

**Fortschreibung des
Einzelhandelsgutachtens
der Stadt Gadebusch**

**Analyse der aktuellen Situation und Ansatzpunkte
für notwendige Veränderungen**

Berlin, Mai 2006

Inhaltsverzeichnis

	Seite
1 Auftrag und Vorgehensweise	1
2 Die aktuelle Situation des Einzelhandels der Stadt Gadebusch	3
2.1 Anzahl Betriebe und Verkaufsfläche	3
2.2 Angebote außerhalb der Stadt Gadebusch	10
2.3 Einzugsgebiet	12
2.4 Kaufkraft und Nachfragevolumen	13
2.5 Umsatz und Kaufkraftbindung	14
3 Vergleich zum Entwicklungsstand 1993/94	17
4 Stärken- und Schwächen-Analyse	21
5 Ansatzpunkte für notwendige Veränderungen (Maßnahmenkatalog)	24

Anlagen

- Anlage 1 - Bilddokumentation (CD)
- Anlage 2 - Veranstaltungsprotokolle
- Anlage 3 - Marktorganisation Lienz, Osttirol

1 Auftrag und Vorgehensweise

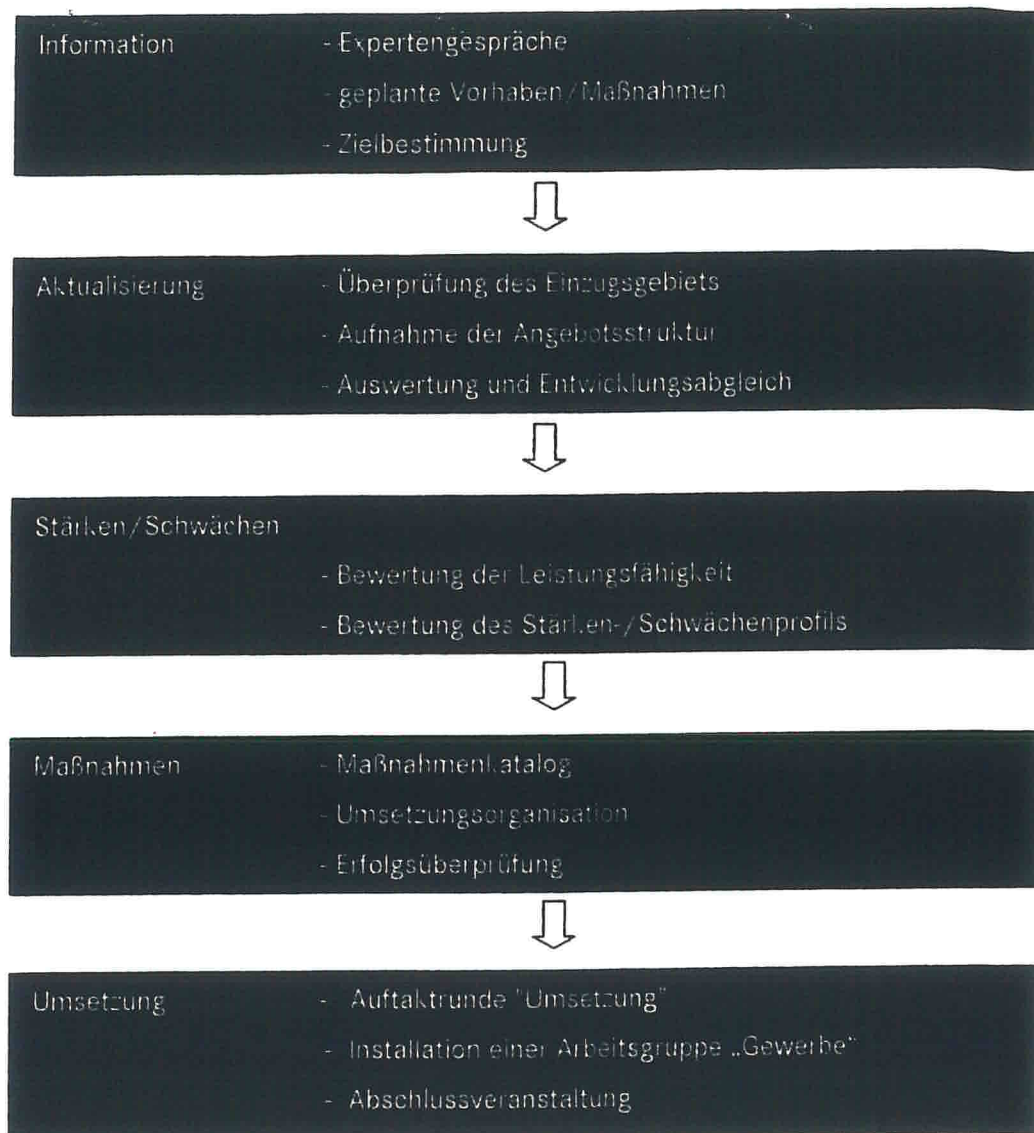
Die Stadt Gadebusch steht vor der Aufgabe, ihr 1993/1994 erstelltes Einzelhandelsgutachten zu aktualisieren und somit die Voraussetzung zur Beschlussfassung für das überarbeiteten Einzelhandelskonzept zu schaffen.

Die mit der Aktualisierung beauftragte BBE-Unternehmensberatung GmbH hat zunächst eine aktuelle Bestandserhebung durchgeführt und einen Vergleich zur damaligen Situation des Einzelhandels der Stadt hergestellt. Weitere Bearbeitungsschwerpunkte bildeten die Aktualisierung des Einzugsgebietes, Schätzungen zur aktuellen Umsatzsituation und den Marktanteilen der Einzelhandelsbetriebe. Im Ergebnis der Bearbeitung wurden Entwicklungsspielräume und -perspektiven für den Einzelhandel der Stadt aufgezeigt.

Die Ergebnisse wurden in einem Maßnahmenkatalog gebündelt, um so eine Konkretisierung und Umsetzung erleichtern und einleiten zu können.

Die Arbeit der BBE hat sich nicht allein auf die analytische Durchdringung der aktuellen Einzelhandelssituation sowie die Erarbeitung konzeptioneller Lösungsansätze beschränkt, sondern den Schwerpunkt auf die Umsetzung der Ergebnisse gelegt. Entscheidender Ansatzpunkt hierfür war der Prozess der Bearbeitung selbst: Die Präsentation der ersten Ergebnisse des Gutachtens vor Vertretern der Stadtverwaltung und Gewerbetreibenden der Stadt Gadebusch hatte gezeigt, dass die Kommunikation zwischen den Vertretern des Gewerbes auf der einen und der Stadt auf der anderen Seite einen entscheidenden Hemmfaktor für die Lösung vieler anstehender Probleme darstellt. Insofern hat sich ein wichtiger Teil der Bearbeitung auf die Vermittlung zwischen beiden „Lagern“ konzentriert. Im Rahmen dieses „Mediations-Prozesses“ konnten Meinungsverschiedenheiten geklärt und vor allem Missverständnisse ausgeräumt werden, so dass eine konstruktive Atmosphäre für die künftige gemeinsame Arbeit in der Stadt geschaffen werden konnte.

Folgende Arbeitsschritte bildeten im Einzelnen die Grundlage der Bearbeitung:



Während der Schwerpunkt der analytischen und konzeptionellen Arbeit im Jahr 2005 lag, konzentrierte sich die Umsetzung der Ergebnisse auf das Jahr 2006.

Den Abschluss der Bearbeitung bildete eine gemeinsame Veranstaltung mit Vertretern der Stadtverwaltung und Gewerbetreibenden der Stadt Gadebusch, in der die Ziele der künftigen Entwicklung des Einzelhandels diskutiert und gemeinsame Ansätze zur Lösung der anstehenden Probleme vereinbart wurden.

2 Die aktuelle Situation des Einzelhandels der Stadt Gadebusch

2.1 Anzahl Betriebe und Verkaufsfläche

Im September 2005 waren in Gadebusch

**46 Einzelhandelsbetriebe angesiedelt, die über
11.175 m² Verkaufsfläche**

verfügten.¹ Das Gros der Verkaufsfläche steht für den Kauf von *Waren des kurzfristigen Bedarfs* bereit (vgl. Grafik S. 5):

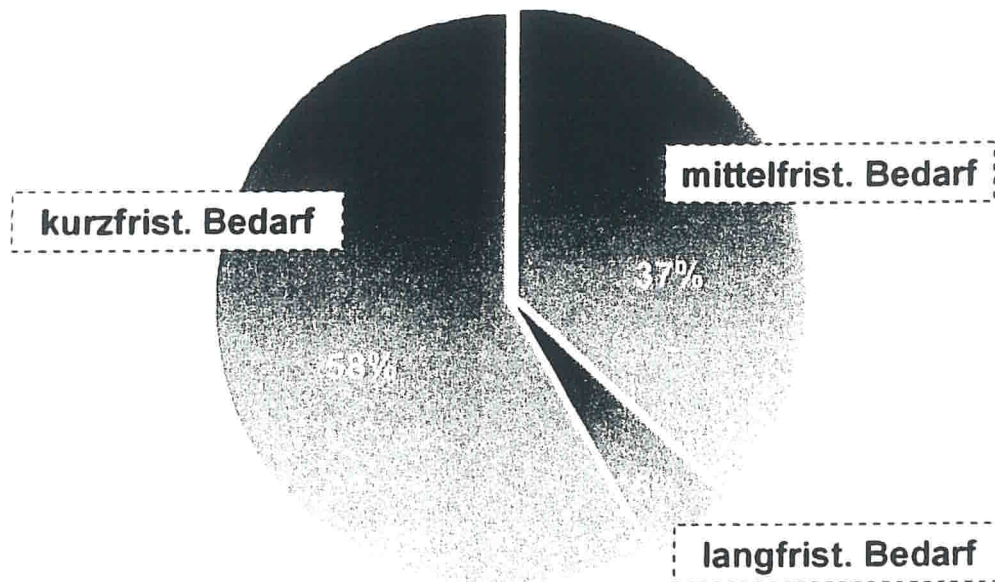
Übersicht 1: Anzahl Betriebe und Verkaufsfläche nach Bedarfsgruppen

Bedarfsgruppe	Verkaufsfläche	
	m ²	%
Waren des kurzfristigen Bedarfs	6.470	57,9
Waren des mittelfristigen Bedarfs	4.145	37,1
Waren des langfristigen Bedarfs	560	5,0
Insgesamt	11.175	100,0

Die überwiegende Ausrichtung der Einzelhandelsangebote auf den kurzfristigen Bedarf entspricht der Funktion der Stadt als Unterzentrum, dessen Ausstrahlung auf das Umland vergleichsweise gering ist. Die Deckung des täglichen Bedarfs, vor allem an Lebensmitteln, steht bei den Verbrauchern im Vordergrund. Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs wie Bekleidung/Schuhe, Unterhaltungselektronik oder Uhren/Schmuck wird in den Zentren der größeren Städte der Region gekauft, d.h. in Schwerin, Lübeck oder Wismar.

¹ Quelle: Bestandserhebung des FfH-Instituts am 6. und 7. September 2005.

Grafik zu Übersicht 1



Übersicht 2 auf der kommenden Seite zeigt, wie sich die Verkaufsfläche auf die einzelnen Branchen bzw. Warengruppen verteilt.

Erkennbar wird, dass der höchste Verkaufsflächenanteil des Gadebuscher Einzelhandels auf die Nahrungs- und Genussmittelbranche entfällt. Der Grund hierfür ist in der Zahl der großflächigen Anbieter zu suchen. Sechs der zehn großflächigen Anbieter des Stadtgebietes handeln mit Lebensmitteln in Gestalt von Supermärkten und Lebensmittel-Discountern.

Auf diese zehn großflächigen Anbieter entfällt 85% der in Gadebusch vorhandenen Verkaufsfläche (vgl. Karte 1).

**Übersicht 2: Anzahl der Angebote und Verkaufsfläche nach Branchen
bzw. Warengruppen**

Branche bzw. Warengruppe	Anzahl Angebote ²	VKF m ²	Anteil VKF in %
Nahrungs- u. Genussmittel	11	4.920	44,0
Backwaren / Fleisch- und Wurstwaren	4	145	1,3
Blumen, Zoo, Heimtierbedarf	11	265	2,4
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	12	735	6,6
Pharmazeutische, medizin., orthop. Artikel	2	70	0,6
PBS, Zeitungen, Bücher	8	335	3,0
<i>kurzfristiger Bedarf</i>	48	6.470	57,9
Bekleidung, Wäsche	9	1.025	9,2
Schuhe, Lederwaren	4	180	1,6
Bau- und Heimwerkerbedarf	5	2.110	18,9
GPK, Hausrat, Geschenkartikel	9	545	4,9
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstr.	3	125	1,1
Sportartikel, Fahrräder, Camping	3	160	1,4
<i>mittelfristiger Bedarf</i>	33	4.145	37,1
Bettwaren, Haus-, Tisch- u. Bettwäsche ³	-	-	-
Möbel (einschl. Gartenmöbel)	4	95	0,9
Elektro, Leuchten, hochw. Haushaltsgeräte	4	95	0,9
Unterhaltungselektronik, Tonträger, PC	5	90	0,8
Foto, Optik, Akustik	6	65	0,6
Uhren, Schmuck	-	-	-
Sonstiger Einzelhandel (Aktionsware u.ä.)	6	140	1,3
<i>langfristiger Bedarf</i>	27	560	5,0
Einzelhandel insgesamt	108	11.175	100,0

² Die Anzahl der Angebote ist höher als die der erfassten Einzelhandelsbetriebe, da verschiedene Einzelhandelsbetriebe mehrere Sortimente führen. Dies trifft insbesondere auf die im Einzugsgebiet angesiedelten Supermärkte, Lebensmittel-Discounter sowie den Bau- und Heimwerkermarkt zu, die mit Angeboten verschiedener Branchen bzw. Warengruppen handeln. Die hierfür vorhandenen Verkaufsflächen wurden gesondert erfasst bzw. ausgewiesen, so dass sich eine höhere Anzahl von Angeboten ergibt.

³ Aus Datenschutzgründen wurde das Angebot dieser Warengruppe nicht gesondert ausgewiesen. Die Verkaufsfläche ist in der Gesamtrechnung jedoch enthalten.

Die wichtigsten Standorte mit Verkaufsflächen von mehr als 400 m² sind die folgenden:

- ▶ Johannes-Stelling-Straße mit Sky-Markt, Aldi, Kloppenburg und kik
- ▶ Ratzeburger Chaussee/H.-Heine-Straße mit Minimal, Hagebau und Lidl
- ▶ Rehnaer Straße mit Penny und Raiffeisen.

In der Erich-Weinert-Straße befindet sich ein Edeka-Markt an einem Einzelstandort.

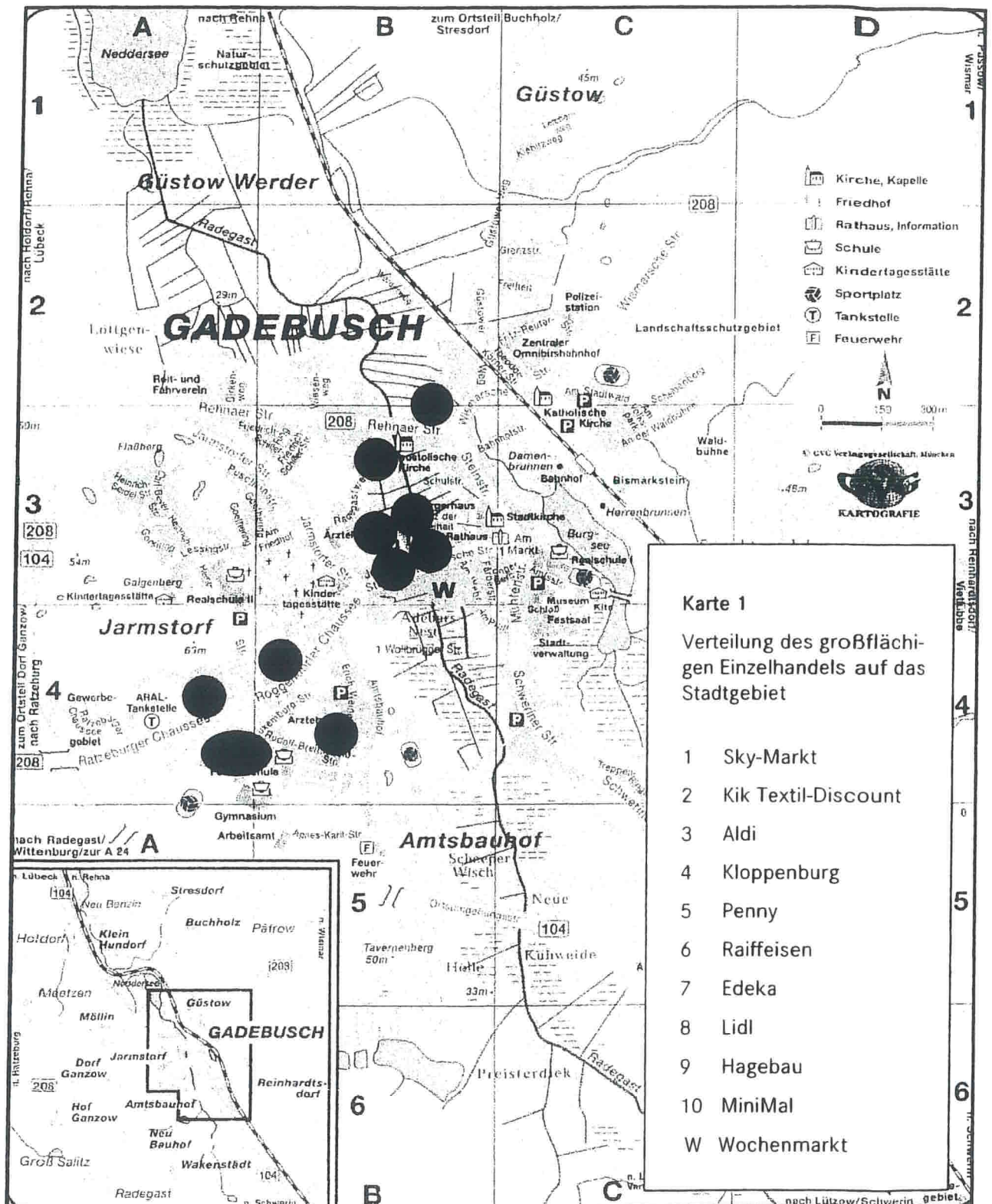
Die übrigen Einzelhandelsangebote sind kleinteilig strukturiert. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei 48 m² Verkaufsfläche. Ansiedlungsschwerpunkte sind die Lübsche und die Wollbrügger Straße, Am Markt und die Steinstraße.

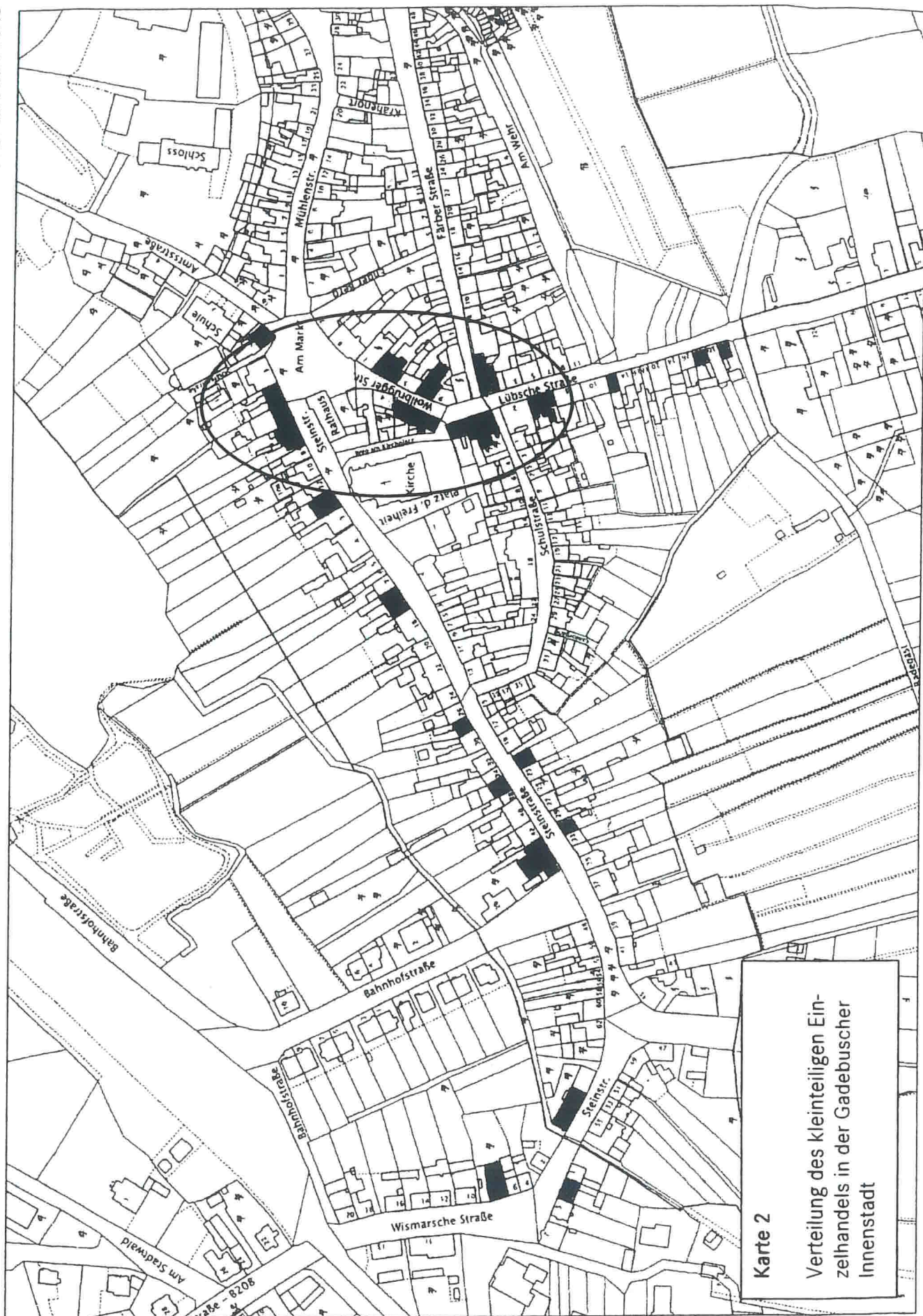
Während in der Lübschen Straße und der zum Markt führenden Wollbrügger Straße ein durchgängiger Bestand an gewerblichen Nutzungen – vornehmlich Einzelhandelsbetriebe – vorhanden ist, weist die Steinstraße strukturellen Probleme durch Leerstände und teils unattraktive Betriebe auf. Zwar sind in der Steinstraße neben Einzelhandelsnutzungen auch verschiedene Dienstleistungsbetriebe angesiedelt; ein durchgängiger Bestand an gewerblichen Einrichtungen ist jedoch nicht feststellbar. In der Mühlenstraße, in der noch vor 1990 Einzelhandel betrieben wurde, befinden sich heute ausschließlich Dienstleister (Karte 2 und 3).

Ausgesprochene Branchendefizite sind im Einzelhandel Gadebuschs nicht erkennbar. Angebotslücken sind evtl. partiell bei Unterhaltungselektronik/elektrischen Haushaltgeräten oder bei Schuhen, Spielwaren oder Sportartikeln, Teppichen/Gardinen oder Haushaltsartikeln auszumachen. Da dies jedoch Angebote sind, die eher für Mittel- und Oberzentren typisch sind und für die in einem Unterzentrum keine ausreichende Nachfrage vorhanden ist, besteht für Gadebusch in diesen Branchen kein zwingender Ansiedlungsbedarf.

Karte 1

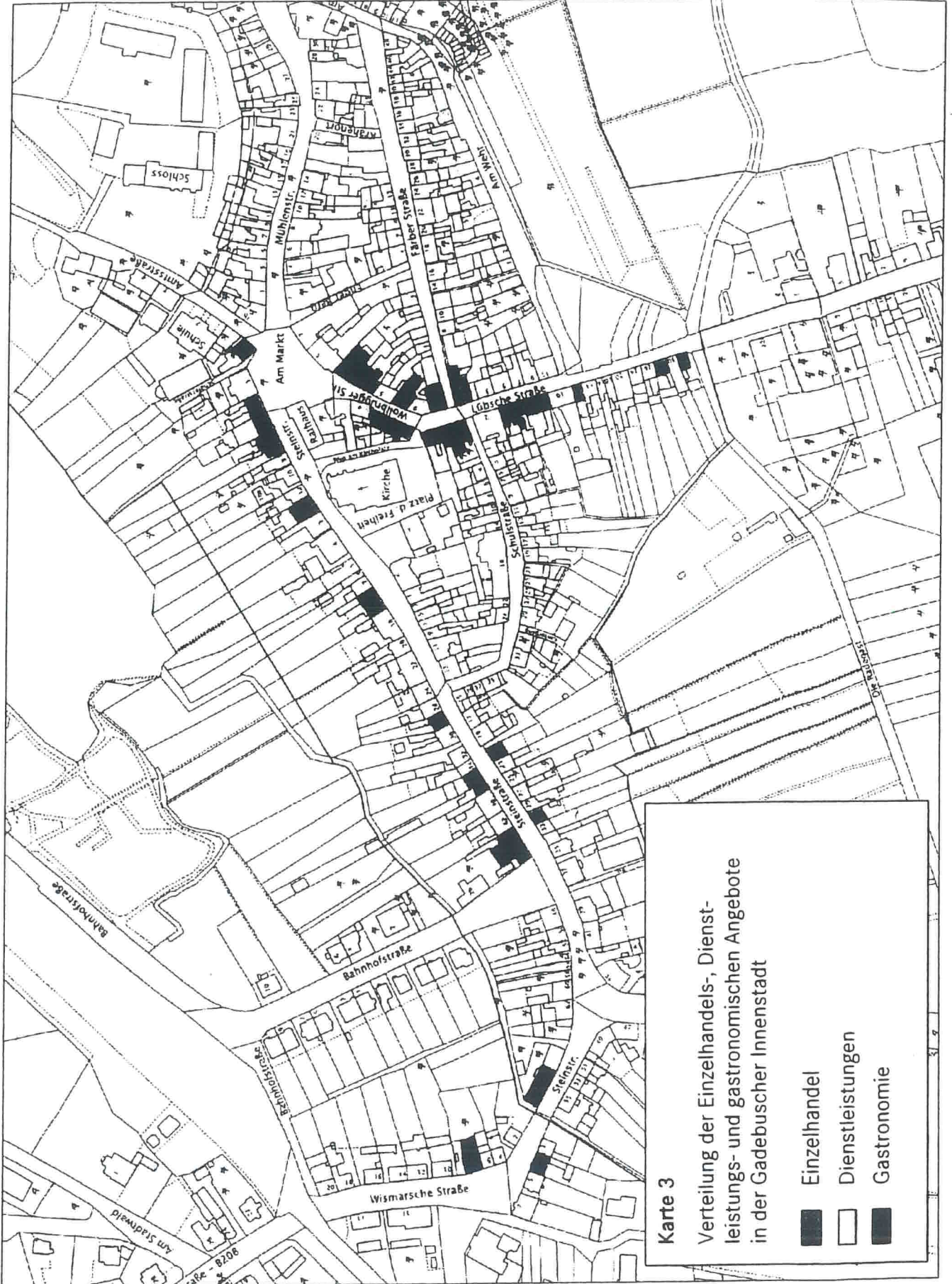
Verteilung der großflächigen Angebote des Gadebuscher Einzelhandels auf das Stadtgebiet





Karte 2

Verteilung des kleinteiligen Einzelhandels in der Gadebuscher Innenstadt



Über die stationären Angebote hinausgehend bieten mobile Anbieter in regelmäßigem Turnus vorwiegend Lebensmittel an. Zu nennen sind

- ▶ ein zweimaliger Wochenmarkt auf dem Parkplatz Lübsche Straße/Am Wehr
- ▶ vier jährlich stattfindende Feste:
 - Münzfest (1. Juli des Jahres)
 - Schützenfest (letztes August-Wochenende)
 - Herbstmarkt (in der Regel im September)
 - Weihnachtsmarkt.

Während die Am Markt stattfindenden Feste überwiegend eine gute Angebotsqualität aufweisen und gut frequentiert werden, kann der zweimal wöchentlich auf dem Parkplatz an der Lübschen Straße abgehaltene Markt nicht befriedigen. Sowohl der angebotene Branchenmix – neben Lebensmitteln werden vor allem Billigtextilien angeboten – als auch die Präsentation der Angebote durch die Standbetreiber entspricht nicht annähernd heutigen Anforderungen der Verbraucher. Für das Stadtbild ist die bisher gewählte Form der Marktgestaltung abträglich.

2.2 Angebote außerhalb der Stadt Gadebusch

Außerhalb der Stadt Gadebusch befinden sich viele Einkaufsziele, die in unterschiedlicher Intensität, vor allem zum Kauf von Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs wie Bekleidung, Schuhe und Lederwaren, Uhren/Schmuck, Unterhaltungselektronik oder von elektrischen Haushaltgeräten aufgesucht werden. Zu nennen sind insbesondere:

- ▶ Die nahe gelegene Landeshauptstadt **Schwerin**. Hier gilt neben den Angeboten der Innenstadt vor allem das von der ECE betriebene Schlosspark-Center als Kundenmagnet.
- ▶ Einkaufsziel ist seit 1990 auch die schleswig-holsteinische Stadt **Lübeck**. Auch hier sind vor allem die Innenstadt – u.a. die Königspassage – als auch der CITTI-Park im Gewerbegebiet Herrenholz bevorzugte Anlaufpunkte.

- ▶ Weitere Angebote stehen in den nördlich von Gadebusch gelegenen Städten *Grevesmühlen* und *Wismar* bereit. Hier befinden sich mehrere Fachmarktansiedlungen wie das zu Wismar gehörende Einkaufszentrum in Gägelow, wo umfangreiche Angebote – vom Verbrauchermarkt, Technikkaufhaus, Bau- und Heimwerkermarkt, Möbelmarkt – bis zu Fachmärkten für Teppiche, Tapeten sowie Schuhe bereitstehen.
- ▶ Als frühes Einkaufsziel nach dem Mauerfall ist der Einzelhandel der Stadt *Ratzeburg* zu nennen. Neben dem Einzelhandel der Ratzeburger Innenstadt werden hier verschiedene Angebote an Einzelstandorten innerhalb des Stadtgebietes aufgesucht.
- ▶ Für einen Teil der Bewohner der Gadebuscher Ortsteile, die nahe der Stadt *Rehna* gelegen sind, ist auch der dortige Einzelhandel interessant. Hier spielen vor allem die Angebote des Lebensmittel-Einzelhandels eine Rolle, die durch einen Edeka-Markt sowie selbstständige Bäcker und Fleischer im Stadtgebiet vertreten sind.

2.3 Einzugsgebiet

Das Einzugsgebiet des Gadebuscher Einzelhandels stellt sich wie folgt dar:

Übersicht 3: Zum Einzugsgebiet des Gadebuscher Einzelhandels zählende Städte, Gemeinden bzw. Ortsteile

Einzugsgebiet	Stadt/Gemeinde/ Ortsteil	Anzahl Einwohner	Amt
Einzugsgebiet I	Gadebusch	6.042	Gadebusch
	<i>EZG I</i>	<i>6.042</i>	
Einzugsgebiet II	Roggendorf	1.051	Gadebusch
	Dragun	874	Gadebusch
	Mühlen Eichsen	1.061	Gadebusch
	Veelbröken	813	Gadebusch
	Kneese	332	Gadebusch
	Krembz	956	Gadebusch
	Rögnitz	229	Gadebusch
	Rehna	3.038	Rehna
	Carlow	1.272	Rehna
	Holdorf	428	Rehna
	Bülow	441	Rehna
	Köchelsdorf	415	Rehna
	Wedendorf	318	Rehna
	Nesow	267	Rehna
	Lützow	1.635	Lützow
	Brüsewitz	2.438	Lützow
	Badow	393	Lützow
	Renzow	459	Lützow
	Pokrent	776	Lützow
	<i>EZG II gesamt</i>	<i>17.196</i>	
Einzugsgebiet ges.		23.238	

Zum Einzugsgebiet zählen neben der Stadt Gadebusch Gemeinden und Ortsteile des Umlandes, sowohl des Amtes Gadebusch als auch der Ämter Rehna und Lützow. In diesem Einzugsgebiet wohnen insgesamt 23.238 Einwohner. Die gewählte Abgrenzung entspricht im Wesentlichen der bereits 1993/94 vorgenommenen Abgrenzung (vgl. Pkt 3).

Während die Einwohner Gadebuschs die Einzelhandelsangebote ihrer Stadt am häufigsten aufsuchen (Einzugsgebiet I), verfügen die dem Einzugsgebiet II zugerechneten Bewohner häufig über alternative Angebote in Wohnnähe. Dies trifft vor allem auf die zum Amt Rehna zugehörigen Gemeinden zu, die im Rehnaer Einzelhandel ein ausreichendes Angebot vorfinden.

2.4 Kaufkraft und Nachfragevolumen

Die Stadt Gadebusch weist im Vergleich zum Landesdurchschnitt bzw. zum Durchschnitt des Landkreises Nordwestmecklenburg ein günstiges Kaufkraftniveau auf.

Übersicht 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Gadebusch im Vergleich⁴

	Kaufkraft je Einwohner EUR	Kaufkraftniveau
Bundesdurchschnitt	5.223	100,00
Mecklenburg-Vorpommern	4.543	86,98
Landkreis Nordwestmecklenburg	4.586	87,79
Stadt Gadebusch	4.823	92,33

Außerhalb von Gadebusch, d.h. im Einzugsgebiet II, sind dagegen stärkere Schwankungen festzustellen. So liegt der Kaufkraftkoeffizient der Bewohner der Gemeinde Holdorf beispielsweise nur bei 77,99, während die Gemeinde Lützow mit 92,34 über den höchsten Koeffizienten verfügt.

⁴ Quelle: BBE-Regionalforschung Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2005.

Das *Nachfragevolumen* für den Gadebuscher Einzelhandel ergibt sich aus der Multiplikation der Einwohnerzahl des Einzugsgebietes mit den einzelhandelsrelevanten Ausgaben je Einwohner. Im Jahr 2005 betrug das so ermittelte Nachfragevolumen rd. 38,2 Mio. EUR.⁵ Diesem stand den Schätzungen und Berechnungen der BBE entsprechend ein *Umsatz* in Höhe von 33,6 Mio. EUR gegenüber (vgl. Pkt. 2.5, Übersicht 5).

2.5 Umsatz und Kaufkraftbindung

Aus der Gegenüberstellung des *Umsatzes* der im Einzugsgebiet angesiedelten Einzelhandelsbetriebe zum dort vorhandenen Nachfragepotenzial errechnet sich die *Kaufkraftbindung*. Diese gibt Auskunft darüber, welcher Anteil dieses Nachfragepotenzials durch die vorhandenen Betriebe gebunden werden konnte.

Die Kaufkraftbindung des Gadebuscher Einzelhandels liegt, über alle Branchen gerechnet, bei 88,1%. Für eine Stadt, in der die Nachfrage nach Angeboten des Grundbedarfs dominiert und wo Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs wie Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik überwiegend außerhalb des Ortes gekauft werden, liegt diese Bindungsquote sehr hoch.

Übersicht 5: Umsatz und Kaufkraftbindung im Einzugsgebiet nach Bedarfsgruppen

	Nachfragevolumen 1.000 EUR	Umsatz 1.000 EUR	KK-Bindung (%)
kurzfristiger Bedarf	26.594	25.271	95,0
mittelfristiger Bedarf	9.583	7.208	75,2
langfristiger Bedarf	2.031	1.166	57,4
gesamt	38.208	33.645	88,1

⁵ Beim den mittel- und langfristigen Bedarf wurden die Branchen berücksichtigt, für die entsprechende Angebote in Groß Schönebeck vorhanden sind.

Die höchste Kaufkraftbindung wird bei den Angeboten des kurzfristigen Bedarfs erreicht. Besonders hoch liegt die Bindungsquote bei Nahrungs- und Genussmitteln.

Übersicht 6: Umsatz und Kaufkraftbindung nach Branchen bzw. Warengruppen

Branche/Warengruppe	Nachfrage- volumen 1.000 EUR	Umsatz 1.000 EUR	KK-Bindung (%)
Nahrungs- u. Genussmittel	14.538	19.569	134,6
Backwaren / Fleisch- und Wurstwaren	2.486	1.068	42,9
Blumen, Zoo, Heimtierbedarf	715	661	92,4
Drogerie, Parfümerie, Kosmetik	2.121	2.044	96,4
Pharmazeutische Artikel	4.980	825	16,6
PBS, Zeitungen, Bücher	1.754	1.105	63,0
<i>kurzfristiger Bedarf</i>	26.594	25.271	95,0
Bekleidung, Wäsche	3.177	2.228	70,1
Schuhe, Lederwaren	696	531	76,3
Bau- und Heimwerkerbedarf	1.949	2.743	140,7
GPK, Hausrat, Geschenkartikel	1.999	1.053	52,7
Spielwaren, Hobby, Basteln, Musikinstr.	567	275	48,5
Sportartikel, Fahrräder, Camping	648	377	58,2
Sonstiges (anteilig)	545	0	0
<i>mittelfristiger Bedarf</i>	9.583	7.208	75,2
Teppiche, Gardinen, Dekostoffe	121	50	41,2
Bettwaren, Haus-, Tisch- u. Bettwäsche	118	125	105,8
Möbel	547	148	27,0
Elektro, Leuchten, elektr. HH-Geräte	246	269	109,2
Unterhaltungselektronik, Tonträger, PC	594	261	44,0
Foto, Optik, Akustik	203	214	105,4
Uhren, Schmuck	91	100	110,3
Sonstiger Einzelhandel	111	0	0
<i>langfristiger Bedarf</i>	2.031	1.166	57,4
Einzelhandel insgesamt	38.208	33.645	88,1

Die hohe Kaufkraftbindung bei Nahrungs- und Genussmitteln ist vor allem auf die umfangreichen Angebotsflächen, die in den Supermärkten und Lebensmittel-Discountmärkten Gadebuschs zur Verfügung steht, zurückzuführen. Auch ist der Zulauf aus dem weiteren Einzugsgebiet höher, als dies angesichts alternativer Angebote außerhalb des Gadebuscher Einzelhandels, z.B. in Rehna, zu vermuten wäre.

Mit rd. 75% liegt die Kaufkraftbindung bei den Waren des mittelfristigen Bedarfs für ein Unterzentrum vergleichsweise hoch. Großen Anteil an dieser Bindungsquote hat das Angebot an Bau- und Heimwerkerbedarfsartikeln, das sich – ähnlich der Kaufkraftbindung bei Nahrungs- und Genussmitteln – regen Zuspruchs von außen erfreut. Auch bei Bekleidung und Wäsche sowie bei Schuhen und Lederwaren wird mit mehr als 70% eine vergleichsweise hohe Bindungsquote erzielt. Hier schlägt sich das Angebot an der Johannes-Stelling-Straße nieder, das mit Fachmarktangeboten dieser Branchen ausreichende Magnetwirkung erzeugt.

Mit einer Kaufkraftbindung von 57,4% wird bei den Waren des langfristigen Bedarfs ebenfalls eine hohe Bindungsquote erreicht. Diese muss für ein Unterzentrum, das in den Branchen bzw. Warengruppen des langfristigen Bedarfs üblicherweise eine begrenzte Ausstrahlung auf das Umland besitzt, als überdurchschnittlich angesehen werden.⁶

⁶ Zum langfristigen Bedarf zählt die BBE folgende Branchen bzw. Warengruppen: Teppiche/Gardinen, Bettwaren/Haus-, Tisch- und Bettwäsche, Möbel, Elektro/Leuchten/elektrische Haushaltgeräte, Unterhaltungselektronik/PC's/Kommunikationstechnik, Foto/Optik/Akustik, Uhren/ Schmuck.

3 Vergleich zum Entwicklungsstand 1993/94

Zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Einzelhandelsgutachtens für die Stadt Gadebusch im Jahr 1993/94 befand sich der Einzelhandel der Stadt noch im Umbruch.⁷ Viele der heute vorhandenen Standorte, darunter das Fachmarktzentrum an der Johannes-Stelling-Straße, waren noch in der Diskussion bzw. in Planung. Andere Vorhaben, wie die Lückenschließung im Bereich des Parkplatzes an der Lübschen Straße/Am Wehr, in die ein Kaufhaus eingebunden werden sollte, sind nicht realisiert worden.

Geplant bzw. in der Diskussion waren weiterhin:

- ▶ Der Umzug des *Penny-Marktes* zur Johannes-Stelling-Straße. Penny ist jedoch an seinem Standort an der Rehnaer Straße verblieben. Dieser Standort war ursprünglich für einen Discountmarkt der Fa. Aldi vorgesehen, der von seinem Standort im Industriegelände umziehen wollte.
- ▶ Die Verlagerung des *Kaufhauses Mohr* aus der Wollbrügger Straße in die Lübsche Straße in die erwähnte Lückenbebauung.
- ▶ Die Ansiedlung des Fachmarktes *Kloppenburg* war ursprünglich in der Steinstraße vorgesehen. Erst später wurde die Entscheidung für die Ansiedlung an der Johannes-Stelling-Straße getroffen.
- ▶ Im Industriegelände sollte ein *Möbelmarkt* angesiedelt werden. Dieses Projekt, dessen Tragfähigkeit von der BBE im damaligen Gutachten bereits angezweifelt wurde, ist nicht realisiert worden.
- ▶ Nicht aktuell waren zum damaligen Zeitpunkt der inzwischen an der Ratzeburger Chaussee angesiedelte *Hagebau-Markt* sowie das *Baustoffzentrum Hass + Hatje*.

Betrachtet man die Verteilung der Einzelhandelsunternehmen nach Lagen, so ist festzustellen, dass die Zahl der Innenstadtbetriebe geringfügig zurückgegangen ist. Zugenommen hat dagegen die Zahl der an peripheren Lagen angesiedelten Betriebe (Übersicht 7).

⁷ Vgl.: Markt- und Strukturuntersuchung des Einzelhandels der Stadt Gadebusch. BBE Kiel GmbH, Abteilung Zentren-Marketing.

Übersicht 7: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Lagen

Stadtlage	Anzahl der Betriebe	
	1993/94	2005
Innenstadt	37	36
Wohngebiet	3	2
Peripherie	6	8
gesamt	46	46

Als problematisch ist die rückläufige Anzahl der in Wohngebieten angesiedelten Betriebe anzusehen, da nach der geplanten Verlagerung des Lidl-Marktes von der Heinrich-Heine-Straße zur Ratzeburger Chaussee ein weiterer Wohngebietsstandort aufgegeben wird.

Die Daten in Übersicht 7 würden sich anders darstellen, wenn man die an der Johannes-Stelling-Straße angesiedelten Betriebe nicht der Innenstadt zurechnen würde, sondern als peripher einstufen würde. Nach Auffassung der BBE hat sich die damalige Erwartung, dass dieser Standort zur Belebung der Innenstadt beitragen würde, nicht erfüllt. Im Gutachten von 1993/94 wurde die belebende Wirkung dieses Standortes zusammen mit der Ansiedlung des Kaufhauses Mohr an der Lübschen Straße gesehen. Da diese Planung nicht realisiert wurde, hat sich der Standort um den Sky-Markt, Aldi und Kloppenburg zu einem Solitär entwickelt, der kaum zur Belebung der angrenzenden innerstädtischen Einzelhandelslagen um die Lübsche Straße/Wollbrügger Straße/Am Markt beiträgt.

Übersicht 8 auf der kommenden Seite zeigt eine Gegenüberstellung der wichtigsten Strukturdaten des Gadebuscher Einzelhandels zwischen 1993/94 und 2005. Zwar ist die Zahl der Verkaufseinrichtungen, die damals wie heute 46 betrug, unverändert geblieben. Geändert hat sich jedoch die Struktur der Einrichtungen, da gegenüber 1993/94 mehrere großflächige Anbieter hinzugekommen sind, während kleinere Geschäfte, die z.B. in der Steinstraße oder der Mühlenstraße angesiedelt waren, aufgegeben haben.

**Übersicht 8: Gegenüberstellung der Strukturdaten des Gadebuscher Einzelhandels
1993/94 und 2005**

	1993/94	2005	Entw. in %
Anzahl Verkaufseinrichtungen	46	46	100,0
Verkaufsfläche (m ²)	7.161	11.175	156,1
Einzugsgebiet (Anz. Einw.)	16.843	23.238	138,0
Kaufkraftvolumen (Mio. EUR)	23,4	36,0	153,9
Umsatz (Mio. EUR)	(17,9)	32,6	(182,1)
Kaufkraftbindung (%)	(76,5)	88,1	-

Mit einem Anstieg auf 156% hat sich die Verkaufsfläche gegenüber 1993/94 deutlich erhöht. Hinzugekommen sind insbesondere Einzelhandelsnutzungen an der Johannes-Stelling-Straße sowie die Verkaufsfläche des Bau- und Heimwerkermarktes bzw. des Baustoffhandels an der Ratzeburger Chaussee.

Das Einzugsgebiet hat sich gegenüber 1993/94 vergrößert. Dies ist u.a. darauf zurückzuführen, dass seinerzeit keine verlässliche Datenbasis zu dessen exakter Abgrenzung vorlag.⁸ Aus diesem Grunde wurden im damaligen Gutachten vorsichtige Schätzungen vorgenommen, um keine unrealistischen Annahmen bezüglich des Einzelhandelspotenzials zu treffen. Heute ist festzustellen, dass bei gleicher Abgrenzung des Einzugsgebietes tatsächlich mehr Bewohner ansässig sind, als damals angenommen werden konnte.

Das Kaufkraftvolumen hat sich dank der inzwischen zu konstatierenden Verbesserung der Kaufkraftsituation – und auch der Vergrößerung der Einwohnerzahl im Einzugsgebiet – um mehr als 50% erhöht. Die je Einwohner zur Verfügung stehende Kaufkraft wurde 1993/94 für Gadebusch mit einem Anteil von 64,1% zum Bundesdurchschnitt angenommen. Die Prognose der BBE-Marktforschung für 2005 ging von einem deutlich höheren Anteil, d.h. von 92,3% zum Bundesdurchschnitt, aus (vgl. Pkt. 2.4).

⁸ Ebenda; vgl. Ausführungen S. 12.

Da im Gutachten von 1993/94 keine Umsatzschätzung ausgewiesen wurde, musste eine nachträgliche Schätzung auf der Basis der damaligen Verkaufsflächen und seinerzeit üblicher Raumleistungen (Umsatz je m² VKF und Jahr) vorgenommen werden. Im Ergebnis der Schätzungen und Berechnungen der BBE konnte eine deutliche Steigerung des Umsatzes festgestellt werden. Diese ist vor allem auf die Umsatzleistungen der Neuansiedlungen zurückzuführen, darunter vor allem auf die an der Johannes-Stelling-Straße entstandenen Einzelhandelsbetriebe.

Auch die Kaufkraftbindung ist von damals 76,5% auf 88,1% angestiegen, d.h., der Kaufkraftabfluss aus Gadebusch an außerhalb gelegene Standorte hat sich innerhalb des betrachteten Zeitraumes deutlich verringert.

4 Stärken- und Schwächen-Analyse

Die Stärken des Gadebuscher Einzelhandels sind in besonderem Maße auf die historisch gewachsene Stadtstruktur zurückzuführen.

1. Gadebusch besitzt mit der Stadtkirche, dem Schloss und dem Rathaus ein städtebau-lich interessantes Ensemble mit einer *attraktiven Bausubstanz*, die ein wichtiges Po-tenzial zur *Verstärkung des Tourismus* der Stadt darstellen. Nach Auffassung der BBE ist in der Aktivierung des Tourismus eine entscheidende Voraussetzung für die Ent-wicklung des Einzelhandels der Stadt zu sehen.
2. Neben den genannten Hauptanziehungspunkten der historischen Stadt verfügt Gade-busch über vorzeigbare *restaurierte Gebäude und Straßenzüge* sowie *Platzsituatio-nen*, insbesondere im Bereich Lübsche/Wollbrügger Straße, Am Markt.
3. Der Einzelhandel der Innenstadt weist viele gut *gestaltete Gewerbebetriebe* auf, die vornehmlich im letztgenannten Bereich eine attraktive Symbiose von Gebäude und Gewerbeinheit, vor allem beim Einzelhandel und der Gastronomie eingehen.
4. Der *Branchenmix* des Gadebuscher Einzelhandels ist *vielfältig*. Das in der Stadt vor-handene Angebot geht deutlich über die Funktion Gadebuschs als Unterzentrum hin-aus, d.h. es stehen mehr Angebote bereit, als für die Sicherung des Grundbedarfs der Bevölkerung an Waren und Dienstleistungen erforderlich wären.
5. In Gadebusch ist ein *Bemühen um attraktive Feste* erkennbar. Besonders erfolg-reich sind das Münzfest und der Herbstmarkt, die eine größere Außenwirkung besit-zen. Das bedeutet, dass die veranstalteten *Feste* nicht nur von der Gadebuscher Be-völkerung, sondern zunehmend auch durch Besucher bzw. Kunden von außen *gut an-genommen* werden.
6. Im Stadtgebiet ist eine *große Zahl von Parkflächen* vorhanden, die das Einkaufen mit-tels des Pkw's erleichtern.

7. In Gadebusch hat sich ein Kern *engagierter Gewerbetreibender* herausgebildet, die als *Arbeitsgemeinschaft* die Chance haben, ihre Interessen gegenüber der Stadt durchzusetzen und die Entwicklung des Einzelhandels, des Gastgewerbes und des Dienstleistungssektors positiv zu beeinflussen.
8. Auch die Stadtvertreter wenden sich stärker als bisher den Problemen der Gewerbetreibenden zu. Zwischen der *Stadt* und den *Gewerbetreibenden* hat sich in den zurückliegenden Monaten ein *gutes Gesprächsklima* herausgebildet.

Die **Schwächen** des Gadebuscher Einzelhandels sind in Folgendem zu sehen:

1. Der Einzelhandel der Stadt Gadebusch verfügt über ein *Überangebot an großflächigen Einzelhandelsbetrieben*, sowohl in peripheren als auch Innenstadtlagen. Überproportioniert ist vor allem das in Supermärkten und Lebensmittel-Discountmärkten bereitstehende Angebot an Waren des kurzfristigen Bedarfs. Damit ist der Entwicklungsspielraum für weitere Angebote – vornehmlich des Lebensmittel-Einzelhandels – ausgeschöpft.
2. Die *standörtliche Verteilung der kleineren Geschäfte* innerhalb der Innenstadt kann nicht als optimal bezeichnet werden. Insbesondere in der Steinstraße, aber auch am Markt existiert keine durchgängige Angebotssituation, d.h., nicht in jedem Gebäude sind die Erdgeschosszonen gewerblich genutzt. Es sind Leerstände zu verzeichnen; teilweise sind die Gebäude für gewerbliche Zwecke nicht nutzbar. Die fehlende Durchgängigkeit des Gewerbebesatzes macht das Einkaufen in diesen Lagen unattraktiv und führt dazu, dass sich die Kunden anderen Einkaufszielen innerhalb und außerhalb der Stadt zuwenden.
3. *Leerstände* gibt es auch in attraktiven Lagen, darunter Am Markt (ehem. Gewerkschaftshaus). Als ungünstig anzusehen ist die Tatsache, dass die Lübsche Straße teilweise ohne städtebauliches Gegenüber ist. Damit bleibt die Frequenz in dieser wichtigen Innenstadtlage eingeschränkt.
4. Der derzeitige *Wochenmarkt*, der an den Markttagen zur Belebung der Lübschen Straße beitragen könnte, ist als *unattraktiv* einzustufen. Sowohl die Gestaltung des Parkplatzes für Marktzwecke als auch die Auswahl der Marktstände genügt heutigen Ansprüchen nicht annähernd.

5. Die *Verkehrssituation* in Gadebusch für ist für Außenstehende *völlig unbefriedigend*. Grund ist ein Einbahnstraßensystem, das für Nicht-Gadebuscher undurchschaubar ist. So ist die Innenstadt mit dem Auto nur für Eingeweihte erreichbar, während sich Ortsunkundige in aller Regel verfahren. Wegen der unübersichtlichen Verkehrsführung ist auch kein befriedigender Zugang zu den im Grunde ausreichenden Parkflächen vorhanden.
6. Ein gewichtiger Grund für die Nichtauffindbarkeit der Innenstadt durch Ortsunkundige ist die Tatsache, dass *kein erkennbares Verkehrsleitsystem* existiert. Dies stellt gegenüber anderen Städten der Region, die in der Regel über ein solches System verfügen, einen deutlichen Nachteil dar.
7. Die *Sanierung der Stadt* ist noch nicht durchgängig erfolgt. Es existieren viele unattraktive Gebäude, in denen ebenso unattraktive Gewerbeeinheiten eingeordnet sind (z.B. in der Mühlenstraße sowie in der Steinstraße). Auch gibt es in der Innenstadt unattraktive „Ecken“ durch brachgefallene Grundstücke mit maroden Gebäuden, die den guten Eindruck, der durch viele sanierte Gebäude entstanden ist, konterkarieren.
8. Die Sanierung der *Stadtkirche* ist noch nicht abgeschlossen; das *Schloss* überhaupt nicht saniert. Gadebusch verschenkt somit Potenziale, die es für die Gewinnung von Touristen dringend brauchen würde. Bisher ist Gadebusch als Tourismusziel noch unterentwickelt.
9. Es gibt Probleme bei der *Organisation und Beteiligung* bei den an sich gut gestalteten und gut angenommenen *Festen*. Eine einheitliche Organisation und Trägerschaft für alle Feste gibt es bisher nicht.

5 Ansatzpunkte für notwendige Veränderungen (Maßnahmenkatalog)

Zur Lösung der im Einzelhandel von Gadebusch existierenden Probleme schlägt die BBE folgende **Maßnahmen** vor:

1. Um die Chancen für einen funktionierenden, lebendigen Innenstadt-Einzelhandel zu wahren, sollten *keine weiteren Ansiedlungen großflächiger Einzelhandelsbetriebe* innerhalb des Stadtgebietes zugelassen werden. Erweiterungen bzw. Verlagerungen bestehender Märkte sollten kritisch geprüft werden.

In diesem Zusammenhang sollte alles getan werden, um die an der Ratzeburger Chaussee zu befürchtende Ansiedlung eines Lebensmittel-Discountmarktes zu verhindern. Der Stadt Gadebusch wird empfohlen – in Zusammenarbeit mit den Gewerbetreibenden – alle Möglichkeiten zur Einflussnahme auf die Entscheidung des Bauordnungsamtes des Kreises Nordwestmecklenburg ausschöpfen.

2. Zur Stärkung der Innenstadt ist es erforderlich, im Rahmen der *Sanierung* besonderes *Augenmerk auf den Bereich um die Lübsche Straße, Wollbrügger Straße, Am Markt* – unter Einbeziehung von Teilen der Steinstraße etwa bis zum Platz der Freiheit – zu richten. Ziel sollte es sein, als Folge der Gebäudesanierung weitere attraktive Gewerbenutzungen in der Innenstadt anzusiedeln.

3. Das bestehende *Verkehrskonzept bedarf dringend der Überarbeitung*. Insbesondere geht es darum, die Erreichbarkeit der Innenstadt für Kunden ohne ausgeprägte Ortskenntnis zu sichern. Bestandteil des überarbeiteten Verkehrskonzepts sollte ein funktionierendes Verkehrsleitsystem sein, das die Ausschilderung wichtiger Gewerbetriebe der Innenstadt einschließt.

4. Nach Auffassung der BBE sollte die *Restaurierung* bzw. *Sanierung* der *Stadtkirche St. Jacob und St. Dionysius* forciert werden und eine Lösung für die *Sanierung des Schlosses als wichtigen touristischen Anziehungspunkt* gefunden werden.

Zur Sanierung des Schlosses sollten in gemeinsamer Anstrengung der Stadt, der BIG Städtebau und den Gadebuscher Gewerbetreibenden nochmals intensiv nach Möglichkeiten zur Finanzierung aus Landes- bzw. Bundesmitteln sowie durch private Investoren gesucht werden. Denkbar ist auch die Gründung eines „Vereins zur Rettung

des Schlosses“, vergleichbar der Initiative der Nachbarstadt mit dem „Klosterverein Rehna“.

5. Es bedarf einer gemeinsamen *Strategie zur Entwicklung des Tourismus* als Motor für den Einzelhandel, des Gastgewerbes und den Dienstleistungssektor der Stadt. Das von der Arbeitsgruppe Gewerbe in Angriff genommene Tourismuskonzept bedarf der Unterstützung durch die Stadt und – als weiteren Schritt – professioneller Unterstützung durch Tourismusplaner. In diesem Zusammenhang kommt der Werbung für Gadebusch als touristisches Ziel sowie als Einkaufs- und Dienstleistungsstandort besondere Bedeutung zu.
6. Für die neu gegründete *Arbeitsgruppe Gewerbe* wird es notwendig sein, sich nach der Konsolidierungsphase mit den innerhalb und außerhalb Gadebuschs existierenden *Vereinen auszutauschen* und über gemeinsame Aktionen zu nachzudenken. Empfohlen wird die Kontaktaufnahme insbesondere mit dem Fremdenverkehrsverein Nordwest-Mecklenburg Hügel- und Seenland e.V., dem Kunst- und Kulturverein Pegasus e.V., dem Reit- und Fahrverein Gadebusch, dem Kulturhistorischen Verein von 1712 e.V. sowie dem benachbarten Klosterverein Rehna. Darüber hinaus erscheint es lohnenswert, sich mit dem Veranstalter des jährlich in Gadebusch stattfindenden Hallenreitturniers sowie der Veranstaltung „Pferde & Klassik“, dem Zuchthof Makowei, in Verbindung zusetzen, um von dem durch diese Veranstaltungen nach Gadebusch kommenden Besucherpotenzial profitieren zu können.
7. Im Zusammenhang mit der beabsichtigten Umgestaltung der Freifläche gegenüber der Lübschen Straße/Am Wehr sollte über die *Neugestaltung bzw. Konzipierung des Wochenmarktes* nachgedacht werden. Aus Sicht der BBE ist die Abschaffung des Wochenmarktes in der derzeitigen Form unabdingbar. Als Alternative zum bisherigen Standort bietet sich der Marktplatz an, der auch als Ausrichtungsort der städtischen Feste fungiert. Zu prüfen wäre, ob der Wochenmarkt in die Hand der Stadt übertragen werden könnte. Hierzu wären klare Auflagen an die Standbetreiber hinsichtlich Sortiment, Gestaltung und Anordnung der Stände bis hin zur Kleidung der Standbetreiber zu erwägen. Als Beispiel könnte die Stadt Lienz in Österreich, Osttirol dienen, die ein dementsprechendes Konzept erfolgreich trägt (www.stadtmarkt-lienz.at; vgl. auch Anlage 3).

8. Zur Verbesserung der Organisation der Feste sollte ebenfalls über ein *einheitliches Betreiben durch die Stadt*, unter Einbeziehung ortsansässiger Anbieter, nachgedacht werden. Kooperationen mit Fremdbetreibern sollten auf längere Sicht hin nur eingegangen werden, wenn diese über die Eigeninteressen hinausgehend eine hohe Qualität der Veranstaltungen gewährleisten und sich der Akzeptanz der Gadebuscher Gewerbetreibenden sicher sind. Ein wichtiges Erfordernis besteht auch darin, die Feste mit vergleichbaren Veranstaltungen in der Region abzustimmen, um eine ausreichende Frequenz der eigenen Feste zu garantieren.

BBE UNTERNEHMENSBERATUNG GMBH
- BBE STANDORT -
i.V.



Michael Giese

Anlagen

Anlage 2

Protokolle der Veranstaltungen zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch mit Vertretern der Stadt und den Gadebuscher Gewerbetreibenden

	Seite
<i>Protokoll</i> der 1. Gesprächsrunde zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch	1
<i>Protokoll</i> der 2. Gesprächsrunde zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch	2
<i>Protokoll</i> der 3. Gesprächsrunde zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch	6
<i>Protokoll</i> der 4. Gesprächsrunde zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch	9

Protokoll der 1. Gesprächsrunde zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch

Zeitpunkt: 19.01.2006

Ort: Rathaus, Dachgeschoss

Anwesende: siehe Anlage

Tagesordnung:

Vorstellung und Diskussion des Entwurfes zur Aktualisierung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch

Frau Elßner begrüßte alle Anwesenden und stellte den Unternehmensberater Herrn Giese von der BBE Unternehmensberatung GmbH, vor. Als einleitende Worte bemerkte Frau Elßner, dass das Einzelhandelsgutachten Anfang der 90er Jahre im Auftrag der Stadt erarbeitet wurde. Nach ca. 15 Jahren ist es erforderlich die qualitative und quantitative Aufnahme der Ist-Situation zu überprüfen. Das überarbeitete Einzelhandelsgutachten soll eine Richtlinie für die Zukunft sein. Der Entwurf liegt nun vor und soll mit den Einzelhändlern diskutiert werden. Frau Elßner übergab Herrn Giese das Wort mit der Bitte den Entwurf des Einzelhandelsgutachten vorzustellen.

Nach den Aussagen von Herrn Giese stehen mit 11.175m² Verkaufsfläche und 46 Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung. Es ist deutlich mehr Verkaufsfläche als Anfang der 90er Jahre. Die Ansiedlung von Supermärkten sollte deshalb nicht mehr erfolgen. Es gibt noch Potenziale zum Ausbau von Fachgeschäften. Es wurden Mängel in der Infrastruktur aufgezeigt, wie z.B. einen unattraktiven Wochenmarkt, nicht richtig genutzten Markt vor dem Rathaus und weit auseinander gezogene Einzelhandelsfachgeschäfte. Als Nachteil wirken sich die schlechte Verkehrssituation und Leerstände in attraktiven Lagen aus.

Es wurde über die Verkehrsführung und die Vergabe der Vorbereitung für das Münzfest diskutiert. Von den Gewerbetreibenden wurde der Wunsch geäußert eine zweite Diskussionsrunde zu organisieren. Herr Giese wird die Moderation übernehmen. Die Gesprächsrunde soll am 23.03.2006 um 19.00 Uhr im „Schwedenkönig“, mit den Themen Münzfest, Verkehrskonzept und allgemeine Probleme, stattfinden.


Dammann
Protokollant

Protokoll der 2. Gesprächsrunde zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch

Zeitpunkt: 23.02.2006

Ort: Gaststätte „Schwedenkönig“ Gadebusch

Anwesende: siehe Anlage

Tagesordnung:

1. Diskussion der zwischen der Stadt und den Gewerbetreibenden existierenden Kommunikationsprobleme.
2. Vorstellung der Gestaltung des Parkplatzes Lübsche Straße / Am Wehr
3. Organisation des Münzfestes 2006

Zu der Veranstaltung waren insgesamt 26 Personen gekommen; davon Gewerbetreibende sowie Vertreter der Stadt, darunter Bürgermeister Howest. Zusätzlich anwesend waren zwei Vertreter der Regionalpresse sowie ein namentlich nicht benannter Investor / Projektentwickler.

Zu TOP 1:

Als Ergebnis der ersten Gesprächsrunde am 19.01.2006 hatte es Herr Giese von der BBE-Unternehmensberatung GmbH übernommen, die Veranstaltung zu moderieren.

Der Vorschlag, vorgegebene Fragen auf jeweils einer vorbereiteten Flipp-Chart-Tafel zu beantworten wurde akzeptiert. Jeweils eine Gruppe aus Gewerbetreibenden sowie der Stadt brachte ihre Gedanken auf das Papier. Bezogen auf die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Gadebusch (incl. des Dienstleistungssektors und der Gastronomie) standen folgende Fragen zur Diskussion:

- ▶ Was hemmt (die Entwicklung)?
- ▶ Was sollte getan werden?
- ▶ Was bringen wir ein?

Die *Gewerbetreibenden* gaben folgende Antworten:

Was hemmt?	Was sollte getan werden?	Was bringen wir ein?
Mangelnde Einbeziehung <u>örtlicher</u> Anbieter	Einbeziehung <u>örtlicher</u> Anbieter	Einbringung aller Angebote (auch privat)
Parkplatzsituation	Zusätzliche Parkflächen (Schulstraße, Lübsche Straße)	Mitarbeit an Vorschlägen
Nicht zu Ende geführtes Verkehrskonzept	Durchsetzung des (vorhandenen) Konzepts oder neues Konzept	Mitarbeit an Vorschlägen
Konzentration des großflächigen Einzelhandels außerhalb der Altstadt	Keine Zulassung bzw. Genehmigung neuer Märkte außerhalb der Stadt, evtl. Rücknahme dieser Beschlüsse	
(fehlende) Infotafeln	Aufstellen (von Infotafeln)	Finanzierung
Schandfleck (in der Innenstadt)	beseitigen	gesetzliches Problem (schwer, selbst etwas einzubringen)
Städtepflege	ständige Reinigung	Eigenpflege

Eingebracht und vorgetragen wurden die dargestellten Antworten von Herrn Lorenz (erste Zeile), Herrn Rusbült (zweite bis vierte Zeile) und Herrn Dilewsky (Zeile fünf bis sieben).

Die Antworten der *Stadtvertreter* wurden vom Bürgermeister, Herrn Howest gesammelt und vorgetragen:

Was hemmt?	Was sollte getan werden?	Was bringen wir ein?
Kein Ansprechpartner (bei den Gewerbetreibenden)	Gründung einer Organisation (durch die Gewerbetreibenden)	Dialogbereitschaft
keine Organisation (Gewerbeverein)	regelmäßige Treffen v. Vertretern des Einzelhandels und der Stadt	Materielle Unterstützung (z.B. Hütten für die Feste) Transportleistungen
Unterschiedliche Interessen der Einzelhändler	Gemeinsame Vorbereitung von Höhepunkten	verwaltungsmäßige Unterstützung Bereitstellung von ca. 540 Parkplätzen

In der anschließenden Diskussion standen zwei Themen im Mittelpunkt:

1. Der Verzicht auf die derzeitige Form des Wochenmarktes und seine Etablierung Am Markt.
2. Die Gründung einer Organisationsform der Gewerbetreibenden.

Beim erstgenannten Punkt bestand Übereinstimmung in der Bewertung, dass der gegenwärtig dienstags und donnerstags auf den Parkplatz an der Lübschen Straße/Am Wehr durchgeführte Wochenmarkt heutigen Qualitätsvorstellungen nicht genügt. Der Vorschlag, den Wochenmarkt künftig auf den Marktplatz (Am Markt) zu verlagern und nur einmal wöchentlich zu veranstalten, wurde begrüßt. Gleichzeitig wurde auf Probleme der Verkehrssituation und die eventuelle zu geringe Frequentierung des Wochenmarktes hingewiesen, wenn dieser am Samstag stattfinden sollte.

Punkt zwei wurde auf den 23.03.2006 vertagt. Auf Vorschlag von Herrn Giese werden an diesem Tag die Gewerbetreibenden (ohne Vertreter der Stadt) zusammenkommen, um über eine Organisationsform zu diskutieren. Die Mehrzahl der Gewerbetreibenden sprach sich für eine entsprechende Form aus. Herr Giese wird an dieser Veranstaltung teilnehmen und eine beratende Rolle wahrnehmen.

Im April 2006 wird dann wieder eine gemeinsame Zusammenkunft von Gewerbetreibenden und Vertretern der Stadt stattfinden, wo über gemeinsame Ziele und Aktivitäten gesprochen wird. Herr Giese wird diese Veranstaltung dann wieder moderieren.

Zusammenfassen kann festgestellt werden, dass das Ziel der Veranstaltung, die Kommunikation zwischen den Gewerbetreibenden und der Stadt in Gang zu bringen, erreicht wurde.

Zu TOP 2:

Frau Dammann vom Gadebuscher Bauamt stellte den ersten Entwurf für den an der Lübschen Straße/Am Wehr gelegenen Parkplatz vor. Der Entwurf war der Stadt am 21.02.06 von den zuständigen Architekten erläutert worden. Er sieht u.a. Baumreihen vor, die den Platz umrahmen sollen. Weiterhin sind Sitzbänke, ein Wasserspiel und Grünflächen, die den neuen Wanderweg an der Radegast mit einbeziehen, Bestandteil der Planung.

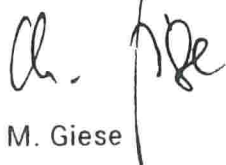
Der Vorschlag wurde von den Anwesenden Gewerbetreibenden und Stadtvertretern positiv aufgenommen. Frau Dammann machte klar, dass es noch Einflussmöglichkeiten auf die Planung gibt, da diese bisher vorläufigen Status besitzt.

Zu TOP 3:

Herr Andreas Kruse vom Pegasusverein stellte den Programmentwurf zum Münzfest 2006 vor. Ablauf und Motto des Festes wurden weitgehend akzeptiert. Herr Möller vom Gadebuscher Bauausschuss stellte die Frage, ob statt das von einem auswärtigen Veranstalter betriebenen Festzelt nicht besser durch Gadebuscher Gastronomen betrieben werden könnte.

Herr Kruse stellte klar, dass für das laufende Jahr bereits vertragliche Vereinbarungen existieren. Die Diskussion ließ die Möglichkeit offen, das Festzelt vielleicht in den folgenden Jahren in eigener Regie zu betreiben.

BBE-Unternehmensberatung GmbH



M. Giese

Protokoll der 3. Gesprächsrunde zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch

Zeitpunkt: 23.03.2006
Ort: Gaststätte „Schwedenkönig“ Gadebusch
Anwesende: siehe Anlage

Tagesordnung:

4. Diskussion der Organisationsform für den Zusammenschluss der Gewerbetreibenden
5. Wahl der Mitglieder der Arbeitsgruppe sowie eines „aktiven Kerns“
6. Erste Verständigung über die Ausrichtung der „Arbeitsgruppe“

An der Veranstaltung nahmen insgesamt 20 Personen teil, darunter 16 Gewerbetreibende, zwei Vertreter des Bauausschusses der Stadt Gadebusch, ein Vertreter des SVZ-Lokalredaktion sowie Herr Giese von der BBE Unternehmensberatung GmbH, der die Gesprächsleitung übernommen hatte.

Zu TOP 1:

Herr Giese schlug zunächst vor, die Form zu diskutieren, in der sich die Gewerbetreibenden organisieren wollen. Er zitierte zwei Vorschläge aus dem Kreis der anwesenden Einzelhändler, Dienstleister bzw. Gastronomen:

- ▶ Herrn Dilewsky, der vorgeschlagen hatte, einen „Tourismusverein“ zu gründen
- ▶ Herrn Rusbült, der den Zusammenschluss „Werbegemeinschaft“ nennen wollte.

Herr Giese wies außerdem darauf hin, dass es – zumindest auf längere Sicht – besser wäre, eine Vereinsform mit Vorstand, Satzung u.ä. wählen.

In der Diskussion wurde schnell klar, dass dieses von den anwesenden Gewerbetreibenden nicht gewollt wurde. Eine dementsprechende Abstimmung ergab *einstimmig* (ohne Gegenstimmen und Enthaltungen), dass man die Form einer „Arbeitsgruppe“ wählen will. Eine Vereinsform wurde ebenso einstimmig abgelehnt.

Zu TOP 2:

Eine weitere Abstimmung ergab *einstimmig* dass die Arbeitsgruppe aus den anwesenden 16 Gewerbetreibenden sowie den zwei Vertretern des Bauausschusses (Herr Speck, Herr Möller) bestehen wird (insgesamt 18 Mitglieder).

Man einigte sich darauf, dass diese Gruppe viermal jährlich, vergleichbar der Vollversammlung eines Vereins, zusammenkommt.

In einer weiteren Abstimmung wurden, wiederum *einstimmig*, sieben Mitglieder der Arbeitsgruppe gewählt, die den „aktiven Kern“ der Arbeitsgruppe bilden werden. Aufgabe dieses „aktiven Kerns“ ist es zum einen, die Arbeitsgruppe nach außen hin zu vertreten, insbesondere gegenüber der Stadt. Zum anderen sollen die gewählten sieben „Aktivisten“ die Treffen der „Gesamtarbeitsgruppe“ inhaltlich vorbereiten.

Gewählt wurden:

- | | |
|-----------------------|---|
| 1. Herr Dilewsky | - Hotel „Zum Schwedenkönig“ |
| 2. Herr Rusbült | - Knorrs Drogerie |
| 3. Herr Thiessenhusen | - Imbiss Thiessenhusen |
| 4. Herr Haß | - Weipert Heimtextilien |
| 5. Herr Borchert | - Fa. U. Borchert Fahrrad - Gartentechnik |
| 6. Herr Speck | - Schlachtbetrieb Möllin |
| 7. Herr Lorenz | - Uhren & Schmuck |

In einem weiteren Abstimmungsgang wurden gewählt:

Herr Dilewsky - 1. Sprecher der Arbeitsgruppe

Herr Speck - 2. Sprecher der Arbeitsgruppe

Auch diese Wahl erfolgte *einstimmig*.

Während Herr Dilewsky als Hauptansprechpartner für alle die Arbeitsgruppe betreffende Probleme fungieren wird, soll die Aufgabe von Herrn Speck als Mitglied des Bauausschusses der Stadt Gadebusch vor allem darin bestehen, die Kommunikation der Gruppe gegenüber Stadt sicher zu stellen.

Zu TOP 3:

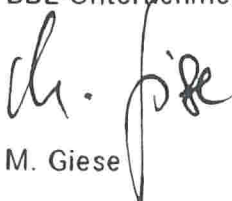
Die Arbeitsgruppe kam überein, dass sie sich als *Vertreter* der Interessen *aller Gewerbetreibenden der Stadt Gadebusch* versteht. Eine Einschränkung des Mitgliederkreises und auch der Problembewältigung auf die Innenstadt ist ausdrücklich nicht gewollt. Dementsprechend wird sich auch die Werbung weiterer Mitglieder auf die Stadt als Ganzes ausrichten.

Im Ergebnis der Diskussion deuteten sich verschiedene inhaltliche Schwerpunkte der künftigen Arbeit der Gruppe an, ein entsprechender Beschluss über die künftigen Inhalte wurde jedoch nicht gefasst. Im Einzelnen wurde angesprochen:

1. Das Thema *Tourismus*, der als Wachstumsfaktor für das Gewerbe der Stadt angesehen wird.
2. Die *Kommunikation mit der Stadt*, insbesondere bezüglich der Ansiedlungspolitik bei großflächigen Einzelhandelsprojekten.
3. Das Thema *Verkehr*, insbesondere der ruhende Verkehr (Parkplätze) sowie die Verkehrsführung (Leitsystem).
4. Die *Stadtsanierung*, darunter u.a. die Gestaltung des Marktes.
5. Die Abstimmung bzw. die *Zusammenarbeit mit* verschiedenen *Vereinen*, darunter mit Vereinen der Stadt Gadebusch als auch der benachbarten Stadt Rhena.

Die Gruppe der „Aktivisten“ kam abschließend überein, sich am 20. April 2006 zu treffen, um das für den 27. April 2006 terminierte 4. Treffen zum Einzelhandelskonzept, das zusammen mit den Stadtvertretern stattfinden soll, vorzubereiten. Bei dem für den 20.04.06 geplanten Treffen wird voraussichtlich auch ein Vorschlag für den Namen, den die Arbeitsgruppe künftig tragen wird, erarbeitet.

BBE-Unternehmensberatung GmbH



M. Giese

Protokoll der 4. Gesprächsrunde zur Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens der Stadt Gadebusch

Zeitpunkt: 27.04.2006
Ort: Gaststätte „Schwedenkönig“ Gadebusch
Anwesende: siehe Anlage

Tagesordnung:

7. Bericht über die Gründung der Arbeitsgruppe der Gewerbetreibenden am 23.03.06
8. Bericht über das 1. Treffen der Arbeitsgruppe
9. Abstimmung bzw. Diskussion der Ziele der Arbeitsgruppe mit der Stadt

An der Veranstaltung nahmen insgesamt 18 Personen teil, in der Mehrzahl Gewerbetreibende der Stadt. Anwesend waren weiterhin Vertreter der Stadtverwaltung, darunter der Bürgermeister, Mitglieder des Bauausschusses, ein Vertreter der SVZ-Lokalredaktion sowie Herr Giese von der BBE Unternehmensberatung GmbH, der wiederum die Gesprächsleitung übernommen hatte.

Zu TOP 1:

Herr Giese berichtete kurz über die Gründung der Arbeitsgruppe am 23.03.2006. Er begründete, warum die Gruppe eine eher unverbindliche Organisationsform gewählt hatte und auf die Gründung eines Vereins verzichtet hatte. Er nannte noch einmal die (bereits durch die Presse bekannten) Hauptakteure – insbesondere die Sprecher – und wies darauf hin, dass sich die Gruppe als Vertreterin der Interessen *aller* Gewerbetreibenden von Gadebusch versteht und eine Eingrenzung auf die Interessen der Innenstadt ausdrücklich ablehnt.

Zu TOP 2:

Herr Dilewsky berichtete über das 1. Treffen des aktiven Kerns der Arbeitsgruppe. Besprochen wurden zum einen Probleme, die in der Stadt seit längerem bekannt sind, darunter:

- Verkehrsführung
- Fehlende Hinweisschilder
- Zustand der Parkflächen

- Stadtsanierung (Ruinenbeseitigung)
- Sauberkeit der Stadt (u.a. Müllbeseitigung).

Gesprochen wurde zum anderen aber auch über strategische Ziele der Arbeitsgruppe. Im Vordergrund stand hier der Tourismus, der als wichtiger Motor für die Gewerbeentwicklung der Stadt Gadebusch gesehen wird. Die Arbeitsgruppe wird ein Konzept erarbeiten, das mit allen an diesem Thema Interessierten, darunter insbesondere der Stadtverwaltung - aber auch mit bestehenden Vereinen kommuniziert werden soll.

Zu TOP 3:

Bürgermeister Howest drückte die Bereitschaft der Stadtverwaltung aus, die Arbeitsgruppe insbesondere bei den Themen Verkehr und Tourismus zu unterstützen. Bezüglich der Verbesserung bei Verkehrsführungen wies er jedoch auch auf die Begrenztheit in der Zuständigkeit der Stadtverwaltung hin, da für wichtige Verkehrsprobleme der Kreis zuständig sei.

Herr Giese nannte ein 1997 erarbeitetes Tourismuskonzept, das allerdings nur noch von geringer Aktualität ist. Er wird der Arbeitsgruppe dieses Konzept dennoch zustellen, damit eventuell vorhandene Anregungen herausgefiltert werden können.

Das Ende der Diskussion bildete die nicht verlängerte Veränderungssperre für das Grundstück des ehemaligen Betonwerks an der Ratzeburger Chaussee. Die Stadtverordneten (Hauptausschuss) hatten der Verlängerung nicht zugestimmt, da mit einer Klage des Grundstückseigners zu rechnen war, weil die Stadt die Verlängerung mangels eigener Planungen für das Grundstück nicht nachweisen konnte.

Herr Giese führte aus, dass rechtliche Bedenken durchaus begründet sind, da er Beispiele kennt, wo auf Kommunen, die Grundstücke ohne ausreichenden Nachweis mit Veränderungssperren belegt hatten, erhebliche Kosten durch Klagen zugekommen sind. Gleichzeitig wies er darauf hin, dass mit der Nichtverlängerung der Veränderungssperre nicht automatisch das Vorhaben des Grundstückseigners an der Ratzeburger Chaussee, dort einen Lebensmittel-Discountmarkt zu errichten, „durchgereicht“ sei, sondern dass die Prüfung des Vorhabens nunmehr beim Bauordnungsamt des Kreises Nordwestmecklenburg

liege. Der Kreis muss die Verträglichkeit des Vorhabens entsprechend den Vorgaben des Baurechts prüfen (vor allem Baunutzungsverordnung – BauNVO – § 11, Abs. 3), und zwar die Auswirkungen auf

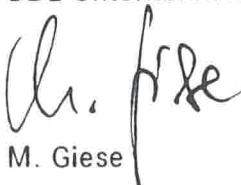
- die infrastrukturelle Ausstattung der Stadt
- die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet
- die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche der Gemeinde (Innenstadt) und in anderen Gemeinden
- auf das Orts- und Landschaftsbild und
- den Naturhaushalt.

Angesichts der Überausstattung der der Stadt Gadebusch mit Verkaufsflächen – 2005 waren 1,85 m² Verkaufsfläche je Einwohner zu konstatieren (üblich für Städte, die wie Gadebusch als Unterzentrum eingestuft sind, ist eine Ausstattung zwischen 0,8 und 1,2 m² VKF je Einwohner), dürfte es dem Kreis schwer fallen, das Vorhaben als verträglich einzustufen und die Zustimmung für das Vorhaben zu erteilen.

Herr Giese empfahl, nach Vorlage des Bauantrages für den Lebensmittel-Discountmarkt das Gespräch mit dem Leiter des Bauordnungsamtes zu suchen und ihm das Gutachten der BBE vorzulegen. Die Fertigstellung des Gutachtens sagte Herr Giese verbindlich für Ende Mai 2006 zu.

Die Mehrzahl der Anwesenden war sich im Ergebnis der Diskussion einig darüber, dass mit der Gründung der Arbeitsgruppe ein wichtiger Schritt zur Verbesserung der Kommunikation zwischen den Gewerbetreibenden und der Stadt getan wurde.

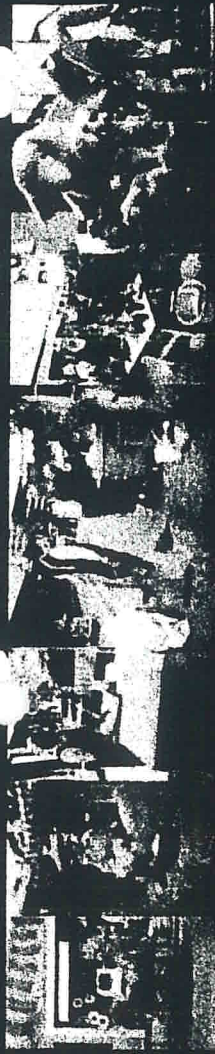
BBE-Unternehmensberatung GmbH


M. Giese

Stadtmarkt Lienz

Beispiel für die Organisation eines Wochenmarktes

unter Federführung der Stadt



E-Mail:

STADTMARKT- TAGE

April bis Oktober:
Freitag: 14:00 bis
18:30 Uhr -
Samstag: 8:30 bis
12:30 Uhr
November bis
März: Freitag:
14:00 bis 18:00
Uhr - Samstag:
8:30 bis 12:30 Uhr

Gesamtangebotsmix der Betriebe Messinggasse
(24 Betriebe und Fachgeschäfte)

STADTMARKT LIENZ

Kontakt weitere Informationen zu den Teilnehmern, den Produkten und des aktuellen Angebotes des
Stadtmarktes Lienz erhalten Sie beim:

Verein zur Förderung des Stadtmarktes Lienz
Hauptplatz 7
9900 Lienz

Tel.Nr. 04852/600-204, Fax: 04852/600-411



Hier kaufen wir ein!

"Erlebniseinkauf mit Marktatmosphäre und Treffpunkt für jung und alt"

Der Stadtmarkt Lienz mit seinen 24 Marktteilnehmern und den 30 Fachgeschäften und Betrieben der Messinggasse bietet einen umfangreichen

Angebots- und Warenmix und wird zum

"Erlebniseinkaufszentrum" in der Innenstadt.

Die Kombination zwischen bäuerlichem Angebot und den Leistungen der Handels- und

Gewerbebetriebe bietet den besonderen Reiz, des in dieser Form erstmals in Österreich umgesetzten

Innenstadtmarktes. Qualitativ hochwertige,

größtenteils in der Region hergestellte Lebensmittel und Veredelungsprodukte, repräsentieren das

Leistungsspektrum der Landwirte und gewerblichen Betriebe der Regionen Osttirol,

Kärnten und Südtirol.

Zusätzlich zum hochwertigen Waren- und

Produktangebot am Markt werden themen- und

saisonbezogene Angebotsschwerpunkte wie etwa (Pilze, Beeren, Waldfrüchte, etc.) das

Marktgeschehen erweitern und zum permanenten Marktbesuch animieren.

Veranstaltungsprogramme wie die Vorstellung von

traditionellem Handwerk, vor allem den jungen

Generationen nicht mehr bekannte bäuerliche

Produktionsabläufe, die Herstellung von

Lebensmitteln und Gebrauchsgütern, bis hin zum

Kinderprogramm, werden für viel



Der Stadtmarkt Lienz wird so zum

Spiegelbild der Kultur und Entwicklung der Region und Träger von Tradition. Er bietet eine

Absatzchance für heimische Produkte und somit Wertschöpfung für unsere Betriebe.

Beispiele für das Angebots- und Warenmix am Stadtmarkt Lienz

Firma	Sortiment
Peter Vergeiner Landwirt	Verschiedene Sorten Bauernspeck, Eier aus Bodenhaltung, Würste, Milchprodukte, Schlupfkrapfen, Speckknödel, Kasknödel, Backwaren, Frischfleisch, Marmeladen, Hollersulze, Honig, Gemüse, Schnäpse und Liköre
Hans Stocker Landwirt	Eier, Ziegenkäse, Joghurt, Butter, Milch, Frischfleisch: Lamm, Kitz, Kaninchen, Puten; versch. Hauswürstel, Speck, Schnaps, Kräuter, Cremen, Wollprodukte, Felle, Hausschuhe, Socken, Janker
Erwin Duregger Maria Fuchs Landwirte	Speck, Würstel, Brot, Schlupfkrapfen, Rindshenkelchen, teilweise Frischfleisch Brot, Hartkäse, Weichkäse, Ziegenkäse, Schlupfkrapfen, Tiroler- und Käseknödel, Schmalzgebäck, Topfen, Würste zum Kochen, Eier, Speck
Holzner Ernst Landwirt	Speck, Kaminwurzeln, Äpfel, Bienen, Pfirsiche, Nektarinen, Marillen, Pflaumen, Kirschen, Erdbeeren, Kaki, Trauben, Kastanien, Nüsse, Spargel, Traubensaft, Apfelessig, frisches Obst und Gemüse

1
x Big Frau Wulffhorst

Ministerium für Arbeit, Bau und Landesentwicklung Mecklenburg-Vorpommern



Ministerium für Arbeit, Bau und Landesentwicklung Mecklenburg-Vorpommern,
19048 Schwerin

Städte im Städtebauförderungsprogramm
mit einem Einzelhandelsplan oder -konzept

nachrichtlich: Sanierungsträger
Landesförderinstitut

Bearbeiter/-in: Herr Dr. Wulffhorst
Telefon: - 3730
E-Mail: reinhard.wulffhorst@
am.mv-regierung.de
Aktenzeichen: VIII 330 -
Datum: 23. Februar 2005

Einzelhandelspläne und -konzepte

Schr
BT

Fl
28/2/05

Sehr geehrte Damen und Herren,

die Abteilung Raumordnung und Landesplanung meines Hauses hat mich darauf hingewiesen, dass die mit Mitteln der Städtebauförderung geförderten Einzelhandelspläne und -konzepte eine viel zu geringe Rolle bei der Beurteilung von konkreten Einzelhandelsvorhaben durch die Gemeinden spielen. Dies liege u. a. daran, dass die Einzelhandelspläne und -konzepte zwar in einem breiten Beteiligungsverfahren aufgestellt, oftmals aber nicht durch einen Beschluss der Stadtvertretung legitimiert würden. In Einzelfällen sei der Stadtverwaltung das von ihr selbst begleitete Einzelhandelskonzept nicht einmal mehr bekannt.

Ich möchte deshalb auf Folgendes hinweisen.

Die auf der Grundlage des Ersten Erlasses zur Änderung des Erlasses „Städtebauliche Rahmenplanung i.S.v. § 140 Nr. 4 BauGB“ vom 6. Juli 1999 (AmtsBl. M-V S. 788) aufgestellten Einzelhandelspläne bedürfen eines Beschlusses der Gemeindevertretung. Einen solchen Beschluss sieht Nr. 4.6 des genannten Erlasses für den städtebaulichen Rahmenplan zwingend vor. Diese Verfahrensanforderung gilt selbstverständlich auch für den Teilplan Einzelhandel, der Bestandteil des Rahmenplanes ist.

Der Einzelhandelsplan setzt eine über das Rahmenplangebiet hinausgehende gesamtstädtische Betrachtung der Angebots- und Nachfragebedingungen des Einzelhandels voraus. Deshalb wird vor dem Einzelhandelsplan ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept erstellt, das (zumindest anteilig) ebenfalls mit Städtebaufördermitteln unterstützt wird. Auch dieses Konzept bedarf eines Beschlusses durch die Gemeindevertretung. Denn das Einzelhandelskonzept stellt wichtige Weichen für den Einzelhandelsplan und bindet die Stadt insofern auch. Deshalb bedarf das Einzelhandelskonzept derselben verfahrensrechtlichen Legitimation wie der Einzelhandelsplan (zur insoweit vergleichbaren Konstellation von Flächennutzungsplan und Bebauungsplan vgl. § 22 Abs. 3 Nr. 6 und 7 KV M-V).

Telefon: 0385 588-0, E-Mail: poststelle@am.mv-regierung.de, Internet: <http://www.am.mv-regierung.de>

- Hauptgebäude
- Referat „EU-Finanzkontrolle“
- Abteilung Arbeit
außer Referat „Finanzielle Steuerung, Monitoring und Evaluierung der Arbeitsmarktförderung, Verwaltung des Europäischen Sozialfonds“

Schloßstraße 6 – 8, 19053 Schwerin
Johannes-Stelling-Straße 14, 19053 Schwerin
Werderstraße 124, 19055 Schwerin
Werderstraße 74, 19055 Schwerin

Telefax:
0385 588-3982
0385 588-3569
0385 588-3092
0385 588-3954