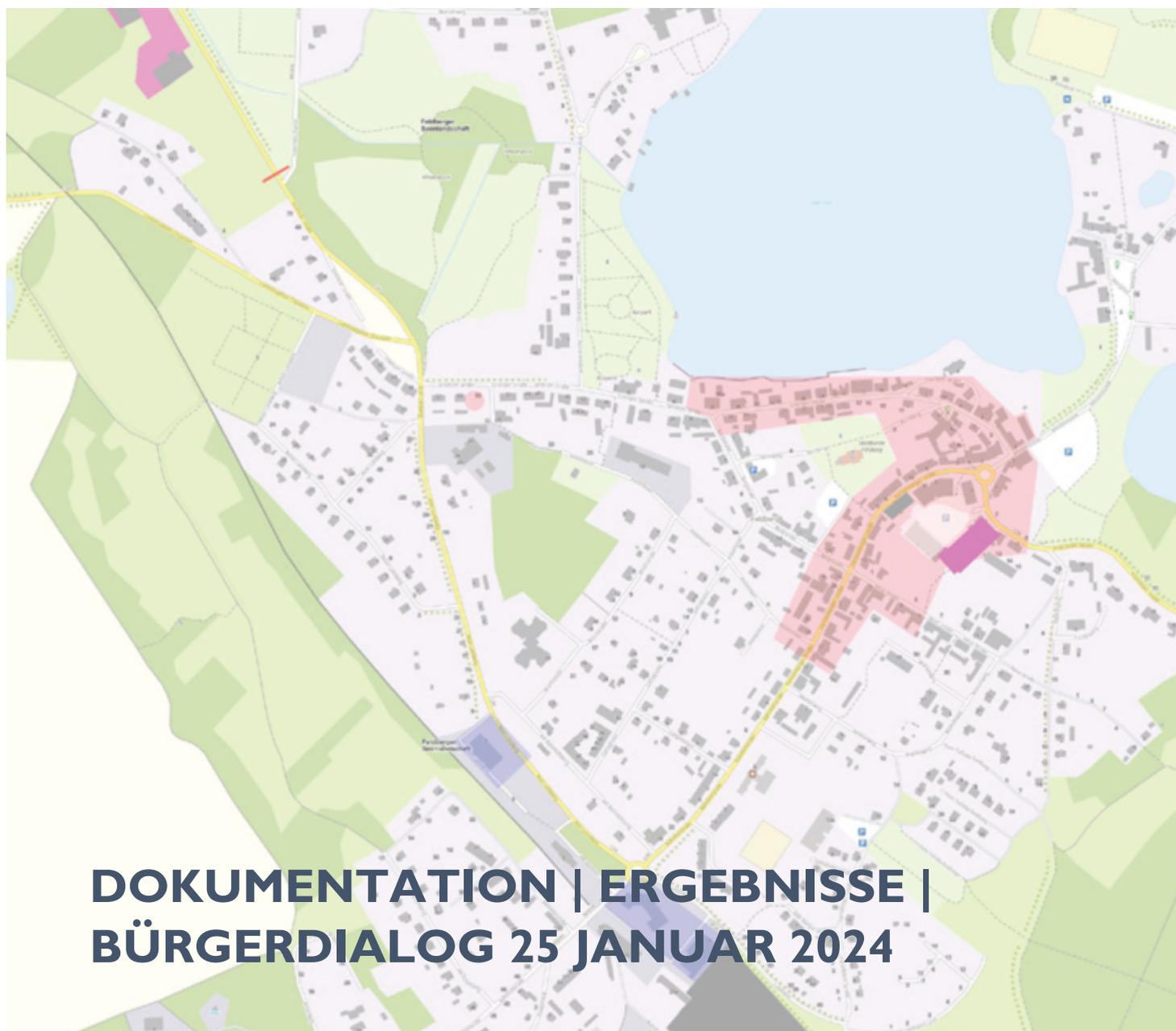


Gemeinsam. Transparent. Engagiert.
Für die Feldberger Seenlandschaft!

BÜRGERFORUM FSL



EINZELHANDEL IN FELDBERG: WIE GEHT ES WEITER?



**DOKUMENTATION | ERGEBNISSE |
BÜRGERDIALOG 25 JANUAR 2024**

**Gemeinsam. Transparent. Engagiert.
Für die Feldberger Seenlandschaft!**

HINTERGRUND ZUM BÜRGERDIALOG

Das Bürgerforum hatte breit für eine Veranstaltung am 25.1.2024 im Gemeindezentrum JURI auf dem Amtswerder eingeladen. Ziel des Bürgerforums ist es, gemeinsam mit engagierten Bürgerinnen, Bürgern und Kommunalpolitikern Transparenz, Respekt und Bürgerbeteiligung zu fördern. Dieses Mal widmeten wir uns dem wichtigen Thema:

"Einzelhandel in Feldberg – wie geht es weiter?"

Viele Bürger bewegen Fragen, die die Entwicklung des Einzelhandels in Feldberg betreffen, z.B. Wie wird sich das Zentrum mit einem neuen Edeka entwickeln? Wird Aldi wieder zurückkommen nach Feldberg? Wie viele Discounter brauchen wir wirklich? Wie können wir kleinere Geschäfte und das Zentrum stärken? Was würde passieren, wenn die Idee einer Ansiedlung von Kaufhaus Stolz, Aldi und einem Drogeriemarkt an der Einfahrt nach Feldberg aus Möllenbeck Wirklichkeit wird?

Die Veranstaltung bot Informationen bieten zum Ursprung und der Entwicklung des bestehenden "Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes" für Feldberg sowie zu existierende Empfehlungen zum Umgang mit Neuansiedlungen von Discountern. Zahlen, Daten Fakten zur Kaufkraftentwicklungen in der Feldberger Seenlandschaft und um uns herum ergänzten das Bild ergänzen. Anschließend wurden die Teilnehmer und Teilnehmerinnen aktiv. In einem moderierten Bürgerdialog gab es die Gelegenheit, Ideen auszutauschen und gemeinsam Lösungsansätze zu entwickeln. Darüber hinaus wurden Empfehlungen für Kommunalpolitik, Verwaltung und das Bürgerforum erarbeitet.

Die folgende Dokumentation gibt die Vorträge zusammenfassend wieder, listet die Arbeitsergebnisse des Bürgerdialog aus und fasst Empfehlungen zusammen. In der Anlage finden sich zusätzliche Informationen.

Die Veranstaltung war mit mehr als 50 Teilnehmenden gut besucht, unter anderem waren sechs Kommunalpolitiker anwesend.

IMPULSREFERATE

IMPULSVORTRAG I:

Zur Entwicklung des Einzelhandelsstandortes Feldberg referierte **Jörg Godenschweger**. Er wies darauf hin, dass prinzipiell das Interesse an mehr Einzelhandel vor Ort groß ist, insbesondere an einer Erweiterung des Sortiments, dass es aber verschiedene Fragen zu klären gibt, wie z.B. die weitere Entwicklung Rathausquartier nach vielen Jahren des Leerstandes, die Vor- und Nachteile der in der letzten Gemeindevertretungssitzung vorgestellten Projektidee zur Ansiedlung von Kaufhaus Stolz und ALDI an der Einfahrt nach Feldberg aus Richtung Möllenbeck. Er plädierte für die Möglichkeiten einer breiten Meinungsbildung und eine gut vorbereitete Entscheidungsfindung in der Kommunalpolitik. Jörg Godenschweger wies auf das 2012 erstellte „**Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept Feldberg**“ hin, dass der Gemeinde bisher als Steuerungsinstrument diene, auch wenn klar wäre, dass das Konzept aufgrund der Entwicklungen der letzten Jahre eine Anpassung bräuchte. Das Ziel des erstellten Konzeptes war Stärkung und Stabilisierung des zentralen innerörtlichen Versorgungsbereichs und der beiden bestehenden Nahversorgerstandorte. Dabei ging es um

- den Erhalt und Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsfunktion
- die Sicherung der Nahversorgungsfunktion des Zentralen Ortes und von dessen Einzugsbereichen
- den Erhalt und Stärkung der Innenstadtfunktion,
- die Festlegung von Zentralen Versorgungsbereichen als Grundgerüst für funktionsgerechte Versorgungsstrukturen (Sicherung durch kommunale Bauleitplanung),
- Feinsteuerung des Einzelhandels durch ortsspezifische Sortimentslisten
- Schaffung von Investitions- und Planungssicherheit
- Entscheidungsgrundlage für Ansiedlungsvorhaben

Gemeinsam. Transparent. Engagiert. Für die Feldberger Seenlandschaft!

Für die weitere Diskussion verwies er auf folgende Aspekte:

- **Koexistenz oder Verdrängung:** Hier müssten Fragen geklärt werden, inwieweit Neuansiedlungen zur Schwächung anderen Einzelhandels führen würde. Dabei müssten Kaufkraftentwicklung, Leerstand und die Auslastung bestehender Geschäfte betrachtet werden.
- **Rahmenbedingungen des Einzelhandelskonzeptes:** Hier müssten aufgrund aktualisierter Zahlen neue Richtlinien aufgestellt werden, die dann für weitere Ansiedlungen gelten, damit die Gemeinde ihre Steuerungsmöglichkeit behält.
- **Erschließung neuer Standorte:** Für Ansiedlungen außerhalb des Kernbereiches wie jetzt im Gespräch zu Kaufhaus Stolz und ALDI sollte eine gründliche Interessensabwägung sichergestellt werden. Dazu würden touristische Aspekte gehören (Feldberg ist ein Ort, der keine oder kaum Industriegebiete an Einfahrten hat), sowie die negativen Folgen von Neuversiegelungen, die im Grundsatz vermieden werden sollten, und ebenso fehlende Fußläufigkeit vom Zentrum.
- **Verhältnis von großem zu kleinem Einzelhandel:** Hier sollte darauf geachtet werden, dass der verbliebene Bestand „kleiner Läden“ bzw. eventueller neuer Potentiale nicht gefährdet wird. Hier wäre eine Belebung außerhalb direkter Konkurrenz wichtig.

IMPULSVORTRAG 2:

Im Weiteren berichtet **Robert Gardlowski** zu den Erfahrungen des Projektes City Management. Das Projekt wurde im Rahmen einer Landesförderung durchgeführt, um Grund- und Mittelzentren zu unterstützen. Es zielte darauf ab, Kulturschaffende und die Gastronomie zusammenzubringen, wobei der Fokus nicht nur auf dem Einzelhandel lag. In der Nebensaison wurden gastronomische Anbieter durch Workshops, Lesenächte und andere Veranstaltungen gefördert. Dennoch ging es auch um die Frage, wie mehr kleiner Einzelhandel in Feldberg angesiedelt werden könnte und wie mit kreativen Lösungsansätzen saisonale Angebote geschaffen werden können. Auch die Wiederbelebung des Geschäftshauses wurde diskutiert. Es stellte sich allerdings heraus, dass es schwierig war, Eigentümer von Leerständen davon zu überzeugen, zu investieren und neue Möglichkeiten zu eröffnen. Es wurden viele Gespräche geführt und konkrete Ideen entwickelt, jedoch gestaltete sich die Kooperation mit den Eigentümern als herausfordernd. Es wurde mit der Kurverwaltung zusammengearbeitet zu einer touristischen Leitbildentwicklung, die u.a. auch eine Saisonverlängerung zum Ziel haben kann und ein Konzept für die Nutzung der Heimatstube wurde ebenfalls entwickelt.

Robert Gardlowski wies damit auch auf die Herausforderungen der Weiterentwicklung des kleineren Einzelhandels in Feldberg hin, die die Gemeinde nicht ohne starke private Initiativen unterstützen kann.

IMPULSVORTRAG 3:

Zu den Rahmenbedingen im Hinblick auf die Projektidee zur Entwicklung eines neuen Einzelhandelsstandortes am Eingang von Feldberg aus Richtung Möllenbeck referiert **Ralf Mittermüller**. Sein Anliegen war es, Fragen zu klären, wie die der Standortwahl, des Bedarfes nach dem geplanten Sortiment (Kaufhaus Stolz, ALDI und ggf. ein Drogeriemarkt) und der geplanten Verkaufsflächen. Die folgende Abbildung 1 zeigt den geplanten Standort und die geplante Größe:



Worum geht es ?

Neubau von drei Einzelhandelsgeschäften
an der Landsstraße 34

- ALDI / Verkaufsfläche 1054 m²
- Drogeriemarkt / Verkaufsfläche 730 m²
- Kaufhaus Stolz / Verkaufsfläche 800 m²
mit Erweiterungsoption
- 157 PKW-Stellplätze

Gesamtfläche Flurstücke ~ 6,0 ha
Gesamtfläche Bebauung ~ 1,3 ha + 0,016 ha
Gesamtfläche Verkaufsräume: 2584 m²



Abbildung 1: geplanter Standort Erweiterung Einzelhandel (Karte zur Veröffentlichung verpixelt)

Ralf Mittermüller wies darauf hin, dass für die Festlegung von Standort und Größe neben dem Einzelhandelskonzept für Feldberg auch das Regionale Raumentwicklungsprogramm Mecklenburgische Seenplatte (RREP) relevant wäre, das wiederum auf dem Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (LEP) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) basiert. Letztere besagt in § 11, dass durch die Agglomeration von mehreren Einzelhändlern eine sogenannte Großflächigkeit vorliegt. Deswegen dürfen entsprechende Projekt nur in Kerngebieten und festgesetzten Sondergebieten durchgeführt werden, wenn sie sich wesentlich auswirken auf den Verkehr, die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde, Orts- und Landschaftsbild sowie Naturhaushalt. Zudem gibt es im LEP & RREP eine dezidierte Flächenreduzierungsstrategie, um weitere Bodenversiegelung und -verdichtung auf ein Minimum zu reduzieren. Es sollen vorrangig vorhandene Flächenpotentiale wie Brachen, Baulücken, Nachverdichtung genutzt werden.

Darüber hinaus regelt das RREP, wenn durch Agglomeration von mehreren Einzelhändlern eine sogenannte Großflächigkeit vorliegt, dass Größe, Art und Zweckbestimmung in einem angemessenen Verhältnis zu Größe und Versorgungsfunktion des Zentralen Ortes (also Feldberg) stehen müssen. Die Auswirkungen des Vorhabens dürfen den Verflechtungsbereich des Zentralen Ortes (Feldberger Seenlandschaft, Grünow, Möllenbeck nicht wesentlich überschreiten und die verbrauchernahe Versorgung der nichtmotorisierten Bevölkerung darf nicht gefährdet werden.

In einer städtebaulichen Stellungnahme aus dem Jahr 2011 wurde die Ansiedlung eines weiteren Discounters (damals aufgrund einer Anfrage von NETTO) abgelehnt mit der Begründung, dass bei einer Berücksichtigung der allgemeinen Bevölkerungsentwicklung, Einkommensentwicklung und Altersentwicklung sich ein erhöhter Bedarf [für einen weiteren Discounter] nicht ableiten lässt. Damals wurde konstatiert, dass zusätzliche Ansiedlungen in der Größenordnung von 800 m² Verkaufsfläche zu einer Schädigung des zentralen Versorgungsbereiches führen würden. Unter anderem, um weitere Ansiedlungen zu verhindern, wurde das Einzelhandelskonzept erstellt.

**Gemeinsam. Transparent. Engagiert.
Für die Feldberger Seenlandschaft!**

Ralf Mittermüller ging daher auf einen Vergleich der Entwicklung wichtiger Zahlen zwischen 2012 und 2023 ein: Einwohner, Tourismus, Kaufkraftindex, Bedarf und Verhältnis der Verkaufsflächen im zentralen und sekundären Versorgungsbereich.

- **Einwohnerentwicklung:** Die Entwicklung der Einwohnerzahlen in Feldberg und angrenzenden Gebieten, die den Einzelhandel in Feldberg nutzen würden, ist gleichgeblieben bzw. leicht gesunken (siehe Abb. 2).

Die Zahlen für 2023 geben für Mecklenburg-Vorpommern den Stand für den 30.06.2023, für Brandenburg den Stand zum 30.09.2023 wieder. Alle anderen Zahlen sind die jeweiligen Zahlen zum Jahresende
Quellen: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg



Einwohnerentwicklung 2012-2023

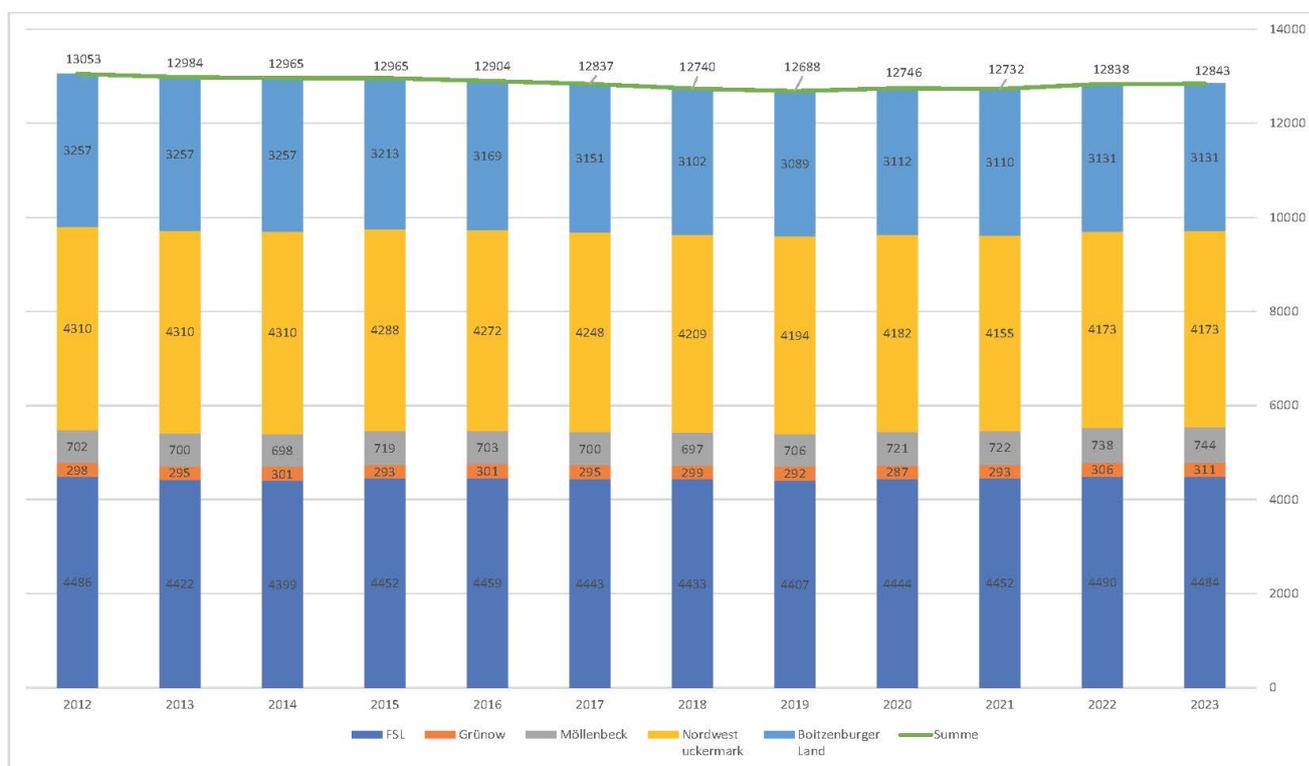


Abbildung 2: Einwohnerentwicklung

Tourismusentwicklung: Die Zahlen der Tourismusentwicklung weisen eine eher absteigende Tendenz (nach Corona wieder Anstieg, der aber nicht die Vorjahreswerte erreicht) auf. Mit berücksichtigt wurden die touristischen Zahlen für das komplette Boitzenburger Land. Der Campingplatz Dreetzsee dürfte dort den größten Teil der Übernachtungen stellen und gleichzeitig als Einzugsgebiet für Feldberg gelten.

Quellen: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern, Amt für Statistik Berlin-Brandenburg



Touristen 2014 - 2022

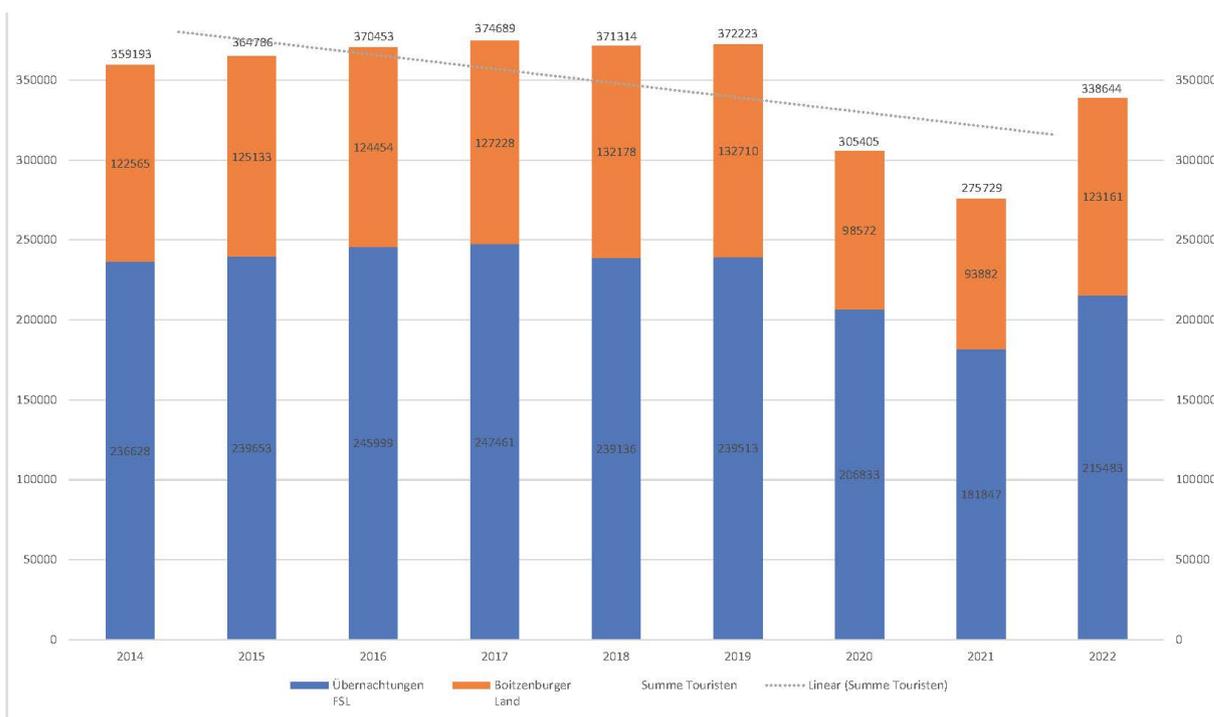


Abbildung 3: Tourismusentwicklung

- **Kaufkraft:** Die Zahlen der aktuellen Kaufkraft zeigen, dass die Kaufkraft in der Mecklenburgischen Seenplatte gestiegen ist. Während der Kaufkraftindex für Gesamtdeutschland auf 100% gesetzt ist, ist die der Mecklenburgischen Seenplatte von 77% in 2019 auf 87% in 2023 gestiegen. In einem möglichen Einzugsgebiet für Einzelhandel liegt sie zwischen 80% und 91%.

Quellen: Statista, Nexiga-Kaufkraft 2023

- **Pendlerströme:** Die Zahlen verweisen darauf, dass ca. 500 Menschen nach Feldberg hineinpendeln, während ca. 800 Menschen aus Feldberg herauspendeln. Auch diese Zahlen sind für die Einschätzung des Bedarfs relevant.

Quelle: Pendleratlas der Statistischen Ämter der Länder

- **Bedarfsabdeckung:** Auf der Basis des Kaufkraftindexes des möglichen Einzugsgebietes ergeben sich im Vergleich zwischen Angebot und Bedarfsdeckung je nach Weiterentwicklung des Einzelhandels unterschiedliche Szenarien, die auf ein Überangebot von Waren hinweisen, wenn EDEKA den Ausbau fertig gestellt hat und mindestens ein weiterer Discounter sich angesiedelt hätte (siehe Abbildung 4). Die blaue Statistik basiert auf der GfK Kaufkraft, die orange Statistik auf der durchschnittlichen Flächenproduktivität der Einzelhändler

Quellen: Statista, GfK Kaufkraft für den Einzelhandel in 17258 für 2023



Einzelhandelskaufkraft Lebensmittel

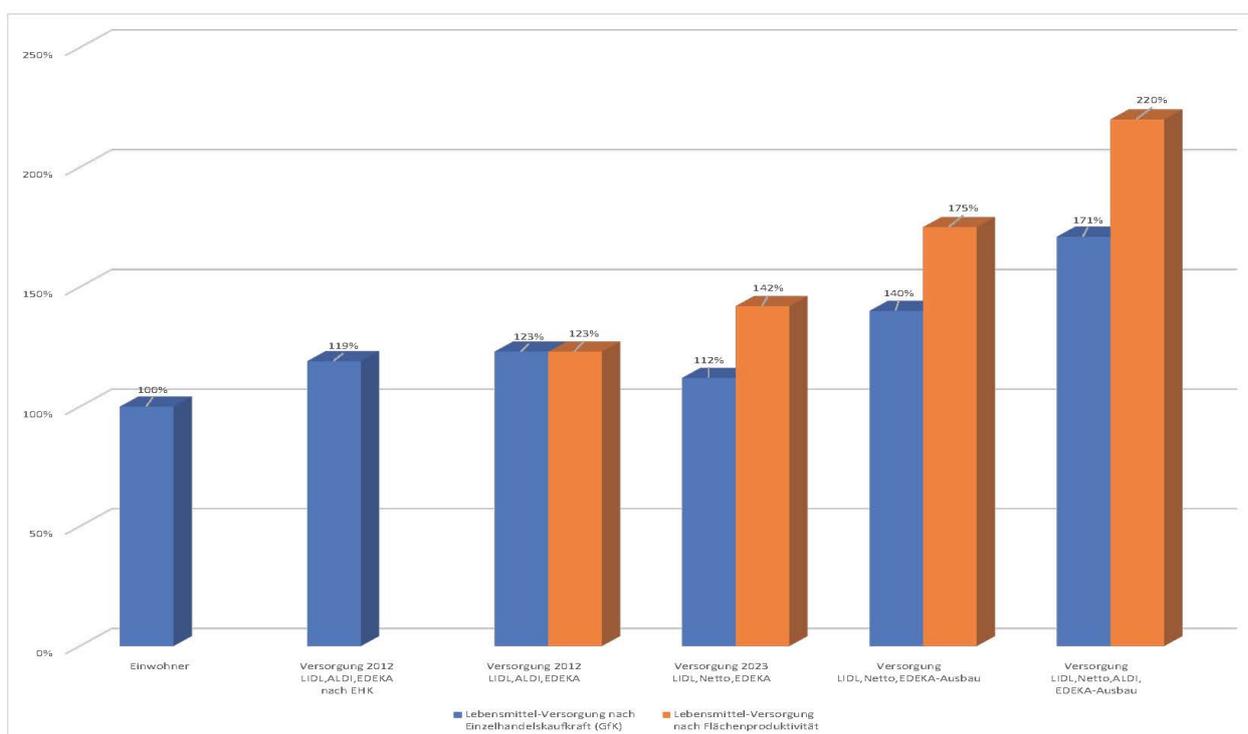


Abbildung 4: Bedarfsabdeckung

Verwendete Quellen:

- Tourismusverband Mecklenburgische Seenplatte
- Landesamt für innere Verwaltung M-V / Statistisches Amt
- Amt für Statistik Berlin-Brandenburg
- Gemeinsames Statistikportal des Bundes und der Länder
- Statista - Das Statistik-Portal
- GfK - Gesellschaft für Konsumforschung
- Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept der Feldberger Seenlandschaft
- GeoPortal M-V

DIALOG

Im zweiten Teil der Veranstaltung wurde an den 6 Tischen diskutiert. Dabei ging es darum, folgende Aspekte zu besprechen:



Bitte einigen Sie sich am
Anfang auf eine Person, die
moderiert und eine, die die
Ergebnisse vorstellt

DIALOG IN ARBEITSGRUPPEN

Auf dem Hintergrund der Impulsvorträge

1. Welche **3 allgemeinen Aspekte** sind Ihnen/euch besonders wichtig bzgl. der Entwicklung des Einzelhandels in Feldberg?
2. Falls weitere größere Einzelhandelsgeschäfte sich ansiedeln wollen: Was ist ihnen bzgl. des **Standortes** besonders wichtig?
3. Welche **Empfehlungen** zur Weiterentwicklung des Einzelhandels würden Sie uns als Bürgerforum und der Gemeinde mitgeben?

25.01.2024

2

Die Ergebnisse wurden jeweils von Teilnehmenden für jeden Tisch vorgetragen. Im Folgenden sind die Ergebnisse von allen Tischen zusammengefasst.

ALLGEMEINE ASPEKTE: WAS IST IHNEN WICHTIG?

- Leerstand vermeiden (Nennung an 5 Tischen),
- Wiedervermietung fördern, Baulücken nutzen, insgesamt Vorhandenes besser nutzen
- Verdrängung kleinerer Läden verhindern, kleinere Läden im Innenbereich stärken
- Regionale Produkte verkaufen (Ketten und Standardprodukte sind weniger interessant),
- Qualität an Produkten ermöglichen, frische regionale Waren anbieten
- Raumgestaltung besser planen, ein Einkaufserlebnis ermöglichen,
- Attraktivität steigern, kleinere, individuelle Geschäfte, Orte schaffen, die es nur hier gibt, wo Menschen gerne hingehen
- Ein breiteres Angebot an Waren ermöglichen, Sortimentserweiterung fördern
- Die Ansiedlung von Kleingewerbe ermöglichen
- Kein zusätzlicher Discounter
- Lieber eine Konzerthalle bauen

STANDORT: WAS IST IHNEN WICHTIG?

- Gute Erreichbarkeit sicherstellen (Radwege, Bushaltestelle), Fußläufigkeit sicherstellen
- Dafür sorgen, dass Fahrwege gespart werden
- Nicht auf der grünen Wiese bauen, keine weitere Flächenversiegelung (Nennung an 4 Tischen),
- Neubau vermeiden, das Ortsbild nicht verschandeln, nicht zu Lasten der Natur bauen
- Kein Discounter am Ortseingang (Nennung an 3 Tischen)

**Gemeinsam. Transparent. Engagiert.
Für die Feldberger Seenlandschaft!**

- Eventuelle Neuansiedlung dort planen, wo schon etwas ist und wo das Ortsbild nicht zerstört wird (z.B. neben/hinter LIDL) oder kleinere Drogerie im Innenbereich
- Nutzung von Flächen im Innenbereich

EMPFEHLUNGEN: WAS WOLLEN SIE DER GEMEINDE UND DEM BÜRGERFORUM MITGEBEN?

- Private Initiativen für die Ansiedlung kleinerer Geschäfte anregen, unterstützen, fördern: ggf. eine Initiative starten
- Ansiedlung eines Drogeriemarktes im Innenbereich fördern und anregen
- Breite Bürgerbeteiligung für Entscheidung zu Ansiedlungsplänen (Bürgerbefragung)
- Die Fakten der Entwicklungen von Einwohnerzahl, Tourismus und Kaufkraft bei der Planung berücksichtigen
- Rechtliche Rahmenbedingungen noch einmal prüfen
- Die Ansiedlung eines Baumarktes fördern (Nennung an 3 Tischen)
- Den Marktplatz mit neuem EDEKA für temporäre Nutzung planen
- Festhalten am Einzelhandelskonzept, es mit breiter Beteiligung überarbeiten
- Einzelhandel und Schaffung von neuem Wohnraum verbinden
- Absprache mit Institutionen, Bedarfe abfragen (z.B. REHA Klinik)

Dokumentation erstellt von
Dr. Petra Künkel und Anne-Cathrin Lüttke

Bürgerforum Feldberger Seenlandschaft
www.buergerforum-fsl.de

Unterstützt von:
Engagierten Bürgern und Kommunalpolitikern, BUND Feldberger Seenlandschaft, JURI e.V. sowie
Klima und Kultur e.V.

Amtsplatz 24
I 7258 Feldberger Seenlandschaft