer See und der Müritz-Elde-Wasserstraße, im Westen der Mecklenburgischen Seenplatte, ist die Stadt Plau am See von ausgeprägtem touristischem Interesse. Insbesondere Wassersport/Angeln, Wanderungen und Radsport sind in diesem Zusammenhang zu nennen. Ebenfalls touristisch sowie insbesondere städtebaulich prägend für Plau am See ist die historische Altstadt mit zahlreichen denkmalgeschützten und stadtbildprägenden Gebäuden. Die Stadt Plau am See ist zudem staatlich anerkannter Luftkurort.



2.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die Bevölkerungsentwicklung in Plau am See verlief seit dem Jahr 2013 mit einem jährlichen Rückgang von -0,2 % p.a. leicht negativ. Insgesamt lebten in der Stadt Plau am See zum 01.01.2018 nach Angaben des Statistischen Landesamts rd. 6.010 Einwohner.

Damit hat sich die Stadt Plau am See im Vergleich mit dem Bundesland Mecklenburg-Vorpommern (+0,1 %) und im Vergleich mit dem Landkreis Ludwigslust-Parchim (+0,0 % p.a.) schwächer entwickelt. Die Orte im Umland sind durch eine uneinheitliche Einwohnerentwicklung gekennzeichnet. Aber die Mittel- und Oberzentren im Umland können deutlich positive Bevölkerungsentwicklungen vorweisen (Parchim: +1,0 % p.a.; Schwerin: +1,0 % p.a.).

Einwohnerentwicklung in der Stadt Plau am See im Vergleich					
Stadt/Gemeinde/ Landkreis/Bundesland	2013	2018	± 12/18		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Plau am See, Stadt	6.076	6.013	- 63	-1,0	-0,2
Barkhagen	623	631	8	+1,3	+0,3
Ganzlin	1.454	1.449	- 5	-0,3	-0,1
Lübz	6.057	6.134	77	+1,3	+0,3
Parchim	17.174	18.074	900	+5,2	+1,0
Schwerin	91.264	95.797	4.533	+5,0	+1,0
LK Ludwigslust-Parchim	212.373	212.522	149	+0,1	+0,0
Mecklenburg-Vorpommern	1.600.327	1.611.119	10.792	+0,7	+0,1
Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (Stand jeweils 01.01.).					

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Plau am See im Vergleich

Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Plau am See kann in Anlehnung an die Prognose des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommerns sowie unter Berücksichtigung der tatsächlichen Entwicklung in den letzten Jahren davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren weiterhin rückläufig sein werden.

Im Stadtgebiet von Plau am See ist jedoch beabsichtigt, eine größere Wohnbaufläche für den Wohnhausbau sowie den sozialen Wohnungsbau auszuweisen (zwischen Güstrower Chaussee/B 103 und Am Köpken), wodurch langfristig die Einwohnerprognose des Statistischen Landesamts erhöht und die rückläufige Bevölkerungsentwicklung aufgefangen werden kann. Insgesamt sind rd. 150 Wohneinheiten geplant. Dies entspricht bei einer Belegung von 1,9 Personen pro Haus-



halt (Durchschnittswert für Mecklenburg-Vorpommern) einem zusätzlichen Einwohnerpotenzial von rd. 290 Personen.

Im Jahr 2025 ist in Plau am See somit mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von rd. 6.110 Einwohnern.

Die Altersstruktur der Bevölkerung von Plau am See entspricht dem Trend des demografischen Wandels. Die Bevölkerung im Erwerbsalter wird von Schrumpfung und Alterung betroffen sein. Im Jahr 2017 war mehr als jeder vierte Einwohner 65 Jahre und älter (29 %). Dieser Trend ist in der Stadt Plau am See bereits stärker ausgeprägt als im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern und dem Landkreis Ludwigslust-Parchim allgemein. Auch perspektivisch ist eine weitere Verschiebung der Altersstruktur zu erwarten.

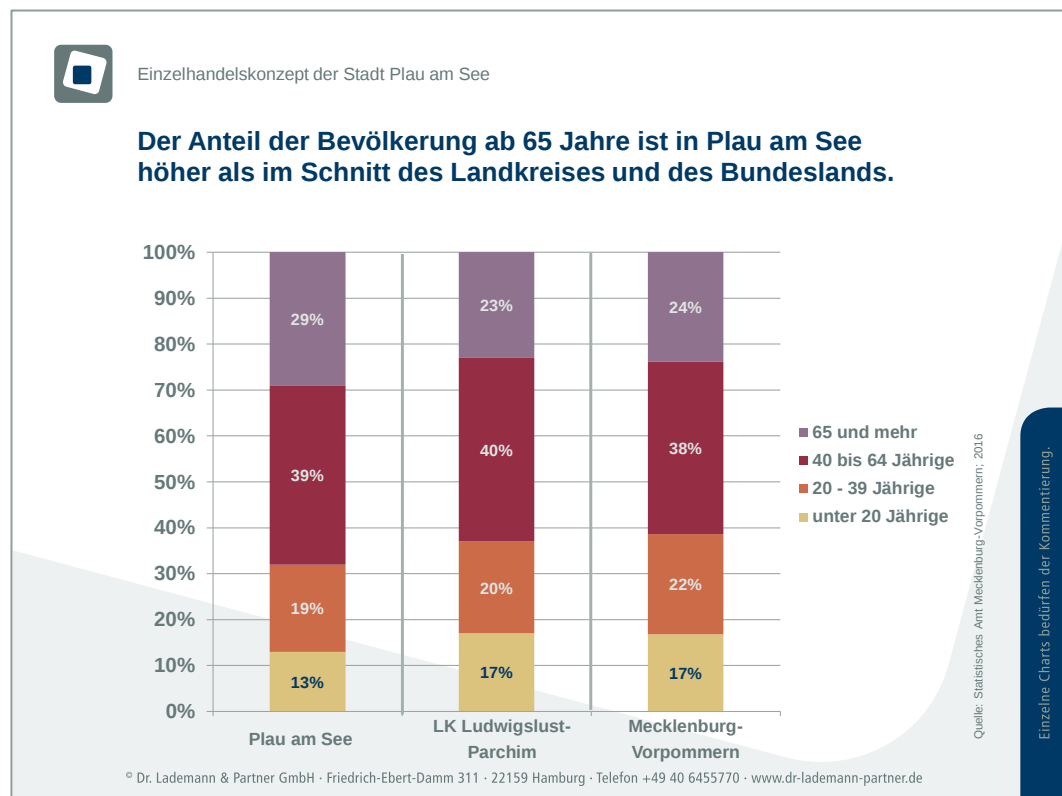


Abbildung 2: Entwicklung der Altersstruktur in der Stadt Plau am See

Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist. Darüber hinaus sollte sich der Einzelhandel auf ein zielgruppenspezifisches An-



gebot einstellen. Dies wird ebenfalls Verschiebungen im Einkaufsverhalten induzieren (z.B. höhere Serviceaffinität).

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer². Diese liegt für die Stadt Plau am See bei 87,8. Damit bewegt sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt in etwa im Durchschnitt des Landkreises Ludwigslust-Parchim (87,4) und des Bundeslands Mecklenburg-Vorpommern (88,2). Die beiden weiteren Gemeinden des Amts Plau am See verfügen über deutlich niedrigere Kaufkraftkennziffern (Barkhagen: 82,0; Ganzlin: 79,9). Die nächstgelegenen zentralen Orte Lübz (84,3) und Parchim (81,6) verfügen ebenfalls über niedrigere Kaufkraftkennziffern. Es bleibt damit festzuhalten, dass kein Wert über dem gesamtdeutschen Durchschnitt liegt (100).

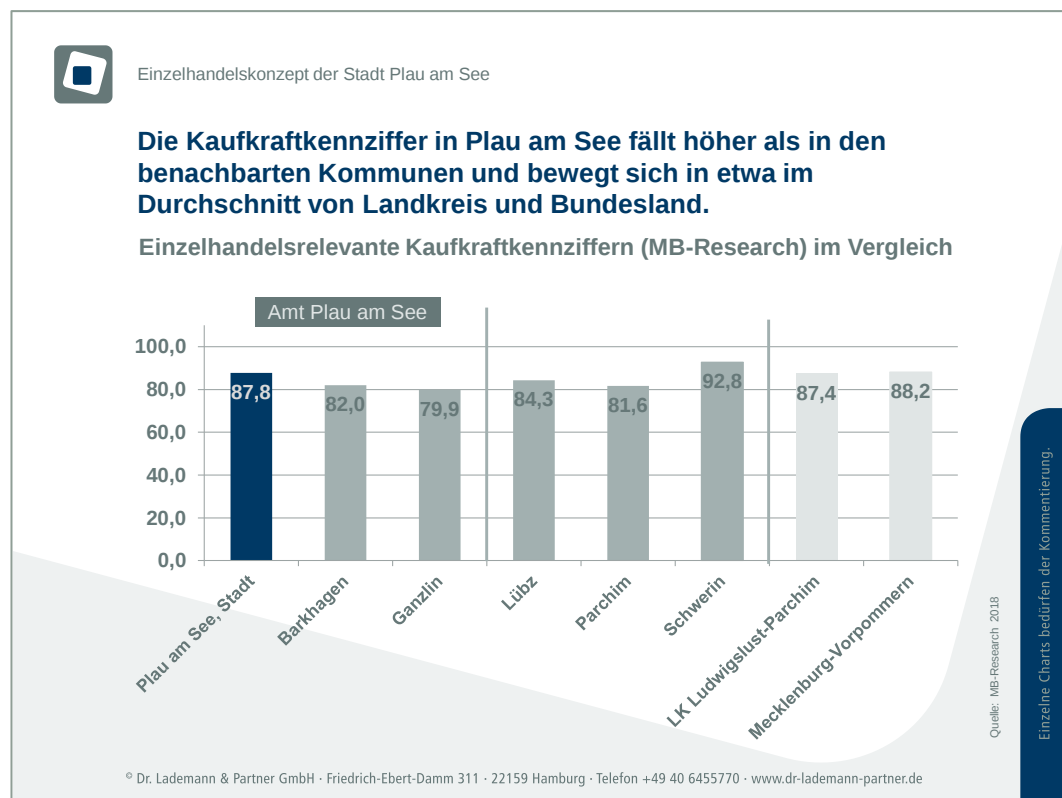


Abbildung 3: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

² Vgl. MB-Research, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2018.



Die Beschäftigungssituation im Landkreis Ludwigslust-Parchim entwickelte sich im Zeitraum 2013 bis 2018 sehr positiv und sank um 2,8 %-Punkte. In 2018 lag die Arbeitslosenquote mit 5,8 % deutlich unter dem Wert Mecklenburg-Vorpommerns (7,9 %) und der Neuen Bundesländer (6,9 %).

Entwicklung der Arbeitslosenquoten			
Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %		+ / - 13/18
	2013	2018	%-Punkte
LK Ludwigslust-Parchim	8,6	5,8	-2,8
Mecklenburg-Vorpommern	11,7	7,9	-3,8
Bundesgebiet (Ost)	10,3	6,9	-3,4
Bundesrepublik Deutschland	6,9	5,2	-1,7
Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsstatistik 2013-18 / Jahreszahlen, Nürnberg.			

Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Plau am See mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Die Stadt Plau am See verfügt über einen leicht positiven Pendlersaldo von rd. 120 Personen. Dieser hat sich zuletzt vergrößert. Die hohe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort für das Umland ist insbesondere auf zahlreiche Arbeitsplätze im Gesundheitswesen (Kliniken) sowie in der Tourismusbranche zurückzuführen.

Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den Plauer Einzelhandel.

Ein- und Auspendler in der Stadt Plau am See im Vergleich						
Stadt/Kreis	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2013	2017	2013	2017	2013	2017
Plau am See, Stadt	1.200	1.167	1.193	1.284	- 7	117
Parchim	2.381	2.658	5.811	5.871	3.430	3.213
Schwerin	10.133	10.516	24.438	25.879	14.305	15.363
LK Ludwigslust-Parchim	34.787	35.975	12.202	13.013	- 22.585	- 22.962
Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2013/17.						

Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich



Eine wesentliche Rolle für die Wirtschaftskraft der Stadt Plau am See und damit auch für den Einzelhandel spielt gerade in den Sommermonaten der Tourismus: So entfielen im Jahr 2017 auf jeden Einwohner der Stadt Plau am See rd. 63 Übernachtungen. Seit 2012 konnte die Zahl der Gästeankünfte in den von den offiziellen Statistiken des Landes Mecklenburg-Vorpommern erfassten Betrieben³ in der Stadt Plau am See um rd. 3,0 % erhöht werden. Der Zuwachs im Landkreis Ludwigslust-Parchim insgesamt (+1,2 % p.a.) sowie in Mecklenburg-Vorpommern (+7,6 % p.a.) fiel ebenfalls deutlich positiv aus. Im gleichen Zeitraum hat auch die Zahl der Übernachtungen in Plau am See um rd. 0,3 % zugenommen und sich damit deutlich besser entwickelt als im Landkreis insgesamt.

Tourismusentwicklung in der Stadt Plau am See 2012 bis 2017*					
Übernachtungen					
Stadt/Kreis/Land	2012	2017	± 12/17		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Plau am See, Stadt	373.490	374.732	+1.242	+0,3	+0,1
LK Ludwigslust-Parchim	1.142.211	1.084.255	-57.956	-5,1	-1,0
Mecklenburg-Vorpommern	27.940.720	29.751.881	+1.811.161	+6,5	+1,3
Gästeankünfte					
Stadt/Kreis/Land	2012	2017	± 12/17		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Plau am See, Stadt	74.366	76.607	+2.241	+3,0	+0,6
LK Ludwigslust-Parchim	355.546	359.891	+4.345	+1,2	+0,2
Mecklenburg-Vorpommern	6.993.178	7.527.619	+534.441	+7,6	+1,5
Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern. *Betriebe ab 10 Schlafplätze/10 Stellplätze.					

Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich

Die Fremdenverkehrsstatistik der Stadt Plau am See weist für das Jahr 2017 folgende Tourismuszahlen aus, da hierin auch die Ankünfte und Übernachtungen in Betrieben mit weniger als 10 Schlafplätzen beinhaltet sind:⁴

- Übernachtungen: 461.393 pro Jahr
- Gästeankünfte: 112.534 pro Jahr
- Durchschnittliche Aufenthaltsdauer: 4,1 Tage

³ Betriebe ab 10 Schlafplätze / 10 Stellplätze

⁴ Nach Angaben der Stadt verfügt Plau am See über 3.600 Gästebetten und 700 Ferienwohnungen.



Hinzu kommen noch die Tagestouristen und die Nebenwohnsitze. Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach deutlich größer einzuschätzen als es die Zahlen des statistischen Ladensamts zeigen.

Eng mit dem Tourismus verknüpft ist auch das Potenzial aus der örtlichen Gesundheitswirtschaft. Mit dem MEDICLIN Krankenhaus und der KMG Klinik Silbermühle (Reha-Klinik) verfügt Plau am See über zwei große Einrichtungen der Gesundheitswirtschaft. Diese stellen nicht nur Arbeitsplätze zur Verfügung, was sich positiv auf den Pendlersaldo auswirkt, sondern induzieren auch für den Einzelhandel und die Gastronomie zusätzliche Potenziale, die sich aus den Patienten einerseits sowie aus den Besuchern andererseits ableiten lassen.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in der Stadt Plau am See sind differenziert zu beurteilen: Die unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft und der überdurchschnittliche Anteil Über-65-Jähriger schränken auf der einen Seite die Weiterentwicklungsmöglichkeiten ein. Die Entwicklung auf dem Arbeitsmarkt, der leicht positive Pendlersaldo, die hohen Touristenzahlen sowie die leicht positive Einwohnererwartung induzieren hingegen positive Impulse auf die künftige Einzelhandelsentwicklung.



2.3 Planerische Ausgangslage

Das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept basiert auf den städtebaurechtlichen Grundlagen des BauGB und der BauNVO sowie der aktuellen Rechtsprechung. Zur Erarbeitung waren auch die Bestimmungen der Landesplanung in Mecklenburg-Vorpommern⁵ und der Regionalplanung für den Regionalen Planungsverband Westmecklenburg⁶ zu berücksichtigen.

Für die Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten (großflächiger Einzelhandel gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 BauNVO [Ausnahme: atypische Fallgestaltung gem. Satz 4] und Agglomerationen kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe) sind für das Grundzentrum Plau am See folgende, additiv verknüpfte Kriterien von Bedeutung:

■ LEP 2016 3.3.2 Ziffer 1 (Konzentrationsgebot)

Einzelhandelsgroßprojekte und Einzelhandelsagglomerationen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in zentralen Orten zulässig.

■ LEP 2016 3.3.2 Ziffer 2 (Kongruenzgebot)

Einzelhandelsgroßprojekte nach (1) sind nur zulässig, wenn die Größe, die Art und die Zweckbestimmung des Vorhabens der Versorgungsfunktion des zentralen Orts entsprechen, den Verflechtungsbereich des zentralen Orts nicht wesentlich überschreiten und die Funktionen der zentralen Versorgungsbereiche des zentralen Orts und seines Einzugsbereiches nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

■ LEP 2016 3.3.2 Ziffer 3 (Integrationsgebot)

Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in Innenstädten/Ortszentren und in sonstigen zentralen Versorgungsbereichen zulässig.

Ausnahmsweise dürfen nahversorgungsrelevante Sortimente auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden, wenn nachweislich

- eine integrierte Lage in den zentralen Versorgungsbereichen aus städtebaulichen Gründen nicht umsetzbar ist,

⁵ Vgl. Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2016 (i.F. LEP MV).

⁶ Vgl. Regionales Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg 2011 (i.F. RP Westmecklenburg).



- das Vorhaben zur Sicherung der verbrauchernahen Versorgung beiträgt und
- die Versorgungsbereiche nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Zentrenrelevante Kernsortimente sind

- die Sortimente gemäß Abbildung 21 *[Anmerkung: im LEP MV]* sowie
- weitere Sortimente, die von einer Gemeinde als zentrenrelevant festgelegt werden (ortspezifische Sortimentsliste).

Die zentralen Versorgungsbereiche sind durch die Kommunen im Rahmen ihrer Nahversorgungs- und Zentrenkonzepte zu ermitteln und planerisch zu sichern.

- LEP 2016 3.3.2 Ziffer 4 (Standorte für nicht-zentrenrelevante Vorhaben)

Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an städtebaulich integrierten Standorten zulässig. Ausnahmsweise dürfen Vorhaben in städtebaulicher Randlage angesiedelt werden, wenn nachweislich keine geeigneten Standorte in integrierten Lagen vorhanden sind. Voraussetzung für die Ansiedlung in städtebaulicher Randlage ist eine Anbindung an das ÖPNV-Netz und an das Radwegenetz.

Zentrenrelevante Randsortimente innerhalb der Einzelhandelsgroßprojekte sind zulässig, sofern keine schädlichen Auswirkungen auf die Innenstadt/das Ortszentrum und auf sonstige zentrale Versorgungsbereiche zu befürchten sind (Einzelfallprüfung erforderlich).

- LEP 2016 3.3.2 Ziffer 5 (Einzelhandelskonzepte und zentrale Versorgungsbereiche)

Zukunftsfähige Zentren- und Nahversorgungsstrukturen der zentralen Orte sind auf der Grundlage von Einzelhandelskonzepten zu entwickeln. Dabei sind auch die Nahversorgungsstrukturen im Nahbereich der zentralen Orte zu berücksichtigen. In den kommunalen Einzelhandelskonzepten sind die zentralen Versorgungsbereiche festzulegen.

Im Regionalen Raumentwicklungsprogramm Westmecklenburg aus dem Jahre 2011 heißt es im Punkt 4.3.2 (9) ergänzend:

Einzelhandelsvorhaben sollen den Ausbau des Tourismus in Westmecklenburg unterstützen. Das trifft sowohl für die Entwicklung und Attraktivitätsstärkung der historischen Altstädte als auch für die Tourismusorte zu.

3 Nachfragesituation in der Stadt Plau am See

3.1 Marktgebiet der Stadt Plau am See

Das Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt resp. Gemeinde insgesamt anzusprechen vermag.

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben.

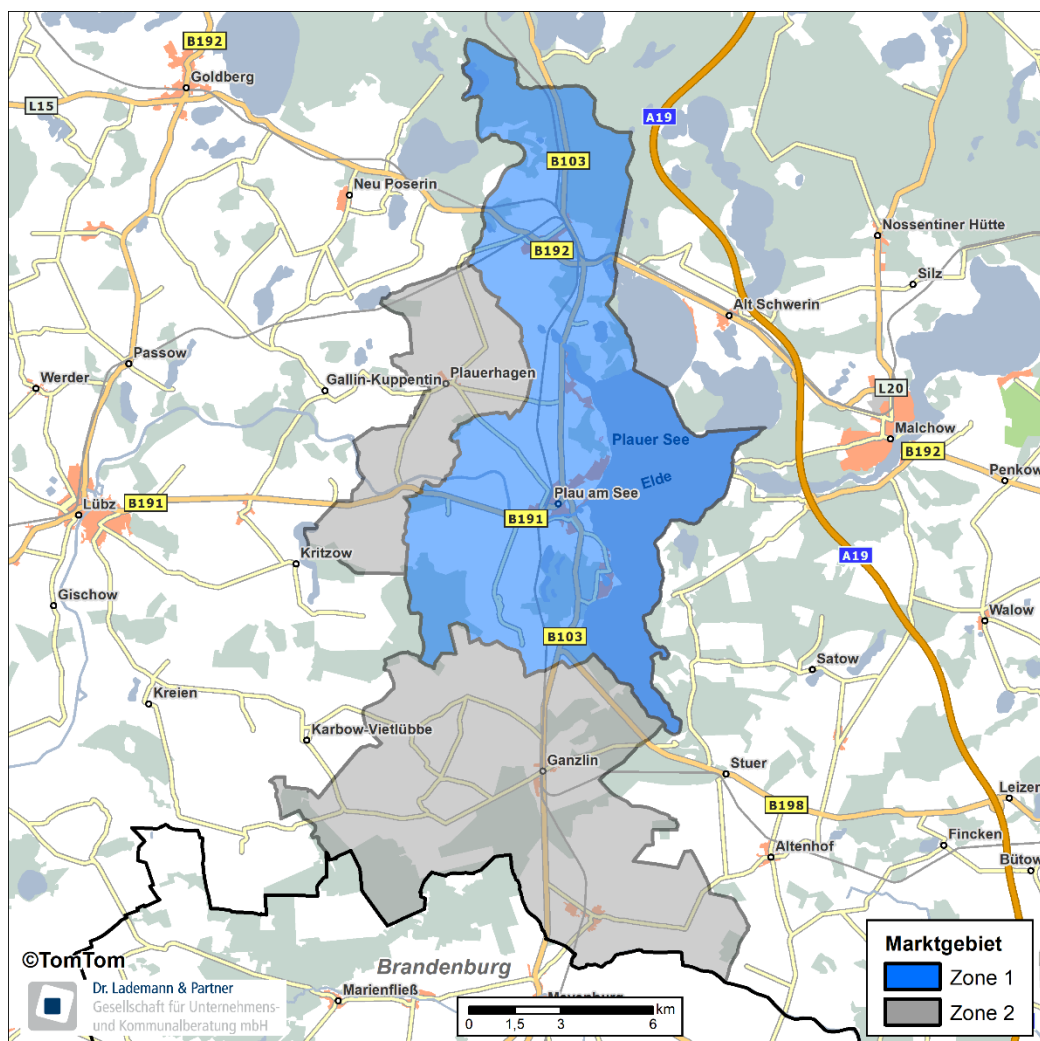


Abbildung 4: Marktgebiet des Plauer Einzelhandels



Das Marktgebiet ist in zwei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen. Das Stadtgebiet von Plau am See stellt dabei die Zone 1 dar. Die Zone 2 umfasst die angrenzenden Gemeinden Barkhagen und Ganzlin. Insgesamt umfasst das Marktgebiet somit das gesamte Amt Plau am See.

In dem Marktgebiet leben derzeit

rd. 8.090 Personen.

Davon entfallen knapp 75 % auf die Stadt Plau am See und rd. 25 % auf das Umland.

Marktgebiet des Einzelhandels in Plau am See			
Bereich	Zonen	2018	2025
Plau am See, Stadt	Zone 1	6.013	6.110
Umland	Zone 2	2.080	2.020
Einzugsgebiet	Zonen 1-2	8.093	8.130
Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.			

Tabelle 5: Marktgebiet des Einzelhandels

Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen ist von einem leicht ansteigenden Einwohnerpotenzial bis 2025 in Höhe von rd. 8.130 Einwohnern auszugehen.

Hinzukommt allerdings noch das Touristenpotenzial. Nach Angaben der Stadt Plau am See beläuft sich das Touristenaufkommen auf rd. 461.400 Übernachtungen pro Jahr. Auf 365 Tage aufgeteilt, resultiert daraus ein durch Übernachtungsgäste induziertes Einwohneräquivalent von rd. 1.260 Personen.

Hinzu kommt noch ein beträchtliches Potenzial an Tagestouristen, was sich auf etwa 1,4 Mio. beziffert.⁷ Auf 365 Tage aufgeteilt ergibt sich daraus ein durch Tagesgäste induziertes Einwohneräquivalent von rd. 3.800 Personen. Unter die Tagestouristen würden allerdings auch die Personen fallen, die aus der Umlandzone des Marktgebiets stammen. Insofern ist das Tagestouristenaufkommen noch um die Umlandbewohner (Zone 2) zu bereinigen und beläuft sich auf rd. 1.720 Personen.

⁷ Das Potenzial an Tagestouristen lässt sich überschlägig anhand der Übernachtungszahlen (ab 10 Betten / Stellplätzen) gemäß Statistischem Landesamt ermitteln. Hierfür wird die Zahl der Gästeübernachtungen mit dem gemäß für die Region Westmecklenburg, Mecklenburgische Schweiz und Seenplatte anzusetzenden Faktor von 3,7 multipliziert (vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): „Tagesreisen der Deutschen“ Berlin.).



Unter der Annahme stabiler Tourismuszahlen ist somit das Kundenpotenzial für den Einzelhandel in Plau am See zum Prognosehorizont 2025 auf insgesamt rd. 11.100 Personen zu beziffern.

3.2 Nachfragepotenzial der Stadt Plau am See

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2017 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente⁸ innerhalb des Marktgebiets von rd. 42 Mio. €.

Dabei handelt es sich um das Volumen, dass die Bewohner aus dem Marktgebiet jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt selbst und/oder an anderen Standorten/Einkaufskanälen.

Unter Berücksichtigung der nahezu stagnierenden Bevölkerungszahl in Plau am See und im Umland ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von ebenfalls

etwa 42 Mio. €.

⁸ Die Sortimente werden nach kurzfristigem (nahversorgungsrelevante Sortimente wie z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren), mittelfristigem (z.B. Bekleidung, Schuhe) und langfristigem (z.B. Bau-/Gartenbedarf, Möbel) Bedarf gegliedert. Für eine detaillierte Betrachtung sei auf das Glossar verwiesen.

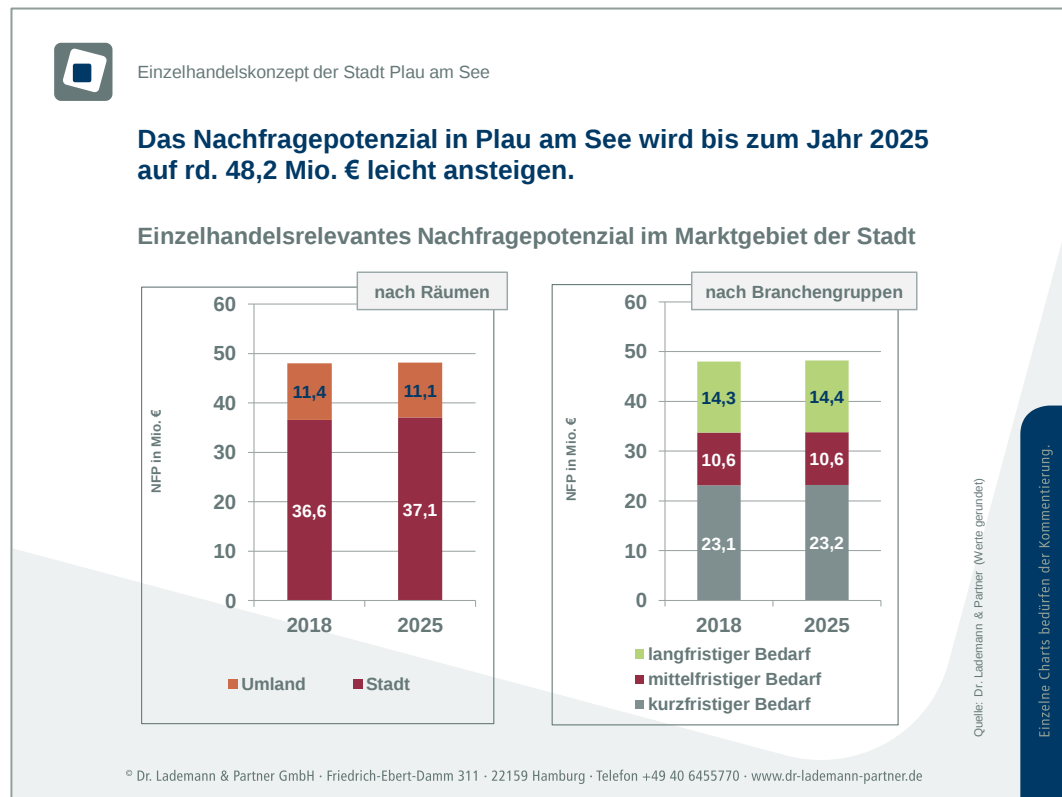


Abbildung 5: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Plau am See

Hinzu kommt noch das durch Touristen induzierte Nachfragepotenzial. Für die Übernachtungsgäste ist davon auszugehen, dass diese pro Tag im Schnitt mindestens 4,40 € für den periodischen Bedarf und mindestens 10,90 € für den aperiodischen Bedarf ausgeben.⁹ Hieraus leitet sich ein zusätzliches durch Übernachtungsgäste induziertes Nachfragepotenzial von insgesamt rd. 7,1 Mio. € ab.

Für die Tagesgäste kann davon ausgegangen werden, dass diese pro Tag im Schnitt mindestens 2,80 € für den periodischen Bedarf und mindestens 7,90 € für den aperiodischen Bedarf ausgeben.¹⁰ Hieraus leitet sich ein zusätzliches durch Tagesgäste induziertes Nachfragepotenzial von insgesamt rd. 6,7 Mio. € ab.

⁹ Vgl. Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr e.V. an der Universität München [dwif e.V.]: Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland, Tabelle 27 auf Seite 49); München 2010).

¹⁰ Vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie: „Tagesreisen der Deutschen“, Tabelle auf Seite 65, Berlin 2014.



Im Marktgebiet der Stadt Plau am See lebten im Jahr 2018 rd. 8.100 Personen. Perspektivisch ist mit einer leicht ansteigenden Einwohnerzahl und einem damit verbundenen, ebenfalls leicht ansteigenden Nachfragepotenzial zu rechnen. Dieses wird im Jahr 2025 bei rd. 48,2 Mio. € liegen. Hinzu kommen rd. 13,8 Mio. €, die sich aus dem Aufkommen an Übernachtungs- und Tagesgästen ableiten lassen.

4 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Plau am See

4.1 Verkaufsflächen- und Branchenstruktur

Im Januar 2018 verfügte die Stadt Plau am See in 64 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene¹¹ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt rd. 9.600 qm.

Die Unterteilung nach einzelnen Sortimentsbereichen zeigt dabei folgendes Bild:

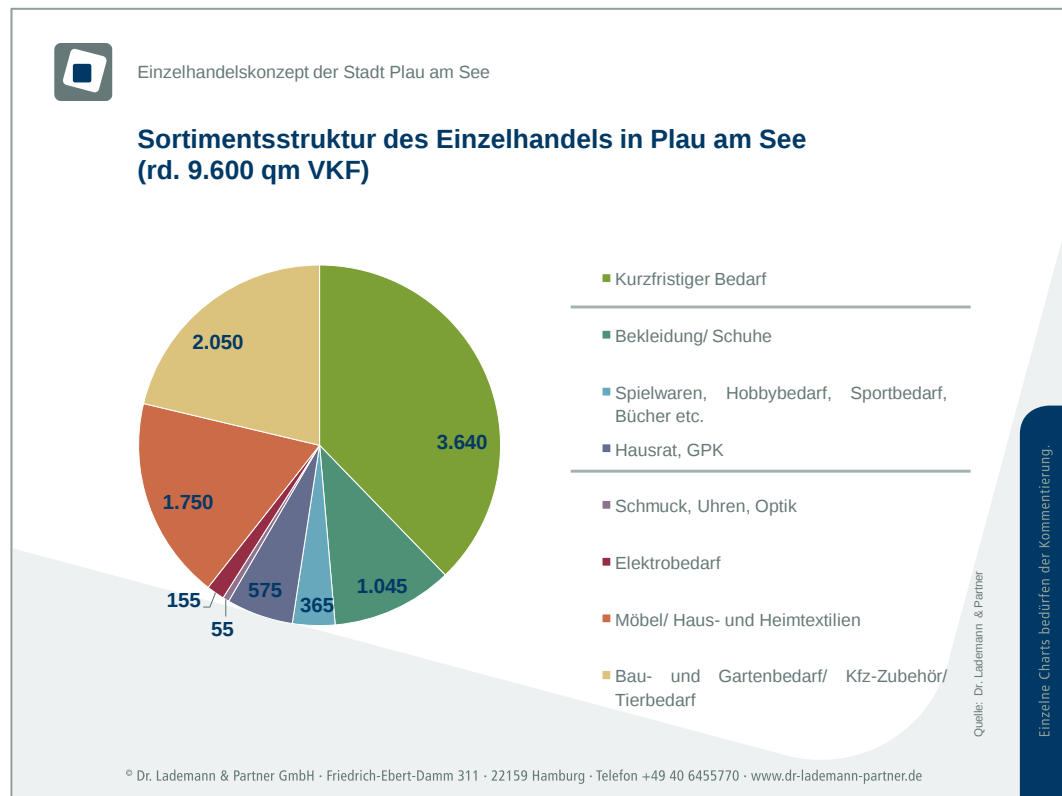


Abbildung 6: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in Plau am See

Die Differenzierung nach Branchengruppen ergibt, dass der Sortimentsschwerpunkt eindeutig auf den kurzfristigen Bedarf (rd. 3.600 qm) sowie nachgeordnet auf Möbel/Haus- und Heimtextilien (rd. 1.750 qm) sowie den Bau- und Garten-

¹¹ ohne Leerstände



bedarf (rd. 2.050 qm) entfällt. Umgekehrt verfügt das Grundzentrum über einen überschaubaren Anteil an zentrenrelevanten Sortimenten. Insgesamt gesehen weist der Plauer Einzelhandel damit eine unausgeglichene Branchenstruktur auf, die einem durchschnittlichen - in Teilen auch unterdurchschnittlichen - Grundzentrum entspricht.

- Mit rd. 3.600 qm entfällt mehr als ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche auf den kurzfristigen Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei 37 %.
- Mit rd. 2.000 qm entfällt rd. ein Fünftel auf den mittelfristigen Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 36 %.
- Der langfristige Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 42 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 4.000 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen lediglich rd. 27 %.

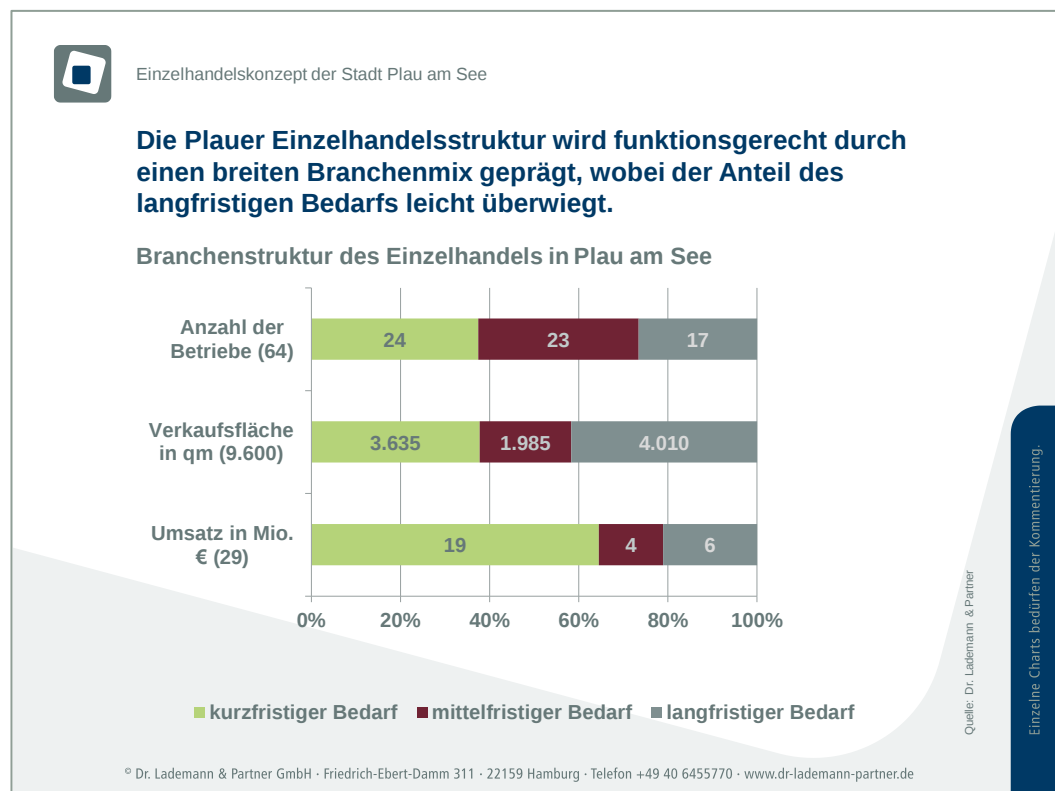


Abbildung 7: Branchenstruktur des Einzelhandels in Plau am See

4.2 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Hinblick auf die zentrale Fragestellung des Gutachtens bezüglich der Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen wurden die Daten der Flächenerhebung räumlich differenziert.

Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

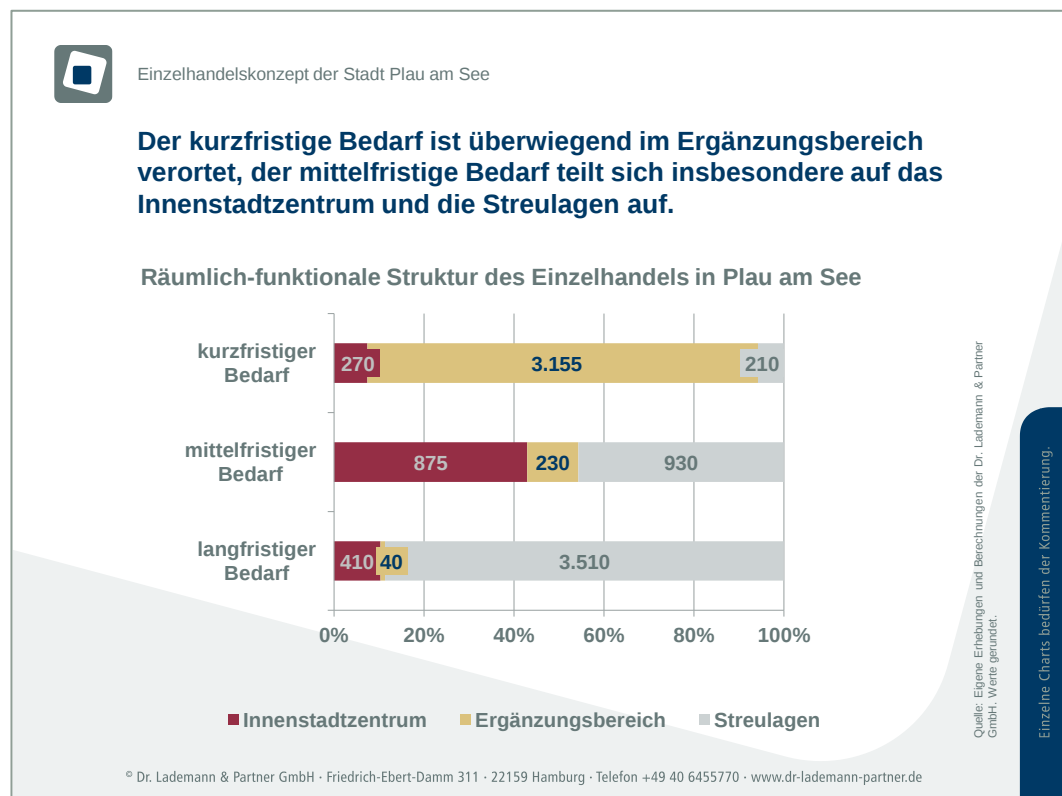


Abbildung 8: Räumlich-funktionale Struktur des Plauer Einzelhandels

Die sortimentspezifischen Verkaufsflächenanteile verteilen sich auf folgende Standortlagen:

- Das Innenstadtzentrum befindet sich im östlichen Stadtgebiet von Plau am See, zentral in der Kernstadt, und umfasst Teile des historischen Altstadtbereichs. Der höchste Einzelhandelsbesatz ist entlang der Steinstraße sowie nachrangig in den angrenzenden Bereichen Marktstraße, Markt und Große Burgstraße ausgebildet. Der Verkaufsflächenanteil des Innenstadtzentrums an der Gesamtverkaufsfläche beläuft sich auf lediglich rd. 16 % und umfasst Angebote aller Sortimentsbereiche, insbesondere jedoch funktionsgerecht vor allem den mittelfristigen Bedarf.



- Der Ergänzungsbereich Innenstadt, im Kreuzungsbereich Quetziner Straße/ Lange Straße, befindet sich im nordöstlichen Bereich der Kernstadt. Der Verkaufsflächenanteil dieses Bereichs beläuft sich auf rd. 36 % und umfasst v.a. Angebote des kurzfristigen Bedarfs.
- Unter den Streulagen werden die übrigen Angebote erfasst. Dabei handelt es sich v.a. um solitäre Lagen. Der Verkaufsflächenanteil beläuft sich auf rd. 48 % und umfasst v.a. mittel- und langfristige Angebote.

4.3 Betriebsgrößenstruktur

Die durchschnittliche Betriebsgröße in Plau am See liegt bei rd. 150 qm Verkaufsfläche und wird vor allem von den flächenextensiven Anbietern des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs getrieben. Die Kernstadt verfügt zum einen über äußerst kleinteilige Strukturen im Innenstadtzentrum sowie zum anderen über großflächige Betriebe im Ergänzungsbereich.

Nach Standortbereichen ergibt sich dabei folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Plau am See nach Standortbereichen				
durchschnittliche Betriebsgrößen in qm	Innenstadt-zentrum	Ergänzungsbereich	Streulage	Gesamt
kurzfristig	30	450	30	150
mittelfristig	40	0	230	80
langfristig	50	0	590	280
Summe	40	490	270	150
Quelle: Dr. Lademann & Partner.				

Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Plau am See nach Standortbereichen

In Plau am See entfallen insgesamt rd. 51 % der Verkaufsfläche auf 5 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

Die größten Betriebe für den kurzfristigen Bedarf sind der Verbrauchermarkt Rewe (ehemals Sky) sowie die Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl und Netto im Ergänzungsbereich Innenstadt.

Bei den mittelfristigen Sortimenten befinden sich mit dem Kiek In-Schnäppchenmarkt sowie einem Kik-Bekleidungsfachmarkt die flächengrößten Betriebe in Streulagen der Kernstadt.



Die flächengrößten Betriebe im langfristigen Bedarfsbereich sind der Raiffeisen-Bau- und Gartenmarkt, der Antik Speicher-Möbelmarkt, das Dänische Bettenlager sowie der Plauer Baustoffhandel (ebenfalls alle in Streulagen).

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in Plau am See rd. 9.600 qm. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rd. 150 qm Verkaufsfläche. Verkaufsflächenseitig liegt der Schwerpunkt der Großflächen in der Kernstadt von Plau am See.

4.4 Leerstandssituation

Im Januar 2018 standen in der Stadt Plau am See 11 Ladengeschäfte mit einer potenziellen Verkaufsfläche

von rd. 475 qm leer¹² (mittlere Größe von rd. 43 qm).

Dies entspricht einer Leerstandsquote¹³ von rd. 5 % gemessen an der Verkaufsfläche und gut 15 % gemessen an den Ladenlokalen. Damit ist von einer moderaten Leerstandssituation in Plau am See auszugehen.

Die Leerstände konzentrieren sich dabei insbesondere auf die Innenstadt sowie die Streulagen der Kernstadt von Plau am See: Im Innenstadtzentrum befinden sich derzeit acht leerstehende Ladenlokale mit einer potenziellen Verkaufsfläche von insgesamt rd. 255 qm (durchschnittlich rd. 32 qm). Drei weitere Leerstände befinden sich in den Streulagen (insgesamt rd. 220 qm Verkaufsfläche). Insgesamt sind diese Ladenlokale sehr kleinteilig strukturiert. Die größte Fläche darunter ist die ehemalige Schlecker-Filiale in der Plauerhäger Straße 11 mit rd. 150 qm Verkaufsfläche.

Es gilt künftig die Leerstandssituation zu beobachten, da diese v.a. in den Zentren sehr stark negativ wahrgenommen werden können. Der Leerstand innerhalb der einzelhandelsseitig vorgeprägten Lagen im Zentrum ist vorrangig abzubauen und zu fördern. In den Streulagen dürften sich einzelhandelsseitige Nachnutzun-

¹² Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob abgeschätzt werden, da die Verkaufsräume nicht immer klar einsehbar waren.

¹³ Berücksichtigt wurden hier sämtliche leer stehenden Flächen, die als Einzelhandelsflächen potenziell in Frage kommen, auch wenn sie vormals möglicherweise durch Dienstleistungsbetriebe o.ä. genutzt worden sind.



gen schwierig gestalten. In diesen Fällen ist unter Umständen eine Nachnutzung als Wohnimmobilie sinnvoll.

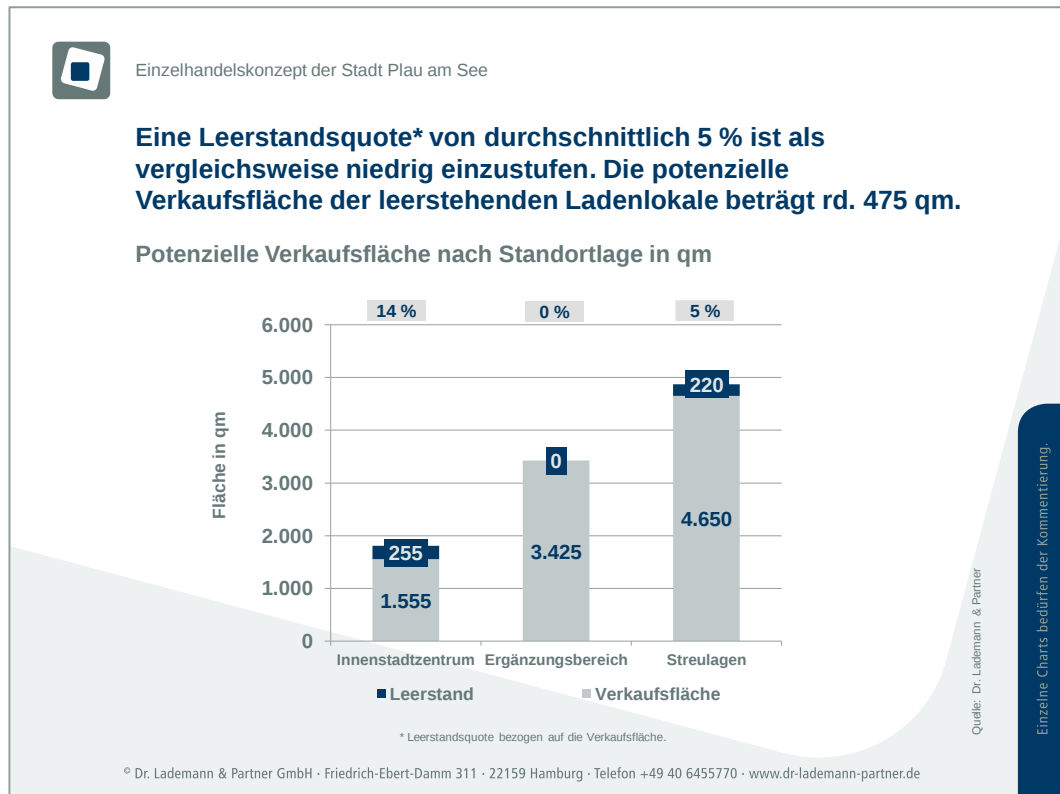


Abbildung 9: Aktive und inaktive Verkaufsflächen nach Standortlagen

Die Leerstandsquote in der Stadt Plau am See lag im Januar 2018 bei lediglich rd. 5 % und konzentrierte sich v.a. auf das Innenstadtzentrum und Streulagen innerhalb der Kernstadt. Die Leerstandssituation in Plau am See ist somit als moderat anzusehen.

4.5 Umsatzsituation des Einzelhandels

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Plau am See im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2017 auf insgesamt

rd. 29 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche Flächenproduktivität von etwa 3.000 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr.

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

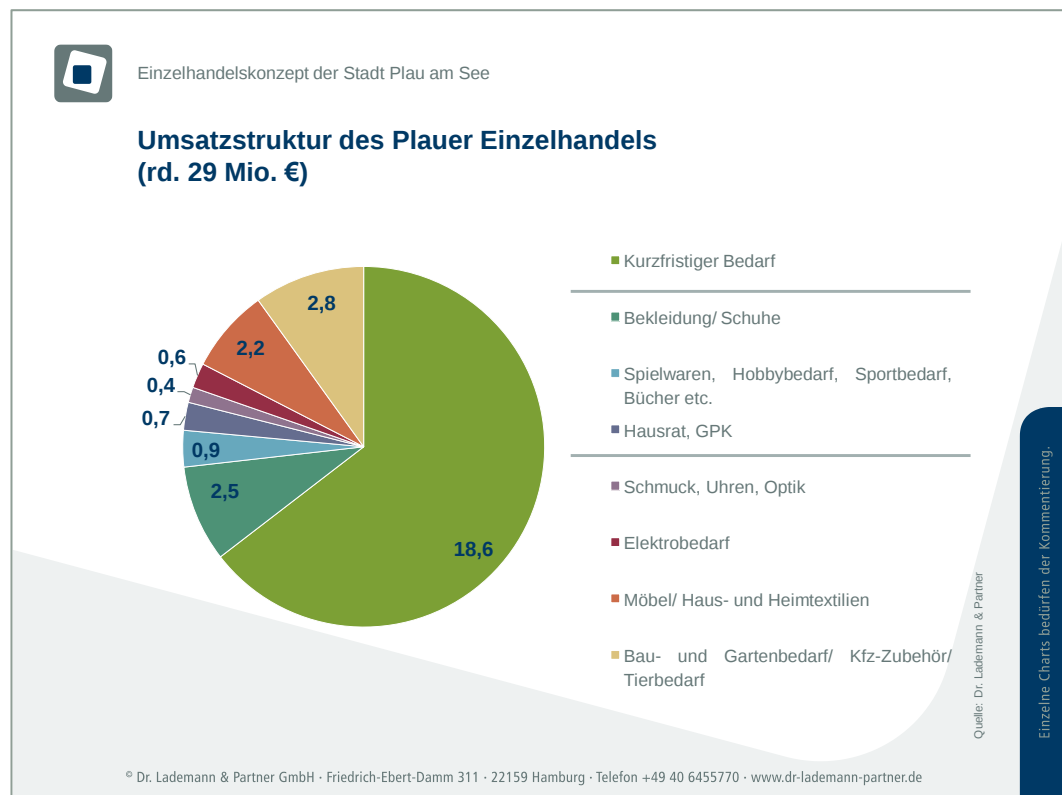


Abbildung 10: Umsatzstruktur des Einzelhandels in Plau am See

- Rd. 65 % des Umsatzes entfallen auf den kurzfristigen Bedarf. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei gut 5.100 € je qm Verkaufsfläche und wird insbesondere von den Lebensmitteldiscountern und den Kleinflächen getrieben.



- Auf den mittelfristigen Bedarf entfallen rd. 14 % des städtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich etwa 2.100 € je qm Verkaufsfläche.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven langfristigen Sortimenten liegt bei etwa 21 %. Daraus resultiert eine erwartungsgemäß geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.500 € je qm Verkaufsfläche.

Nach Standortlagen betrachtet wird von dem gesamten Umsatzvolumen im Ergänzungsbereich der Innenstadt mit rd. 57 % der mit Abstand höchste Umsatzanteil erwirtschaftet (rd. 16 Mio. €). Die Anteile des Umsatzes des Ergänzungsbereichs entfallen mit rd. 95 % fast ausschließlich auf den kurzfristigen Bedarfsbereich. Lediglich rd. 4 % des Umsatzes werden dort durch mittelfristige Angebote (als Randsortimente) rekrutiert.

Im Innenstadtzentrum wird ein deutlich geringerer Umsatz erwirtschaftet (rd. 20 % vom Gesamtumsatz [ca. 6 Mio. €]). Die Anteile des Umsatzes des Innenstadtzentrums entfallen mit rd. 36 % auf den kurzfristigen Bedarf. Rd. 43 % des Umsatzes werden durch mittelfristige Angebote rekrutiert sowie rd. 22 % im langfristigen Bedarf.

Ebenfalls anzuführen sind an dieser Stelle die Streulagen mit einem Umsatzanteil von rd. 23 % des Gesamtumsatzes (rd. 7 Mio. €).

Umsatzseitig wird der Plauer Einzelhandel durch den kurzfristigen Bedarf dominiert, auf den fast zwei Drittel des Umsatzes entfallen. Der mittelfristige Einzelhandel weist deutliche Angebotsschwächen auf.



5 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

5.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Plau am See

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in der Stadt Plau am See einen Wert von rd. 1.600 qm je 1.000 Einwohner.

Flächendichte der Stadt Plau am See im Vergleich		
Branchen	Flächendichte*	
	Plau am See, Stadt	Spannbreite Grundzentren**
Kurzfristiger Bedarf	600	450-800
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	173	150-400
Sonstige Hartwaren	164	150-400
Elektrobedarf/elektronische Medien	26	50-150
Möbel/Haus- und Heimtextilien	289	150-600
Bau- und Gartenbedarf	339	250-600
Summe	1.590	1.000-2.500
Quelle: Eigene Berechnungen. * in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner. ** Vergleichswerte aus anderen Grundzentren von Dr. Lademann & Partner		

Tabelle 7: Verkaufsflächendichten der Stadt Plau am See

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Deutschland bei knapp 1.500 qm. Damit liegt die Flächenausstattung in der Stadt Plau am See rein rechnerisch in einem durchschnittlichen Bereich.

Sortimentsseitig sticht insbesondere der kurzfristige Bedarf hervor, in dem eine vergleichsweise hohe Dichte vorherrscht. Alle übrigen Sortimente liegen im unteren Bereich der Spannbreite bzw. darunter.

Im Vergleich zu anderen von Dr. Lademann & Partner untersuchten Grundzentren liegt die Flächendichte insgesamt eher im unteren bis durchschnittlichen Bereich der Spannbreite. Insbesondere die mittelfristigen Sortimente, wie Bekleidung/Schuhe und Elektrobedarf, weisen im Grundzentrenvergleich Defizite auf.



Berücksichtigt man allerdings das Touristenaufkommen in der Stadt, zeigen die Flächendichten fast ausnahmslos unterdurchschnittliche Werte auf.

Flächendichte der Stadt Plau am See im Vergleich (unter Berücksichtigung der Touristenzahlen)		
Branchen	Flächendichte*	
	Plau am See, Stadt	Spannbreite Grundzentren**
Kurzfristiger Bedarf	404	450-800
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	116	150-400
Sonstige Hartwaren	111	150-400
Elektrobedarf/elektronische Medien	17	50-150
Möbel/Haus- und Heimtextilien	195	150-600
Bau- und Gartenbedarf	228	250-600
Summe	1.071	1.000-2.500
Quelle: Eigene Berechnungen.		
* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.		
** Vergleichswerte aus anderen Grundzentren von Dr. Lademann & Partner		

Tabelle 8: Verkaufsflächendichten der Stadt Plau am See (unter Berücksichtigung des Touristenaufkommens)

Die Verkaufsflächendichte in der Stadt Plau am See liegt zwar im Durchschnitt, weist unter Berücksichtigung des Tourismusaufkommens sortimentsübergreifend aber noch Ausbaupotenziale auf.



5.2 Nahversorgungssituation in Plau am See

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Stadtgebiet von Plau am See sind aktuell insgesamt vier strukturprägende Betriebe des kurzfristigen Bedarfs (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche, ohne Lebensmittel-Kleinflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) mit einer Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) von

rd. 2.800 qm

angesiedelt. Inklusive eines Getränkemarkts sowie der Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) liegt die Flächendichte im kurzfristigen Bedarf bei

ca. 600 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner und liegt damit oberhalb des Bundesdurchschnitts von rd. 520 qm je 1.000 Einwohner.

Wie bereits dargestellt, ist hier jedoch die Versorgungsbedeutung für den Tourismus mit zu berücksichtigen. Das Lebensmittelsegment ist dabei das Hauptsortiment, welches Touristen nachfragen (v.a. Selbstversorger/Camper). Unter Berücksichtigung des Touristenaufkommens beträgt die nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte jedoch nur rd. 400 qm je 1.000 Einwohner und fällt damit unterdurchschnittlich aus.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Getränkefachmärkte) kartiert. Die 700 m-Radius um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich etwa 10 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

Wie die nachfolgende Karte zeigt, konzentrieren sich die strukturprägenden Nahversorger auf die Kernstadt von Plau am See, sodass dort eine wohngebietsbezogene Versorgung weitgehend gegeben ist. In den sonstigen Ortsteilen liegen räumliche Versorgungslücken vor; die fußläufige Versorgung ist dort nicht durch einen strukturprägenden Betrieb gesichert.

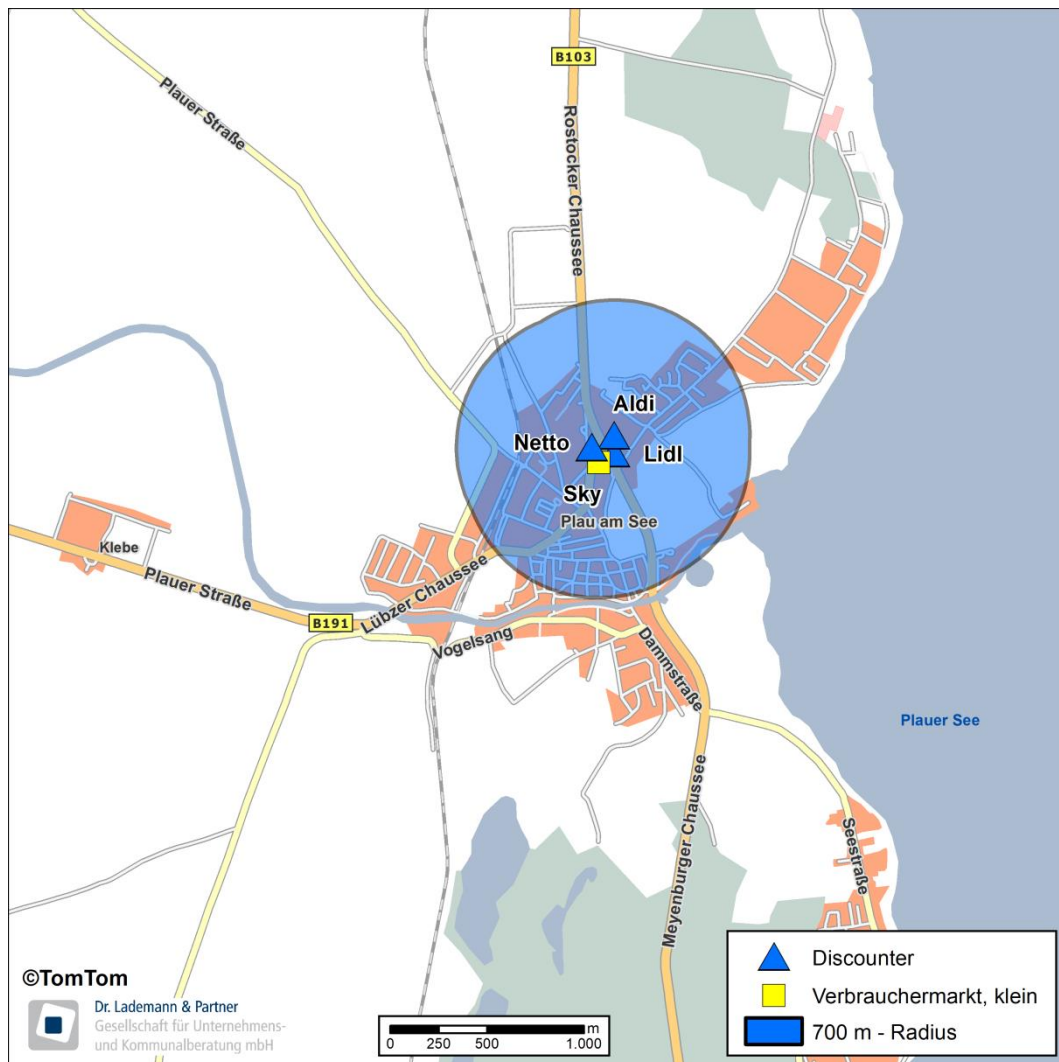


Abbildung 11: Nahversorgungssituation in Plau am See

Obgleich eine Schließung dieser Versorgungslücken aus städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Gründen zu befürworten wäre, sei darauf hingewiesen, dass das Einwohnerpotenzial in diesen unterversorgten Teilbereichen von Plau am See allein nicht ausreicht, um einen Lebensmittelmarkt ökonomisch tragfähig betreiben zu können. In diesen Bereichen kommt der ÖPNV-Anbindung in Richtung Kernstadt sowie mobilen Verkaufslösungen eine besondere Bedeutung im Hinblick auf die Versorgung zu. Ein potenzieller Lebensmittelmarkt würde auf das Nachfragepotenzial des gesamten Stadtgebiets angewiesen sein. Es gilt daher v.a. zu gewährleisten, dass eine Anbindung dieser Ortsteile an die Kernstadt mit den verschiedenen Verkehrsmitteln gegeben ist. Alternativ wäre auf das Engagement der Bürger hinzuwirken.



Hinsichtlich der Betriebstypen des kurzfristigen Angebots ist, gemessen an der Anzahl der Betriebe, ein erhöhter Anteil an preisaggressiven Discountern zu erkennen. Im Stadtgebiet von Plau am See befinden sich drei Lebensmitteldiscounter und nur ein Verbrauchermarkt. Damit ist im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt ein zahlenmäßiger Überhang an discountorientierten Lebensmittelangeboten zu erkennen (+ 19 %-Punkte). Hierbei ist festzustellen, dass sich das stark unterdurchschnittliche Kaufkraftniveau der Einwohner (- 12 %) auch im Angebotsniveau zeigt.

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*			
	Anteil Plau am See	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	25%	44%	-19%
Discounter	75%	56%	19%
Summe	100%	100%	0%
Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*			
	Anteil Plau am See	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	30%	62%	-32%
Discounter	70%	38%	32%
Summe	100%	100%	0%
Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handelsdaten aktuell 2017.			
*Ohne Kleinflächen unter 400 qm & Spezialeinzelhandel.			

Tabelle 9: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH

Ein Vergleich mit üblichen Betriebsgrößen verdeutlicht, dass der Netto-Lebensmitteldiscounter sehr klein dimensioniert ist und auch der Lidl-Discounter entspricht nicht mehr der aktuell gängigen Verkaufsflächendimensionierung von Lidl-Filialen, die auch im ländlichen Raum zwischen 1.000 und 1.400 qm liegt. Insofern besteht hier durchaus ein Anpassungsbedarf.

Hinzu kommt, dass der einzige Vollversorger im Stadtgebiet, der ehemalige Sky und mittlerweile auf Rewe „umgeflaggte“ Verbrauchermarkt in der Lange Straße 60 mit etwa 900 qm Verkaufsfläche ebenfalls deutlich zu klein dimensioniert ist, um sich als Vollsortimenter im Wettbewerb mit den Discountern entscheidend abheben und profilieren zu können. Der Markt ist zudem auch von seiner Gestaltung und Warenpräsentation her deutlich in die Jahre gekommen. Insofern fehlt es Plau am See derzeit an einem leistungs- und zukunftsfähigen Verbrauchermarkt.

Zur Absicherung und Weiterentwicklung einer qualitativ anspruchsvollen Nahversorgungsstruktur, die der Erwartungshaltung der Verbraucher entspricht, sollten den Bestandsbetrieben insofern Möglichkeiten eingeräumt werden, sich markadäquat aufzustellen.



Strukturprägende Lebensmittelmärkte (> 400 qm VKF) in der Stadt Plau am See				
Betrieb	Adresse	Typ	Bewertung Größe	ZVB
Netto (Stavenhagen)	Lange Straße 62	DC	-	Ergänzungsbereich Innenstadt
Rewe	Lange Straße 60	VK	-	Ergänzungsbereich Innenstadt
Aldi Nord	Quetziner Straße 19b	DC	+	Ergänzungsbereich Innenstadt
Lidl	Quetziner Straße 19a	DC	o	Ergänzungsbereich Innenstadt
Quelle: Dr. Lademann & Partner. DC=Discounter, VK = kleiner Verbrauchermarkt; - = unterdurchschnittliche Dimensionierung / Anpassungsbedarf, o = nicht vertriebslinientypisch / aber für Betriebsform noch marktgängig, + = marktgängig / moderne Dimensionierung				

Tabelle 10: Übersicht der strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Plau am See

Infolge der Schlecker-Insolvenz (ehemals am Standort Plauerhäger Straße) gibt es in der Stadt Plau am See aktuell keinen Drogeriemarkt mehr. Demnach werden Drogeriewaren derzeit nur als Nebensortiment angeboten. Auch im Hinblick auf einen modernen Drogeriemarkt besteht somit aktuell ein erhebliches Angebotsdefizit.

Die Stadt Plau am See verfügt zwar quantitativ für ein Grundzentrum über eine gut ausgebaute Nahversorgungsstruktur. Angesichts des hohen Tourismusaufkommens besteht hier jedoch noch ein Ausbaupotenzial. Hinzukommt, dass die derzeit in Plau am See angesiedelten Lebensmittelmärkte überwiegend nicht mehr marktgängig dimensioniert sind. Dies gilt in besonderem Maße für den Rewe-Verbrauchermarkt (ehemals Sky), dem als einzigen Vollversorger für die Sicherstellung einer qualitätsvollen Nahversorgung eine zentrale Rolle zukommt. Auch ein Drogeriemarkt fehlt derzeit zur Abrundung der Angebotsstruktur. Diese Defizite in der Nahversorgungsstruktur gilt es zu beheben.



5.3 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Plau am See

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Umsatzschätzung und des vorhandenen Nachfragepotenzials errechnet sich für Plau am See eine einzelhandelsrelevante Zentralität von rd. 79 %.

Der getätigte Umsatz vor Ort liegt also rd. 21 % unter der am Ort vorhandenen Nachfrage. Dieser Zentralitätswert zeigt, dass der örtliche Einzelhandel auf Grund des interkommunalen Wettbewerbs, insbesondere mit dem Mittelzentrum Parchim, nicht dazu in der Lage ist, die vor Ort vorhandene Nachfrage zu halten. Hierbei ist darauf hinzuweisen, dass Grundzentren naturgemäß von Nachfrageabflüssen gekennzeichnet sind (z.B. in Grundzentren fehlende Betriebstypen, wie Einrichtungs- und Warenhäuser, die i.d.R. in Mittel- und Oberzentren ansässig sind), da das Nachfragepotenzial nicht ausreicht, um ein vollumfassendes Angebot bereitzustellen.

Die einzelnen Branchenzentralitäten geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Plau am See sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation und zeigen dabei folgendes Bild:

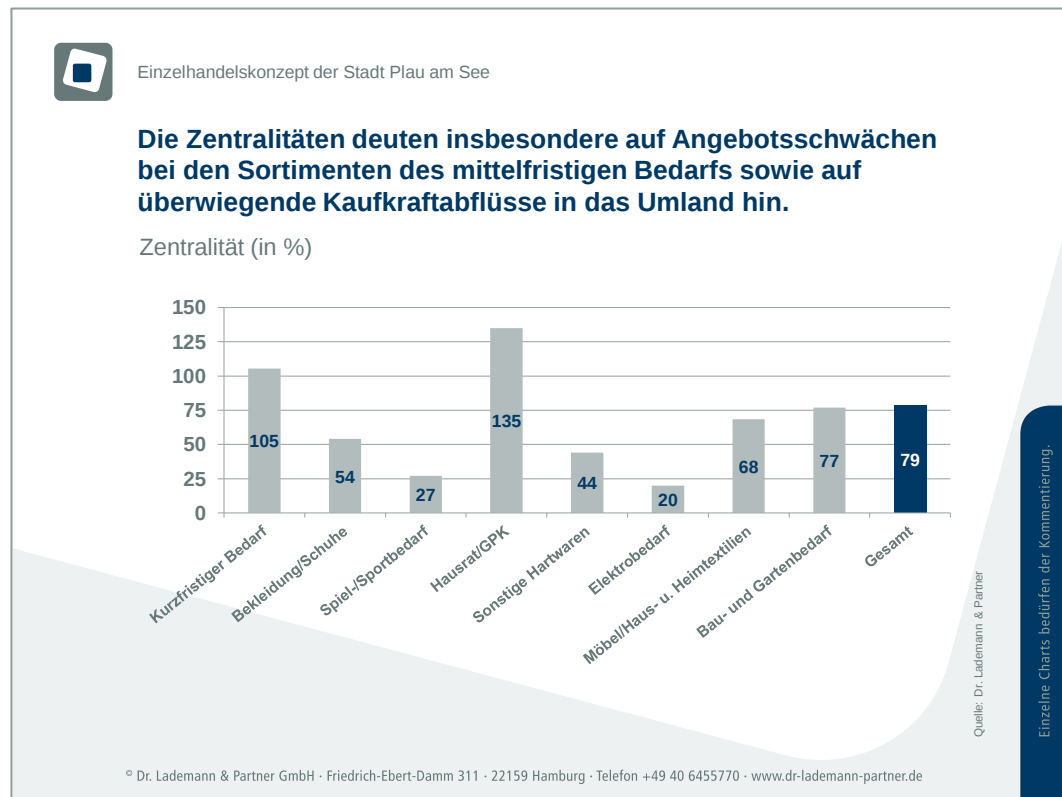


Abbildung 12: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Plau am See

- Bezogen auf den kurzfristigen Bedarf weist die Branchenzentralität von rd. 105 % auf eine erhöhte Nachfragebindung in der Stadt Plau am See und zugleich auf die Attraktivität des Angebots für die Bewohner und insbesondere für die Touristen hin. Insbesondere für Camping-Urlauber, Urlauber in Ferienhäusern und -wohnungen und Einwohner mit Zweitwohnsitzen spielt das nahversorgungsrelevante Angebot eine große Rolle. Nachfrageabflüsse sind umgekehrt vor allem in Richtung von SB-Warenhäusern und Drogeriefachmärkten vorhanden.
- Der Zentralitätswert der mittelfristigen Sortimente liegt mit rd. 52 % auf einem unterdurchschnittlichen Niveau. Bei fast allen Sortimenten – mit Ausnahme von Hausrat/GPK – bestehen deutliche Ausbaupotenziale (z.B. Fachgeschäfte mit Mode, Sport, Hobbybedarf).
- Auch bei den langfristigen Sortimenten liegt die einzelhandelsseitige Zentralität mit rd. 55 % auf einem unterdurchschnittlichen Niveau. Hier bestehen ebenfalls noch Ausbaupotenziale. Allerdings handelt es sich hierbei um Sortimente, die wenig touristenaffin sind und sich somit weitgehend über die lokale Bevölkerung tragen müssten. Nachfragezuflüsse sind allerdings nur be-



dingt realisierbar und zugleich regionalplanerisch nicht erwünscht. Als unterbesetztes Angebot ist insbesondere der Elektrobedarf zu nennen. Darüber hinaus geht es um die Abrundung bestehender Angebote.

Unter Berücksichtigung des durch Touristen induzierten zusätzlichen Nachfragepotenzials beläuft sich die Zentralität jedoch insgesamt lediglich auf rd. 47 %. Für den periodischen Bedarf ergibt sich ein Wert von rd. 69 % und bezogen auf den aperiodischen Bedarf ergibt sich ein Zentralitätswert von rd. 29 %. Plau am See schöpft die durch Touristen induzierten Nachfragepotenziale derzeit also bei weitem noch nicht ab.

Per saldo fließen im Einzelhandel in Plau am See rd. 21 % der örtlichen Nachfrage ab. Dies weist auf Nachfrageabflüsse in das Umland hin. Unter Berücksichtigung der saisonalen touristischen Nachfrage sind in allen Sortimenten relative – insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarf, aber auch im periodischen Bedarf – deutliche Zentralitätsdefizite zu erkennen.

5.4 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Plau am See in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und der Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in der Stadt Plau am See über alle Sortimente bei ca. 50 %, sodass die Abflüsse in andere Kommunen und den nicht-stationären Handel rd. 18 Mio. € p.a. betragen.

Dem steht ein Brutto-Zufluss von insgesamt etwa 10 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Marktgebiet der Stadt Plau am See (Zone 2) in Höhe von 15 % (rd. 2 Mio. €), zuzüglich der Streuumsätze durch Touristen, Pendler, Gelegenheitskunden u.ä. von insgesamt rd. 8 Mio. € (ca. 28 %). Dies verdeutlicht die besondere Stellung des Tourismus für den Einzelhandelsstandort Plau am See.

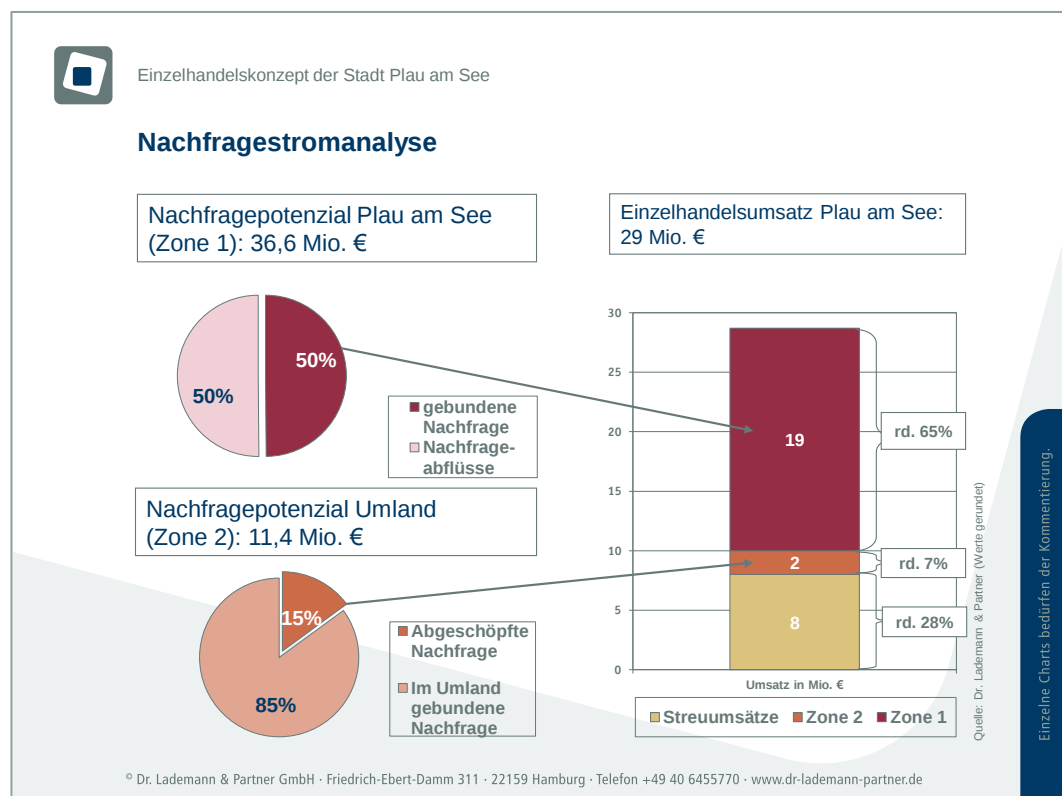


Abbildung 13: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Plau am See



Differenziert nach Hauptwarengruppen liegt bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten (kurzfristiger Bedarf) die Nachfragebindung in Plau am See bei rd. 70 %, da nahversorgungsrelevante Einkäufe in der Regel wohnortnah getätigt werden. Deutliche Abflüsse liegen aufgrund von Angebotslücken vor (kein SB-Warenhaus und kein Drogeriemarkt vorhanden). Bei den mittelfristigen (rd. 28 %) und langfristigen Sortimenten (rd. 38 %) liegt die Nachfragebindung – ebenfalls insbesondere aufgrund von Angebotslücken – deutlich niedriger.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 50 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 10 Mio. € von außen zu (v.a. touristische Potenzialreserve). Ein moderater Ausbau der Nachfragebindung und der Potenzialreserve sollte daher Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sein. Hierbei gilt es v.a. Touristen noch intensiver und ganzjährig an Plau am See zu binden.



5.5 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Plau am See

Die wichtigsten Stärken des Einzelhandelsstandorts Plau am See lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Über alles wird Plau am See der grundzentralen Versorgungsfunktion gerecht: Es wird insgesamt ein umfassendes Einzelhandelsangebot vorgehalten.
- Die Erreichbarkeit der Einzelhandelsangebote ist durch die zentrale Lage und die Verkehrsanbindung gegeben. Grundsätzlich ist das Parkplatzangebot als angemessen zu bewerten (deutliche Verbesserung durch soeben eröffneten Parkplatz am östlichen Rand der Innenstadt).
- Der Einzelhandel in der Stadt Plau am See weist eine räumlich-funktionale Arbeitsteilung der Standortbereiche auf. Die Innenstadt verfügt über eine hohe Multifunktionalität und Versorgungsbedeutung für die Plauer Verbraucher. Der Ergänzungsbereich dient mit den dort ansässigen Filialisten dem Versorgungseinkauf im kurzfristigen Bedarf.
- Teilbereiche der Innenstadt verfügen über ein positives städtebauliches Erscheinungsbild sowie hohe Aufenthaltsqualität.
- Die Stadt Plau am See verfügt durch ihre naturräumliche Lage und die Ausweisung als staatlich anerkannter Luftkurort über ein ausgeprägtes Tourismuspotenzial, von dem insbesondere in den Sommermonaten auch der Einzelhandel profitiert.
- Mit ihrem positiven Pendlersaldo hat die Stadt Plau am See eine hohe Bedeutung als Arbeitsplatzstandort für das Umland (insbesondere im Gesundheitswesen und im Tourismus).
- Die persönliche Beratung und das kundenorientierte Personal in den v.a. inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben wird von den Kunden geschätzt.
- Angemessene Immobilienpreise sorgen dafür, dass die Stadt Plau am See als attraktiver Wohnstandort in der Region angesehen wird.

Die wesentlichen Schwächen des Einzelhandels in Plau am See lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen des Einzelhandels (v.a. demografischer Wandel, unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau) wirken sich z.T. restriktiv auf das Nachfragepotenzial im Stadtgebiet aus.



- Es konnten nahezu in allen Sortimenten Angebots- und Zentralitätsdefizite im Einzelhandel der Stadt Plau am See ausgemacht werden. Das Verkaufsflächenangebot ist unter Beachtung der touristischen Nachfrage als unterdurchschnittlich und ausbaufähig zu beschreiben. Das quantitative Einzelhandelsangebot der Stadt ist noch nicht ausreichend differenziert. In den meisten, v.a. mittel- und langfristigen Sortimentsbereichen bestehen – auch für ein tourismusorientiertes Grundzentrum von der Größe der Stadt Plau am See – noch Angebotsdefizite. Das Angebot ist in diesen Sortimenten noch ausbaufähig. Hier fließt derzeit ein Großteil der Nachfrage ab.
- Darüber hinaus ist auf strukturelle Defizite in der Stadt Plau am See zu verweisen. Insbesondere Leerstände werden negativ wahrgenommen. Aber auch zu kleinteilige Strukturen sowie der Renovierungsbedarf einzelner Gebäude in der Innenstadt sind bedeutsame Aspekte.
- In den prägenden Standortlagen des Einzelhandels, dem Innenstadtzentrum sowie dem Ergänzungsbereich, sind perspektivisch keine Potenzialflächen für größerflächige Einzelhandelsnutzungen vorhanden, die sich grundsätzlich für die Weiterentwicklung eignen.
- Es ist ein zahlenmäßiger Überhang an discountorientierten Lebensmittelangeboten und somit ein unausgewogenes Verhältnis zwischen Vollversorgern und Discountern in der Stadt zu erkennen. Zudem ist insbesondere der einzige Vollversorger im Stadtgebiet nicht mehr marktgerecht aufgestellt. Auch ein Drogeriemarkt fehlt. Die Nahversorgungsstruktur weist demnach Defizite auf.

Folgende Chancen eröffnen sich für die Einzelhandelsentwicklung in Plau am See und sollten gezielt aktiviert und genutzt werden:

- Durch eine gezielte Aktivierung von neuen Flächenpotenzialen (v.a. im Nebenzentrum in Planung) und standortadäquaten Nutzungen ist eine Stärkung des Einzelhandelsstandorts Plau am See insgesamt möglich, sodass sich neue Betreiber jeweils zeitgemäß und attraktiv aufstellen sowie Zentralitätsdefizite abgebaut werden können. Durch eine gezielte Konzentration kann einer Zersplitterung entgegengewirkt werden.
- Die Tourismusentwicklung sowie die noch steigerbare Tourismusintensität und die daraus resultierenden Kaufkraftzuflüsse induzieren zudem weitere Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel in der Stadt. Entwicklungschancen liegen daher vor allem in tourismusaffinen Branchen und Warengruppen bzw. bei beratungsintensiveren und fachgeschäftsorientierten Anbietern.



- Zum Teil liegen städtebauliche Missstände (u.a. Leerstände) bzw. Mindernutzungen im Innenstadtzentrum vor, die Raum für neue Impulse bieten könnten.
- Als mögliche weitere Stellschraube, um zusätzliche Potenziale für den Einzelhandel zu generieren, gilt es, ein attraktives Wohnungsangebot und Bauflächen vorzuhalten, um Neubürger zu gewinnen bzw. bisherige Einwohner in der Stadt zu halten.

Dennoch bestehen auch Risiken, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Aufgrund der kleinteiligen Strukturen, der dichten Bebauungen, der mangelnden Platzkapazitäten im öffentlichen Verkehrsraum und der eingeschränkten Parkplatzsituation in der Innenstadt finden sich in diesem Bereich keine marktgerechten Standorte für größerflächige Einzelhandelsangebote. Die somit kurz- bis mittelfristig fehlende Aktivierung von großzügigen Potenzialflächen mit Schlüsselfunktion hätte dort ein Verharren auf dem Status quo zur Folge. Eine Neuaufstellung der Betriebe an einem innenstadtnahen Versorgungsstandort (Ergänzungsbereich) entsprechend jeweils aktueller Marktkonzepte kann zu einer nachhaltigen Absicherung der Funktion als Frequenzbringer beitragen.
- Wie für den gesamten stationären Einzelhandel stellt auch für die Einzelhändler in Plau am See der wachsende Onlinehandel künftig eine große Herausforderung dar. Zwar bleiben die Tourismusumsätze davon weitgehend unberührt, für die lokale Bevölkerung werden der Onlinehandel sowie die Mittel- und Oberzentren künftig zunehmend eine Alternative darstellen. Die Nachfrage kann daher nicht vollständig in Plau am See gebunden werden.
- Es besteht die Gefahr, dass Potenziale überschätzt oder an den „falschen“ Standorten ausgeschöpft werden, wodurch ein Verdrängungswettbewerb zu Lasten des Bestandseinzelhandels eintreten könnte. Größerflächige Ansiedlungsbegehren sollten daher fundiert (z.B. auf Basis des vorliegenden Einzelhandelskonzepts und eines städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeitsgutachtens) hinsichtlich der Chancen und Risiken abgewogen werden. Dabei steht die Sicherung der Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche im Fokus.



6 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Plau am See

6.1 Tragfähigkeitsrahmen für die Entwicklung des Einzelhandels bis 2025

6.1.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Plau am See als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in der Stadt insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie:

- rahmengebende Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik, Tourismusentwicklung);
- Defizitfaktoren des Einzelhandelsstandorts (unzureichende Zentralitätswerte, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung in der Innenstadt).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Plau am See heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die Einwohnerzahlen in der Stadt Plau am See werden, der Prognose des Statistischen Landesamts nach und unter Einbeziehung von Wohnbauvorhaben, leicht ansteigen. Hieraus können geringfügige Impulse für die Einzelhandelsentwicklung abgeleitet werden. Die demografische Entwicklung bewirkt zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer wohngebietsorientierten und im modal split (mit allen Verkehrsmitteln) gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der Kaufkraftentwicklung bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Zudem ist nochmals auf die steigende Bedeutung des Online-Handels hinzuweisen, der ein stärkeres Bewusstsein in der Händlerschaft erfordert (Beratung/Service).



- Die Betriebstypendynamik ist auch für die Stadt Plau am See zu beobachten: so ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Gunsten der Großflächen¹⁴ Verkaufsflächenpotenziale entstehen.
- Auch in Zukunft kann von vergleichbar hohen Touristenzahlen ausgegangen werden, woraus sich Impulse für den Einzelhandel ableiten. Derzeit wird das durch Touristen induzierte Nachfragepotenzial nur unzureichend abgeschöpft.
- Die Einzelhandelszentralität bewegt sich mit rd. 79 % auf einem z.T. noch unterdurchschnittlichen Niveau. In nahezu allen Sortimentsbereichen gibt es Nachfrageabflüsse/Zentralitätsdefizite, die entsprechend dem grundzentralen Versorgungsauftrag abgebaut werden sollten. Unter Berücksichtigung der durch Touristen induzierten Nachfragepotenziale ergeben sich noch weitaus größere Zentralitätsdefizite.
- Die Flächenausstattung liegt in den meisten Branchen innerhalb der unteren Spannbreite vergleichbarer Grundzentren. Eine maßvolle Intensivierung der Nachfragebindungsquoten (z.B. durch gezielte Ausweitung des Angebots und Attraktivitätssteigerung der Zentren) erscheint möglich und auch erforderlich.
- Darüber hinaus ist auf strukturelle Defizite in der Stadt Plau am See zu verweisen (u.a. sehr kleinteilige Ladenstruktur im Innenstadtzentrum, Leerstands- und Discountprägung, Angebots- und Sortimentslücken, v.a. bei Bekleidung und sonstigen mittelfristigen Sortimenten und zu wenig mittelgroße Betriebe mit Magnetfunktion).
- Zum Teil sind räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch aufgrund der fehlenden Tragfähigkeitspotenziale nicht geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch einmal zu erwähnen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt, sodass die bestehenden Betriebe zu stärken und zu sichern sind.

¹⁴ Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) um etwa 0,3 % p.a. steigen wird.

Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:

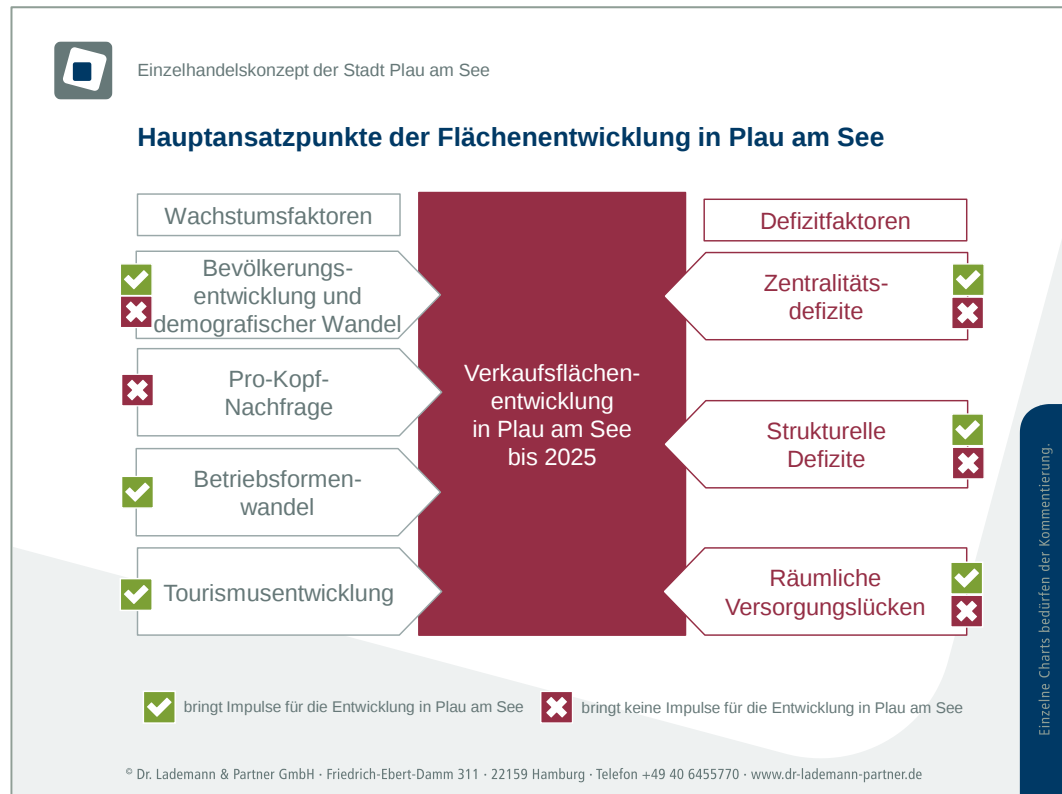


Abbildung 14: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Plau am See

Neben den wachstumsinduzierten Flächenpotenzialen geht der weitgehend verdrängungsneutrale Entwicklungsrahmen von einer stärkeren Nachfragebindung aus. Arrondierungen und begrenzte Erweiterungen an den bestehenden Einzelhandelslagen führen zur Verbesserung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebots (stärkere Ausstrahlungskraft).



6.1.2 Verkaufsflächenspielräume

Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für die Stadt Plau am See ein tragfähiger Flächenrahmen bis zum Jahr 2025 von insgesamt

rd. 3.500 qm Verkaufsfläche.

Der Expansionsrahmen für die Stadt Plau am See entfällt in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:

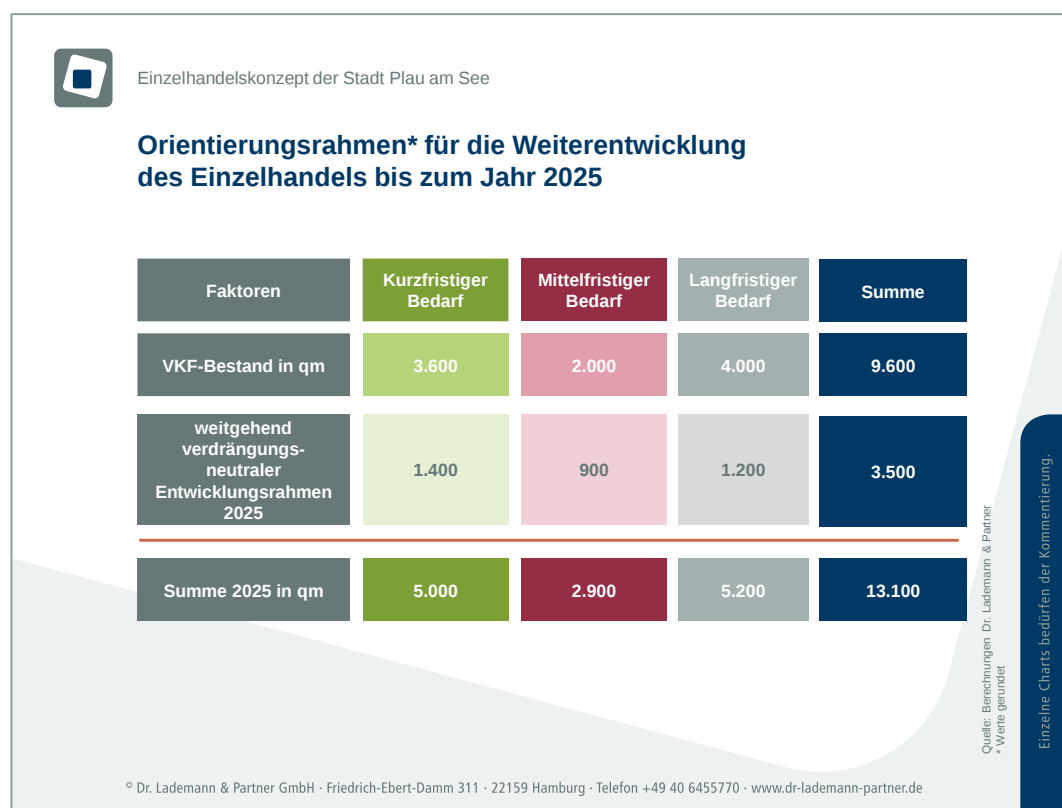


Abbildung 15: Expansionsrahmen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels

Der Expansionsrahmen lässt sich in einzelne Branchengruppen untergliedern. Grundsätzlich sollten die Expansionspotenziale der einzelnen Branchen wie folgt genutzt werden:

■ Kurzfristiger Bedarf bis zu 1.400 qm VKF:

Hinsichtlich der steigenden Relevanz einer flächendeckenden, fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern resp. Drogeriefachmärkten sind nahversorgungsrelevante Sortimente in städtebaulich integrierten Lagen (Mantelbevölkerung) und hierbei in den unterschiedlichen Zentrentypen bevorzugt anzusiedeln und zu sichern. Die Flächenpotenziale sollten dazu genutzt wer-



den, etablierte Nahversorgungsstrukturen durch Flächenanpassungen zukunftsfähig abzusichern sowie qualitative Versorgungslücken durch mögliche Neuansiedlungen zu schließen (v.a. zur Etablierung eines Drogeriemarkts; ggf. Ansiedlung eines leistungsfähigen Vollsortimenters).

■ Mittelfristiger Bedarf bis zu 900 qm VKF:

Das bestehende Angebot sollte durch Erweiterungen und gezielte Neuansiedlungen, v.a. mit dem Sortiment Bekleidung, qualifiziert werden. Dabei sollte ein Schwerpunkt auf die Ansiedlung mittelpreisiger Filialisten und fachmarktorientierter Konzepte gelegt werden. Mehrere mittel- bis großflächige Betriebe (v.a. >400 qm VKF) können zur Ergänzung der bisher kleinteiligen Betriebstypenstruktur und zur Steigerung der Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandorts Plau am See beitragen. Dabei kommen sowohl bestehende Leerstände als auch Potenzialflächen in Frage.

Diese Betriebe sollten vorrangig im Innenstadtzentrum angesiedelt werden. Ausnahmsweise kann auch der Innenstadt-Ergänzungsbereich als Standort für zentrenrelevante Vorhaben dienen, die sonst aufgrund ihrer Flächenansprüche nicht in das Innenstadtzentrum integriert werden können (sofern innenstadtverträglich).

■ Langfristiger Bedarf bis zu 1.200 qm VKF:

Diese sind aufgrund ihres flächenextensiven Charakters und dem häufig damit verbundenen autokundenorientierten Einkaufsverkehr vorzugsweise an bestehenden Agglomerationen anzusiedeln, da von diesen Branchen keine zentrumsbildenden Funktionen ausgehen. Dennoch wäre eine Ansiedlung von Betrieben in den zentralen Versorgungsbereichen wünschenswert, um einer Zersplitterung des Einzelhandelsangebots entgegenzuwirken. Für ein Grundzentrum wie Plau am See realistisch zu nutzende Entwicklungsspielräume ergeben sich dabei vor allem im Bau-/Gartenbedarf und Tierbedarf.

Die Ausnutzung des Expansionsrahmens würde zu einem Anstieg der Einzelhandelszentralität führen, der sich folgendermaßen darstellt und als angemessen für Plau am See zu bezeichnen ist:

- Gesamt: Von 79 % auf 108 % (unter Berücksichtigung des Tourismuspotenzials von 47 % auf 65 %)
- Periodischer Bedarf: Von 105 % auf 145 % (unter Berücksichtigung des Tourismuspotenzials von 69 % auf 95 %)



- Aperiodischer Bedarf: Von 54 % auf 75 % (unter Berücksichtigung des Tourismuspotenzials von 29 % auf 40 %)

In diesem Zusammenhang ist festzuhalten, dass es sich bei diesem Expansionsrahmen um einen Orientierungsrahmen handelt, der sich neben dem Bevölkerungswachstum und dem Betriebsformenwandel ganz wesentlich aus einer Erhöhung der Kaufkraftbindung und der Kaufkraftabschöpfung (auch durch Touristen) ableitet.¹⁵ Bei städtebaulich und versorgungsstrukturell sinnvollen und stadtentwicklungspolitisch erwünschten Vorhaben ist eine moderate Abweichung vom Entwicklungspotenzial unter Abwägung der Vor- und Nachteile und der raumordnerischen Verträglichkeit möglich. Bei konkreten Vorhaben ist jedoch eine detaillierte Verträglichkeitsprüfung des konkreten Vorhabens zur Ermittlung und Bewertung der spezifischen Auswirkungen erforderlich.

Bei der Ableitung der örtlichen Flächenpotenziale zur quantitativen Weiterentwicklung des Plauer Einzelhandels wurde von Dr. Lademann & Partner zudem ausgeblendet, dass sich durch eine moderate Erhöhung der Wettbewerbsintensität zusätzliche Flächenpotenziale ergeben. Um auszuloten, wie hoch diese zusätzlichen Potenziale sind, ist jedoch stets eine auf das jeweilige konkrete Vorhaben bezogene Verträglichkeitsanalyse durchzuführen.

Der rechnerische verdrängungsneutrale Bruttoentwicklungsrahmen für den Einzelhandel in der Stadt Plau am See umfasst bis 2025 bis zu 3.500 qm Verkaufsfläche. Dieser verteilt sich schwerpunktmäßig auf den kurzfristigen Bedarf. Angesichts des voranschreitenden Wachstums des Online-Handels ergeben sich für den aperiodischen Bedarf (und davon vor allem für den mittelfristigen Bedarf) nur begrenzte Entwicklungspotenziale. Bei städtebaulich und versorgungsstrukturell sinnvollen und stadtentwicklungspolitisch erwünschten Vorhaben ist eine Abweichung vom Expansionsrahmen jedoch denkbar.

¹⁵ Dabei wird eine Ziel-Kaufkraftbindung im Stadtgebiet von etwa 75 % angesetzt, die im periodischen Bedarf mit etwa 95 % deutlich höher ausfällt als mit etwa 55 % im aperiodischen Bedarf. So erfolgt der Einkauf periodischer Bedarfssortimente i.d.R. wohnortnah und im Falle einer gut ausgebauten Nahversorgungsstruktur kann die Nachfrage auch weitgehend vor Ort gebunden werden. Im aperiodischen Bedarf bestehen aus einem grundzentrum naturgemäß Kaufkraftabflüsse in Mittel- und Oberzentren sowie in den Online-Handel. Daher kann hier auch nur eine deutlich geringere Kaufkraftbindung erreicht werden.



6.2 Strategische Orientierungsprinzipien

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächenentwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel

am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung

des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung an der Peripherie sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen. Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes. Das

Prinzip der dezentralen Konzentration

lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.

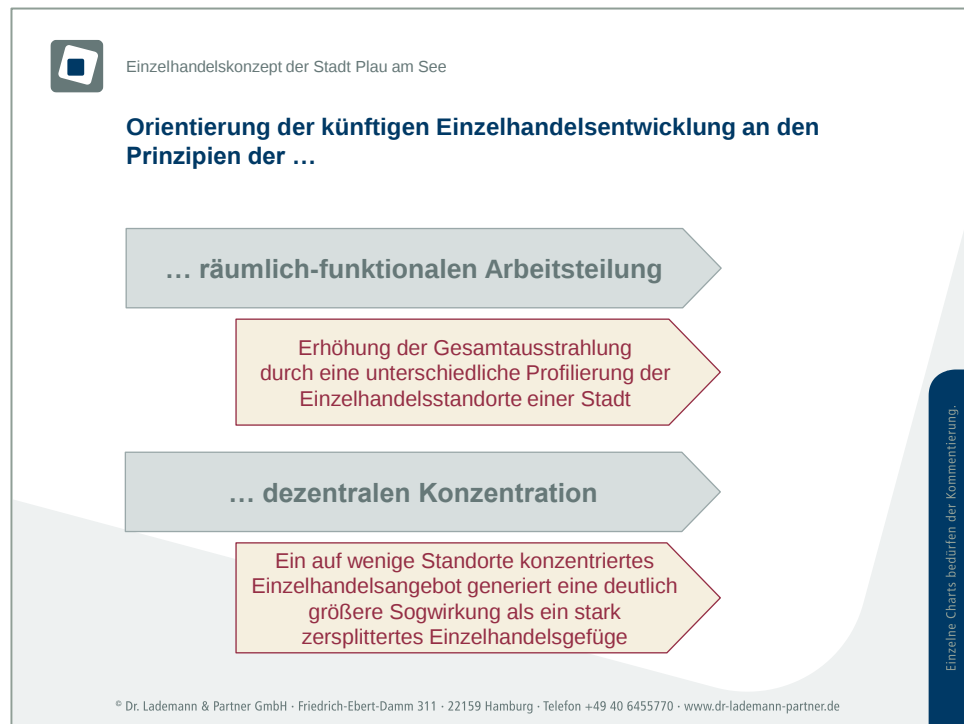


Abbildung 16: Strategische Orientierungsprinzipien

Als Herausforderung ist dabei der sich verschärfende Wettbewerb zwischen den zentralen Orten mit dem nicht-stationären Handel anzusehen. Die zentralörtliche Position der Stadt Plau am See sollte vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für die Einwohner der Stadt sowie der Versorgungsfunktion für die Touristen gesichert und gestärkt werden. Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei künftig in erster Linie an einer räumlich stärker fokussierten sowie an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden, sodass u.a. Verdichtung und Modernisierung der Versorgungsstrukturen zu Attraktivitätssteigerungen führen. Insbesondere im Segment der mittelfristigen Sortimente sollten die Bemühungen darauf abzielen, das Innenstadtzentrum und seinen Ergänzungsbereich durch einen Verkaufsflächenausbau zu stärken.

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzu-
steuern:

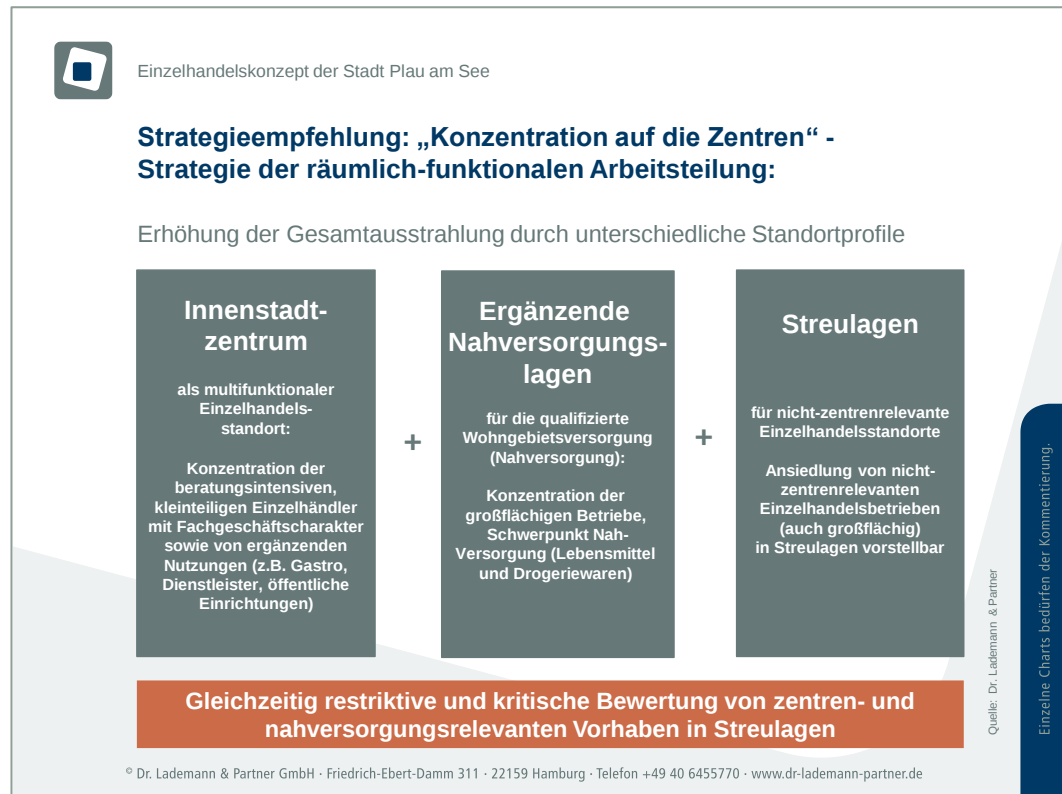


Abbildung 17: Strategieempfehlung: „Konzentration auf die Zentren“

Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „Konzentration auf die Zentren“, hierbei

- Positionierung des Innenstadtzentrums als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von kleinteiligen, beratungsintensiven, weniger transport-sensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. „Lustkauf“ gelegt werden. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente und kopplungsaffiner Nutzungen (Gastronomie, Dienstleistungen, öffentliche/soziale/kulturelle Einrichtungen etc.) sollte dabei gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt, noch mehr attraktive Magnetbetriebe – primär mit zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Plauer Sortimentsliste – anzusiedeln, um die Ausstrahlungskraft der Innenstadt zu erhöhen.
- Den ergänzenden Nahversorgungslagen im Kreuzungsbereich Quetziner Straße/Lange Straße sowie perspektivisch auch östlich der Güstrower Chaussee kommt eine wichtige Versorgungsfunktion für das Stadtgebiet von Plau am See und die angrenzenden zugehörigen Amtsgemeinden ohne qualifizierte Nahversorgung zu. Diese Standorte dienen vor allem der Nahversorgung und



sind entsprechend der Nachfrage durch Verkaufsflächenerweiterungen und Arrondierungen abzusichern und zu entwickeln. Dabei stehen insbesondere Großflächen im Fokus, die räumlich aufgrund mangelnder Flächenpotenziale nicht im Innenstadtzentrum angesiedelt werden können. Auf die Ansiedlung von Kleinflächen sollte hingegen verzichtet werden, um die Konkurrenzwirkung zur kleinteiligen Ladenstruktur im Innenstadtzentrum so gering wie möglich zu halten. Grundsätzlich kämen an diesen Standorten aber auch Fachmärkte des aperiodischen Bedarfs mit bis zu 800 qm Verkaufsfläche in Frage, die in der Innenstadt ebenfalls schwer unterzukriegen sind.

- Darüber hinaus sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen erfolgen – insbesondere von solchen Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten – um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden. Dabei sollte auch darauf hingewirkt werden, dass bereits in Streulagen ansässige zentrenrelevante Anbieter mittelfristig ihre Standort in Richtung der Innenstadt oder zumindest in Richtung der Ergänzungsstandorte zu verlagern. Die Ansiedlung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten, die aufgrund ihres Flächenbedarfs nachweislich nicht in die o.g. privilegierten Standortlagen integrierbar sind, kommen allerdings auch für Streulagen in Betracht.



7 Zentrenkonzept für die Stadt Plau am See

7.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Plau am See unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ein hierarchisches Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das grundsätzliche Zentrenmodell umfasst neben dem zentralen Versorgungsbereich auch noch ergänzende Nahversorgungslagen.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentren (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von einzelhandelsrelevanten Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen



Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue¹⁶ Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur¹⁷ haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs - solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann - möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff „zentral“ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

Grundsätzlich können zentrale Versorgungsbereiche auch einer inneren Gliederung unterzogen werden, womit deutlich gemacht wird, dass einzelne Teilbereiche eines zentralen Versorgungsbereichs unterschiedliche Funktionen wahrneh-

¹⁶ Die hinreichende Bestimmbarkeit ist sodann im Rahmen der Bauleitplanung durchzuführen (z.B. Änderung von Bebauungsplänen auf Basis der Parzellenstruktur).

¹⁷ Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.



men sollen. So lassen sich bspw. innerstädtische Ergänzungsbereiche für großflächige Fachmärkte darstellen, die in den Hauptgeschäftslagen keine entsprechenden Flächen vorfinden, aber durch das komplementäre Zusammenwirken für die Funktionsfähigkeit des Zentrums insgesamt von Bedeutung sind. Auch die Ausweisung von bipolaren Zentren, mit zwei Kernbereichen, die nicht unmittelbar aneinander grenzen, ist grundsätzlich möglich.

Kein zentraler Versorgungsbereich sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Die im Folgenden näher erläuterten funktionalen und städtebaulichen Kriterien ermöglichen neben einer hierarchischen Einordnung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Plau am See:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie den ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittelfristig entsprechend entwickelt werden sollen und realistisch auch entwickelbar sind.¹⁸

¹⁸ Vgl. u.a. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007, BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 und OVG NRW, Urteil vom 15.02.2012. Hierbei wurden auch Mindestanforderungen für zentrale Versorgungsbereiche definiert. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über mindestens einen strukturprägenden/zukunftsfähigen Nahversorgungsbetrieb verfügen resp. über das Potenzial zur Ansiedlung eines solchen Magnetbetriebs verfügen.



Diese Faktoren werden dabei sowohl auf quantitative als auch qualitative Kriterien hin untersucht. Hierbei wurde in den einzelnen Hierarchiestufen unterschieden:

Innenstadtzentrum:

- Größerer Einzugsbereich: Gesamtes Stadtgebiet und ggf. Umland (Marktgebiet/i.d.R. zentralörtlicher Verflechtungsbereich)
- Regelmäßig breites Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten:
 - Waren für den kurz- sowie mittel- und langfristigen Bedarf
 - diverse zentrenergänzende Nutzungen (Multifunktionalität)

Nebenzentrum (z.B. Nahversorgungszentrum):

- Mittlerer Einzugsbereich: In der Regel beschränkt auf bestimmte Ortsteile resp. Stadtgebiet in kleineren Kommunen
 - größeres Spektrum an überwiegend flächenextensiven Sortimenten (großflächiger Einzelhandel)
 - insbesondere Waren für den kurz- sowie eingeschränkt auch für den mittelfristigen Bedarf
 - vereinzelte zentrenergänzende Nutzungen
- Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs
- Agglomeration fachmarktorientierter Handelskonzepte mit großzügigen Stellplatzanlagen, die sich an der Schnittstelle von weitläufigen Wohngebieten und in autokundenorientierter Lage befinden
- überwiegend geringe Aufenthaltsqualität und geringes Angebot arrondierender Nutzungen



7.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Plau am See - Zielperspektive

Neben der in den vorausgegangenen Kapiteln intensiven Auseinandersetzung mit der Bestandsanalyse ist die Betrachtung einer Zielperspektive wichtig.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept für die Stadt Plau am See konkretisiert die Entwicklungsvorstellungen für städtebaulich sinnvolle Standortlagen. Dabei wurde die Einstufung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowohl auf Basis der o.g. quantitativen als auch der qualitativen Kriterien vorgenommen.

Als zentraler Versorgungsbereich im Sinne des § 34 BauGB ist das Innenstadtzentrum in der Kernstadt von Plau am See einzustufen. Alle zuvor aufgeführten Kriterien zur Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereichs sind hier erfüllt, wenngleich es der Innenstadt aufgrund der kleinteiligen baulichen Strukturen an großflächigen Magnetbetrieben, insbesondere für die Nahversorgung, mangelt.

Daher kommt dem Standortbereich an der Quetziner Straße/Lange Straße eine funktionale Ergänzungsfunktion im Hinblick auf großflächige Einzelhandelsformate des periodischen Bedarfs mit gesamtstädtischer Bedeutung zu. Dieser Standortbereich ist daher als ergänzende Nahversorgungslage definiert. Zwar erfüllt dieser Standort nicht die Voraussetzungen zur Einstufung als zentraler Versorgungsbereich, da es an ergänzenden Funktionen mangelt, der Standortbereich keinen Zentrumscharakter hat und eine starke Autoorientierung aufweist. Als Nahversorgungslage ist der Standortbereich aber zumindest im Hinblick auf seine Funktion für die Sicherstellung der verbrauchernahen Versorgung im Stadtgebiet „geschützt“.

Die Ergebnisse der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie die Bestimmung der Expansionspotenziale haben gezeigt, dass es in Plau am See durchaus noch Potenziale für eine Weiterentwicklung der Einzelhandelsstruktur, insbesondere im periodischen Bedarf gibt. Defizite bestehen aktuell vor allem im Fehlen eines Drogeriemarkts sowie im Hinblick auf einen modernen, leistungs- und zukunftsfähig aufgestellten Lebensmittel-Vollsortimenter. Aber auch die bestehenden Lebensmitteldiscounter weisen z.T. suboptimale Flächengrößen auf und haben einen Modernisierungsbedarf.

Um die Potenziale für Neuansiedlungen einerseits nutzen zu können und andererseits Bestandsbetrieben Weiterentwicklungsmöglichkeiten einzuräumen, bedarf es jedoch auch entsprechender Flächenpotenziale, die für die Neuansiedlung und/oder Modernisierung von Einzelhandelsbetrieben geeignet sind und sich zugleich in die Zentren- und Standortstruktur von Plau am See einfügen.



Weder im Innenstadtzentrum noch im ergänzenden Nahversorgungsstandort „Lange Straße/Quetziner Straße“ bestehen jedoch ausreichende Flächenpotenziale zur Neuansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben. So ist die Innenstadt durch eine sehr kleinteilige bauliche Struktur geprägt, die keinen Platz für größere Einzelhandelsbetriebe bietet. Am ergänzenden Nahversorgungsstandort sind alle vorhandenen Grundstücke weitgehend ausgereizt, so dass auch hier keine Flächenpotenziale zur Neuansiedlung von größeren Einzelhandelsbetrieben mehr zur Verfügung stehen. Selbst für Erweiterungen von Bestandsbetrieben bestehen nur noch wenige Flächenpotenziale. Daher galt es im Stadtgebiet weitere Flächen zu prüfen, die für die Weiterentwicklung der örtlichen Einzelhandelsstrukturen geeignet sind.

Aus Sicht der Gutachter bietet sich der nördlich des Nahversorgungsstandorts Lange Straße/Quetziner Straße gelegene Bereich dafür an. Dieser Standort liegt zwar am Rande des Kernstadtgebiets, ist aber Teil eines 16 ha großen Entwicklungsgebiets, in dem zur Abrundung des Ortsrands ein gemischt genutztes Quartier von Wohnen (ca. 40 Eigenheime), Handel, Gewerbe, Büro und Dienstleistungen entstehen soll.¹⁹ Perspektivisch wird es sich somit um eine siedlungsintegrierte Lage handeln, die noch stärker in den Siedlungszusammenhang rücken wird, was eine Einstufung als ergänzende Nahversorgungslage rechtfertigt. Die Ausweisung des Nahversorgungsstandorts verläuft damit auch in Richtung der weiteren Siedlungsentwicklung der Stadt Plau Am See. Angesichts der dispersen und weitläufigen Siedlungsstruktur von Plau am See liegt der Standort trotz seiner Lage am Kernstadtrand ohnehin noch in der geografischen Mitte des Stadtgebiets.

Südlich an den Standort schließen sich Wohnnutzungen in Ein- und Zweifamilienhausbauweise an. Auf der gegenüberliegenden Straßenseite im westlichen Standortumfeld befinden sich zudem mehrere Mehrfamilienhäuser. Von einer Teilintegration des Standorts kann also bereits heute ausgegangen werden.

Zudem ist der Standort nur etwa 500m vom bestehenden Nahversorgungsstandort entfernt und damit noch fußläufig von diesem erreichbar. Durch eine attraktive Wegebeziehung ließe sich also ein räumlich-funktionaler Zusammenhang mit dem Bereich Quetziner Straße/Lange Straße herstellen. Insofern könnte der Bereich an der Güstrower Chaussee als nördlicher Pol eines bipolaren Nahversorgungsstandorts begriffen und eingeordnet werden.

¹⁹ Das Areal ist unbebaut und derzeit noch als Gewerbegebiet ausgewiesen, soll aber überplant werden, da sich keine Nachfrage nach Gewerbeflächen in den letzten 20 Jahren eingestellt hat.



Alternative Entwicklungsmöglichkeiten für den Einzelhandel im Kernstadtgebiet bestehen aufgrund kleinteiliger Baustrukturen und Schutzgebietsausweisungen nicht. Am Stadtrand gäbe es zwar noch weitere Flächenpotenziale, diese lägen dann aber deutlich weiter vom bestehenden Nahversorgungsstandort und den Hauptsiedlungsgebieten entfernt und würden das Einzelhandelsangebot in der Stadt zu stark zersplittern. Zudem rückt die Fläche an der Güstrower Chaussee durch die geplante Quartiersentwicklung stärker in den städtischen Kontext und weist künftig eine siedlungsintegrierte Lage auf, was an vielen anderen Standorten am Stadtrand nicht gegeben ist. Daher empfehlen die Gutachter die Etablierung eines weiteren ergänzenden Nahversorgungsstandorts (Güstrower Chaussee), um die Entwicklungspotenziale für Neuansiedlungen umsetzen zu können und Bestandsbetrieben zugleich Möglichkeiten der Weiterentwicklung einzuräumen.

Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der Standortlagen im Stadtgebiet von Plau am See:

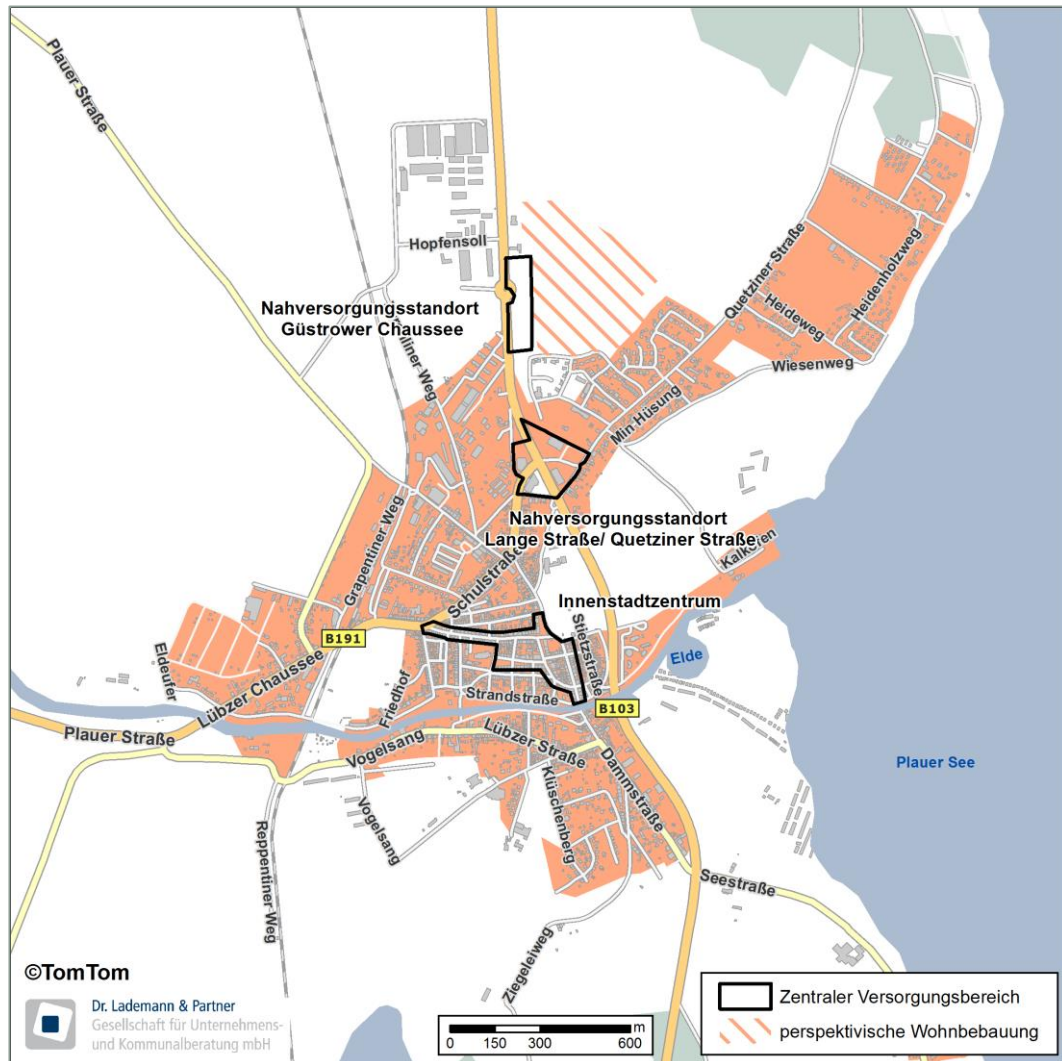


Abbildung 18: Zentrenstruktur für Plau am See

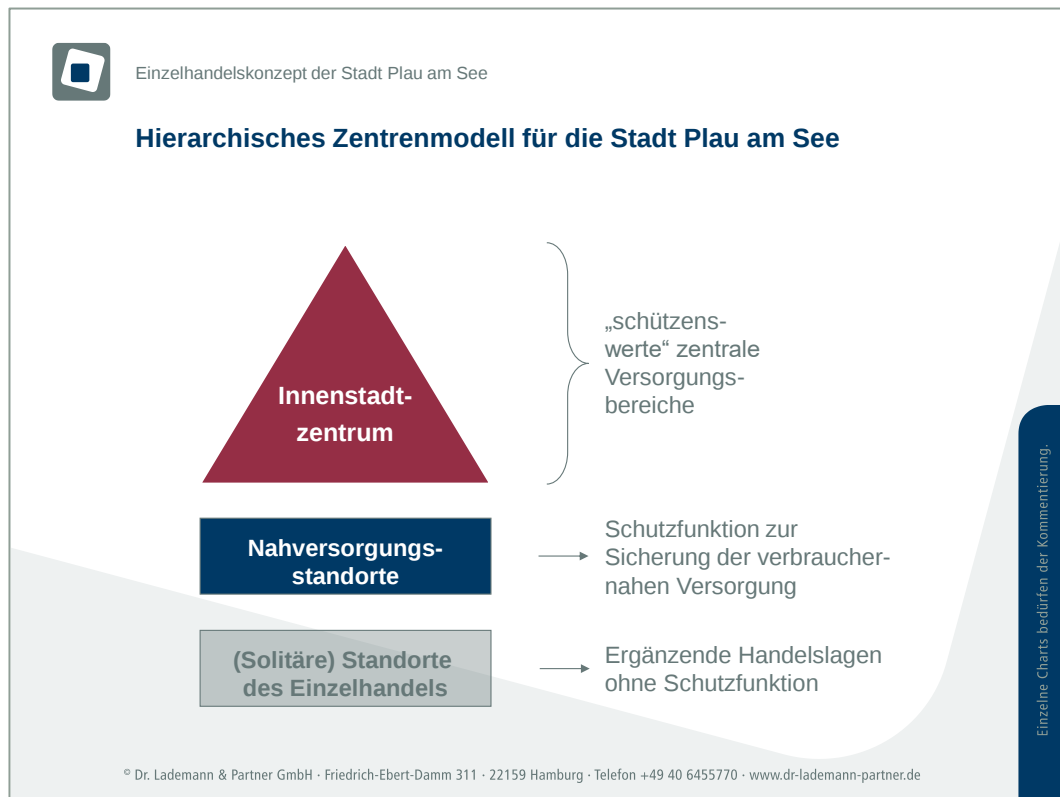


Abbildung 19: Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Plau am See



7.2.1 Zentraler Versorgungsbereich – Innenstadt Plau am See

Innenstadtzentrum Plau am See	
Lage und Einzugsbereich	zentrale Lage in der Kernstadt von Plau am See; das Innenstadtzentrum umfasst die Steinstraße, den Burgplatz, Markt, die Marktstraße sowie die Große Burgstraße; es handelt sich dabei um Teile des historischen Altstadtbereichs zwischen der Schulstraße/B 191 im Westen und dem Verlauf der Elde im Südosten; der Einzugsbereich erstreckt sich über das gesamte Marktgebiet
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Die Innenstadt ist durch eine heterogene Bebauungs- und Nutzungsstruktur geprägt; kleinteiliger und multifunktionaler Nutzungsbesatz; keine großflächigen Angebote
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	hohe städtebauliche Qualität im historischen Altstadtbereich mit geschlossener Bebauung
Siedlungsstrukturen/Nutzungen im direkten Umfeld	überwiegend Wohnnutzungen sowie zentrenergänzende Nutzungen (Rathaus); Dienstleistungsangebote und Gastronomie
Erreichbarkeit MIV	sehr gute Anbindung aus dem gesamten Stadtgebiet; Anbindung über B 191 und B 103, welche das Innenstadtzentrum umschließen
Stellplatzangebot	angemessenes Parkplatzangebot innerhalb und unmittelbar außerhalb des Innenstadtzentrums; kostenfreie Stellplätze straßenbegleitend (insb. im Bereich Markt, Marktstraße, Burgplatz) sowie neue Stellplatzanlage östlich des Zentrums an der B 103
Erreichbarkeit ÖPNV	mehrere Bushaltepunkte ('Plau am See Bhf' und 'Lange Straße') unweit außerhalb des Innenstadtzentrums, fußläufige Erreichbarkeit (rd. 200 bis 500 m Entfernung); inner- und überörtlich verkehrende Buslinien
Fußläufige Erreichbarkeit	aufgrund der zentralen Lage besteht eine gute fußläufige Erreichbarkeit von angrenzenden Wohnnutzungen; Wohnnutzungen sind auch in der Innenstadt vorhanden
Aufenthaltsqualität	hohe Aufenthaltsqualitäten in den zentralen Bereichen der Altstadt (v.a. Steinstraße, Marktstraße, Markt) sowie angrenzenden Bereichen nahe der Elde
Magnetbetriebe	nur kleinflächiger Einzelhandel; zu den Magnetbetrieben gehören ein Ernsting's Family-Bekleidungsfachgeschäft, die Schuhfachgeschäfte Weisbrich und Stinshoff sowie Max's Jeans&Fashion
EH-Verkaufsfläche 2018	rd. 1.600 qm, davon rd. 300 qm kurzfristiger Bedarf und rd. 900 qm mittelfristiger Bedarf
Angebotspezialisierung/-Wertigkeit	ausschließlich kleinteilige, durchmischte Strukturen aus v.a. inhabergeführtem Einzelhandel; sehr wenige Filialisten; vielfältiger Branchenmix, v.a. Bekleidung/Schuhe sowie kurzfristiger Bedarf
Struktur des Einzelhandels	Einzelhandelsnutzungen in den Erdgeschossen von überwiegend zwei- bis dreigeschossigen Immobilien; fast durchgängiger Besatz
Ergänzende Nutzungen	diverse innenstadttypische Nutzungen (Rathaus, Tourist-Info, Gastronomiebetriebe, gesundheitsorientierte Dienstleistungen, Geldinstitute, Versicherungen)
Leerstandssituation	acht kleinteilige Ladenflächen leerstehend (gesamt: rd. 250 qm)
Konkurrenz mit anderen Standorten	innerörtlich v.a. mit dem Ergänzungsbereich Innenstadt im kurzfristigen Bedarf (Lebensmittelhandwerk); überörtlich mit den weiteren Grund- und Mittelzentren in der Umgebung
Potenzialflächen	keine Potenzialflächen vorhanden; weitere Nachverdichtungspotenziale durch Behebung der kleinflächigen Leerstände

Tabelle 11: Zentrenpass – Innenstadtzentrum Plau am See – Status quo



Abbildung 20: Innenstadtzentrum Plau am See, Steinstraße in Richtung Osten



Abbildung 21: Innenstadtzentrum Plau am See, Steinstraße in Richtung Westen

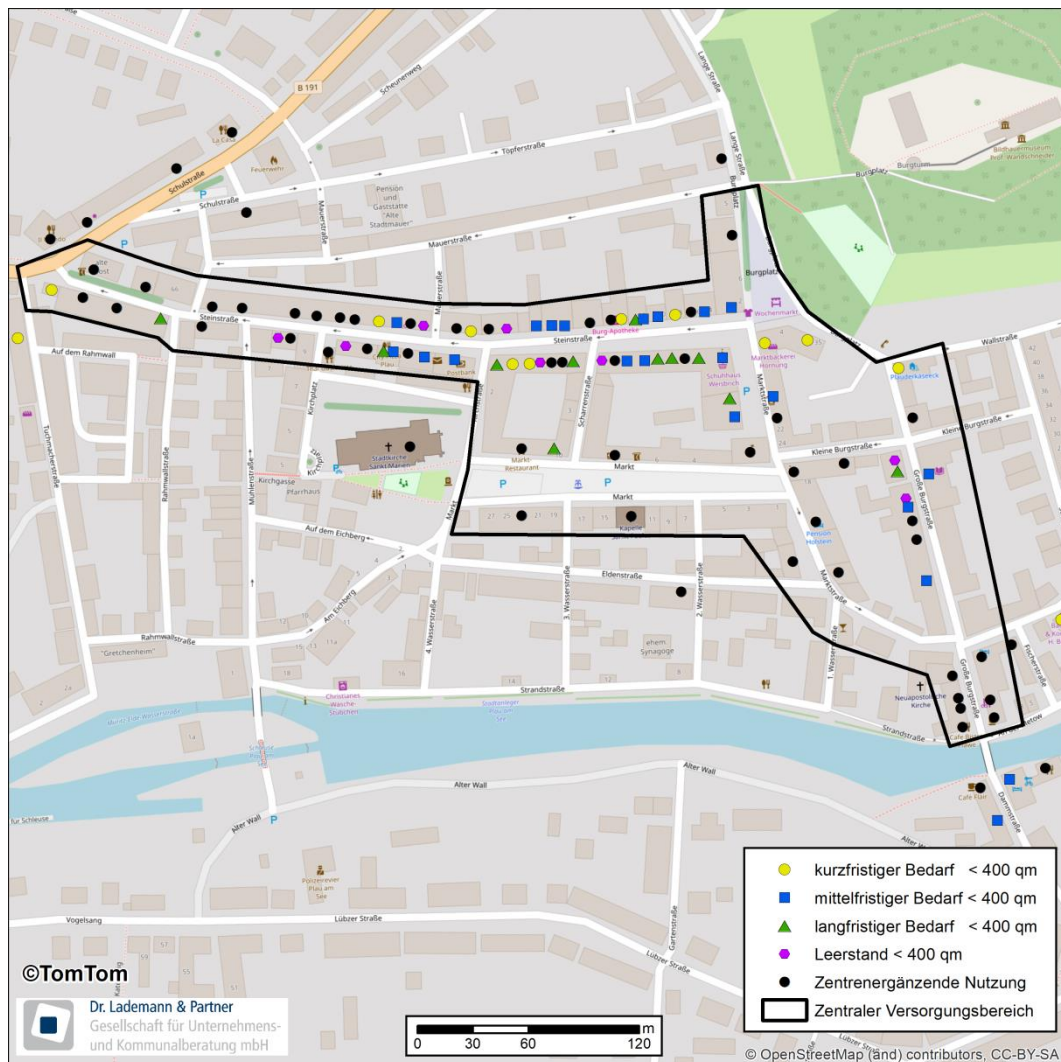


Abbildung 22: Abgrenzung des Innenstadtzentrums Plau am See



Bewertung des Innenstadtzentrums Plau am See	
Stärken	Mischgenutzter Standort nahversorgungs- und zentrentypischer Nutzungen; Individualität und Service; gute Anbindung im modal split; angenehmes Stadtbild und Aufenthaltsqualität (Altstadtbereich); hoher Anteil an zentrenergänzenden Nutzungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (Synergien mit Einzelhandel)
Schwächen	keine Verkaufsflächen >100 qm vorhanden; zu geringer Anteil an zentrenrelevanten und filialisierten Magnetbetrieben; vereinzelte Leerstände; Sortimentslücken v.a. im mittelfristigen Bedarf; keine optimale Verbindung an den nordöstlich gelegenen Ergänzungsbereich an der Quetziner Straße/Lange Straße; keine Potenzialflächen vorhanden
Handlungsziele	Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs; Sogkraft des Innenstadtzentrums durch Ansiedlung von zentrenrelevanten Magnetbetrieben (z.B. Bekleidungsgeschäfte) steigern durch Nachnutzung der Leerstände; Arrondierungen durch weitere frequenzerzeugende, innenstadttypische Angebote zur "Inszenierung" der Innenstadt; Flächenzusammenlegungen der Ladenlokale prüfen (bzw. Vertiefung der Ladenlokale); Aufwertung des Außenauftritts der einzelnen Ladenlokale anstreben (Fassaden, Schaufenster); Verbesserung der Anbindung der Innenstadt mit dem Ergänzungsbereich an der Quetziner Straße/Lange Straße; zum Zentrumschutz und zur Steigerung der Entwicklungsimpulse auf das Innenstadtzentrum sind sämtliche Vorhaben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten in den Streulagen der Stadt restriktiv zu behandeln

Tabelle 12: Zentrenpass – Innenstadtzentrum Plau am See – Perspektive

7.2.2 Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße

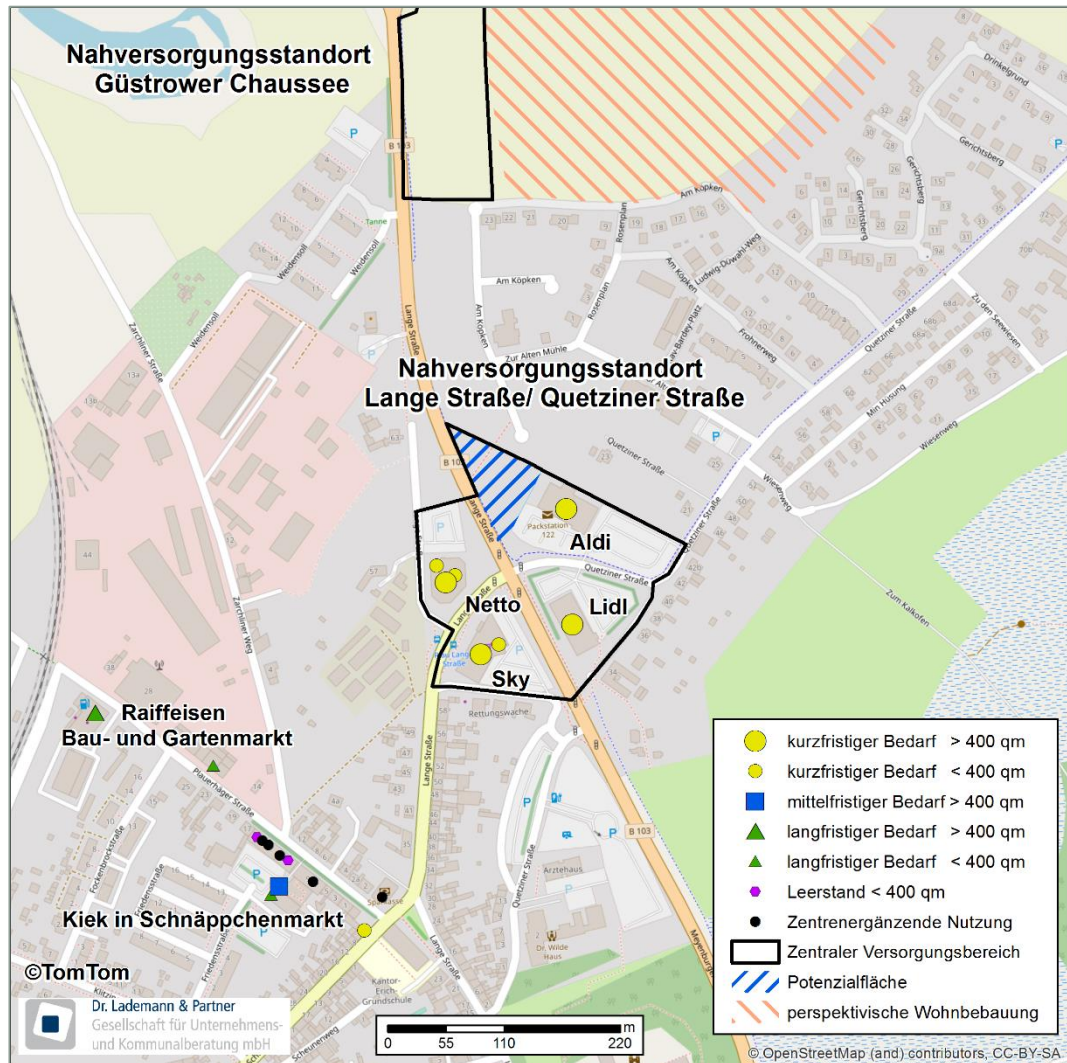


Abbildung 23: Abgrenzung Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße



Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße	
Lage und Einzugsbereich	Lage im nördlichen Stadtgebiet; der Einzugsbereich erstreckt sich über das gesamte Marktgebiet
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Verkehrsgünstig gelegene Agglomeration verschiedener Lebensmittelmärkte
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild	überwiegend autokundenorientierte Ansammlung funktionaler Gewerbegebäude mit geringen städtebaulichen Qualitäten
Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im Umfeld	Südlich und östlich grenzen unmittelbar Wohnnutzungen an, gewerbliche Nutzungen westlich/nordwestlich des Standorts
Erreichbarkeit MIV	sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aufgrund der unmittelbaren Lage an Kreuzungsbereichen von B 103/B 191
Stellplatzangebot	großzügiges und funktionsgerechtes Angebot kostenloser Parkplätze auf den vorgelagerten Stellplatzflächen der flächengrößten Anbieter
Erreichbarkeit ÖPNV	der Bushaltepunkt 'Lange Straße' befindet sich unmittelbar am Standort; dieser stellt Verbindungen in das weitere Stadtgebiet sowie in das Umland her
Fußläufige Erreichbarkeit	Eine fußläufige Erreichbarkeit ist aus den umliegenden Wohngebieten sowie aus der Innenstadt gegeben
Aufenthaltsqualität	keine besondere Aufenthaltsqualität aufgrund der funktionalen Gestaltung des Zentrums
Magnetbetriebe	Rewe-Verbrauchermarkt, Lebensmitteldiscounter Aldi, Lidl und Netto sowie Getränkemarkt
EH-Verkaufsfläche 2018	rd. 3.400 qm, davon rd. 3.200 qm kurzfristiger Bedarf und rd. 200 qm mittelfristiger Bedarf (lediglich als Randsortiment)
Struktur des Einzelhandels	überwiegend großflächige Angebote des kurzfristigen Bedarfs; discountlastig
Ergänzende Nutzungen	keine
Leerstandssituation	ehemalige Getränkemarktfläche im Netto-Gebäude
Konkurrenz mit anderen Standorten	starke Handelslage; Im Wettbewerb weniger mit der Innenstadt als vielmehr mit weiteren Grund- und Mittelzentren in der Umgebung
Potenzialflächen	keine Potenzialflächen für Neuansiedlungen vorhanden



Bewertung des Nahversorgungsstandorts Lange Straße/Quetziner Straße	
Stärken	gute Anbindung im modal split; großzügiges Stellplatzangebot; sogstarke EH-Lage mit Magnetbetrieben aus dem Lebensmitteleinzelhandel; Nähe zu Wohnnutzungen
Schwächen	Lebensmittelmärkte z.T. nicht mehr zeitgemäß aufgestellt (v.a. Netto-Disocunter und Vollsortimenter Rewe); hohe verkehrliche Belastung (insb. in den Sommermonaten durch Touristen) und dadurch entstehende unübersichtliche Verkehrssituation
Handlungsziele	Positionierung der Standortlage als innenstadtergänzender Nahversorgungsstandort für flächenextensive Angebote des periodischen Bedarfs (kleinflächige Anbieter, die in Konkurrenz zur Innenstadt stehen, sollten möglichst vermieden werden); Modernisierungen und maßvolle Erweiterungen unterstützen, um die Betriebe und deren Versorgungsfunktion abzusichern; Attraktivierung der Wegeverbindung in Richtung der Innenstadt für Fußgänger und Fahrradfahrer



Abbildung 24: Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße

7.2.3 Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee (perspektivisch)

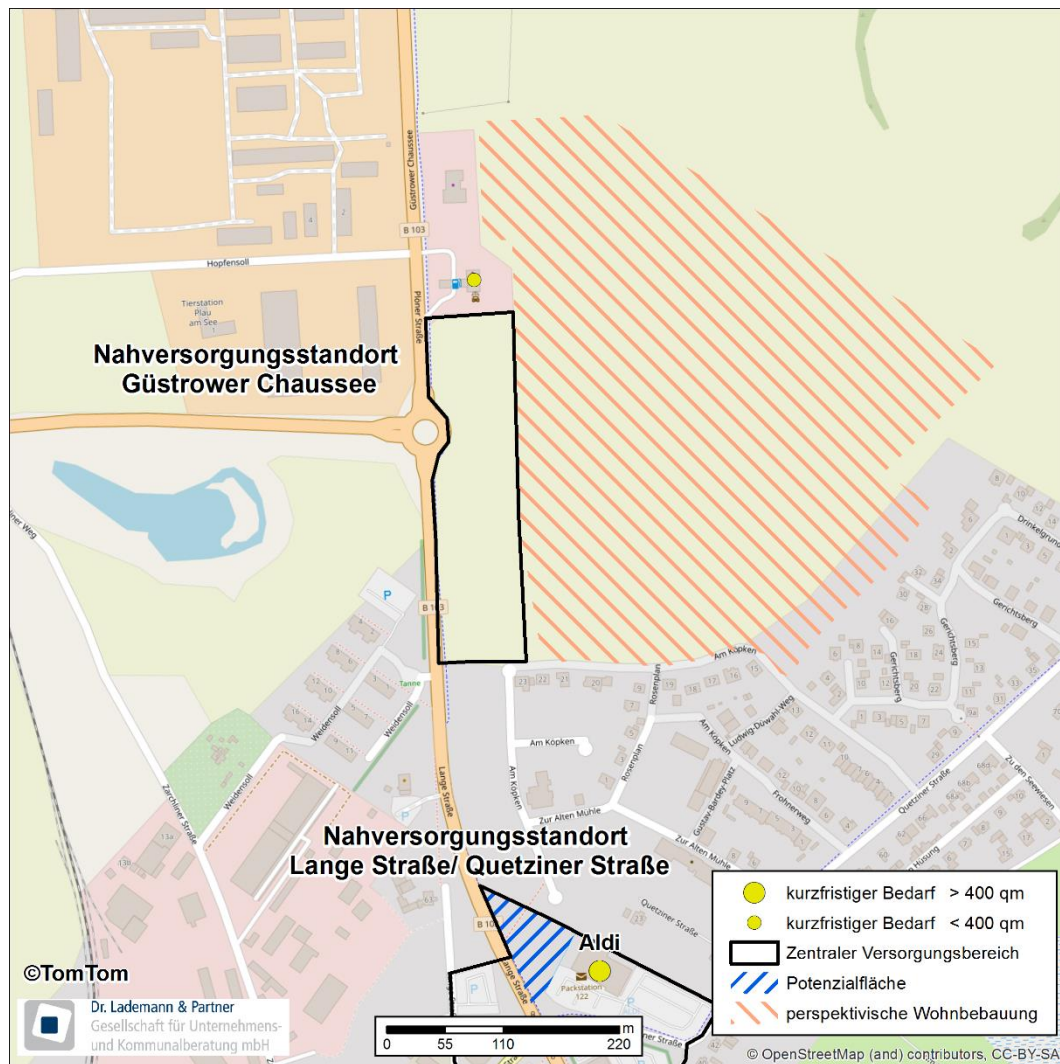


Abbildung 25: Abgrenzung Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee (in Planung)



Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee (in Planung)	
Lage und Einzugsbereich	Lage im nordöstlichen Randbereich des Kernstadtgebiets von Plau am See; der Einzugsbereich erstreckt sich perspektivisch über das gesamte Marktgebiet
Kurzbeschreibung Zentrenstruktur	Agglomeration von großflächigen Einzelhandelsbetrieben in Randlage eines geplanten Entwicklungsgebiets
Städtebauliche Qualität/Erscheinungsbild Siedlungsstrukturen/ Nutzungen im direkten Umfeld	noch offen
Erreichbarkeit MIV	Perspektivisch geplante Wohnnutzungen im unmittelbaren südlichen und östlichen Umfeld; gewerbliche Nutzungen nordwestlich des Planraums
Erreichbarkeit MIV	sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit aufgrund der unmittelbaren Lage an der B 103 und am Kreisel, von dem die neue Umgehungsstraße in Richtung der B 191 abgeht
Stellplatzangebot	voraussichtlich großzügiges und funktionsgerechtes Angebot kostenloser Parkplätze auf den vorgelagerten Stellplatzflächen der Anbieter
Erreichbarkeit ÖPNV	fußläufige Erreichbarkeit des Bushaltepunkts 'Lange Straße' (rd. 500 m)
Fußläufige Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit aus den Siedlungsbereichen der nördlichen Kernstadt von Plau am See gegeben, perspektivisch siedlungsintegrierte Lage durch beabsichtigte Bebauung mit Wohnnutzungen südlich und östlich
Aufenthaltsqualität	noch offen
Magnetbetriebe	Vollsortimenter, Drogeriemarkt, Baumarkt, ggf. Lebensmitteldiscounter (geplant)
Struktur des Einzelhandels	überwiegend großflächige Angebote des kurzfristigen und mittelfristigen Bedarfs; qualifizierte Grundversorgung oberhalb Discountniveau
Ergänzende Nutzungen	noch offen
Konkurrenz mit anderen Standorten	perspektivische Wettbewerbsbeziehungen mit den Lebensmittelmärkten am Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße sowie mit den Grundzentren im Umland

Bewertung des Nebenzentrum Güstrower Chaussee (in Planung)	
Handlungsziele	Positionierung der Standortlage als Nahversorgungsstandort in Funktionsergänzung zum Innenstadtzentrum und zum Nahversorgungsstandort Lange Straße /Quetziner Straße; Schließung von Angebotslücken und Abbau von Zentralitätsdefiziten durch die gezielte Ansiedlung eines Vollsortimenters, eines Drogeriemarkts und eines Baumarkts, deren Ansiedlung aufgrund fehlender Potenzialflächen im Innenstadtzentrum sowie am Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße nicht umsetzbar ist; Steuerung der Entwicklung über B-Plan mit entsprechenden Sortiments- und Verkaufsflächenfestsetzungen; es ist zu empfehlen, kleinere Einzelhandelsbetriebe und Konzessionäre zu begrenzen, um Konkurrenz zum Innenstadtzentrum zu vermeiden; Es ist auf eine attraktive und funktionsfähige Anbindung des Standorts für Fußgänger und Radfahrer zu achten (insbesondere auch in Richtung der angrenzenden Wohnsiedlungen)



Abbildung 26: Nahversorgungsstandort Güstrower Chaussee – in Planung



7.3 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente („Plauer Liste“)

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

Die Einstufung der Sortimente erfolgte dabei durch Dr. Lademann & Partner hinsichtlich folgender Aspekte:

Die Feindifferenzierung der Sortimente wurde v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets vorgenommen. Ferner galt es herauszustellen, welchen Sortimenten bzw. Magnetbetrieben eine Leitfunktion im Sinne einer Zentrenprägung beizumessen ist.

Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind.

Wie die folgende Abbildung zeigt, erreicht die Innenstadt vor allem in den Sortimenten Bekleidung/Schuhe, Elektrobedarf, Spiel/Sport und den Sonstigen Hartwaren funktionsgerecht relativ hohe Verkaufsflächenanteile. Diese Sortimente sollten demnach auch als zentrenrelevant eingestuft werden. Bau- und Gartenbedarf sowie Möbel/Haus- und Heimtextilien/Einrichtungsbedarf werden dagegen fast ausschließlich in Streulagen angeboten. Diese Sortimente sind zudem i.d.R. durch eine hohe Flächenextensivität gekennzeichnet und sollten daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft werden. Der kurzfristige Bedarf wird aufgrund der kleinteiligen Strukturen in der Innenstadt nur in Form von Kleinflächen vorgehalten. Fast 90 % der Flächen sind dagegen im Ergänzungsbereich Lange Straße/Quetziner Chaussee verortet. Der kurzfristige Bedarf sollte sowohl als nahversorgungsrelevant als auch als zentrenrelevant eingestuft werden. Das bedeutet, dass der kurzfristige Bedarf grundsätzlich auf die Zentren zu verweisen ist, u.U. zur Wohngebietsversorgung aber auch in Streulagen angesiedelt werden kann.

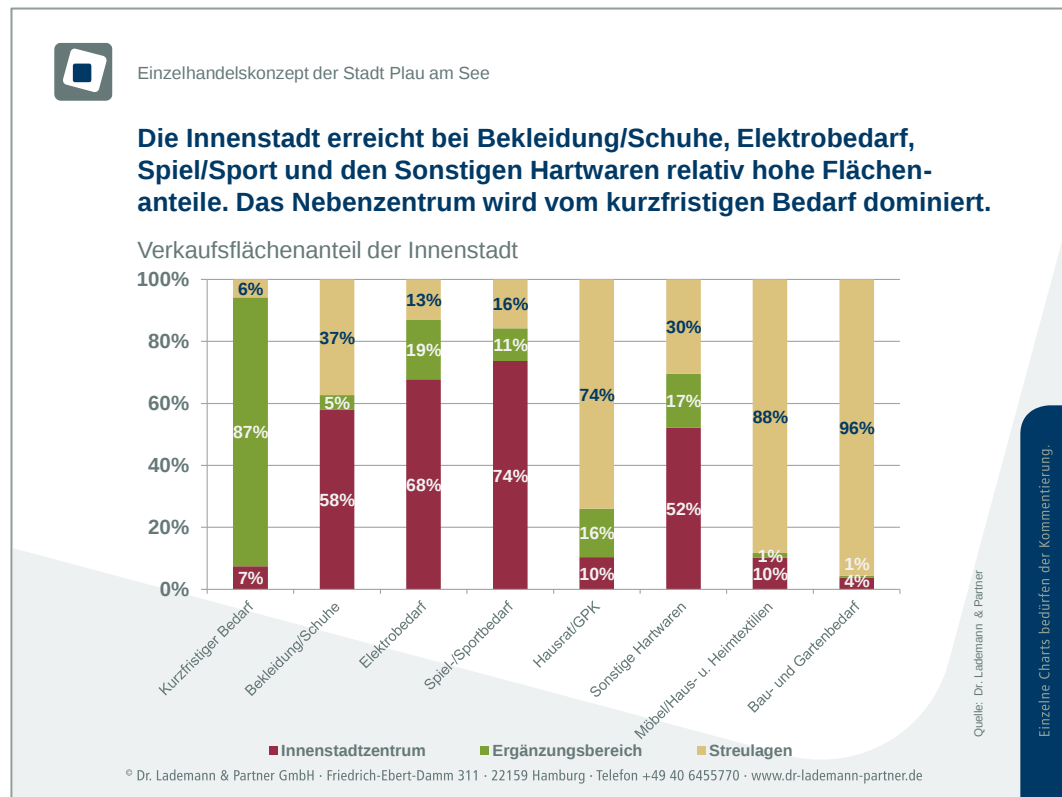


Abbildung 27: Verkaufsflächenanteile der Innenstadt an der Gesamtstadt

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner in Anlehnung an die faktische Situation sowie unter Berücksichtigung planerisch/konzeptioneller Überlegungen folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung:



Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Plauer Sortimentsliste")					
nahversorgungsrelevant**	WZ 2008*	zentrenrelevant	WZ 2008*	nicht-zentrenrelevant	WZ 2008*
Nahrungs- und Genussmittel	47.2	Bekleidung, Wäsche	47.71	Möbel, Küchen	47.59.1 aus 47.79.1
Getränke	47.25	Lederwaren, Schuhe	aus 47.72	Camping und Zubehör	aus 47.64.2
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	47.75	Haushaltswaren	aus 47.59.9	Bettwaren, Matratzen	47.51
Pharmazeutika, Reformwaren	47.73	Glas, Porzellan, Keramik	47.59.2	Leuchten	aus 47.59.9
Schnittblumen	aus 47.76.1	Geschenkartikel	aus 47.78.3	Rolläden, Markisen	aus 47.53
Zeitung, Zeitschriften	47.62.1	Spielwaren	47.65	Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten, Fliesen	aus 47.53 aus 47.52
		Optik, Augenoptik, Hörgeräte	47.78.1 aus 47.74	Kfz- und Motorradzubehör	45.32
		Uhren, Schmuck	47.77	Sanitärbedarf	aus 47.52
		Sportartikel (ohne Sportgroßgeräte)	aus 47.64.2	Gartenbedarf, Gartenmöbel, Pflanzen	aus 47.52.1 aus 47.76.1
		Sportbekleidung, Sportschuhe	aus 47.71 aus 47.72	Zoologischer Bedarf	47.76.2
		Bücher, Papier, Schreibwaren	47.61 47.79.2 47.62.2	Elektrogroßgeräte, Installationsmaterial	47.54 aus 47.52
		Elektrokleingeräte	aus 47.54	Büromöbel	aus 47.59.1
		Computer und Zubehör	aus 47.41 aus 47.43	Kinderwagen	aus 47.59.9
		Unterhaltungselektronik	47.43 47.63	Maschinen, Werkzeuge	aus 47.52
		Bild- und Tonträger	47.63	Bauelemente, Baustoffe	aus 47.52
		Telekommunikation und Zubehör	47.42	Eisenwaren, Beschläge	aus 47.52
		Foto	47.78.2	Farben, Lacke	aus 47.52.3
		Heimtextilien	aus 47.51	Kamine, Kachelöfen	aus 47.52
		Handarbeitsbedarf, Kurzwaren, Stoffe	aus 47.51		
		Bettwäsche	aus 47.51		
		Gardinen	aus 47.53		
		Sanitätsbedarf	47.74		
		Musikinstrumente und Zubehör	47.59.3		
		Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen	aus 47.78.3		
		Fahrräder und Zubehör	47.64.1		
		Angeln, Waffen, Jagdbedarf	aus 47.64.2 aus 47.78.9		
Quelle: Dr. Lademann & Partner. * Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008 ** zugleich i.d. R. auch zentrenrelevant. Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.					

Tabelle 13: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Plauer Sortimentsliste“)



7.4 Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See

Die folgenden Steuerungsempfehlungen zeigen auf, an welchen Standorten nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante bzw. nicht-zentrenrelevante Sortimente durch Ansiedlungs- bzw. Erweiterungsvorhaben ausgeschöpft werden sollten.

Nahversorgungsrelevante Sortimente (gem. Plauer Sortimentsliste)

Prioritär sind nahversorgungsrelevante Sortimente

- im Innenstadtzentrum uneingeschränkt zulässig.

Nachgeordnet ist zu empfehlen,

- größere Betriebseinheiten des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels, die in der Innenstadt keine geeigneten Flächen finden, auf die beiden ergänzenden Nahversorgungsstandorte zu lenken bzw. dort Erweiterungen zuzulassen. Ein Verträglichkeitsnachweis ist hierfür aber stets erforderlich.

Ausschluss in den übrigen Lagen

Vor dem Hintergrund der Gefahr einer weiteren Zersplitterung des Angebots ist großflächiger nahversorgungsrelevanter Einzelhandel in den übrigen Lagen auszuschließen. Kleinflächige Angebote zur Verbesserung der wohngebietsbezogenen Nahversorgung bzw. zur Beseitigung einer räumlichen Versorgungslücke/Unterversorgung sind auch in Streulagen zulässig²⁰.

Zentrenrelevante Sortimente (gem. Plauer Sortimentsliste)

Prioritär sind zentrenrelevante Sortimente auf das Innenstadtzentrum zu konzentrieren. Dieses stellt das Investitionsvorranggebiet dar.

Nachgeordnet stehen die Nahversorgungslagen als Standortalternative für großflächige und großflächige zentrenrelevante Fachmarktangebote, die in der Innenstadt keine Ansiedlungsmöglichkeiten haben, zur Verfügung und dienen insbesondere dem Abbau von Angebotslücken (Verträglichkeitsnachweis stets erforderlich).

²⁰ Aufgrund der begrenzten Einwohnerpotenziale in den unterversorgten Räumen, erscheint eine Ansiedlung aus Tragfähigkeitsaspekten jedoch unwahrscheinlich.



Ausschluss in den übrigen Lagen

Ziel des Einzelhandelskonzepts ist es, die Innenstadt sowie die Nahversorgungslagen hinsichtlich der jeweils zugewiesenen Funktion weiterzuentwickeln. Vor dem Hintergrund der Strategie „Konzentration auf die Zentren“ und „räumlich-funktionale Arbeitsteilung“ ist somit ein konsequenter Ausschluss von zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb der o.g. privilegierten Standorte vorzunehmen.

Agglomerationen und Standortverbünde sind summarisch zu betrachten.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente (gem. Plauer Sortimentsliste)

Prioritär sind nicht-zentrenrelevante Sortimente auf die Zentren zu lenken.

Nachgeordnet können diese aufgrund der meist großen Flächendimensionierungen auch an anderen Standorten (Streulagen) zugelassen werden.

Zentren- und nahversorgungsrelevante Randsortimente sind auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche (max. 800 qm Verkaufsfläche) zu begrenzen.



Einzelhandelskonzept der Stadt Plau am See

Steuerungsempfehlungen

Standortbereich	Nahvers. Sortimente		Zentrenrel. Sortimente		Nicht-zent. Sortimente		Anmerkung
	> 800 qm	< 800 qm	> 800 qm	< 800 qm	> 800 qm	< 800 qm	
Innenstadtzentrum	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Alle Sortimente und Größen zulässig
Nebenzentrum/ Nahversorgungszentrum	✓	✓	○	○	✓	✓	V.a. größere Einheiten zur Nahversorgung
Streulagen	✗	○	✗	✗	○	○	Flächenextensive Sortimente und Nahversorgung

✓ zulässig ○ eingeschränkt zulässig ✗ unzulässig

Kurz- und mittelfristige Randsortimente sind bis max. 10 % des Gesamtvorhabens zulässig. Agglomerations- und Gemengelagen kleinflächiger Betriebe sind kumuliert zu betrachten.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 28: Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung



Die Aufstellung der Plauer Sortimentsliste und die Herleitung von Steuerungsempfehlungen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung wird der Strategie „Konzentration auf die Zentren“ und „räumlich-funktionale Arbeitsteilung“ gerecht, da die räumlich abgegrenzten Standortlagen gemäß ihrer Funktionszuweisung quantitativ und qualitativ gestärkt und profiliert werden.



8 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Plau am See

Aus den aktuellen Erfordernissen der in der städtebaulich-funktionalen Analyse aufgezeigten Defizite lassen sich folgende Empfehlungen für den Prognosehorizont 2025 herleiten:

Alle zukünftigen Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See sollten darauf hinsteuern, die Bindungswirkung der Stadt zu festigen und zielgerichtet auszubauen sowie die Versorgungssituation für Einwohner und Touristen zu verbessern. Neben einer Reihe von allgemeinen Maßnahmen zur Profilierung der Stadt als attraktiver Einzelhandelsstandort, die ergriffen bzw. fortgeführt und intensiviert werden sollten, sind auch ganz konkrete Entwicklungsempfehlungen zu nennen.

8.1 Allgemeine Maßnahmenempfehlungen

Verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts

Der erste und wichtigste Schritt ist die verbindliche Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts, z.B. durch einen entsprechenden Ratsbeschluss. Damit werden die angestrebten Entwicklungsziele und Leitlinien kommuniziert und als Planungswille festgeschrieben. Nur so kann das Konzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung Berücksichtigung finden.

Gleichzeitig dient eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts der Planungssicherheit der Gewerbetreibenden und Immobilieneigentümer sowie potenzieller Investoren.

Darüber hinaus entfaltet eine verbindliche Verabschiedung des Konzepts auch eine Schutzwirkung. So können Einzelhandelsvorhaben im Umland, die negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in Plau am See erwarten lassen, mit dem Verweis auf das Einzelhandelskonzept und die darin festgeschriebenen Entwicklungsziele sowie die schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche erfolgversprechender entgegengetreten werden.



Demnach gilt es zunächst auf einen entsprechenden Ratsbeschluss von Seiten der Stadtverwaltung hinzuarbeiten. Dabei sollte möglichst das Gesamtkonzept beschlossen werden, um den Empfehlungen für die Einzelhandelssicherung und strategische Einzelhandelsentwicklung in den nächsten Jahren Außenwirkung zu verleihen.

Baurechtliche Absicherung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

Die Stadt Plau am See verfolgt i.d.R. eine Steuerung des Einzelhandels über die Aufstellung von Bebauungsplänen. Grundsätzlich gilt es, im Sinne des Einzelhandelskonzepts städtebaulich „gewünschte“ Standorte für Planvorhaben entsprechend abzusichern und „unerwünschte“ Standorte und Sortimente bauplanungsrechtlich auszuschließen.

- Gewünschte Ansiedlungsvorhaben sollten gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, Größenordnungen und Lagen planungsrechtlich vorbereitet werden. Hierfür sollten bestehende Bebauungspläne entweder überarbeitet werden oder neue Bebauungspläne aufgestellt werden.
- An Standorten, die gemäß des Zentren- und Standortskonzepts für künftige Einzelhandelsvorhaben (vor allem zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Vorhaben) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, gilt es die u.U. bestehenden Bebauungspläne entsprechend zu überarbeiten bzw. neue Bebauungspläne aufzustellen. Diesbezüglich sei explizit auch auf die Möglichkeit hingewiesen, für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34 BauGB) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche sowie im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung im Rahmen von einfachen Bebauungsplänen nach § 9 Abs. 2a BauGB Einzelhandelsnutzungen auszuschließen. Das Einzelhandelskonzept stellt hierfür den wesentlichen Begründungszusammenhang her.
- In Gewerbegebieten empfiehlt sich ein konsequenter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel, um diese Gebiete für den Entwicklungsbedarf des höherwertigen und produzierenden Gewerbes vorzuhalten und um bestehende Standorte nicht zu schwächen.

Zur Umsetzung der Ziele des beschlossenen Einzelhandelskonzepts, ist es darüber hinaus erforderlich für „Verdachtsbereiche“ im unbeplanten Innenbereich, in denen großflächiger Einzelhandel nach § 34 Abs. 1 BauGB als zulässig bewertet



werden kann, mit den Instrumenten der Bauleitplanung (durch einen Aufstellungsbeschluss²¹ für einen Bebauungsplan) auszuschließen.

Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept in Verbindung mit dem entsprechenden politischen Beschluss bezieht. Ebenso gilt es, die Strategieempfehlungen als Abwägungsgrundsätze sowie die Sortimentsliste in die textlichen Festsetzungen der entsprechenden Bebauungspläne zu übernehmen.

Wesentliches Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 in Verbindung mit Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannten Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.

Sofern Bebauungspläne Standorte in zentralen Versorgungsbereichen überplanen oder zur Sicherung eines zentralen Versorgungsbereichs aufgestellt werden, sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der jeweilige zentrale Versorgungsbereich namentlich genannt und ggf. ergänzend zeichnerisch dargestellt werden.

Ausnutzung des Entwicklungspotenzials in der Innenstadt

Dr. Lademann & Partner empfehlen eine konsequente Ausnutzung des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Entwicklungspotenzials insbesondere in den ausgewiesenen Zentren. Hierbei gilt es zu prüfen, ob weitere Magnetbetriebe angesiedelt werden können. Daneben gilt es eine weitere Ausdifferenzierung und Attraktivitätssteigerung des Angebots anzustreben. Dabei geht es nicht nur um einen quantitativen Ausbau, sondern vielmehr um eine Qualitätssteigerung und Optimierung der Öffnungszeiten.

Neben der Ansiedlung von mittel- bis großflächigen Magnetbetrieben wie fachmarktorientierte Filialisten werden in der Regel folgende Verkaufsflächengrößen von Handelsunternehmen nachgefragt:

- Kleinflächen: 60 bis 80 qm Verkaufsfläche (v.a. lokale und regionale Anbieter; Nischenanbieter mit Tourismusorientierung)

²¹ Der Aufstellungsbeschluss darf sich allerdings nicht nur darauf beschränken, welche Bauvorhaben künftig unzulässig sein sollen. Vielmehr muss daneben erläutert werden, welche positiven Konzeptionen die Stadt mit dem Bebauungsplan verfolgt und aus welchem Grund ein Planungserfordernis besteht.



- Mittelflächen: 150 bis 300 qm (hier spielen auch lokale/regionale Franchisenehmer eine wichtige Rolle → prüfen, inwieweit durch Zusammenlegung von Flächen größere Einheiten geschaffen werden können)

Für die Innenstadt ist hierzu eine aktive Ansprache möglicher Investoren und Einzelhändler notwendig. Auf Basis des vorliegenden Konzepts bzw. dessen zentralen Ergebnissen gilt es, ein Exposé zu verfassen, welches die Stärken und wesentlichen Entwicklungsziele der Stadt Plau am See zusammenfassend darstellt. Ein Ausblick auf mögliche städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen sollte dabei ebenso enthalten sein wie eine Übersicht leer stehender Ladeneinheiten und potenzieller Flächen für Neubauten.

Mit diesem Exposé gilt es vor allem, Projektentwickler sowie lokale/regionale, aber auch national tätige Filialbetriebe und Franchisenehmer gezielt anzusprechen und von den Standortvorteilen der Stadt Plau am See zu überzeugen. Neben Einzelhändlern erscheint zudem die Ansprache von regional tätigen Gastronomen sinnvoll.

Generell erscheint es ratsam, die Bemühungen um neue Einzelhandelsanbieter zwischen der Stadt und den Eigentümern leer stehender Ladeneinheiten zu koordinieren und potenzielle Investoren und Einzelhändler gemeinsam anzusprechen.

Weiterhin ist der für ein Grundzentrum spezifische Charakter zur Differenzierung gegenüber anderen zentralen Orten zu stärken (z.B. durch Optimierung der Beratungs- und Servicequalität, Forcierung der Ansiedlung von weiteren Fachgeschäften etc.) und gleichzeitig eine Abhebung durch Betonung der Vorteile des Plauer Einzelhandels i.S.e. „Grundzentrums plus“ zu erzielen. Wichtig wäre auch die Schaffung eines angenehmen Einkaufsklimas für die Kunden durch einheitliche Kernöffnungszeiten („Verlässliches“ Einkaufen).

Übergangsnutzung und Dekorierung von Leerstandsflächen und Leerstandskataster

Dr. Lademann & Partner empfehlen ein Flächen-/Leerstandsmanagement in der Innenstadt aufzubauen, um im Falle einer Geschäftsschließung schneller und aktiver reagieren zu können.

Eine Reihe von Leerstandsflächen ist für eine einzelhandelsrelevante Nachnutzung jedoch als nicht mehr marktfähig zu bewerten. Hier sollten die Eigentümer auch eine anderweitige als die Einzelhandelsnutzung in Betracht ziehen (z.B. Umbau in Wohnflächen).



Einige der Leerstandsflächen innerhalb des Innenstadtzentrums lassen sich unter Einsatz von Modernisierungs- und Instandhaltungsmaßnahmen jedoch durchaus noch einer potenziellen Einzelhandelsnachnutzung zuführen. Gleichwohl erscheint es nicht realistisch, dass die Leerstände kurzfristig und allesamt beseitigt werden können. Um das Erscheinungsbild des Innenstadtzentrums jedoch nicht zu belasten, empfiehlt es sich, die entsprechenden Flächen in geeigneter Form zwischenzunutzen. So können die Verkaufsräume oder zumindest die Schaufenster für Werbemaßnahmen von Gewerbetreibenden im Ort genutzt werden. Zumindest sollten die Schaufenster in irgendeiner Form dekoriert werden, um deren eigenes Erscheinungsbild und das der Innenstadt aufzuwerten. Grundsätzlich geht es darum, die Leerstandsflächen von außen in einem sauberen Zustand zu halten und sie als solche nicht sofort erkennbar zu machen, um funktionale Lücken zu minimieren und die Bausubstanz zu pflegen.

Adressat dieser Empfehlung sind die Eigentümer der leer stehenden Ladeneinheiten. Die Stadt Plau am See sollte allerdings aktiv darauf hinwirken und die Eigentümer von der Notwendigkeit einzuleitender Schritte überzeugen. Auch erscheint es denkbar, dass die Stadt als Vermittler zwischen Eigentümern und potenziellen Ausstellern/Werbenden fungiert.

Zudem empfehlen wir eine Prüfung, ob durch Zusammenlegung bzw. immobilienseitige Neugestaltung attraktive und moderne Flächenzuschnitte geschaffen werden können. Im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten könnten hier beispielsweise der Abriss nicht erhaltungswürdiger Bausubstanz und die Einbeziehung daran angrenzender Nachverdichtungsflächen eine Möglichkeit sein. Um dieser Zielsetzung bei erhaltungswürdigen Gebäuden gerecht werden zu können, muss es sich um ausreichend groß dimensionierte Objekte handeln, die im Einzelfall entsprechend den Nutzungsanforderungen vollständig entkernt werden sollten.

Verstärkte Nutzung der touristischen Potenziale und des Grenzhandels

Die Stadt Plau am See verfügt durch ihre naturräumliche Lage über ein erhebliches touristisches Potenzial. Unabhängig davon, ob es sich bei den Touristen um Tagesgäste oder Übernachtungsgäste handelt, spielen sie für den Einzelhandel und die Gastronomie eine wichtige Rolle. Das Einkaufen wird heute neben dem reinen Versorgungseinkauf (i.d.R. bei Lebensmitteln) zunehmend auch als Freizeitaktivität wahrgenommen und hat dementsprechend im Tourismus eine wachsende Bedeutung. Gastronomiebetriebe sind ohnehin ein Anziehungspunkt für Touristen, sofern sie über ein attraktives Ambiente und ein ansprechendes Angebot verfügen.



Diese Potenziale gilt es für den Plauer Einzelhandel und die Gastronomie durch ein zielgruppenorientiertes Angebot und entsprechende Werbung noch stärker auszunutzen. Der Stadt kommt hierbei vor allem eine Koordinierungs- und Aktivierungsfunktion zu. Für die Erstellung des Stadtplans oder vergleichbarer Werbemaßnahmen sind die Gewerbetreibenden verantwortlich. Die Stadt sollte diesen Prozess durch gezielte Ansprachen initiieren und begleiten.

Sonstige Handlungsempfehlungen

Darüber hinaus sind Empfehlungen zur allgemeinen Entwicklung der Stadt abzugeben, die als handelsexogene Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels in Plau am See positiv beeinflussen können.

- Profilierung der Stadt als interessanter und gut erreichbarer Wohnstandort der Region, um die Einwohnerzahlen in Plau am See - und hierbei insbesondere der Kernstadt - auszubauen. Darüber hinaus gilt es, durch höherwertigen Wohnungsbau auch kaufkraftstärkere und jüngere Einwohner anzuziehen.
- Schaffung/Sicherung eines investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas, sodass im bestehenden Einzelhandel auch die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen (z.B. Ladengestaltung, Warenpräsentation) regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuanordnungen besteht.

Sicherung und Ausbau der Stadt als bedeutender Arbeitsplatzstandort; zielgerichtete Ansiedlung von Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben zur Erhöhung der Arbeitsplatzzentralität; aktive Ansprache und Vermarktung von Plau am See als Wirtschaftsstandort. Vor dem Hintergrund der häufigen Kopplungsbeziehung zwischen Arbeitsweg und Versorgungseinkauf können so Nachfrageabflüsse reduziert werden.



8.2 Standort- und branchenspezifische Maßnahmenempfehlungen

Insgesamt gilt, dass für die künftige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See das Hauptaugenmerk auf eine Konzentration und Verdichtung der ausstrahlungsstärkeren Einzelhandelslagen sowie eine Ausdifferenzierung eines vielfältigen Sortiments- und Betriebsgrößenmix gelegt werden muss. Entwicklungen in Streulagen sollten v.a. bei den nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten restriktiv behandelt werden. Diesem Umstand wird auch durch die Definition des hierarchisch-funktional gegliederten Zentren- und Standortnetzes Rechnung getragen, welches es weiter zu profilieren gilt.

Nach den Ergebnissen der Verkaufsflächenpotenzialanalyse ergibt sich für die Stadt Plau am See ein Entwicklungsrahmen bis zum Jahre 2025 von etwa 3.500 qm, der weitgehend verdrängungsneutral umgesetzt werden kann. Dieses zusätzliche Verkaufsflächenpotenzial trägt sich ganz wesentlich aus den hohen Touristenzahlen im Stadtgebiet.

Die Analyse und Bewertung der Angebotssituation hat gezeigt, dass es noch Angebotslücken im mittel- und langfristigen Bedarf gibt, die gleichwohl nicht vollständig geschlossen werden können aufgrund des eingeschränkten Kaufkraftpotenzials des Grundzentrums Plau am See und der voranschreitenden Entwicklung des Online-Handels insbesondere in diesen Sortimenten. Vor allem im (niedrigpreisigeren) Fachmarktbereich sowie im Hinblick auf tourismusorientierte Angebote bestehen hier aber noch moderate Ausbaupotenziale.

Im kurzfristigen Bedarf ist das Angebot rein quantitativ betrachtet zwar gut ausgebaut – es bestehen aber signifikante qualitative Defizite. Zum einen fehlt seit der Insolvenz von Schlecker ein Drogeriefachmarkt in der Stadt. Zum anderen sind die Lebensmittelbetriebe größtenteils nicht mehr zeitgemäß aufgestellt und weisen einen Anpassung- und Modernisierungsbedarf auf. Dies gilt vor allem im Hinblick auf den einzigen Vollversorger im Stadtgebiet, den Rewe-Verbrauchermarkt (ehemals Sky), der aufgrund der geringen Verkaufsflächendimensionierung und des deutlich in die Jahre gekommenen Marktauftritts nur über eine eingeschränkte Performance und Anziehungskraft verfügt. Aber auch die drei Lebensmitteldiscounter weisen nur suboptimale Verkaufsflächengrößen auf.

Diesen qualitativen Defiziten gilt es entgegenzuwirken. Da die Innenstadt aufgrund ihrer kleinteiligen Strukturen nicht die benötigten Flächenpotenziale aufweist, rückt der ergänzende Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße hierfür in den Fokus, in dem schon heute alle strukturprägenden Nahver-



sorger von Plau am See angesiedelt sind. Da aber auch hier keine Flächenpotenziale mehr vorhanden sind, strebt die Stadt Plau am See die Entwicklung eines weiteren Nahversorgungsstandorts an der Güstrower Chaussee an.

Kürzlich umgesetzt wurde das Planvorhaben, das Getränkemarkt Meyer & Simon am Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße innerhalb des Zentrumsbereichs zu verlagern und zu erweitern. Der Getränkemarkt mit einer Verkaufsfläche von rd. 300 qm war ursprünglich in der Immobilie mit dem benachbarten Netto-Lebensmitteldiscounter untergebracht. Der Getränkemarkt hat seinen Standort mittlerweile auf die gegenüberliegende Straßenseite und den Neubau einer neuen Handelsimmobilie in direkter Nachbarschaft zum dort ansässigen Aldi-Lebensmitteldiscounter mit einer Verkaufsfläche von rd. 500 qm (Netto-Verkaufsflächenzuwachs = 200 qm) verlagert. Die dadurch leer gezogene Fläche des Alt-Standorts sollte durch den Netto-Lebensmitteldiscounter nachgenutzt werden, sodass sich dieser Markt von aktuell rd. 500 qm auf sodann insgesamt rd. 800 qm Verkaufsfläche erweitern würde. Dieses Vorhaben wäre im Sinne des Einzelhandelskonzepts zu begrüßen, da hierdurch der Netto-Discounter auf eine zeitgemäße Verkaufsflächendimensionierung gebracht werden und damit zukunftsfähig abgesichert werden könnte. Bislang ist dies aber noch nicht umgesetzt.

Der Lebensmitteldiscounter Lidl weist eine im Vergleich zu modernen Lidl-Märkten nicht mehr adäquate Verkaufsflächendimensionierung. Aktuell realisiert Lidl Flächen von etwa 1.000 bis 1.400 qm, um den Einkaufskomfort zu erhöhen (niedrigere Regale, breitere Gänge, anspruchsvollere Warenpräsentation) und die Betriebsabläufe zu optimieren (v.a. weniger Lagerflächen). Gerade in tourismusrelevanten Orten realisiert Lidl dabei tendenziell größere Verkaufsflächen, um den Kunden auch in den frequenzstarken Sommermonaten einen hohen Einkaufskomfort bieten zu können. Lidl hat seinen Erweiterungswunsch auch bereits hinterlegt. Der Rewe-Verbrauchermarkt hat eine Verkaufsfläche von etwa 900 qm und weist damit einen erheblichen Anpassungsbedarf auf. Da es sich hierbei um den einzigen Vollversorger in der Stadt handelt, besteht ein besonderes Interesse daran, diesen Markt zukunftsfähig aufzustellen und damit nicht nur attraktiver zu machen, sondern auch langfristig für den Standort Plau am See abzusichern.

Der Nahversorgungsstandort weist jedoch nur noch begrenzte Flächenspielräume für etwaige Erweiterungspläne der ansässigen Lebensmittelbetriebe auf. So sind die Grundstücke von Verkehrswegen und Anschlussbebauungen umgeben und bieten kaum Erweiterungspotenzial. Insbesondere der Rewe-Markt kann seine



Fläche am Standort kaum erweitern. Platz für die Ansiedlung eines Drogeriemarkts besteht erst recht nicht.

Daher sieht das Zentrenkonzept die Ausweisung eines weiteren Nahversorgungsstandorts vor. Nördlich der Kernstadt am neu errichteten Kreisverkehr, unmittelbar auf der gegenüberliegenden Seite der Einmündung der Ortsumgehung auf die Bundesstraße B 103/Güstrower Chaussee, soll zur Abrundung des Ortsrands ein gemischt genutztes Quartier entwickelt werden, in dem neben Wohnnutzungen auch gewerbliche Nutzungen (Büro, Dienstleistungen, Handel) entstehen sollen. Am Rande des Gebiets entlang der Güstrower Chaussee könnten Einzelhandelsflächen ausgewiesen werden, um Formate in Plau am See ansiedeln zu können, für die es andernorts keine Flächenpotenziale gibt. Der Standort würde sowohl der Gebietsversorgung als auch der Sicherung der grundzentralen Versorgungsfunktion der Stadt im Allgemeinen dienen.

Um dem qualitativen Defizit entgegenzuwirken, dass es derzeit keinen modernen und leistungsfähigen Vollsortimenter in Plau am See gibt, ist entweder eine Verlagerung und Erweiterung des Rewe-Verbrauchermarkts an die Güstrower Chaussee denkbar. Alternativ käme auch die Neuansiedlung eines Vollversorgers mit einer marktgängigen Verkaufsflächendimensionierung an diesem Standort in Frage. Wichtig erscheint hier vor allem, dass es überhaupt wieder einen attraktiven Vollversorger in der Stadt gibt – ob dies ein modernisierter Rewe-Markt oder ein neuer Vollversorger ist, sollte dabei zunächst zweitrangig sein.

Von einer Neuansiedlung eines weiteren Lebensmitteldiscounters sollte jedoch Abstand genommen werden. Das ermittelte Expansionspotenzial ist begrenzt und sollte daher zur Schließung von Angebotslücken sowie zur Absicherung von Bestandsbetrieben genutzt werden und nicht zur Duplizierung schon vorhandener Angebote, zumal es derzeit ohnehin schon ein deutliches Übergewicht an discountorientierten Angeboten in Plau am See gibt. Allenfalls vorstellbar wäre also eine Verlagerung eines bereits in Plau am See ansässigen Discounters (z.B. Lidl oder Netto), der sich in diesem Zuge modern und marktgängig aufstellen könnte.

Auch die Ansiedlung eines Drogeriemarkts wäre in jedem Falle zu begrüßen, da es derzeit keinen Drogeriemarkt in Plau am See gibt und damit eine Angebotslücke direkt geschlossen werden könnte. Sowohl in der Innenstadt als auch am Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße gibt es hierfür keine Flächenpotenziale, sofern keiner der dort ansässigen Betriebe seinen Standort nicht in Richtung Güstrower Chaussee verlagern sollte.

Sofern am Nahversorgungsstandort Lange Straße/Quetziner Straße Flächen frei werden sollten (z.B. in Folge von Verlagerungen), wäre es denkbar, dass Betriebe



aus Streulagen mit aperiodischen Bedarfssegmenten (z.B. Kik und Dänisches Bettenlager) hierher verlagern. Dies wäre im Sinne einer konzentrierten Einzelhandelsstruktur zu begrüßen und würde einer Zersplitterung des Angebots entgegenwirken. Auch Ansiedlungsinteressen von Anbietern mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z.B. Baumarkt²²) sollten auf Flächen an den beiden Nahversorgungsstandorten verwiesen werden, da hier noch genügend Flächenpotenziale vorhanden sind und der Standort über Agglomerationseffekte zusätzlich profitieren würde.

Im Rahmen einer parallel erarbeiteten Verträglichkeitsprüfung wurde das Entwicklungsvorhaben an der Güstrower Chaussee hinsichtlich seiner Auswirkungen auf die bestehenden Strukturen sowie hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit den Zielen der Raumordnung untersucht, da die Planungen erwarten lassen, dass der ermittelte Expansionsrahmen überschritten wird. Nach den Ergebnissen der Verträglichkeitsuntersuchung wird es infolge der Ansiedlung von Einzelhandelsnutzungen am Standort Güstrower Chaussee zwar zu erheblichen Umverteilungswirkungen kommen. Im Hinblick auf die Neuansiedlung eines Vollsortimenters und eines Drogeriemarkts (sowie eines Baumarkts) sind diese aus Sicht der Gutachter aber in jedem Falle als hinnehmbar zu bewerten, da darüber explizit bestehende Angebotsdefizite geschlossen werden könnten und das Einzelhandelsangebot des Grundzentrums Plau am See deutlich attraktiviert und gestärkt werden würde. Auch die Ansiedlung des Baumarkts ist unkritisch.

Eine darüberhinausgehende Verlagerung eines Lebensmitteldiscounters vom Standort Lange Straße/Quetziner Straße an die Güstrower Chaussee (z.B. Lidl) ist zumindest aus der versorgungsstrukturellen Perspektive als nicht zwingend notwendig einstufen. Gleichwohl sind insbesondere bei Lidl und Netto Erweiterungsabsichten nachvollziehbar, da die Flächen keiner zeitgemäßen Dimensionierung mehr entsprechen. Eine Verlagerung eines Lebensmitteldiscounters vom Standort Lange Straße/Quetziner Straße sollte also nur dann in Bracht gezogen werden, wenn eine Neuaufstellung des Betriebs am Altstandort nicht möglich sein sollte. Sollten in dessen Folge Flächen am Standort Lange Straße/Quetziner Straße frei werden, sollte die Stadt versuchen, Fachmärkte aus anderen Lagen (z.B. Dänisches Bettenlager oder Kik) in Richtung dieses Standorts zu lenken oder alternativ aktiv eine Umnutzung der Flächen in Richtung sonstiges Gewerbe zu fördern, um hier keine Leerstände entstehen zu lassen und den Grundstückseigentümern eine Entwicklungsperspektive aufzuzeigen.

²² Es besteht ein Ansiedlungsinteresse von EGN einen Baumarkt in Plau am See anzusiedeln.



Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH



9 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich für die Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Plau am See Folgendes festhalten:

Der Stadt Plau am See ist die raumordnerische Funktion eines Grundzentrums zugewiesen. Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Plau am See sind im regionalen Kontext insbesondere aufgrund der perspektivisch leicht wachsenden Einwohnerzahlen und des hohen Tourismusaufkommens überwiegend positiv zu beurteilen, woraus sich zusätzliche Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ableiten lassen.

Im Marktgebiet der Stadt Plau am See lebten 2018 knapp 8.100 Personen. Perspektivisch ist für das Marktgebiet insgesamt mit einer leicht wachsenden Bevölkerungsplattform zu rechnen. Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial wird im Jahr 2025 bei rd. 48,2 Mio. € liegen. Hinzu kommen rd. 13,8 Mio. €, die sich aus dem Aufkommen an Übernachtungs- und Tagesgästen ableiten lassen.

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Plau am See rd. 9.600 qm, wovon der periodische (nahversorgungsrelevante) Bedarf sowohl verkaufsflächenseitig als auch umsatzseitig betrachtet den Großteil auf sich verbuchen kann. Die Branchenstruktur weist Angebotsschwächen insbesondere bei den mittelfristigen Sortimenten auf, was für Grundzentren jedoch nicht untypisch ist.

Das nahversorgungsrelevante Angebot ist zwar rein quantitativ betrachtet gut ausgebaut, allerdings zeigen sich in qualitativer Hinsicht einige Defizite. So fehlt es an einem Drogeriemarkt und an einem leistungsfähigen, modern aufgestellten Vollversorger (Rewe kann diese Funktion derzeit nicht wahrnehmen). Zudem weisen die vorhandenen Lebensmitteldiscounter überwiegend nicht mehr zeitgemäße Verkaufsflächendimensionierungen auf, wenngleich die Nahversorgungsstruktur insgesamt dennoch von einem Übergewicht an discountorientierten Angeboten geprägt ist.

Die Verteilung der Einzelhandelsflächen in der Stadt ist weitgehend funktionsgerecht – in der Innenstadt dominiert der mittelfristige (zentrenrelevante) Bedarf und im Ergänzungsbereich Lange Straße/Quetziner Straße sind die großen Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs konzentriert. In den Streulagen sind überwiegend Angebote des langfristigen (nicht-zentrenrelevanten) Bedarfs verortet.



Die Verkaufsflächendichten sowie die Zentralitätswerte zeigen unter Berücksichtigung des Tourismusaufkommens in allen Sortimenten unterdurchschnittliche Werte auf, was – auch unter Berücksichtigung des zunehmenden Online-Handels und der nur grundzentralen Versorgungsfunktion von Plau am See – auf moderate Ausbaupotenziale hinweist. So errechnet sich bis zum Jahr 2025 ein weitgehend verdrängungsneutraler Entwicklungsrahmen von rd. 3.500 qm Verkaufsfläche. Diese Verkaufsflächenpotenziale gilt es insbesondere im Hinblick auf die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente auf die Innenstadt und die ausgewiesenen Nahversorgungslagen zu konzentrieren, wozu auch die perspektivische Lage an der Güstrower Chaussee zählt.

Die aufgestellte Sortimentsliste für die Stadt Plau am See dient dabei zur Einordnung der Zentrenrelevanz von Sortimenten und damit der räumlichen Einzelhandelssteuerung.

Die Zentrenstruktur weist mit der Innenstadt einen zentralen Versorgungsbereich auf, der vor allem für kleinteiligere Einzelhandelsangebote sowie für ergänzende Nutzungen (Dienstleister, Gastronomie) prädestiniert ist. Da in der Innenstadt aufgrund der kleinteiligen Baustrukturen keine Flächenpotenziale für großflächige Betriebe bestehen, wird der Standortbereich Lange Straße/Quetziner Straße als ergänzender Nahversorgungsstandorte für (großflächige) Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs ausgewiesen.

Auch der Standortbereich Lange Straße/Quetziner Straße ist jedoch weitgehend ausentwickelt und bietet kaum noch Flächenpotenziale für Erweiterungen und Neuansiedlungen. Um die identifizierten Angebotslücken (v.a. Drogeriemarkt, leistungsfähiger Vollversorger) einerseits schließen und andererseits den bestehenden Lebensmittelmärkten Möglichkeiten einzuräumen, ihre Verkaufsflächen modernisieren und erweitern zu können, galt es somit einen „Ausweichstandort“ zu finden“. Hierfür bietet sich ein fußläufig vom Standortbereich Lange Straße/Quetziner Straße erreichbares Areal an der Güstrower Chaussee an. Hier soll auf einer Fläche von ca. 16 ha ein gemischt genutztes Quartier entstehen, in dem neben Wohnnutzungen auch gewerbliche Nutzungen vorgesehen sind. Auch Einzelhandelsnutzungen könnten hier integriert werden. Daher wird ein Teilbereich dieses Areals ebenfalls als ergänzender Nahversorgungsstandort ausgewiesen.

Alternative Flächen im Kernstadtbereich für die weitere Einzelhandelsentwicklung gibt es aufgrund der kleinteiligen Baustrukturen und Schutzgebietsausweisungen nicht. Der Standort an der Güstrower Chaussee liegt zwar am Rand der Kernstadt, schließt aber direkt an bestehende Siedlungsgebiete an. Zudem wird



der Standort durch die Wohnbauflächenentwicklung im Standortumfeld perspektivisch noch stärker siedlungsstrukturell integriert sein. Es sollte aber darauf geachtet werden, dass dieser Nahversorgungsstandort fußläufig sowohl von den umliegenden Wohngebieten aus gut erreicht werden kann und auch eine attraktive Wegeverbindung in Richtung Lange Straße/Quetziner Straße entsteht.

Das hier vorliegende Konzept empfiehlt eine Reihe von Maßnahmen zur Profilierung der Stadt Plau am See als attraktiver Einzelhandelsstandort, die sowohl von den Händlern und Immobilieneigentümern als auch von Seiten der Stadt ergriffen bzw. fortgeführt und intensiviert werden sollten. Insgesamt ist es zum einen für den Erfolg der Maßnahmen von besonderer Wichtigkeit, dass klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden. Zum anderen ist aber auch eine Zusammenarbeit aller Beteiligten bzw. ein aktiver Dialog erforderlich.

Hamburg, 14. Oktober 2019

gez. Boris Böhm

gez. Ulrike Rehr

Dr. Lademann & Partner GmbH



10 Glossar

Betriebstypen im Einzelhandel:

Food-Einzelhandel²³

- Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

- Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm, der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- Verbrauchermarkt, klein

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „täglicher Bedarf“, der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

- Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „täglicher Bedarf“, der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

- SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

²³ Quelle: unternehmensinterne Typologie Dr. Lademann & Partner GmbH aufbauend auf Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft.



Nonfood-Einzelhandel

- **Fachgeschäft**

Einzelhandelsbetrieb mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Serviceleistungen verkauft.

- **Fachmarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit teils weiteren Serviceleistungen und an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

- **Warenhaus**

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen einschließlich Lebensmitteln, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird.

- **Kaufhaus**

Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. mehreren Nonfood-Warenbereichen und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (ohne Lebensmittel, umfasst auch Textilkaufhäuser).

Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen

- **Fachmarkttagglomeration**

Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

- **Fachmarktzentrum**

Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.



- Einkaufszentrum/Shopping-Center

Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

Sonstige Definitionen²⁴:

- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung zur lokalen Nachfrage.

Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten wie der GfK oder MB Research ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

- Ausgabesatz

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentsspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

- Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

Als Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nicht-stationären Handel).

²⁴ Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.



- Periodischer (kurzfristiger Bedarf)

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

- Aperiodischer Bedarf (mittel- bis langfristiger Bedarf)

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.