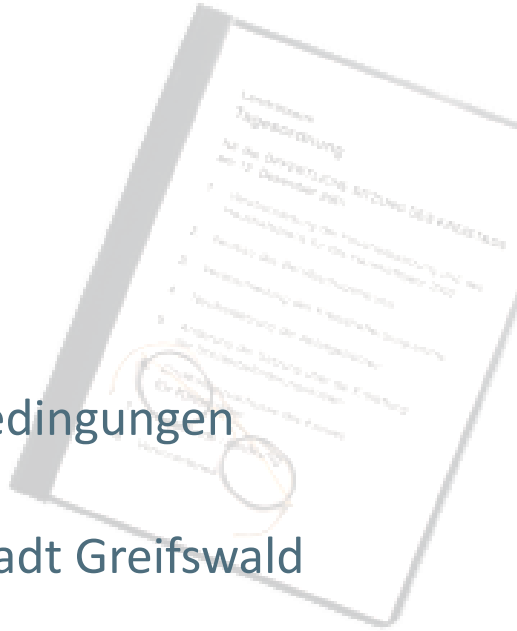
Junker + Kruse
Stadtforschung
Planung

UNIVERSITÄTS- UND HANSESTADT
GREIFSWALD

EINZELHANDELSFACHPLAN - FORTSCHREIBUNG

Junker + Kruse Stadtforschung Planung



1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

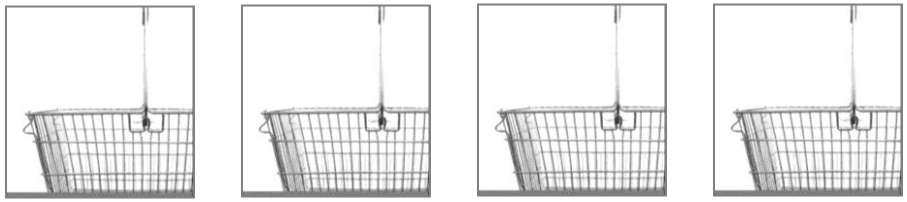
2 Erläuterung der methodischen Vorgehensweise

3 Veränderungen der nachfrageseitigen Rahmenbedingungen

4 Entwicklung des Einzelhandelsangebots in der Stadt Greifswald

5 Ausblick: Entwicklungsperspektiven und weitere Schritte

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!



ANLASS UND ZIELSETZUNG DER FORTSCHREIBUNG DES EINZELHANDELSFACHPLANS

Anlass der Untersuchung / Fortschreibung

- Veränderte Rahmenbedingungen -

- **Neue bundesrechtliche Vorgaben**

  Novellierung des BauGB 2007, 2011 und 2013 (u. a. Vorhaben der Innenentwicklung gemäß § 13a; Bebauungspläne zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche gemäß § 9 (2a))

- **Verschiedene Urteile**

  u. a. zu den Themen *Funktionseinheit* und *Abgrenzung* bzw. *gerichtliche Kontrolle zentraler Versorgungsbereiche*

- **Veränderungen der Angebots- und Nachfragestruktur im Stadtgebiet**
  - Neueröffnungen und / oder Schließungen strukturprägender Betriebe (z.B. Eröffnung Einkaufszentrum Gleis Vier, Schlecker-Insolvenz)
  - Planung / Diskussion strukturprägender Einzelhandelseinrichtungen (Entwicklungsperspektiven Stadtteil- und Nahversorgungszentren (z.B. Ostseeviertel (Ryckseite); Erweiterungs- und Umnutzungsabsichten)
  - Veränderungen der Bevölkerungszahlen und der privaten Verbrauchsausgaben

  → Aktualisierung der primärstatistischen Daten aus dem Jahr 2009 / 2014 sowie Überprüfung der konzeptionellen Ziele, Modelle und Grundsätze notwendig

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Rechtliche Rahmenbedingungen

- Bundesrechtliche Vorgaben -

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

- **§ 2 (2) Satz 2 BauGB** in der seit dem 20.07.2004 geltenden Fassung erweitert das kommunale Abstimmungsgebot dahin, dass Gemeinden sich sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre **zentralen Versorgungsbereiche**“ berufen können.

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

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

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Rechtliche Rahmenbedingungen

- Bundesrechtliche Vorgaben -

§ 1 Abs. 6 BauGB Bei der Aufstellung der Bauleitpläne sind insbesondere zu berücksichtigen [...]

Nr. 4

Die Erhaltung, Erneuerung, Fortentwicklung, Anpassung und der Umbau vorhandener Ortsteile sowie die Erhaltung und Entwicklung **zentraler Versorgungsbereiche**

Nr. 8

Die Belange

a) der Wirtschaft, auch ihrer mittelständischen Struktur im Interesse einer **verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung**

Nr. 11

Die Ergebnisse eines von der Gemeinde beschlossenen städtebaulichen Entwicklungskonzeptes oder einer von ihr beschlossenen sonstigen städtebaulichen Planung

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Rechtliche Rahmenbedingungen

- Obergerichtliche und höchstrichterliche Rechtsprechung -

Einzelfallnachweis zentrenschädigender Auswirkungen nicht erforderlich, wenn (beschlossenes) schlüssiges kommunales Einzelhandelskonzept vorliegt !

§ §

Urteil des Oberverwaltungsgerichts NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

Anhand eines schlüssigen Einzelhandelsplans, der eine Zentrenhierarchie und Abgrenzungen zu zentralen Versorgungsbereichen enthält, können Lebensmitteleinzelhandelsbetriebe positiv gesteuert werden (aktive Zuweisungsplanung).

Im konkreten Fall räumte das Gericht ein, dass der Ausschluss von Lebensmittelangeboten in einem Mischgebiet zum Schutz eines nahegelegenen Zentrums rechtens sei.

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Rechtliche Rahmenbedingungen

- Obergerichtliche und höchstrichterliche Rechtsprechung -

Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 26.03.2009 (BVerwG 4 C 21.07)

§ §

Der generelle Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in einem Bebauungsplan kann durch das Ziel einer Stärkung der in einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren städtebaulich gerechtfertigt sein.

Einer Gemeinde ist es auf der Grundlage eines schlüssigen gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts grundsätzlich gestattet, Nutzungsarten, die in Zentren nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen.

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Rechtliche Rahmenbedingungen

- Pressespiegel -

„Sieg für den Masterplan"

Urteil verbietet Einzelhandel-Ansiedlung im Außenbereich / Stadt und Verband jubeln

Mit Freude und Genugtuung reagiert die Stadt auf den Urteilsspruch des Bundesverwaltungsgerichtes gegen den Bau eines Supermarktes am Bärenbruch in Marten.

Der Leipziger Richterspruch (wir berichteten gestern) sei nicht nur ein Sieg in diesem Einzelfall, so Stadtdirektor Ullrich Sierau, sondern „er stärkt auch die städtische Einzelhandelspolitik insgesamt, die seit Jahren für alle Marktteilnehmer verlässliche Rahmenbedingungen schafft."

Die Projektentwicklungsgesellschaft Laon aus Lohne hatte 2003 die Bauvoranfrage zur Errichtung eines Plus-Lebensmittelmarktes an der Straße Bärenbruch in Marten gestellt. Vor dem Hintergrund des Masterplans Einzelhandel veränderte die Stadt daraufhin den gültigen Bebauungsplan und erließ eine Veränderungssperre. Denn der Masterplan hat die Stärkung der Zentren zum Ziel. Ein Supermarkt im Außenbereich, wie eben an dieser Stelle in Marten, sei kontraproduktiv, so die Auffassung der Stadt.

Da der Investor das natürlich anders sah, schloss sich ein mehrjähriges Justiz-Verfahren an, das am Donnerstag seinen Schlusspunkt in Leipzig fand.

„Rechtlich können wir nichts mehr machen, außer einer Verfassungsbeschwerde", so Laon-Prokurist Wolfgang Blome. Daran denke seine Firma aber nicht. Auch ein Schadenersatzverfahren gegen die Stadt Dortmund wolle er nicht weiter betreiben. Blome spekuliert darauf, sein Geld von seinem früheren Anwalt zu bekommen. Der habe nämlich in dem Schadenersatz-Verfahren einen Formfehler begangen, für den er (bzw. dessen Versicherung) finanziell gerade stehen soll.

Ebenso wie die Stadt begrüßt auch der Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland das Urteil. Thomas Schäfer: „ Wir halten das Urteil für richtig und gut, da es unsere Arbeit an dem Masterplan Einzelhandel bestätigt. Es zeigt, dass wir damit einen richtigen und vor allem rechtssicheren Weg eingeschlagen haben." ▪ jöh

METHODISCHE VORGEHENSWEISE UND UNTERSUCHUNGSAUFBAU

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Untersuchungsaufbau

Status-Quo → **Perspektive** → **Ziele / Konzept**

1
Angebots- u. Nachfrage-analyse

2
Potenziale
Perspektiven
Strategien

3
Entwurf Fortschreibung Einzelhandels-fachplan

4
Beschluss Fortschreibung Einzelhandels-fachplan

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Methodische Vorgehensweise

- Datenerfassung und -analyse -

Untersuchungsschritt	Status Quo
Aktualisierende Erfassung und Bewertung der untersuchungsrelevanten Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Greifswald und der Gemeinde Neuenkirchen Vorgehensweise: aktuelle primärstatistische Datenerhebung und Vergleich zu Erhebungsdaten 2009 / 2014	■ Aktualisierende Vollerhebung des Einzelhandel-bestandes in Greifswald und Neuenkirchen durch Begehung bzw. Befahrung des Stadtgebietes (quantitative Analyse) ■ Kundenherkunftserhebung ■ Städtebauliche Kurzchecks der relevanten Einzelhandelsstandorte (qualitative Analyse) ■ Darstellung der in Greifswald aktuell vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ■ Ermittlung der aktuellen warengruppenspezifischen Zentralitäten

Aktuelles Bild über die Angebots- und Nachfragesituation als abgestimmte und konsensfähige Ausgangsbasis für weitere Bearbeitungsschritte

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Methodische Vorgehensweise

- Einzelhandelserhebung -

- Flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Greifswalder Stadtgebiet und Neuenkirchen (März / April 2018)
  - Lage (Adresse, Stadtteil)
  - Hauptbranche
  - Gesamtverkaufsfläche
- Differenzierte Erfassung der jeweils geführten Sortimentsgruppen
  - Basis: 50 Sortimentsgruppen

  zusammengefasst in
  - 17 Warengruppen
  - 3 Bedarfsstufen

	Hauptwarengruppen
kurzfristiger Bedarf	Nahrungs- und Genussmittel
	Blumen (Indoor) / Zoo
	Gesundheit und Körperpflege
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren (PBS) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher
	überwiegend kurzfristiger Bedarf
mittelfristiger Bedarf	Bekleidung / Textilien
	Schuhe / Lederwaren
	Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltswaren
	Spielwaren / Hobbyartikel
	Sport und Freizeit
	überwiegend mittelfristiger Bedarf
langfristiger Bedarf	Wohneinrichtung
	Möbel
	Elektro / Leuchten
	Elektronik / Multimedia
	medizinische und orthopädische Artikel
	Uhren /Schmuck
	Baumarktsortimente
	Gartenmarktsortimente
	überwiegend langfristiger Bedarf
	Sonstige

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Einzelhandelserhebung

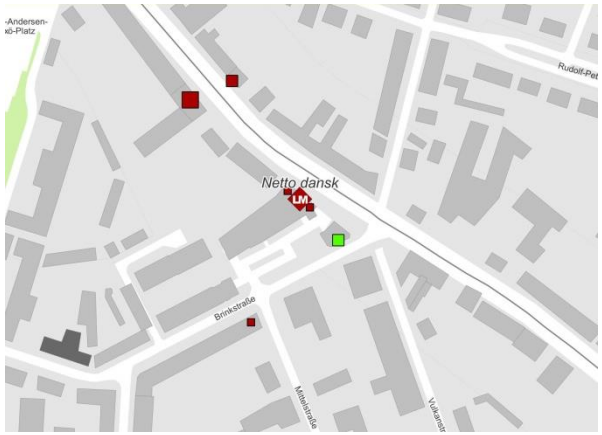
- Lagedefinitionen -

zentraler Bereich

- Konzentration zentrenbedeutender Funktionen
- In der Regel multifunktional (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur, Freizeit, Verwaltung etc.)
- Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus
- Städtebauliche Einheit

städtebaulich integrierte Lage

- Funktional und städtebaulich integrierter Einzelstandort (außerhalb zentraler Bereiche)
- Lage innerhalb des Siedlungsgefüges
- Räumliche Zuordnung zu Wohnsiedlungsbereichen



städtebaulich nicht integrierte Lage

- Kein räumlicher Zusammenhang mit Wohnbebauung
- Autokundenorientierte Standorte
- Oftmals in Gewerbe- oder Industriegebieten

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Methodische Vorgehensweise

- Ableitung von Entwicklungsperspektiven -

Untersuchungsschritt	Perspektive
Aktualisierung der zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Greifswald	■ Darstellung der aktuellen entwicklungsbestimmenden Faktoren und deren Veränderungen ■ Einschätzung branchenspezifischer Entwicklungs-potenziale ■ Aufstellung Prognosemodell Zielhorizont: 5-7 Jahre

Zielaussagen zu möglichen Entwicklungsspielräumen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Methodische Vorgehensweise

- Konzeption -

Untersuchungsschritt	Ziele
Überprüfung und Aktualisierung der Zielaussagen und Instrumente der zukünftigen Steuerung zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Greifswald	■ Prüfung der Abgrenzung und Hierarchisierung der zentralen Versorgungsbereiche ■ Definition und Abgrenzung von Sonderstandorten ■ Überprüfung und Konkretisierung der Empfehlungen zur wohnungsnahen Grundversorgung ■ Erarbeitung der Greifswalder Sortimentsliste ■ Definition der Grundsätze zur Einordnung und Bewertung von Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben

Zukünftiges politisches, planerisches und strategisches Entwicklungs- und Steuerungsleitbild

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Methodische Vorgehensweise

- Kommunikation -

prozessbegleitend

Sensibilisierung der unterschiedlichen Akteure auf verschiedenen Ebenen

Kommunikation

- Abstimmungsgespräche mit dem Auftraggeber
- Projektbegleitende Arbeitsgruppe
- Einbindung der Öffentlichkeit und des örtlichen Einzelhandels (optional)
- Einbindung der Politik

Einbindung der wichtigsten Akteure bereits während der Erarbeitung des Konzeptes

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Untersuchungsaufbau

- Zeitplan -

Frühjahr 2018

Auftragsvergabe

Erfassung der einzelhandelsrelevanten Angebots- und Nachfragesituation

Datenaus- und -bewertung

Ableitung von Entwicklungsoptionen

Entwurf eines gesamtstädtischen Entwicklungsleitbilds

Winter 2018/19

Entwurf des Einzelhandelsfachplans

Ableitung bau- und planungsrechtlicher Rahmenbedingungen

Beschluss des Fachplans

Kommunikation / Einbindung relevanter Akteure

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Methodische Vorgehensweise

- Funktion des Arbeitskreises -

- Begleitung des Erarbeitungsprozesses und fachliche Diskussion von Zwischenständen *(„Meilensteinen“)*
- Austausch über und Sensibilisierung für Problemzusammenhänge
- Nutzung von Multiplikatoreffekten *(Politik, Händlerschaft, Öffentlichkeit)*
- Vertraulicher Austausch von Informationen
- Verständigung über Öffentlichkeitsbeteiligung / Pressearbeit

- **Ziel: Einvernehmlicher Vorschlag des fortzuschreibenden Einzelhandelsfachplans zur Beratung in den politischen Gremien**

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

NACHFRAGESEITIGE RAHMENBEDINGUNGEN DES EINZELHANDELS IN GREIFSWALD

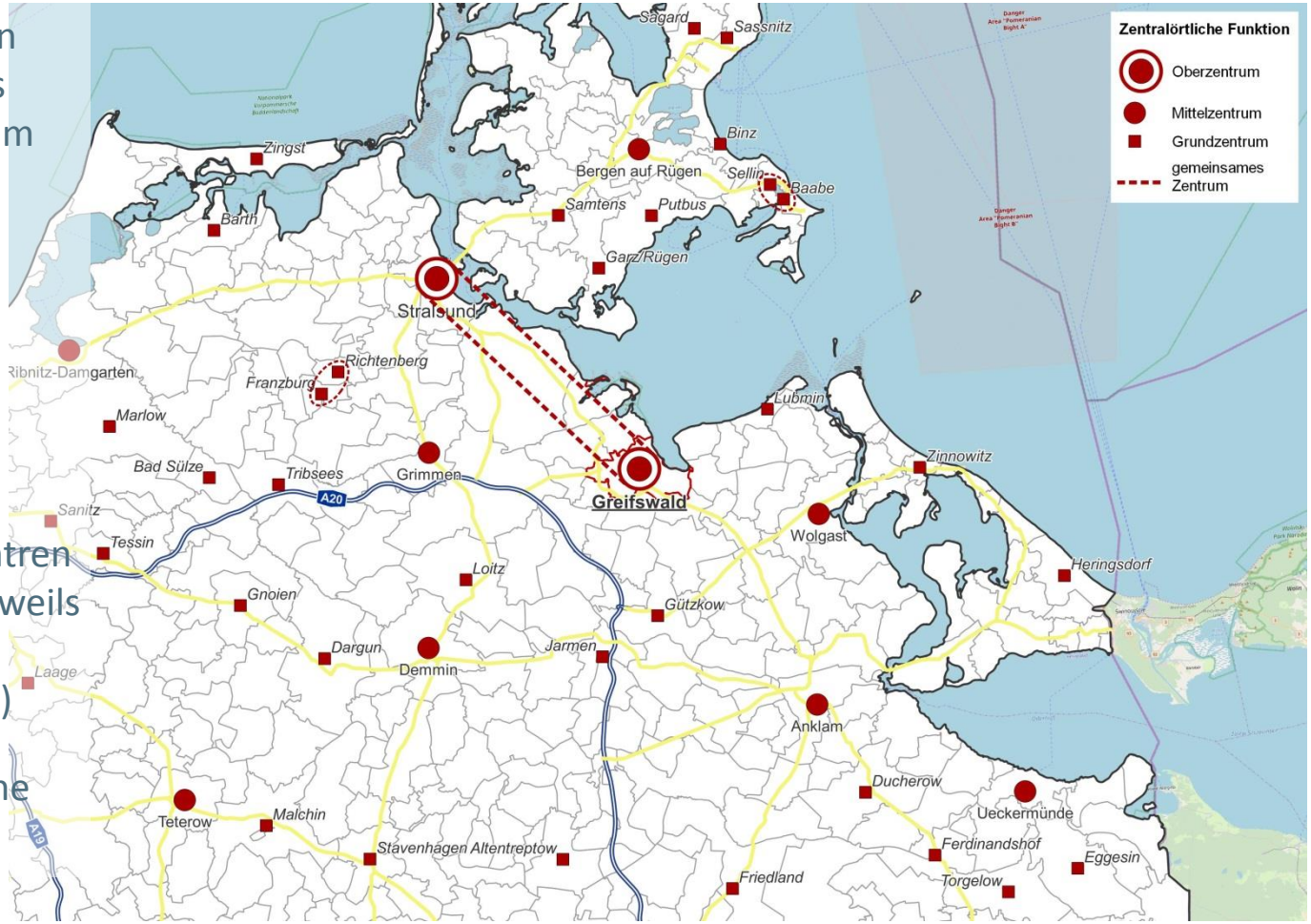
Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Standortrelevante Rahmenbedingungen

- Lage und Rolle in der Region -

- Mit rd. 57.600 Einwohnern Kreisstadt des Landkreises Vorpommern-Greifswald im Nordosten Mecklenburg-Vorpommerns
- Landesplanerische Versorgungsfunktion als **Oberzentrum** gemeinsam mit Stralsund (rd. 30 km)
- Nächstgelegene Mittelzentren Wolgast und Grimmen (jeweils rd. 30 km), Demmin und Anklam (jeweils rd. 40 km)
- Gute regionale verkehrliche Anbindung



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

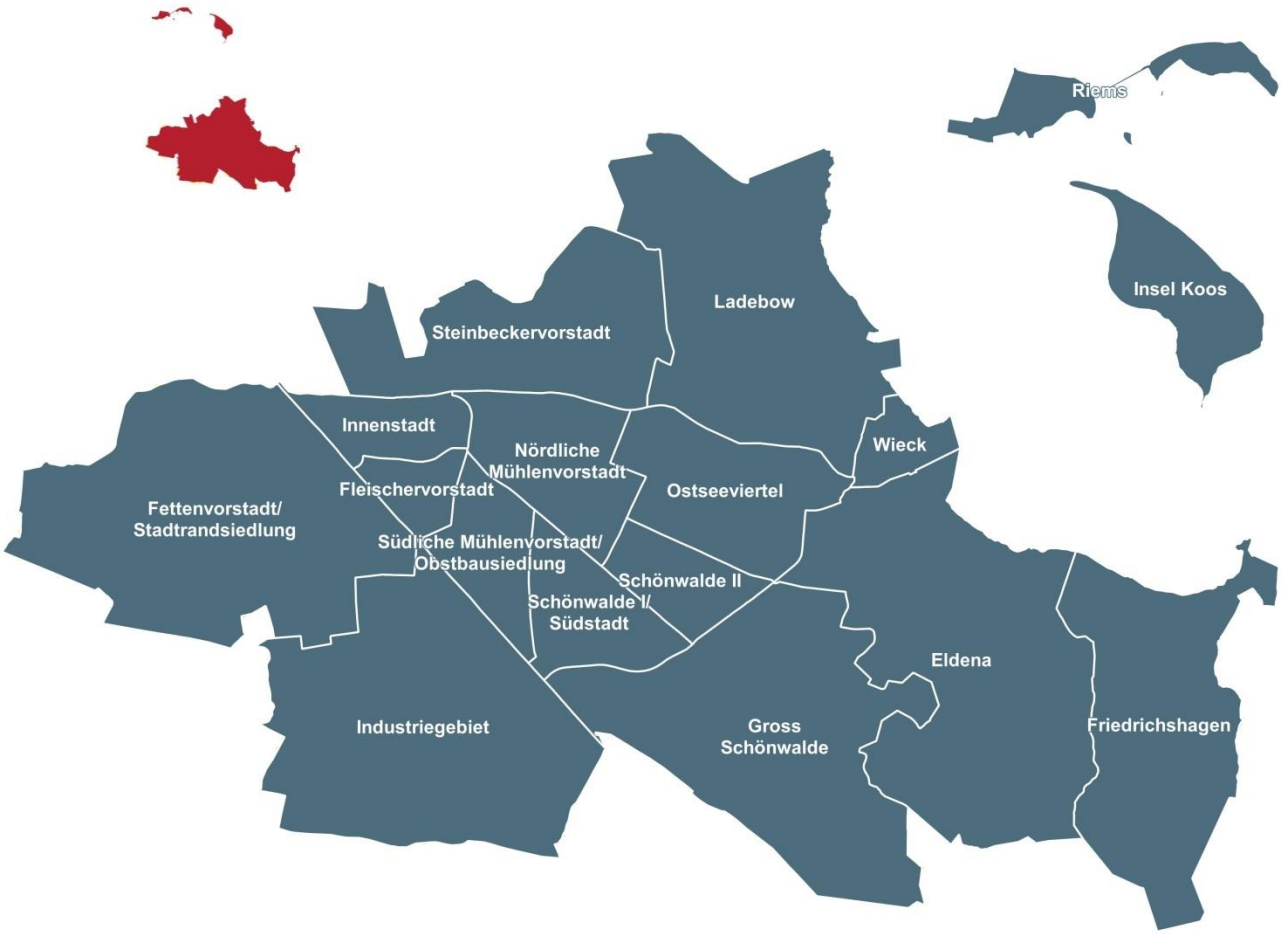
Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Standortrelevante Rahmenbedingungen

- Siedlungsstruktur -

Stadtteile	Einwohner
1 Innenstadt	4.930
2 Steinbeckervorstadt	400
3 Fleischervorstadt	4.760
4 Nördliche Mühlenvorstadt	4.640
5 Südliche Mühlenvorstadt / Obstbausiedlung	5.810
6 Fettenvorstadt / Stadtrand-siedlung	4.610
7 Ostseeviertel	6.430
8 Schönwalde I / Südstadt	11.070
9 Schönwalde II	8.300
10 Industriegebiet	1.140
11 Ladebow	760
12 Wieck	480
13 Eldena	2.270
14 Gross Schönwalde	1.280
15 Friedrichshagen	290
16 Riems / Insel Koos	470
Gesamt	**57.630**



Quelle: Universitäts- und Hansestadt Greifswald, Stand: 31.12.2017 (Hauptbewohner)

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Greifswald

- Sortimentsspezifisches Kaufkraftpotenzial in Greifswald -

Entwicklung 2014 → 2018
(Quellen: CIMA 2014; Stadt Greifswald 2018; IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln 2017)

- **Bevölkerung**

  rd. 55.100 → rd. **57.600** (+ 5 %)

- **Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**

  92,5 → **92,1** (-0,4 %)

- **Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen**

  288,6 Mio. € → **308,7** Mio. € (+ 7 %)

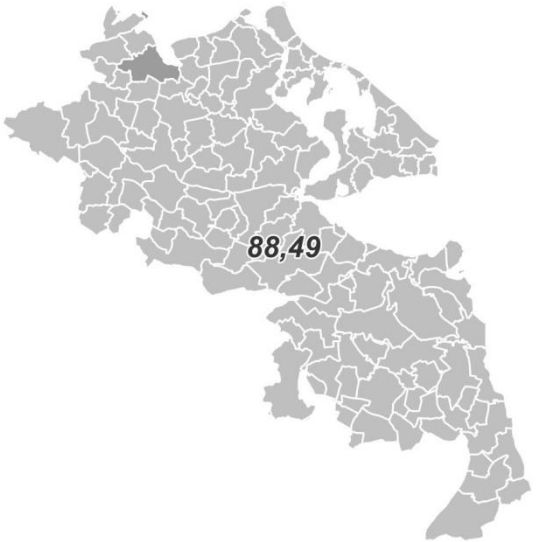
Warengruppe	Pro-Kopf-Kaufkraft	Absolut (in Mio. €)
Nahrungs- und Genussmittel	2.194	126,5
Blumen (Indoor) / Zoo	109	6,3
Gesundheit und Körperpflege	352	20,3
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	158	9,1
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**2.813**	**162,1**
Bekleidung / Textilien	483	27,8
Schuhe / Lederwaren	131	7,6
GPK / Haushaltswaren	62	3,6
Spielwaren / Hobbyartikel	123	7,1
Sport und Freizeit	101	5,8
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**900**	**51,9**
Wohneinrichtung	114	6,6
Möbel	282	16,3
Elektro / Leuchten	158	9,1
Elektronik / Multimedia	361	20,8
Medizinische und orthopädische Art.	72	4,1
Uhren / Schmuck	65	3,8
Baumarktsortimente	480	27,6
Gartenmarktsortimente	81	4,7
Überwiegend langfristiger Bedarf	**1.613**	**93,0**
Sonstiges	30	1,7
Gesamtsumme	**5.357**	**308,7**

Quelle: IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln 2017, eigene Berechnung

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (2017)

Bundesland
Mecklenburg-Vorpommern



Landkreis
Vorpommern-Greifswald

Universitäts- und Hansestadt
Greifswald

Quelle: eigene Darstellung und Berechnung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald und IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln 2017

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Einzugsgebiet des Greifswalder Einzelhandels

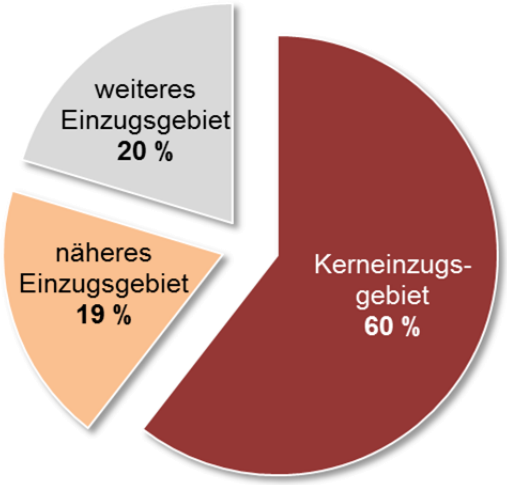
- Kundenherkunftserhebung -

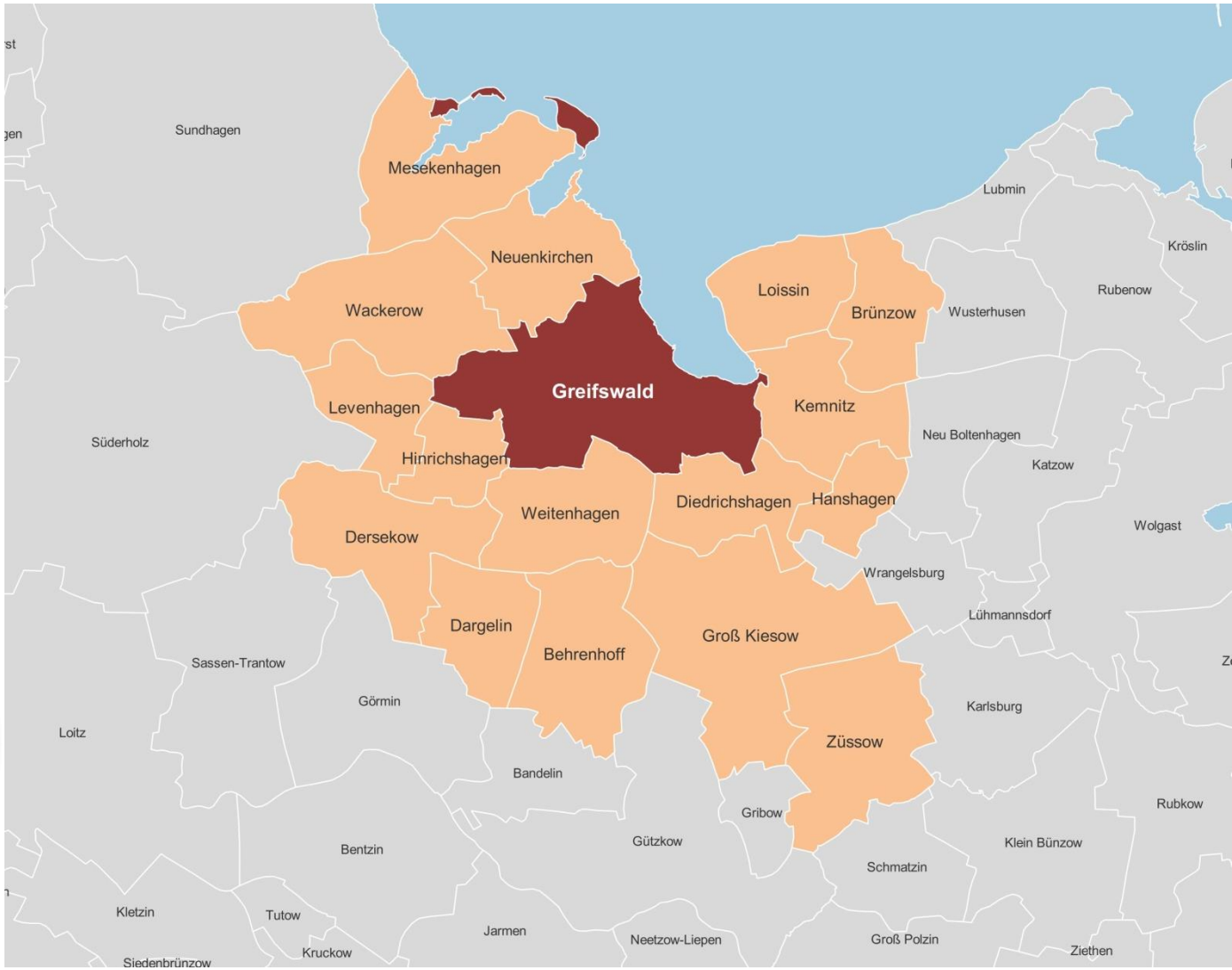
- Befragung in der 26. Kalenderwoche:
  Montag, 28. Mai 2018 bis Samstag, 02. Juni 2018
- Information der Greifswalder Einzelhändler und Kunden im Vorfeld durch die örtliche Presse
- Teilnahme von 27 Einzelhandelsbetrieben von 134 angefragten Betrieben im Stadtgebiet (nur ca. 7 % aller Betriebe)
- Möglichst breite Mischung über verschiedene Branchen und Betriebsformen
- Dokumentation der Kundenherkunft:
  mehr als 3.000 Kunden nach Wohnort bzw. Postleitzahl erfasst
  (kein Personenbezug möglich)

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Einzugsgebiet des Greifswalder Einzelhandels

- Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung -





Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

ENTWICKLUNG DES EINZELHANDELSBESTANDES IN DER STADT GREIFSWALD

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Kennwerte des Einzelhandels in Greifswald

- im Vergleich -

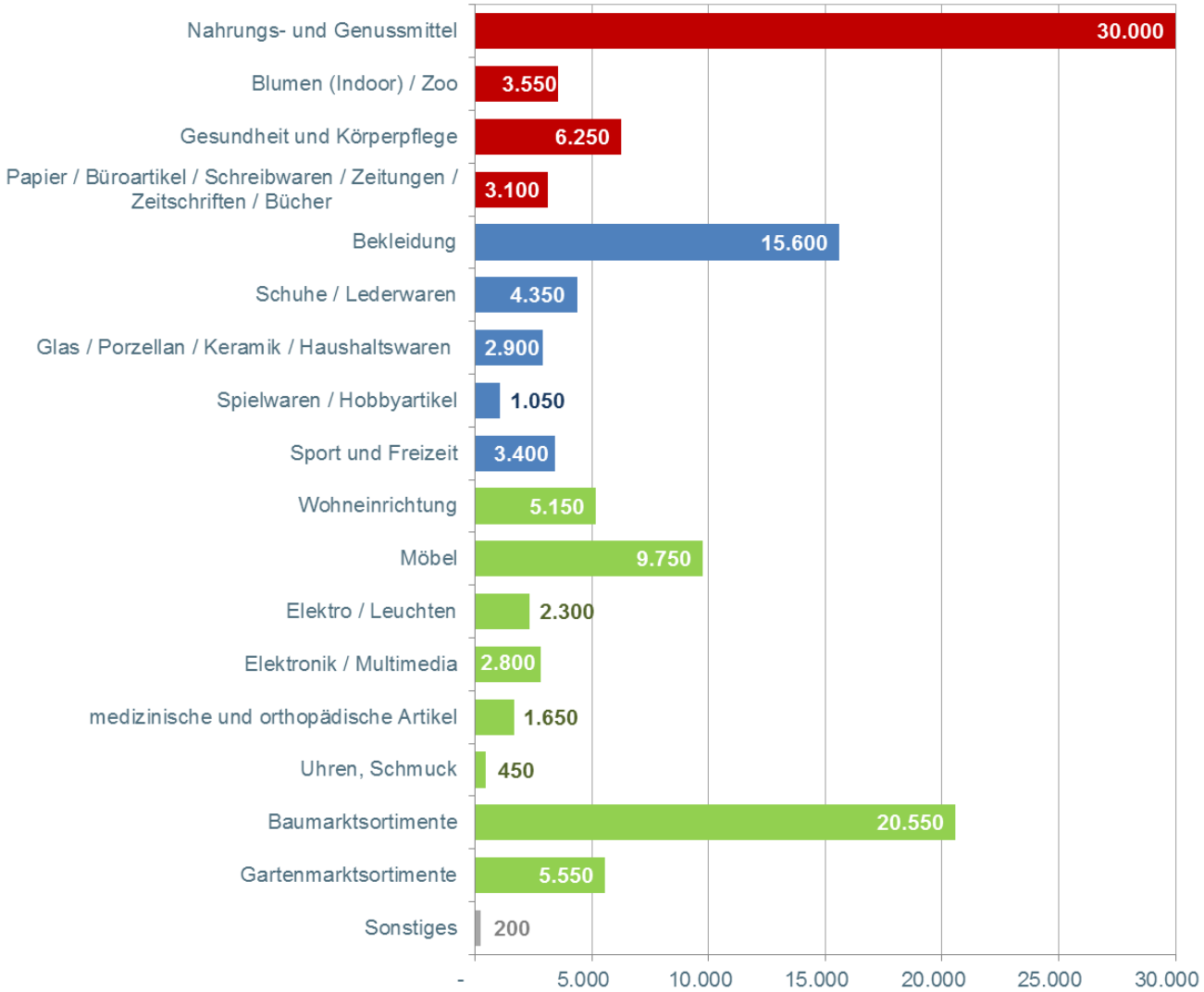
	Greifswald 2014	Greifswald 2018	Junker + Kruse Datenbank
Einwohnerzahl	55.050	57.630	50.000 - 75.000
Gesamtzahl Einzelhandelsbetriebe	388	383	406
Gesamtverkaufsfläche	rd. 108.780	rd. 118.600	rd. 109.800
⌀ Verkaufsfläche je Betrieb	280 m²	310 m²	270 m²
Verkaufsfläche je Einwohner	1,98 m²	2,06 m²	1,90 m²

Quellen:
CIMA (2014): Teilfortschreibung der „Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche auf Grundlage des Einzelhandelsfachplans 2005“ für die Universitäts- und Hansestadt Greifswald, Lübeck.
Junker + Kruse Einzelhandelserhebung Greifswald 2018; Junker + Kruse Datenbank aus eigenen Erhebungen; gerundete Werte

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Verkaufsflächenangebot in Greifswald

- Warengruppenspezifische Betrachtung in m² -



kurzfristiger Bedarf

≈ 42.900 m²

mittelfristiger Bedarf

≈ 27.300 m²

langfristiger Bedarf

≈ 48.200 m²

Gesamtverkaufsfläche

≈ 118.600 m²

Quelle: eigene Darstellung

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Verkaufsflächenausstattung in Greifswald

- Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung im Vergleich -

Warengruppe	Greifswald rd. 57.630 Einwohner	JuK-Datenbank 50.000-75.000
Nahrungs- und Genussmittel	**0,52**	0,43
Blumen / Zoologische Artikel	**0,06**	0,06
Gesundheit- und Körperpflege	**0,11**	0,07
PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften	**0,05**	0,04
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**0,74**	**0,60**
Bekleidung	**0,27**	0,21
Schuhe / Lederwaren	**0,08**	0,05
Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	**0,05**	0,07
Spielwaren / Hobbyartikel	**0,02**	0,03
Sport und Freizeit	**0,06**	0,05
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**0,47**	**0,41**
Wohneinrichtung	**0,09**	0,08
Möbel	**0,17**	0,22
Elektro / Leuchten	**0,04**	0,04
Elektronik / Multimedia	**0,05**	0,05
medizinische und orthopädische Artikel	**0,03**	0,02
Uhren / Schmuck	**<0,01**	0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	**0,45**	0,45
Überwiegend langfristiger Bedarf	**0,84**	**0,87**
Gesamt	**2,06**	**1,90**

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Quelle: eigene Berechnungen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Angebotsanalyse

- Befragung der Einzelhändler* zum Online-Handel -

- Zusätzlicher Analyse-Baustein hinsichtlich des Online-Handels
- Befragung der Einzelhändler* in Greifswald, ob eine eigene Homepage / ein eigener Online-Shop vorhanden ist oder die Ware z. B. über andere Onlinekanäle (Ebay, Amazon Marktplace, allyouneed etc.) angeboten wird
- Insgesamt haben 199 Händler (von insgesamt 383) an der Befragung teilgenommen

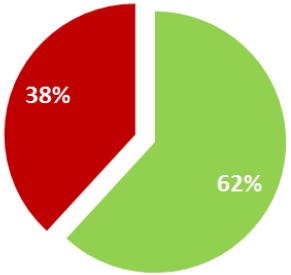
*nur inhabergeführter Facheinzelhandel

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Angebotsanalyse

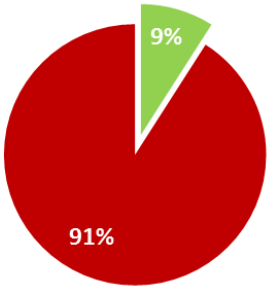
- Befragung der Einzelhändler* zum Online-Handel -

Eigener Internetauftritt?



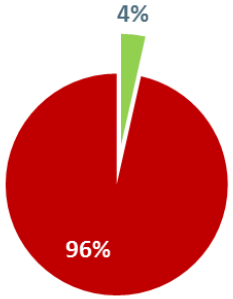
123 Händler haben einen eigenen Internetauftritt

Eigener Online-Shop?



18 Händler haben einen eigenen Online-Shop

Verkauf über andere Plattformen



7 Händler verkaufen online über verschiedene Plattformen (z.B. Amazon)

Ja Nein n=199

Quelle: eigene Darstellung auf Basis eigner Erhebung

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots

- nach Stadtteilen -

Stadtteile	Einwohner 2018	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m²)	VKF / EW
1 Innenstadt	4.930	156	21.550	4,4
2 Steinbeckervorstadt	400	4	1.350	3,4
3 Fleischervorstadt	4.760	17	6.350	1,3
4 Nördliche Mühlenvorstadt	4.640	16	1.750	0,4
5 Südliche Mühlenvorstadt / Obstbausiedlung	5.810	14	4.350	0,7
6 Fettenvorstadt / Stadtrandsiedlung	4.610	16	5.400	1,2
7 Ostseeviertel	6.430	21	5.100	0,8
8 Schönwalde I / Südstadt	11.070	37	8.600	0,8
9 Schönwalde II	8.300	18	3.550	0,4
10 Industriegebiet	1.140	32	28.350	24,9
11 Ladebow	760	-	-	-
12 Wieck	480	1	<50	<0,1
13 Eldena	2.270	7	1.700	0,7
14 Gross Schönwalde	1.280	44	30.600	23,9
15 Friedrichshagen	290	-	-	-
16 Riems / Insel Koos	470	-	-	-
Gesamt	**57.630**	**383**	**118.600**	**2,1**

Quelle: eigene Berechnungen, Einwohnerzahlen: Universitäts- und Hansestadt Greifswald, Stand: 31.12.2017; gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

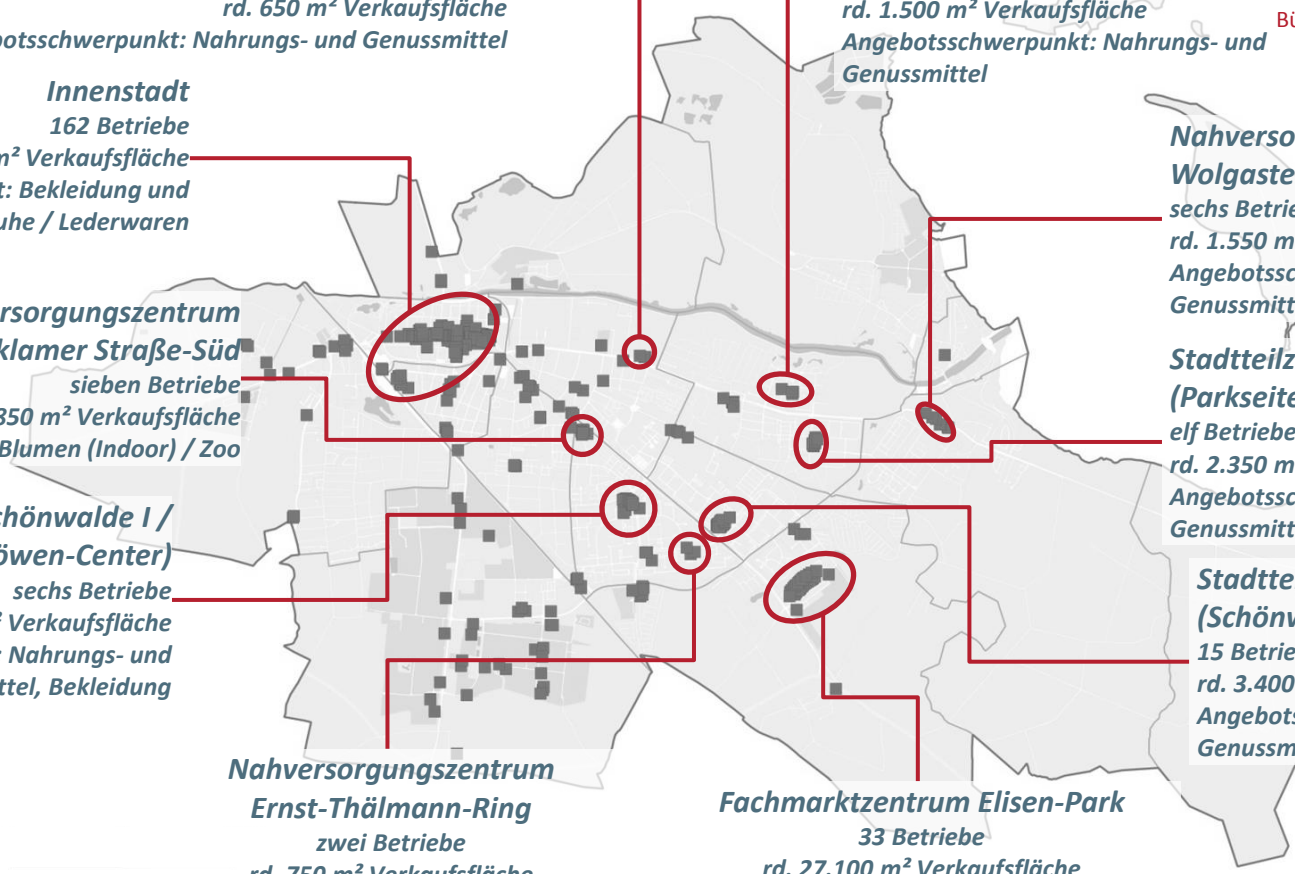
Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots

- Angebotsschwerpunkte (Einordnung gemäß Einzelhandelsfachplan 2006/2014*) -

* Die Teilfortschreibung 2014 und der darin enthaltene Abgrenzungsvorschlag für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wurden von der Greifswalder Bürgerschaft nicht beschlossen.



Nahversorgungszentrum Wolgaster Straße
drei Betriebe
rd. 650 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel

Stadtteilzentrum Ostseeviertel (Ryckseite)
vier Betriebe
rd. 1.500 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel

Innenstadt
162 Betriebe
rd. 26.900 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Bekleidung und Schuhe / Lederwaren

Nahversorgungszentrum Wolgaster Landstraße
sechs Betriebe
rd. 1.550 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung

Nahversorgungszentrum Anklamer Straße-Süd
sieben Betriebe
rd. 850 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Blumen (Indoor) / Zoo

Stadtteilzentrum Ostseeviertel (Parkseite OEZ)
elf Betriebe
rd. 2.350 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel

Stadtteilzentrum Schönwalde I / Südstadt (Möwen-Center)
sechs Betriebe
rd. 3.900 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung

Stadtteilzentrum Schönwalde II (Schönwalde-Center)
15 Betriebe
rd. 3.400 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel

Nahversorgungszentrum Ernst-Thälmann-Ring
zwei Betriebe
rd. 750 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel

Fachmarktzentrum Elisen-Park
33 Betriebe
rd. 27.100 m² Verkaufsfläche
Angebotsschwerpunkt: Baumarktsortimente, Bekleidung, Nahrungs- und Genussmittel

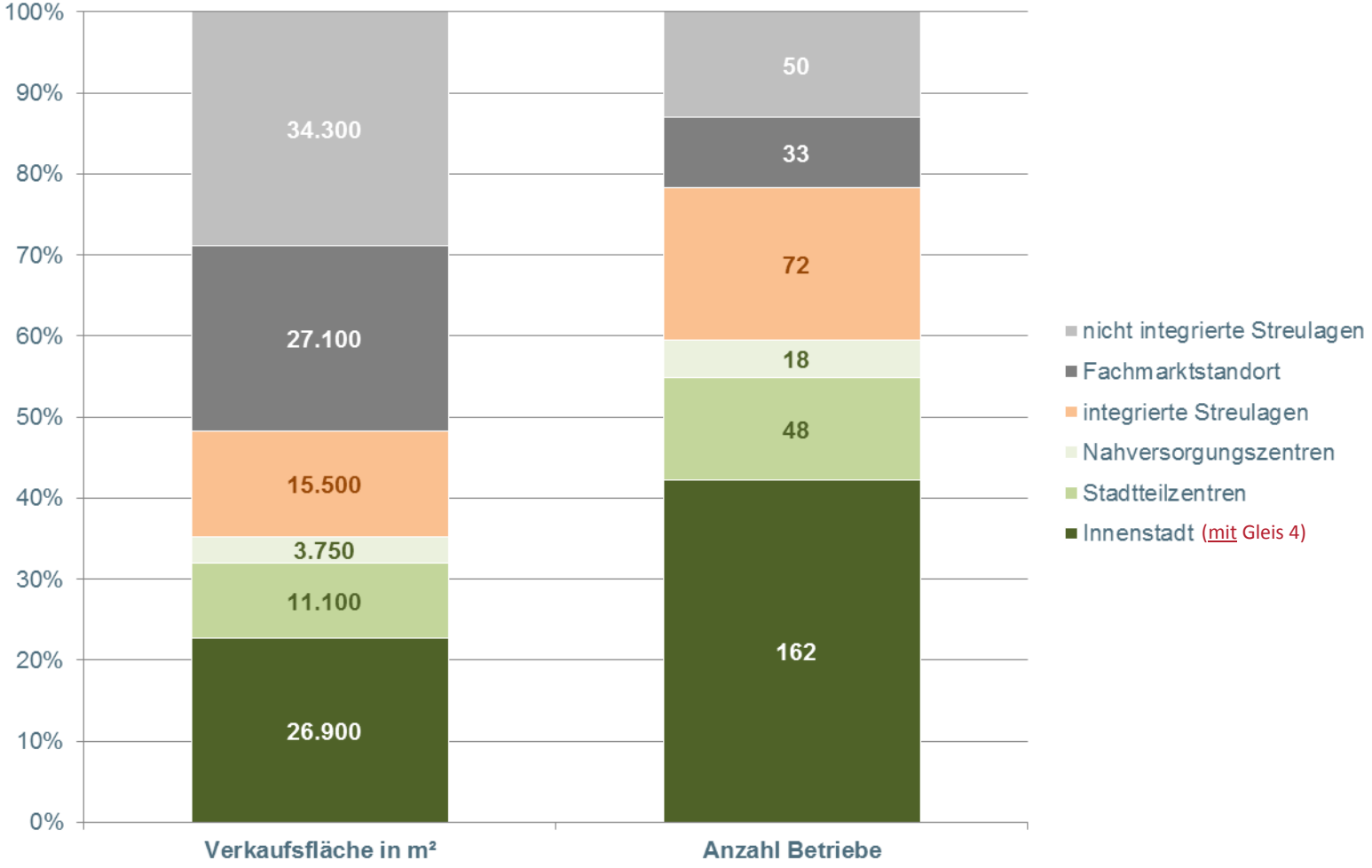
Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots

- nach städtebaulicher Lage -



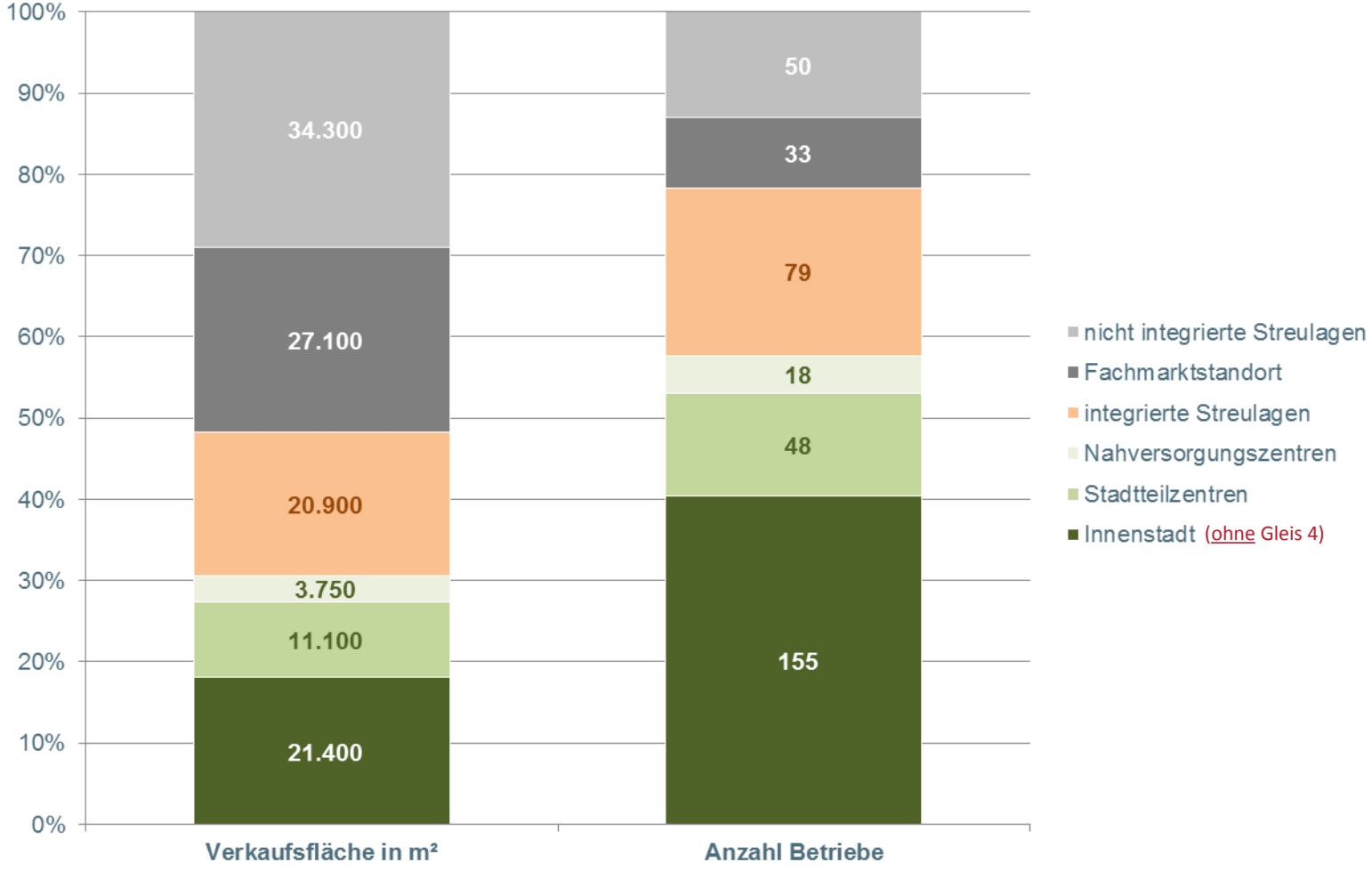
Quelle: eigene Darstellung

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots

- nach städtebaulicher Lage -

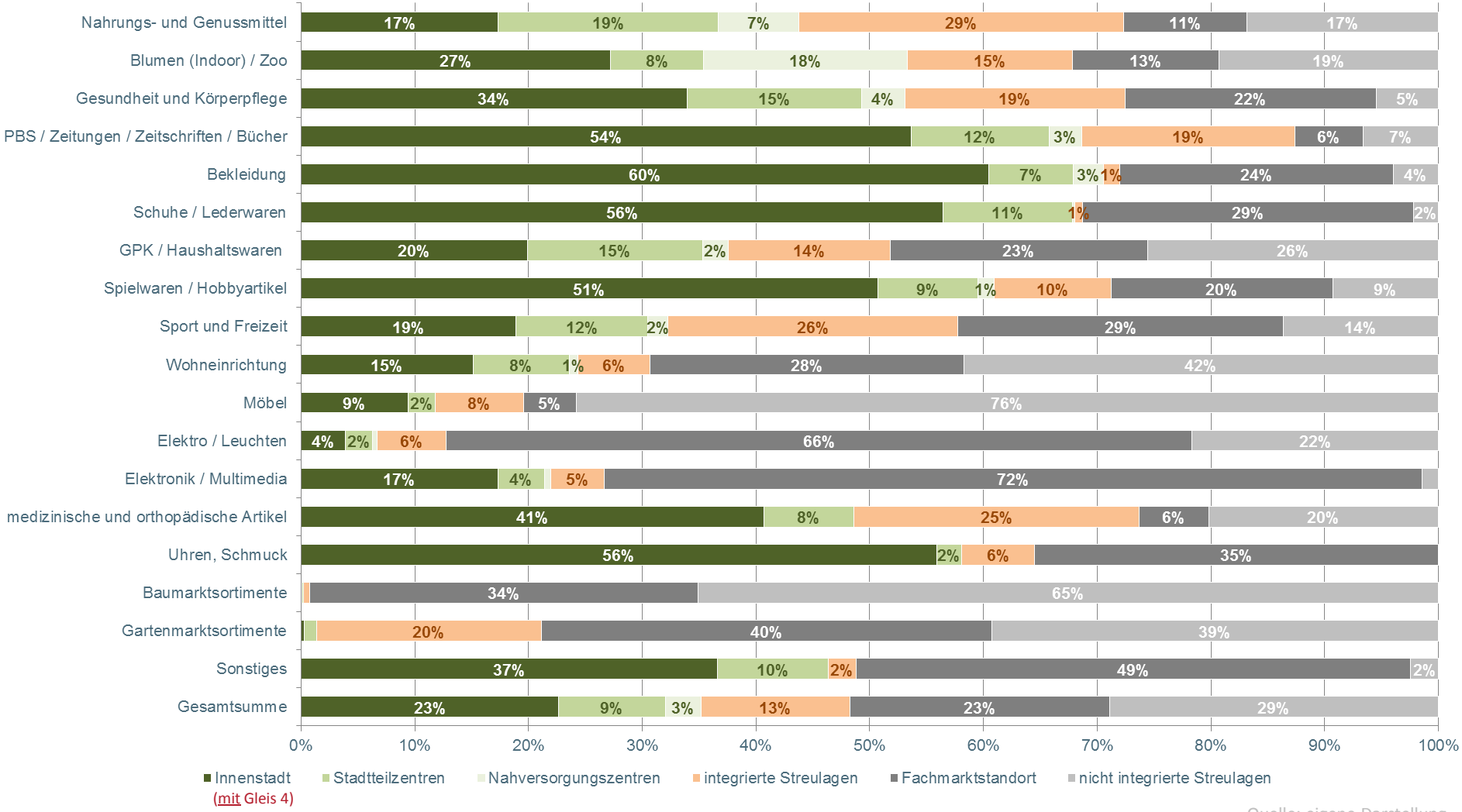


Quelle: eigene Darstellung

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots

- nach städtebaulicher Lage - warengruppenspezifische Betrachtung -



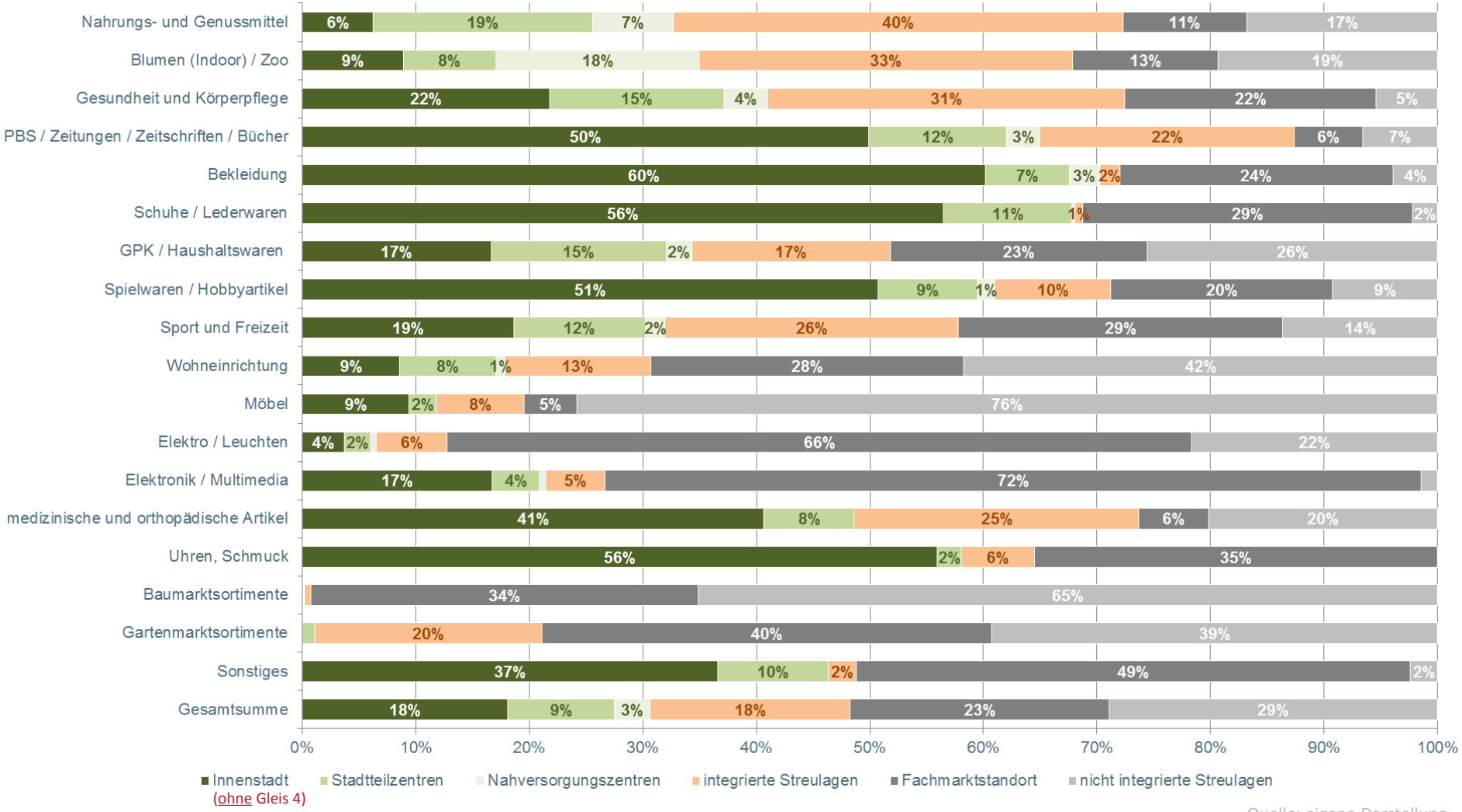
Quelle: eigene Darstellung

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots

- nach städtebaulicher Lage - warengruppenspezifische Betrachtung -



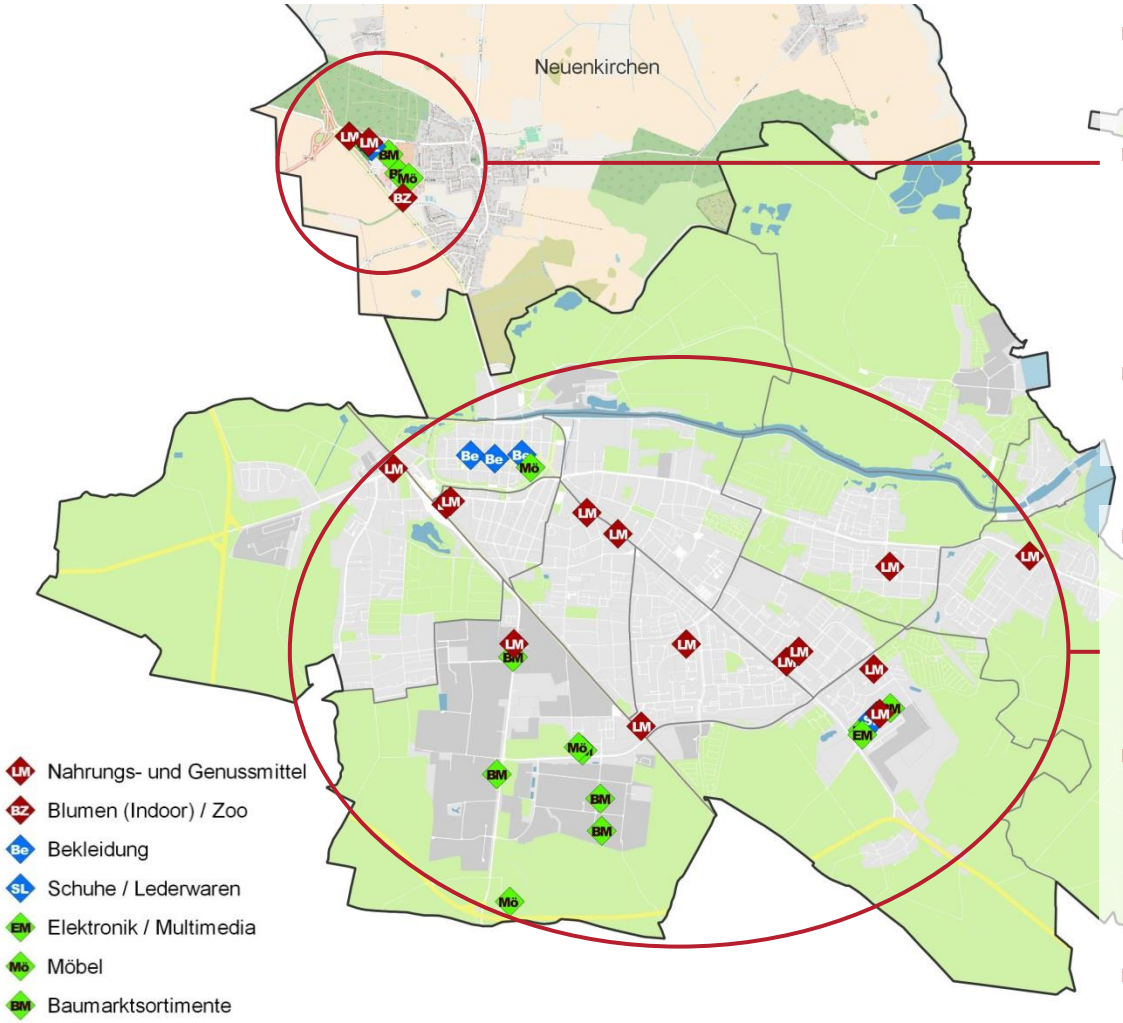
Quelle: eigene Darstellung

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots

- großflächige Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) -



- Acht großflächige Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 32.100 m²
- Angebotsschwerpunkte in den Warengruppen
  - Baumarktsortimente, Nahrungs- und Genussmittel, Möbel
- Größte Betriebe in Neuenkirchen: Toom, Albers, Marktkauf

- 30 großflächige Betriebe (rund 8 % aller Betriebe) mit einer Verkaufsfläche von ca. 66.600 m² (rund 56 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
- Angebotsschwerpunkte in den Warengruppen
  - Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortimente
- Größte Betriebe in Greifswald:
  - Obi, Toom, Real

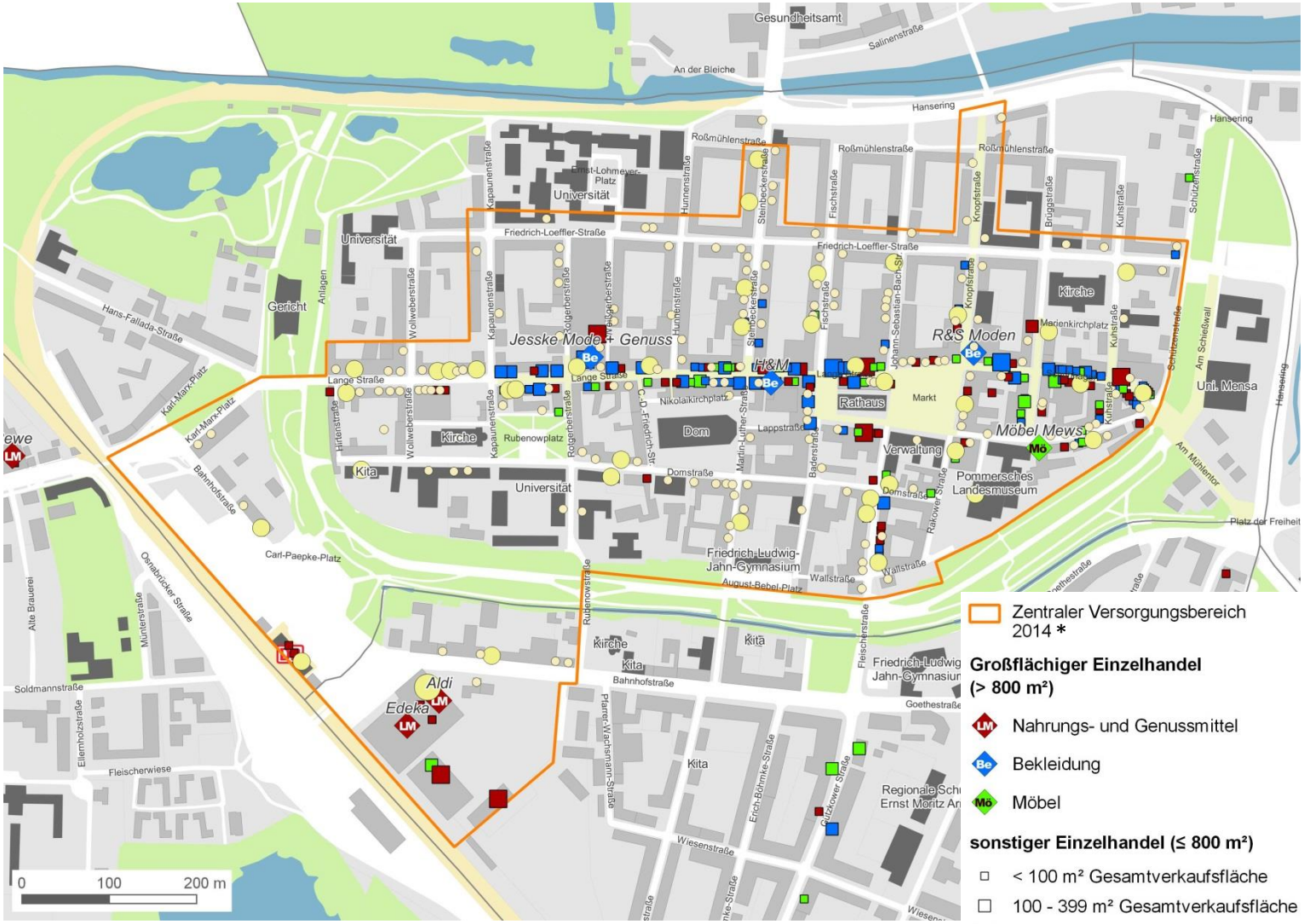
Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 in der Innenstadt -



* Die Teilfortschreibung 2014 und der darin enthaltene Abgrenzungsvorschlag für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wurden von der Greifswalder Bürgerschaft nicht beschlossen.

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 in der Innenstadt -

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamt (in %)	ohne Gleis 4: Verkaufsfläche (in m²)	ohne Gleis 4: Anteil an Gesamt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	5.200	17%	1.850	6%
Blumen (Indoor) / Zoo	950	27%	300	8%
Gesundheit und Körperpflege	2.100	34%	1.350	22%
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	1.650	54%	1.550	50%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***9.900***	***23%***	***5.050***	***12%***
Bekleidung / Textilien	9.400	60%	9.350	60%
Schuhe / Lederwaren	2.450	56%	2.450	56%
GPK / Haushaltswaren	600	21%	500	17%
Spielwaren / Hobbyartikel	500	48%	500	48%
Sport und Freizeit	650	19%	650	19%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***13.600***	***50%***	***13.450***	***49%***
Wohneinrichtung	800	15%	450	9%
Möbel	900	9%	900	9%
Elektro / Leuchten	100	5%	100	4%
Elektronik / Multimedia	450	17%	450	16%
med. und orthopädische Artikel	650	39%	650	39%
Uhren / Schmuck	250	56%	250	56%
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	-	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	***3.150***	***7%***	***2.800***	***6%***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**26.900**	**23%**	**21.400**	**18%**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

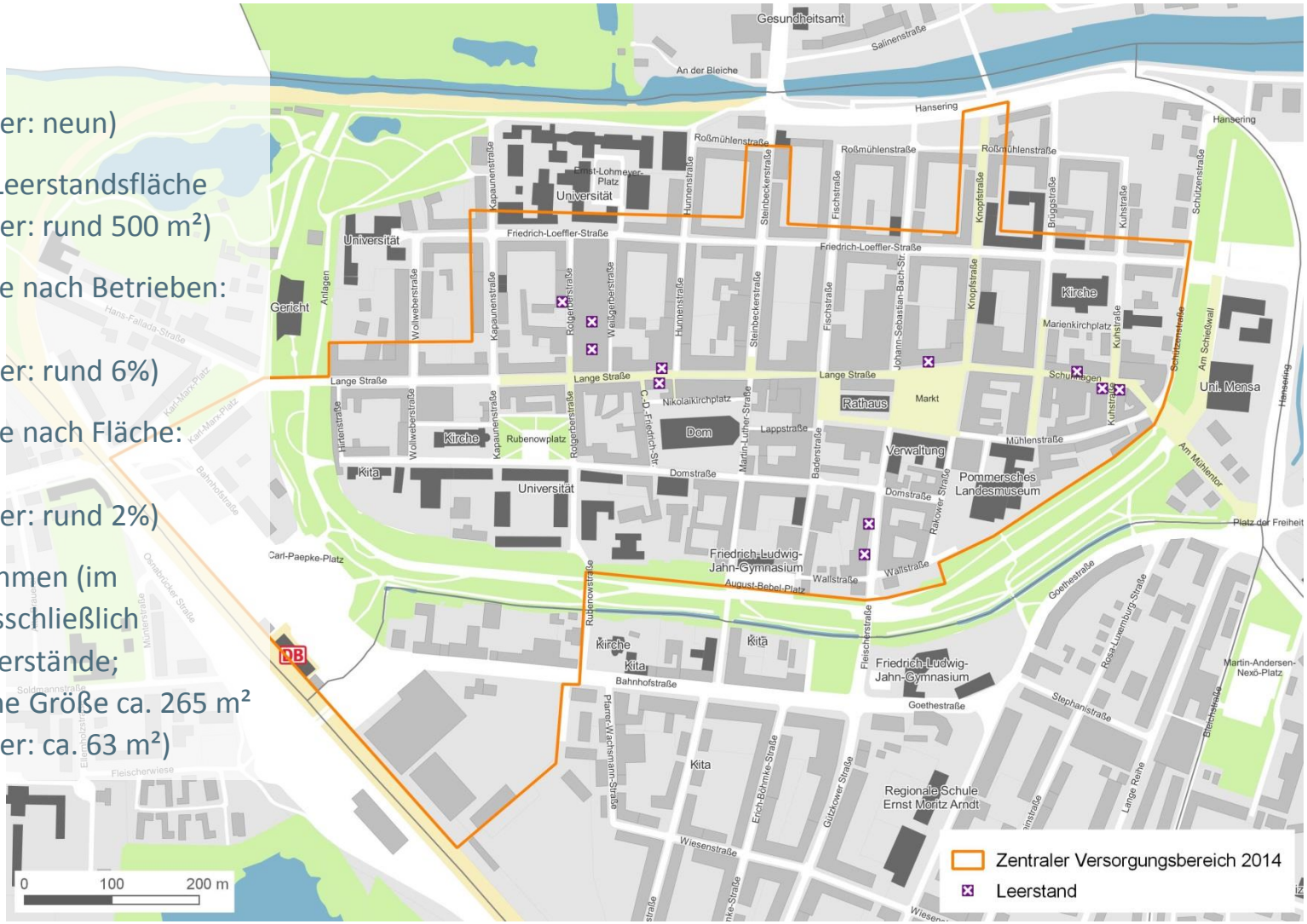
Quelle: eigene Aufnahmen

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Leerstandssituation 2018 in der Innenstadt -

- elf Leerstände
  (ohne Domcenter: neun)
- rund 2.900 m² Leerstandsfläche
  (ohne Domcenter: rund 500 m²)
- Leerstandsquote nach Betrieben:
  rund 7%
  (ohne Domcenter: rund 6%)
- Leerstandsquote nach Fläche:
  rund 12%
  (ohne Domcenter: rund 2%)
- mit zwei Ausnahmen (im Domcenter) ausschließlich kleinflächige Leerstände;
  durchschnittliche Größe ca. 265 m²
  (ohne Domcenter: ca. 63 m²)



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Stärken und Schwächen der Greifswalder Innenstadt

- Zusammenfassung -

Stärken

- Hohe Einzelhandelsdichte im Kernbereich östliche Lange Straße und Schuhhagen
- Gute Aufenthaltsqualität mit Platzsituationen (Markt, Fischmarkt)
- Nähe zum Wasser
- Revitalisiertes Domcenter als Magnet in dem westlichen Bereich der Lange Straße
- Kaum Leerstände und vornehmlich inhabergeführter und kleinteiliger Einzelhandel in der Innenstadt

Schwächen

- sehr lange Fußgängerzone, hauptsächlich linear, keine Netzstruktur und dadurch kein ausgeprägter Rundlauf
- „Sandwichlage“ zwischen den großen Angebotsstandorten Neuenkirchen im Nordwesten und Elisen Park im Südosten
- Abnehmender Einzelhandelsbesatz in den Randbereichen
- Großer Anteil zentrenrelevanter Angebote außerhalb der Innenstadt

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Stadtteilzentrum (2006) Ostseeviertel (Ryckseite) -

Warengruppe	Verkaufsfläche *(in m²)*	Anteil an Gesamt *(in %)*
Nahrungs- und Genussmittel	1.100	4 %
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	1 %
Gesundheit und Körperpflege	200	3 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	< 100	1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***1.400***	***3 %***
Bekleidung / Textilien	< 100	< 1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren	< 100	1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	< 1 %
Sport und Freizeit	< 100	< 1 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***< 100***	***< 1 %***
Wohneinrichtung	< 100	< 1 %
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	< 100	< 1 %
Elektronik / Multimedia	< 100	< 1 %
med. und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	< 100	< 1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	***< 100***	***< 1 %***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**1.500**	**1 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

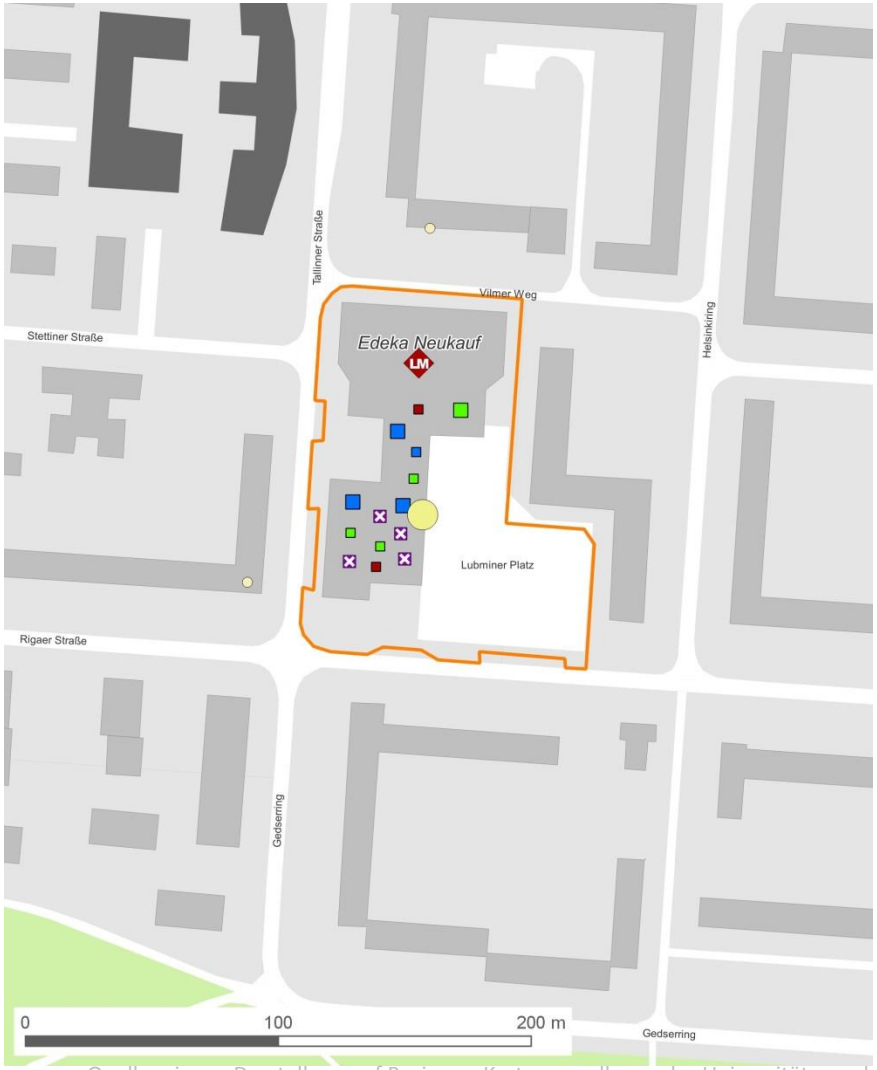
Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Stadtteilzentrum (2006) Ostseeviertel (Parkseite OEZ) -

Warengruppe	Verkaufs-fläche *(in m²)*	Anteil an Gesamt *(in %)*
Nahrungs- und Genussmittel	1.000	3 %
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	1 %
Gesundheit und Körperpflege	150	2 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	< 100	1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***1.250***	***3 %***
Bekleidung / Textilien	150	< 1 %
Schuhe / Lederwaren	< 100	2 %
GPK / Haushaltswaren	< 100	3 %
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	1 %
Sport und Freizeit	300	8 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***600***	***2 %***
Wohneinrichtung	100	2 %
Möbel	250	2 %
Elektro / Leuchten	< 100	< 1 %
Elektronik / Multimedia	-	-
med. und orthopädische Artikel	150	8 %
Uhren / Schmuck	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	< 100	<1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	***500***	***1 %***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**2.350**	**2 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

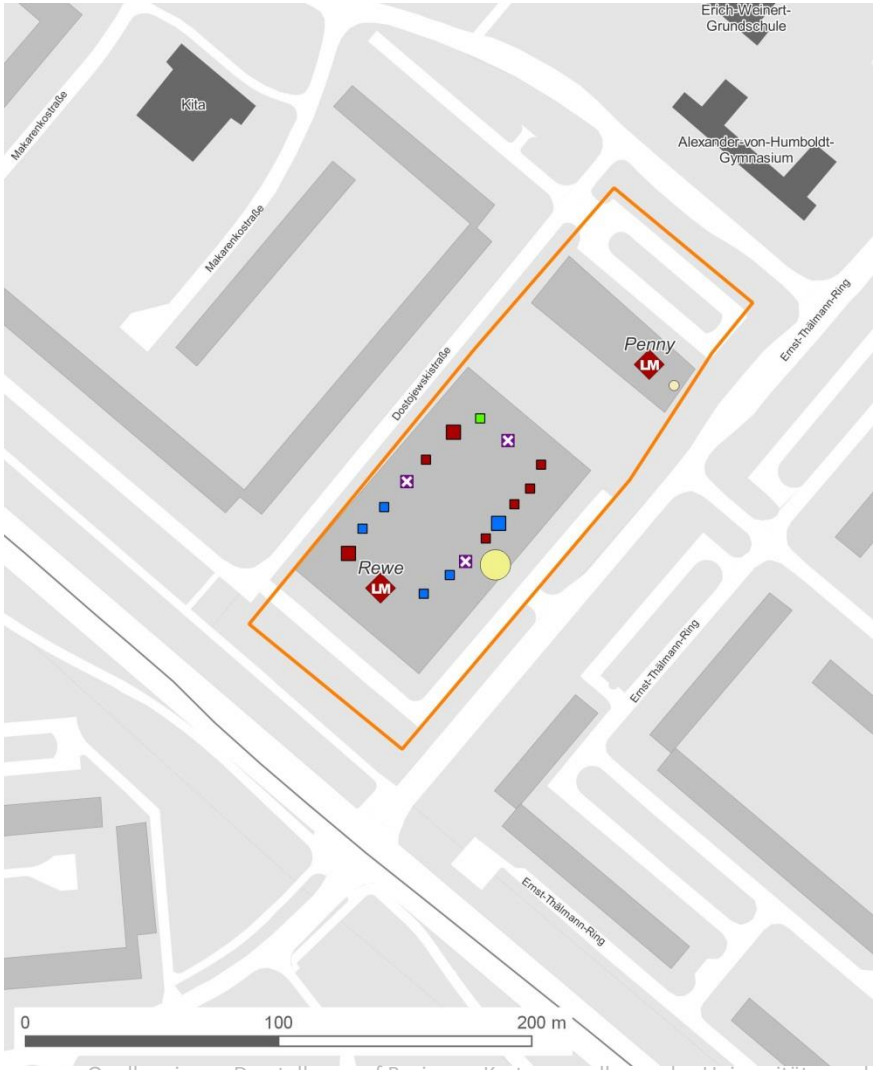
Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Stadtteilzentrum (2006) Schönwalde II (Schönwalde-Center) -

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	1.850	6 %
Blumen (Indoor) / Zoo	100	3 %
Gesundheit und Körperpflege	450	7 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	200	6 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***2.550***	***6 %***
Bekleidung / Textilien	200	1 %
Schuhe / Lederwaren	350	8 %
GPK / Haushaltswaren	< 100	3 %
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	4 %
Sport und Freizeit	< 100	< 1 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***700***	***3 %***
Wohneinrichtung	< 100	< 1 %
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	< 100	< 1 %
Elektronik / Multimedia	< 100	2 %
med. und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	< 100	< 1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	***150***	***< 1 %***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**3.400**	**3 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

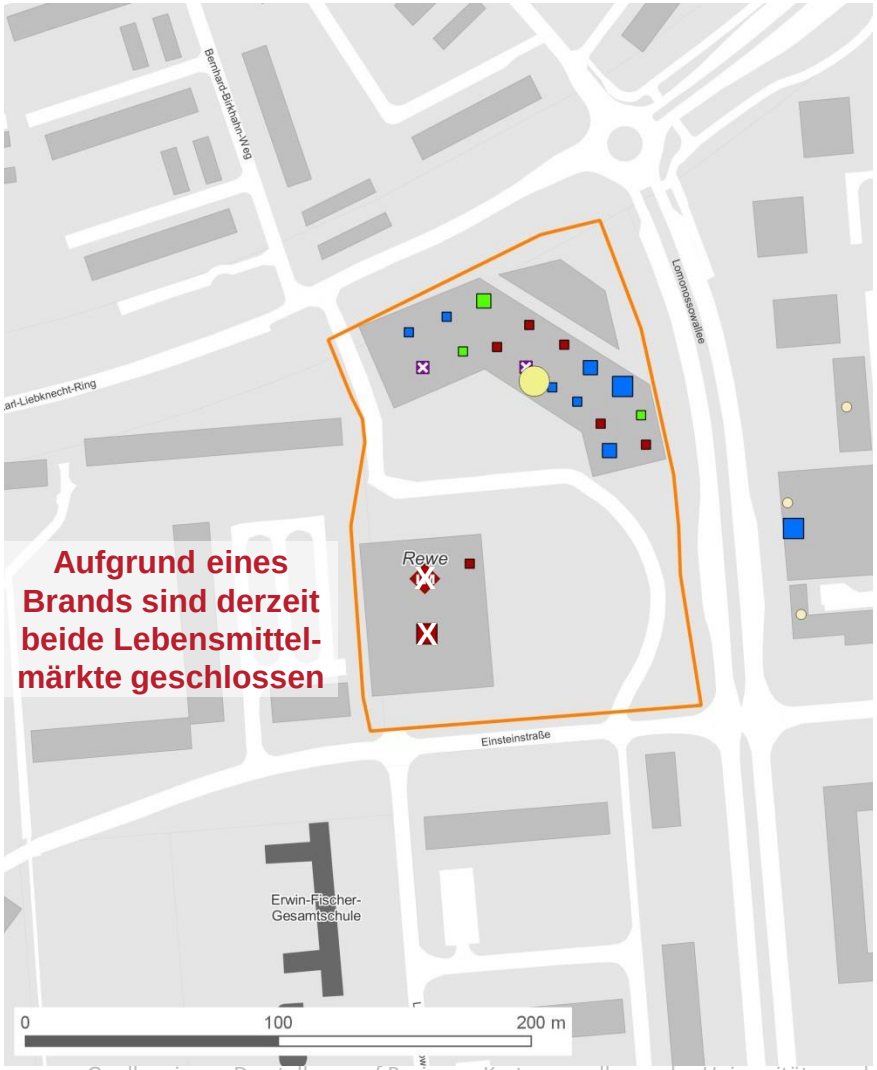
Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Stadtteilzentrum (2006) Schönwalde I / Südstadt (Möwen-Center) -

Warengruppe	Verkaufsfläche *(in m²)*	Anteil an Gesamt *(in %)*
Nahrungs- und Genussmittel	1.850	6 %
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	3 %
Gesundheit und Körperpflege	200	3 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	100	4 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***2.250***	***5 %***
Bekleidung / Textilien	800	5 %
Schuhe / Lederwaren	< 100	2 %
GPK / Haushaltswaren	250	8 %
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	2 %
Sport und Freizeit	< 100	2 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***1.200***	***4 %***
Wohneinrichtung	300	6 %
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	< 100	< 1 %
Elektronik / Multimedia	< 100	2 %
med. und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	< 100	2 %
Bau- und Gartenmarktsortimente	< 100	< 1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	***400***	***< 1 %***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**3.850**	**3 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen



Aufgrund eines Brands sind derzeit beide Lebensmittelmärkte geschlossen

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Nahversorgungszentrum (2006) Anklamer Straße-Süd -

Warengruppe	Verkaufsfläche *(in m²)*	Anteil an Gesamt *(in %)*
Nahrungs- und Genussmittel	200	< 1 %
Blumen (Indoor) / Zoo	550	16 %
Gesundheit und Körperpflege	< 100	< 1 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	< 100	1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***800***	***2 %***
Bekleidung / Textilien	-	-
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren	< 100	< 1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-
Sport und Freizeit	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	< 100	***< 1 %***
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-
med. und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	-	-
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**850**	**< 1 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

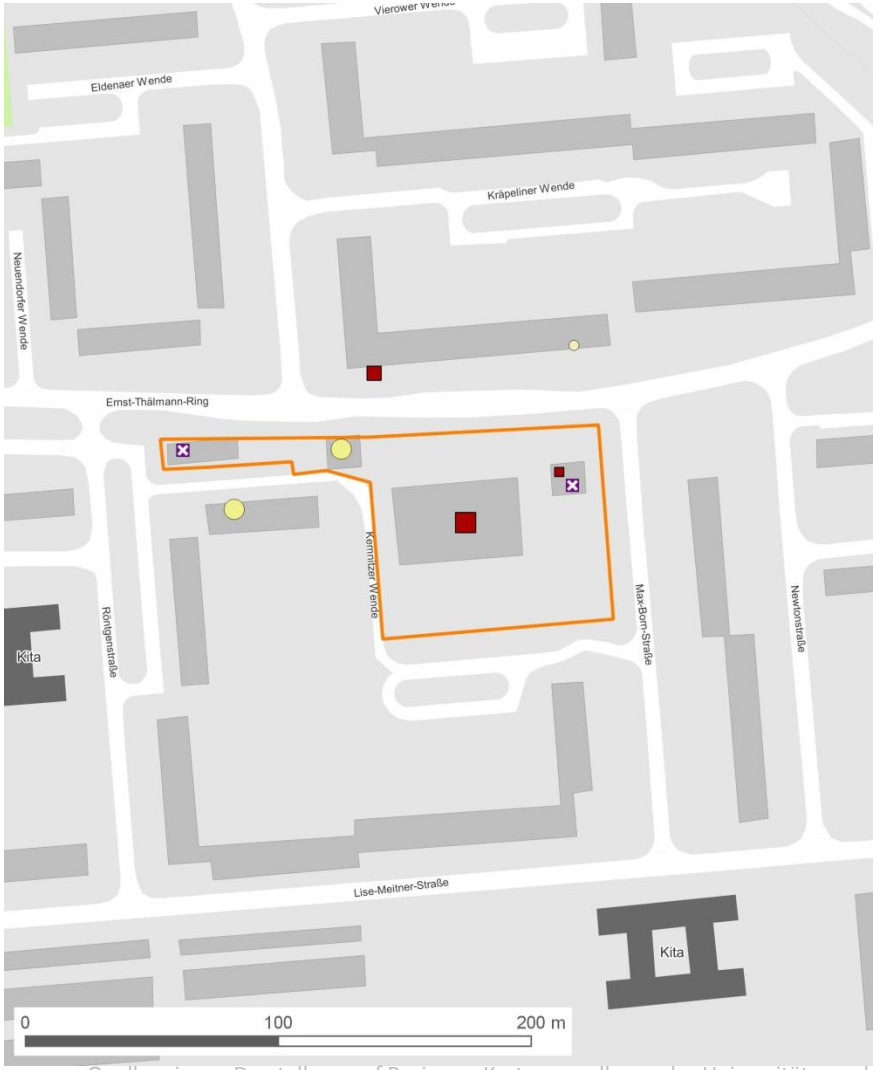
Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Nahversorgungszentrum (2006) Ernst-Thälmann-Ring -

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	550	2 %
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	< 1 %
Gesundheit und Körperpflege	< 100	1 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	< 100	< 1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***650***	***2 %***
Bekleidung / Textilien	< 100	< 1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren	< 100	< 1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-
Sport und Freizeit	< 100	< 1 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**< 100**	***< 1 %***
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	< 100	< 1 %
Elektronik / Multimedia	< 100	< 1 %
med. und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	< 100	< 1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	**< 100**	***< 1 %***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**750**	**< 1 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

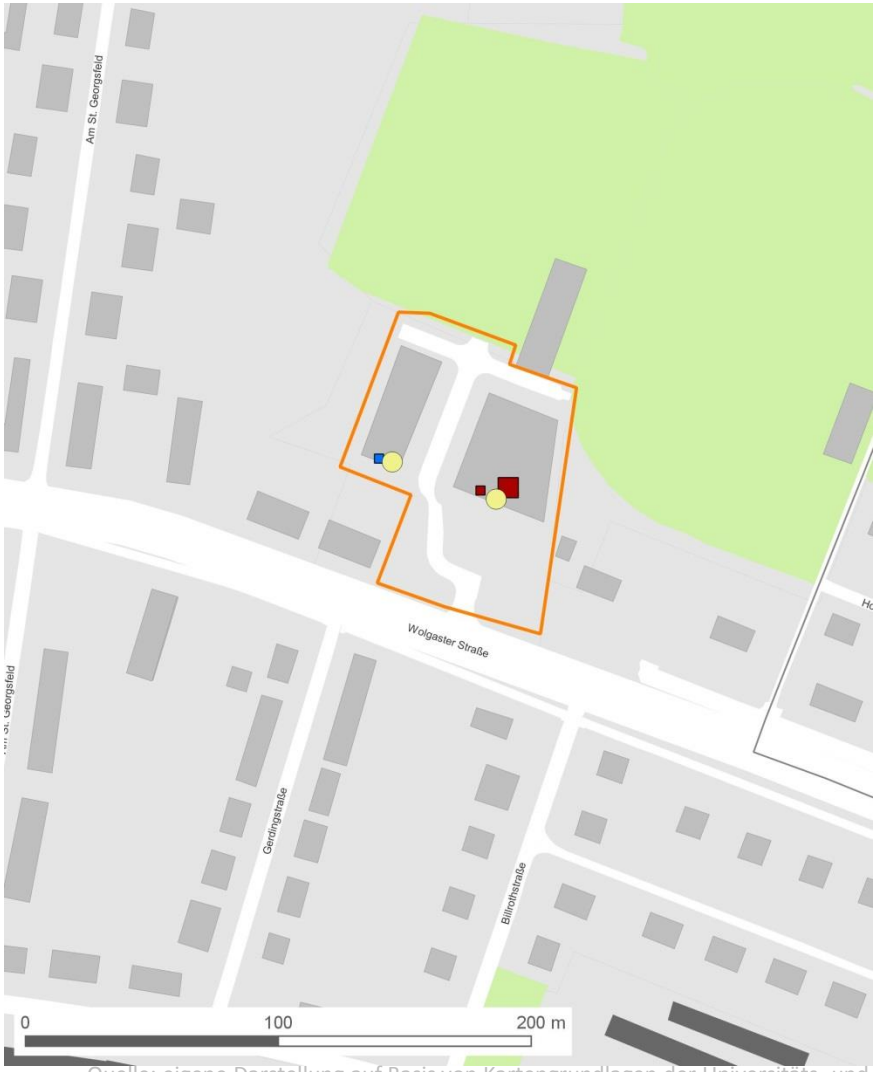
Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Nahversorgungszentrum (2006) Wolgaster Straße -

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	450	2 %
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	< 1 %
Gesundheit und Körperpflege	< 100	< 1 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	< 100	< 1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***550***	***1 %***
Bekleidung / Textilien	< 100	< 1 %
Schuhe / Lederwaren	-	-
GPK / Haushaltswaren	< 100	< 1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	-	-
Sport und Freizeit	< 100	2 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	**< 100**	***< 1 %***
Wohneinrichtung	-	-
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	< 100	< 1 %
Elektronik / Multimedia	< 100	< 1 %
med. und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	< 100	< 1 %
überwiegend langfristiger Bedarf	**< 100**	***< 1 %***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**650**	**< 1 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

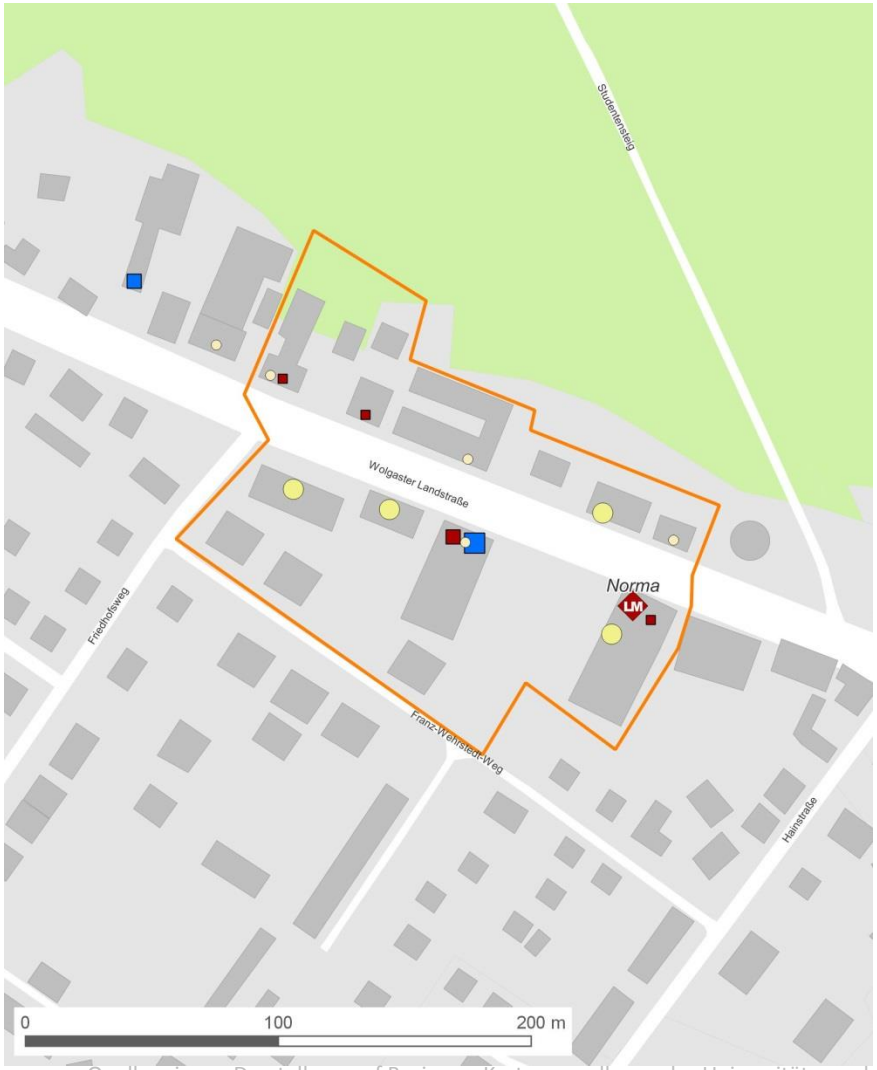
Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Nahversorgungszentrum (2006) Wolgaster Landstraße -

Warengruppe	Verkaufs-fläche *(in m²)*	Anteil an Gesamt *(in %)*
Nahrungs- und Genussmittel	900	3 %
Blumen (Indoor) / Zoo	< 100	1 %
Gesundheit und Körperpflege	< 100	1 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	< 100	< 1 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***1.050***	***2 %***
Bekleidung / Textilien	400	3 %
Schuhe / Lederwaren	< 100	< 1 %
GPK / Haushaltswaren	< 100	< 1 %
Spielwaren / Hobbyartikel	< 100	1 %
Sport und Freizeit	-	-
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***450***	***2 %***
Wohneinrichtung	< 100	< 1 %
Möbel	-	-
Elektro / Leuchten	-	-
Elektronik / Multimedia	-	-
med. und orthopädische Artikel	-	-
Uhren / Schmuck	-	-
Bau- und Gartenmarktsortimente	-	-
überwiegend langfristiger Bedarf	< 100	***< 1 %***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**1.550**	**1 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

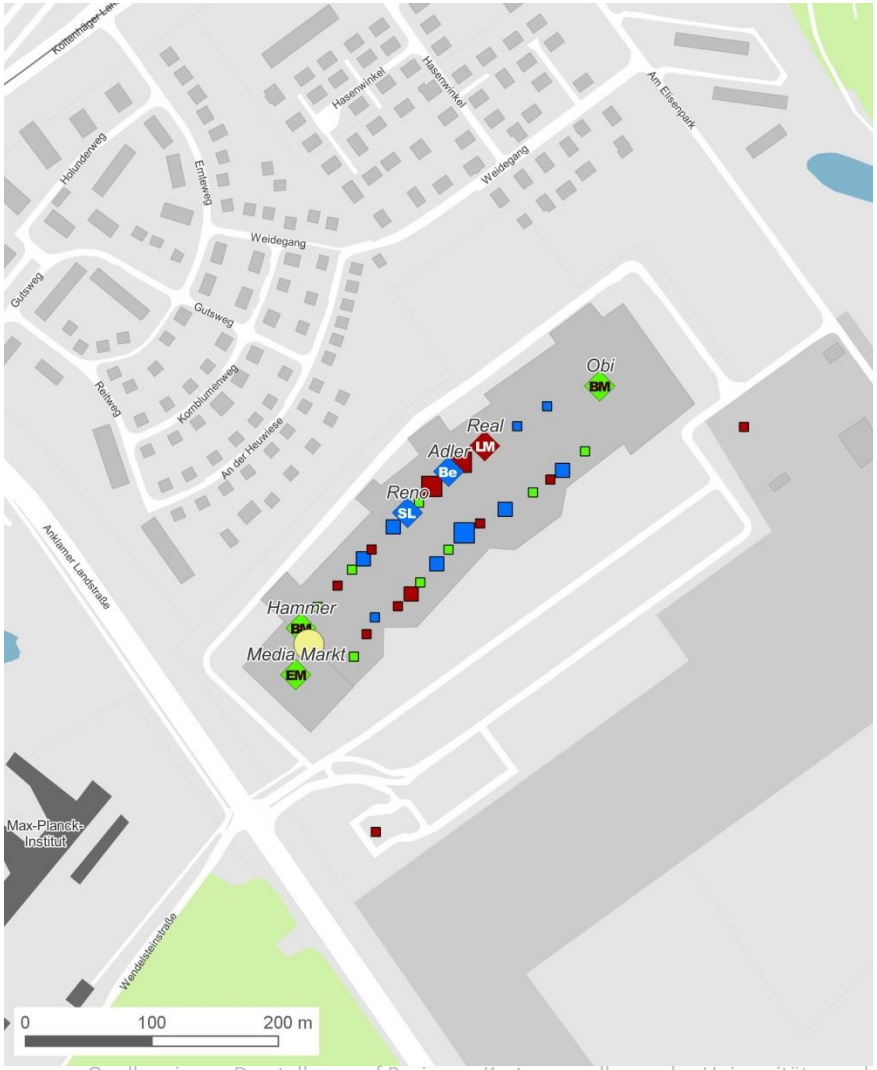
Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Räumliche Angebotsschwerpunkte

- Angebotssituation 2018 im Fachmarktzentrum (2006) Elisen-Park -

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m²)	Anteil an Gesamt (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	3.250	11 %
Blumen (Indoor) / Zoo	450	13 %
Gesundheit und Körperpflege	1.400	22 %
PBS / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	200	6 %
überwiegend kurzfristiger Bedarf	***5.300***	***12 %***
Bekleidung / Textilien	3.750	24 %
Schuhe / Lederwaren	1.250	29 %
GPK / Haushaltswaren	650	23 %
Spielwaren / Hobbyartikel	200	19 %
Sport und Freizeit	950	29 %
überwiegend mittelfristiger Bedarf	***6.850***	***25 %***
Wohneinrichtung	1.400	27 %
Möbel	450	5 %
Elektro / Leuchten	1.500	66 %
Elektronik / Multimedia	2.000	71 %
med. und orthopädische Artikel	100	6 %
Uhren / Schmuck	150	37 %
Bau- und Gartenmarktsortimente	9.200	35 %
überwiegend langfristiger Bedarf	***14.850***	***31 %***
Gesamt (inkl. Sonstiges)	**27.100**	**23 %**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Wohnortnahe Grundversorgung in Greifswald

- Begriffsklärung -

Nahversorgung bzw. wohnungsnahe Grundversorgung bezeichnet die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen der kurzfristigen (täglichen) Bedarfsstufe, die in räumlicher (fußläufiger) Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Insb. nahversorgungsrelevante Angebote

- Back- und Konditoreiwaren
- Metzgerei- / Fleischwaren
- **Lebensmittel, Nahrungs- und Genussmittel**
- Getränke
- Schnittblumen
- Tierfutter
- Drogerie- und Körperpflegeartikel
- Pharmazeutische Artikel / Apothekenwaren
- Schreibwaren, Papier, Zeitschriften, Zeitungen

&

Dienstleistungen

- Post
- Bank
- Ärzte
- Frisör
- Lotto/Toto
- Café
- Gaststätte
- Reinigung
- Reisebüro

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Wohnortnahe Grundversorgung in Greifswald

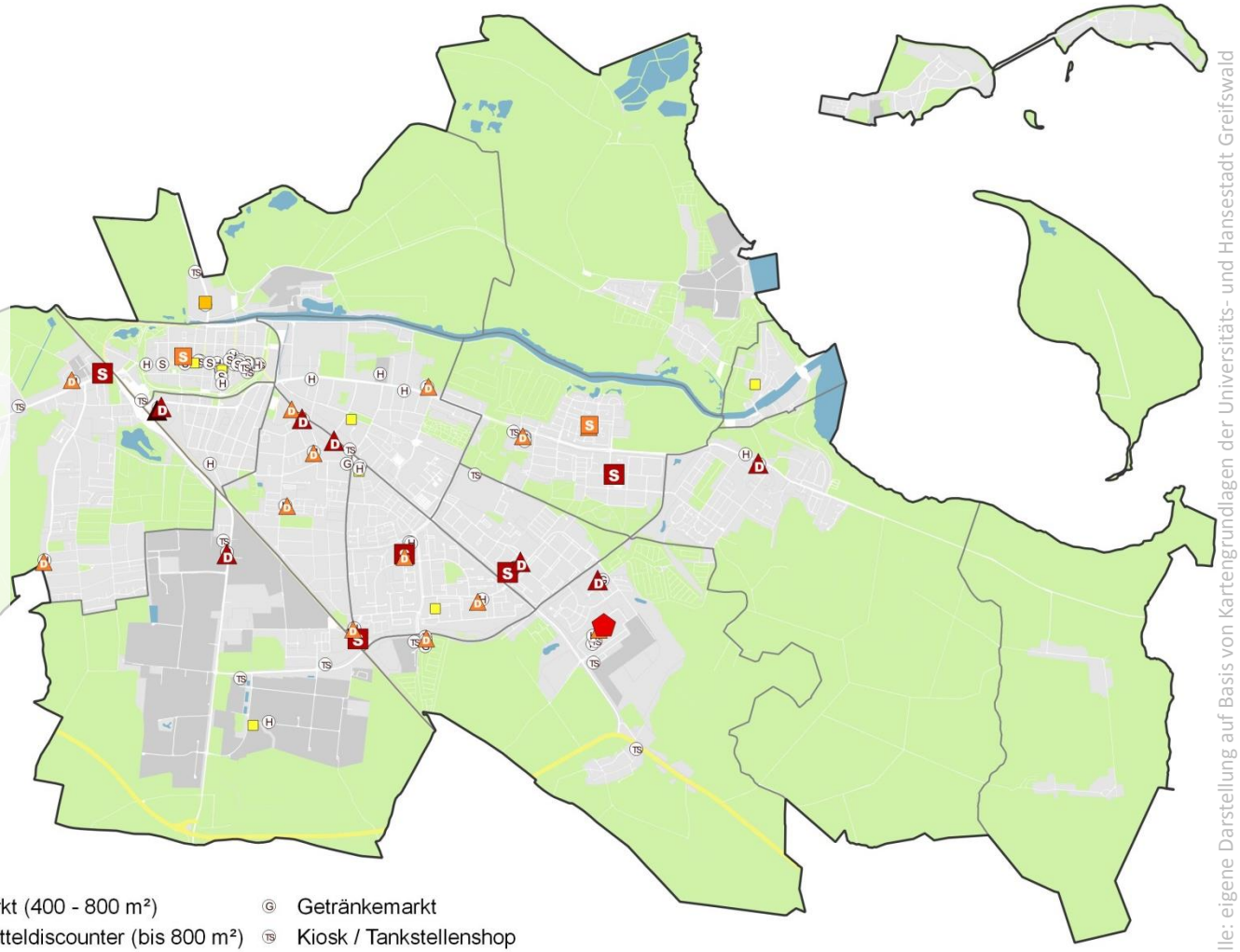
- Bewertungskriterien -

- **Quantitative Angebotsausstattung**
  - Verkaufsfläche pro Einwohner (Durchschnitt: 0,35 - 0,4 m² / Einwohner)
  - Verhältnis Umsatz und Kaufkraft (Zielzentralität: 1; „Vollversorgung“)
- **Qualitative Angebotsausstattung**
  - Angebotsspektrum (Breite und Tiefe des Angebots)
  - Mischung unterschiedlicher Betriebsformen (Vollsortimenter, Discounter, Verbrauchermärkte, spezialisierte Fachgeschäfte etc.)
- **Räumliche Angebotssituation (wohnortnahe Versorgung)**
  - Zuordnung der Anbieter zu Wohnsiedlungsbereichen
  - fußläufige Erreichbarkeit der Anbieter (ca. 5-10 min Fußweg → ca. 600 m Isodistanz)
  - flächendeckende Verteilung der Anbieter (räumliche Versorgungsdefizite?)

Wohnortnahe Grundversorgung in Greifswald

- Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Stadtgebiet -

- 116 Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels (Hauptbranche)
- Rd. 30.000 m² Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel
- Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel je Einwohner: 0,52 m²
  (bundesdurchschnittlicher Orientierungswert: 0,35 - 0,40 m²
  in Ostdeutschland: 0,5 - 0,6 m²)
- Zentralität Nahrungs- und Genussmittel: 0,96
  (Orientierungswert Vollversorgung: 1,0)



- SB-Warenhaus (ab 5.000 m²)
- Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 m²)
- Supermarkt (>800 - 1.499 m²)
- Lebensmitteldiscounter (> 800 m²)
- Supermarkt (400 - 800 m²)
- Lebensmitteldiscounter (bis 800 m²)
- Lebensmittelmarkt (200 - 399 m²)
- Lebensmittelladen (< 200 m²)
- Getränkemarkt
- Kiosk / Tankstellenshop
- Lebensmittelhandwerk
- Sonstiger Lebensmittelanbieter

0 1 2 km

Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Wohnortnahe Grundversorgung in Greifswald

- Stadtteilspezifische Betrachtung -

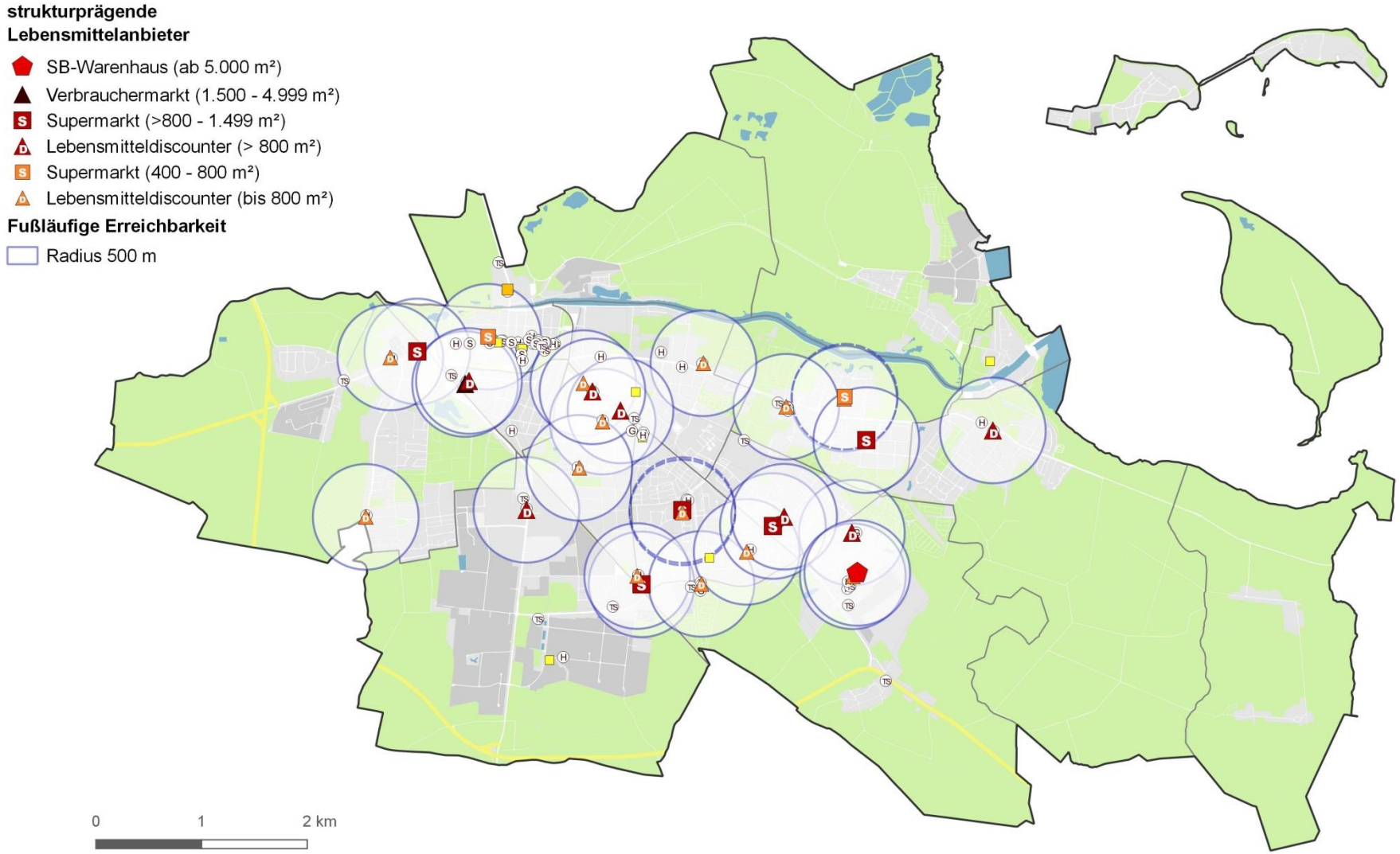
Ortschaften	Einwohner 2018	VKF kurzfristiger Bedarf	VKF NuG	Pro-Kopf-VKF NuG	Strukturprägender Lebensmittelanbieter (> 400 m²)
1 Innenstadt	4.930	5.100	1.850	0,38	Nah & Frisch
2 Steinbeckervorstadt	400	1.050	1.050	2,63	-
3 Fleischervorstadt	4.760	5.000	3.350	0,70	Edeka, Aldi
4 Nördliche Mühlenvorstadt	4.640	1.000	650	0,14	Netto Marken-Discount
5 Südliche Mühlenvorstadt / Obstbausiedlung	5.810	3.800	3.200	0,55	Lidl, Netto, Aldi, Norma, Netto Marken-Discount
6 Fettenvorstadt / Stadtrandsiedlung	4.610	3.300	2.600	0,56	Rewe, Netto Marken-Discount, Netto
7 Ostseeviertel	6.430	3.800	3.200	0,50	Edeka Neukauf, Nett, Aldi
8 Schönwalde I / Südstadt	11.070	6.150	4.400	0,40	*Rewe* (2x), *Penny*, Aldi, Netto Marken-Discount
9 Schönwalde II	8.300	2.650	1.850	0,22	Rewe, Penny
10 Industriegebiet	1.140	2.300	1.600	1,40	Lidl
11 Ladebow	760	-	-	-	-
12 Wieck	480	< 50	< 50	0,03	-
13 Eldena	2.270	1.050	900	0,40	Norma
14 Gross Schönwalde	1.280	7.650	5.350	4,18	Real, Lidl, Netto (2x)
15 Friedrichshagen	290	-	-	-	-
16 Riems / Insel Koos	470	-	-	-	-
Gesamt	**57.630**	**42.850**	**30.000**	**0,52**	

Quelle: eigene Berechnungen, Einwohnerzahlen: Universitäts- und Hansestadt Greifswald, Stand: 31.12.2017

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Wohnortnahe Grundversorgung in Greifswald

- Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Stadtgebiet mit Radien -



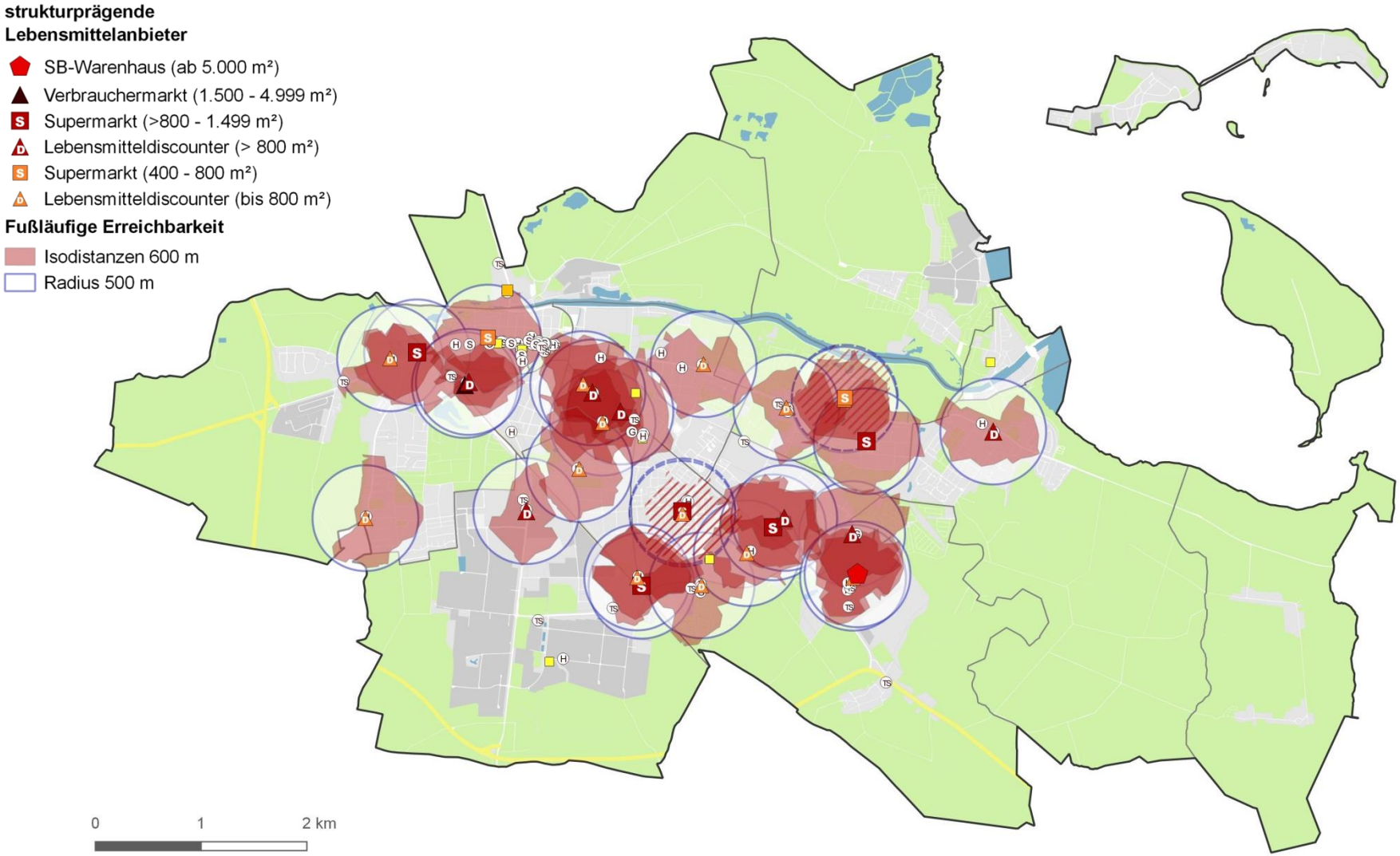
Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Wohnortnahe Grundversorgung in Greifswald

- Strukturprägende Lebensmittelanbieter im Stadtgebiet mit Radien und Isodistanzen -



Quelle: eigene Darstellung auf Basis von Kartengrundlagen der Universitäts- und Hansestadt Greifswald

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Umsätze und Zentralitäten in Greifswald

- methodische Vorbemerkungen -

- Der Umsatzschätzung liegen zu Grunde:
  - die 2018 flächendeckend ermittelten Verkaufsflächendaten (differenziert nach Haupt- und Randsortimenten),
  - aktuelle bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen / Betriebsformen (u. a. unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter),
  - das lokale / regionale Kaufkraftniveau und
  - die konkrete örtliche Wettbewerbssituation in Greifswald.
- Die Zentralität ergibt sich aus der Gegenüberstellung dieser Umsatzkennziffern des Greifswalder Einzelhandels in einzelnen Warengruppen zu der in Greifswald vorhandenen Kaufkraft in den einzelnen Warengruppen.
  - (Zentralität = Umsatz / Kaufkraft)

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Umsätze in Greifswald

- warengruppenspezifische Betrachtung -

Hauptbranche/Sortiment	Verkaufsfläche (in m²)	Umsatz (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	30.000	121,9
Blumen (Indoor) / Zoo	3.550	6,4
Gesundheit und Körperpflege	6.250	37,8
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.100	11,7
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**42.900**	**177,9**
Bekleidung	15.600	41,6
Schuhe / Lederwaren	4.350	13,6
Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	2.900	5,6
Spielwaren / Hobbyartikel	1.050	2,6
Sport und Freizeit	3.400	9,1
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**27.300**	**72,5**
Wohneinrichtung	5.150	8,3
Möbel	9.750	9,4
Elektro / Leuchten	2.300	11,2
Elektronik / Multimedia	2.800	20,9
medizinische und orthopädische Artikel	1.650	12,3
Uhren / Schmuck	450	3,4
Baumarktsortimente	20.550	24,5
Gartenmarktsortimente	5.550	4,0
Überwiegend langfristiger Bedarf	**48.200**	**94,1**
Sonstiges	200	0,7
Summe/Ø	**118.600**	**345,1**

Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Zentralitäten in Greifswald

- warengruppenspezifische Betrachtung -

ohne Gleis 4

Hauptbranche/Sortiment	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität (Gesamtstadt)	*Zentralität (Innenstadt)*	*Zentralität (Innenstadt)*
Nahrungs- und Genussmittel	121,9	126,5	0,96	*0,18*	*0,07*
Blumen (Indoor) / Zoo	6,4	6,3	1,02	*0,26*	*0,12*
Gesundheit und Körperpflege	37,8	20,3	1,86	*0,68*	*0,42*
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	11,7	9,1	1,29	*0,67*	*0,61*
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	**177,9**	**162,1**	**1,10**	***0,27***	***0,14***
Bekleidung	41,6	27,8	1,50	*0,96*	*0,95*
Schuhe / Lederwaren	13,6	7,6	1,80	*1,03*	*1,03*
Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	5,6	3,6	1,57	*0,34*	*0,27*
Spielwaren / Hobbyartikel	2,6	7,1	0,37	*0,21*	*0,21*
Sport und Freizeit	9,1	5,8	1,56	*0,32*	*0,32*
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	**72,5**	**51,9**	**1,40**	***0,75***	***0,74***
Wohneinrichtung	8,3	6,6	1,26	*0,24*	*0,11*
Möbel	9,4	16,3	0,58	*0,06*	*0,06*
Elektro / Leuchten	11,2	9,1	1,23	*0,03*	*0,03*
Elektronik / Multimedia	20,9	20,8	1,00	*0,12*	*0,11*
medizinische und orthopädische Artikel	12,3	4,1	2,98	*0,94*	*0,94*
Uhren / Schmuck	3,4	3,8	0,91	*0,51*	*0,51*
Baumarktsortimente	24,5	27,6	0,89	*0,00*	*0,00*
Gartenmarktsortimente	4,0	4,7	0,87	*0,00*	*0,00*
Überwiegend langfristiger Bedarf	**94,1**	**93,0**	**1,01**	***0,12***	***0,11***
Sonstiges	0,7	1,7	0,39	*0,16*	*0,16*
Summe/Ø	**345,1**	**308,7**	**1,12**	***0,31***	***0,23***

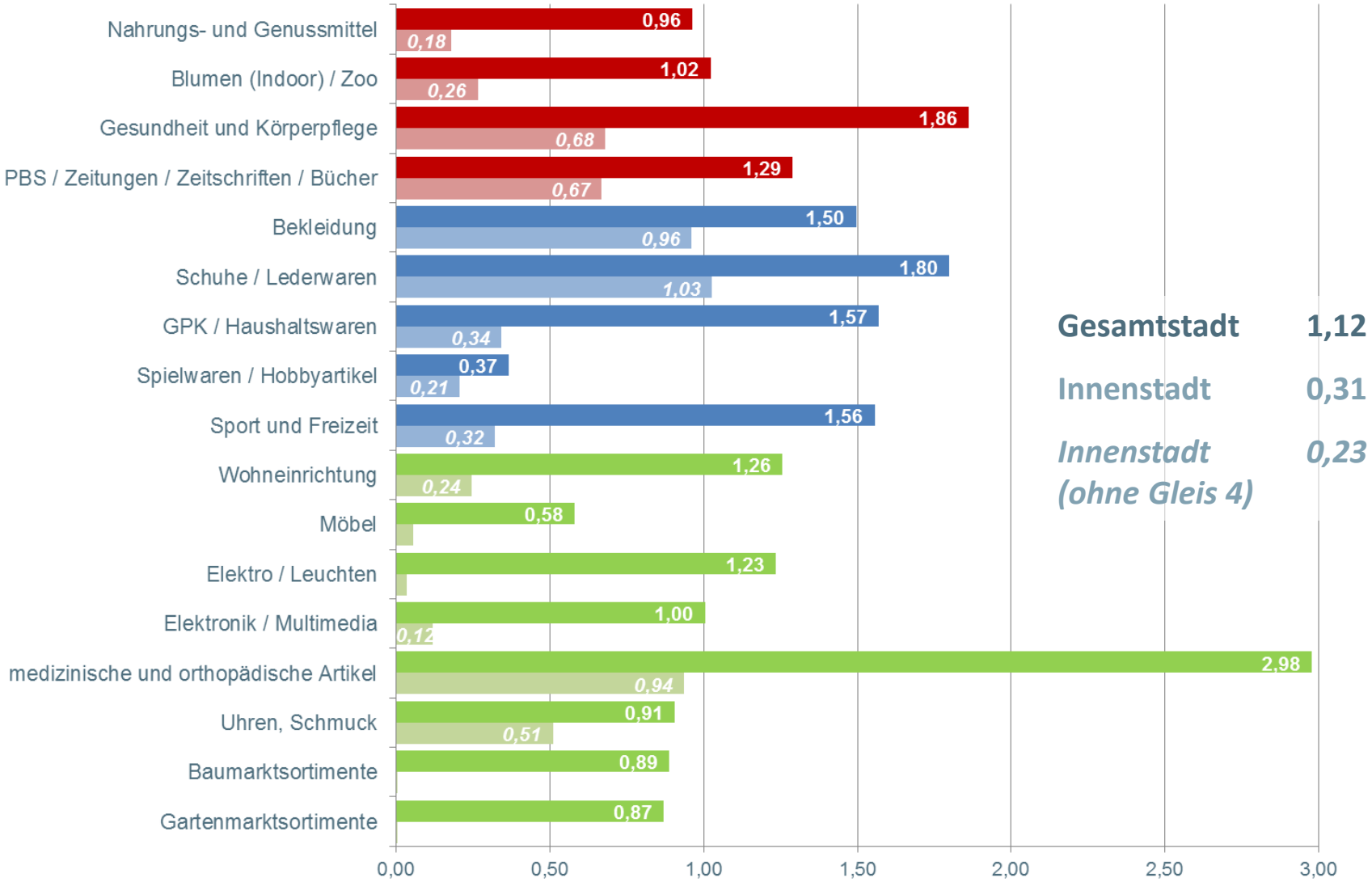
Quelle: eigene Berechnungen; durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Zentralitäten in Greifswald

- warengruppenspezifische Betrachtung -



Quelle: eigene Darstellung

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Analyseergebnisse I

- Zusammenfassung -

Kennwerte des Einzelhandels in Greifswald		Entwicklung seit 2014
Einwohnerzahl	rd. 57.600	↗
Gesamtzahl Einzelhandelsbetriebe	383	→
davon Nahrungs- und Genussmittel	116	→
Gesamtverkaufsfläche	rd. 118.600 m²	↗
davon Nahrungs- und Genussmittel	rd. *30.000 m²*	→
Verkaufsfläche je Betrieb	rd. 280 m²	→
davon Nahrungs- und Genussmittel	rd. 260 m²	→
Verkaufsfläche je Einwohner	2,06 m²	↗
davon Nahrungs- und Genussmittel	0,52 m²	↘
Kaufkraftvolumen	308,7 Mio. €	↗
davon Nahrungs- und Genussmittel	*126,5 Mio. €*	↗
Kaufkraftkennziffer	92,1	→
Umsatz	345,1 Mio. €	→
davon Nahrungs- und Genussmittel	*121,9 Mio. €*	→
Zentralität	1,12	↘
davon Nahrungs- und Genussmittel	*0,96*	↘

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Analyseergebnisse II

- Zusammenfassung -

- Die Stadt Greifswald wird ihrem Versorgungsauftrag als gemeinsames Oberzentrum gerecht.
- Hohe Zentralitätswerte über einen Großteil der Warengruppen
- Konkurrenzdruck durch die Standortagglomeration in Neuenkirchen

- **Innenstadt**
  - Hohe Einzelhandelsdichte im Kernbereich östliche Lange Straße und Schuhhagen
  - Kaum Leerstände und vornehmlich inhabergeführter und kleinteiliger Einzelhandel in der Innenstadt
  - Sehr lange Fußgängerzone, hauptsächlich linear, keine Netzstruktur und dadurch kein ausgeprägter Rundlauf
  - Konkurrenzdruck durch zentrenrelevante Angebote an den Standortagglomeration in Neuenkirchen und Elisen-Park
  - Überprüfung der Abgrenzung!

Diese Folie ist Teil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig!

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Analyseergebnisse III

- Zusammenfassung -

- **Stadtteil- und Nahversorgungszentren**
  - Unterdurchschnittlicher Einzelhandelsbesatz und Ausstattungsgrad
  - Einige Zentren entsprechen nicht (mehr) den Anforderungskriterien an zentrale Versorgungsbereiche gemäß der einschlägigen Rechtsprechung.
  - Überprüfung der Einordnung und der Abgrenzung!

- **Nahversorgung**
  - Zwei Drittel der Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel werden in städtebaulich integrierten Lagen angeboten
  - Gute räumliche Verteilung über das Stadtgebiet
  - Räumliche Versorgungslücken in Siedlungsrandbereichen
  - Quantitativ und strukturell gute Ausstattung

AUSBLICK - WEITERE ARBEITSSCHRITTE

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Ausblick

- Nächste Arbeitsschritte -

- Ableitung von standortspezifischen Entwicklungsspielräumen / -perspektiven
- Überprüfung und ggf. Neuformulierung der übergeordneten Ziele zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Greifswald
- Überprüfung und ggf. Modifikation der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche; Definition von Versorgungsfunktionen
- Erarbeitung der Greifswalder Sortimentsliste
- Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelsfachplans (Ansiedlungsregeln zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung)

Junker + Kruse Stadtforschung Planung

Ausblick

- Zeitplan -

Monat / Jahr	2018									
	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
primärstatistische Einzelhandelserhebung (Angebotsanalyse)										
Kundenherkunftserhebung (Nachfrageanalyse)										
Zusammenstellung der Analyseergebnisse, ggf. Vergleich mit Altdaten										
Überprüfung der Angebotsstandorte										
1. Arbeitskreissitzung (Vorstellung der Analyseergebnisse)										
Ermittlung zukünftiger Entwickungsspielräume										
Erarbeitung der konzeptionellen Bausteine: Definition von Zielen und Grundsätzen, Entwurf/Überarbeitung des Standortstrukturmodells, Erarbeitung der ortstypischen Sortimentsliste										
2. Arbeitskreissitzung (Vorstellung der konzeptionellen Bausteine)										
Erarbeitung des Einzelhandelsfachplans (textlicher Entwurf) - parallel										
Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse im Ausschuss										
Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse in der Öffentlichkeit (optional)										
Überarbeitung des Entwurfs und Fertigstellung des Fachplans										
Beschluss des Einzelhandelsfachplans durch die Bürgerschaft der Stadt Greifswald										
Monat / Jahr	März	April	Mai	Juni	Juli	August	September	Oktober	November	Dezember
	2018									

Sommerferien
Mecklenburg-Vorpommern
09.07. - 18.08.
Nordrhein-Westfalen
16.07. - 28.08.

Herbstferien
Mecklenburg-Vorpommern
08.10. - 13.10.
Nordrhein-Westfalen
15.10. - 27.10.