



Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Prenzlau 2016

Eckpunkte zur Beschlussfassung, 13. September 2016 in Prenzlau

Projektleitung: Dr. Eddy Donat,

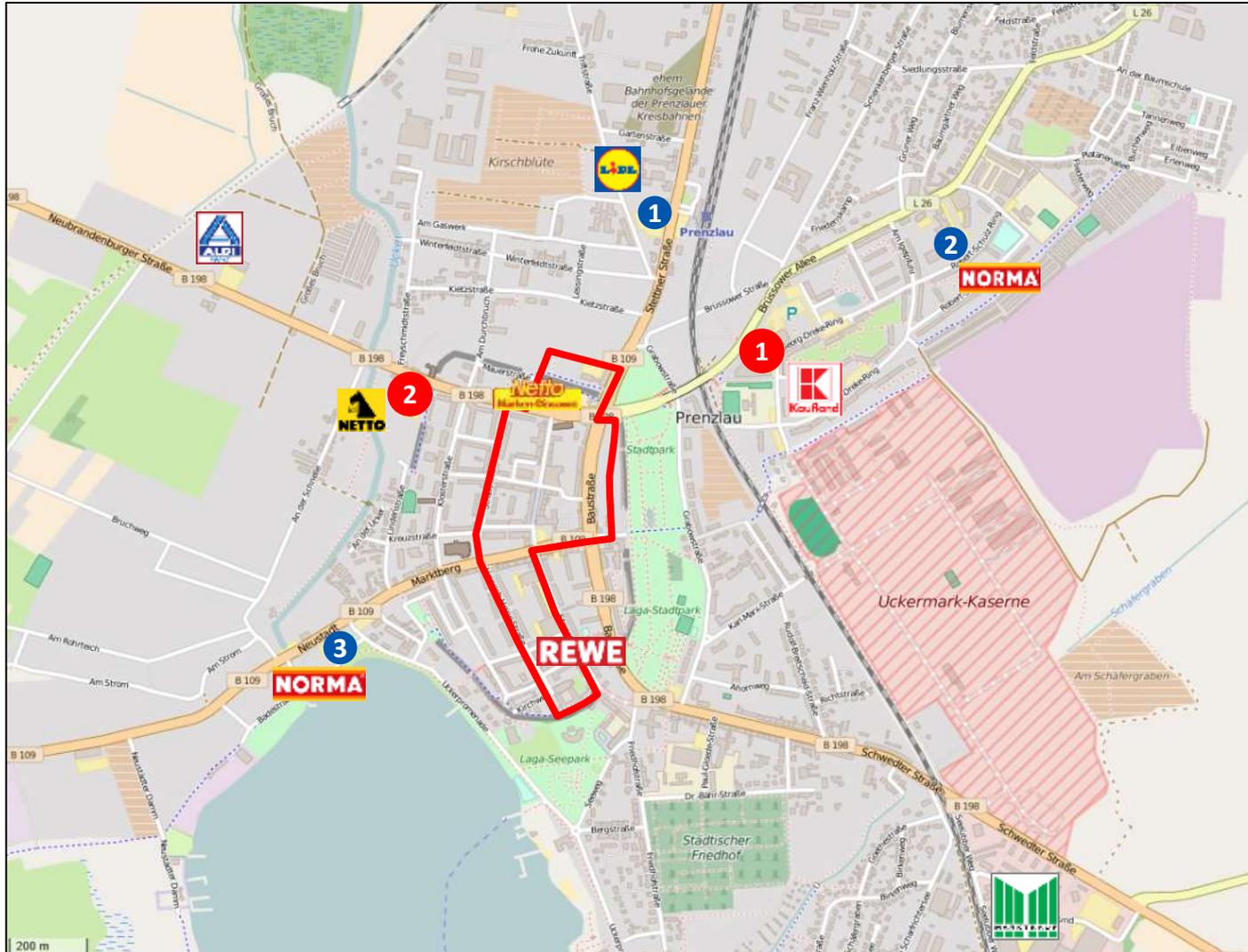
Niederlassungsleitung GMA Dresden

Beschlussvorschlag Einzelhandelskonzept Prenzlau

Es ist ein Beschluss zum Einzelhandelskonzept für die Stadt Prenzlau durch die Stadtverordnetenversammlung zu fassen. Damit stellt das Konzept ein von der Stadtverordnetenversammlung legitimiertes städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß §1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar und ist bei der vorbereitenden und verbindlichen Bebauungsplanung zu berücksichtigen und planungsrechtlich umzusetzen. Schwerpunktmäßig werden dabei folgende Festsetzungen getroffen:

1. Die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Prenzlau beschließt das **Einzelhandelskonzept** als konzeptionelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in Prenzlau für den Zeitraum bis 2025.
2. Beschluss der räumlich und inhaltlich definierten **zentralen Versorgungsbereiche**
 - Hauptzentrum **Innenstadt** (Anlage 1)
 - Nahversorgungszentrum **SparkassenCenter** (Anlage 2)
 - Nahversorgungszentrum **Neubrandenburger Straße** (Anlage 2)als städtebaulich schutzwürdige Bereiche und Investitionsvorranggebiete bis 2025.

Grundlegende Zentrenstruktur Prenzlau GMA-Vorschlag



Legende

Zentrale Versorgungsbereiche

Hauptzentrum

-  **Innenstadt**
(u. a. Rewe, Netto)

Nahversorgungszentren

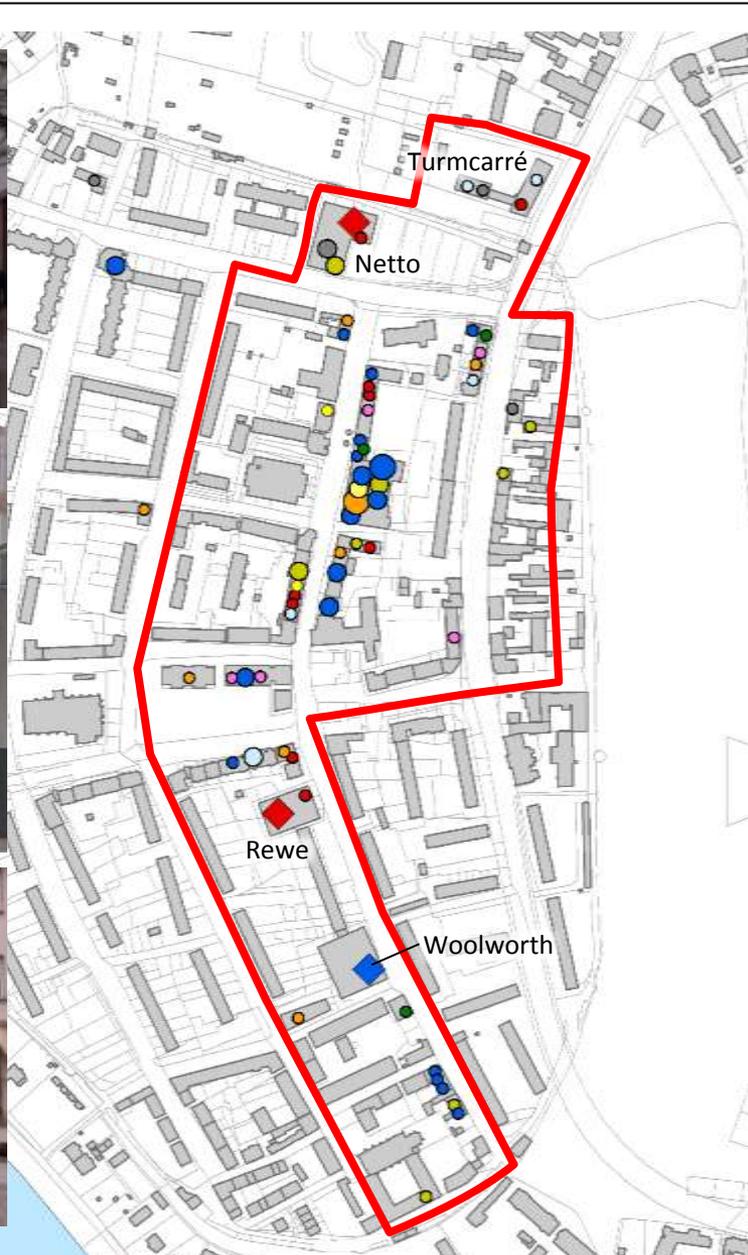
-  **1 Sparkassencenter**
(u. a. Kaufland)
-  **2 Neubrandenburger Straße**
(u. a. Netto dansk)

Nahversorgungsstandorte

-  **1 Stettiner Straße**
(u. a. Lidl)
-  **2 Brüssower Allee**
(u. a. Norma)
-  **3 Neustädter Damm**
(u. a. Norma)

Kartengrundlage: OpenStreetMap
GMA-Bearbeitung 2016

Hauptzentrum Innenstadt Prenzlau



Legende

— Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt (Vorschlag)

Größenklassen

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

Branchen

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

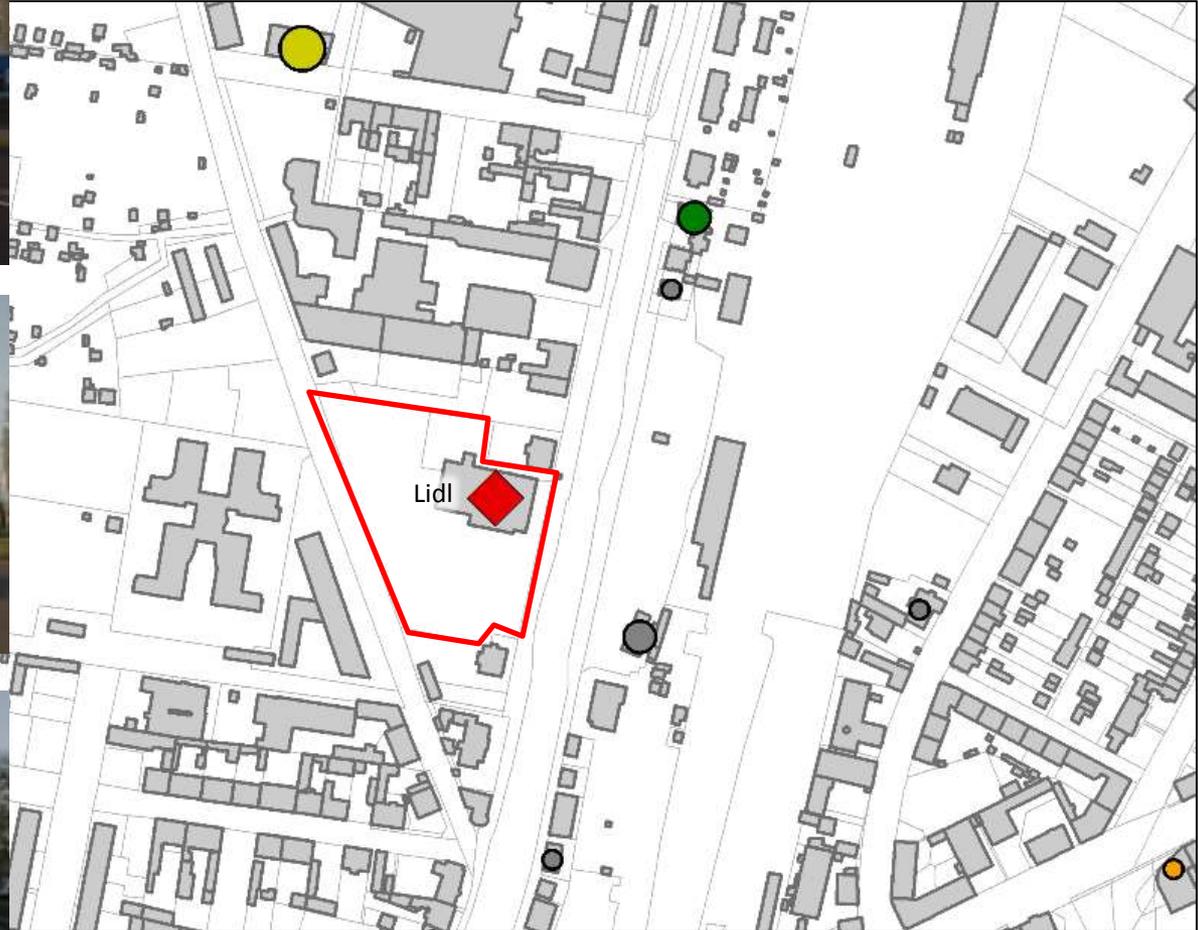
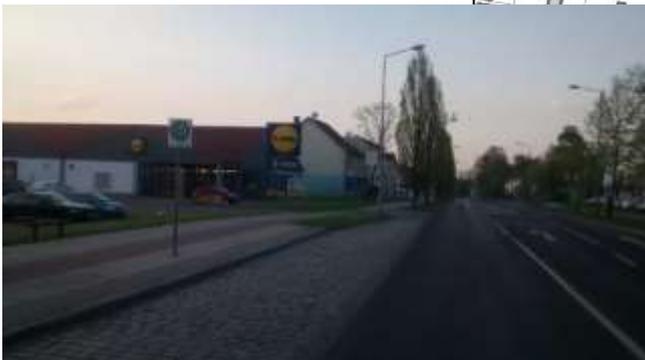
Kartengrundlage: Stadt Prenzlau
GMA-Bearbeitung 2016
Foto: GMA 2015/2016

3. Anerkennung folgender **Nahversorgungsstandorte** im Stadtgebiet (Anlage 2):

- **Stettiner Straße / Bahnhof**
- **Brüssower Allee**
- **Neustädter Damm**

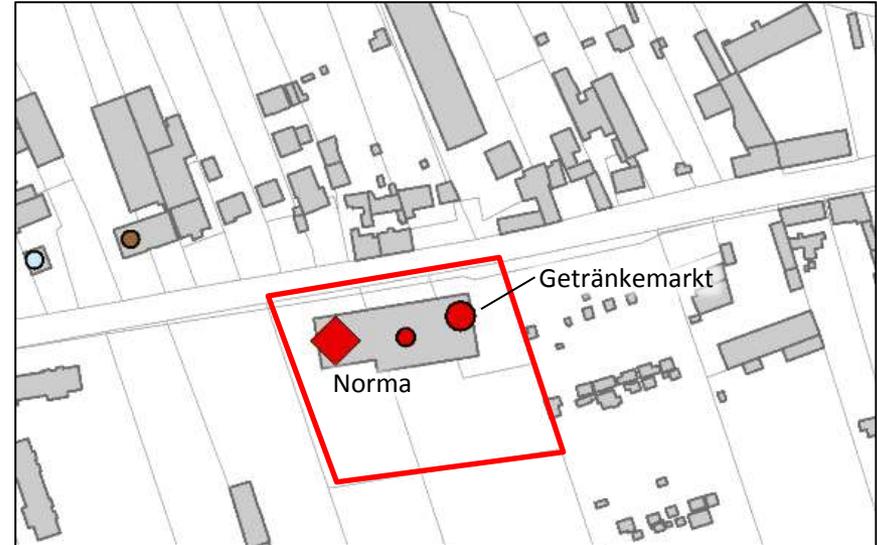
Die Standorte besitzen für die umliegenden Wohnquartiere eine hohe Nahversorgungsrelevanz. Um ihre Funktionsfähigkeit mittelfristig zu sichern, dürfen sie im Zuge baulicher Modernisierungsmaßnahmen ihre bestehende Verkaufsfläche bis zum Jahr 2025 auf eine marktübliche und städtebaulich verträgliche Verkaufsflächengröße ausweiten.

Nahversorgungsstandort Stettiner Straße/Bahnhof



Kartengrundlage: Stadt Prenzlau
GMA-Bearbeitung 2016
Foto: GMA 2015/2016

Nahversorgungsstandort Brüssower Allee



Nahversorgungsstandort Neustädter Damm

Beschlussvorschlag Einzelhandelskonzept Prenzlau

4. Beschluss der „**Prenzlauer Liste zentrenrelevanter Sortimente**“ (Anlage 3).

Der Einzelhandel mit **zentrenrelevanten Sortimenten** darf ab einer Verkaufsflächengröße von 100 m² nur in den definierten zentralen Versorgungsbereichen Innenstadt und den Nahversorgungszentren angesiedelt oder erweitert werden. **Großflächige Betriebe** (> 800 m² Verkaufsfläche) dürfen jedoch **nur im zentralen Versorgungsbereich „Innenstadt“** angesiedelt oder erweitert werden.

Außerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können Betriebe mit **zentrenrelevanten Sortimentsschwerpunkt** nur ausnahmsweise und nur bis zu einer Verkaufsfläche von unter 100 m² (**Kleinflächenregelung**) zugelassen werden.

Betriebe mit **nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt** sind unter Abwägung der vorhandenen Strukturen als Ergänzung in integrierten Lagen bis max. 400 m² Verkaufsfläche zulässig, insofern sie zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung beitragen. Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt sind auch über 400 m² Verkaufsfläche an den definierten **Nahversorgungsstandorten** (Anlage 2) zulässig.

Die Integration von **zentrenrelevanten Randsortimenten** bei Ansiedlung oder Erweiterung sog. „Mehrbranchenunternehmen“ (z. B. Möbelmärkte, Baumärkte) wird folgendermaßen geregelt: Sie sollen eine Verkaufsfläche von max. 100 m² je Einzelsortiment nicht überschreiten. Darüber hinaus soll die Summe der zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche des Betriebes nicht überschreiten.

zentrenrelevante Sortimente

davon nahversorgungsrelevant

- Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke), Reformwaren
- Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika
- Arzneimittel und apothekenübliche Waren
- Schnittblumen
- Zeitungen, Zeitschriften

zentrenrelevant

- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf
- Spielwaren und Bastelartikel
- Medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren
- Baby-, Kinderartikel
- Sportartikel, Sportkleingeräte
- Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe)
- Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Bettlaken
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Dekoartikel
- Fahrräder, Fahrradzubehör
- Kunst, Bilder, Briefmarken, Münzen, Antiquitäten
- Uhren, Schmuck
- Foto- und Videoartikel
- Optische Erzeugnisse
- Musikinstrumente
- Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD-Player), Ton- /Bildträger
- Computer, Computerteile, Peripherie, Software
- Elektrokleingeräte (weiße und braune Ware)**
- Geräte der Telekommunikation
- Campingartikel (ohne Campingmöbel)

nicht zentrenrelevante Sortimente (nicht abschließend)

- Tiere, Tiernahrung, Zooartikel, Tierpflegemittel
- Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel
- Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher)
- Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge
- Sanitärartikel, Fliesen
- Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel)
- Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken)
- Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper
- Elektroinstallationsbedarf
- Antennen / Satellitenanlagen
- Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten
- Elektrogroßgeräte (weiße Ware**)
- Büromaschinen, Büroorganisationsmittel
- Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen
- Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)
- Sportgroßgeräte
- Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
- Kfz-Zubehör, Motorradzubehör
- Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds***

** weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte; braune Ware: z. B. Radio-, Fernsehgeräte, DVD-Player

***kein Einzelhandel im engeren Sinne

5. **Verträglichkeitsprüfung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben**

Bei geplanten Ansiedlungen bzw. Erweiterungen mit einer Gesamtverkaufsfläche oberhalb der in Punkt 4 genannten Verkaufsflächenbegrenzungen muss der Antragsteller durch eine Auswirkungsanalyse mittels Verträglichkeitsgutachten nachweisen, dass das Vorhaben zu keiner Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit, der unter Beschlusspunkt 2 und 3 festgelegten zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte führt.

6. **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es wird empfohlen, die **bauplanungsrechtliche Verankerung** und Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes, ggf. mit der Überplanung des unbeplanten Innenbereiches mit einfachen Bebauungsplänen nach § 9 Abs. 2a Baugesetzbuch (BauGB) mit dem Ziel der Steuerung der Einzelhandelsansiedlungen, zu prüfen.

7. **Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen**

Die Verwaltung wird mit der **Publikation der Beschlusslage** zum Einzelhandelskonzept und der aktiven Information der Immobilien- und Grundeigentümer sowie Gewerbetreibenden beauftragt.



Vielen Dank
für Ihre Aufmerksamkeit

Gesellschaft für Markt-und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Königsbrücker Straße 31 - 33

01099 Dresden



Telefon: +49 351 216 7273

E-Mail: info@gma.biz

Internet: www.gma.biz