



KÖLN-LEIPZIG-LÜBECK-MÜNCHEN-RIED(A)-STUTTGART

Landeshauptstadt Schwerin: Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadtteile Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz

CIMA Beratung + Management GmbH
Glashüttenweg 34
23568 Lübeck

Tel.: 0451-38968-0
Fax: 0451-38968-28
E-Mail: cima.luebeck@cima.de
Internet: www.cima.de

Projektleitung:
Dipl.-Geograph Martin Kremming
kremming@cima.de

Bearbeitung:
Dipl.-Geogr. Katharina Lauckner
lauckner@cima.de

Dipl.-Geogr. Mark Hädicke
haedicke@cima.de



Stadt- und Regionalmarketing
City-Management
Stadtentwicklung
Einzelhandel
Wirtschaftsförderung
Immobilienentwicklung
Personalberatung
Tourismus

Lübeck, 8. Juli 2014

© CIMA Beratung + Management GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH.

Es wurden einzelne Abbildungen zu Layoutzwecken verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen. Wer diese Unterlage - ganz oder teilweise - in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung + Management GmbH.

INHALTSVERZEICHNIS

<u>1</u>	<u>RAUMORDNERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE STRUKTUR DES STANDORTS SCHWERIN</u>	<u>6</u>			
1.1	Zentralörtliche Bedeutung	6			
1.2	Die Lage der Landeshauptstadt Schwerin im Raum	7			
1.3	Sozioökonomische Rahmendaten	8			
<u>2</u>	<u>EINZELHANDELSANALYSE</u>	<u>9</u>			
2.1	Nachfragepotenzial der Landeshauptstadt Schwerin	9			
2.2	Angebotssituation des Schweriner Einzelhandels	10			
2.3	Verkaufsflächenanteil Schwerins im Städtevergleich	14			
<u>3</u>	<u>ZENTRENSTRUKTUR IN SCHWERIN</u>	<u>15</u>			
3.1	Exkurs: Begriff und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche	15			
3.2	Hauptgeschäftszentrum Innenstadt	17			
3.3	Stadtteilzentrum Dreescher Markt	19			
3.4	Stadtteilzentrum Hamburger Allee	20			
3.5	Stadtteilzentrum Berliner Platz	21			
3.6	Nahversorgungszentrum Kieler Straße	22			
3.7	Nahversorgungszentrum Güstrower Straße	23			
3.8	Nahversorgungszentrum Köpmarkt	24			
3.9	Nahversorgungszentrum Paulsstadt/ Feldstadt	25			
3.10	Nahversorgungszentrum Lessingstraße	26			
3.11	Sonderstandorte	27			
3.11.1	Sonderstandort Sieben-Seen-Center	28			
3.11.2	Sonderstandort Margaretenhof	29			
3.11.3	Sonderstandort Am Fasanenhof	30			
3.12	Übersicht Schweriner Zentrenstruktur	31			
<u>4</u>	<u>VERTIEFENDE BETRACHTUNG: DIE STADTTEILE GROSSER DREESCH, NEU ZIPPENDORF & MUESSER HOLZ</u>	<u>32</u>			
			4.1	Passantenbefragung	32
			4.1.1	Herkunft der Besucher	32
			4.1.2	Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten	33
			4.1.3	Haupteinkaufsort für Lebensmittel	34
			4.1.4	Kopplung des Einkaufs	35
			4.1.5	Entfernung vom Wohnort zum Einkaufsort	36
			4.1.6	Qualitative Bewertung der einzelnen Standorte	37
			4.1.7	Angebotslücken	38
			4.2	Die drei Stadtteile im Überblick	39
			4.2.1	Angebots- und Nachfragesituation	40
			4.2.2	Zentren- und Nahversorgungsstruktur in den Stadtteilen	43
			4.2.3	Exkurs: Allgemeine Trends in der Nahversorgung	45
			4.3	Stadtteil Großer Dreesch	47
			4.3.1	Stadtteilzentrum Dreescher Markt	49
			4.3.2	Nahversorgungszentrum Köpmarkt	51
			4.3.3	Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte im Stadtteil Großer Dreesch	53
			4.4	Stadtteil Neu Zippendorf	54
			4.4.1	Stadtteilzentrum Berliner Platz	55
			4.5	Stadtteil Mueßer Holz	58
			4.5.1	Stadtteilzentrum Hamburger Allee	60
			4.5.2	Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte im Stadtteil Mueßer Holz	62
			<u>5</u>	<u>ANSIEDLUNGSKONZEPT</u>	<u>63</u>
			5.1	Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien	63
			5.2	Branchen- und Standortkonzept	64
			<u>6</u>	<u>BEWERTUNG VON PRÜFSTANDORTEN</u>	<u>66</u>
			6.1	Prüfstandort 1: Crivitzer Chaussee	67
			6.2	Prüfstandort 2: Pilaer Straße	69
			6.3	Prüfstandort 3: Cottbuser Straße	71
			<u>7</u>	<u>FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN</u>	<u>73</u>
			<u>8</u>	<u>METHODIK</u>	<u>75</u>

ABBILDUNGSVERZEICHNIS

Abb. 1:	Schwerin im zentralörtlichen System	6	Abb. 23:	Nahversorgungszentrum Köpmarkt	24
Abb. 2:	Lage Schwerins im Raum	7	Abb. 24:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Paulsstadt/ Feldstadt.....	25
Abb. 3:	Sozioökonomische Rahmendaten der Landeshauptstadt Schwerin im Vergleich	8	Abb. 25:	Nahversorgungszentrum Paulsstadt/ Feldstadt	25
Abb. 4:	Nachfragepotenzial in der Landeshauptstadt Schwerin	9	Abb. 26:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Lessingstraße	26
Abb. 5:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Schwerin.....	11	Abb. 27:	Nahversorgungszentrum Lessingstraße, Standort Sky/Aldi	26
Abb. 6:	Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Schwerin	12	Abb. 28:	Nahversorgungszentrum Lessingstraße, Standort Edeka.....	27
Abb. 7:	Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in Schwerin.....	13	Abb. 29:	Sonderstandort Sieben-Seen-Center.....	28
Abb. 8:	Innerstädtischer Verkaufsflächenanteil Schwerins im Städtevergleich	14	Abb. 30:	Sonderstandort Sieben-Seen-Center.....	28
Abb. 9:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	17	Abb. 31:	Sonderstandort Margaretenhof	29
Abb. 10:	Schlosspark-Center und Marienplatz-Galerie.....	17	Abb. 32:	Sonderstandort Am Margaretenhof.....	29
Abb. 11:	Mecklenburgstraße.....	18	Abb. 33:	Abgrenzung Sonderstandort Am Fasanenhof	30
Abb. 12:	Abgrenzung Stadtteilzentrum Dreescher Markt.....	19	Abb. 34:	Sonderstandort Am Fasanenhof.....	30
Abb. 13:	Stadtteilzentrum Dreescher Markt	19	Abb. 35:	Übersicht über die Zentrenstruktur in Schwerin.....	31
Abb. 14:	Abgrenzung Stadtteilzentrum Hamburger Allee.....	20	Abb. 36:	„In welchem Stadtteil/ Ort wohnen Sie?“	32
Abb. 15:	Stadtteilzentrum Hamburger Allee	20	Abb. 37:	„Wie würden Sie die Einkaufsmöglichkeiten in Ihrem Stadtteil/ Ort für die Waren des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren, Zeitschriften, Arzneimittel etc.) insgesamt beurteilen?“ (in Schulnoten)	33
Abb. 16:	Abgrenzung Stadtteilzentrum Berliner Platz	21	Abb. 38:	„Können Sie uns bitte den Ort und das Geschäft nennen, in dem Sie Lebensmittel meistens einkaufen?“	34
Abb. 17:	Stadtteilzentrum Berliner Platz.....	21	Abb. 39:	„4. Bei welcher Gelegenheit erledigen Sie hauptsächlich Ihre Lebensmittel-Einkäufe?“	35
Abb. 18:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Kieler Straße.....	22	Abb. 40:	„In welcher Entfernung von Ihrem Wohnort befindet sich der Einkaufsort, an dem Sie sich hauptsächlich mit Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmitteln) eindecken?“.....	36
Abb. 19:	Nahversorgungszentrum Kieler Straße	22	Abb. 41:	„Wie bewerten Sie das Einkaufserlebnis für Waren des täglichen Bedarfs hier an diesem Einkaufsort (jeweiliger Befragungsstandort) im Bezug auf folgende Aspekte?“ (in Schulnoten)	37
Abb. 20:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Güstrower Straße.....	23			
Abb. 21:	Nahversorgungszentrum Güstrower Straße	23			
Abb. 22:	Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Köpmarkt	24			

Abb. 42:	Bevölkerungsentwicklung und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den drei Stadtteilen	39	Abb. 63:	Abgrenzung des Stadtteilzentrums Hamburger Allee (ZV)	60
Abb. 43:	Kaufkraftkennziffern der Stadtteile im Vergleich	40	Abb. 64:	Eindrücke vom Stadtteilzentrum Hamburger Allee	61
Abb. 44:	Warengruppenspezifische Nachfragepotenziale der Stadtteile	40	Abb. 65:	solitärer Penny-Markt, Bürgelstraße	62
Abb. 45:	Einzelhandelszentralitäten der Stadtteile im Vergleich	41	Abb. 66:	Solitärstandort Aldi/Tedi, Pawlowstraße	62
Abb. 46:	Verkaufsflächendichte der Stadtteile im Vergleich	42	Abb. 67:	Lage der drei Prüfstandorte	66
Abb. 47:	Übersicht über die Zentren- und Nahversorgungsstruktur in den Stadtteilen Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz	44	Abb. 68:	Lage des Prüfstandortes 1 – Crivitzer Chaussee	67
Abb. 48:	Verkaufsflächenentwicklung im deutschen Lebensmittel-einzelhandel nach Betriebsformen (in Mio. qm)	45	Abb. 69:	Prüfstandort Crivitzer Chaussee	68
Abb. 49:	Durchschnittliche Artikelanzahl im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebsformen	45	Abb. 70:	Lage des Prüfstandortes 2 – Pilaer Straße	69
Abb. 50:	Entfernung des Einkaufsortes zum Wohnort	46	Abb. 71:	Prüfstandort Pilaer Straße	70
Abb. 51:	Modal Split (Anteile der Verkehrsmittel) in Abhängigkeit von der Entfernung des Einkaufsortes	46	Abb. 72:	Lage des Prüfstandortes 3 – Cottbuser Straße	71
Abb. 52:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Stadtteil Großer Dreesch	47	Abb. 73:	Prüfstandort Cottbuser Straße	72
Abb. 53:	Abgrenzung des Stadtteilzentrums Dreescher Markt (ZV)	49	Abb. 74:	Die CIMA-Branchen	75
Abb. 54:	Eindrücke vom Stadtteilzentrum Dreescher Markt	50	Abb. 77:	Von der CIMA differenzierte Betriebstypen	76
Abb. 55:	Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Köpmarkt (ZV)	51			
Abb. 56:	Eindrücke vom Nahversorgungszentrum Köpmarkt	52			
Abb. 57:	solitärer Penny-Markt, Friedrich-Engels-Straße	53			
Abb. 58:	solitärer Lidl-Markt, An der Crivitzer Chaussee	53			
Abb. 59:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Stadtteil Neu Zippendorf	54			
Abb. 60:	Abgrenzung des Stadtteilzentrums Berliner Platz (ZV)	56			
Abb. 61:	Eindrücke vom Stadtteilzentrum Berliner Platz	56			
Abb. 62:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Stadtteil Mueßer Holz	58			

1 RAUMORDNERISCHE UND SOZIOÖKONOMISCHE STRUKTUR DES STANDORTS SCHWERIN

1.1 Zentralörtliche Bedeutung

Die Landeshauptstadt Schwerin verfügt über rd. 91.482¹ Einwohner und ist eines von vier Oberzentren des Bundeslandes Mecklenburg-Vorpommern².

Das Regionale Raumentwicklungsprogramm (2011) setzt Schwerin als Oberzentrum fest. Wie im Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (2005) dargelegt, haben Oberzentren u.a. die Aufgabe, die Bevölkerung ihres Oberbereichs mit Leistungen des spezialisierten, höheren Bedarfs zu versorgen.

Die Landeshauptstadt Schwerin ist umgeben von folgenden Mittelzentren:

- Grevesmühlen
- Wismar
- Güstrow
- Parchim
- Ludwigslust
- Hagenow

Die nächstgelegenen Oberzentren sind Lübeck (rd. 55 km) Rostock (rd. 65 km) und Hamburg (rd. 90 km)³.

Abb. 1: Schwerin im zentralörtlichen System



Kartenbasis: Landesportal Mecklenburg-Vorpommern (<http://www.mecklenburg-vorpommern.eu>) 2014

Bearbeitung: CIMA 2014, nach Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern 2005

¹ Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Stichtag 31.06.2013

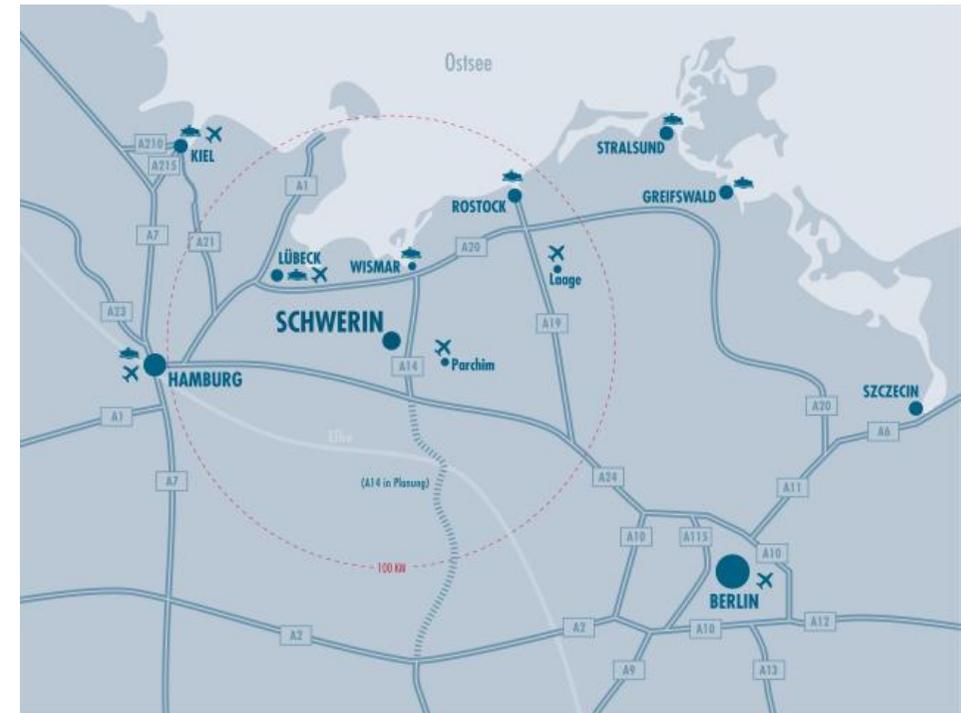
² Stralsund und Greifswald bilden ein gemeinsames Oberzentrum

³ Distanzen jeweils gemessen in Luftlinie von Stadtmitte zu Stadtmitte

1.2 Die Lage der Landeshauptstadt Schwerin im Raum

- Die kreisfreie Stadt Schwerin ist Teil der Planungsregion Westmecklenburg und liegt am Schweriner See.
- Die verkehrsinfrastrukturelle Einbindung Schwerins in das überregionale Straßenverkehrsnetz erfolgt über die Bundesstraßen B 104, B 106 und B 321 und die Bundesautobahnen A 14, A 20 und A 24.
- Ein Haltepunkt der DB-Züge Hamburg-Rostock, Wismar-Berlin, Rehna-Parchim und Wismar-Ludwigslust ist in Schwerin vorhanden.

Abb. 2: Lage Schwerins im Raum



Quelle: fachwerkler Schwerin 2014

1.3 Sozioökonomische Rahmendaten

- Die Landeshauptstadt Schwerin weist im Zeitraum von 2004 bis 2013 einen Bevölkerungsrückgang von 6,2 % auf, wobei der Rückgang zumindest zum Teil nicht auf tatsächliche Bevölkerungsverluste, sondern auf eine geänderte statistische Datenbasis (Zensus 2011) zurückzuführen ist. Der Bevölkerungsrückgang Schwerins liegt fast so hoch wie der Rückgang in ganz Mecklenburg-Vorpommern (-7,5 %)⁴. Vergleicht man die Entwicklung mit der der weiteren Oberzentren des Landes, so wird deutlich, dass nur Neubrandenburg mit -8,2 % einen höheren Bevölkerungsrückgang hinnehmen musste als Schwerin. Die Universitätsstädte Greifswald und Rostock konnten in diesem Zeitraum sogar Bevölkerungszuwächse von 5,3 % bzw. 2,4 % verzeichnen.
- Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten in der Landeshauptstadt Schwerin ist im direkten Vergleich der Jahre 2004 und 2013 um 0,35 % gesunken. Im gesamten Bundesland (rd. +4,19%) sowie in Rostock (+11,92 %), Stralsund (+6,80 %) und Greifswald (+14,55 %) zeichnet sich hingegen ein Positiv-Trend ab.

Abb. 3: Sozioökonomische Rahmendaten der Landeshauptstadt Schwerin im Vergleich

Indikatoren		Schwerin	Rostock	Neubrandenburg	Stralsund	Greifswald	Mecklenburg-Vorpommern
Bevölkerungs-entwicklung	30.06.2004	97.491	197.754	68.877	58.978	52.860	1.726.004
	30.06.2005	96.941	199.108	68.583	58.738	52.665	1.713.156
	30.06.2006	96.542	199.097	68.007	58.623	53.059	1.700.989
	30.06.2007	96.082	199.751	67.237	58.175	53.125	1.687.107
	30.06.2008	95.818	200.465	66.289	57.987	53.639	1.672.964
	30.06.2009	95.213	200.333	65.494	57.585	53.955	1.656.761
	30.06.2010	95.058	201.646	65.167	57.625	54.182	1.646.539
	30.06.2011	95.212	202.674	65.028	57.636	54.477	1.637.679
	30.06.2012	95.091	204.320	64.676	58.093	54.822	1.600.327
	30.06.2013*	91.482*	202.528*	63.274*	57.213*	55.659*	1.596.899*
+/- in % 2004-2013		-6,16	2,41	-8,13	-2,99	5,30	-7,48

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern; Stand: 14.04.2014

Indikatoren		Schwerin	Rostock	Neubrandenburg	Stralsund	Greifswald	Mecklenburg-Vorpommern
sozialversicherungs-pflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort)	30.06.2004	47.409	73.149	33.742	22.142	21.497	511.732
	30.06.2005	46.495	71.323	33.258	21.940	20.909	498.993
	30.06.2006	47.435	73.329	33.415	22.195	21.314	503.624
	30.06.2007	47.740	74.870	33.714	23.148	22.112	511.606
	30.06.2008	47.129	77.287	34.209	23.178	22.978	520.618
	30.06.2009	47.171	77.693	33.489	23.221	23.191	520.773
	30.06.2010	47.166	78.373	33.013	23.443	24.285	525.185
	30.06.2011	47.550	79.240	32.667	23.131	24.609	529.185
	30.06.2012	47.197	80.934	32.323	23.023	24.163	531.989
	30.06.2013	47.245	81.869	32.464	23.648	24.625	533.174
+/- in % 2004-2012		-0,35	11,92	-3,79	6,80	14,55	4,19

Bearbeitung: CIMA 2014

*: Einwohnerzahlen 2013 auf Basis Zensus 2011 (Einwohnerzahlen bis 2012 auf Basis Abzug des Zentralen Einwohnerregisters 1990)

4 Zu Schwerins touristischer Ausrichtung vgl. „Touristische Entwicklungskonzeption für die Landeshauptstadt Schwerin ab 2012“ (CIMA 2012)

2 EINZELHANDELSANALYSE

2.1 Nachfragepotenzial der Landeshauptstadt Schwerin

Die Berechnung des Nachfragepotenzials⁵ in der Landeshauptstadt Schwerin erfolgt auf der Basis der aktuellen Einwohnerzahlen und der ortsspezifischen Kaufkraftkennziffer. Es wird der statistische Ausgabesatz pro Kopf im stationären Einzelhandel von 5.668,00 € (brutto) für das Jahr 2014 zu Grunde gelegt. Mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer wurde dieser an das Niveau der Landeshauptstadt Schwerin angepasst.

Die Kaufkraftkennziffer der Landeshauptstadt Schwerin beträgt 94,1 %⁶ und liegt somit unter dem Bundesdurchschnitt (= 100 %). Für Schwerin ergibt sich somit ein Ausgabesatz im Einzelhandel von 5.333,59 € pro Einwohner und Jahr.

Multipliziert mit der Einwohnerzahl von 91.482⁷ Personen ergibt sich ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in der Landeshauptstadt Schwerin von insgesamt rd. 487,9 Mio. € (brutto/p.a.). Davon entfallen 255,8 Mio. € auf den periodischen Bedarf und 232,1 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf. Die nachfolgende Abbildung verdeutlicht die Zusammensetzung des Nachfragepotenzials, differenziert nach den unterschiedlichen Warengruppen.

Abb. 4: Nachfragepotenzial in der Landeshauptstadt Schwerin

CIMA Warengruppe	Schwerin
Periodischer Bedarf insgesamt	255,8
Lebensmittel, Reformwaren	179,7
Gesundheit und Körperpflege	68,3
Zeitschriften, Schnittblumen	7,9
Aperiodischer Bedarf insgesamt	232,1
Persönlicher Bedarf insgesamt	74,6
Bekleidung, Wäsche	41,4
Schuhe, Lederwaren	13,8
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	19,5
Medien und Technik insgesamt	51,1
Bücher, Schreibwaren	10,1
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	41,1
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	24,2
Sportartikel, Fahrräder	13,9
Spielwaren	4,9
Hobbybedarf, Zooartikel	5,4
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	7,7
Einrichtungsbedarf insgesamt	33,6
Möbel, Antiquitäten	27,3
Heimtextilien	6,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf	40,9
Einzelhandel insgesamt	487,9

Quellen: MB-Research GmbH, Statistisches Amt MV, CIMA 2014

⁵ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in Mio. €) der Bevölkerung der Landeshauptstadt Schwerin, die dem stationären Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

⁶ Quelle: MB-Research GmbH 2013

⁷ Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Bevölkerung zum 30.06.2013 (Basis Zensus 2011)

2.2 Angebotssituation des Schweriner Einzelhandels

Vorbemerkungen

Die Ermittlung der Einzelhandelsdaten basiert auf einer Einzelhandelsvollerhebung, welche im Dezember 2013 von der CIMA durchgeführt wurde.

Die Berechnung der Umsätze für den Schweriner Einzelhandel erfolgte auf Basis der Flächenproduktivitäten für das Jahr 2013 (Umsatz je qm Verkaufsfläche p.a.) für insgesamt 32 Branchen. Diese Flächenproduktivitäten werden von der BBE Handelsforschung ermittelt und von der CIMA stetig durch aktuelle Forschungsergebnisse und eine Vielzahl von Beratungen aktualisiert. Die Flächenproduktivitäten werden zusätzlich durch die Berater der CIMA an die regionale Situation angepasst.

Die Errechnung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Landeshauptstadt Schwerin berücksichtigt auch die allgemeinen Trends in der Einzelhandelsentwicklung (d. h. Flächenwachstum bei nahezu stagnierenden Umsätzen, Entwicklung der Ausgaben im Einzelhandel am privaten Konsum, Spezialisierung und Filialisierung des Angebots etc.).

Außer dem Facheinzelhandel und dem filialisierten Einzelhandel werden die folgenden Betriebstypen zum Einzelhandel hinzugerechnet:

- Gewerbliche Betriebe mit für den Kunden zugänglichen Verkaufsflächen (z.B. Sanitärfachhandel),
- Gärtnereien (Verkaufsflächen).

Dienstleistungsbetriebe wie Friseure, Reisebüros, Fitnesscenter oder Kreditinstitute zählen nicht zum Einzelhandel. Der Handel mit Kraftfahrzeugen (Autohäuser) zählt ebenfalls nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne und wurde wie auch der Handel mit Kraft-, Brenn- und Baustoffen nicht in die nachfolgenden Betrachtungen einbezogen.

Bezüglich der Analyse der Betriebs- und Branchenstruktur des Einzelhandels in der Landeshauptstadt Schwerin (Datenstand: Dezember 2013) ist die CIMA zu folgenden Ergebnissen gekommen:

- Die Landeshauptstadt Schwerin verfügt aktuell über eine Verkaufsfläche von 194.530 qm. Davon entfällt mit 61.780 qm knapp ein Drittel auf den periodischen Bedarf. 132.750 qm Verkaufsfläche entfallen auf Angebote des aperiodischen Bedarfs.
- Die Verkaufsfläche verteilt sich auf 653 Betriebe. Dabei haben 260 Betriebe ein Hauptsortiment des periodischen Bedarfs und 393 Betriebe verfügen über ein Hauptsortiment des aperiodischen Bedarfsbereiches.
- In Schwerin werden aktuell rd. 614,4 Mio. € (brutto, p.a.) im Einzelhandel umgesetzt. Hiervon entfallen jeweils etwa die Hälfte auf den periodischen Bedarf (306,4 Mio. €) und den aperiodischen Bedarf (308,0 Mio. €). Hierbei ist die Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren mit 218,1 Mio. € (rd. 35,5 % Umsatzanteil) die umsatzstärkste Warengruppe. Mit einigem Abstand folgen die Warengruppen Gesundheit und Körperpflege mit 80,0 Mio. € (rd. 13,0 % Umsatzanteil), Bekleidung, Wäsche mit 69,5 Mio. € (rd. 11,3 % Umsatzanteil) sowie Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik mit 62,8 Mio. € (rd. 10,2 % Umsatzanteil).
- Von den 20 Betrieben, welche die Warengruppe Möbel, Antiquitäten als Hauptsortiment führen, sind vier Betriebe großflächig: Die Möbelmitnahmemärkte Roller und Poco Domäne, der Polstermöbelmarkt Kabs sowie das Büroeinrichtungsgeschäft Glagla. Auf diese Betriebe entfallen rd. 13.800 qm Möbel-Verkaufsfläche. Die übrigen Flächen entfallen auf elf kleinflächige Möbelanbieter (überwiegend Matratzenfachmärkte und Küchenstudios), auf fünf Antiquitätengeschäfte sowie auf Randsortimente bspw. in Raumausstattungs-, Bau- oder Babyfachmärkten.
- Die durchschnittliche Raumleistung (Flächenproduktivität liegt über alle Warengruppen bei rd. 3.158 € je qm Verkaufsfläche.

Abb. 5: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Schwerin

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	260	61.780	306,4
Lebensmittel, Reformwaren	171	50.820	218,1
Gesundheit und Körperpflege	43	9.175	80,0
Zeitschriften, Schnittblumen	46	1.785	8,3
Aperiodischer Bedarf insgesamt	393	132.750	308,0
Persönlicher Bedarf insgesamt	216	36.075	113,0
Bekleidung, Wäsche	142	28.950	69,5
Schuhe, Lederwaren	22	5.055	20,6
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	52	2.070	22,8
Medien und Technik insgesamt	61	16.645	75,8
Bücher, Schreibwaren	17	4.155	13,0
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	44	12.490	62,8
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	35	13.355	27,5
Sportartikel, Fahrräder	16	5.050	15,5
Spielwaren	10	4.520	6,3
Hobbybedarf, Zooartikel	9	3.785	5,6
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	36	9.385	12,5
Einrichtungsbedarf insgesamt	27	23.995	30,4
Möbel, Antiquitäten	20	20.375	24,2
Heimtextilien	7	3.620	6,1
Baummarktartikel, Gartenbedarf	18	33.295	48,9
Einzelhandel insgesamt	653	194.530	614,4

Quelle: CIMA 2014

Für die Landeshauptstadt Schwerin lässt sich aus der Gegenüberstellung von Umsatz und Nachfragepotenzial Folgendes ablesen:

- Die Einzelhandelszentralität⁸ der Landeshauptstadt Schwerin beträgt über alle Branchen 126 %. Der Einzelhandelsumsatz in Schwerin liegt somit über dem örtlichen Nachfragepotenzial. Somit wird deutlich, dass Kaufkraftzuflüsse nach Schwerin bestehen, die die Kaufkraftabflüsse per Saldo übersteigen.
- Im gesamten periodischen Bedarfsbereich liegt die Zentralität bei 120 %, was auf saldierte Kaufkraftzuflüsse und eine –rein rechnerisch - ausreichende Versorgung in den nahversorgungsrelevanten Warengruppen⁹ hinweist.
- Im gesamten aperiodischen Bedarfsbereich kann Schwerin mit einer Einzelhandelszentralität von 133 % und somit saldierten Kaufkraftzuflüssen seiner oberzentralen Versorgungsfunktion gerecht werden. Lediglich bei den Warengruppen des Einrichtungsbedarfs (Möbel, Antiquitäten: 89 %; Heimtextilien: 97 %) sind saldierte Kaufkraftabflüsse festzustellen, was im Wesentlichen auf den starken Standort Möbelstadt Rück in Pampow zurückzuführen ist, welcher direkt an das Schweriner Stadtgebiet angrenzt.

⁸ Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Wenn die Zentralität einen Wert von über 100 % einnimmt, fließt per Saldo Kaufkraft aus dem Umland in den Ort, die die Abflüsse übersteigt. Liegt die Zentralität unter 100 %, so existieren Abflüsse von Kaufkraft, die per Saldo nicht durch die Zuflüsse kompensiert werden können.

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet beeinflusst.

⁹ Nahversorgungsrelevante Sortimente sind grundsätzlich auch zentrenrelevant.

Abb. 6: Umsatz, Nachfragevolumen und Einzelhandelszentralität in Schwerin

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Einzelhandelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	306,4	255,8	120
Lebensmittel, Reformwaren	218,1	179,7	121
Gesundheit und Körperpflege	80,0	68,3	117
Zeitschriften, Schnittblumen	8,3	7,9	105
Aperiodischer Bedarf insgesamt	308,0	232,1	133
Persönlicher Bedarf insgesamt	113,0	74,6	151
Bekleidung, Wäsche	69,5	41,4	168
Schuhe, Lederwaren	20,6	13,8	150
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	22,8	19,5	117
Medien und Technik insgesamt	75,8	51,1	148
Bücher, Schreibwaren	13,0	10,1	129
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	62,8	41,1	153
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	27,5	24,2	113
Sportartikel, Fahrräder	15,5	13,9	112
Spielwaren	6,3	4,9	128
Hobbybedarf, Zooartikel	5,6	5,4	104
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	12,5	7,7	163
Einrichtungsbedarf insgesamt	30,4	33,6	90
Möbel, Antiquitäten	24,2	27,3	89
Heimtextilien	6,1	6,3	97
Baumarktartikel, Gartenbedarf	48,9	40,9	120
Einzelhandel insgesamt	614,4	487,9	126

Quelle: CIMA 2014

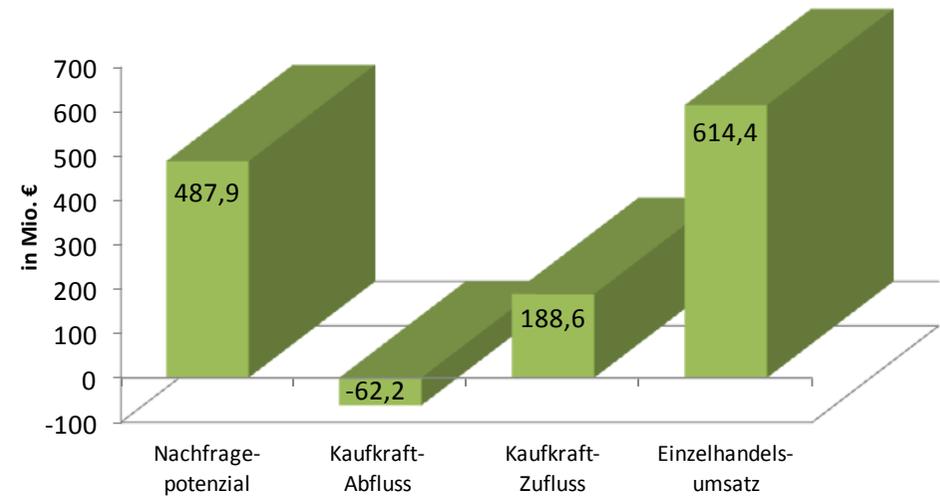
Die Kaufkraftbindung beschreibt den Teil des vorhandenen Nachfragepotenzials in der Stadt Schwerin, der tatsächlich im lokalen Einzelhandel vor Ort gebunden wird.

Die Zahlen zur Kaufkraftbindung und zu den Kaufkraftströmen basieren unter anderem auf den Ergebnissen der Huff-Kaufkraftstromanalyse für die Stadt Schwerin und das Umland. Das Huff-Modell¹⁰ quantifiziert die Kaufkraft- und Umsatzströme im Untersuchungsraum. Einflussgrößen sind vor allem

- geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegzeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im jeweiligen Marktgebiet,
- Attraktivitätsgrade und Branchen- sowie Sortimentsschwerpunkte konkurrierender Einkaufsorte.

Die Analyse der Kaufkraftströme für den Schweriner Einzelhandel zeigt, dass von dem örtlichen Nachfragepotenzial in Höhe von 487,9 Mio. € jährlich rd. 62,2 Mio. € aus Schwerin abfließen. Dies bedeutet, dass rd. 425,8 Mio. € des der Schweriner Kaufkraft vor Ort gebunden werden, was einer guten Bindungsquote von 87,3 % entspricht. Zusätzlich fließen rd. 188,6 Mio. € an Kaufkraft von außerhalb in den Schweriner Einzelhandel. Im Ergebnis generiert der Schweriner Einzelhandel somit einen Umsatz von 614,4 Mio. €.

Abb. 7: Nachfragepotenzial und Kaufkraftströme in Schwerin



Quelle: CIMA 2014

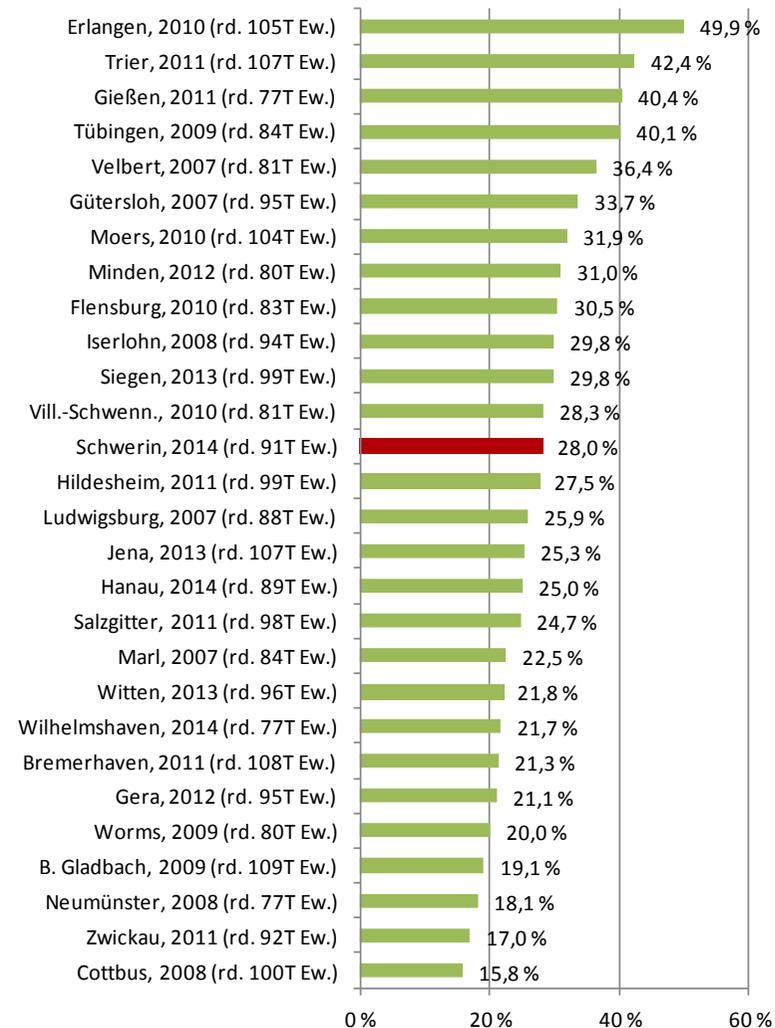
¹⁰ Die CIMA interpretiert das ökonometrische Prognosemodell nach Huff (Dr. David L. Huff: „Defining and Estimating a Trading Area“) als ein Denkmodell, das keine schlussfertigen Ergebnisse aus einer Formel ableitet. Vielmehr sind die Ergebnisse immer wieder in ihrer Plausibilität zu hinterfragen, ob tatsächlich ein realistisches Konsumverhalten abgebildet wird.

2.3 Verkaufsflächenanteil Schwerins im Städtevergleich

Der Verkaufsflächenanteil der Schweriner Innenstadt an der Gesamtstadt beträgt 28 %. Um diesen Wert einzuordnen, wurde zum Vergleich der innerstädtische Verkaufsflächenanteil weiterer deutscher Großstädte der Größenordnung Schwerins (75.000 bis 110.000 Ew.) ermittelt, von denen Daten zur Verkaufsflächenausstattung verfügbar waren. Die Ergebnisse sind in der nebenstehenden Abbildung dargestellt. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Daten aufgrund unterschiedlicher Quellen und unterschiedlicher Erhebungsjahre nur bedingt vergleichbar sind. Gleichwohl bieten die Werte eine übersichtliche Orientierungsmöglichkeit:

- Mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 28 % an der Gesamtstadt liegt die Schweriner Innenstadt unter den Vergleichsstädten im Mittelfeld.
- Von den 28 dargestellten Städten weisen lediglich fünf einen innerstädtischen Verkaufsflächenanteil von 20 % oder weniger auf. 14 Städte – darunter Schwerin – liegen mit Werten von über 20 % bis 30 % im Mittelfeld. Neun Städte weisen einen innerstädtischen Verkaufsflächenanteil von über 30 % auf, vier davon sogar über 40 %.
- Der Städtevergleich zeigt, dass für die Schweriner Innenstadt durchaus Potenzial besteht, den innerstädtischen Verkaufsflächenanteil weiter zu erhöhen. Dies ist durch gezielte Flächenausweisungen bzw. Neuansiedlungen in der Innenstadt bei gleichzeitig restriktivem Umgang mit Ansiedlungsvorhaben außerhalb der Innenstadt zu erreichen.

Abb. 8: Innerstädtischer Verkaufsflächenanteil Schwerins im Städtevergleich



Quellen: Junker + Kruse 2007, CIMA 2014, Stadt + Handel 2009, BBE Retail Experts 2008, CIMA 2011, Junker + Kruse 2009, Dr. Lademann & Partner 2011, Junker + Kruse 2013, Junker + Kruse 2008, GMA 2011, Stadt + Handel 2007, CIMA 2012, Stadt Jena 2013, GMA 2008, BBE Retail Experts 2012, CIMA 2014, GMA 2007, CIMA 2014, Bulwien Gesa 2009, CIMA 2010, Dr. Donato Accocella 2010, Bulwien Gesa 2010, Junker + Kruse 2007, CIMA 2011, Stadt + Handel 2013, GMA 2010, GMA 2011, CIMA 2011

3 ZENTRENSTRUKTUR IN SCHWERIN

In diesem Kapitel wird die Zentrenstruktur im gesamtstädtischen Gefüge der Landeshauptstadt Schwerin dargestellt. Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche wurde in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker + Kruse) im Jahr 2005 vorgenommen. Seither haben teilweise umfangreiche Bestandsveränderungen stattgefunden, die u.U. dazu geführt haben können, dass einzelne als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesene Standorte anders einzustufen sind als im Jahr 2005. Es erfolgt daher zu jedem zentralen Versorgungsbereich eine kurze Beschreibung der aktuellen Bestandssituation. Es wird ermittelt, ob die seinerzeit vorgenommenen Abgrenzungen weiterhin gültig sind, ob ggf. Umstufungen erforderlich sind oder ob die Abgrenzungen um neue Potenzialstandorte erweitert werden sollten. Ebenso werden weitere, ggf. neu entstandene Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet dahingehend untersucht, ob diese ebenfalls als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen sind.

3.1 Exkurs: Begriff und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches taucht im Baugesetzbuch und in der Baunutzungsverordnung mehrfach auf (z.B. § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO) Eine Legaldefinition des Begriffs gibt es bislang nicht. Allerdings hat sich in der obergerichtlichen Rechtsprechung eine Definition durchgesetzt, die aufgrund des wiederholten Zitierens in zahlreichen Urteilen mittlerweile als allgemeingültig gelten kann:

- „Ein zentraler Versorgungsbereich wird als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder erst noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungsangebote und Gastronomiebetriebe, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. ‚Zentral‘ ist in diesem Zusammenhang nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Das heißt, der zentrale Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung die Versorgung des Gemeindegebietes oder eines Teilbereiches davon mit einem auf seinen Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Ein zentraler Versorgungsbereich muss also einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinaus reichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben und damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken. Er setzt zudem eine integrierte Lage¹¹ voraus. Isolierte Standorte mit

¹¹ Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern: „Städtebaulich integriert ist ein Einzelhandelsstandort dann, wenn der Standort in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen liegt, aus der eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie z.B. Verkehrsstraßen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung trennen. Der Standort sollte darüber hinaus mit einem den örtlichen Gegebenheiten angemessenen öffentlichen Personenverkehr erreichbar und Teil eines planerischen Gesamtkonzeptes sein.“

einzelnen Einzelhandelsbetrieben bilden keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.“ (OVG NRW, Urteil vom 15.03.2013 – 10 D 9/11.NE – mit Verweis auf BVerwG, Urteil vom 17.12.2009 – 4 C 2.08; OVG NRW, Urteil vom 17.11.2011 – 10 A 787/09 –)

Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein müssen, sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, legt die CIMA die folgenden Bewertungsmaßstäbe an:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes/ Umfang der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestands,
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit), Nähe zu Wohngebieten.

Als zentrale Versorgungsbereiche können angesehen werden:

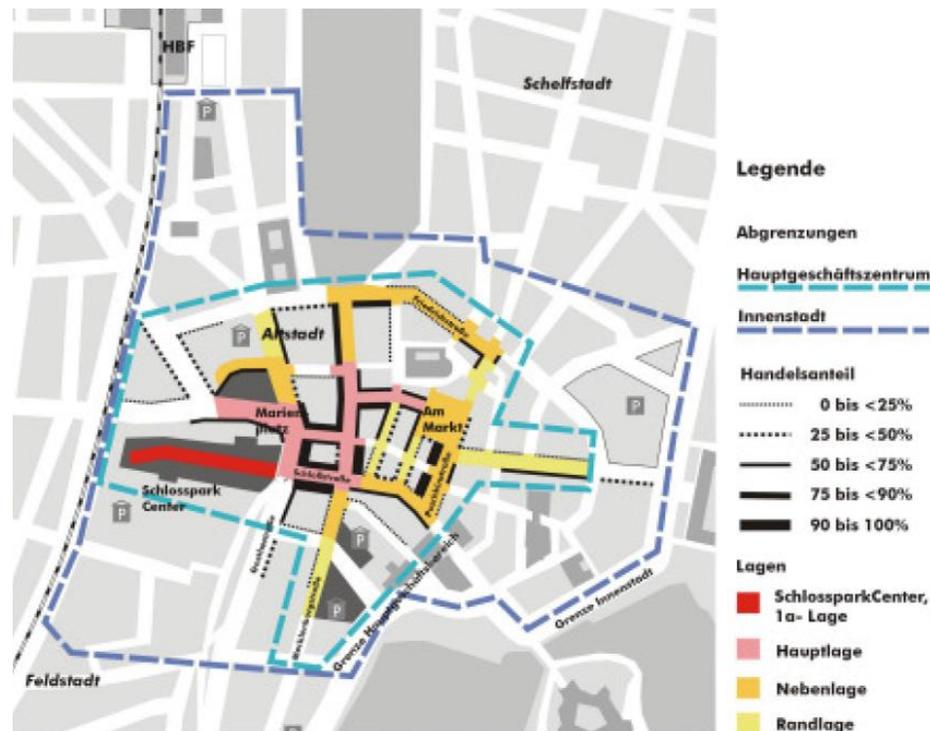
- **Innenstadtzentren/Hauptzentren:** Größerer Einzugsbereich, i. d. R. das gesamte Gemeindegebiet und ein weiteres Umland, breites Spektrum an Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf.
- **Nebenzentren/Stadtteilzentren:** Mittlerer Einzugsbereich (bestimmte Bezirke oder Stadtteile), ein breites Spektrum an Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch langfristigen Bedarf.
- **Grund- und Nahversorgungszentren:** Kleinerer Einzugsbereich (bestimmte Quartiere), vorwiegend Waren für den kurzfristigen, ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs.

Um eindeutig zuordnen zu können, ob einzelne Betriebe oder Grundstücke in einem zentralen Versorgungsbereich liegen und somit „schützenswert“ sind, ist die grundstücksscharfe Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig. Kreisförmige Markierungen oder vage Bezeichnung des jeweiligen Bereiches reichen nicht aus (vgl.: Geyer“, 2005: Neuregelungen für den Einzelhandel.“ In: PlanerIn 3_05, Dortmund, S. 16).

3.2 Hauptgeschäftszentrum Innenstadt

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt wurde im Einzelhandelskonzept 2005 wie in Abb. 9 abgegrenzt. Innerhalb des Bereiches „Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt“ wurde das Hauptgeschäftszentrum hervorgehoben.

Abb. 9: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin, Junker & Kruse 2005

Der Zentrale Versorgungsbereich Innenstadt befindet sich im Bereich der Schweriner Altstadt bzw. des historisch gewachsenen Stadtkerns. Sie erstreckt sich in etwa zwischen dem Pfaffenteich im Norden und dem Burgsee im Süden.

Die Schweriner Innenstadt wird inzwischen dominiert von zwei Shoppingcentern, dem Schlosspark-Center westlich des Marienplatzes und der Marienplatz-Galerie (seit 2011) östlich des Marienplatzes. Beide Shoppingcenter beherbergen zusammen rd. 54 % der innerstädtischen Verkaufsflächen. Dies hat dazu geführt, dass in der eigentlichen Haupteinkaufsstraße, der Fußgängerzone Mecklenburgstraße, nur ein vergleichsweise geringer Einzelhandelsbesatz vorzufinden ist. Hier befinden sich nur rd. 16 % der innerstädtischen Verkaufsflächen, es ist eine geringere Einzelhandelsdichte und ein hoher Anteil an Dienstleistungsnutzungen festzustellen. Auch in qualitativer Hinsicht entspricht der Besatz in der Mecklenburgstraße nicht dem einer typischen innerstädtischen Haupteinkaufslage. Neben einigen höherwertigen Fachgeschäften dominieren hier konsumige (z.B. Kaufhaus Stolz) und überwiegend discountorientierte Angebote (z.B. Tedi, Mäc Geiz, EuroShop).

Abb. 10: Schlosspark-Center und Marienplatz-Galerie



Quelle: CIMA 2013

Abb. 11: Mecklenburgstraße



Quelle: CIMA 2013

Die Neuansiedlung der Marienplatz-Galerie 2011 und die damit verbundene Zunahme der Shoppingcenter-Verkaufsflächen, aber auch der deutschlandweite Trend zum „Abschmelzen“ innerstädtischer Randlagen (C-Lagen) hat auch in Schwerin dazu geführt, dass die Innenstadt kompakter geworden ist und einzelne Straßen in den Randbereichen der Innenstadt heute kaum noch eine Handelsfunktion wahrnehmen. Die Einzelhandelsschwerpunkte innerhalb der Innenstadt haben sich also seit Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2005 deutlich umstrukturiert, weshalb die bestehende Abgrenzung des ZV Innenstadt überprüft und an die neuen Strukturen angepasst werden sollte.

Eine insgesamt positive Entwicklung kann insgesamt für die Puschkinstraße in der Schweriner Altstadt festgestellt werden. Nach einer hochwertigen Neugestaltung des öffentlichen Raumes sind vermehrt Neueröffnungen kleiner, meist inhabergeführter Geschäfte mit überwiegend gehobenem Angebotsniveau festzustellen.

In der Schmiedestraße konnte hingegen die Aufwertung des öffentlichen Raumes bislang keinen Impuls für eine positive Entwicklung der Mieterstrukturen erzielen. Hier waren in jüngster Zeit beispielsweise Schließungen von Modegeschäften zu verzeichnen, es sind mehrere Ladenleerstände festzustellen. Diese

Entwicklung muss vermutlich auf nicht angemessene Mietpreiserwartungen der Immobilieneigentümer zurückgeführt werden.

Die Entwicklung der Münzstraße kann als Positivbeispiel dafür hervorgehoben werden, welche Wirkung die engagierte Zusammenarbeit der lokalen Akteure haben kann. Zwar sind hier nur sehr kleinteilige Angebotsstrukturen vorhanden, die Läden stellen sich aber insgesamt hochwertig und attraktiv dar.

Die Entwicklung der Friedrichstraße muss insgesamt als fragil eingestuft werden. Obgleich sich hier viele Ladenlokale in einem sehr schlechten baulichen Zustand befinden konnten in der Vergangenheit gute Erfolge durch ein engagiertes Quartiersmanagement erzielt werden. Infolge dessen konnten u.a. attraktive, individuelle Spezialanbieter angesiedelt werden. Diese Erfolge scheinen jedoch nicht nachhaltig zu sein, da nach der Einstellung der Förderung für das Quartiersmanagement nunmehr wieder eher negative Tendenzen feststellbar sind.

3.3 Stadtteilzentrum Dreescher Markt

Das Stadtteilzentrum Dreescher Markt befindet sich im Stadtteil Großer Dreesch an der Von-Stauffenbergstraße/ Ecke Friedrich-Engels-Straße. Im Hauptgebäude befindet sich neben den Hauptanbietern Rewe (vormals Minimal), Rossmann, NKD und Tedi kleinteiliger, inhabergeführter Einzelhandel, der durch verschiedene Dienstleistungsbetriebe ergänzt wird.

Abb. 12: Abgrenzung Stadtteilzentrum Dreescher Markt



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin, Junker & Kruse 2005

Anmerkung: ehem. Minimal Supermarkt ist heute Rewe

Versorgungssituation im Stadtteilzentrum Dreescher Markt

- bedeutender Nahversorger: Rewe
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 Lebensmittelmarkt, 2 Bäckereien, 1 Fleischer, 1 Spezialitätengeschäft (Tee und Kaffee), 2 Apotheken, 1 Drogeriemarkt, 1 Blumengeschäft

- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 2 Bekleidungsgeschäfte (Berufsbekleidung, NKD), 1 Optiker, 1 Hörgerätladen, 1 Sanitätshaus, 1 Schreibwarengeschäft, 1 Sonderpostenmarkt (Tedi), 1 Fahrradladen und als Randsortimente im Lebensmittelmarkt
- ergänzende Dienstleistungen (u.a. Kreditinstitut, Ärzte, Friseur, Studienkreis Nachhilfe) und Gastronomie
- städtebauliche und funktionale Einheit in integrierter Lage

Abb. 13: Stadtteilzentrum Dreescher Markt



Quelle: CIMA 2013

3.4 Stadtteilzentrum Hamburger Allee

Das Stadtteilzentrum Hamburger Allee liegt im Stadtteil Mueßer Holz im Bereich der sogenannten Kepler-Passage und ist vor allem durch den Hauptanbieter Kaufland (ehemals Walmart/ real/ interspar) gekennzeichnet. Weitere Einzelhandelsbetriebe (u. a. Drogeriemarkt und Apotheken) und verschiedene Dienstleistungen ergänzen das umfangreiche, überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtete Angebot im Stadtteilzentrum.

Nördlich angrenzend an die Kepler-Passage befindet sich ein leer stehender ehemaliger Getränkemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche. Auch die Büro-/Praxizräume im Obergeschoss der Kepler-Passage stehen zurzeit größtenteils leer.

Abb. 14: Abgrenzung Stadtteilzentrum Hamburger Allee



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Anmerkung: ehem. Wal Mart ist heute Kaufland

Versorgungssituation im Stadtteilzentrum Hamburger Allee

- bedeutender Nahversorger: Kaufland (zweigeschossig)
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 SB-Warenhaus, 1 Bäckerei, 1 Fleischer, 1 Apotheke, 1 Friseur (mit Verkauf von Zubehör), 1 Blumengeschäft
- Handelsschwerpunkt im periodischen Bedarfsbereich, Ergänzungen im aperiodischen Bedarfsbereich
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 1 Bekleidungsgeschäft, 1 Post-Shop, 1 Handy-Shop und als Randsortimente im Lebensmittelmarkt
- ergänzende Dienstleistungen (u.a. Kreditinstitut) und Gastronomie
- weitestgehend städtebauliche und funktionale Einheit in integrierter Lage

Abb. 15: Stadtteilzentrum Hamburger Allee

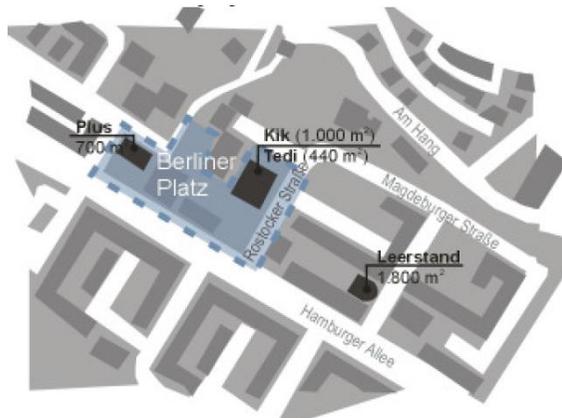


Quelle: CIMA 2013

3.5 Stadtteilzentrum Berliner Platz

Das Stadtteilzentrum Berliner Platz ist der einzige zentrale Versorgungsbereich im Stadtteil Neu Zippendorf. Es befindet sich nördlich der Hamburger Allee im Bereich von Berliner Platz, Rostocker Straße und Pankower Straße. Der Berliner Platz liegt inmitten einer Großwohnsiedlung an der Hauptverkehrsstraße Hamburger Allee und ist ebenfalls erreichbar über die Straßenbahnlinien 1, 2 und 3. Die Abgrenzungen des Einzelhandelskonzeptes 2005 (vgl. Abb. 16) erstrecken sich vom Gebäudekomplex Tedi/ Kik am Berliner Platz entlang der Hamburger Allee bis zum Netto-Markt an der Tallinner Straße. Nach Erstellung des Einzelhandelskonzeptes 2005 hat sich östlich des STZ Berliner Platz ein Penny-Markt angesiedelt. Aufgrund dieser und anderer Veränderungen und der Frage nach den Perspektiven des Standortes werden die Abgrenzungen im Rahmen der vertiefenden Untersuchung des Stadtteils Neu Zippendorf in Kapitel 4.4.1 überprüft und angepasst.

Abb. 16: Abgrenzung Stadtteilzentrum Berliner Platz



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Anmerkung: ehem. Plus ist heute Netto Markendiscount

Versorgungssituation im Zentralen Versorgungsbereich Berliner Platz

- Bedeutender Nahversorger: Netto
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 Lebensmittelmarkt
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: u.a. 1 Bekleidungsgeschäft (Kik), 1 Sonderpostenmarkt (Tedi) und als Randsortimente im Lebensmittelmarkt
- ergänzende Dienstleistungen (u.a. Kreditinstitut); Wochenmarkt (Di, Fr, Sa) als zusätzlicher Frequenzbringer

Abb. 17: Stadtteilzentrum Berliner Platz

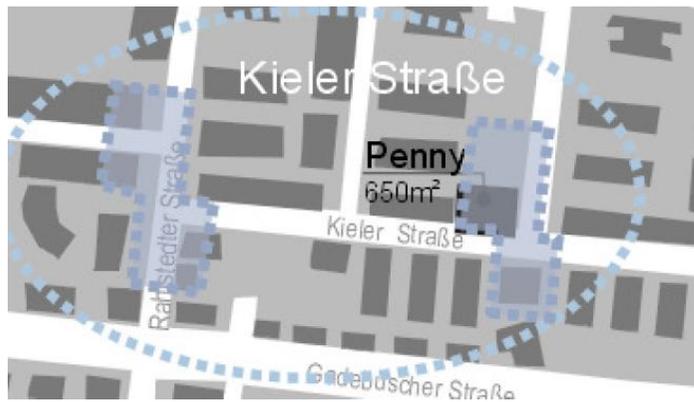


Quelle: CIMA 2013

3.6 Nahversorgungszentrum Kieler Straße

Das Nahversorgungszentrum Kieler Straße ist das Versorgungszentrum für die Lankower Bevölkerung. Dieser zentrale Versorgungsbereich ist zweigeteilt in die Standorte Kieler Straße/ Eutiner Straße und Kieler Straße/ Rahlstedter Straße (vgl. Abb. 18). Beide Standorte wurden im Einzelhandelskonzept 2005 aufgrund ihrer räumlichen Nähe als funktionale Einheit betrachtet. Magnetbetrieb ist der Lebensmitteldiscounter Penny, der inzwischen vom östlichen zum westlichen Standort umgesiedelt ist. Mehrere kleinere Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ergänzen das Warenangebot des Penny-Marktes.

Abb. 18: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Kieler Straße



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Die „Zweiteilung“ eines zentralen Versorgungsbereiches, wie im Einzelhandelskonzept 2005 vorgenommen, muss baurechtlich als problematisch angesehen werden, da nicht plausibel darlegbar ist, warum der Bereich zwischen den beiden funktional verbundenen ZV-Teilen nicht auch als zentraler Versorgungsbereich entwickelt werden kann. Die Abgrenzung des NVZ Kieler Straße

sollte vor diesem Hintergrund überprüft und angepasst werden, um hier Rechtssicherheit herzustellen.

Versorgungssituation im Nahversorgungszentrum Kieler Straße

- bedeutende Nahversorger: Penny
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 Lebensmitteldiscounter, 2 Bäckereien, 1 Fleischer, 1 Spezialitätengeschäft, 2 Kioske, 2 Apotheken, 2 Blumengeschäfte
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 1 Bekleidungsgeschäft, 1 Handarbeitsladen, 2 Optiker, 1 Sanitätshaus, 1 Sonderpostenmarkt (Tedi) und als Randsortimente im Lebensmittelmarkt
- ergänzende Dienstleistungen (u.a. Kreditinstitute, Ärzte, Versicherung)
- städtebauliche und funktionale Einheit in integrierter Lage

Abb. 19: Nahversorgungszentrum Kieler Straße



Quelle: CIMA 2013

3.7 Nahversorgungszentrum Güstrower Straße

Das Nahversorgungszentrum Güstrower Straße liegt im Norden Schwerins im Stadtteil Werdervorstadt im Kreuzungsbereich Güstrower Straße/ Ziegelseestraße. In einem eingeschossigen Gebäudekomplex sind ein Aldi- und ein Sky-Lebensmittelmarkt angesiedelt. Dem Gebäude vorgelagert ist ein großzügiger Parkplatz. Das Nahversorgungszentrum nimmt Versorgungsfunktionen für den Stadtteil Werdervorstadt und den südlichen Bereich von Lewenberg war.

Abb. 20: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Güstrower Straße



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Aufgrund des vergleichsweise geringen Besatzes ergänzender Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote zum gegenwärtigen Zeitpunkt infrage zu stellen, ob es sich bei diesem Standort überhaupt um einen zentralen Versorgungsbe- reich handelt. Allerdings befindet sich für eine Fläche nördlich des Aldi-/Sky- Gebäudes derzeit ein B-Plan in Arbeit, nach welchem ein Drogeriemarkt mit rd. 700 qm Verkaufsfläche (1.000 qm Grundfläche) sowie Dienstleistungs- und Gastronomieflächen auf 400 qm Grundfläche ermöglicht werden sollen. Daher sollte nach Umsetzung dieser Planung überprüft werden, ob der Standort die

Funktion eines Nahversorgungszentrums erfüllt. Außerdem müsste die beste- hende Abgrenzung nach Norden um den Vorhabenstandort erweitert werden.

Versorgungssituation im Nahversorgungszentrum Güstrower Straße

- bedeutende Nahversorger: Aldi und Sky
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 Lebens- mittelmarkt, 1 Lebensmitteldiscounter, 1 Bäckerei, 1 Kiosk
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 1 Handy-Shop und als Randsor- timente im Lebensmittelmarkt
- Handelsschwerpunkt im periodischen Bedarfsbereich
- wenig ergänzende Dienstleistungen (u.a. Friseur) und Gastronomie
- städtebauliche und funktionale Einheit in integrierter Lage

Abb. 21: Nahversorgungszentrum Güstrower Straße

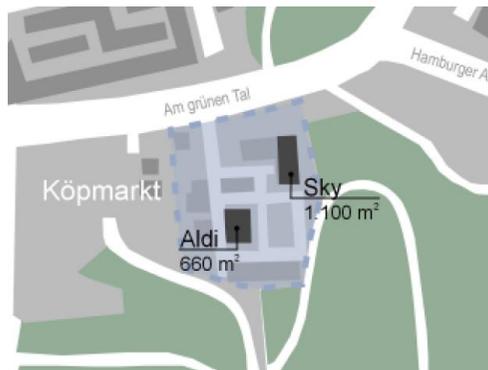


Quelle: CIMA 2014

3.8 Nahversorgungszentrum Köpmarkt

Der Standort Köpmarkt liegt in Randlage im Stadtteil Großer Dreesch unweit der Zentralen Versorgungsbereiche Berliner Platz und Dreescher Markt. Der Standort hat sich nach 1989 als Einzelhandelsschwerpunkt entwickelt (ohne B-Plan), wird erschlossen über eine Stichstraße von der Straße Am grünen Tal (B 321) und ist eher autokundenorientiert. Hauptanbieter sind die Lebensmittelmärkte Aldi und Sky und der Drogeriemarkt dm. Weitere Einzelhandelsbetriebe (u. a. Apotheke, Handy-Shop, Schuhgeschäft) und verschiedene Dienstleistungen ergänzen das umfangreiche Angebot am Köpmarkt.

Abb. 22: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Köpmarkt



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Obgleich der Standort Köpmarkt stark autokundenorientiert ist (vgl. auch die Ergebnisse der Passantenbefragung (Kap. 4.1)), so nimmt er doch auch eine fußläufige Versorgungsfunktion für die nördlich der Straße Am grünen Tal angrenzenden Wohngebiete wahr und kann somit als Nahversorgungszentrum klassifiziert werden.

Versorgungssituation im Nahversorgungszentrum Köpmarkt

- bedeutende Nahversorger: Aldi, Sky
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 Lebensmittelmarkt, 1 Lebensmitteldiscounter, 1 Bäckerei, 1 Getränkemarkt, 1 Tankstellenshop, 1 Apotheke, 1 Drogeriemarkt, 1 Blumengeschäft
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 3 Bekleidungsgeschäfte, 1 Schuhgeschäft, 1 Juwelier, 1 Optiker, 1 Geschäft für Fotozubehör, 1 Handy-Shop und als Randsortimente im Lebensmittelmarkt
- zahlreiche ergänzende Dienstleistungen (u.a. Friseur, Versicherung, Pflegedienst, Solarium, Ärzte) und Gastronomie

Abb. 23: Nahversorgungszentrum Köpmarkt



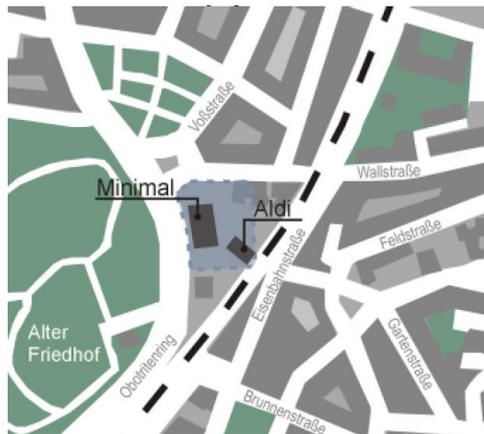
Quelle: CIMA 2014

3.9 Nahversorgungszentrum Paulsstadt/ Feldstadt

Das Nahversorgungszentrum Paulsstadt/ Feldstadt liegt im Kreuzungsbereich Obotritenring/ Wallstraße im Stadtteil Paulsstadt. Der Standort dient mit seinen Hauptanbietern Rewe (ehemals minimal) und Aldi der Nahversorgung der Bevölkerung der Stadtteile Paulsstadt, Feldstadt und Altstadt.

Weitere Einzelhandelsbetriebe sind an diesem Standort nicht vertreten. Im Gebäudekomplex an der Wallstraße sind einige wenige Dienstleister ansässig (u.a. Solarium, Pizza-Bringdienst).

Abb. 24: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Paulsstadt/ Feldstadt



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Anmerkung: ehem. Minimal ist heute Rewe

Aufgrund des vergleichsweise geringen Besatzes ergänzender Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote und vor allem aufgrund des nur sehr begrenzten räumlichen Erweiterungs-/Ergänzungspotenzials muss infrage gestellt werden, ob es sich bei diesem Standort überhaupt um einen zentralen Versorgungsbe- reich handelt. Nach Einschätzung der CIMA wäre der Standort eher als solitä-

rer Nahversorgungsstandort einzuordnen. Daher sollte die bestehende Ab- grenzung und Ausweisung als Nahversorgungszentrum in Zukunft kritisch hin- terfragt werden.

Versorgungssituation im Nahversorgungszentrum Paulsstadt/ Feldstadt

- bedeutende Nahversorger: Aldi, Rewe
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 Lebens- mittelmarkt, 1 Lebensmitteldiscounter
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: nur als Randsortimente in den Lebensmittelmärkten
- Wenig ergänzende Dienstleistungen (u.a. Solarium, Pizza-Bringdienst)

Abb. 25: Nahversorgungszentrum Paulsstadt/ Feldstadt



Quelle: CIMA 2014

3.10 Nahversorgungszentrum Lessingstraße

Das bipolare Nahversorgungszentrum Lessingstraße liegt im Stadtteil Weststadt. Trotz fehlender städtebaulicher Verbindung wurden die zwei Einzelhandelsstandorte „Lessingstraße Aldi/Sky“ und „Lessingstraße Edeka“ im Einzelhandelskonzept 2005 aufgrund ihrer räumlichen Nähe als eine funktionale Einheit aufgefasst.

Der Standort „Lessingstraße Aldi/Sky“ liegt am Ende der Lessingstraße in sackgassenartiger Lage. Die beiden Lebensmittler Aldi und Sky fungieren hier als Magnetbetriebe und werden flankiert vom Elektronikanbieter Euronics, dem Textildiscounter Kik und weiteren kleineren Einzelhandelsbetrieben.

Der Standort „Lessingstraße Edeka“ liegt im Kreuzungsbereich von Lessingstraße und Bertolt-Brecht-Straße und fungiert als Nahversorgungsstandort für die Bevölkerung der angrenzenden Großwohnsiedlung. Magnetbetrieb hier ist der Lebensmittelmarkt Edeka Scharfenberg. Dieser wird ergänzt durch eine Bäckerei und einen Blumenladen sowie verschiedene Dienstleistungsbetriebe.

Abb. 26: Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereich Lessingstraße



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Die „Zweiteilung“ eines zentralen Versorgungsbereiches, wie im Einzelhandelskonzept 2005 vorgenommen, muss baurechtlich als problematisch angesehen werden, da nicht plausibel darlegbar ist, warum der Bereich zwischen den beiden funktional verbundenen ZV-Teilen nicht auch als zentraler Versorgungsbereich entwickelt werden kann. Die Abgrenzung des NVZ Lessingstraße sollte vor diesem Hintergrund überprüft und angepasst werden, um hier Rechtssicherheit herzustellen.

Versorgungssituation im Nahversorgungszentrum Lessingstraße

- bedeutende Nahversorger: Aldi, Sky, Edeka
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 2 Lebensmittelmärkte, 1 Lebensmitteldiscounter, 2 Blumengeschäfte, 2 Bäckereien
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 1 Textildiscounter (Kik), 1 Elektronikfachmarkt, 1 Sonderpostenmarkt (Tedi) und als Randsortimente in den Lebensmittelmärkten
- Ergänzende Dienstleistungen (u.a. Kreditinstitut, Tagespflege, Friseur/Kosmetik) und Gastronomie

Abb. 27: Nahversorgungszentrum Lessingstraße, Standort Sky/Aldi



Quelle: CIMA 2014

Abb. 28: Nahversorgungszentrum Lessingstraße, Standort Edeka



Quelle: CIMA 2014

3.11 Sonderstandorte

Die Landeshauptstadt Schwerin verfügt über drei bedeutende nicht-integrierte Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels:

- Sieben-Seen-Center
- Margaretenhof
- Am Fasanenhof

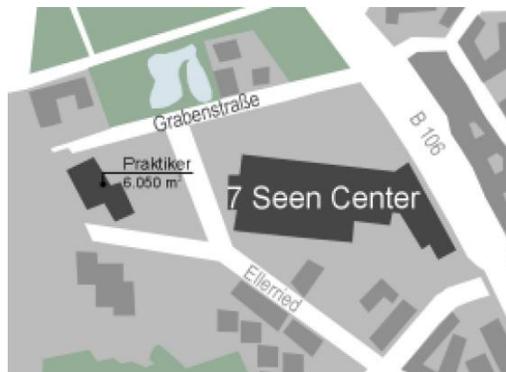
Diese Sonderstandorte werden im Folgenden ebenfalls kurz beschrieben.

3.11.1 Sonderstandort Sieben-Seen-Center

Das Sieben-Seen-Center ist mit über 20.000 qm Verkaufsfläche Schwerins bedeutendster Einzelhandelsstandort außerhalb der Innenstadt. Aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage an der B 106 generiert der Standort erhebliche Kaufkraftzuflüsse nicht nur aus dem gesamten Stadtgebiet, sondern auch aus dem Umland.

Das Sieben-Seen-Center liegt am Siedlungsrand des Stadtteils Krebsförden in städtebaulich nicht-integrierter Lage. Innerhalb des Centers fungieren vornehmlich das SB-Warenhaus real, der Textilmarkt Adler und der Elektromarkt Expert (zuvor Pro Markt) als großflächige Ankermieter. Zum Standortverbund des Sonderstandortes Sieben-Seen-Center zählt außerdem ein Hammer Einrichtungsfachmarkt in der Immobilie eines ehemaligen Praktiker Baumarktes.

Abb. 29: Sonderstandort Sieben-Seen-Center



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Anmerkung: ehem. Praktiker ist heute Hammer

An der Grabenstraße nördlich des Hammer-Marktes befinden sich außerdem u.a. ein Fressnapf Tierfutterfachmarkt, ein Dänisches Bettenlager Möbelfachmarkt sowie ein Küchenstudio. Diese sind gemäß der Abgrenzung im Einzel-

handelskonzept 2005 zwar nicht dem Sonderstandort Sieben-Seen-Center zugeordnet, tatsächlich sind diese aber nach Einschätzung der CIMA funktional dem Standortverbund zuzuordnen.

Versorgungssituation am Sonderstandort Sieben-Seen-Center

- bedeutende Nahversorger: SB Warenhaus real
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 SB-Warenhaus, 1 Optiker, 2 Spezialitätengeschäfte, 2 Schmuckgeschäfte, 2 Blumengeschäfte, 1 Parfümerie, 1 Apotheke, 21 Bäckereien, 2 Fleischeereien, 1 Getränkemarkt, 1 Drogeriemarkt, 1 Kiosk, 1 Tankstellenshop
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 7 Bekleidungsmärkte, 5 Handy-Shops, 1 Dänisches Bettenlager, 1 Kinderbekleidung, 2 Schuhgeschäfte, 1 Elektrofachmarkt, 1 Geschäft für Kfz-Zubehör, 1 Zoobedarf, 1 Fachmarkt für Heimausstattung, 1 Buchhandlung, 1 Sportgeschäft, 1 Schreibwarengeschäft, 1 Küchenmöbel, und als Randsortimente in den Lebensmittelmärkten, 1 Geschenkeladen, 1 PC-Geschäft
- Ergänzende Dienstleistungen (u.a. Postfiliale, Änderungsschneiderei, Kreditinstitut, Friseur, Schuh- und Schlüsseldienst, Gastronomie)

Abb. 30: Sonderstandort Sieben-Seen-Center



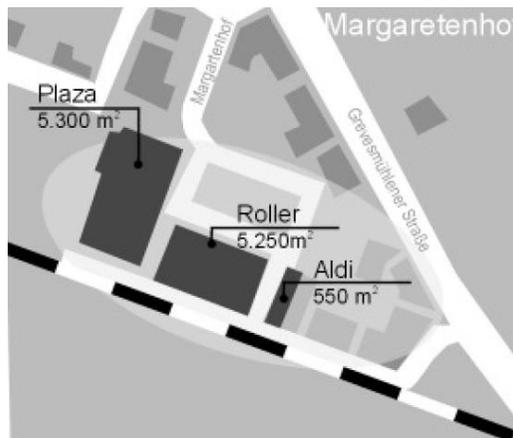
Quelle: CIMA 2014

3.11.2 Sonderstandort Margaretenhof

Der Sonderstandort Margaretenhof liegt städtebaulich nicht-integriert im Stadtteil Warnitz an der Grevesmühlener Straße. Der Standort ist aufgrund seiner Lage an der B 104 stark autokundenorientiert, verfügt aber über einen eigenen Regionalbahn-Haltepunkt und nimmt außerdem begrenzte Nahversorgungsfunktionen für die westlich der B 104 angrenzenden Wohngebiet wahr. Hauptanbieter sind die Lebensmittelmärkte Sky-XXL (ehem. Plaza) und Aldi sowie der Möbelmarkt Roller. Weitere Einzelhandelsbetriebe (u. a. Apotheke, Bekleidungsgeschäfte, Getränkemarkt) und verschiedene Dienstleistungen, Gastronomien und die Arbeitsagentur ergänzen das umfangreiche Angebot am Margaretenhof.

Die Angebotsvielfalt in diesem Gebiet hat sich in den letzten Jahren eher rückläufig entwickelt.

Abb. 31: Sonderstandort Margaretenhof



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Anmerkung: ehem. Plaza heute Sky XXL

Versorgungssituation am Sonderstandort Margaretenhof

- bedeutende Nahversorger: Sky XXL, Aldi
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 SB-Warenhaus, 1 Lebensmitteldiscounter, 2 Bäckereien, 1 Getränkemarkt, 1 Apotheke, 1 Blumengeschäft
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 4 Bekleidungsgeschäfte, 1 Geschäft für Zoobedarf, 1 Fahrradgeschäft, 2 Handy-Shops, 1 Matratzengeschäft, 1 Sex-Shop, 1 Möbelmarkt, 1 Elektromarkt (weiße Ware), 1 Baumschule
- Ergänzende Dienstleistungen (u.a. Kreditinstitut, Weiterbildungseinrichtungen, Waschcenter, Gastronomie)

Abb. 32: Sonderstandort Am Margaretenhof



Quelle: CIMA 2014

3.11.3 Sonderstandort Am Fasanenhof

Innerhalb des ausgeprägten Gewerbegebietes Görries befindet sich der auto-kundenorientierte Sonderstandort Am Fasanenhof. Hauptanbieter dieser Agglomeration ist der Verbrauchermarkt¹² HIT (zzgl. Getränkemarkt). Weitere bedeutende Mieter sind ein Babyfachmarkt und ein Sonderpostenmarkt.

Abb. 33: Abgrenzung Sonderstandort Am Fasanenhof



Quelle: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse 2005)

Anmerkung: ehem. Ping Pong Möbel ist heute Toco Sonderpostenmarkt

Versorgungssituation am Sonderstandort Am Fasanenhof

- bedeutende Nahversorger: Verbrauchermarkt HIT
- Betriebe mit Angeboten aus dem periodischen Bedarfsbereich: 1 Verbrauchermarkt, 1 Tankstellenshop, 1 Bäckerei, 1 Kiosk, 1 Getränkemarkt, 1 Blumengeschäft
- Angebot im aperiodischen Bedarfsbereich: 2 Geschäfte für Zoobedarf, 1 Auto-Hifi-Geschäft, 1 Babyfachmarkt, 1 Fliesenmarkt, 1 Sonderpostenmarkt
- Ergänzende Dienstleistungen (u.a. Postfiliale)

Abb. 34: Sonderstandort Am Fasanenhof



Quelle: CIMA 2014

¹² Verbrauchermärkte sind definiert als Lebensmittelvollsortimenter mit Verkaufsflächen ab 1.500 qm bis zu 5.000 qm (vgl.: Von der CIMA differenzierte Betriebstypen, S. 82)

3.12 Übersicht Schweriner Zentrenstruktur

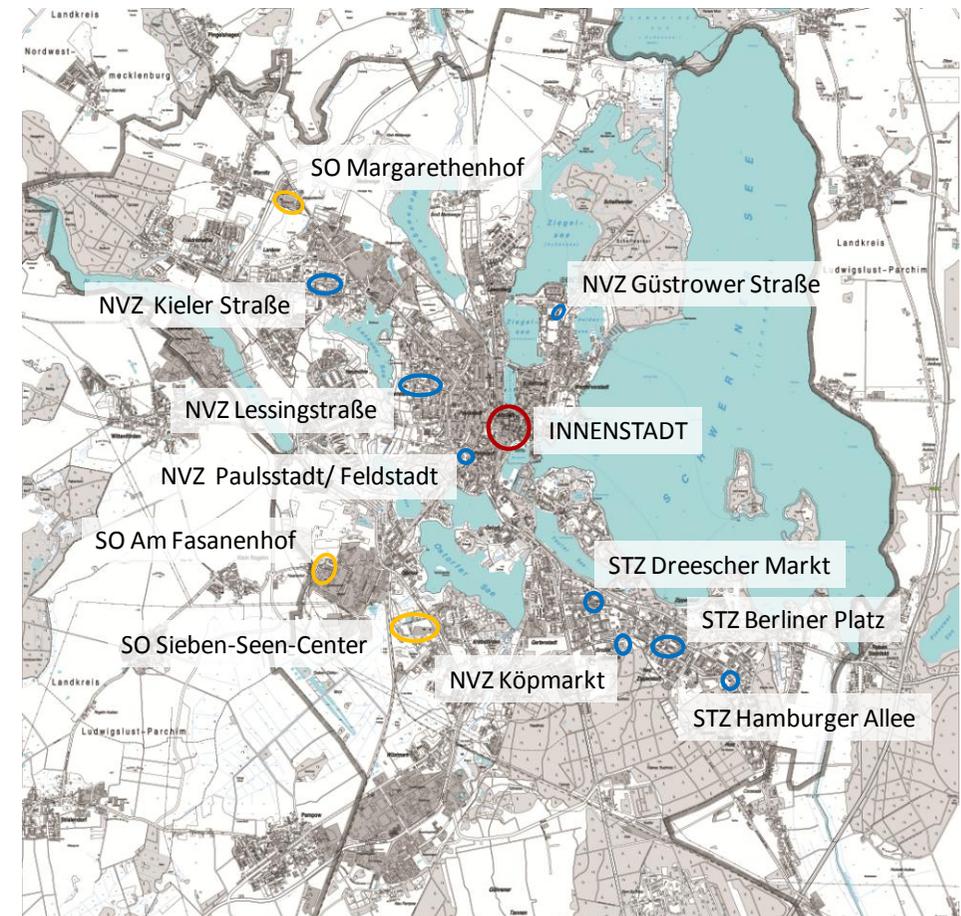
Wie der nebenstehenden Karte Abb. 35 zu entnehmen ist, sind die zentralen Versorgungsbereiche und die Sondergebietsstandorte relativ gleichmäßig über das gesamte Siedlungsgebiet Schwerins verteilt. So ist kein größerer Siedlungsbereich vorzufinden, welcher nicht durch einen zentralen Versorgungsbereich in annehmbarer Entfernung versorgt wäre. Zusammen mit den solitären Nahversorgungsstandorten kann damit insgesamt von einer guten wohnortnahen Versorgungsfunktion in Schwerin ausgegangen werden.

Die Schweriner Innenstadt als Hauptgeschäftszentrum befindet sich zentral im Stadtgebiet. Sie ist sowohl per Pkw als auch per ÖPNV (Straßenbahn, Bus) sehr gut angebunden und damit aus dem gesamten Stadtgebiet sowie aus dem regionalen Umland gut zu erreichen. Mit einem Anteil von rd. 28 % (rd. 54.500 qm) an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (rd. 194.600 qm) kann der innerstädtische Verkaufsflächenanteil durchaus noch in moderatem Umfang als ausbaufähig betrachtet werden. Nach Erfahrungen der CIMA liegt die kritische Angebotsmasse einer erfolgreichen Innenstadt bei einem Verkaufsflächenanteil von etwa 30-35 % der Gesamtstadt. Problematisch bei der Schweriner Innenstadt ist vor allem, dass ein erheblicher Teil der Verkaufsflächen sich innerhalb der Shoppingcenter (Schlosspark Center, Marienplatz Galerie) befindet, weshalb für Besucher keine typische innerstädtische Hauptlage mit dichtem und attraktivem Einzelhandelsbesatz erlebbar wird. Neuansiedlungen in der Schweriner Innenstadt sollten daher primär dazu genutzt werden, die innerstädtischen Einkaufsstraßen außerhalb der Center zu stärken und wieder zu attraktiven „Shoppingmeilen“ zu entwickeln.

Die drei großflächigen Sonderstandorte – insbesondere das Sieben-Seen-Center – stellen zusätzlich bedeutende Konkurrenzstandorte für die Innenstadt dar. Insbesondere für Besucher aus der Region stellen diese Standorte aufgrund ihrer verkehrsgünstigen Lage eine attraktive Alternative zur Innenstadt dar. Zukünftig sollte daher auf einen restriktiven Umgang bei zentrenrelevanten

Neuansiedlungen an den Sonderstandorten geachtet werden, um den Konkurrenzdruck für die Innenstadt nicht noch weiter zu erhöhen.

Abb. 35: Übersicht über die Zentrenstruktur in Schwerin



Kartenbasis: Stadt Schwerin, Amt für Stadtentwicklung 2014
Bearbeitung: CIMA 2014

4 VERTIEFENDE BETRACHTUNG: DIE STADTTEILE GROSSER DREESCH, NEU ZIPPENDORF & MUESSER HOLZ

4.1 Passantenbefragung

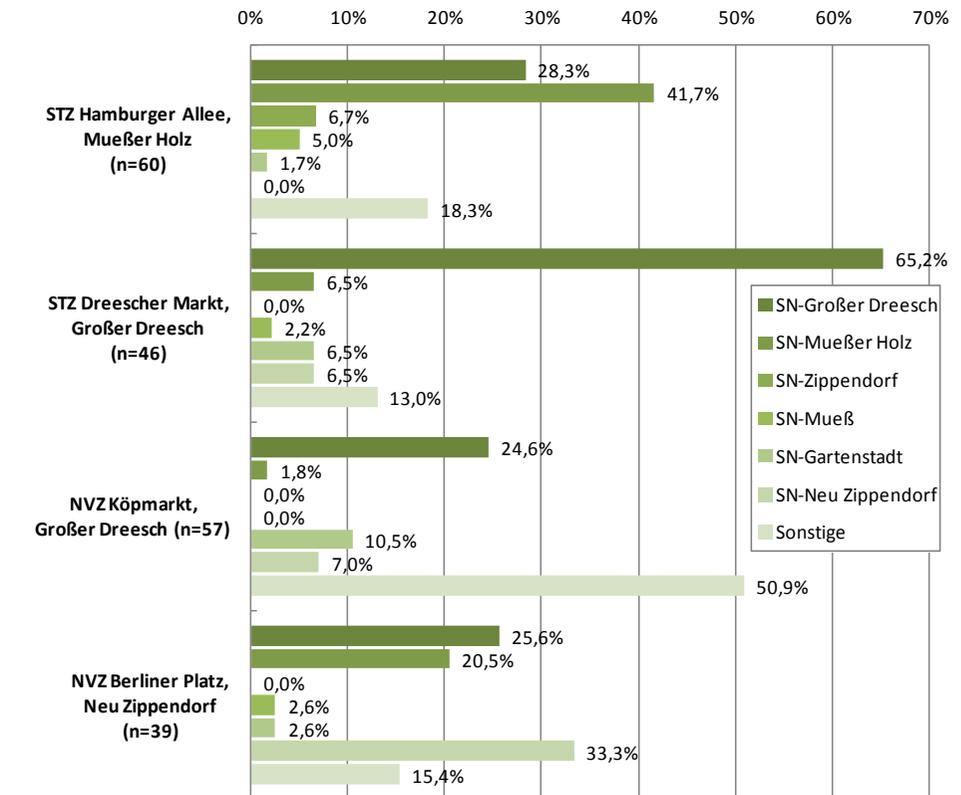
Im Rahmen einer vertiefenden Betrachtung der Stadtteile Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz sollten dortige Passanten die gegenwärtige Versorgungssituation in Ihrem Stadtteil bewerten. Zu diesem Zweck wurde von mehreren CIMA-Mitarbeitern an **drei Wochentagen** (19.11., 25.11. und 02.12.2013) eine **stichprobenartige Befragung** durchgeführt. Die befragten Bürger hatten die Möglichkeit, ihre Meinungen, Anregungen und Wünsche in den Prozess der Untersuchungen zur Verbesserung der Einkaufsmöglichkeiten in den drei genannten Stadtteilen einzubringen. Thematisch wurde der Schwerpunkt der Befragung gelegt auf:

- Soziodemographische Rahmendaten,
- individuelles Einkaufs- und Versorgungsverhalten,
- persönliche Einschätzungen zu den Angeboten in den betreffenden Stadtteilen sowie
- Stärken, Schwächen sowie Verbesserungsvorschläge.

An den vier Einzelhandelsstandorten Hamburger Allee, Berliner Platz, Dreescher Markt und Köpmarkt wurde mit insgesamt **202 Passanten** ein Kurzinterview geführt. Diese Anzahl an Befragungsteilnehmern macht deutlich, dass es sich nicht um eine repräsentative Befragung, sondern lediglich um eine stichprobenartige Befragung handelt. Gleichwohl bieten die Befragungsergebnisse einen übersichtlichen Einblick in das Meinungsbild der Einwohner und Besucher der betreffenden Einkaufsstandorte und lässt Rückschlüsse auf die Größe der Einzugsgebiete zu. Die Befragung hat jedoch keinen Anspruch auf Allgemeingültigkeit und Repräsentativität.

4.1.1 Herkunft der Besucher

Abb. 36: „In welchem Stadtteil/ Ort wohnen Sie?“



Quelle: CIMA Passantenbefragung 2013

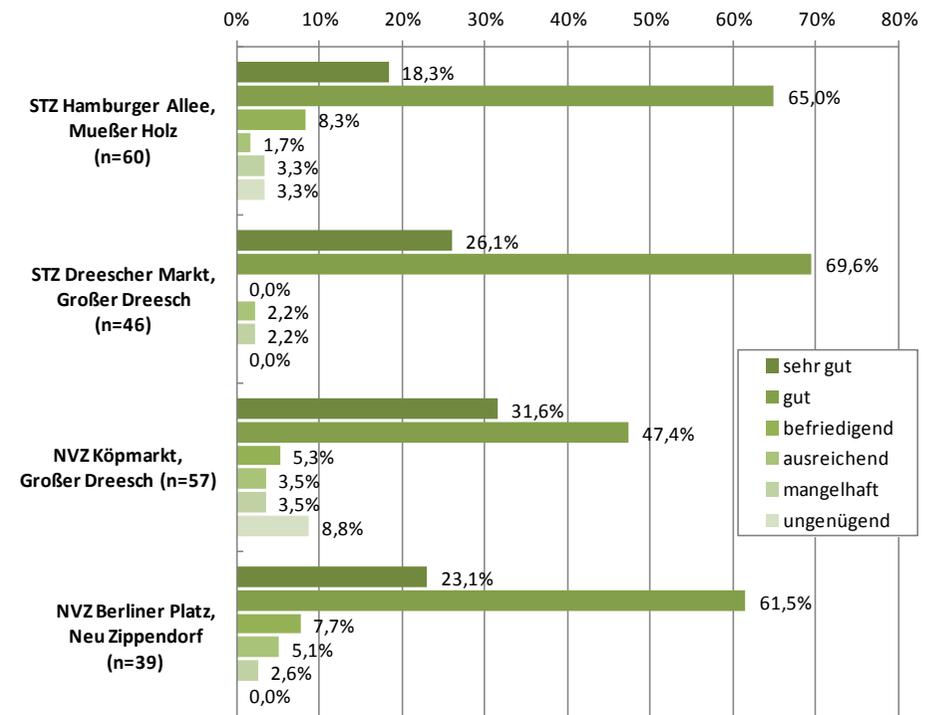
Bearbeitung: CIMA 2014

Aus der Befragung nach der Herkunft der Besucher/ Passanten geht folgendes hervor:

- Im Stadtteilzentrum Hamburger Allee kam der größte Anteil der Befragten (41,7 %) aus dem eigenen Stadtteil. Auffällig ist aber, dass mit 28,3 % auch ein Großteil der Besucher aus dem Stadtteil Großer Dreesch stammt, obwohl dieser Stadtteil relativ weit entfernt liegt. Hingegen konnte kein Besucher aus Schwerin- Neu Zippendorf angetroffen werden, obwohl dieser Stadtteil direkt an Mueßer Holz angrenzt. Mit 18,3 % kommt ein bedeutender Anteil der Befragten außerdem aus sonstigen Stadtteilen und Orten. Dies ist insofern bemerkenswert, als der Standort nicht an einer übergeordneten Hauptverkehrsachse liegt und die Pkw-Erreichbarkeit daher vergleichsweise unattraktiv ist.
- Am Stadtteilzentrum Dreescher Markt dominierten deutlich die Befragten aus dem eigenen Stadtteil (65,2 %). Den zweithöchsten Anteil machen Befragte aus sonstigen Stadtteilen und Orten aus (13,0 %; davon 6,5 % aus Gartenstadt), wohingegen aus den Stadtteilen Neu Zippendorf und Mueßer Holz nur jeweils 6,5 % der Befragten stammten.
- Am ebenfalls im Stadtteil großer Dreesch gelegenen Nahversorgungszentrum Köpmarkt stammen demgegenüber nur vergleichsweise wenige Besucher aus dem eigenen Stadtteil (24,6 %). Mit 50,9 % der Befragten dominieren hier deutlich Besucher aus sonstigen Stadtteilen und Orten. Dies dürfte primär auf die verkehrsgünstige Lage an der B 321 zurückzuführen sein. Offenbar ist der Standort Köpmarkt vor allem für Pendler und andere Pkw-Kunden aus weiter entfernten Orten attraktiv.
- Am Stadtteilzentrum Berliner Platz in Neu Zippendorf wurden nicht nur aus dem eigenen Stadtteil (33,3 %), sondern auch aus den benachbarten Stadtteilen Großer Dreesch (25,6 %) und Mueßer Holz (20,5 %) hohe Besucheranteile erfasst. 15,4 % stammten außerdem aus sonstigen Stadtteilen und Orten.

4.1.2 Bewertung der Einkaufsmöglichkeiten

Abb. 37: „Wie würden Sie die Einkaufsmöglichkeiten in Ihrem Stadtteil/ Ort für die Waren des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Droge- riewaren, Zeitschriften, Arzneimittel etc.) insgesamt beurteilen?“ (in Schulnoten)



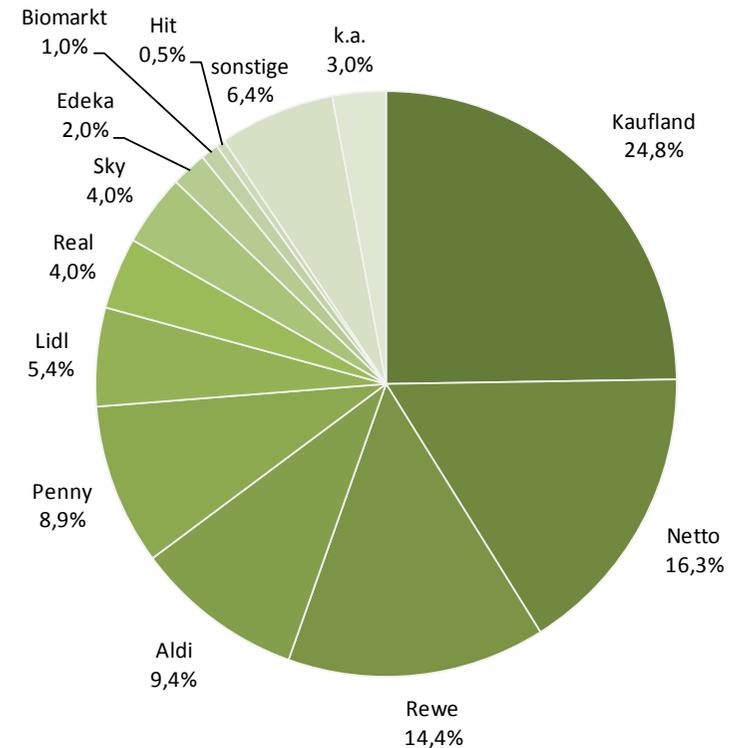
Quelle: CIMA Passantenbefragung 2013
Bearbeitung: CIMA 2014

- Am Standort Stadtteilzentrum Hamburger Allee bewerteten über 83 % der Befragten die Nahversorgungsmöglichkeiten an ihrem Wohnort mit „sehr gut“ oder „gut“. 10,0 % gaben eine mittlere Bewertung an („befriedigend“ oder „ausreichend“), 6,7% gaben eine negative Bewertung („mangelhaft“ oder „ungenügend“).
- Am Standort Dreescher Markt wurden insgesamt sehr gute Bewertungen abgegeben. Über 95 % der Befragten gaben als Bewertung „sehr gut“ oder „gut“ an, nur jeweils 2,2 % gaben „ausreichend“ und „mangelhaft“ an. Niemand bewertete hier die Nahversorgung als „ungenügend“.
- Am Nahversorgungszentrum Köpmarkt bewerteten rd. 79 % die Nahversorgungssituation als „sehr gut“ oder „gut“, wobei hier mit 31,6 % unter allen Standorten am häufigsten die Bewertung „sehr gut“ abgegeben wurde. Gleichzeitig ist hier aber der Anteil der negativen Bewertungen mit 12,3 % mit Abstand am höchsten (3,5 % „mangelhaft“, 8,8 % „ungenügend“).
- Am Stadtteilzentrum Berliner Platz wurden knapp 85 % „sehr gute“ bzw. „gute“ Bewertungen abgegeben. Die mittleren Bewertungen („befriedigend“ oder „ausreichend“) liegen bei 12,3 % und mit 2,6 % gab es hier ähnlich wenige negative Bewertungen wie am STZ Dreescher Markt.

Alle Befragten, die ihren Stadtteil schlechtere Schulnoten als „gut“ gaben, wurden gebeten, diese Bewertung zu begründen: „Warum beurteilen Sie die Nahversorgung in Ihrem Stadtteil/Ort nur als befriedigend/ ausreichend/ mangelhaft/ ungenügend?“ Dabei kam es zu 27 Nennungen: Ein Großteil dieser Antworten kritisierte das „mangelhafte Angebot“ – und zwar an allen vier Standorten. An der Hamburger Allee wurde zusätzlich noch genannt: „fehlende Drogerie“, „Baumarkt fehlt“, „Ambiente“, „Klamottenläden fehlen“ und „Auswahl Real“. Die Befragten am Berliner Platz konkretisierten die Kritik mit „zu große Entfernung“, „fehlendes Kaufhaus“, „nicht alles, was nötig“ und „zu viele Discounter; Bäcker und Fleischer fehlen“. Der Dreescher Markt zeichnet sich auch bei dieser Frage durch eine relative große Zufriedenheit aus. Die zwei Nennungen entfallen auf das mangelhafte Angebot und auf die „Entfernung“. Am Köpmarkt gab es zusätzlich zur Angebotskritik (8 Nennungen) die Einzelnennungen „keine Drogerie“, „nur Norma“, „alles zu“.

4.1.3 Haupteinkaufsort für Lebensmittel

Abb. 38: „Können Sie uns bitte den Ort und das Geschäft nennen, in dem Sie Lebensmittel meistens einkaufen?“



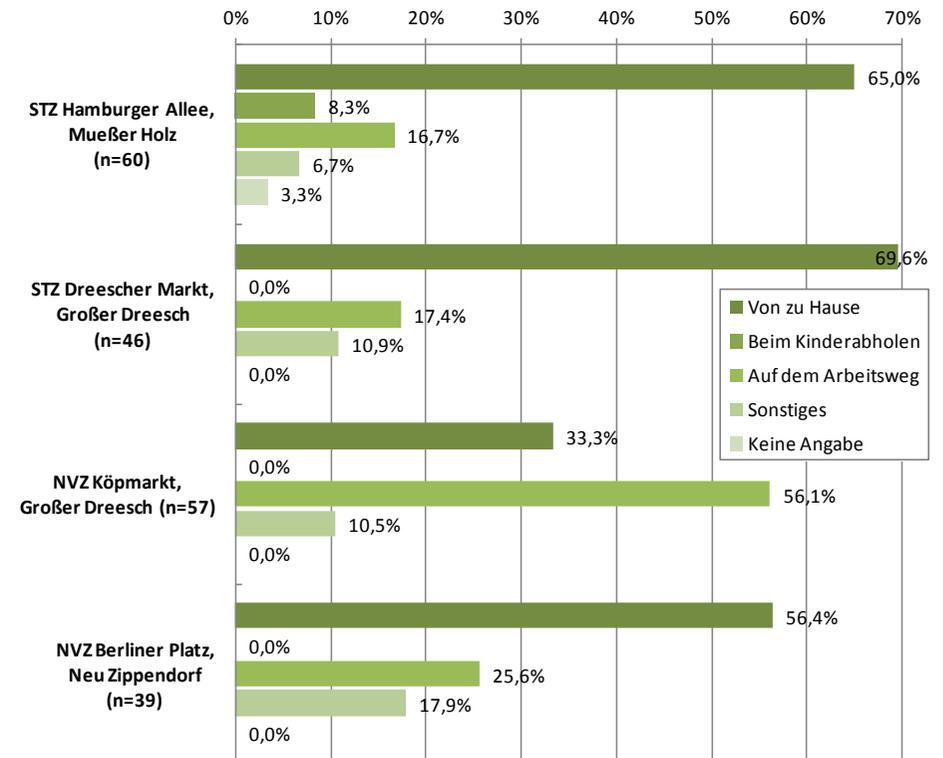
Quelle: CIMA Passantenbefragung 2013
Bearbeitung: CIMA 2014

Aufgrund der geringen Stichprobengröße und der Differenziertheit der Antworten ist eine Auswertung nach Geschäft und Ort nicht möglich. Eine Auswertung nur nach dem Geschäft ergibt aber Folgendes:

- Rund ein Viertel der Befragten kauft seine Lebensmittel am häufigsten in einem Kaufland Verbrauchermarkt (also überwiegend im Stadtteilzentrum Hamburger Allee) ein.
- 16,3 % der Befragten kauft am häufigsten bei einem Netto Lebensmittel-discounter ein. Die Antworten entfallen hier auf zahlreiche verschiedene Netto-Standorte und lassen sich nicht nach Netto Markendiscout und Netto Dansk unterscheiden.
- Rd. 14,4 % nannten die Verbrauchermärkte und Supermärkte von Rewe als häufigsten Einkaufsort für Lebensmittel.
- Auf die übrigen Lebensmitteldiscounter Aldi, Penny und Lidl entfallen mit 9,4 %, 8,9 % bzw. 5,4 % geringere Anteile.
- Auf die Real SB-Warenhäuser (4,0 %) sowie die Verbrauchermärkte von Sky (4,0 %) und Edeka (2,0%) entfallen ebenfalls nur geringe Anteile.

4.1.4 Kopplung des Einkaufs

Abb. 39: „4. Bei welcher Gelegenheit erledigen Sie hauptsächlich Ihre Lebensmittel-Einkäufe?“



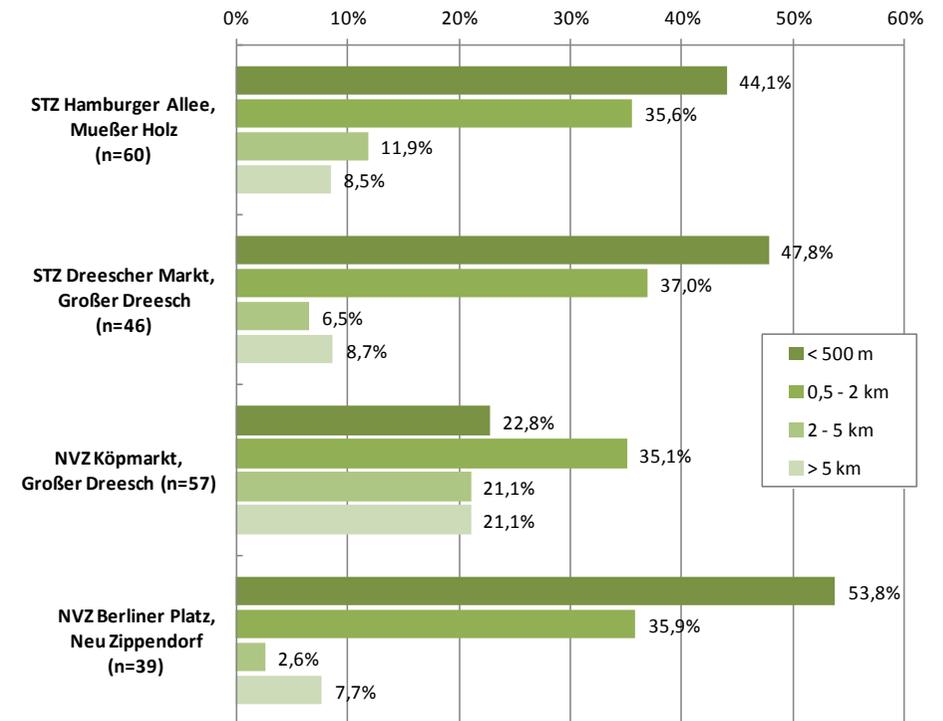
Quelle: CIMA Passantenbefragung 2013

Bearbeitung: CIMA 2014

- Im Stadtteilzentrum Hamburger Allee erledigt der Großteil der befragten Besucher (65,0%) die Lebensmitteleinkäufe überwiegend von zu Hause aus. 16,7 % erledigen die Einkäufe auf dem Arbeitsweg.
- Ähnlich sind die Werte auch im Stadtteilzentrum Dreescher Markt. Hier gaben 69,6 % an, die Einkäufe von zu Hause aus zu erledigen und 17,4% auf dem Arbeitsweg.
- Das Nahversorgungszentrum Köpmarkt suchen hingegen nur 33,3 % der Kunden von zu Hause aus auf. Hier gab der überwiegende Teil der befragten an, die Einkäufe auf dem Arbeitsweg zu erledigen (56,1 %). Dieses Ergebnis betätigt die Vermutung, dass der Standort Köpmarkt aufgrund der verkehrsgünstigen Lage vor allem bei Pendlern beliebt ist.
- Beim Stadtteilzentrum Berliner Platz ist wiederum „von zu Hause aus“ die häufigste Antwort (56,4 %), hier kommt aber auch das Einkaufen auf dem Arbeitsweg auf einen vergleichsweise hohen Wert (25,6 %).

4.1.5 Entfernung vom Wohnort zum Einkaufsort

Abb. 40: „In welcher Entfernung von Ihrem Wohnort befindet sich der Einkaufsort, an dem Sie sich hauptsächlich mit Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmitteln) eindecken?“



Quelle: CIMA Passantenbefragung 2013

Bearbeitung: CIMA 2014

- Sowohl bei den Stadtteilzentren Hamburger Allee und Dreescher Markt als auch beim Stadtteilzentrum Berliner Platz wird deren Nahversorgungsfunktion deutlich. Jeweils die häufigste Nennung bei der Frage nach der Entfernung vom Wohnort zum Einkaufsort war die Kategorie „< 500 m“ (44,1 % / 47,8 % / 53,6 %), also eine Distanz, die noch als fußläufig erreichbar gilt. Die zweithäufigste Antwort war hier jeweils die Kategorie „0,5 – 2 km“ (35,6 % / 37,0 % / 35,9 %). Auf die längeren Distanzen entfielen dementsprechend nur geringere Anteile.
- Demgegenüber wurde am Nahversorgungszentrum Köpmarkt am häufigsten die Antwort „0,5 – 2 km“ genannt (35,1 %). Auf die weiteren Distanzen „2 – 5 km“ und „> 5 km“ entfielen mit jeweils 21,1 % in etwa genauso viele Antworten wie auf die geringe Distanz „< 500 m“. Dieses Ergebnis bekräftigt wiederum die Annahme, dass der Standort Köpmarkt ein bei Pkw-Kunden/ Pendlern beliebter Standort mit nur untergeordneter Nahversorgungsfunktion ist.

4.1.6 Qualitative Bewertung der einzelnen Standorte

Nachfolgend werden die einzelnen Standorte detaillierter auf Basis der subjektiven Empfindungen der jeweiligen Antworten der Passanten analysiert. Die abgefragten subjektiven Empfindungen sind die Aspekte „Erreichbarkeit und Nähe zum Wohnort“, „Angebotsvielfalt und Angebotsqualität“, „Einkaufsatmosphäre“, „Service und Beratung“ sowie „Preisniveau“.

Abb. 41: „Wie bewerten Sie das Einkaufserlebnis für Waren des täglichen Bedarfs hier an diesem Einkaufsort (jeweiliger Befragungsstandort) im Bezug auf folgende Aspekte?“ (in Schulnoten)

	STZ Hamburger Allee, Mueßer Holz (n=60)	STZ Dreescher Markt, Großer Dreesch (n=46)	NVZ Köpmarkt, Großer Dreesch (n=57)	NVZ Berliner Platz, Neu Zippendorf (n=39)
Erreichbarkeit und Nähe zum Wohnort	1,8	1,7	2,2	1,8
Angebotsvielfalt und Angebotsqualität	2,1	2,0	2,2	2,1
Einkaufsatmosphäre	2,3	2,2	2,4	2,2
Service und Beratung	2,4	2,5	2,5	2,6
Preisniveau	2,6	2,6	2,5	2,4
Gesamtnote	2,2	2,2	2,4	2,2

Quelle: CIMA Passantenbefragung 2013

Bearbeitung: CIMA 2014

- Bei den einzelnen qualitativen Kriterien schneidet an allen Standorten die Kategorie „Erreichbarkeit und Nähe zum Wohnort“ am besten ab, wobei dem Stadtteilzentrum Dreescher Markt mit einer Note von 1,7 die beste Erreichbarkeit bescheinigt wird. Das Stadtteilzentrum Hamburger Allee und das Stadtteilzentrum Berliner Platz werden mit 1,8 ähnlich gut bewertet. Die Erreichbarkeit und Nähe zum Wohnort des Nahversorgungszentrums Köpmarkt wird demgegenüber mit der Note 2,2 deutlich schlechter bewertet.
- Die Kategorie „Angebotsvielfalt und Angebotsqualität“ wird insgesamt am zweitbesten bewertet. Auch hier liegt das Stadtteilzentrum Dreescher Markt vorn (2,0), gefolgt vom Stadtteilzentrum Hamburger Allee und dem Stadtteilzentrum Berliner Platz (jeweils 2,1). Das Nahversorgungszentrum Köpmarkt wird auch hier am schlechtesten bewertet (2,2).
- Die Einkaufsatmosphäre wird im Stadtteilzentrum Dreescher Markt und dem Stadtteilzentrum Berliner Platz (jeweils 2,2) besser bewertet als im Stadtteilzentrum Hamburger Allee (2,3) und dem Nahversorgungszentrum Köpmarkt (2,4).
- Vergleichsweise schlecht bewertet wird insgesamt die Kategorie „Service und Beratung“. Hier führt wiederum das Stadtteilzentrum Hamburger Allee mit der Note 2,4, gefolgt vom Stadtteilzentrum Dreescher Markt und dem Nahversorgungszentrum Köpmarkt (jeweils 2,5). Am schlechtesten werden Service und Beratung im Stadtteilzentrum Berliner Platz bewertet (2,6).
- Die Kategorie „Preisniveau“ wird ebenfalls insgesamt vergleichsweise schlecht bewertet. Hier führt das Stadtteilzentrum Berliner Platz, gleichwohl mit einer unterdurchschnittlichen Note von 2,4, gefolgt vom Nahversorgungszentrum Köpmarkt mit 2,5. Das Preisniveau der Stadtteilzentren Hamburger Allee und Dreescher Markt wird jeweils mit 2,6 bewertet.

4.1.7 Angebotslücken

Bei der Frage „**Wenn Sie an das Warenangebot des täglichen Bedarfs in Neu Zippendorf, Mueßer Holz und Großer Dreesch denken: Was vermissen Sie am meisten?**“ wurden insgesamt nur wenige Nennungen vorgebracht. Aus den 202 Befragungen wurden nur 26 Nennungen aufgenommen.

Am häufigsten wurde das Fehlen eines **Drogeriemarktes** bzw. von Drogerieartikeln bemängelt (10 Nennungen).

Jeweils zwei Nennungen entfielen auf einen **Vollsortimenter** sowie auf **Ta-bakwaren**.

Darüber hinaus gab es die folgenden Einzelnennungen:

- Angebotsvielfalt
- Babynahrung
- Cafe's
- Freizeitangebote
- Gastronomie, Musik
- Kinderbekleidung
- Kino
- Kleidung
- Naturkostladen
- Non-Food-Artikel
- Qualität
- Schreibwaren

4.2 Die drei Stadtteile im Überblick

- Alle drei untersuchten Stadtteile weisen im Zeitraum von 2004 bis 2013 einen deutlichen Bevölkerungsrückgang von auf: Großer Dreesch (-10,5 %), Neu Zippendorf (-20,2 %) und Mueßer Holz (-28,5 %). Dies liegt deutlich über dem Bevölkerungsrückgang in der Gesamtstadt (- 6,2 %)¹³.
- Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten ist in allen drei Fördergebieten im direkten Vergleich der Jahre 2004 und 2012 gesunken: im Stadtteil Großer Dreesch um 5,3 %, in Neu Zippendorf um 15,6 % und in Mueßer Holz im 21,4 %. In der Gesamtstadt lag der Rückgang bei 0,5 %.

Abb. 42: Bevölkerungsentwicklung und sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in den drei Stadtteilen

Ausgewählte sozioökonomische Rahmendaten der Stadtteile Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz in Schwerin				
Indikatoren		Stadtteil Großer Dreesch	Stadtteil Neu Zippendorf	Stadtteil Mueßer Holz
Bevölkerungs-entwicklung	30.06.2004	8.847	6.686	13.798
	30.06.2005	8.709	6.127	13.124
	30.06.2006	8.410	6.351	12.127
	30.06.2007	8.347	5.993	11.621
	30.06.2008	8.211	5.766	10.524
	30.06.2009	8.052	5.972	11.073
	30.06.2010	8.063	5.591	10.128
	30.06.2011	8.120	5.487	9.815
	30.06.2012	8.018	5.418	9.783
	30.06.2013	7.922	5.333	9.871
+/- in % 2004-2013		-10,46	-20,24	-28,46

Quelle: Bürgeramt Schwerin, Stand 13.01.2013

Indikatoren		Stadtteil Großer Dreesch	Stadtteil Neu Zippendorf	Stadtteil Mueßer Holz
sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort)	30.06.2004	k.A.	k.A.	k.A.
	30.06.2005	2.377	1.478	3.228
	30.06.2006	2.369	1.487	3.129
	30.06.2007	2.304	1.414	2.913
	30.06.2008	2.308	1.402	2.808
	30.06.2009	2.330	1.369	2.736
	30.06.2010	2.258	1.250	2.558
	30.06.2011	2.320	1.269	2.501
	30.06.2012	2.252	1.248	2.538
+/- in % 2004-2012		-5,26	-15,56	-21,38

Quelle: Bürgeramt Schwerin, Stand 14.01.2013

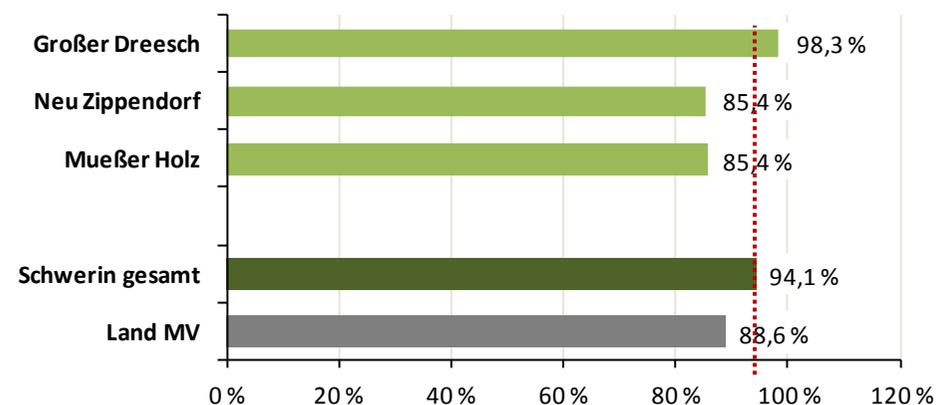
¹³ Einwohnerdaten auf Stadtteilebene stammen vom Bürgeramt Schwerin (vorläufige Einwohnerzahl mit Hauptwohnsitz); diese liegen für die Gesamtstadt (96.547) höher als die Daten des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern auf Basis Zensus 2011 (91.482; jeweils zum 30.06.2013). Daher wäre auch auf Stadtteilebene von abweichenden Einwohnerzahlen nach Zensus 2011 auszugehen.

4.2.1 Angebots- und Nachfragesituation

Die nebenstehende Abbildung stellt die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der Stadtteile Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz im Vergleich zur Gesamtstadt und zum Landesdurchschnitt Mecklenburg-Vorpommerns dar:

- Der Stadtteil Großer Dreesch weist eine Kaufkraftkennziffer auf, die mit 98,3 % zwar unter dem Bundesdurchschnitt (= 100 %) liegt, die jedoch über dem gesamtstädtischen Durchschnittswert Schwerins (94,1 %) liegt und außerdem signifikant höher ist als die Kaufkraftkennziffer der Stadtteile Neu Zippendorf und Mueßer Holz.
- Im Vergleich dazu ist die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in den Stadtteilen Neu Zippendorf und Mueßer Holz mit 85,4 % deutlich unterdurchschnittlich. Dieser Wert liegt sowohl signifikant unter dem gesamtstädtischen Durchschnittswert Schwerins (94,1 %) und auch unterhalb des landesweiten Durchschnitts (88,6 %).

Abb. 43: Kaufkraftkennziffern der Stadtteile im Vergleich



Quelle: MB Research GmbH 2013
Bearbeitung: CIMA 2014

Basierend auf den stadtteilspezifischen Kaufkraftkennziffern und Einwohnerzahlen errechnen sich die folgenden Nachfragepotenziale:

Abb. 44: Warengruppenspezifische Nachfragepotenziale der Stadtteile

CIMA Warengruppe	Nachfragepotenzial in Mio. €			
	Großer Dreesch	Neu Zippendorf	Mueßer Holz	Landeshauptstadt Schwerin gesamt
Periodischer Bedarf insgesamt	23,1	13,4	24,9	255,8
Lebensmittel, Reformwaren	16,2	9,4	17,5	179,7
Gesundheit und Körperpflege	6,2	3,6	6,6	68,3
Zeitschriften, Schnittblumen	0,7	0,4	0,8	7,9
Aperiodischer Bedarf insgesamt	20,9	12,1	22,6	232,1
Persönlicher Bedarf insgesamt	6,7	3,9	7,3	74,6
Bekleidung, Wäsche	3,7	2,2	4,0	41,4
Schuhe, Lederwaren	1,2	0,7	1,3	13,8
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	1,8	1,0	1,9	19,5
Medien und Technik insgesamt	4,6	2,7	5,0	51,1
Bücher, Schreibwaren	0,9	0,5	1,0	10,1
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	3,7	2,1	4,0	41,1
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	2,2	1,3	2,4	24,2
Sportartikel, Fahrräder	1,2	0,7	1,3	13,9
Spielwaren	0,4	0,3	0,5	4,9
Hobbybedarf, Zooartikel	0,5	0,3	0,5	5,4
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,7	0,4	0,7	7,7
Einrichtungsbedarf insgesamt	3,0	1,8	3,3	33,6
Möbel, Antiquitäten	2,5	1,4	2,7	27,3
Heimtextilien	0,6	0,3	0,6	6,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf	3,7	2,1	4,0	40,9
Einzelhandel insgesamt	44,0	25,5	47,5	487,9
<i>Einwohner (Stand 30.06.2013)</i>	<i>7.892</i>	<i>5.270</i>	<i>9.803</i>	<i>91.482</i>

Quellen: MB-Research GmbH, Bürgeramt Schwerin, CIMA 2014

Die Betrachtung der **warengruppenspezifischen Einzelhandelszentralitäten** zeigt teilweise deutliche Unterschiede zwischen den einzelnen Stadtteilen:

- In der Warengruppe **Lebensmittel, Reformwaren** liegt die Einzelhandelszentralität in Neu Zippendorf bei nur 45 %. Dies bedeutet, dass saldiert mehr Kaufkraft aus dem Stadtteil abfließt, als aus anderen Orten zufließt. Es werden also deutliche Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtteil ablesbar, woraus sich entsprechende Potenziale bzw. Notwendigkeiten für Angebotsverbesserungen ergeben. In den Stadtteilen Großer Dreesch und Mueßer Holz werden hingegen Einzelhandelszentralität von 118 % bzw. 119 % und damit saldierte Kaufkraftzuflüsse in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren erreicht. Rein rechnerisch ist in diesen Stadtteilen somit von einer ausreichenden Versorgung auszugehen.
- Auch in der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** hat Neu Zippendorf im Vergleich die niedrigste Zentralität (67 %). Im Mueßer Holz liegt der Wert mit 89 % deutlich höher. Im Großen Dreesch weist die Zentralität von 187 % auf erhebliche Kaufkraftzuflüsse und eine rechnerische „Übersversorgung“ hin – hier sind u.a. zwei Drogeriemärkte und drei Apotheken ansässig.
- In den Warengruppen des **aperiodischen Bedarfsbereichs** werden überwiegend Zentralitätswerte unter 100 % erreicht. Dies ist nicht ungewöhnlich, da es sich hierbei nicht um nahversorgungsrelevante Sortimente handelt und die Innenstadt bzw. teilweise auch die Sonderstandorte eine bedeutende Versorgungsfunktion für diese sowie für weitere Stadtteile und das Schweriner Umland übernehmen. Zentralitätswerte über 100 % und damit saldierte Kaufkraftzuflüsse werden lediglich im Großen Dreesch in der Warengruppe Schuhe/Lederwaren erreicht (bedingt durch Deichmann am Köpmarkt), in der Warengruppe Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf (bedingt v.a. durch ein Sanitätshaus am Dreescher Markt), in der Warengruppe Glas, porzel-

lan, Keramik, Hausrat sowie in der Warengruppe Baumarktartikel, Gartenbedarf (bedingt durch einen ansässigen Baumarkt¹⁴).

Abb. 45: Einzelhandelszentralitäten der Stadtteile im Vergleich

CIMA Warengruppe	Einzelhandelszentralität in %			
	Großer Dreesch	Neu Zippendorf	Mueßer Holz	Landeshauptstadt Schwerin gesamt
Periodischer Bedarf insgesamt	136	51	109	120
Lebensmittel, Reformwaren	118	45	119	121
Gesundheit und Körperpflege	187	67	89	117
Zeitschriften, Schnittblumen	94	51	39	105
Aperiodischer Bedarf insgesamt	103	16	12	133
Persönlicher Bedarf insgesamt	99	31	12	151
Bekleidung, Wäsche	57	44	18	168
Schuhe, Lederwaren	110	1	5	150
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	179	24	6	117
Medien und Technik insgesamt	88	8	13	148
Bücher, Schreibwaren	51	25	23	129
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	97	4	11	153
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	38	8	18	113
Sportartikel, Fahrräder	23	0	3	112
Spielwaren	40	23	29	128
Hobbybedarf, Zooartikel	75	15	46	104
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	199	73	54	163
Einrichtungsbedarf insgesamt	16	5	8	90
Möbel, Antiquitäten	16	0	8	89
Heimtextilien	16	27	9	97
Baumarktartikel, Gartenbedarf	223	1	4	120
Einzelhandel insgesamt	120	34	63	126

Quelle: CIMA 2014

¹⁴ Aufgrund der Insolvenz des Praktiker-Konzerns steht der Max Bahr-Baumarkt an der Graf-Yorck-Straße kurzfristig leer. Da die Nachnutzung durch das Unternehmen Bauhaus vorgesehen ist, wurde der Baumarkt gleichwohl in der Bestandsliste belassen.

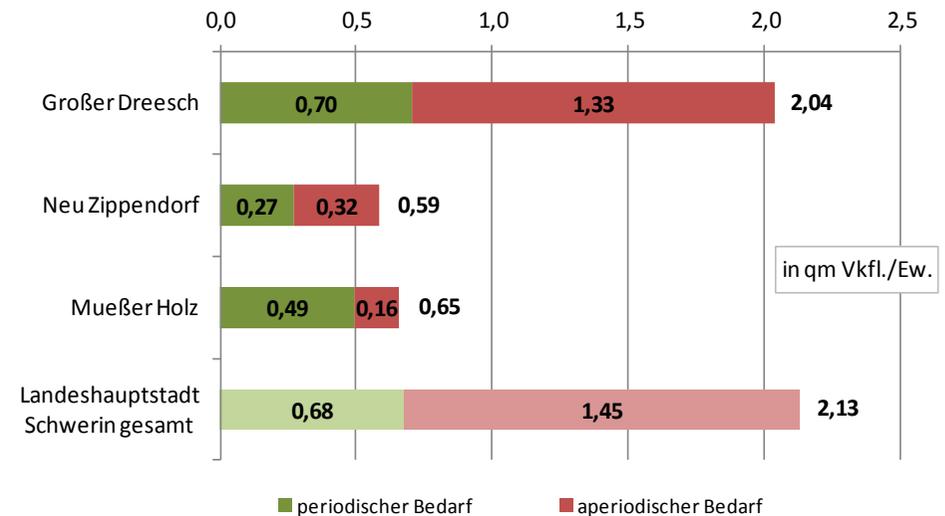
Auch hinsichtlich der **Verkaufsflächendichte** (Verkaufsfläche je Einwohner) sind zwischen den einzelnen Stadtteilen deutliche Unterschiede festzustellen, wie die nebenstehende Abbildung zeigt:

- Mit 2,04 qm Verkaufsfläche je Einwohner weist der Große Dreesch mit Abstand die höchste Verkaufsflächendichte der drei Stadtteile auf. Der Wert liegt nur leicht unterhalb des gesamtstädtischen Durchschnitts von 2,13 qm Verkaufsfläche je Einwohner. Auch bei der Differenzierung nach periodischem Bedarf (0,70 qm Vkf./Ew.) und aperiodischen Bedarf (1,33 qm Vkf./Ew.) stellt sich die Verteilung ähnlich dar wie beim gesamtstädtischen Durchschnitt.
- Die Stadtteile Neu Zippendorf (0,59 qm Vkf./Ew.) und Mueßer Holz (0,65 qm Vkf./Ew.) weisen im Vergleich dazu deutlich niedrigere Verkaufsflächendichten auf. Bezogen auf die Bedarfsbereiche stellt sich die Situation in den beiden Stadtteilen differenziert dar:
- Im periodischen Bedarf weist der Stadtteil Mueßer Holz eine Verkaufsflächendichte von 0,49 qm Verkaufsfläche je Einwohner auf. Dieser Wert liegt nur leicht unter dem Wert des Stadtteils Großer Dreesch. In Neu Zippendorf ist demgegenüber mit 0,27 qm Verkaufsfläche je Einwohner die Verkaufsflächendichte im periodischen Bedarf deutlich unterdurchschnittlich.
- Im aperiodischen Bedarfsbereich weist Neu Zippendorf demgegenüber einen vergleichsweise höheren Wert von 0,32 qm Verkaufsfläche je Einwohner auf, auch wenn dieser Wert noch deutlich niedriger ist als der Wert des Stadtteils Großer Dreesch bzw. der Gesamtstadt. Hier weist der Stadtteil Mueßer Holz mit nur 0,16 qm Verkaufsfläche je Einwohner die mit Abstand geringste Verkaufsflächendichte auf.

Im Bundesdurchschnitt liegt die Verkaufsflächendichte aktuell bei etwa 1,51 qm Verkaufsfläche je Einwohner¹⁵. Erwartungsgemäß liegt der Wert der Landeshauptstadt Schwerin – wie für Großstädte bzw. Oberzentren üblich – über dem bundesweiten Durchschnitt.

¹⁵ Stand 2012; Quellen: HDE 2014, Destatis 2014

Abb. 46: Verkaufsflächendichte der Stadtteile im Vergleich



Quelle: CIMA 2014

4.2.2 Zentren- und Nahversorgungsstruktur in den Stadtteilen

Wie aus der Abb. 47 ersichtlich wird, gibt es in den zu betrachtenden Stadtteilen Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz insgesamt vier Einzelhandelsschwerpunkte, welche oben bereits kurz beschrieben wurden (vgl. Kap. 3):

- Zentraler Versorgungsbereich „Stadtteilzentrum Dreescher Markt“
- Zentraler Versorgungsbereich „Stadtteilzentrum Hamburger Allee“
- Zentraler Versorgungsbereich „Stadtteilzentrum Berliner Platz“
- Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum Köpmarkt“

Für die Bewertung der Nahversorgungsfunktion im Sinne einer wohnortnahen, also fußläufig erreichbaren Versorgung, spielt vor allem das Vorhandensein von Lebensmittelmärkten eine Rolle. In den drei Stadtteilen befinden sich die folgenden Lebensmittelnahversorger:

Großer Dreesch:

- Rewe Supermarkt, Stadtteilzentrum Dreescher Markt
- Penny Lebensmitteldiscounter, Solitärlage (Friedrich-Engels-Straße)
- Lidl Lebensmitteldiscounter, Solitärlage (An der Crivitzer Chaussee)
- Sky Supermarkt, Nahversorgungszentrum Köpmarkt
- Aldi Lebensmitteldiscounter, Nahversorgungszentrum Köpmarkt

Neu Zippendorf:

- Netto Lebensmitteldiscounter, Stadtteilzentrum Berliner Platz
- Penny Lebensmitteldiscounter, Stadtteilzentrum Berliner Platz

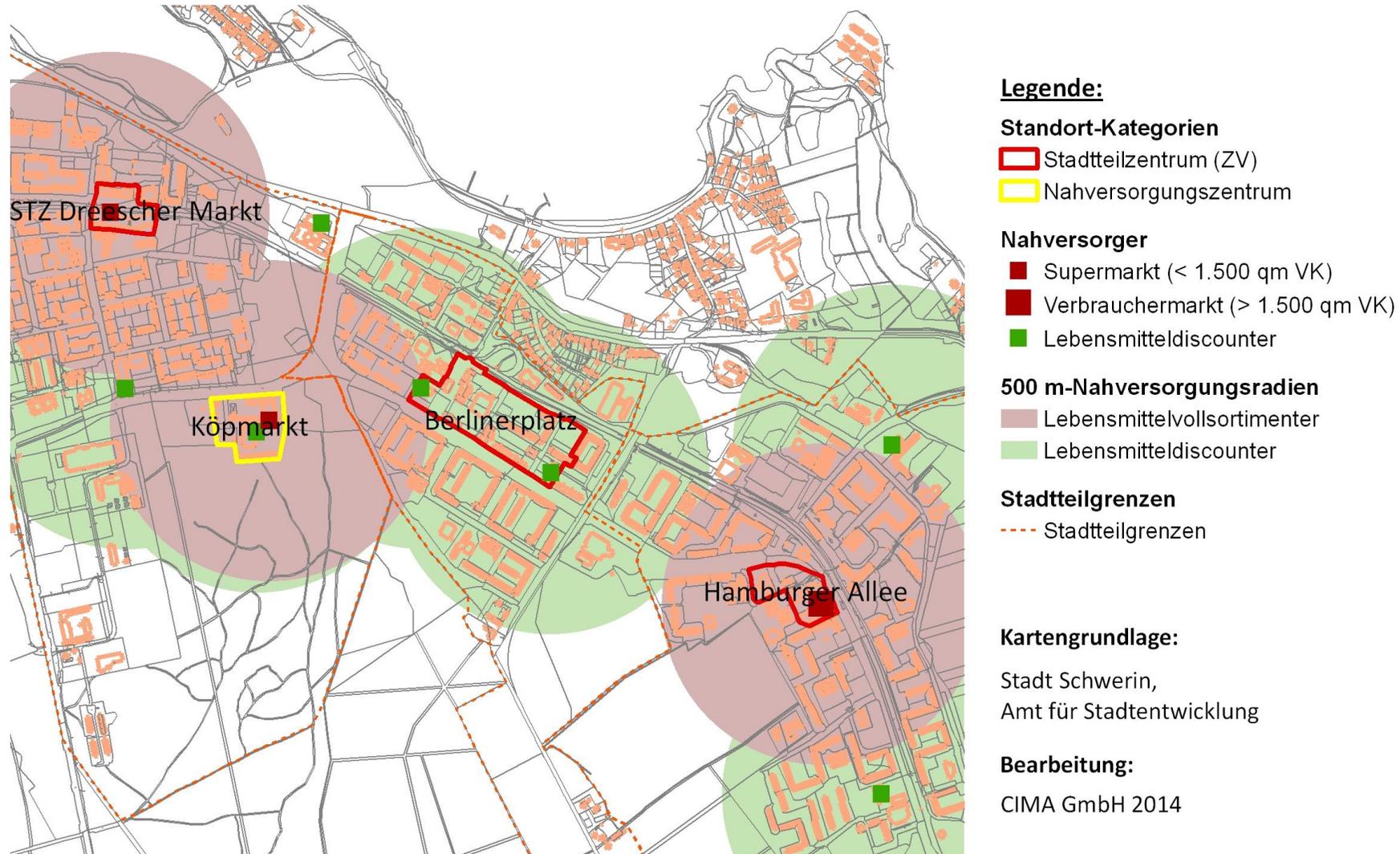
Mueßer Holz:

- Kaufland Verbrauchermarkt, Stadtteilzentrum Hamburger Straße
- Aldi Lebensmitteldiscounter, Solitärlage (Pawlowstraße)
- Penny Lebensmitteldiscounter, Solitärlage (Bürgelstraße)

Räumlich betrachtet kann für alle drei Stadtteile eine gute Nahversorgungssituation festgestellt werden. Nahezu alle Siedlungsbereiche der drei Stadtteile werden von dem 500 m-Nahversorgungsradius¹⁶ mindestens eines Lebensmittelmarktes erfasst (vgl. Abb. 47). In qualitativer Hinsicht sind räumlich die folgenden Unterschiede ablesbar: Während der Große Dreesch nahezu flächendeckend auch mit Lebensmittelvollsortimentern „nahversorgt“ wird, sind im Stadtteil Neu Zippendorf lediglich Lebensmitteldiscounter vorhanden. Im Mueßer Holz befindet sich relativ zentral ein Lebensmittelvollsortimenter, welcher nördlich und südlich „flankiert“ wird von jeweils einem Lebensmitteldiscounter.

¹⁶ Die CIMA nimmt als Maß für eine fußläufige Erreichbarkeit bzw. als „Nahversorgungsradius“ in der Regel eine maximale Distanz von 500 m an. Untersuchungen haben ergeben, dass nur ein geringer Anteil der Bevölkerung längere Distanzen zum Einkaufen zu Fuß zurücklegt. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen.

Abb. 47: Übersicht über die Zentren- und Nahversorgungsstruktur in den Stadtteilen Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz

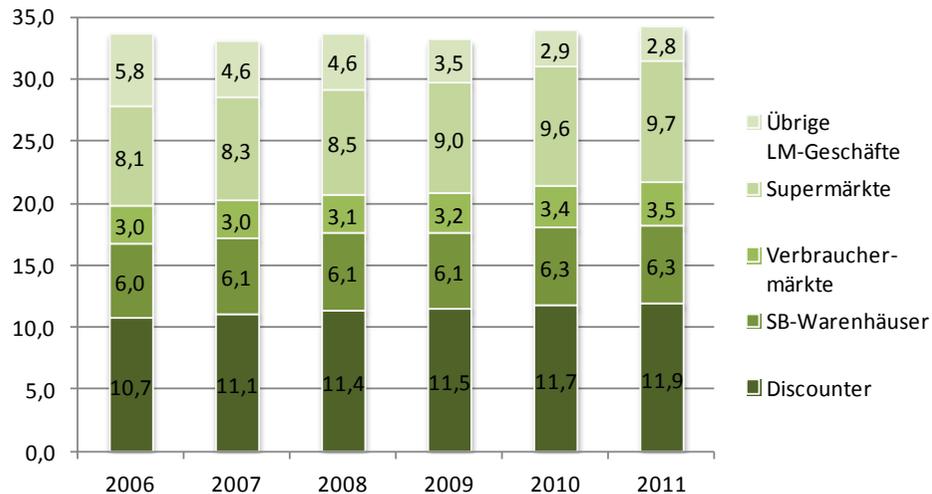


Bearbeitung: CIMA 2014

4.2.3 Exkurs: Allgemeine Trends in der Nahversorgung

In den letzten Jahren haben sich bundesweit im Nahversorgungseinzelhandel insbesondere die Lebensmitteldiscounter sehr expansiv entwickelt. Diese Betriebsform dringt in letzter Zeit auch in immer kleinere Kommunen und Ortsteile vor und hat vor allem inhabergeführte Nahversorger verdrängt, die der aggressiven Preispolitik der überregional agierenden Unternehmen in der Regel wenig entgegensetzen haben. Nach einer langjährigen Stagnation entwickelt sich in jüngster Zeit nun auch die Zahl der Supermärkte (Lebensmittelvollsortimenter bis 1.500 qm Verkaufsfläche) wieder positiv. Obwohl die Gesamtzahl der Lebensmittelmärkte deutlich zurückgegangen ist (von rd. 85.000 im Jahr 1990 auf rd. 39.000 im Jahr 2011), ist die Gesamtverkaufsfläche deutlich gestiegen von rd. 18,6 Mio. qm in 1990 auf rd. 34,2 Mio. qm in 2011).

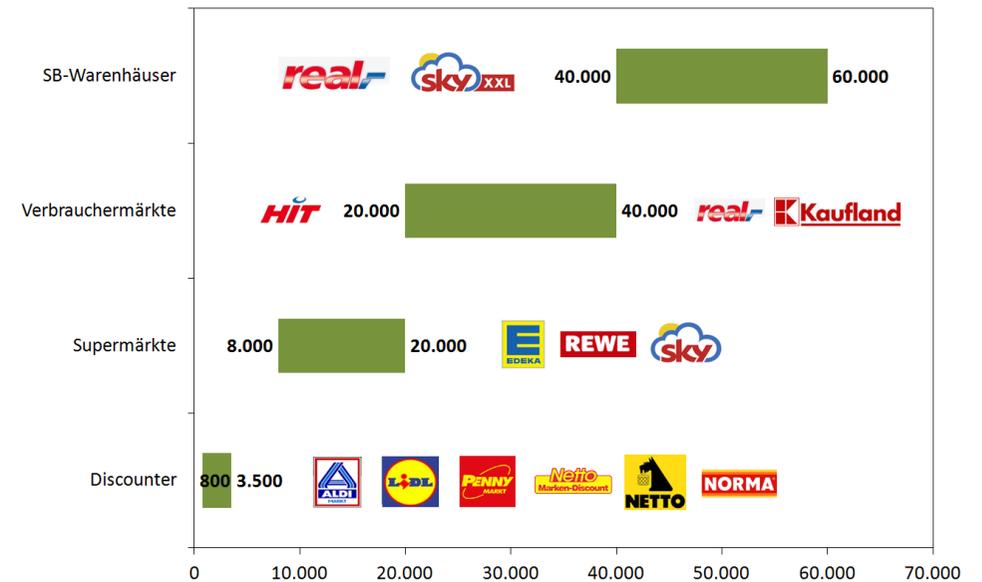
Abb. 48: Verkaufsflächenentwicklung im deutschen Lebensmittel-einzelhandel nach Betriebsformen (in Mio. qm)



Quelle: EHI/Handelsdaten.de 2013
Bearbeitung: CIMA 2014

Von Bedeutung für die Nahversorgung ist diese Tatsache vor allem in qualitativer Hinsicht. Denn Lebensmitteldiscounter bieten deutlich weniger Artikel an als Supermärkte – und das auf ähnlichen Verkaufsflächengrößen. Demnach kann die Qualität der Nahversorgung in einer Kommune erheblich differieren, je nachdem, wie der Anteil der Lebensmittelverkaufsflächen auf Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelvollsortimenter (Supermärkte, Verbrauchermärkte, SB-Warenhäuser) verteilt ist. Daher ist es erstrebenswert, ein ausgewogenes Angebot zwischen Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscountern herzustellen.

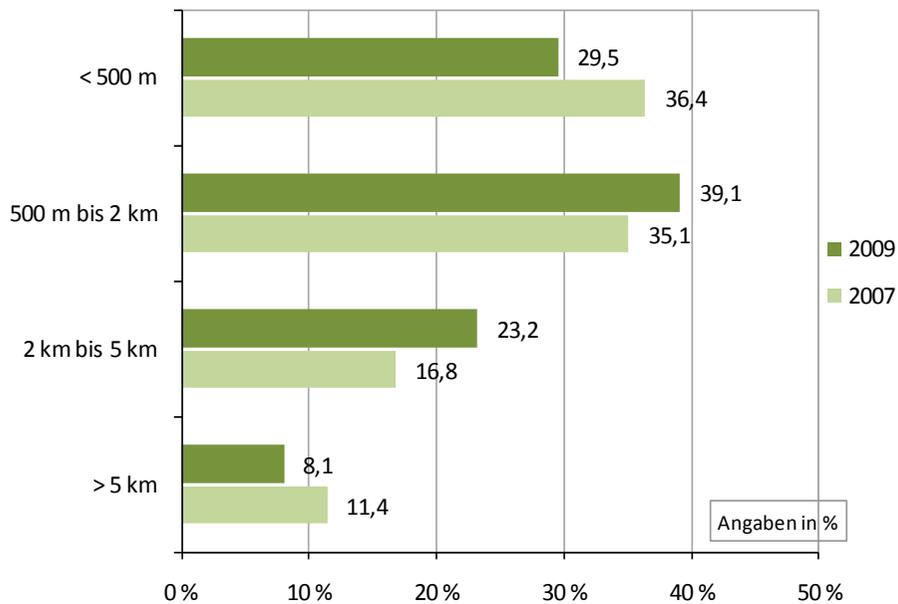
Abb. 49: Durchschnittliche Artikelanzahl im Lebensmitteleinzelhandel nach Betriebsformen



Quelle: HCU/IREBS 2013 (auf Basis EHI-2012, BBE 2011, IfH 2006)
Bearbeitung: CIMA 2014

Neben dem Angebotsumfang spielt beim Konsumenten vor allem die Nähe des Einkaufsortes zum Wohnort eine Rolle bei der Entscheidung, welchen Lebensmittelmarkt er aufsucht. Abb. 50 veranschaulicht die Ergebnisse deutschlandweiter repräsentativer telefonischer Haushaltsbefragungen in den Jahren 2007 und 2009. Demnach besuchten im Jahr 2009 29,5 % (2007: 36,4 %) der befragten Personen Lebensmittelmärkte, die weniger als 500 Meter vom Wohnort entfernt sind. 35,1 % (2007: 39,1 %) der befragten Personen suchen Lebensmittelmärkte auf, die 500 m bis zu 2 km vom Wohnort entfernt sind.

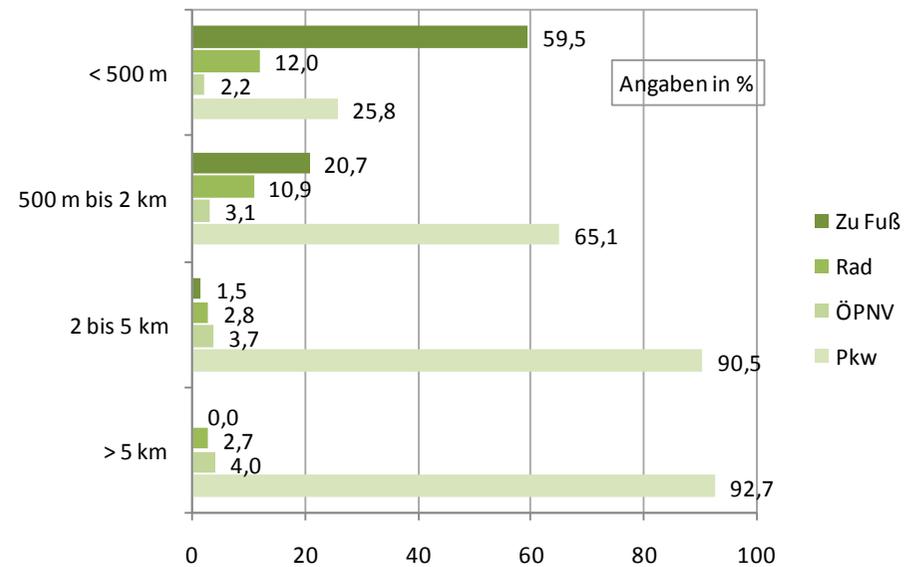
Abb. 50: Entfernung des Einkaufsortes zum Wohnort



Quelle: CIMA-Monitor 2007 / 2009; n (2007) = 1.800; n (2009) = 2.000
Bearbeitung: CIMA 2014

Wie wichtig die Nähe des Einkaufsortes zum Wohnort ist, geht aus Abb. 51 hervor. Je näher der Einkaufsort am Wohnort liegt, umso höher ist der Anteil der Fußgänger und Radfahrer. Bei Distanzen von mehr als 500 m geht der Anteil der fußläufig Einkaufenden schon stark zurück, der Anteil der Pkw-Nutzer steigt hingegen deutlich an. Bei Distanzen von 2 km und mehr legen bereits mehr als 90 % den Weg zum Einkaufsort mit dem Pkw zurück.

Abb. 51: Modal Split (Anteile der Verkehrsmittel) in Abhängigkeit von der Entfernung des Einkaufsortes



Quelle: CIMA-Monitor 2007 / 2009; n (2007) = 1.800; n (2009) = 2.000
Bearbeitung: CIMA 2011

4.3 Stadtteil Großer Dreesch

- Im Stadtteil Großer Dreesch sind aktuell 41 Einzelhandelsbetriebe ansässig. Davon entfällt jeweils rd. die Hälfte auf den periodischen Bedarf (22 Betriebe) und auf den aperiodischen Bedarf (19 Betriebe).
- Die Verkaufsfläche im Großen Dreesch beträgt rd. 16.000 qm. Auf den nahversorgungsrelevanten periodischen Bedarf entfallen davon gut 5.500 qm, auf den aperiodischen Bedarf gut 10.500 qm. Bedeutendste Anbieter im aperiodischen Bedarf sind ein Bauhaus Baumarkt (ehem. Max Bahr) an der Graf-Yorck-Straße, ein Euronics XXL Elektro-Hausgerätefachmarkt, ein Bekleidungs- und ein Haushaltswarenfachmarkt (NKD, Tedi) im Stadtteilzentrum Dreescher Markt sowie ein Bekleidungs- und ein Schuhfachmarkt (Kik, Deichmann) im Nahversorgungszentrum Köpmarkt.
- Im Stadtteil Großer Dreesch werden rd. 52,9 Mio. € im Einzelhandel umgesetzt. Anders als bei der Verkaufsflächenverteilung entfällt beim Umsatz der überwiegende Anteil auf den periodischen Bedarf: rd. 31,3 Mio. €. Auf den aperiodischen Bedarfsbereich entfällt ein Umsatz von 21,6 Mio. €.

Abb. 52: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Stadtteil Großer Dreesch

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	22	5.555	31,3
Lebensmittel, Reformwaren	13	4.070	19,1
Gesundheit und Körperpflege	5	1.340	11,5
Zeitschriften, Schnittblumen	4	145	0,7
Aperiodischer Bedarf insgesamt	19	10.515	21,6
Persönlicher Bedarf insgesamt	11	1.595	6,7
Bekleidung, Wäsche	5	1.080	2,1
Schuhe, Lederwaren	1	380	1,4
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	5	135	3,1
Medien und Technik insgesamt	4	1.565	4,0
Bücher, Schreibwaren	1	130	0,5
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	3	1.435	3,6
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	1	495	0,8
Sportartikel, Fahrräder	1	95	0,3
Spielwaren	0	135	0,2
Hobbybedarf, Zooartikel	0	265	0,4
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2	1.175	1,4
Einrichtungsbedarf insgesamt	0	395	0,5
Möbel, Antiquitäten	0	330	0,4
Heimtextilien	0	65	0,1
Baummarktartikel, Gartenbedarf	1	5.290	8,2
Einzelhandel insgesamt	41	16.070	52,9

Quelle: CIMA 2014

Wie oben beschrieben beträgt die Einzelhandelszentralität der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren im Großen Dreesch rd. 118 %, was bedeutet, dass saldiert mehr Kaufkraft in den Stadtteil zufließt, als aus dem Stadtteil an andere Orte abfließt. Rein rechnerisch ist der Stadtteil damit ausreichend versorgt und es ergeben sich keine weiteren Ansiedlungspotenziale im Lebensmittel-Segment.

Betrachtet man die räumliche Verteilung der Lebensmittelnahversorgung, so ist festzustellen, dass der nördliche Teil des Großen Dreesch von dem Rewe Supermarkt im Stadtteilzentrum Dreescher Markt „nahversorgt“ wird. Außerdem befindet sich ein Lidl Lebensmitteldiscounter an der Crivitzer Chaussee nah der Grenze zum Stadtteil Neu Zippendorf. Dieser befindet sich allerdings an einem Pkw-orientierten Standort und ist aus den umliegenden Wohngebieten nur eingeschränkt zu erreichen. Im südlichen Bereich des Stadtteils ist eine deutliche Überschneidung mehrerer Nahversorgungsradien festzustellen, hier ist also – rein räumlich betrachtet – eine mehr als ausreichende Versorgungssituation vorhanden. Relevant für eine fußläufige, wohnortnahe Versorgung dürfte hierbei insbesondere der Penny-Markt an der Friedrich-Engels-Straße/Ecke B 321 sein. Die Lebensmittelmärkte Sky und Aldi im Nahversorgungszentrum Köpmarkt nehmen demgegenüber nur eine eingeschränkte Nahversorgungsfunktion wahr. Sie sind von den nördlich angrenzenden Wohnquartieren durch die mehrspurige, stark frequentierte B 321 (Am Grünen Tal) räumlich getrennt. Der Standort ist primär auf Pkw-Kunden ausgerichtet; zudem ist die räumliche Lage so verortet, dass nur ein vergleichsweise geringer Anteil des 500 m-Nahversorgungsradius tatsächlich Wohnquartiere erfasst – überwiegend befinden sich Park-/Waldflächen innerhalb dieses Radius (vgl. Abb. 47).

In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege wird im Großen Dreesch eine Einzelhandelszentralität von 187 % erreicht. Dieser Wert weist auf erhebliche Kaufkraftzuflüsse hin – das vorhandene Angebot übersteigt deutlich die im Stadtteil vorhandene Nachfrage. Somit ergibt sich eine rechnerische „Überversorgung“ – hier sind u.a. zwei Drogeriemärkte und drei Apotheken ansässig. Die ansässigen zwei Drogeriemärkte und drei Apotheken bieten also (ein-

schließlich der entsprechenden Randsortimente in den Lebensmittelmärkten) eine ausreichende Versorgung im Bereich Gesundheit und Körperpflege. Bedarfe zum Ausbau des Versorgungsangebotes bestehen daher nicht.

4.3.1 Stadtteilzentrum Dreescher Markt

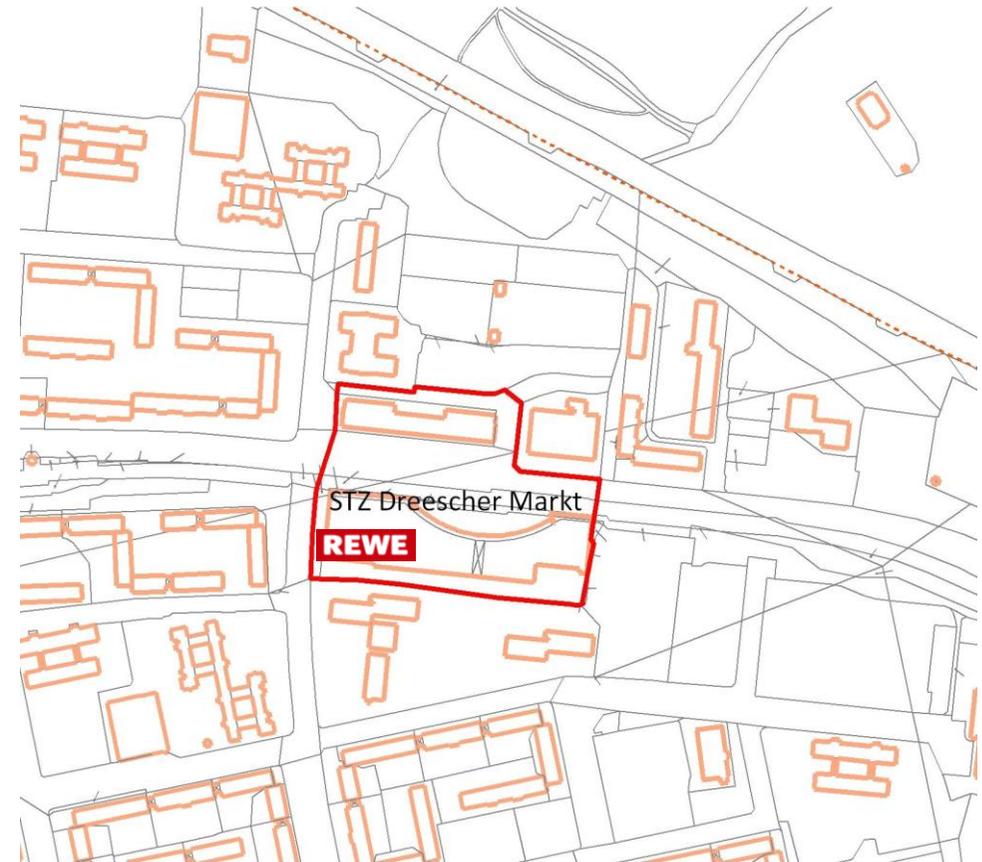
Das Stadtteilzentrum Dreescher Markt erstreckt sich beidseitig entlang der gleichnamigen Straße, etwa zwischen der Friedrich-Engels-Straße im Westen und der Egon-Erwin-Kisch-Straße im Osten.

Das Stadtteilzentrum Dreescher Markt übernimmt eine Versorgungsfunktion primär für die Bewohner des nördlichen Stadtteils Großer Dreesch. Aufgrund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit und der sehr guten ÖPNV-Anbindung nimmt der Standort aber auch über die fußläufige Distanz hinaus Versorgungsfunktionen wahr.

Das Einzelhandelsangebot im Stadtteilzentrum Dreescher Markt stellt sich attraktiv und vielfältig dar: Im periodischen Bedarf sind ein Rewe Lebensmittelvollsortimenter und ein Rossmann Drogeriemarkt die wichtigsten Anbieter. Sie werden ergänzt durch zwei Bäcker, einen Fleischer, zwei Apotheken, einen Blumenladen, einen Kiosk sowie ein Tee- und Kaffeegeschäft. Dieses umfangreiche Angebot im periodischen Bedarf wird im aperiodischen Bedarf ergänzt durch einen NKD Textilfachmarkt, einen Tedi Haushaltswarenfachmarkt, ein Sanitätshaus, einen Optiker, einen Hörgeräteakustiker, ein Schreibwarengeschäft, ein Fahrradgeschäft sowie ein Fachgeschäft für Berufsbekleidung.

Der Einzelhandelsbesatz im Stadtteilzentrum Dreescher Markt wird durch vielfältiges Gastronomie- und Dienstleistungsangebot (z.B. Friseur, Post-Agentur, Kreditinstitut, Ärzte) ergänzt. Leerstände sind nur vereinzelt vorhanden.

Abb. 53: Abgrenzung des Stadtteilzentrums Dreescher Markt (ZV)



Kartenbasis: Stadt Schwerin, Amt für Stadtentwicklung 2014
Bearbeitung: CIMA 2014

Abb. 54: Eindrücke vom Stadtteilzentrum Dreescher Markt



Quelle: CIMA 2014

Die Lage des Stadtteilzentrums an der Straße Dreescher Markt mit der Straßenbahntrasse ist einerseits positiv zu sehen, da dadurch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit gegeben ist. Andererseits stellt die Breite der Straße von etwa 20 m (inkl. Straßenbahnkörper) eine städtebauliche Zäsur zwischen der Nord- und der Südhälfte des Stadtteilzentrums dar.

Während die Südseite des Stadtteilzentrums Dreescher Markt insgesamt als vital eingestuft werden kann, ist die Nordseite vereinzelt aufwertungsbedürftig. Hier befindet sich nur ein vergleichsweise geringer Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz. Gleichwohl ist auch auf der Nordseite die Passantenfrequenz als gut zu beschreiben, da sich u.a. eine Schule in unmittelbarer Nähe befindet. Die Fertigstellung der derzeit im Bau befindlichen Schwimmhalle dürfte künftig zu einer weiteren Zunahme der Passantenfrequenzen und zu einer weiteren städtebaulichen Aufwertung auf der Nordseite des Stadtteilzentrums führen. Somit dürften auch die Nachnutzungschancen für die hier vorhandenen, kleinteilig strukturierten Ladenlokale zukünftig steigen.

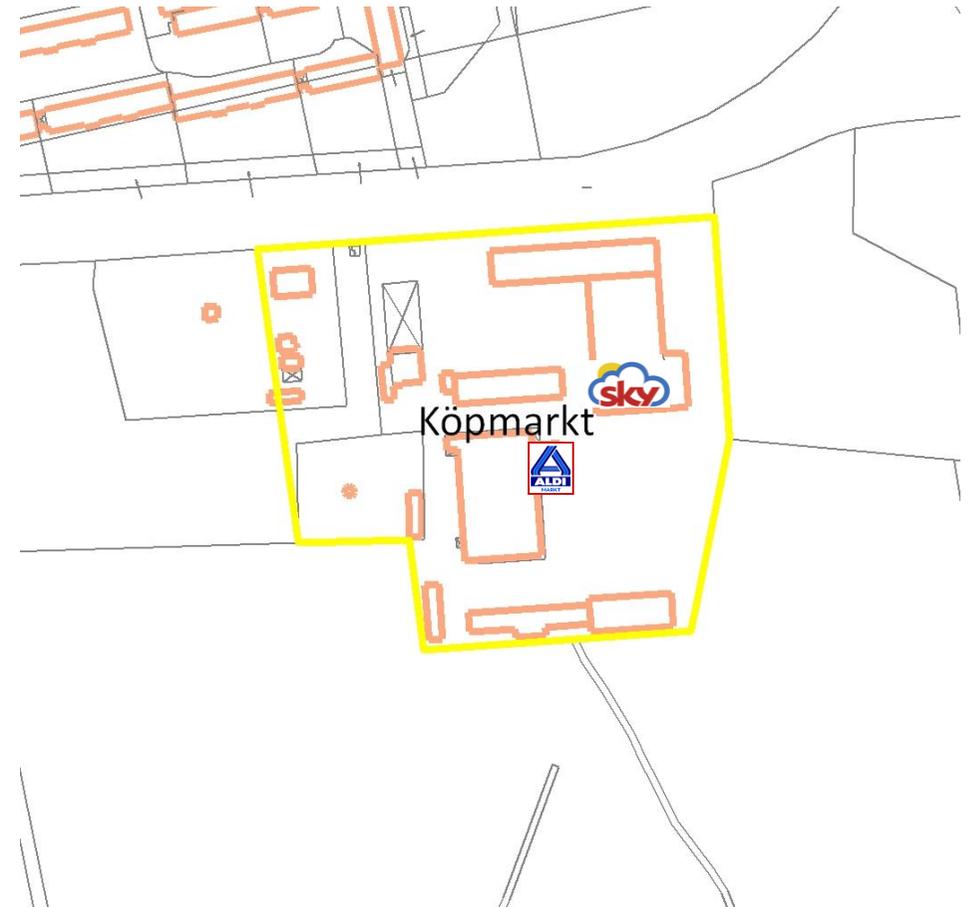
4.3.2 Nahversorgungszentrum Köpmarkt

Der Einzelhandelsstandort Köpmarkt befindet sich im südlichen Bereich des Stadtteils Großer Dreesch, südlich der stark frequentierten Hauptverkehrsachse B 321 (Am Grünen Tal). Der Standort ist umgeben von Park-/Waldgebieten. Wohnbebauung schließt sich hingegen nur nördlich der B 321 an, weshalb der Standort nur in begrenztem Umfang eine fußläufige Nahversorgungsfunktion wahrnehmen kann. Der Standort wird zwar überwiegend von Pkw-Kunden frequentiert, ist aber darüber hinaus auch von großer Bedeutung für die Nahversorgung im südlichen Großen Dreesch.

Im Nahversorgungszentrum Köpmarkt fungieren im periodischen Bedarf ein Sky Lebensmittelvollsortimenter, ein Aldi Lebensmitteldiscounter sowie ein dm Drogeriemarkt als Ankermieter. Sie werden ergänzt von einer Bäckerei, einem Blumenladen, einer Apotheke, einem Tankstellenshop und einem Getränkemarkt. Auch im aperiodischen Bedarf ist das Nahversorgungszentrum Köpmarkt stark positioniert: Hier befinden sich ein Deichmann Schuhfachmarkt, zwei Textilfachmärkte (Ernsting's family, Kik), ein kleineres Modegeschäft, ein Juwelier, ein Optiker sowie ein Fotogeschäft.

Einige gastronomische Angebote und mehrere Dienstleister (z.B. Friseur, Fitnessstudio, Sonnenstudio, Kreditinstitut, Textilpflege, Ärzte) ergänzen das Angebot am Köpmarkt.

Abb. 55: Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Köpmarkt (ZV)



Kartenbasis: Stadt Schwerin, Amt für Stadtentwicklung 2014
Bearbeitung: CIMA 2014

Abb. 56: Eindrücke vom Nahversorgungszentrum Köpmarkt



Quelle: CIMA 2014

Das Nahversorgungszentrum Köpmarkt weist überwiegend eine typische Fachmarktprägung auf. Teilweise finden sich hier jedoch auch mehrstöckige Gebäude mit Büro- und Praxisnutzungen in den Obergeschossen. Ehemals befand sich hier ein Hotel, welches heute durch ein Fitnessstudio nachgenutzt wird. Baulich stellt sich die Situation am Köpmarkt gegenwärtig „beengt“ dar, insbesondere die Parkplatzsituation ist zu Stoßzeiten angespannt, die Verkehrsführung auf dem Areal ist optimierungsbedürftig.

Die CIMA empfiehlt aber, nahversorgungs- und zentrenrelevante Neuansiedlungen und Erweiterungen zukünftig restriktiv zu behandeln. Damit stimmt die Einschätzung der CIMA mit der Empfehlung von Junker & Kruse überein, die bereits in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin 2005 lautete: „Eine weitere Einzelhandelsentwicklung insbesondere im nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimentsbereich ist somit nicht empfehlenswert.“

4.3.3 Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte im Stadtteil Großer Dreesch

Über die oben beschriebenen Standorte Dreescher Markt und Köpmarkt hinaus sind im Stadtteil Großer Dreesch nur vereinzelte ergänzende Einzelhandelsbetriebe in Solitär-/Streulagen vorhanden:

Von Bedeutung für die wohnortnahe Grundversorgung ist ein Penny Lebensmitteldiscounter, welcher sich in siedlungsstrukturell integrierter Lage an der Friedrich-Engels-Straße/ Ecke B 321 befindet. An diesem Standort sind zudem ein kleinerer Elektrogeräte-Postenmarkt sowie ein Blumenladen ansässig. Da sich an diesem Standort zudem zahlreiche Dienstleister (z.B. Friseur, Ärzte/Zahnärzte, Fitnessstudio) und Gastronomie befinden, bietet dieser Standortbereich gute Ansätze, künftig bei Bedarf zu einem zentralen Versorgungsbereich (Nahversorgungszentrum) fortentwickelt zu werden.

Ein weiterer solitärer Lebensmitteldiscounter befindet sich an der Straße An der Crivitzer Chaussee/ Ecke Am Grünen Tal (B 321). Hierbei handelt es sich um eine überwiegend Pkw-orientierte Lage, während der Standort fußläufig nur vergleichsweise schlecht zu erreichen ist. Der Standort übernimmt daher nur in eingeschränktem Umfang eine Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete.

An der Graf-Yorck-Straße befindet sich ein Baumarkt (nebst Bäcker in der Vorkassenzone). Insolvenzbedingt hat das Unternehmen Max Bahr zwischenzeitig die Immobilie verlassen, das Unternehmen Bauhaus will jedoch an dieser Stelle die Baumarkt-Nutzung fortsetzen.

In der Andrej-Sacharow-Straße ist zudem in solitärer Lage ein Euronics XXL Elektro-Hausgeräte-Fachmarkt ansässig.

Abb. 57: solitärer Penny-Markt, Friedrich-Engels-Straße



Quelle: CIMA 2014

Abb. 58: solitärer Lidl-Markt, An der Crivitzer Chaussee



Quelle: CIMA 2014

4.4 Stadtteil Neu Zippendorf

Der Stadtteil Neu Zippendorf hat im Vergleich der drei Stadtteile die geringste Einwohnerzahl und (neben dem Mueßer Holz) die geringste Kaufkraftkennziffer. Diese schwache Nachfragebasis spiegelt sich in den schwach ausgeprägten Angebotsstrukturen wider:

- In Neu Zippendorf sind lediglich acht Einzelhandelsbetriebe ansässig. Davon entfallen jeweils vier Betriebe auf den periodischen und auf den aperiodischen Bedarf.
- In Neu Zippendorf sind lediglich rd. 3.000 qm Verkaufsfläche vorhanden, davon knapp die Hälfte im nahversorgungsrelevanten periodischen Bedarf (1.425 qm) und gut die Hälfte im aperiodischen Bedarf (1.665 qm).
- Der Umsatz in Neu Zippendorf beträgt rd. 8,8 Mio. €, wobei der Großteil des Umsatzes mit 6,8 Mio. € auf den periodischen Bedarf entfällt und nur ein vergleichsweise geringer Anteil (1,9 Mio. €) auf den aperiodischen Bedarf.

Abb. 59: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Stadtteil Neu Zippendorf

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	4	1.425	6,8
Lebensmittel, Reformwaren	2	1.155	4,3
Gesundheit und Körperpflege	1	225	2,4
Zeitschriften, Schnittblumen	1	45	0,2
Aperiodischer Bedarf insgesamt	4	1.665	1,9
Persönlicher Bedarf insgesamt	3	1.060	1,2
Bekleidung, Wäsche	2	1.030	1,0
Schuhe, Lederwaren	0	10	0,0
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	1	20	0,2
Medien und Technik insgesamt	0	130	0,2
Bücher, Schreibwaren	0	80	0,1
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	0	50	0,1
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	85	0,1
Sportartikel, Fahrräder	0	0	0,0
Spielwaren	0	60	0,1
Hobbybedarf, Zooartikel	0	25	0,0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	300	0,3
Einrichtungsbedarf insgesamt	0	70	0,1
Möbel, Antiquitäten	0	0	0,0
Heimtextilien	0	70	0,1
Baummarktartikel, Gartenbedarf	0	20	0,0
Einzelhandel insgesamt	8	3.090	8,8

Quelle: CIMA 2014

Der Stadtteil Neu Zippendorf liegt zwischen den Stadtteilen Großer Dreesch im Westen und Mueßer Holz im Osten. Da Neu Zippendorf selbst nur schwach ausgeprägte Einzelhandelsstrukturen hat, fließen erhebliche Kaufkraftanteile aus dem Stadtteil in die benachbarten Versorgungsstandorte. Die Attraktivität Neu Zippendorfs für potenzielle Einzelhandelsmieter dürfte sich dadurch in Grenzen halten, dass der Stadtteil nur eine vergleichsweise geringe Einwohnerzahl hat (rd. 5.300 Ew.). Andererseits ist die sehr kompakte Siedlungsstruktur positiv zu bewerten, da sich nahezu das gesamte Einwohnerpotenzial in einem fußläufigen Radius um den zentralen Berliner Platz befindet.

In Neu Zippendorf konzentriert sich dementsprechend auch der gesamte Einzelhandelsbesatz auf das Stadtteilzentrum Berliner Platz – außerhalb dieses zentralen Versorgungsbereiches sind in dem Stadtteil keine weiteren Einzelhandelsstandorte vorhanden.

Die Einzelhandelszentralität in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren beträgt im Stadtteil Neu Zippendorf nur rd. 45 %. Dieser Wert belegt die hohen Kaufkraftabflüsse aus dem Stadtteil. Gleichzeitig ergeben sich daraus entsprechende Potenziale bzw. Notwendigkeiten für Angebotsverbesserungen im Lebensmittel-Segment.

Auch in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege hat Neu Zippendorf mit 67 % im Vergleich der drei Stadtteile die niedrigste Einzelhandelszentralität. Die Ansiedlung eines Drogeriemarktes könnte dazu beitragen, diesen Wert deutlich zu verbessern. Zudem würde ein Drogeriemarkt eine sinnvolle Angebotsergänzung am Berliner Platz darstellen (vgl. Kap. 4.4.1), was zu einer nachhaltigen Stärkung dieses Nahversorgungszentrums beitragen würde.

4.4.1 Stadtteilzentrum Berliner Platz

Zentraler Punkt der vorliegenden Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes ist die Frage nach den Perspektiven für das Stadtteilzentrum Berliner Platz (zentraler Versorgungsbereich), das aufgrund seiner Lage und seines Besatzes sowohl der räumliche als auch der funktionale „Versorgungsmittelpunkt“ des Stadtteils Neu Zippendorfs ist. Der großen Bedeutung dieses Versorgungsstandortes für den Stadtteil wurde bereits in der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes der Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse) 2005 Rechnung getragen, indem eine Aufstufung vom Nahversorgungs- zum Stadtteilzentrum erfolgte.

Im Gegensatz zur Untersuchung 2005, als die östliche Grenze des Stadtteilzentrums an der Rostocker Straße verlief, empfiehlt die CIMA jedoch die Abgrenzung bis zum östlich gelegenen Penny-Markt auszuweiten, um dessen Versorgungsbedeutung Rechnung zu tragen und eine Stärkung der Achse Penny – Berliner Platz – Netto zu fördern.

Von Seiten der Stadt wird derzeit eine Umgestaltung des öffentlichen Raumes am Berliner Platz vorbereitet. Wünschenswert wäre in diesem Sinne, wenn sich diese Umgestaltungsmaßnahmen auch in Aufwertungen und Ergänzungen beim Einzelhandelsbesatz widerspiegeln würden.

Als Ankermieter des Stadtteilzentrums fungieren derzeit zwei moderne Lebensmitteldiscounter: ein Netto Markendiscout-Markt am westlichen Ende und ein Penny-Markt am östlichen Ende des zentralen Versorgungsbereiches. Im mittleren Bereich des Stadtteilzentrums befindet sich als eigentlicher Mittelpunkt des zentralen Versorgungsbereiches der Berliner Platz, auf dem auch dreimal wöchentlich ein Wochenmarkt stattfindet. Hier befindet sich eine stark renovierungsbedürftige Handelsimmobilie mit den Mietern Kik und Tedi. An der Ostseite des Berliner Platzes befindet sich zudem eine kleine Ladenzeile in der u.a. ein Blumenladen und ein Second-Hand-Laden ansässig sind. Des Weiteren befinden sich in dem Stadtteilzentrum noch ein russischer Lebensmittelmarkt, eine Apotheke sowie ein Schmuckgeschäft.

Das Einzelhandelsangebot wird ergänzt durch zahlreiche Dienstleister (z.B. Friseur, Kreditinstitut, Schuhmacher, Post, Copy-Shop, Videothek, Ärzte) und einige gastronomische Angebote.

Abb. 60: Abgrenzung des Stadtteilzentrums Berliner Platz (ZV)



Kartenbasis: Stadt Schwerin, Amt für Stadtentwicklung 2014
Bearbeitung: CIMA 2014

Abb. 61: Eindrücke vom Stadtteilzentrum Berliner Platz



Quelle: CIMA 2014

Grundsätzlich positiv zu bewerten ist die verkehrsräumliche Lage des Stadtteilzentrums Berliner Platz: Es erstreckt sich flankierend entlang der Hauptverkehrsachse Hamburger Allee und verfügt damit über eine gute Pkw-Erreichbarkeit und Einsehbarkeit, was aus Sicht potenzieller Einzelhandelsmieter positiv ist. Hinter der straßenbegleitenden Bebauung verläuft zudem eine Fußwegeverbindung, welche das Stadtteilzentrum für die fußläufigen Kunden „von innen“ erschließt. Diese Fußwegeverbindung befindet sich zwischen dem zentralen Berliner Platz und dem östlichen Bereich mit Penny und Sparkasse in einem guten, sanierten Zustand. Der Berliner Platz selbst – insbesondere der westliche Teil – weist hingegen einen stark sanierungsbedürftigen Zustand auf. Zudem wird der Berliner Platz mit dem westlich gelegenen Netto-Markt nur über einen informellen Weg („Trampelpfad“) verbunden, sodass auch hier Aufwertungsbedarf besteht (Potenzialfläche).

Das Stadtteilzentrum Berliner Platz ist über die auf der Hamburger Allee verlaufenden Straßenbahnlinien gut in das ÖPNV-Netz eingebunden. Die gute verkehrliche Erreichbarkeit sowie die zusätzliche Funktion als Wochenmarkt-Standort und die daraus resultierenden zusätzlichen Besucherfrequenzen bietet gute Ansätze, dass das Stadtteilzentrum Berliner Platz zu einem zentralen Versorgungsstandort für Neu Zippendorf und die angrenzenden Stadtteile Großer Dreesch und Mueßer Holz wird. Im Idealfall sollten also die derzeit stattfindenden Kaufkraftabflüsse aus Neu Zippendorf heraus in die angrenzenden Stadtteile gedreht werden in Kaufkraftzuflüsse aus den angrenzenden Stadtteilen nach Neu Zippendorf.

Grundvoraussetzung für eine solche Entwicklung ist allerdings eine grundlegende Aufwertung sowohl des öffentlichen Raumes als auch des überwiegenden Teils der Handelsimmobilien, welche heute einen stark sanierungsbedürftigen Zustand aufweisen. Das Gebäude von Kik/Tedi, das Gebäude der Post-Filiale sowie die Freifläche östlich des Netto-Marktes bieten ausreichende Potenziale für attraktive Neubauten. Wünschenswert wäre v.a. die Ansiedlung eines Drogeriemarktes sowie eines Lebensmittelvollsortimenters.

Auch wurde die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches im Norden perspektivisch eher großzügig abgegrenzt, um etwaige Umstrukturierungen oder Neuansiedlungen in diesen Bereichen möglich zu mache.

4.5 Stadtteil Mueßer Holz

Der Stadtteil Mueßer Holz weist, wie Neu Zippendorf auch, eine unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer bzw. Pro-Kopf-Kaufkraft auf. Allerdings weist Mueßer Holz mit rd. 9.800 Einwohnern insgesamt ein deutlich höheres Nachfragepotenzial auf als Neu Zippendorf.

- Im Stadtteil Mueßer Holz sind insgesamt 17 Einzelhandelsbetriebe ansässig. Davon sind elf Betriebe dem periodischen Bedarf und sieben Betriebe dem aperiodischen Bedarf zuzuordnen.
- Die Verkaufsfläche beträgt im Stadtteil Mueßer Holz rd. 6.400 qm. Davon entfällt mit gut 4.800 qm der Großteil auf Angebote des periodischen Bedarfs, etwa ein Viertel (rd. 1.600 qm) der Verkaufsflächen entfallen auf den aperiodischen Bedarfsbereich.
- Der im Stadtteil Mueßer Holz generierte Einzelhandelsumsatz beträgt rd. 30 Mio. €. Der deutlich größte Umsatzanteil entfällt mit rd. 27,1 Mio. € auf den periodischen Bedarf. Nur etwa ein Zehntel des Umsatzes (rd. 2,8 Mio. €) ist den Angeboten des aperiodischen Bedarfs zuzuordnen.

Abb. 62: Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze in Stadtteil Mueßer Holz

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	11	4.840	27,1
Lebensmittel, Reformwaren	7	4.180	20,9
Gesundheit und Körperpflege	3	595	5,9
Zeitschriften, Schnittblumen	1	65	0,3
Aperiodischer Bedarf insgesamt	6	1.580	2,8
Persönlicher Bedarf insgesamt	2	300	0,9
Bekleidung, Wäsche	1	260	0,7
Schuhe, Lederwaren	0	25	0,1
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	1	15	0,1
Medien und Technik insgesamt	2	260	0,7
Bücher, Schreibwaren	1	90	0,2
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	1	170	0,4
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	0	220	0,4
Sportartikel, Fahrräder	0	15	0,0
Spielwaren	0	100	0,1
Hobbybedarf, Zooartikel	0	105	0,2
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1	395	0,4
Einrichtungsbedarf insgesamt	1	305	0,3
Möbel, Antiquitäten	1	255	0,2
Heimtextilien	0	50	0,1
Baummarktartikel, Gartenbedarf	0	100	0,2
Einzelhandel insgesamt	17	6.420	29,9

Quelle: CIMA 2014

Der Stadtteil Mueßer Holz schließt östlich an den Stadtteil Neu Zippendorf an. Er ist überwiegend von Waldgebieten umgeben und weist dementsprechend eine räumlich vergleichsweise isolierte Lage auf – was auch limitierende Auswirkungen auf Kaufkraftzuflüsse aus anderen Orten bzw. Stadtteilen hat. Der Stadtteil wird zentral von der Hauptverkehrsachse Hamburger Allee erschlossen. Diese setzt sich südlich in Richtung der Ortschaft Consrade (Gemeinde Plate) fort. Die Qualität und Bedeutung der Hamburger Allee lässt hier allerdings deutlich nach, d.h. hier sind nur noch vergleichsweise geringe Pkw-Frequenzen vorzufinden.

Die große Entfernung des Stadtteils Mueßer Holz zur Kernstadt, die einseitige Verkehrserschließung und eine unzureichende soziale und kulturelle Durchmischung führten in der Nachwendezeit zu einem schlechten Ruf des Stadtteils und daraus resultierend zu einer umfangreichen Bevölkerungsabwanderung (Wegzug ins Umland oder in attraktivere Ortsteile), was zu einer weiteren sozialen Negativentwicklung und zu hohem Wohnungsleerstand führte, dem erst seit wenigen Jahren hier mit Umbau- bzw. Abrissprojekten begegnet wird.

Aufgrund des ansässigen Kaufland Verbrauchermarktes erzielt der Stadtteil Mueßer Holz Kaufkraftzuflüsse auch aus benachbarten Stadtteilen (v.a. Großer Dreesch und Neu Zippendorf) und erreicht daher in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren mit 119 % den höchsten Wert der drei Stadtteile. Rein rechnerisch kann daher von einer „Vollversorgung“ für Mueßer Holz im Lebensmittel-Segment ausgegangen werden. Auch räumlich betrachtet ist von einer guten Versorgungslage zu sprechen: Der relativ zentral gelegene Kaufland-Verbrauchermarkt wird flankiert von jeweils einem solitären Lebensmittel-discounter nördlich (Penny) und südlich (Aldi), sodass nahezu der gesamte Stadtteil von den 500 m-Nahversorgungsradien erfasst wird.

In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege hat Mueßer Holz mit einem Zentralitätswert von 89 % ebenfalls eine gute Ausstattung. Ein eigenständiger Drogeriemarkt ist hier allerdings nicht vorzufinden, das Angebot wird von den Drogerieartikel-Randsortimenten der Lebensmittelmärkte sowie von zwei Apotheken getragen.

4.5.1 Stadtteilzentrum Hamburger Allee

Das Stadtteilzentrum Hamburger Allee befindet sich an der gleichnamigen Hauptverkehrsachse im Stadtteil Mueßer Holz.

Das Stadtteilzentrum besteht im Wesentlichen aus dem Gebäudekomplex Kepler-Passage, in welchen sich neben dem Kaufland Verbrauchermarkt auch ein Bäcker, ein Fleischer, ein Blumenladen, eine Apotheke, ein Handyshop sowie ein Ernsting's family Bekleidungsmarkt befinden.

Das Einzelhandelsangebot in der Keplerpassage wird ergänzt durch mehrere Dienstleister (Friseur, Post-Shop, Fahrschule, Fitnessstudio) und einige Gastronomie-Angebote.

Neben der Kepler-Passage befindet sich im Stadtteilzentrum Hamburger Allee noch ein Ärztezentrum („Ärztehaus am Fernsehturm“), in dem neben mehreren Arztpraxen und medizinischen Dienstleistungen auch eine Apotheke sowie ein Hörgeräteakustiker ansässig sind. Zwischen diesem Objekt und der Kepler-Passage besteht zwar keine direkte funktionale Verbindung, trotzdem wurde dieser Bereich als zum zentralen Versorgungsbereich zugehörig mit abgegrenzt, da dieses Ärztezentrum einen erheblichen Beitrag zur Funktion als Stadtteilzentrum leistet.

Abb. 63: Abgrenzung des Stadtteilzentrums Hamburger Allee (ZV)



Kartenbasis: Stadt Schwerin, Amt für Stadtentwicklung 2014
Bearbeitung: CIMA 2014

Abb. 64: Eindrücke vom Stadtteilzentrum Hamburger Allee



Quelle: CIMA 2014

Auf der straßenabgewandten Seite der Kepler-Passage befindet sich neben der zugehörigen Stellplatzanlage ein derzeit leerstehendes Einzelhandelsobjekt, welches ehemals als Getränkemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche genutzt wurde. Auch in der Keplerpassage selbst sind einige Leerstände und Unternutzungen vorzufinden. Insgesamt lässt sich für diesen Bereich somit Revitalisierungsbedarf ablesen. Die wirtschaftliche Situation des Einzelhandels am Standort Hamburger Allee lässt sich derzeit als stabil auf einem eher niedrigen Level bewerten.

In der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin 2005 hatten die Autoren Junker & Kruse empfohlen, zur Aufwertung und Stärkung des Stadtteilzentrums einen Lebensmitteldiscounter anzusiedeln. Zum Zeitpunkt dieser Empfehlung war allerdings noch das Unternehmen Wal Mart (danach Real) Mieter der Verbrauchermarkt-Fläche in der Kepler-Passage. Mit Kaufland wird diese Fläche nunmehr seit 2011 von einem Unternehmen besetzt, welches ebenfalls eine starke Discountorientierung aufweist und neben Markenartikeln ein vollwertiges Discountsortiment führt. Der Standort dürfte daher für potenzielle Neumieter aus dem Bereich Lebensmitteldiscount nicht mehr attraktiv sein. Auch die Ausstattungskennzahlen (Einzelhandelszentralität, Verkaufsflächendichte) weisen darauf hin, dass Neuan-siedlungen von Lebensmittelmärkten sowie Drogeriemärkten im Stadtteilzentrum Hamburger Allee bzw. im Stadtteil Mueßer Holz allgemein nicht zielführend wären.

4.5.2 Sonstige Einzelhandelsschwerpunkte im Stadtteil Mueßer Holz

Außer dem beschriebenen Stadtteilzentrum Hamburger Allee befinden sich im Stadtteil Mueßer Holz noch einige Einzelhandelsbetriebe in Solitär- bzw. Streulagen:

Im nördlichen Bereich des Stadtteils befindet sich an der Bürgelstraße ein solitärer Penny Lebensmitteldiscounter (nebst Bäcker in der Vorkassenzone). In der Nähe dieses Standortes, an der Ziolkowskistraße, befindet sich außerdem ein Sonderpostenmarkt (überwiegend Möbel).

Ein weiterer solitärer Lebensmitteldiscounter befindet sich an der Pawlowstraße im südlichen Mueßer Holz. Der hier ansässige Aldi-Markt bildet eine Standortgemeinschaft mit einem Tedi Haushaltswarenfachmarkt.

Darüber hinaus sind im Stadtteil Mueßer Holz keine weiteren Einzelhandelsstandorte vorhanden.

Abb. 65: solitärer Penny-Markt, Bürgelstraße



Quelle: CIMA 2014

Abb. 66: Solitärstandort Aldi/Tedi, Pawlowstraße



Quelle: CIMA 2014

5 ANSIEDLUNGSKONZEPT

5.1 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien

Das „Zielsystem zur Zentren- und Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Schwerin“ der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse) 2005 behält auch weiterhin seine Gültigkeit. Von Relevanz für die Einzelhandelsstrukturen in den Stadtteilen Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz sind dabei v.a. die folgenden Oberziele (vgl. a.a.O. Kap. 8):

Flächendeckende Versorgung mit Nah- und Grundversorgungszentren

Soweit möglich, sollte eine fußläufige Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung gewährleistet sein. Zumindest in den größeren, dicht besiedelten Stadtteilen müssen die Einwohner die Möglichkeit haben, den periodisch nachgefragten Bedarf (insb. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren) in räumlicher Nähe auch fußläufig abdecken zu können. Die Nah- und Grundversorgungszentren müssen ein entsprechend breites und tiefes Angebot vorhalten, um diesen Bedarf abdecken zu können.

Eine räumliche Konzentration des Einzelhandels auf leistungsfähige und somit zukunftsfähige Standorte

Eng mit dem Ziel der verbrauchernahen Versorgung verbunden ist die Sicherung leistungsfähiger zentraler Versorgungsbereiche im Stadtgebiet. Solitäre Anbieter in verstreuten Handelslagen in den Stadtteilen sind im Wettbewerb mit neuen zumeist großflächigen, in zum Teil nicht ins Siedlungsgefüge integrierten, Anbietern benachteiligt. Die Konzentration des Handels auf in das Siedlungsgefüge integrierte zentrale Versorgungsbereiche schafft die Voraussetzung für notwendige Synergievorteile dieser Standorte und sichert somit die Existenz bestehender Anbieter. Gleichzeitig wird so eine attraktive und vollständige Grund- und Nahversorgung der Bevölkerung sichergestellt.

Ergebnis: Stadt der kurzen Wege

Ein kompaktes Hauptgeschäftszentrum sowie wohnortnahe Grundversorgungsstrukturen stellen wichtige Voraussetzungen für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume dar. Die damit einhergehende Verkürzung der in der Stadt erforderlichen Wege dient zum einen umwelt- und verkehrspolitischen Belangen. Zum anderen ist eine „Stadt der kurzen Wege“ aber auch für die immobilere Teile der Bevölkerung von erheblicher Bedeutung.

Zukunftsfähige „Arbeitsteilung“ der zentralen Versorgungsbereiche und der Sonderstandorte

Eine zukunftsfähige Arbeitsteilung der Versorgungsbereiche bedeutet nicht nur, dass die Grund- und Nahversorgung in den entsprechenden Zentren der Stadtteile stattfindet und das Hauptgeschäftszentrum vor allem die mittelzentrale und regionale Versorgung mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs übernimmt. Auch die Existenz von Sonderstandorten muss in die Versorgungsstrukturen der Stadt mit einbezogen werden. Hier können Aufgaben übernommen werden, die nicht notwendigerweise in den Zentren angeboten werden, wie z.B. ein attraktives Angebot mit nicht-zentrenrelevanten großflächigen Sortimenten (Möbel, Bau- und Gartenmärkte, Autohäuser etc.)

Integrierte Leerstandskonzepte

Schwerin „leidet“, wie viele ostdeutsche Städte, unter einem strukturellen Missverhältnis zwischen Angebot und Nachfrage im (Einzelhandels-) Immobilienbereich. Dies äußert sich in einer hohen Leerstandsquote. Es besteht Nach- oder Umnutzungsdruck, der nicht selten zu Einzelhandelsansiedlungen an – im Sinne einer gezielten Stadtentwicklung – ungewünschten Standorten führt. Der Umgang mit Leerständen muss in diesem Zusammenhang kompatibel mit den übrigen Zielen der Einzelhandelsentwicklung im Speziellen und der Stadtentwicklung im Allgemeinen sein.

5.2 Branchen- und Standortkonzept

Das Branchen- und Standortkonzept orientiert sich an den „Grundsätzen der räumlichen Entwicklung des Einzelhandels in Schwerin“ und dem „räumlich-funktionalen Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Schwerin“ aus der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Schwerin (Junker & Kruse) 2005 (vgl. a.a.O. Kap. 9.1 und 9.2). Das bisherige Konzept wird also im Grundsatz fortgeschrieben, dabei jedoch aktuellen Trends, Marktentwicklungen und besonderen Handlungsbedarfen angepasst.

Dementsprechend gelten für Neuansiedlungen und Verkaufsflächenerweiterungen in Schwerin zukünftig die folgenden Entwicklungsgrundsätze:

Grundsatz 1:

„Strukturprägender innenstadtrelevanter Einzelhandel nur noch im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt (Hauptgeschäftszentrum) und begrenzt auch in den Stadtteilzentren“

Auch weiterhin gilt der Grundsatz, dass Betriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten grundsätzlich nur im Hauptgeschäftszentrum (Innenstadt) von Schwerin sowie darüber hinaus begrenzt auch in den Stadtteilzentren zugelassen werden sollen.

Strukturprägende Betriebsgrößenordnungen, also Betriebe mit einer gewissen überörtlichen „Magnetfunktion“, sollen auf die Innenstadt (Hauptgeschäftszentrum) beschränkt bleiben.

Stadtteilzentren dienen der Grundversorgung auf Stadtteilebene. Sie sollen daher primär nahversorgungsrelevante Angebote des periodischen Bedarfsbereiches vorhalten (z.B. Lebensmittel, Gesundheit und Körperpflege, Arzneimittel usw.). Darüber hinaus sollen hier in begrenztem Umfang auch zentrenrelevante Angebote des aperiodischen (mittel- und langfristigen) Bedarfs vorgehalten

werden, die der Grundversorgung der Stadtteilbevölkerung in den entsprechenden Sortimentsbereichen dienen. Um dieser Versorgungsbedeutung Rechnung zu tragen sind zentrenrelevante Betriebe bis zur Schwelle der Großflächigkeit (d.h. bis zu 800 qm Vklfl.) in den Stadtteilzentren zulässig.

In der Einzelhandelskonzept-Fortschreibung 2005 wurde außerdem hergeleitet, dass von kleineren Fachgeschäften oder kleineren Läden zur ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich auch in den Nahversorgungszentren keine schädlichen Folgen für die Innenstadt zu erwarten sind. Die u.a. anhand der aktuellen Betriebsgrößenstruktur in den Nahversorgungszentren ermittelte Betriebsgröße von maximal 400 qm Verkaufsfläche für Betriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment kann auch weiterhin als zutreffend eingeschätzt werden.

Darüber hinaus sind in den Stadtteil- und Nahversorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche) selbstverständlich auch nicht-zentrenrelevante Angebote zulässig.

Grundsatz 2:

„Großflächiger Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten auch in den Nahversorgungszentren, wenn er dem Ausbau bzw. der Sicherung der Nahversorgung dient und/oder eine – aus städtebaulicher Sicht sinnvolle – Konzentration des Einzelhandels ohne negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche ermöglicht“

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen selbstverständlich auch weiterhin möglich sein mit dem Ziel, die wohnortnahe Nahversorgung auch zukünftig zu sichern bzw. zu verbessern.

Marktübliche Größenordnungen für Neuansiedlungen von Lebensmitteldiscountern liegen aktuell bei etwa 1.200 qm (mind. jedoch 1.000 qm) Verkaufs-

fläche, bei Lebensmittelvollsortimentern etwa 1.500 bis 1.800 qm Verkaufsfläche. Bei entsprechenden Ansiedlungen sind auch die Lebensmittelmarkttypischen – auch zentrenrelevanten – Randsortimente in einem marktüblichen Umfang (etwa 10 bis 20 % der Verkaufsfläche) zulässig.

Um die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen in den Schweriner Stadtteilen nicht zu gefährden, sollte bei Neuansiedlungen in der o.g. Größenordnung, also bei Überschreiten der Großflächigkeitsschwelle (800 qm Verkaufsfläche) grundsätzlich eine einzelbetriebliche Wirkungsprognose (Verträglichkeitsuntersuchung) im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO bzw. § 34 Abs. 3 BauGB durchgeführt werden.

Grundsatz 3:

„Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel im Hauptgeschäftszentrum und an den Sonderstandorten“

Nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel soll auch weiterhin grundsätzlich überall im Stadtgebiet zulässig sein, also auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, da hier üblicherweise nicht von einer Zentrengefährdung ausgegangen werden muss.

Es ist jedoch auch weiterhin sinnvoll, auch den nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel räumlich zu steuern. Denn aus Kundensicht sind vor allem agglomerierte Standorte mit umfangreichem Angebot an einem Standort attraktiver als verstreute Solitärlagen. Die Schaffung agglomerierter Fachmarktlagen für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel ist in diesem Sinne auch aus verkehrlicher Sicht sinnvoll. Für nicht-zentrenrelevante Neuansiedlungen bieten sich daher insbesondere bestehende Agglomerationen nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an (Sonderstandorte).

Gewerbegebiete dienen der Ansiedlung von Gewerbebetrieben und sollten daher generell von Einzelhandelsansiedlungen freigehalten werden.

Grundsatz 4:

„Begrenzung von zentrenrelevanten Randsortimenten an nicht-integrierten Standorten“

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten führen oftmals auch zentrenrelevante Randsortimente. Während von den nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der Zentren ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche negative Auswirkungen nicht auszuschließen.

Zentrenrelevante Randsortimente sollten daher außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur in begrenztem Umfang zulässig sein. Für eine rechtssichere Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente sollten sich entsprechende Festsetzungen an den Vorgaben der Raumordnung (LEP M-V, RREP WM) orientieren.

Grundsatz 5

„Vermeidung von nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten bei erkennbaren Überkapazitäten“

Ogleich von nicht-zentrenrelevanten Betrieben definitionsgemäß keine Schädigung der zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten ist, können auch für großflächige nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsprojekte vorhabenbezogene Wirkungs- und Tragfähigkeitsprognosen sinnvoll sein, wenn vermutet wird, dass durch das Planvorhaben keine zusätzliche Zentralitätssteigerung entsteht, sondern lediglich die Position bestehender Einzelhandelsstandorte geschwächt wird. Ein reiner Verdrängungswettbewerb soll vermieden werden.

6 BEWERTUNG VON PRÜFSTANDORTEN

Grundlage für die nachfolgende Bewertung von Prüfstandorten sind die zuvor erarbeiteten konzeptionellen Zielsetzungen der Teilfortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Der CIMA wurden vom Auftraggeber drei mögliche Entwicklungsstandorte genannt, die einer einzelhandelsspezifischen Bewertung unterzogen wurden. Die Bewertung der Standorte erfolgte unter anderem anhand der folgenden Kriterien:

- Lage innerhalb des Stadtgebietes (Zentraler Versorgungsbereich/ Wohngebietslage/ nicht integrierter Standort?)
- Standortumfeld (Einzelhandelsbesatz)
- Erreichbarkeit (fußläufig/ ÖPNV/ Pkw)
- Zusammenhang zu bestehenden (auch solitären) Versorgungslagen
- städtebaulich und funktional integrierte/ nicht-integrierte Lage

Die folgenden, in der nebenstehenden Abbildung räumlich dargestellten Standorte wurden von der CIMA geprüft:

- **Standort 1: Crivitzer Chaussee**
- **Standort 2: Pilaer Straße**
- **Standort 3: Cottbusser Straße**

Abb. 67: Lage der drei Prüfstandorte



Kartenbasis: Stadt Schwerin
Bearbeitung: CIMA 2014

6.1 Prüfstandort 1: Crivitzer Chaussee

Bei dem Prüfstandort 1 handelt es sich um das Areal der ehemaligen „Nord-deutschen Wohnwelt“ an der Crivitzer Chaussee. Das Areal ist derzeit eine unbebaute Brachfläche, direkt östlich grenzt an den Standort ein moderner Lidl Lebensmitteldiscounter an.

Abb. 68: Lage des Prüfstandortes 1 – Crivitzer Chaussee



Kartenbasis: Stadt Schwerin
Bearbeitung: CIMA 2014

Bewertungskriterien:

- Lage nördlich der Siedlungsbereiche Großer Dreesch und Neu Zippendorf
- nördlich anschließend Waldgebiete und der Schweriner See; von den südlich angrenzenden Siedlungsbereichen durch die Bernhard-Schwendner-Straße getrennt (d.h. kein räumlicher und funktionaler Zusammenhang), daher eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit
- aufgrund der Lage direkt an der B 321 (An der Crivitzer Chaussee) sehr gute Pkw-Erreichbarkeit.
- ÖPNV-Anbindung über die Haltestelle „Zoo“ in fußläufiger Entfernung
- Standort in siedlungsstrukturell nicht integrierter Lage, verkehrsorientierter Lage

Abb. 69: Prüfstandort Crivitzer Chaussee



Quelle: CIMA 2014

Bewertung:

Der Prüfstandort an der Crivitzer Chaussee stellt keinen siedlungsstrukturell und städtebaulich integrierten Standort dar¹⁷. Aufgrund der räumlich separierten Lage besitzt der Standort nur eine eingeschränkte Erreichbarkeit aus den südlich angrenzenden Wohngebieten, nach Norden hin kann der Standort ebenfalls keine Wohngebietsversorgung wahrnehmen, da sich dort überwiegend Wald- und Wasserflächen befinden.

Der Standort zeichnet sich durch seine Lage direkt an der Hauptverkehrsachse B 321 (An der Crivitzer Chaussee) und nahe dem Kreuzungsbereich Am Grünen Tal aus. Es handelt sich daher um einen Standort, welcher primär Pkw-Kundenorientiert ist.

Darüber hinaus befindet sich der Standort in räumlicher Nähe zum Stadtteilzentrum Dreescher Markt. Jede nahversorgungs- und zentrenrelevante Entwicklung an diesem Standort würde daher die Entwicklungschancen für das Stadtteilzentrum Dreescher Markt – aber auch für das Stadtteilzentrum Berliner Platz – einschränken.

Der Standort eignet sich aus einzelhandelskonzeptioneller Sicht somit nicht für die Ansiedlung nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Sortimente. In Frage kommt hier somit nur die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Nutzungen. In Frage kommt hier beispielsweise die Ansiedlung eines Tierfutterfachmarktes, eines Einrichtungs-/Möbelfachmarktes oder eines Fahrradfachmarktes. Die direkte Nachbarschaft zu einem Lidl-Lebensmitteldiscounter dürfte hier positiv zu den Vermarktungschancen beitragen.

¹⁷ Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern: „Städtebaulich integriert ist ein Einzelhandelsstandort dann, wenn der Standort in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang mit wesentlichen Wohnanteilen liegt, aus der eine fußläufige Erreichbarkeit des Standortes gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie z.B. Verkehrsstraßen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung trennen. Der Standort sollte darüber hinaus mit einem den örtlichen Gegebenheiten angemessenen öffentlichen Personenverkehr erreichbar und Teil eines planerischen Gesamtkonzepts sein.“

6.2 Prüfstandort 2: Pilaer Straße

Der Prüfstandort 2 befindet sich unweit des Prüfstandortes 1 ebenfalls an der Crivitzer Chaussee/ Kreuzungsbereich Am Grünen Tal. Der Standort wird allerdings nicht direkt über diese Hauptverkehrsachsen erschlossen, sondern über die Wuppertaler und Pilaer Straße.

Abb. 70: Lage des Prüfstandortes 2 – Pilaer Straße



Kartenbasis: Stadt Schwerin
Bearbeitung: CIMA 2014

Bewertungskriterien:

- Lage nördlich der Siedlungsbereiche Großer Dreesch und Neu Zippendorf
- nördlich anschließend Waldgebiete und der Schweriner See; westlich schließt direkt Wohnbebauung an, auch südlich grenzen Siedlungsbereiche an, von welchen der Standort nur über untergeordnete Straßen (Wuppertaler Straße) getrennt ist; somit fußläufige Erreichbarkeit gegeben
- gute Pkw-Erreichbarkeit aufgrund der Lage nahe der B 321 (An der Crivitzer Chaussee/ Am Grünen Tal), allerdings Erschließung über die Wuppertaler und Pilaer Straße, zudem nur eingeschränkte Sichtbarkeit von den Hauptstraßen (erhöhte Lage)
- ÖPNV-Anbindung über die Haltestelle „Zoo“ in fußläufiger Entfernung
- Standort in siedlungsstrukturell integrierter Lage

Abb. 71: Prüfstandort Pilaer Straße



Quelle: CIMA 2014

Bewertung:

Aufgrund seiner siedlungsstrukturell integrierten Lage ist der Standort zwar grundsätzlich für die Ansiedlung von Nahversorgungseinzelhandel geeignet (fußläufige Erreichbarkeit). Aus den obigen Ausführungen wird jedoch klar, dass sich jegliche Einzelhandelsentwicklungen im Stadtteil Neu Zippendorf auf das dringend aufwertungsbedürftige Stadtteilzentrum Berliner Platz konzentrieren sollten. Das Stadtteilzentrum befindet sich in einer schwierigen Situation und eine Revitalisierung kann nur gelingen, wenn dort der Einzelhandelsbestand verbessert und die Kundenfrequenz erhöht wird. Neuansiedlungen an anderer Stelle, die zu weiteren Kundenabwanderungen führen würden, wären in diesem Zusammenhang kontraproduktiv.

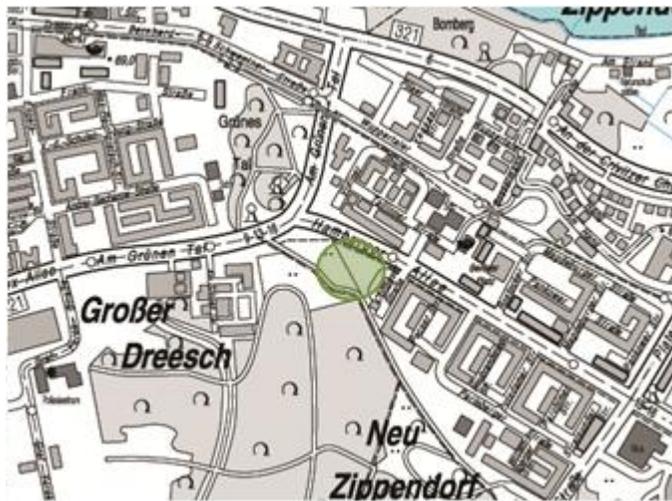
Von einer nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Neuansiedlung an diesem Standort muss daher aus einzelhandelskonzeptioneller Sicht dringend abgeraten werden. Vorstellbar wären allenfalls nicht-zentrenrelevante Ansiedlungen, wobei auch hier das Stadtteilzentrum Berliner Platz zu bevorzugen wäre.

Die bereits in der Vergangenheit erfolgten Ablehnungen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Ansiedlungsanfragen sind somit aus Sicht der CIMA als korrekt zu bewerten. Der Standort sollte nach Möglichkeit einer einzelhandelsfremden Nutzung, bspw. Wohnen, zugeführt werden.

6.3 Prüfstandort 3: Cottbuser Straße

Der Prüfstandort 3 befindet sich an der Südseite der Hamburger Allee, nahe des Kreuzungsbereiches zur Straße Am Grünen Tal und unweit des Stadtteilzentrums Berliner Platz sowie des Nahversorgungszentrums Köpmarkt.

Abb. 72: Lage des Prüfstandortes 3 – Cottbuser Straße



Kartenbasis: Stadt Schwerin
Bearbeitung: CIMA 2014

Bewertungskriterien:

- Lage südlich der Hamburger Allee, direkt westlich angrenzend an Siedlungsbereiche des Stadtteils Neu Zippendorf
- nördlich der Hamburger Allee grenzen ebenfalls Wohnquartiere an
- südlich angrenzend Park-/Waldgebiete, daher in dieser Richtung keine Nahversorgungsfunktion
- gute Pkw-Erreichbarkeit aufgrund der Lage an der Hamburger Allee und nahe der B 321 (Am Grünen Tal)
- ÖPNV-Anbindung in fußläufiger Entfernung
- Standort in siedlungsstruktureller Randlage
- räumliche Nähe zum Stadtteilzentrum Berliner Platz und zum Nahversorgungszentrum Köpmarkt

Abb. 73: Prüfstandort Cottbuser Straße



Quelle: CIMA 2014

Bewertung:

Der Prüfstandort 3 befindet sich an der Südseite der Hamburger Allee und in unmittelbarer räumlicher Nähe zum Stadtteilzentrum Berliner Platz. Aufgrund seiner direkt an Wohngebiete angrenzenden Lage ist der Standort zwar grundsätzlich für die Ansiedlung von Nahversorgungseinzelhandel geeignet. Allerdings ist seine fußläufige Versorgungsfunktion im Vergleich mit anderen Standorten eingeschränkt, weil sich in südlicher Richtung an den Standort Waldgebiete anschließen.

Aus den obigen Ausführungen wird klar, dass sich jegliche Einzelhandelsentwicklungen im Stadtteil Neu Zippendorf auf das dringend aufwertungsbedürftige Stadtteilzentrum Berliner Platz konzentrieren sollten. Das Stadtteilzentrum befindet sich in einer schwierigen Situation, eine Revitalisierung kann nur gelingen, wenn dort der Einzelhandelsbestand verbessert und die Kundenfrequenz erhöht wird. Neuansiedlungen an anderer Stelle, die zu weiteren Kundenabwanderungen führen würden wären in diesem Zusammenhang kontraproduktiv.

Der Standort ist auch nicht geeignet, das Stadtteilzentrum Berliner Platz über die Hamburger Allee in Richtung Süden auszuweiten. Denn das Stadtteilzentrum hat bereits in seinem heutigen Ausmaß eine ausreichende Dimensionierung. Eine räumliche Ausweitung würde dem Ziel entgegenstehen, den zentralen Bereich um den Berliner Platz durch Neuansiedlungen aufzuwerten.

Von einer nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Neuansiedlung an diesem Standort muss daher aus einzelhandelskonzeptioneller Sicht dringend abgeraten werden. Vorstellbar wären allenfalls nicht-zentrenrelevante Ansiedlungen, wobei auch hier das Stadtteilzentrum Berliner Platz zu bevorzugen wäre.

Der Standort sollte nach Möglichkeit einer einzelhandelsfremden Nutzung zugeführt werden. Insbesondere attraktive Wohnnutzungen wären an diesem Standort positiv zu bewerten da dadurch auch das Nachfragepotenzial für das Stadtteilzentrum Berliner Platz gestärkt werden würde.

7 FAZIT UND HANDLUNGSEMPFEHLUNGEN

In der vorliegenden Untersuchung wurde ermittelt, welche Handlungsbedarfe und Strategien bestehen, um die Einzelhandelsstrukturen in den Stadtteilen Großer Dreesch, Neu Zippendorf und Mueßer Holz sinnvoll fortzuentwickeln und zu stärken. Dabei wurden die drei Stadtteile im Kontext der gesamtstädtischen Strukturen und Entwicklungen betrachtet.

Der Stadtteil **Großer Dreesch** weist im Vergleich die geringsten Bevölkerungsrückgänge und die höchste Kaufkraftkennziffer auf. Er bildet damit vergleichsweise gute Rahmenbedingungen für den Einzelhandel. Der Großer Dreesch weist zwei agglomerierte Einzelhandelsstandorte auf, die – wie auch in der Vergangenheit – als zentrale Versorgungsbereiche eingestuft wurden. Trotz seiner Ausrichtung auf Pkw-Kunden bleibt auch der Köpmarkt als nahversorgungszentrum klassifiziert. Das Stadtteilzentrum Dreescher Markt weist mit den Magnetbetrieben Rewe und Rossmann sowie einem vielfältigen Angebot im periodischen und aperiodischen Bedarf und ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben insgesamt attraktive Angebotsstrukturen auf. Die kompakte städtebauliche Struktur und die hochwertige Gestaltung des öffentlichen Raumes tragen zu dem insgesamt guten Gesamteindruck des Stadtteilzentrums bei. Städtebauliche und gestalterische Schwächen sowie Leerstände/Besatzlücken sind vor allem auf der Nordseite des Dreescher Marktes festzustellen. Hier sollten weiterhin gezielte Aufwertungsmaßnahmen des öffentlichen Raumes und attraktive Neuansiedlungen erfolgen. Der derzeitige Neubau einer Schwimmhalle dürfte hier in Zukunft zu steigenden Passantenfrequenzen und einer zunehmenden Attraktivität des nördlichen Dreescher Marktes beitragen.

Die Analyse der Kennzahlen der Angebotsseite (Einzelhandelszentralitäten, Verkaufsflächendichte) hat gezeigt, dass rein quantitativ für den Stadtteil Großer Dreesch keine Neuansiedlungspotenziale mehr bestehen. Mit zwei Lebensmittelvollsortimentern, drei Lebensmitteldiscountern sowie einem Droge-

riemarkt ist auch aus qualitativer Sicht ein gutes Angebot vorhanden. Im Stadtteil Großer Dreesch sollte der Fokus daher in Zukunft darauf gerichtet werden, die städtebaulich integrierten Lagen (Stadtteil Großer Dreesch und siedlungsstrukturell integrierte Nahversorger) zu stärken.

Der Stadtteil **Neu Zippendorf** weist insgesamt kompakte Siedlungsstrukturen auf, die sich auch im Einzelhandelsbesatz widerspiegeln: Die Einzelhandelsangebote in dem Stadtteil sind auf das Stadtteilzentrum Berliner Platz konzentriert, welches sowohl in räumlicher als auch in funktionaler Hinsicht den Mittelpunkt des Stadtteils darstellt. Mit einer Einzelhandelszentralität von nur rd. 45 % in der Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren und rd. 67 % in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege besteht für Neu Zippendorf in quantitativer Hinsicht Bedarf bzw. Potenzial zum Ausbau der Nahversorgungsangebote. Dieser Bedarf wird auch bei qualitativer Betrachtung bestätigt, denn gegenwärtig sind hier lediglich zwei Lebensmitteldiscounter ansässig, jedoch kein Lebensmittelvollsortimenter und auch kein Drogeriemarkt.

Entsprechende Neuansiedlungen würden dazu beitragen, die Attraktivität und damit die Besucherfrequenzen des dringend revitalisierungsbedürftigen Berliner Platzes deutlich zu erhöhen. Für entsprechende Neuansiedlungen kommen vorhandene Brachflächen und Nutzungslücken in Frage. Aber auch der Abriss bestehender, sanierungsbedürftiger Gebäude und der Ersatz durch zeitgemäße, attraktive Neubauten wären positiv. Die Bemühungen um Neuansiedlungen und eine Angebotsverbesserung sollten dadurch bekräftigt werden, dass auch eine hochwertige Neugestaltung des öffentlichen Raumes erfolgt. Insbesondere die westliche Hälfte des zentralen Versorgungsbereiches weist derzeit erhebliche Defizite bei der Aufenthaltsqualität auf.

Der Stadtteil **Mueßer Holz** ist geprägt durch das Stadtteilzentrum Hamburger Allee mit der dort befindlichen Kepler-Passage. Als Ankermieter fungiert hier ein Kaufland Verbrauchermarkt. Daneben sind in dem Stadtteil noch zwei solitäre Lebensmitteldiscounter ansässig, sodass in qualitativer wie in quantitativer Hinsicht von einer guten Lebensmittelnahversorgung für den Stadtteil Mueßer Holz auszugehen ist. Im Drogerie-Segment übernehmen ebenfalls die

Lebensmittelmärkte mit ihren Randsortimenten die Versorgung im Mueßer Holz. Ein eigenständiger Drogeriemarkt ist hier nicht ansässig. Die Ansiedlung eines modernen Drogeriemarktes im benachbarten Stadtteilzentrum Berliner Platz in Neu Zippendorf würde daher auch für den Stadtteil Mueßer Holz eine Versorgungsfunktion im Drogerie-Segment wahrnehmen. Der Berliner Platz ist über die Hauptverkehrsachse Hamburger Allee aus dem Stadtteil Mueßer Holz bequem und schnell, bspw. auch per ÖPNV, zu erreichen.

Der zentrale Versorgungsbereich des Stadtteils Mueßer Holz, das Stadtteilzentrum Hamburger Allee, weist ebenfalls gestalterische Mängel und eine Leerstandsproblematik auf. Auf der straßenabgewandten Seite der Kepler-Passage befindet sich ein derzeit leerstehendes Einzelhandelsobjekt, welches ehemals als Getränkemarkt mit rd. 800 qm Verkaufsfläche genutzt wurde. Auch in der Keplerpassage selbst sind einige Leerstände und Unternutzungen vorzufinden. Aus den Ausstattungskennziffern für den Stadtteil Mueßer Holz lassen sich jedoch keine konkreten Neuansiedlungspotenziale ablesen. Im Bereich Lebensmittel ist eine ausreichende Versorgung vorhanden, zudem dürfte die Dominanz des Kaufland-Verbrauchermarktes den Standort Kepler-Passage für andere Lebensmittelbetreiber uninteressant machen. Im Bereich Gesundheit und Körperpflege bestehen in quantitativer Hinsicht keine größeren Angebotslücken (89 % Einzelhandelszentralität), weshalb wie erwähnt eine „Mit-Versorgung“ durch eine Drogeriemarkt-Ansiedlung in Neu Zippendorf angestrebt werden sollte. Somit ergeben sich für Nachnutzungen bestehender Einzelhandelsflächen vor allem Optionen aus dem aperiodischen Bedarfsbereich. Für den leerstehenden Getränkemarkt sollte jedoch alternativ erwogen werden, ob mit dem Ziel, die Attraktivität der Kepler-Passage zu steigern, die Getränkemarkt-Immobilie abgerissen und durch zusätzliche Parkplätze ersetzt wird.

Aus den allgemein begrenzten Neuansiedlungspotenzialen und der beschriebenen Notwendigkeit, die Stadtteilzentren gezielt durch Neuansiedlungen und Nachverdichtungen zu stärken, ergibt sich im Umkehrschluss die Notwendigkeit, mit Neuansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche rest-

riktiv umzugehen. Dies betrifft insbesondere auch neue Solitärstandorte. Aus diesem Grund kommt die CIMA bei der Bewertung der drei **Prüfstandorte Crivitzer Chaussee, Pilaer Straße und Cottbusser Straße** zu dem Ergebnis, dass nahversorgungs- und zentrenrelevante Neuansiedlungen an diesen Standorten vermieden werden sollten. In Frage kommen für alle drei Standorte somit nur Ansiedlungen aus dem nicht-zentrenrelevanten Bereich (z.B. Möbel-/ Einrichtungsfachmarkt, Zoofachmarkt o.ä.), insbesondere für die Standorte Pilaer und Cottbusser Straße wäre aber alternativ die Schaffung von attraktivem Wohnraum die bessere Nutzungsvariante, da dadurch gleichzeitig das Nachfragepotenzial für die Stadtteile erhöht bzw. der Bevölkerungsabnahme entgegengewirkt werden würde.

8 METHODIK

Die Analyse des Einzelhandels in der Landeshauptstadt Schwerin wurde auf der Basis der wichtigsten Kennzahlen vorgenommen, die sich auf die Angebots- und die Nachfrageseite des Einzelhandels beziehen.

Die Ermittlung der Daten auf der **Angebotsseite** erfolgt über die Bestandserhebung im Einzelhandel:

- Vollständige Bestandserhebung der Einzelhandelsflächen im Stadtgebiet von Schwerin
- Erfassung von einzelnen Sortimenten im Geschäft
- Erfassung aller Einzelhandelsbetriebe („im engeren Sinne“) und Leerstände
- Branchenmix (32 Sortimente, Zusammenfassung auf 15 CIMA Warengruppen)
- Betriebstypendifferenzierung (Facheinzelhandel, Discounter, Filialisten, „Regionalisten“, Kaufhäuser, Fachmärkte, SB-Warenhäuser)
- Bewertung der Nahversorgungssituation
- Einschätzung der Leistungsfähigkeit der Betriebe während der Erhebung
- Einschätzung der Flächenproduktivität nach Bundesdurchschnitt und regionale Anpassung durch Experten
- Darstellung der 15 Warengruppen sowie Differenzierung der Sortimente in den periodischen Bedarf (Lebensmittel, Gesundheits- und Drogeriewaren) und den aperiodischen Bedarf (mittel- und langfristiger Bedarfsbereich)

Abb. 74: Die CIMA-Branchen

1	Lebensmittel
2	Reformwaren
3	Arzneimittel (Apotheken)
4	Drogerie- und Parfümeriewaren
5	Schnittblumen, Floristik
6	Oberbekleidung
7	Wäsche, sonstige Bekleidung
8	Heimtextilien
9	Sportartikel
10	Schuhe
11	Sanitätswaren
12	Bücher
13	Schreibwaren
14	Spielwaren
15	Zoobedarf
16	Möbel
17	Antiquitäten, Kunstgegenstände
18	Eisenwaren, Baumarktartikel
19	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
20	Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche
21	Elektrogeräte, Leuchten
22	Unterhaltungselektronik
23	Foto
24	Optik, Hörgeräteakustik
25	Uhren, Schmuck
26	Lederwaren
27	Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
28	Fahrräder
29	Kfz-Zubehör
30	Computer, Büro-/ Telekommunikation
32	Pflanzen, Gartenbedarf
33	Zeitschriften, Zeitungen

Quelle: CIMA 2014

Abb. 75: Von der CIMA differenzierte Betriebstypen

Fachgeschäft

Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

Fachmarkt

Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

Supermarkt (Lebensmittel-Vollsortimenter)

Ca. 400 bis 1.500 qm Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 qm Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmittel-Discounter

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 600 und 1.200 qm Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

Verkaufsfläche ca. 1.500 bis 5.000 qm, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

Verkaufsfläche über 5.000 qm, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

Warenhaus

In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 qm, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 qm, breites und tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

Quelle: CIMA 2014

Die Berechnung der Kennzahlen der **Nachfrageseite** erfolgt mit der folgenden Methodik:

- Aktuelle Einwohnerzahl
- Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (KKZ) in %
(Bundesdurchschnitt = 100 %)
- Ausgabesatz im Einzelhandel: Pro-Kopf-Ausgaben in €/Einwohner p. a.
(gemäß statistischer Warenkorb für 2013)
 - Periodischer Bedarf: 2.972 €/Einwohner p. a.
 - Aperiodischer Bedarf: 2.696 €/Einwohner p. a.
 - Ausgabesatz gesamt: 5.668 €/Einwohner p. a.
- Berechnung des Nachfragepotenzials: Einwohner x Ausgabesatz
(gewichtet mit der KKZ)

Die Nachfragebindung ist der Anteil des Nachfragepotenzials, der von den Einwohnern im lokalen Einzelhandel ausgegeben wird. Sie wird in % oder in Mio. € ausgewiesen. Der Rest des Nachfragepotenzials fließt in andere Einkaufsorte und z. B. in den Versand ab.

Mittels der **Handelszentralität** erfolgt die Zusammenführung von Angebot und Nachfrage. Dort wird die Höhe des Umsatzes im Einzelhandel (in Mio. €) zum Nachfragepotenzial (in Mio. €) ins Verhältnis gesetzt (in %).

$$\text{Handelszentralität (in \%)} = \frac{\text{Umsatz}}{\text{Nachfrage}} \times 100$$

Die Handelszentralität wird für

- die Gesamtstadt,
- einzelne Warengruppen sowie
- den periodischen und aperiodischen Bedarf ausgewiesen.

Weiterhin werden folgende Kennzahlen ausgewiesen:

- **Flächenproduktivität/ Raumleistung:** Umsatz je qm Verkaufsfläche (brutto p.a.), dargestellt in € je qm.
- **Verkaufsflächendichte:** Verkaufsfläche in qm je Einwohner, dargestellt für den periodischen Bedarf, den aperiodischen Bedarf und insgesamt.