



Einzelhandelskonzept für die Stadt Forst (Lausitz) 2016

Auftraggeber: Stadt Forst (Lausitz)

Projektleitung: Dr. Eddy Donat,
Niederlassungsleitung
Dipl.-Geogr. Florian Schaeffer

Dresden, am 17.08.2016

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH

Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München

Königsbrücker Straße 31 – 33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Telefon: 0351 / 21 67 273
Telefax: 0351 / 80 23 895
E-Mail: info@gma.biz
Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Stadt Forst (Lausitz) erteilte der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH, Dresden, im August 2015 den Auftrag zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2009. Ziel der Überarbeitung ist es, die vorhandenen Leitlinien und Strategien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Forst (Lausitz) zu überprüfen und ggf. anzupassen.

Sämtliche dem vorliegenden Gutachten zugrundeliegenden Ausgangsdaten wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Standards ausgewertet. Die Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen der Stadt Forst (Lausitz) und stellt die Grundlage für eine Beschlussfassung durch die Stadtverordnetenversammlung dar.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Dresden, den 17.08.2016
DTE SFL wym

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	6
1. Aufgabenstellung	6
2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	7
3. Methodische Vorgehensweise	8
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	10
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	10
4.1.1 Starker Rückgang der Einzelhandelsunternehmen im Handel	11
4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter	12
4.1.3 Internethandel	12
4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	14
4.2 Konsumentenverhalten im Wandel	14
4.2.1 Demografische Entwicklung	14
4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	15
4.2.3 Entwicklung der Motorisierung	15
4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	16
4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	17
4.5 Entwicklung der Nahversorgung	18
5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	20
5.1 Landesplanung	20
5.2 Regionalplanung	22
5.3 Bauplanungsrecht	22
6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Forst (Lausitz)	24
II. Angebots- und Nachfragesituation	28
1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Forst (Lausitz)	28
2. Nahversorgungssituation (Status quo-Situation)	33
3. Nachfragesituation	34
3.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Forst (Lausitz)	34
3.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Forst (Lausitz)	36

3.3	Kaufkraftbewegungen	37
4.	Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern	39
4.1	Ausstattungskennziffern	39
4.2	Zentralitätskennziffer	40
III.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Forst (Lausitz)	42
1.	Bevölkerungsprognose	42
2.	Kaufkraftprognose für den Forster Einzelhandel bis zum Jahr 2025	42
3.	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	43
IV.	Einzelhandelskonzept Forst (Lausitz)	46
1.	Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	46
2.	Sortimentskonzept	48
2.1	Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente	48
2.2	Sortimentsliste für die Stadt Forst (Lausitz)	51
3.	Standortkonzept	54
3.1	Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	54
3.2	Zentren- und Standortstruktur in Forst (Lausitz)	57
3.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Forst (Lausitz)	61
3.2.2	Nahversorgungszentren	67
3.2.3	Nahversorgungsstandorte	67
4.	Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung	68
4.1	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt	69
4.2	Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	69
5.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	71
V.	Zusammenfassung	74
1.	Ergebnisse der Potenzialanalyse	74
2.	Empfehlungen / Leitlinien	75
	Verzeichnisse	77

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen im Einzelhandel, sich zunehmend verändernder Rahmenbedingungen in der Stadtentwicklung sowie aktuellen Einzelhandelsplanungen im Stadtgebiet, insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel, ist die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Forst (Lausitz)¹ aus dem Jahr 2009 erforderlich. Mit der grundlegenden Überarbeitung erhält die Stadt Forst ein informelles Planungsinstrument, welches die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels am Standort erörtert und Rahmenbedingungen definiert. Dabei werden die wesentlichen Aussagen aus dem Jahr 2009 (u. a. Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich, Sortimentsliste für die Stadt Forst) überprüft, deren Grundlagen aktualisiert und bestehende Branchen- und Standortpotenziale herausgearbeitet.

Der vorliegende Bericht umfasst im Wesentlichen folgende Inhalte:

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in Forst (Lausitz)
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes
- /// Überprüfung und Anpassung der Zielsetzungen für die Einzelhandelsentwicklung in Forst (Lausitz)
- /// Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzept Forst (inkl. Sortimentsliste, Standortkonzeption, zentrale Versorgungsbereiche)
- /// Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive Steuerungsempfehlungen
- /// Grundsätze zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

¹ Zur Förderung des Leseflusses entfällt der regionale Zusatz (Lausitz) im Gutachten teilweise.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Darstellung 2016

2. Aufgabe von Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelsituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch einen Beschluss des jeweiligen Rates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Im begründeten Einzelfall kann die Kommune von den Vorgaben eines Einzelhandelskonzeptes abweichen. Dies mindert jedoch das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und stellt letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung in Frage.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen². Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des statistischen Bundesamtes, des Amtes für Statistik Berlin-Brandenburg sowie Datenmaterial der Stadt Forst zur Verfügung. Nachfolgend werden die im Rahmen der Erarbeitung des vorliegenden Gutachtens durchgeführten **primärstatistischen Erhebungen** in Kürze vorgestellt.

Die **Angebotssituation** wurde durch eine flächendeckende Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen³ aller Einzelhandelsbetriebe im gesamten Stadtgebiet erfasst. Die Bestandserhebung des Einzelhandels⁴ wurde im September 2015 durchgeführt. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den in nachfolgender Tabelle 1 aufgeführten Branchen zugeordnet.

² Vgl. BVerwG, Urteil vom 27.03.2013 - 4 CN 7.11 und OVG NRW, Urteil vom 28.01.2014 - 10 A 152/13.

³ Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG, Urteil vom 24.11.2005 - 4C 10.04 und 4C 14.04).

⁴ Dabei ist der „Einzelhandel im engeren Sinne“ bzw. der „funktionale Einzelhandel“ zu verstehen. Dieser umfasst den Absatz von Waren an den Endverbraucher ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Brennstoffen und verschreibungspflichtigen Apothekerwaren.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branchen	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Arzneimittel und apothekenüblich Waren / Sanitätswaren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Unterhaltungselektronik / Multimedia	Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Elektrohaushaltsgeräte	sog. weiße Ware wie Spül- oder Waschmaschinen, Kühlschränke, Herde etc.
Haushaltswaren, Heimtextilien	Glas / Porzellan / Keramik, Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe
Möbel, Einrichtung	Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchsgüter, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2016

Darüber hinaus erfolgte im Rahmen der Einzelhandelsbestandserfassung auch eine Zuordnung der Betriebe zu den folgenden Lagekategorien:

- /// **zentrale Lagen:** Lagen in zentralen Versorgungsbereichen einer Kommune
- /// **siedlungsräumlich integrierte Lagen:** Lagen mit zusammenhängender Bebauung und Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in min. zwei Himmelsrichtungen)
- /// **siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen:** Lagen mit keinem bzw. nur geringem Wohngebietsbezug (ein baulicher Zusammenhang mit der näheren Umgebung besteht in max. einer Himmelsrichtung)

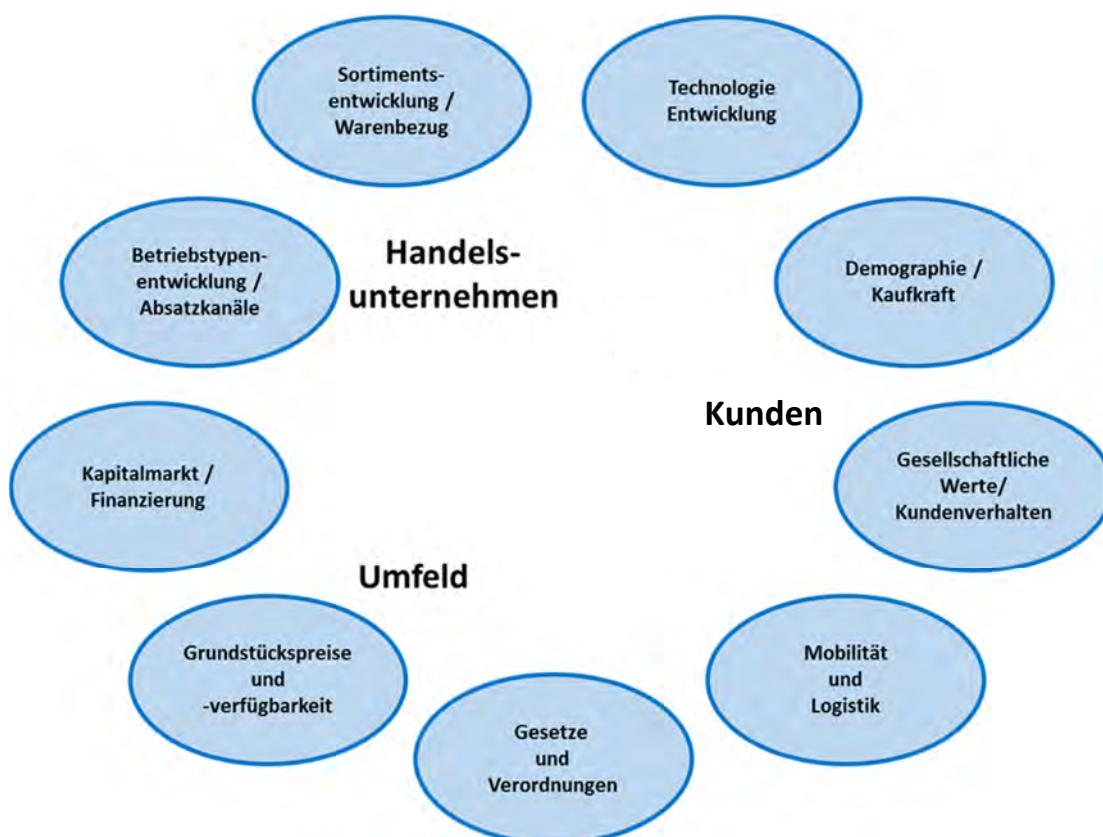
Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten wurden durch Mitarbeiter der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen im Stadtgebiet von Forst analysiert und bewertet. Ein besonderer Fokus lag dabei auf den **zentralen Lagen**. Die Analyse der

städtebaulichen Situation stellt im Zusammenwirken mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche einer Kommune dar.

4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Forst (Lausitz) können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung

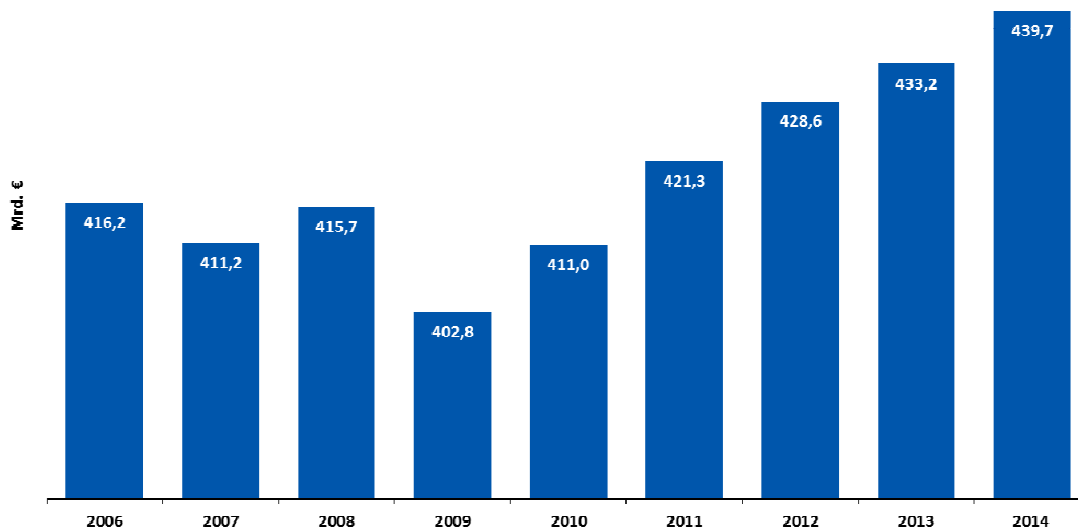


GMA 2016

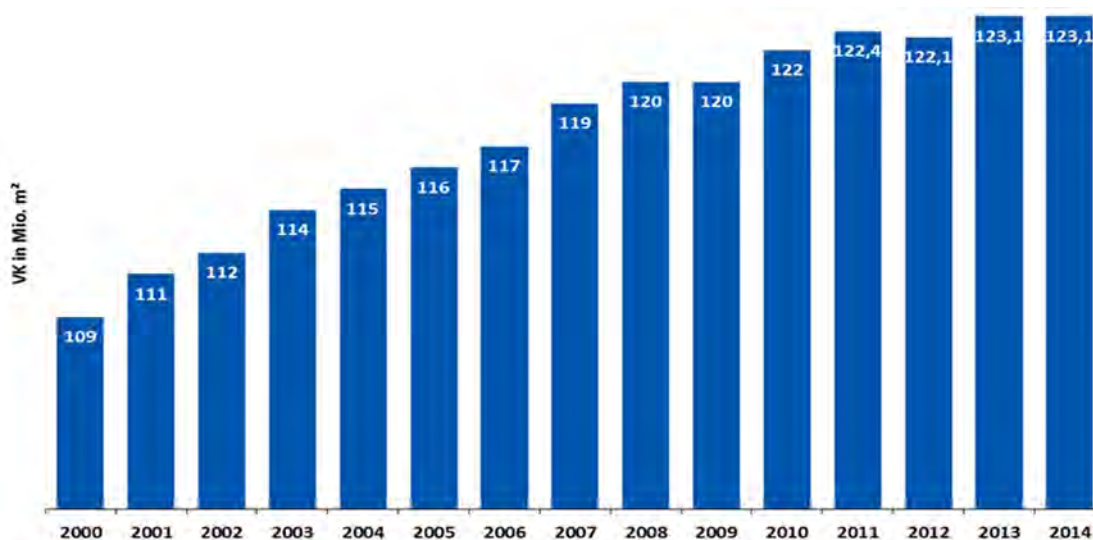
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 440 Mrd. € Jahresumsatz ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden⁵.

⁵ Gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Mrd. € in Deutschland (brutto)


Quelle: GMA-Darstellung 2016 nach www.handelsdaten.de

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014


Quelle: Handelsdaten aktuell 2014, GMA-Darstellung 2016

Der deutsche Einzelhandel war bis 2010 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet; in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert.

4.1.1 Starker Rückgang der Einzelhandelsunternehmen im Handel

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab⁶. Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte,

⁶ GMA-Grundlagenforschung.

welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Internethandel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren⁷. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil an Shoppingcenter-Neueröffnungen auf ca. 76 % zwischen den Jahren 2011 und 2013⁸. Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in den Warenhäusern, auch für Shoppingcenter zeichnet sich nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab⁹.

4.1.3 Internethandel

Während der Umsatz des gesamten Einzelhandels in den vergangenen Jahren nur leichte Steigerungen verzeichnen konnte, konnte der Einzelhandel im Internet (auch Onlinehandel oder E-Commerce) eine rasante Entwicklung nehmen¹⁰. Nach Angaben des Handelsverbandes Deutschland (HDE) werden sich von 2005 bis 2015 binnen 10 Jahren die Umsätze im Internethandel mehr als verdreifacht haben (vgl. Abbildung 5). Für das Jahr 2015 geht der HDE von einem Umsatz von 43,6 Mrd. € aus. Vergleicht man den Wert des Onlinehandels lt. HDE im Jahr 2014

⁷ Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Zukunft der Warenhausstandorte in Deutschland, Sonderdruck aus Marketing 34. Jg., 2012, S. 55 – 66.

⁸ Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

⁹ Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

¹⁰ Derzeit herrscht eine große Verunsicherung in der gesamten Branche und hier insbesondere bei den stationären Einzelhändlern, wie die Entwicklung zu bewerten ist. Die Werte für die Umsatzentwicklung einzelner Verbände weichen teilweise erheblich voneinander ab. So wird gelegentlich auch ein „Zahlensalat“ im E-Commerce beklagt (vgl. Der Handel, Internetausgabe vom 05.04.2014: Zahlensalat im E-Commerce, Prof. Dr. Geritt Heinemann, Leiter eWeb Research Center der Hochschule Niederrhein; Zugriff auf die Website vom 10.11.2014. Vergleicht man beispielsweise die Zahlen des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel (bevh) für das Jahr 2014 mit den Angaben des Einzelhandelsverbandes, so tut sich eine Lücke von fast 10 Mrd. € auf. Während der Einzelhandelsverband von einem Umsatz in seinen neuesten Zahlenwerken vom November 2014 von 39 Mrd. € ausgeht, rechnet der bevh mit rd. 48,8 Mrd. €. Eine Übereinstimmung besteht jedoch im Trend eines erheblichen Zuwachses der Online-Umsätze im Handel. Der bevh geht zwischen 2006 und 2013 und in seiner Prognose für 2014 von nahezu einer Verfünffachung des Umsatzes innerhalb von 8 Jahren aus.

von 39 Mrd. € mit dem prognostizierten Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2014, so liegt der Anteil des Onlinehandels bei etwa 8,5 %¹¹.

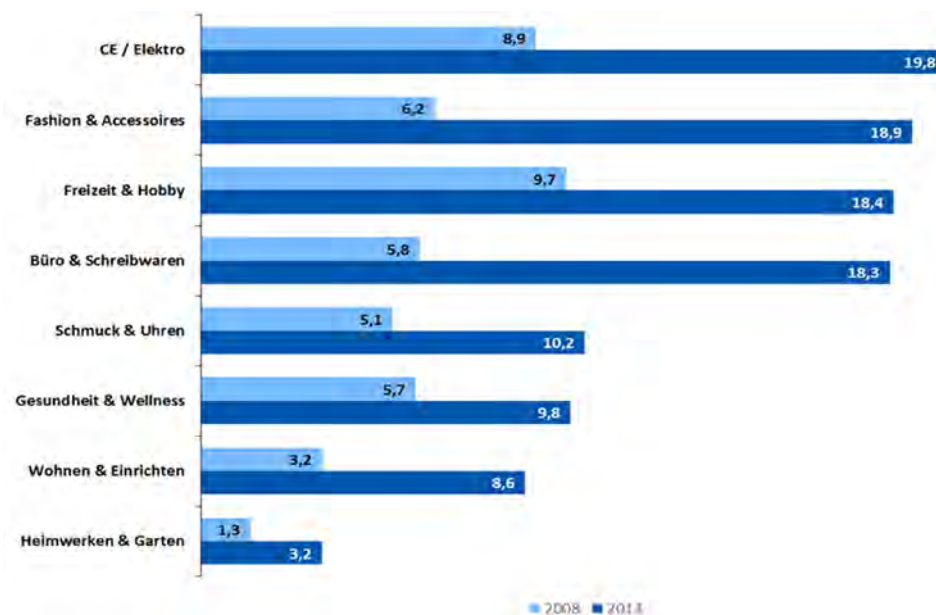
Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



Angaben für Nonfood, FMCG¹², Entertainment, Tickets, Downloads, Reisen (ohne Urlaubsreisen)

Quelle: HDS, GfK; HDE-Prognose 2015, ohne Umsatzsteuer

Abbildung 6: Anteil Onlinehandel am Umsatz einzelner Branchen in Prozent



CE= Consumer Electronics z. B. Unterhaltungselektronik

Quelle: Institut für Handelsforschung (IFH) Köln, Branchenreport Online-Handel 2014

¹¹ Allerdings schwanken die Anteile des Onlinehandels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro und im Bereich Mode Werte von fast 20 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei 3,2 %. Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, der einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentiert, weist mit unter 1 % immer noch sehr geringe Anteile im Onlinehandel auf.

¹² Fast-moving consumer goods (FMCG): Güter des täglichen Bedarfs wie Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Wasch- und Reinigungsmittel

Zunehmend sind die Übergänge zwischen Onlinehandel und stationärem Einzelhandel nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen.

4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **discountierenden Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %¹³. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust.

Als **Standorte** werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert.

Tabelle 2: Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Discounter	Vollsortimenter	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m ²	ab 1.200 m ²	ab 2.500 m ²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	85 – 90 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 7.000 m ²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

GMA-Standortforschung 2016, ca.-Werte

4.2 Konsumentenverhalten im Wandel

4.2.1 Demografische Entwicklung

Gesellschaftliche sowie demografische Veränderungen vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit, genannt seien etwa der im Rahmen der Demografieentwicklung regelmäßig prognostizierte Rückgang der Bevölkerung, der wachsende Anteil älterer Menschen, oder der Trend zu kleineren Familieneinheiten. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der

¹³ Quelle: EHI Köln (Euro Handels Institut), Einzelhandelsdaten aktuell, 2014.

kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken¹⁴.

4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die **Konsumzurückhaltung** breiter Bevölkerungsschichten und der Wunsch der Verbraucher v. a. preiswert einzukaufen, hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; vielerorts geraten dadurch v. a. Anbieter des mittleren Preissegmentes unter Druck.

Zudem zeigt sich in den letzten Jahren der Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ in vielen Bevölkerungsschichten. Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware und unmittelbar im Anschluss Billigprodukte beim Discounter.

Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit den Verhaltensweisen des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2016

4.2.3 Entwicklung der Motorisierung

Von Ende der 1950er Jahre bis 2014 hat sich der Pkw-Bestand in Deutschland auf ca. 43,9 Mio. Pkw gesteigert.

¹⁴ Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem haben sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

Der **Anstieg der Mobilität** ...

- /// ...löste eine **Stadt-Umland-Wanderung** aus, d. h. es entstanden um die Stadtzentren herum neue Wohnstandorte. Ab einer gewissen Größe dieser Siedlungsbereiche waren die Voraussetzungen für die Entwicklung neuer Versorgungslagen gegeben.
- /// ... ermöglichte die **Etablierung autokundenorientierter Standorte** außerhalb geschlossener Siedlungskörper. Als besonders „profitable“ Einzelhandelsstandorte kristallisierten sich v. a. die Schnittstellen von Fern- und Bundesstraßen sowie Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz heraus.
- /// ... bedingte einen **stetig wachsenden Stellplatzbedarf** und stellte damit den Handel in den Innenstädten vor schwierig oder nur sehr kostenaufwändig zu lösende Probleme.

Die **Benutzung des Pkw zum Warentransport** erhöhte sukzessive die Bedeutung des sog. „One-Stop-Shopping“. Von der Entwicklung des „Kofferraumeinkaufs“ profitierten v. a. Großflächenbetriebe mit einem breiten und tiefen Warenangebot, wie z. B. SB-Warenhäuser und Fachmärkte.

4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

Neben Unternehmensprozessen und gesellschaftlichen sowie demografischen Veränderungen hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Für die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Ortszentren** waren in den vergangenen Jahren folgende Trends festzustellen:

- /// Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes.
- /// Der hohe Anteil des Onlinehandels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu **Frequenzzrückgängen** und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt¹⁵.
- /// Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen und Leerstandsbildung** auf.
- /// Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

¹⁵ So wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen. Auch am Schuheinzelhandel geht die Entwicklung nicht spurlos vorüber. So meldete z. B. die Schuhkette Görtz die Schließung mehrerer Filialen. Als Grund wurde explizit der ins Internet abwandernde Umsatz genannt.

Nahezu alle Kommunen in Deutschland steuern aktuell ihre Handelsentwicklung mit einem von der GMA und einem Stuttgarter Fachanwalt entwickelten Instrument „Kommunales Einzelhandelskonzept“ durch Festlegung von für den Einzelhandel zulässigen Gebieten und eine sortimentsgenaue Steuerung die Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen¹⁶.

4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Eine Relativierung seines Stellenwertes wird der Einzelhandel auch durch die weitergehende **Entwicklung zur Freizeitgesellschaft** erfahren, denn in Zukunft wird der Einkauf von den Verbrauchern noch stärker unter dem Aspekt seines Freizeit- und Erlebniswertes beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesem Trend durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt.

Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

/// **Verkaufsflächen wachsen noch moderat**

Der weitere Verkaufsflächenzuwachs wird sich stärker als bislang in den Stadtzentren und in integrierten Lagen vollziehen.

/// **Konzentrationstendenz im Einzelhandel setzt sich fort**

Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € wird mittelfristig auf fast 85 % anwachsen. Andererseits werden v. a. kleinflächige und unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Markt ausscheiden. Dies gilt in besonderem Maße für die neuen Bundesländer, wo viele Betriebe über eine unzureichende Eigenkapitaldecke verfügen.

/// **Fachmärkte und Discounter boomen**

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

/// **Filialisierungswelle hält an**

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

/// **Internet-Shopping gewinnt weiter an Bedeutung**

Der „E-Commerce“ (Internet-Handel) zeigt selektiv hohe Zuwachsraten, insbesondere in den Sortimentsbereichen Computer, Bücher und Tonträger. Voraussetzung für den Erfolg des E-Commerce ist allerdings der weitere Ausbau von Logistik- und Distributionsstrukturen, welcher als sehr kostenintensiv einzustufen ist.

¹⁶ Vgl. hierzu: W. Spannowski, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

4.5 Entwicklung der Nahversorgung

Ein wichtiges Ziel der Forster Einzelhandelspolitik stellt die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im Stadtgebiet dar. Verschiedene generelle Entwicklungen sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite haben sich in den vergangenen Jahren unterschiedlich auf die allgemeine räumliche Entwicklung der Nahversorgung ausgewirkt. Dabei waren in den letzten Jahren / Jahrzehnten insbesondere folgende räumliche Konsequenzen festzustellen:

- /// **Suburbanisierung der Handelsstandorte:** In der Folge der Suburbanisierung insbesondere der Wohnfunktion zogen auch die Handelsstandorte nach. Mit der i. d. R. großflächigen Handelsentwicklung an dezentralen Standortlagen kam es zunehmend zu einer Verselbstständigung und Zunahme der Eigenzentralität von räumlich isolierten Einzelhandelsstandorten.
- /// **Zunehmender Bedeutungsverlust der Zentren:** Die zunehmende „Eigendynamik der Standorte“ bewirkte einen Bedeutungsverlust der zentralen Lagen insbesondere in Mittel- und Kleinstädten. In der Folge abgewanderter Grundversorgungseinrichtungen lösen sich zunehmend auch die ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote auf. Letztlich kann dieser Prozess zu einer umfangreichen Auflösung räumlicher Strukturen und damit einhergehend der Qualität der jeweiligen Bereiche sowohl als Wohn- als auch als Wirtschaftsstandort führen.

Die **Lebensmittelmärkte** sind als **Hauptträger der Nahversorgung** zu klassifizieren. Weitere Betriebe des kurzfristigen, täglichen Bedarfs kommen ergänzend hinzu. Die verschiedenen Betriebstypen unterscheiden sich dabei in einer Vielzahl von Kriterien. Dies betrifft nicht nur die Verkaufsflächengröße, sondern auch die Sortimentszusammensetzung sowie den Bedeutungsgrad für die wohnortnahe Versorgung (Nahversorgung). Diese Aspekte sollen in folgender Übersicht für die gängigen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels dargestellt werden.

Übersicht 1: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)

Betriebstyp	Verkaufsflächen- größe in m ²	Sortimentschwer- punkt ¹	durchschnittliche An- zahl der Artikel ¹	Einordnung der Nahversorgungsfunktion
SB-Warenhaus	> 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 8 %	11.175 (33 %) 7.950 (16 %) 25.400 (51 %) Gesamt: 49.525	aufgrund der meist großen Verkaufsflächen ist der Betriebstyp oft nur schwer in zentralen Lagen integrierbar; spricht weites Einzugsgebiet an, daher häufig nur geringe Nahversorgungsfunktion
Großer Supermarkt	2.500 – 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 17 %	15.740 (62 %) 4.810 (19 %) 4.480 (17 %) Gesamt: 15.330	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar
Supermarkt	1.500 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %	8.760 (76 %) 2.010 (17 %) 840 (7 %) Gesamt: 11.610	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Discounter	800 – 1.300	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.584 (75 %) 273 (13 %) 264 (12 %) Gesamt: 2.121	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion
Lebensmittelhandwerk	i. d. R. < 100	Metzgerei- und Bäckereiartikel	keine Angaben	Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher gelegenen Stadtteilen; z. T. inkl. Ergänzungssortimente

¹ in Anlehnung an EHI Handelsdaten aktuell 2014; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte; Werte spiegeln den allgemeinen Markttrend wider.

* Nonfood I-Sortiment: Drogerie, Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung / Tierpflege

** Nonfood II-Sortiment: Sonstiges Nonfoodsortiment (mittel- bis langfristig)

5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 Landesplanung

Für die raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten in Forst (Lausitz) sind – neben den einschlägigen Vorschriften des Baugesetzbuch (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg 2009¹⁷ (LEP B-B) sowie im Einzelhandelserlass 2014, heranzuziehen.

Der **Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B)** weist die Stadt Forst (Lausitz) im Plansatz 2.9 (Z) hinsichtlich ihrer zentralörtlichen Einstufung als Mittelzentrum aus.

Zu **großflächigen Einzelhandelseinrichtungen** werden im Plansatz 4.7 (Z) folgende Ziele formuliert:

- „(1) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 der Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind vorbehaltlich des Absatzes 6 nur in Zentralen Orten zulässig (**Konzentrationsgebot**).
- (2) Großflächige Einzelhandelseinrichtungen dürfen nach Art, Lage und Umfang die Entwicklung und Funktion benachbarter Zentraler Orte sowie die verbraucher-nahe Versorgung nicht beeinträchtigen (raumordnerisches **Beeinträchtigungsverbot**).
- (3) Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen dem zentralörtlichen Versorgungsbereich und der zentralörtlichen Funktion entsprechen (**Kongruenzgebot**).
- (5) Vorhandene oder genehmigte großflächige Einzelhandelseinrichtungen, die im Widerspruch zu den Absätzen 1 bis 4 stehen, können verändert werden, wenn hierdurch die genehmigte Verkaufsfläche sowohl insgesamt als auch für zentrenrelevante Sortimente (Tabelle 4 Nummer 1) nicht erhöht wird (...).¹⁸
- (6) Die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Absatz 1 außerhalb Zentraler Orte zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem städtischen Kernbereich im Sinne von Plansatz 4.8 (G) oder in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt. Vorhaben außerhalb Zentraler Orte dienen ganz überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabenbezogene Ver-

¹⁷ Am 2. Juni 2015 wurde die Verordnung über den Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) im Land Brandenburg verkündet (Verordnung über den Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) vom 27. Mai 2015 (GVBl. II Nr. 24), in Kraft getreten mit Wirkung vom 15. Mai 2009). Damit gilt der gemeinsame Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg nun wieder in beiden Bundesländern. Die brandenburgische Rechtsverordnung über den LEP B-B vom 31. März 2009 war vom Oberverwaltungsgericht Berlin-Brandenburg mit Urteil vom 16.06.2014 für unwirksam erklärt worden. Die Landesregierung hat den vom OVG bemängelten Zitierfehler auf Basis des Raumordnungsrechts behoben.

¹⁸ Tabelle 4 des LEP B-B umfasst eine nach Zentrenrelevanz differenzierte Sortimentsaufstellung, Nummer 1 sind zentrenrelevante Sortimente

kaufsfläche 2500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 4 Nummer 1.1 angeboten werden.“

Darüber hinaus ist folgendes zu beachten¹⁹:

„4.8 (G)

- (1) Innerhalb Zentraler Orte sollen großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit zentrenrelevanten Sortimenten gemäß Tabelle 4 Nummer 1 nur auf Standorten in Städtischen Kernbereichen entwickelt werden (**Integrationsgebot**).
- (2) Städtische Kernbereiche sind gewachsene zentrale Lagen im Siedlungsbereich Zentraler Orte, die in enger räumlicher Nachbarschaft wesentliche zentrenbildende Funktionen (z. B. Einzelhandel, Verwaltung, Kultur, Dienstleistung) konzentrieren, sowie im Einzelfall die Versorgungszentren großer Wohngebiete, wenn diese eine über die Nahversorgung hinausgehende Funktion haben. Städtische Kernbereiche sind regelmäßig die Innenstädte oder Ortskerne sowie in der Metropole Berlin und den Oberzentren auch weitere städtische Kerne, die durch eine gute Verkehrsanbindung, insbesondere im Öffentlichen Personennahverkehr (ÖPNV), sowie die Lokalisierung weiterer privater und öffentlicher Dienstleistungen gekennzeichnet sind.

(3)(4) [...]

- (5) Die Errichtung oder Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen ist abweichend von Absatz 1 in den Zentralen Orten auch außerhalb der Städtischen Kernbereiche zulässig, wenn das Vorhaben ganz überwiegend der Nahversorgung dient und der Standort in einem wohngebietsbezogenen Versorgungsbereich liegt. Vorhaben außerhalb Städtischer Kernbereiche dienen ganz überwiegend der Nahversorgung, wenn die gesamte vorhabensbezogene Verkaufsfläche ... in den Mittelzentren 2 500 Quadratmeter nicht überschreitet und auf mindestens 75 Prozent der Verkaufsfläche nahversorgungsrelevante Sortimente nach Tabelle 4 Nummer 1.1 angeboten werden.

4.9 (G)

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Tabelle 4 Nummer 2) sind in Zentralen Orten auch außerhalb der Städtischen Kernbereiche zulässig, sofern die vorhabensbezogene Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente 10 Prozent nicht überschreitet.“

Der LEP B-B nimmt bezüglich zentrenrelevanter Sortimente für die Nahversorgung eine Einstufung vor. Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren sowie Apotheken, medizinische, orthopädische und kosmetische Artikel (einschließlich Drogerieartikel) sowie Bücher, Zeitschriften, Zeitungen, Schreibwaren und Bürobedarf dienen ganz überwiegend der Nahversorgung²⁰.

¹⁹ LEP B-B 2009, 4. Steuerung der Siedlungsentwicklung.

²⁰ LEP B-B 2009, Tabelle 4.

Der **Einzelhandelserlass** (Runderlass vom 17.06.2014) des Ministeriums für Infrastruktur und Landesplanung des Landes Brandenburg weist darauf hin, dass die jeweils geltenden Raumordnungspläne maßgeblich für die Aufstellung und die Änderung von Bauleitplänen sind. Des Weiteren führt er aus:

„Die raumordnerische Steuerung bezieht sich auf Bauleitplanungen zur Errichtung oder zur Erweiterung großflächiger Einzelhandelseinrichtungen i. S. von § 11 Abs. 3 BauNVO einschließlich der Erweiterung kleinerer Betriebe zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben. Maßgeblich für die Aufstellung und die Änderung von Bauleitplänen sind die in den Raumordnungsplänen (zurzeit Landesentwicklungsprogramm und Landesentwicklungspläne) in der jeweils geltenden Fassung festgelegten Ziele und Grundsätze der Raumordnung. Hinweise für die Anwendung sind den jeweiligen Begründungen zu den Zielen und Grundsätzen der Raumordnung zu entnehmen.“

5.2 Regionalplanung

Die regionale Planungsgemeinschaft der Region Lausitz-Spreewald verfügt nicht über einen rechtskräftigen Regionalplan. Der integrierte Regionalplan aus dem Jahr 1999 liegt bisher nur im Entwurf vor. Hierin sind allerdings keine expliziten Aussagen zur Beurteilung von Einzelhandelsplanungen aufgeführt, so dass in der Region Lausitz-Spreewald derzeit keine verbindlichen Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung auf regionaler Ebene existieren. Der Teilregionalplan I „Zentrale Orte“ wurde zwar im April 1997 genehmigt, allerdings mit den Festsetzungen zur zentralörtlichen Gliederung im LEP 2009 abgelöst. Eine Erstellung bzw. Fortschreibung eines 2. Regionalplanentwurfs, aufbauend auf den Richtlinien des Ministeriums für Infrastruktur und Raumordnung, ist derzeit nicht absehbar.

5.3 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem Baugesetzbuch (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO – teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe – in allen Baugebieten vorgesehen:

- /// Sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO)
- /// Sie sind zulässig in Kleinsiedlungsgebieten, insofern sie der Versorgung des Gebietes dienen, und ausnahmsweise in reinen Wohngebieten, insofern Sie zur Deckung des täglichen Bedarfs der Bewohner dienen (§§ 2 und 3 BauNVO).

Darüber hinaus ist auf die Gestaltungsmöglichkeiten von Bebauungsplänen hinsichtlich der Ausnahme von Nutzungsarten nach § 1 Abs. 5 und 6 der BauNVO hinzuweisen:

- „(5) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass bestimmte Arten von Nutzungen, die nach den §§ 2 bis 9 und 13 allgemein zulässig sind, nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.
- (6) Im Bebauungsplan kann festgesetzt werden, dass alle oder einzelne Ausnahmen, die in den Baugebieten nach den §§ 2 bis 9 vorgesehen sind,
1. nicht Bestandteil des Bebauungsplans werden oder
 2. in dem Baugebiet allgemein zulässig sind, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.“

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der § 11 Abs. 3 BauNVO eine Sonderregelung über die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 BauNVO beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung.²¹ Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- /// Liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche), dann:
- /// Liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Die Anforderungen an gesunde Wohn- und Arbeitsverhältnisse müssen gewahrt bleiben; das Ortsbild darf nicht beeinträchtigt werden. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

²¹ Die Regelvermutung nach § 11 Abs. 3 BauNVO besagt, dass von Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetrieben Auswirkungen die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden in der Regel anzunehmen sind, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet, oder wenn Anhaltspunkte dafür bestehen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen.

Das Ziel im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelagen im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebauungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

Besonderes Städtebaurecht

Das Besondere Städtebaurecht mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsvorbehalt.

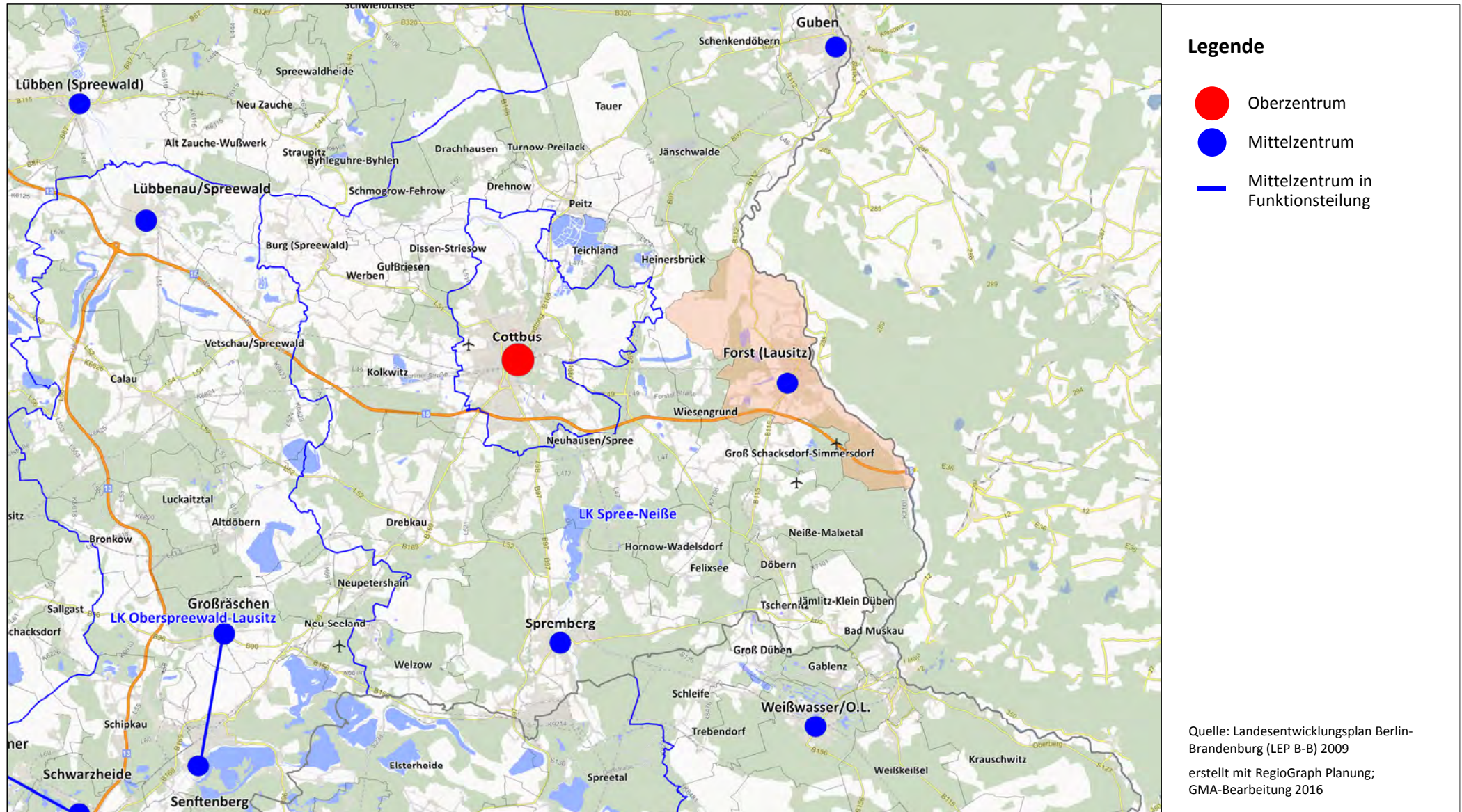
Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

6. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Forst (Lausitz)

Die **Stadt Forst (Lausitz)** (niedersorbisch Baršć) liegt im brandenburgischen Landkreis Spree-Neiße, rd. 20 km östlich des Oberzentrums Cottbus an der Grenze zur Republik Polen. Von der Landesplanung ist Forst (Lausitz) als Mittelzentrum eingestuft. Gemäß LEP B-B gehören neben Forst auch die Gemeinden im Amt Döbern-Land dem definierten Mittelbereich an (vgl. Karte 1). Vor diesem Hintergrund kommt der Stadt im Hinblick auf kulturelle, soziale und wirtschaftliche Einrichtungen sowohl eine gesamtstädtische als auch eine überörtliche Versorgungsfunktion zu.

Die überörtliche versorgungsräumliche Ausstrahlung der Stadt wird v. a. durch das westlich liegende Oberzentrum Cottbus begrenzt. Nach Norden und Süden begrenzen die Einzugsbereiche der Handelsplätze Guben, Spremberg und Weißwasser/Oberlausitz das Forster Einzugsgebiet. Nach Osten begrenzt die Neiße bzw. die deutsch-polnische Grenze den Verflechtungsbereich von Forst.

Karte 1: Lage von Forst (Lausitz) und zentralörtliche Funktion im Untersuchungsraum



Legende

- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Mittelzentrum in Funktionsteilung

Quelle: Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg (LEP B-B) 2009
erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2016

Trotz der geografischen Randlage angrenzend an Polen weist die Stadt Forst eine gute **überregionale Erreichbarkeit** auf. Die Autobahnanschlussstelle Forst (Lausitz) der Autobahn A 15 (Breslau – Liegnitz – Cottbus – A 13 nach Berlin) liegt nur rd. 5 km südlich der Kernstadt. Eine weitere Anschlussstelle innerhalb des Stadtgebietes liegt südöstlich bei Bademeusel. Die **regionale Verkehrsanbindung** wird über die in Nord-Süd-Richtung durch das Stadtgebiet verlaufende Bundesstraße B 112 / B 115 (Guben – Forst (Lausitz) – A 15 – Bad Muskau) sowie mehrere Landes- und Kreisstraßen, die auch die Anbindung an die räumlich abgesetzten Forster Ortsteile herstellen, gewährleistet. Über die „Nordumfahrung“ besteht eine Straßenverbindung nach Polen. Forst ist durch die Lage an der Bahnstrecke Cottbus – Żary (Sorau) an das Schienennetz angebunden. Es verkehren Züge der Ostdeutschen Eisenbahn GmbH (ODEG) nach Cottbus. Ins polnische Żary (Sorau) bestehen einzelne Verbindungen. Daneben verkehren zahlreiche Buslinien im Verkehrsverbund Berlin-Brandenburg (VBB) u. a. nach Guben, Spremberg sowie in die Forster Ortsteile.

Die **Siedlungsstruktur von** Forst ist durch eine zusammenhängende Kernstadt sowie mehrere räumlich abgesetzte Ortsteile strukturiert.²² Die ländlich geprägten Ortsteile weisen einen dörflichen Charakter auf. Das Stadtgebiet wird nach Osten durch den Flusslauf der Neiße, die den Grenzfluss zu Polen bildet, begrenzt. Gewerbegebiete befinden sich im Süden und Norden der Kernstadt. Das Stadtgebiet weist neben agrarisch genutzten Flächen auch größere Waldgebiete im Süden auf. Im Norden befindet sich der Tagebau Jänschwalde.

Derzeit leben in **Forst ca. 18.850 Einwohner**.²³ Der Einwohnerschwerpunkt liegt in der Kernstadt Forst. Hier leben rd. 90 % der Einwohner. Die demografische Entwicklung der Stadt war in den letzten Jahren von einem stetigen Bevölkerungsrückgang geprägt (vgl. Abbildung 8). Insgesamt belaufen sich die Bevölkerungsverluste in Forst (Lausitz) zwischen 1995 und 2015 auf ca. - 6.850 Einwohner (ca. - 27 %). Der Rückgang lag im gleichen Zeitraum im Land Brandenburg mit etwa - 3 – 4 % deutlich niedriger. Zukünftig ist von einem weiteren Rückgang der Einwohnerzahl von ca. - 15 % bis 2030 auszugehen.

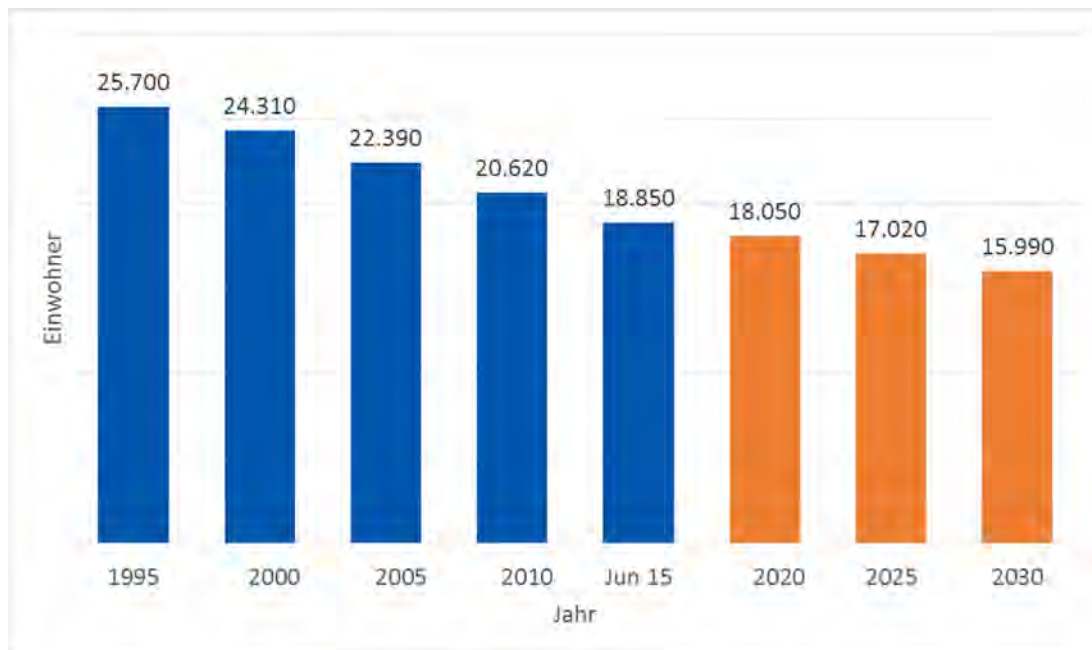
Die **Wirtschaftsstruktur** der Stadt Forst (Lausitz) wird durch ein breites Spektrum kleiner und mittelständischer Firmen geprägt. Zu den Schwerpunkten gehören folgende Branchen: Logistik, Metallverarbeitung, Energie- und Ernährungswirtschaft, Kabelproduktion, innovative Textilindustrie, Handwerk, Handel sowie der Dienstleistungssektor mit zahlreichen Beschäftigten.

Eine **begrenzte Arbeitszentralität** des Mittelzentrums spiegelt sich im Beschäftigten- und Pendlersaldo wieder. Den rund 5.190 Beschäftigten am Arbeitsort stehen rund 6.160 Beschäftigte am Wohnort gegenüber. Für das Jahr 2015 wird eine negative Pendlerbilanz von rund 980 Personen angegeben.²⁴

²² Forster Ortsteile Bohrau, Briesnig, Groß Bademeusel, Klein Bademeusel, Groß Jamno, Klein Jamno, Mulknitz, Naundorf, Horno (Rogow), Sacro.

²³ Quelle: Statistisches Landesamt Berlin-Brandenburg, Stand: 30.06.2015, die Einwohnerzahl der kommunalen Fortschreibung liegt geringfügig höher

²⁴ Quelle: Agentur für Arbeit, Stand: 30.06.2015.

Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung und -prognose in Forst (Lausitz) 1995 – 2030


Quelle: Statistisches Landesamt Berlin-Brandenburg, Bevölkerungsstand jeweils 31.12., außer 30.06.2015, Prognose: Landesamt für Bauen und Verkehr (LBV), Bevölkerungsvorausschätzung 2014 bis 2030, Ämter und amtsfreie Gemeinden des Landes Brandenburg, das Basisjahr der Prognose ist 2013, für den Prognosehorizont 2025 der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurde der Mittelwert zwischen den Prognosejahren 2020 und 2030 durch die GMA angesetzt, GMA-Berechnungen und Darstellung 2016.

Die **Einzelhandelsstrukturen** in Forst (Lausitz) werden neben der „Innenstadt“ mit dem Hauptgeschäftsbereich Cottbuser Straße / Berliner Straße und den angrenzenden Seitenstraßen auch durch **Einzelhandelsagglomerationen und großflächige Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten im Kernstadtbereich** geprägt. Im Einzelnen hierfür sind zu nennen (vgl. Karte 2, Kapitel II.1):

- /// Umgehungsstraße (u. a. OBI, Dänisches Bettenlager)
- /// Spremberger Straße / Am Wasserturm (u. a. Lidl, Netto)
- /// Gubener Straße (Repo-Markt)
- /// Cottbuser Straße / Charlottenstraße (Aldi).

Im weiteren Stadtgebiet existieren darüber hinaus mehrere Standorte des Lebensmitteleinzelhandels in der Kernstadt Forst (u. a. Lebensmitteldiscounter).

II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzelhandelsbestand in der Gesamtstadt Forst (Lausitz)

Im September 2015 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Erhebung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Forst (Lausitz) durchgeführt (vgl. Tabelle 3). Zum Zeitpunkt der Erhebungen gab es in der Stadt Forst (Lausitz) **insgesamt**:

- /// 152 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 33.390 m² Verkaufsfläche
- /// ca. 80,3 Mio. € Bruttoumsatzleistung²⁵ p. a.

Der Hauptwarengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** sind zugeordnet:

- /// 51 Betriebe (= ca. 34 % aller Betriebe)²⁶
- /// ca. 10.355 m² Verkaufsfläche (= ca. 31 % der Gesamtverkaufsfläche)²⁷
- /// ca. 35,1 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 33 % des Gesamtumsatzes)²⁸

Auf die Hauptwarengruppe **Nichtlebensmittel** entfallen:

- /// 101 Betriebe (= ca. 66 % aller Betriebe)
- /// ca. 20.035 m² Verkaufsfläche (= ca. 69 % der Gesamtverkaufsfläche)
- /// ca. 45,2 Mio. € Bruttoumsatzleistung (= ca. 56 % des Gesamtumsatzes).

Mit der Erarbeitung des **Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2009** wurden damals folgende Bestandsdaten erfasst (Erhebungsstand: Januar 2008):

- /// 195 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Lebensmittelhandwerks
- /// ca. 35.430 m² Verkaufsfläche.

Somit hat die Anzahl der Betriebe erheblich abgenommen (- 43 Betriebe), die Verkaufsfläche jedoch lediglich um ca. 2.000 m². Der Rückgang in der Anzahl an Einzelhandelsbetrieben resultiert anteilmäßig in etwa gleich verteilt aus einem Rückgang in den Hauptwarengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Nichtlebensmittel. Der Verkaufsflächenrückgang resultiert hingegen überwiegend aus dem Nahrungs- und Genussmittelbereich sowie den Warengruppen des kurz- und mittelfristigen Bedarfs (siehe Tabelle 3).

²⁵ Jährlicher Umsatz der Ladengeschäfte insgesamt inkl. MwSt. Die Umsatzermittlung erfolgte einzelbetrieblich anhand betriebstypen- und betreiberüblicher Verkaufsflächenleistungen (Umsatz je m² Verkaufsfläche), angepasst an die spezielle Situation in Forst (Lausitz) und an einzelbetriebliche Besonderheiten wie z. B. Lage, Agglomerationseffekte, Wettbewerb, Marktauftritt.

²⁶ Zuordnung nach Verkaufsflächenschwerpunkt.

²⁷ Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen wurden nicht nach Teilsortimenten aufgeteilt.

²⁸ Aufteilung der Umsätze nach Teilsortimenten nur für die Lebensmittelmärkte.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Forst (Lausitz) 2007 – 2015

Warengruppen	2010		2015		Veränderung 2007 - 2015	
	Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²	Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²	Betriebe	Verkaufs- fläche in m ²
Nahrungs- und Genussmittel	66	13.925	51	10.355	-15	-3.570
Gesundheit, Körperpflege	11	1.335	9	965	-2	-370
Blumen, zool. Bedarf	12	750	8	355	-4	-395
Bücher, Schreib- / Spielwa- ren	12	655	10	650	-2	-5
Bekleidung, Schuhe, Sport	30	4.085	19	3.970	-11	-115
Elektrowaren, Medien, Foto	13	805	6	615	-7	-190
Hausrat, Einrichtung, Möbel	24	6.615	18	6.425	-6	-190
Bau-, Heimwerker-, Garten- bedarf	13	6.110	12	8.750	-1	2.640
Optik / Uhren, Schmuck	5	170	6	205	1	35
Sonstige Sortimente	9	580	13	1.100	4	520
Nichtlebensmittel insg.	129	21.505	101	23.035	-28	1.530
Einzelhandel insgesamt	195	35.430	152	33.390	-43	-2.040

Zuordnung der Betriebe nach Verkaufsflächenschwerpunkt, Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen nicht aufgeteilt; Umsätze der Lebensmittelmärkte nach Warengruppen aufgeteilt

Quelle: GMA-Berechnungen 2015, ca.-Werte gerundet.

Aus Tabelle 4 geht die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Anzahl, Verkaufsfläche und Umsatz hervor. Circa 53 % des Gesamtumsatzes werden über Branchen bzw. Verkaufsflächen mit Sortimenten des kurzfristigen Bedarfs²⁹ realisiert.

²⁹ Zum kurzfristigen Bedarf zählen die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel / Gesundheit, Körperpflege und Blumen, zoologischer Bedarf.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Forst)

Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche		Umsatz (brutto)	
	abs.	in %	abs.	in %	in Mio. €	in %
Nahrungs- und Genussmittel	51	34	10.355	31	35,1	44
Gesundheit, Körperpflege	9	6	965	3	6,0	7
Blumen, zoologischer Bedarf	8	5	355	1	1,7	2
Bücher, Schreib- / Spielwaren	10	7	650	2	2,4	3
Bekleidung, Schuhe, Sport	19	13	3.970	12	7,5	9
Elektrowaren, Medien, Foto	6	4	615	2	2,8	3
Hausrat, Einrichtung, Möbel	18	12	6.425	19	10,0	12
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	12	8	8.750	26	11,2	14
Optik / Uhren, Schmuck	6	4	205	1	1,3	2
Sonstige Sortimente**	13	9	1.100	3	2,3	3
Nichtlebensmittel insg.	101	66	23.035	69	45,2	56
Einzelhandel insgesamt	152	100	33.390	100	80,3	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

Quelle: GMA-Erhebungen September 2015 (ca.-Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Die **Einzelhandelsstruktur** in Forst (Lausitz) wird im Wesentlichen durch die innerstädtische Haupteinkaufslage im Bereich Cottbuser Straße / Berliner Straße inkl. der angrenzenden Seitenstraßen geprägt (vgl. Kapitel IV. 3.2.1). Hier sind rd. 45 % der Betriebe verortet. Die Innenstadt nimmt somit quantitativ eine wichtige Stellung ein. Der Verkaufsflächenanteil der Standortlage liegt allerdings nur bei 30 %. Diese Anteile haben sich gegenüber der Erfassung 2010 nur geringfügig geändert (Anteil Betriebe: 42 %; Anteil Verkaufsfläche: 34 %). Das Einzelhandelsangebot umfasst dabei alle Bedarfsbereiche, wobei der Schwerpunkt im kurz- bis mittelfristigen Bedarf zu finden ist. Als bedeutendster Magnetbetrieb fungiert hier Kaufland, Promenade, mit rd. 2.500 m² Verkaufsfläche. Ergänzt wird das Angebot im Innenstadtbereich durch mehrere Fachmärkte u. a. der Branchen Drogeriewaren, Bekleidung und Schuhe (300 – 500 m² Verkaufsfläche) sowie zahlreiche weitere kleinere, hauptsächlich inhabergeführte Fachgeschäfte wie z. B. Lebensmittelhandwerk, Apotheken, Optiker, Bekleidungsgeschäfte oder Schreibwaren- / Buchladen. Bei den für Innenstädte attraktivitätsbestimmenden Warengruppen (u. a. Bekleidung, Elektrowaren / Unterhaltungselektronik, Optik / Uhren / Schmuck) sind Verkaufsflächenanteile zwischen 69 % (Bekleidung) und 100 % (Optik / Uhren / Schmuck) in der Innenstadt von Forst verortet.

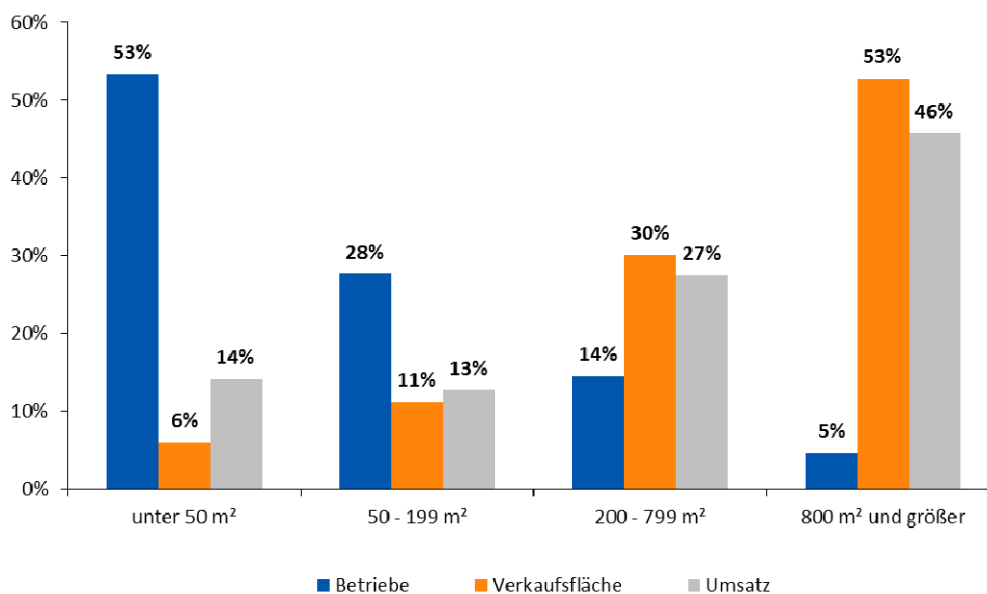
Ergänzend befinden sich im Kernstadtgebiet mehrere Standorte von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (u. a. OBI-Baumarkt, Repo-Markt, Lebensmittelmärkte). Als z. T. solitär gelegene Lebensmittelanbieter sind derzeit Rewe³⁰, Lidl, Netto, NP NiedrigPreis (2 x), Norma und Aldi mit Filialen in Forst ansässig. Die überwiegende Zahl der Geschäfte ist dagegen kleinteilig strukturiert

³⁰ Aktuell ist der neue Marktstandort von Rewe an der Berliner Straße südlich der Innenstadt im Bau.

und inhabergeführt. In den übrigen dörflichen Ortsteilen von Forst ist nahezu kein Einzelhandel vorhanden. Lediglich kleine Lebensmittelanbieter (Bäckerei, Hofladen) tragen hier im Ausnahmefall zur Grundversorgung bei. Die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Kernstadt Forst ist in Karte 2 dargestellt.

Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße des Einzelhandels in Forst (Lausitz) wurde aus dem konkreten Bestand empirisch abgeleitet. Derzeit sind 152 Betriebe in Forst (Lausitz) ansässig, die über eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 33.390 m² verfügen. Die rechnerische **Durchschnittsgröße** der Betriebe in Forst (Lausitz) liegt bei rd. 220 m² Verkaufsfläche. Dieser Wert liegt unterhalb des Bundesdurchschnitts von ca. 250 m² und ist auf zahlreiche kleinteilige Läden, insbesondere im Innenstadtbereich, zurückzuführen. In einer Detailbetrachtung verfügen ca. 53 % der Geschäfte über Verkaufsflächen von weniger als 50 m² (2007: 60 %). Die Betriebe haben allerdings nur einen kleinen Verkaufsflächenanteil von 6 % (2007: 9 %). Demgegenüber weisen 5 % der Betriebe Verkaufsflächen von mindestens 800 m² auf (2007: 4 %). Deren Verkaufsflächenanteil liegt bei 53 % des Gesamtbestandes (2007: 45 %). Darüber hinaus weisen ca. 28 % der Betriebe Verkaufsflächen zwischen 50 und 199 m² sowie 14 % der Geschäfte Verkaufsflächen zwischen 200 und 799 m² auf.

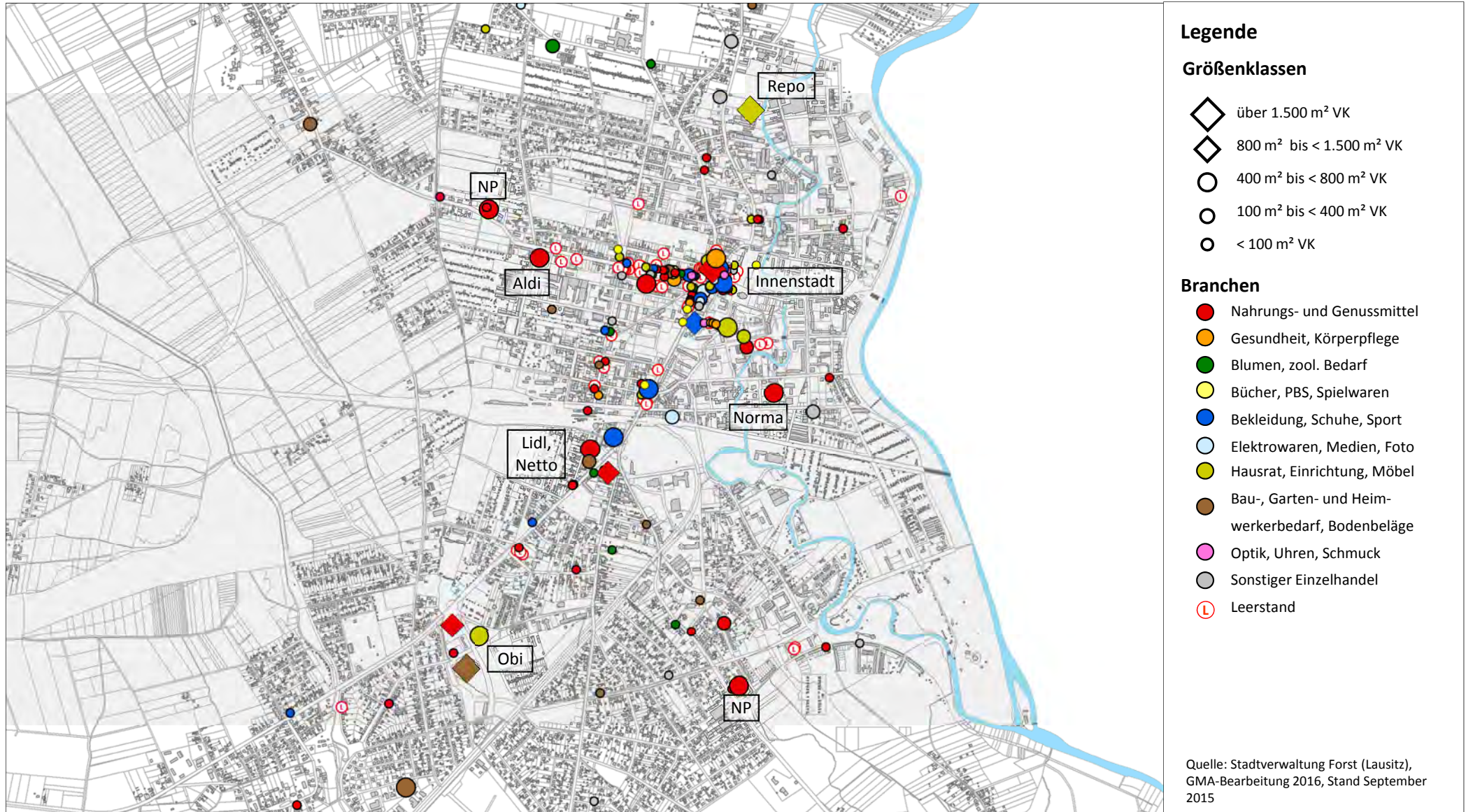
Abbildung 9: Betriebsgrößenstruktur in Forst



Quelle: GMA-Erhebungen und Berechnungen 2015 / 2016

Differenziert nach **Ortsteilen** in Forst (Lausitz) ist festzustellen, dass der Verkaufsflächenschwerpunkt eindeutig in der Kernstadt zu finden ist. Insgesamt sind in der Kernstadt mehr als 97 % der Einzelhandelsbetriebe sowie rd. 99 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche und der Einzelhandelsumsätze verortet.

Karte 2: Wesentliche Standortbereiche des Einzelhandels und prägende Anbieter in Forst (Lausitz)



Die Mehrzahl der Anbieter in Forst verfügt über Verkaufsflächen von unter 50 m². Der Median (Zentralwert), also die Betriebsgröße, bei der 50 % der Forster Geschäfte größer und 50 % kleiner als diese mittlere Verkaufsfläche sind, liegt bei ca. 45 m² Verkaufsfläche und kann somit als **typische bzw. durchschnittliche Ladengröße in Forst** beschrieben werden. Daraus ist zu schlussfolgern, dass Betriebe bis 50 m² Verkaufsfläche (aufgerundet) als nicht strukturprägend (mit entsprechender Einzel-Magnetfunktion) für die Stadt Forst (Lausitz) zu werten sind (**Kleinflächenregelung**).

2. Nahversorgungssituation (Status quo-Situation)

Die Analyse des Einzelhandelsbestandes im Lebensmittelbereich in Forst (Lausitz) zeigt in rein **quantitativer Hinsicht** insgesamt eine **gute Angebotssituation**. Hinsichtlich der Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner ist zwar ein leicht unterdurchschnittlicher Wert festzustellen (ca. 541 m² je 1.000 Einwohner), was insbesondere auf die z. T. leicht unterdurchschnittliche Verkaufsflächengröße einiger Lebensmittelmärkte zurückzuführen ist. Aus **qualitativer Sicht** sind mit mehreren Lebensmitteldiscountern, dem SB-Warenhaus Kaufland und dem im Bau befindlichen Rewe-Markt (Verlagerung) aber zwei leistungsfähige Vollsortimenter in Forst ansässig, die insgesamt eine ausgewogene und angemessene Angebotssituation darstellen. Ergänzt wird das Betriebstypenspektrum durch zahlreiche kleinteilige Anbieter u. a. Lebensmittelhandwerker, Getränkeanbieter und Spezialläden.

In der **Forster Innenstadt** ist mit dem strukturprägenden Kaufland SB-Warenhaus, Promenade, ein Lebensmittelmarkt mit Vollsortiment ansässig. Dieser Anbieter nimmt zugleich auch Versorgungsaufgaben für die Gesamtstadt sowie ein überörtliches Einzugsgebiet wahr. Im Innenstadtbereich ergänzen darüber hinaus insgesamt elf kleinteilige Anbieter das Nahversorgungsangebot (Bäckerei, Fleischerei, Getränke, Reformladen, Feinkost).

Im **Kernstadtgebiet** sind aktuell insgesamt sechs Lebensmitteldiscounter ansässig, die die Nahversorgungsstrukturen ergänzen. Im direkten fußläufigen Umfeld (500 m) und darüber hinaus, erschließen diese Standorte weite Teile des Kernstadtgebietes, so dass für den überwiegenden Teil der Bewohner die fußläufige Erreichbarkeit eines Nahversorgungsstandortes (Lebensmittelmarkt) gewährleistet ist.

Innerhalb der Kernstadt wird aktuell der **Supermarkt Rewe** vom Standort Umgehungsstraße an die Berliner Straße, südlich der Innenstadt, verlagert und erweitert. Durch den Marktneubau entsteht ein neuer Versorgungsschwerpunkt innerhalb der Kernstadt. Durch die Verlagerung von Rewe ist eine Nachnutzung des Standortes Umgehungsstraße durch eine Lebensmittelanbieter zur Sicherung der Nahversorgung im südlichen Kernstadtbereich anzustreben.

Für das ländlich geprägte Stadtgebiet (**Ortsteile**) sowie Randbereiche der Kernstadt v. a. im nördlichen Stadtgebiet ist keine wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln i. S. eines Lebensmittelmarktes vorhanden. Lediglich kleinteilige Anbieter (Lebensmittelhandwerk) sichern hier im Ausnahmefall die Nahversorgung.

3. Nachfragesituation

3.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Forst (Lausitz)

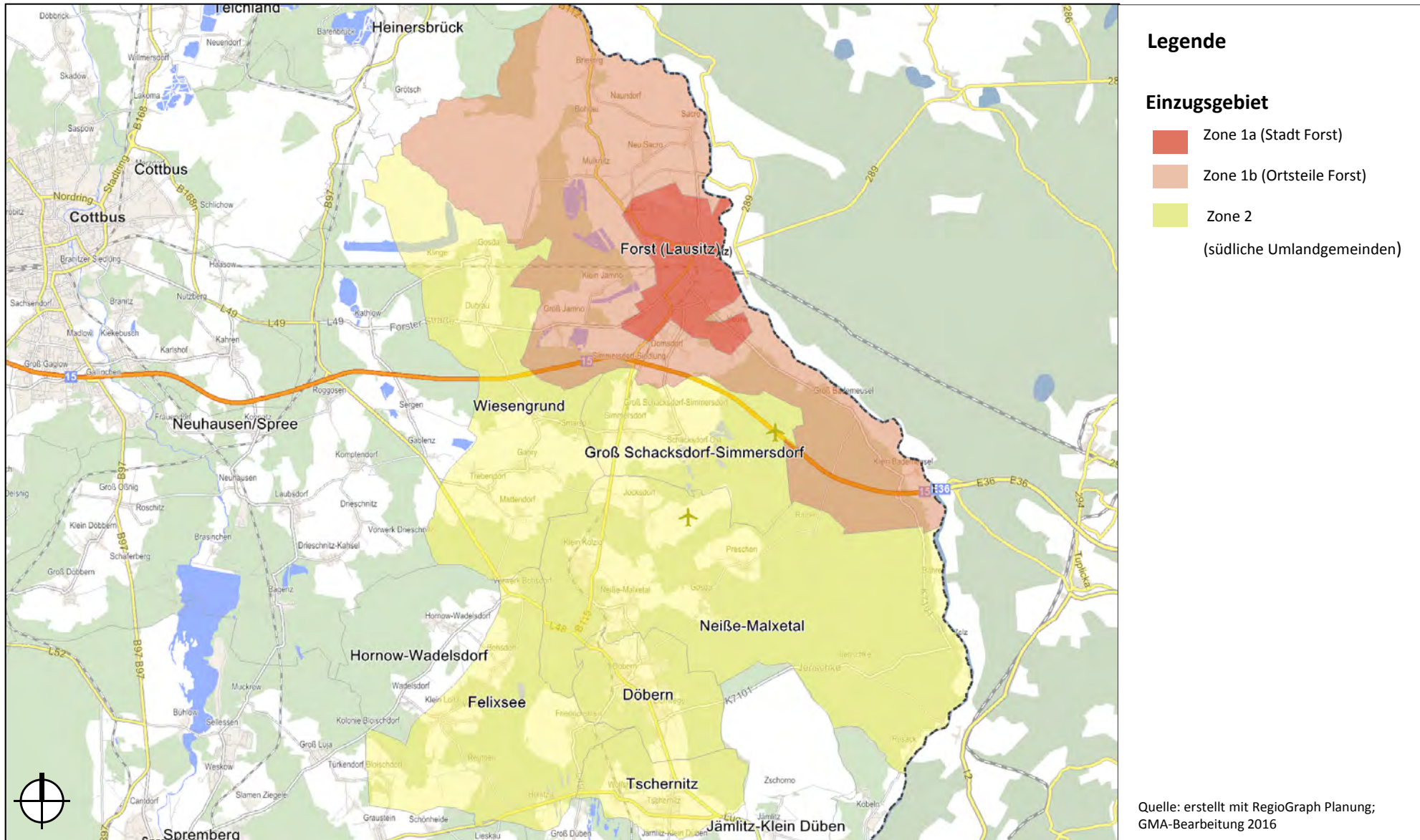
Die Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandelsstandortes Forst (Lausitz) stellt eine wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf einen Einzelhandelsstandort orientieren. Bei der Abgrenzung des Marktgebietes der Stadt Forst wurden folgende Kriterien herangezogen:

- /// Angebotssituation in Forst (Lausitz)
- /// Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland insbesondere im Oberzentrum Cottbus
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen in Forst und im Umland
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten in Forst und im Umland und damit in Verbindung stehende Zeit-Distanz-Werte
- /// Grenzlage zur Republik Polen.

Die aktuelle Abgrenzung des Marktgebietes entspricht dabei dem im Einzelhandelskonzept 2009 ermittelten Marktgebiet.

Unter Zugrundelegung der genannten Kriterien kann für den Forster Einzelhandel ein **Marktgebiet** abgegrenzt werden, in dem **derzeit ca. 29.900 Einwohner** leben (2009: ca. 34.040 Einwohner). Die Zone 1 repräsentiert dabei das Forster Stadtgebiet, wobei Zone 1a die Kernstadt und Zone 1b die ländlichen Ortsteile umfasst. Die Zone 2 repräsentiert das überörtliche Einzugsgebiet (vgl. Karte 3). In der Zonierung des Einzugsgebietes kommt mit zunehmender Distanz von Forst die abnehmende Kundenorientierung auf den Einzelhandelsstandort zum Tragen. In den Randbereichen ist eine geringe Kundenorientierung auf Forst zu verzeichnen. Rd. 64 % der Einwohner stammen dabei aus Forst bzw. Zone 1a und 1b selbst, während ca. 36 % der Einwohner aus dem erweiterten Einzugsgebiet (Gemeinden im Amt Döbern-Land) stammen. Somit erstreckt sich das Einzugsgebiet insbesondere nach Süden über die Stadtgrenze hinaus.

Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Forst (Lausitz)



Vor diesem Hintergrund lässt sich für den Einzelhandel in Forst (Lausitz) folgendes Marktgebiet abgrenzen:

Tabelle 5: Einzugsgebiet und Einwohner 2009 und 2015

Zonen des Einzugsgebietes		Einwohner		Anteil in %	
		2007	2015	2007	2015
Zone 1a	Stadt Forst	19.430	17.370	57	58
Zone 1b	Ortsteile von Forst	1.960	1.780	6	6
Zone 2	Tschernitz, Döbern, Neiße-Malxetal, Wiesengrund, Groß Schacksdorf-Simmersdorf, Felixsee	12.650	10.840	37	36
Einzugsgebiet insgesamt		34.040	29.990	100	100

Quelle: Bürgeramt Stadt Forst, Stand: 31.07.2015; Homepage des Amtes Döbern-Land, Stand: 30.06.2015
 Werte 2009: Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für das Mittelzentrum Forst (Lausitz) 2009 / Stadt Forst (Lausitz), Amt Döberner Land, Stand jeweils 31.12.2007.

GMA-Berechnungen 2016, ca.-Werte gerundet

Das Einzugsgebiet wird v. a. durch den Verflechtungsbereich des Oberzentrums Cottbus, das ca. 20 km westlich liegt, sowie die Mittelbereiche der umliegenden Zentralen Orte Guben, Spremberg und Weißwasser/Oberlausitz begrenzt. In gewissem Umfang ist darüber hinaus auch mit Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes, u. a. durch Pendlerverflechtungen oder Touristen, auszugehen. Durch die Grenzlage bestehen darüber hinaus Kundenzuflüsse aus Polen die in Form von unregelmäßigen Streuumsätzen berücksichtigt werden.

3.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel in Forst (Lausitz)

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen der GMA liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland derzeit bei ca. € 5.410. Davon entfallen auf

/// Nahrungs- und Genussmittel ca. € 1.968 p. a.

/// Nichtlebensmittel ca. € 3.442 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Stadt Forst (Lausitz) liegt dieser mit 86,3 unter dem bundesdeutschen Durchschnitt³¹. Die Gemeinden in Zone II des Einzugsgebietes weisen Kaufkraftkoeffizienten zwischen 79,8 (Groß Schacksdorf-Simmersdorf) und 89,6 (Wiesengrund) auf.

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für Forst ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 89,5 Mio. €. Insgesamt ist im Marktgebiet von Forst (Zonen 1a, 1b, 2) ein Kaufkraftpotenzial von

³¹ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

ca. 141,0 Mio. €.

Im Jahr 2007 betrug das Kaufkraftvolumen 146,1 Mio. €.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen für die Stadt Forst (Lausitz) und das zugewiesene Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle dargestellt.

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels in Forst (Lausitz) 2015

Branchen	2015			
	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2	Gesamt
	Kaufkraft in Mio. €			
Nahrungs- und Genussmittel	29,5	3,0	18,7	51,2
Gesundheit, Körperpflege	5,6	0,6	3,6	9,8
Blumen, zool. Bedarf	2,0	0,2	1,2	3,4
Bücher, Schreib- / Spielwaren	4,0	0,4	2,5	6,9
Bekleidung, Schuhe, Sport	10,4	1,1	6,6	18,1
Elektrowaren, Medien, Foto	8,0	0,8	5,1	13,9
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8,8	0,9	5,6	15,3
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	7,2	0,7	4,6	12,5
Optik / Uhren, Schmuck	1,7	0,2	1,1	3,0
Sonstige Sortimente	4,0	0,4	2,5	6,9
Nichtlebensmittel insg.	51,7	5,3	32,8	89,8
Einzelhandel insg.	81,2	8,3	51,5	141,0

Quelle: GMA-Erhebungen 2015 / -Berechnungen 2016, Einzelhandelskonzept Forst (Lausitz) 2009, ca.-Werte, gerundet

Im Jahr 2007 wurde mit dem letzten Einzelhandelskonzept eine Kaufkraft für Nahrungs- und Genussmittel in Höhe von 49,6 Mio. € und für Nichtlebensmittel 96,5 Mio. € ausgewiesen. Mit insgesamt 146,1 Mio. € lag diese somit ca. 5 Mio. € über dem Wert von 2015.

3.3 Kaufkraftbewegungen

Bei der Berechnung der Kaufkraftbewegungen wird ermittelt, wie viel der Kaufkraft der Wohnbevölkerung der Gesamtstadt (inkl. Ortsteile) durch den Einzelhandel in Forst vor Ort gebunden wird (Kaufkraftbindung), wie viel Kaufkraft an andere Einkaufsstandorte³² außerhalb des Stadtgebietes fließt (Kaufkraftabfluss) und wie hoch der Umsatz des Einzelhandels in Forst mit auswärtigen Kunden ist (Kaufkraftzufluss).

³² Inkl. Online- und Versandhandel.

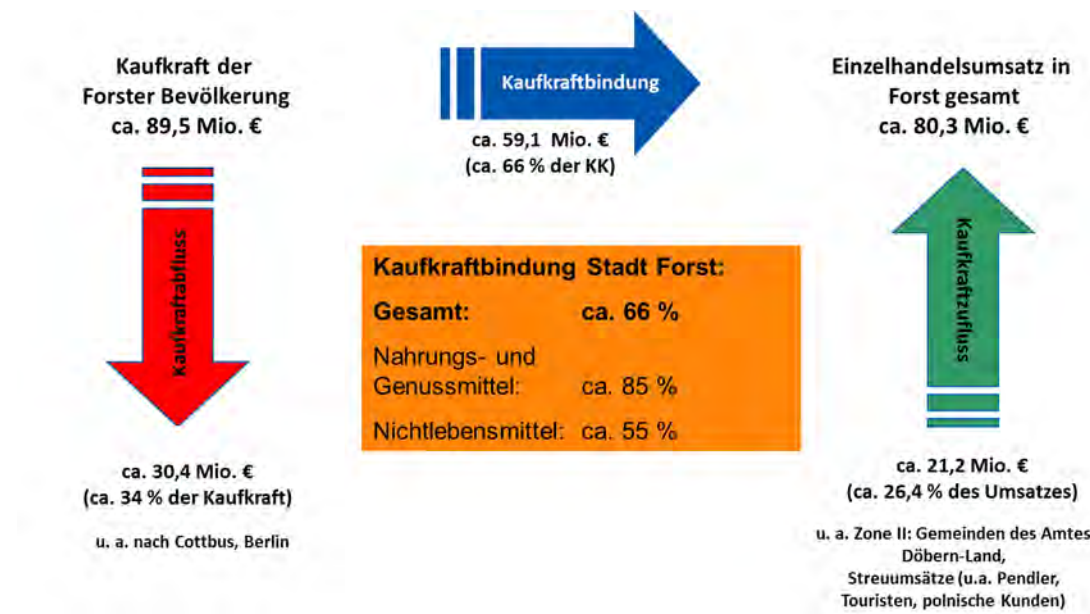
Durch Gegenüberstellung der Umsatzleistung durch die Wohnbevölkerung in Forst mit dem Kaufkraftpotenzial in Forst lässt sich die **Kaufkraftbindung** bezogen auf die Wohnbevölkerung ermitteln.

Für den Einzelhandel in Forst (Lausitz) insgesamt stellt sich die Bilanz wie folgt dar³³:

	ca. 80,3 Mio. €	Gesamtumsatz
-	ca. 21,2 Mio. €	Kaufkraftzufluss (Umsatz mit auswärtigen Kunden)
=	ca. 59,1 Mio. €	Umsatz der Wohnbevölkerung der Stadt Forst (Lausitz)
	ca. 59,1 Mio. €	Umsatz Wohnbevölkerung
/	ca. 89,5 Mio. €	Kaufkraft der Wohnbevölkerung
		= ca. 66 % Kaufkraftbindung.

Der Einzelhandel in Forst bindet gegenwärtig ca. 66 % der vorhandenen Kaufkraft, d. h. ca. 34 % der örtlichen Kaufkraft fließt an andere Einkaufsorte außerhalb des Forster Stadtgebietes ab (z. B. nach Cottbus oder Berlin). Bei den Kaufkraftbewegungen bestehen sortimentspezifisch jedoch große Unterschiede. Die höchsten bzw. besten Kaufkraftbindungsquoten werden im kurzfristigen Bedarf erreicht (v. a. Nahrungs- und Genussmittel).

Abbildung 10: Kaufkraftströme in Forst (Lausitz)



Quelle: GMA-Berechnungen und Darstellung 2016

³³ Ca.-Werte, Rundungsdifferenz möglich.

4. Ausgewählte Versorgungs- und Produktivitätskennziffern

4.1 Ausstattungskennziffern

Die vergleichende Betrachtung ausgewählter Einzelhandelskennziffern ergänzt die absoluten Angaben zum Einzelhandelsbestand und dient der Bewertung des Versorgungsangebotes der Stadt Forst.

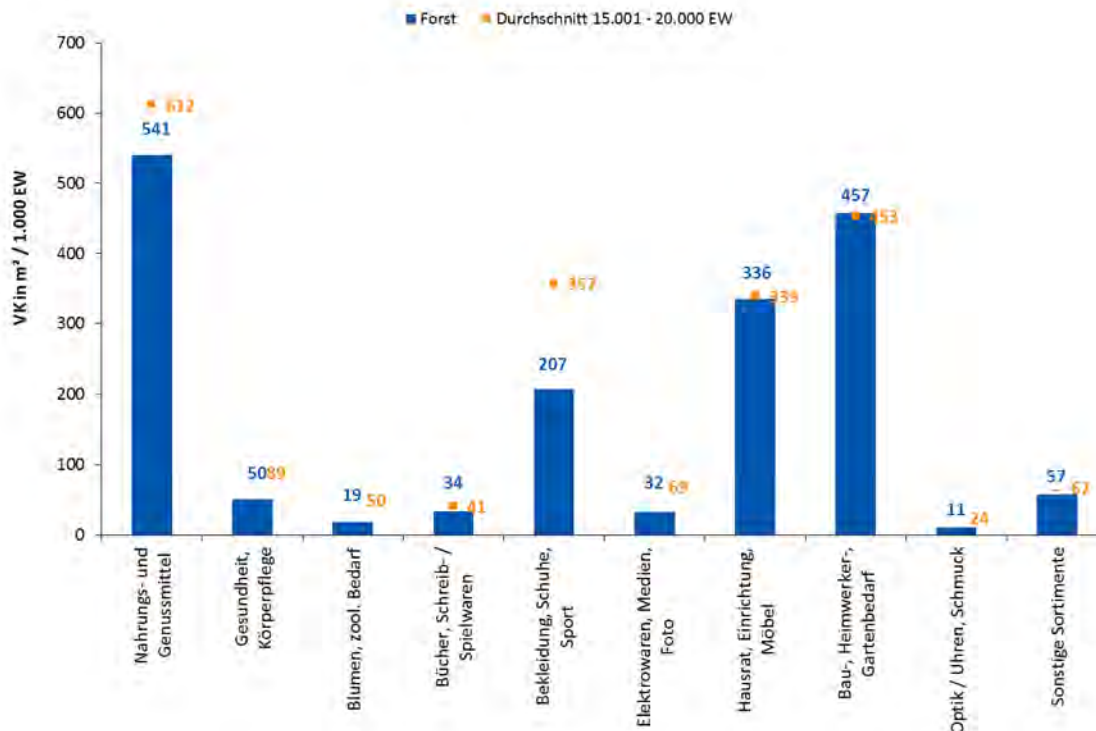
Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich einen Anhaltspunkt zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rein rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie der Entwicklungspotenziale zulässt.

Diese quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen- / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden. Diese Detailbetrachtung erfolgt im nächsten Kapitel.

Die **branchenbezogene Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung** in Forst zeigt, dass im Vergleich zur GMA-Kennziffer³⁴ in fast allen Branchen eine durchschnittliche bis unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung besteht. Der in diesem Zusammenhang deutlichste (**relative**) Unterschied zur GMA-Kennziffer besteht in den Sortimentsbereichen Gesundheit / Körperpflege, Blumen / zoologischer Bedarf, Bekleidung / Schuhe / Post, Elektrowaren / Medien / Foto (vgl. Abbildung 11). Dies ist v. a. auf das Fehlen größerer Anbieter dieser Branchen im Stadtgebiet zurückzuführen. Insbesondere im Bereich Gesundheit / Körperpflege kann durch einzigen aktuell bestehenden Drogeriefachmarkt Rossmann, Promenade nur ein eingeschränktes quantitatives Ausstattungsniveau im Facheinzelhandel erreicht werden. Unter Hinzuziehung der Verkaufsflächen der Drogerieabteilungen der Lebensmittelmärkte verbessert sich die Ausstattungskennziffer aber. Im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport sind nur wenige große und mittelgroße Betriebe von Textilfilialisten in Forst ansässig, die über mittlere Verkaufsflächengrößen von 300 – 500 m² und mehr verfügen. Durchschnittliche Ausstattungswerte werden dagegen bei Nahrungs- und Genussmitteln durch das Vorhandensein aller Betriebstypen sowie mehrerer Lebensmittel-discounter erreicht. Insbesondere durch die großflächigen Anbieter OBI-Baumarkt (Bau-, Heimwerker- und Gartenbedarf) sowie den Repo-Markt (Hausrat / Einrichtung / Möbel) wird in diesen Warengruppen ein durchschnittliches Ausstattungsniveau erreicht.

³⁴ Die GMA veröffentlicht regelmäßig eine Grundlagenuntersuchung zur Einzelhandelsausstattung und zum Branchenmix von Städten und Gemeinden in Deutschland und Österreich. Bei der Grundlagenuntersuchung 2009 wurden fast 500 Städte und Gemeinden berücksichtigt.

Abbildung 11: Relative Verkaufsflächenausstattung (Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner)



Quelle: GMA-Grundlagenuntersuchung „Kennziffern des Einzelhandels in Deutschland und Österreich 2009“, Durchschnitt für Kommunen mit 15.001 – 20.000 Einwohnern.

4.2 Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität³⁵ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen in Forst (Lausitz) insgesamt niedrigere Umsätze getätigt werden. Die Einzelhandelszentralität von insgesamt 90 deutet per Saldo auf Kaufkraftabflüsse von Forst (Lausitz) hin (vgl. Abbildung 12).

Vor dem Hintergrund der bereits dargestellten räumlichen Lage der Stadt Forst (Lausitz) in Grenzlage zu Polen, dem starken Wettbewerbsbesatz des Oberzentrums Cottbus und des nur dünn besiedelten ländlichen Umlandes ist die unterdurchschnittliche Zentralität nachvollziehbar. Die Zentralitätswerte über 100 in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Hausrat / Einrichtung / Möbel und Bau- / Heimwerker / Gartenbedarf sind auf die großen Magnetbetriebe zurückzuführen.

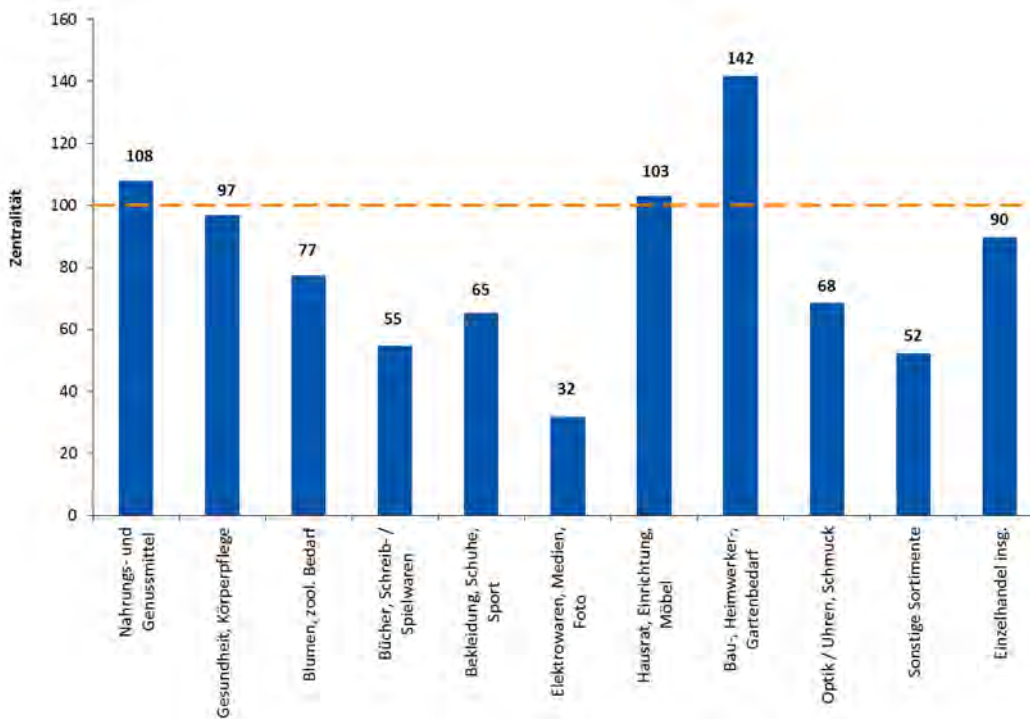
Für das Jahr 2007 lag die Einzelhandelszentralität in Forst (Lausitz) noch bei 101.³⁶ Grund für den Zentralitätsverlust sind die dargestellten Betriebs- und Verkaufsflächenrückgänge für den Han-

³⁵ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Forst (Lausitz) getätigten Einzelhandelsumsatz der in Forst (Lausitz) der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

³⁶ Vgl. Einzelhandelskonzept Forst (Lausitz) 2009, Seite 55.

delsplatz Forst (vgl. Tabelle 3). Diese Rückgänge weisen vor dem Hintergrund der starken Wettbewerbsstandorte in Cottbus (Innenstadt, dezentrale Einkaufszentren) auf eine verringerte überörtliche Ausstrahlungskraft des Forster Einzelhandels hin, so dass geringere Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Stadtgebietes Forst zu registrieren sind (Streuumsätze). In diesem Zusammenhang ist auf die Kaufkraftzuflüsse durch polnische Kunden hinzuweisen, deren Kaufverhalten und -intensität und verstärkt Gegenstand aktueller Studien ist.

Abbildung 12: Einzelhandelszentralität nach Branchen der Stadt Forst (Lausitz) 2015



* Werte über 100 weisen auf Kaufkraftzuflüsse per Saldo in dieser Warengruppe hin („Bedeutungsüberschuss“), Werte unter 100 hingegen auf Kaufkraftabflüsse per Saldo („Angebotsdefizite“); 100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation

Quelle: GMA-Berechnungen 2016 (ca.-Werte, gerundet)

III. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Forst (Lausitz)

1. Bevölkerungsprognose

Für den Zeitraum zwischen 1995 und 2015 ist für die Stadt Forst (Lausitz) – wie in Kapitel I.6 dargestellt – eine Bevölkerungsabnahme von etwa 27 % zu verzeichnen gewesen. Bis zum **Prognosejahr 2025** ist für Forst und die Gemeinden im Marktgebiet des Forster Einzelhandels von einem weiteren Bevölkerungsrückgang um ca. - 11 % auszugehen.³⁷ Im Vergleich zur prognostizierten Bevölkerungsentwicklung im Land Brandenburg von ca. - 3 % bis zum Jahr 2025 fällt der Einwohnerückgang damit im Einzugsgebiet deutlich höher aus.³⁸

2. Kaufkraftprognose für den Forster Einzelhandel bis zum Jahr 2025

Die Entwicklung der Kaufkraftvolumina in der Stadt Forst bis zum Jahr 2025 steht vor allem in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum.

Das der GMA-Kaufkraftprognose zugrunde liegende Szenario des Verbraucherverhaltens lässt sich wie folgt skizzieren:

- /// Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“, d. h. es werden keine größeren Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- /// Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabenanteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen.
- /// Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel steigen nominal von derzeit ca. € 5.410 auf ca. € 5.617 im Jahr 2020. Die räumlichen Kaufkraftunterschiede (Kaufkraftkoeffizient) werden sich bis 2025 nicht ändern. Für Forst wird weiterhin ein Kaufkraftniveau von 86,3 angesetzt.

³⁷ Quelle Einwohnerprognose: Landesamt für Bauen und Verkehr (LBV), Bevölkerungsvorausschätzung 2014 bis 2030, Ämter und amtsfreie Gemeinden des Landes Brandenburg, das Basisjahr der Prognose ist 2013, Für das Jahr 2025 wurde der Mittelwert zwischen den prognostizierten Einwohnerzahlen von 2020 und 2030 durch die GMA errechnet.

³⁸ Quelle: ebenda.

- Die Bevölkerungszahl in Forst (Lausitz) und im Einzugsgebiet wird perspektivisch abnehmen; Grundlage für die Einschätzung der Bevölkerungszahl im Jahr 2025 ist das zuvor dargestellte Entwicklungsszenario³⁹.

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Forst 2025 (Prognose)

Branchen	Zone 1a	Zone 1b	Zone 2	Gesamt
	in Mio. €			
Nahrungs- und Genussmittel	27,2	2,8	17,1	47,1
Gesundheit, Körperpflege	5,3	0,5	3,4	9,2
Blumen, zool. Bedarf	1,9	0,2	1,2	3,3
Bücher, Schreib- / Spielwaren	3,5	0,4	2,2	6,1
Bekleidung, Schuhe, Sport	9,6	1,0	6,1	16,7
Elektrowaren, Medien, Foto	7,4	0,8	4,6	12,8
Hausrat, Einrichtung, Möbel	8,0	0,8	5,1	13,9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	6,7	0,7	4,2	11,6
Optik / Uhren, Schmuck	1,6	0,2	1,0	2,8
Sonstige Sortimente*	3,7	0,4	2,3	6,4
Nichtlebensmittel insg.	47,7	5,0	30,1	82,8
Einzelhandel insg.	74,9	7,8	47,2	129,9

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstigen (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

Quelle: GMA-Berechnungen 2016 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

In der Stadt Forst (Lausitz) kann unter Verwendung dieser Kriterien im Jahr 2025 mit einem Kaufkraftvolumen von **ca. 82,7 Mio. €** gerechnet werden (Zone 1a und 1b). Dies entspricht gegenüber dem Kaufkraftvolumen im Jahr 2015 einem nominalen Rückgang von ca. 7 Mio. € (ca. - 8 %).

3. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in der Stadt Forst konnte aufgezeigt werden, dass trotz der Nähe zu leistungsstarken Einzelhandelsstandorten im Umland und der aktuellen Einzelhandelsausstattung noch Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der bestehenden Branchenstruktur vorhanden sind.

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für die Stadt Forst die in nachfolgender Übersicht 2 dargestellten Bewertungen und Empfehlungen zu treffen.

³⁹ Vgl. Kapitel III.1

Übersicht 2: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ und qualitativ insgesamt gute Ausstattung, z. T. räumliche Versorgungslücken (u. a. nördliches Kernstadtgebiet, ländliche Ortsteile) /// wichtigste Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels im Stadtgebiet von Forst (Lausitz) vorhanden, Innenstadtmagnet Kaufland, neuer Rewe-Supermarkt (im Bau) 	<p>Sicherung der Nahversorgungsstandorte im Bestand / kein weiterer Flächenausbau der bestehenden Lebensmittelmärkte erforderlich</p> <p>Entwicklung des Nahversorgungsstandortes Skurumer Straße zur Verbesserung der Quartiersversorgung</p>
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> /// neben dem Drogeriefachmarkt Rossmann auch einige Apotheken im Stadtgebiet ansässig /// Randsortimente der Lebensmittelmärkte von Bedeutung für die flächendeckende Versorgung 	<p>Stärkung der bestehenden Anbieter, Erhalt und Modernisierung eines innerstädtischen Drogeriefachmarktes</p>
Blumen, zool. Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> /// leicht unterdurchschnittliche quantitative Ausstattung /// im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen einige Fachgeschäfte vorhanden /// Angebot im zoologischen Bedarf konzentriert sich auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte (hier nur Tierfutter) 	<p>grundsätzlich noch gewisse Erweiterungspotenziale gegeben, jedoch kein akuter Handlungsbedarf; Konzentration auf Bestandssicherung/-optimierung</p> <p>Im Bereich Blumen ausreichendes Angebot vorhanden, grundsätzlich quantitative und qualitative Verbesserung des Angebotes im Zoofachbereich wünschenswert, jedoch eingeschränktes Nachfragepotenzial zur Ansiedlung eines Zoofachmarktes</p>
Bücher, Schreib- und Spielwaren	<ul style="list-style-type: none"> /// bei Spielwaren zwei Anbieter in der Innenstadt ansässig /// bei Büchern zwei Fachgeschäfte in der Innenstadt vorhanden /// ergänzend kleinere Geschäfte im Bereich Presse / Bürobedarf 	<p>Erhalt des bestehenden Fachhandels, gezielte Unterstützung der Fachhändler zur Stabilisierung ihres Geschäftes (Abfrage Entwicklungsbedarf, Unterstützung und Verbesserung der Handelsbedingungen)</p>
Bekleidung, Schuhe, Sport	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung /// geringe Zahl an Fachgeschäften und Fachmärkten im Bekleidungsbereich /// im Bereich Schuhe drei relevante Anbieter vorhanden /// bei Sportwaren lediglich ein relevantes Geschäft (Sporthaus Hubert) 	<p>Sicherung und Stärkung des Angebotes in der Innenstadt, keine weitere Ansiedlung in dezentralen Standortlagen oder Streulagen zulassen, Unterstützung der Händlerschaft zur Modernisierung, ggf. Verlagerung innerhalb der Innenstadt</p>

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Empfehlungen
Elektrowaren, Medien, Foto	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung /// keine großflächigen leistungsfähigen Fachmärkte im Stadtgebiet vorhanden /// Angebot wird mit Ausnahme von EP: Haus und Technik durch kleine haupts. inhabergeführte Geschäfte gestellt 	Sicherung und Stärkung des Angebotes in der Innenstadt, Prüfung von Erweiterungs- oder Verlagerungsmöglichkeiten bestehender Anbieter innerhalb der Innenstadt (z. B EP, Berliner Straße)
Hausrat, Einrichtung, Möbel	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ angemessene Ausstattung /// Repo-Markt als flächendominanter Anbieter ergänzt durch Dänisches Bettenlager und Küchen Laebe KG /// übriges Angebot hauptsächlich durch Geschäfte mit Verkaufsfläche < 800 m² gestellt 	Sicherung des Bestandes, kein Handlungsbedarf
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ und qualitativ grundsätzlich gute Ausstattung im Vollsortiment (OBI-Baumarkt) /// einzelne Spezialanbieter vorhanden, aber ausbaufähig /// vereinzelt kleinere Betreiber z. T. mit geringer Verkaufsfächenausstattung 	Sicherung und Stärkung des Angebotes
Optik, Uhren / Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> /// qualitativ angemessene Ausstattung /// räumliche Verteilung mit Schwerpunkt auf die Innenstadt 	kein akuter Handlungsbedarf
sonstige Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> /// quantitativ unterdurchschnittliche Ausstattung /// nur kleinere Anbieter vorhanden (u. a. Second Hand, Jagdausstatter) 	kein akuter Handlungsbedarf

Quelle: GMA-Darstellung 2016

IV. Einzelhandelskonzept Forst (Lausitz)

Zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Forst (Lausitz) ist die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches künftig als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung heranzuziehen ist.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung sind zu formulieren:

- /// Sicherung der mittelzentralen Versorgungsfunktion** der Stadt Forst (Lausitz)
 - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf
 - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung
- /// Schutz und Stärkung der Innenstadt** als dominierende Einkaufslage
 - Stärkung der Innenstadt gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes
 - Schaffung von Investitionssicherheit in der Innenstadt
- /// Sicherung und ggf. Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung** mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
 - Stärkung der Innenstadt auch im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich zur Versorgung der Einwohner im gesamten Stadtgebiet
 - Sicherung der Nahversorgungsstandorte für eine stabile nachhaltige wohngebietsnahe Versorgung der Bevölkerung.

Abbildung 13: Ziele des Einzelhandelskonzeptes



Quelle: GMA-Darstellung 2016

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine (vgl. Abbildung 13):

- Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandels assortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen. Hierzu wird differenziert in zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente:

- Im Allgemeinen sind zentrenrelevante Sortimente Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollten sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese Sortimente sind als nahversorgungsrelevant zu bezeichnen.
- Das Angebot von nicht zentrenrelevanten Sortimenten stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

2.1 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Aspekte:

- /// Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- /// Flächenbedarf
- /// Bedeutung für die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)
- /// städtebauliche Zielsetzungen der Stadt Forst (Lausitz)
- /// räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet.

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant / nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie

- /// Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen
- /// für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- /// geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- /// Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind
- /// Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe + Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten sind darüber hinaus Warengruppen zuzuordnen,

- /// die eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- /// die häufig nachgefragt werden (mehrmals pro Woche)
- /// bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- /// hohe Flächenansprüche bestehen
- /// die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- /// eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- /// keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- /// sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Zur weiteren differenzierten Bewertung der Einzelsortimente werden folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Zentrenrelevanz zugrunde gelegt.

Übersicht 3: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium		Prüfmaßstäbe
1.	Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2.	Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3.	Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4.	Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
5.	Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6.	Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	Städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt / in den zentralen Versorgungsbereichen

Quelle: GMA-Darstellung 2016

- Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrenrelevanz deutlich eingeschränkt ist.
- Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.
- Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.

- /// Als fünftes Bewertungskriterium gehen die **„Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten“** in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt i. d. R. die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- /// Als sechstes Bewertungskriterium sind die stadtentwicklungspolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Stadt Forst (Lausitz) bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

2.2 Sortimentsliste für die Stadt Forst (Lausitz)

Die nachfolgende Übersicht stellt die zukünftige Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente in der Stadt Forst (Lausitz) dar. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der bestehenden Sortimentsliste 2009 und der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Forst orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Dem gegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche als unkritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente hat lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar. Zu beachten ist hierbei jedoch, dass großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten wie z. B. Möbel oder Baumärkte meist auch zentrenrelevante Sortimente als Untersortimente führen. Diese bleiben dann weiterhin den Regelungen nach deren Zentrenrelevanz unterworfen.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien und unter Berücksichtigung konkreten örtlichen Gegebenheiten in Forst den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. Übersicht 4). Die Sortimentsliste der Stadt Forst orientiert sich dabei an der Liste des Jahres 2009, welche hinsichtlich der gegenwärtigen Angebotssituation in Forst, zwischenzeitlich erfolgter Rechtsprechungen sowie den zukünftigen stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen überprüft und fortgeschrieben wurde.

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant – nicht-zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// die positive Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- /// die negative Festsetzung: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in der Stadt Forst zukünftig gesteuert werden kann.

Übersicht 4: Forster Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
Nahversorgungsrelevante Sortimente <ul style="list-style-type: none"> /// Nahrungs- und Genussmittel inkl. Getränke, Lebensmittelhandwerk, Tabakwaren, Reformwaren /// Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel) / Parfümeriewaren / Arzneimittel und apothekenübliche Waren, Kosmetika /// Zeitungen, Zeitschriften, Lotto / Toto /// Schnittblumen 	<ul style="list-style-type: none"> /// Lampen / Leuchten /// Eisenwaren, Werkzeuge /// Badeeinrichtungen, Sanitär, Fliesen /// Bauelemente, Installationsmaterial, Rollläden, Rollos, Markisen /// Farben, Lacke, Tapeten /// Holz, Bauelemente /// Gartenbedarf, Pflanzen / Zubehör /// Gartenmöbel /// Möbel, Kücheneinrichtungen, Büromöbel, Einrichtungszubehör /// Matratzen Bettwaren /// Teppiche, Bodenbeläge /// Campingartikel /// Sportgroßgeräte /// Reitsportartikel, Angelbedarf, Jagdbedarf /// Auto- / Motorradzubehör /// Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf
Zentrenrelevante Sortimente <ul style="list-style-type: none"> /// Tiernahrung, Tierpflegemittel, zoologischer Bedarf /// Sanitätswaren /// Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf /// Spielwaren, Bastelartikel /// Bekleidung, Wäsche /// Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe, sonstige Textilien /// Baby- / Kinderartikel /// Schuhe, Lederwaren /// Arbeitsbekleidung /// Sportbekleidung und Schuhe, kleinvolumige Sportartikel /// Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel /// Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen /// Antiquitäten /// Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche /// Uhren, Schmuck, Silberwaren /// Foto / Zubehör, Optik, Akustik, Hörgeräte /// Musikalien, Münzen, Briefmarken /// Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik, Multimedia /// Elektrogroßgeräte /// Computer / Zubehör, Telekommunikation /// Heimtextilien, Gardinen / Zubehör /// Fahrrad / Zubehör 	

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

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

*** kein Einzelhandel im engeren Sinne

Quelle: GMA-Empfehlungen 2016

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept soll als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung dienen. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der Standortkommune als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Nachfolgend erfolgt zunächst eine ausführliche fachliche Einordnung des Begriffes „zentraler Versorgungsbereich“. Anschließend werden die bestehenden Einkaufslagen in Forst (Lausitz) in eine Zentren- und Standortstruktur eingeordnet sowie zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:⁴⁰

§ 11 Abs. 3 BauNVO weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige 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 Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.

/// **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

/// **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 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 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Stadtteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

⁴⁰ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW⁴¹ im Jahr 2006 verschiedene Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht⁴² (BVerwG) bestätigt wurden.

Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus:

„.....sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zu-kommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 III BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen (vgl. auch BVerwG, Beschluss vom 20. 11. 2006 – 4 B 50/06, BeckRS 2007, 20074). Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“ BVerwG, Urteil vom 17. 12. 2009 – 4 C 2/08.

⁴¹ vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

⁴² vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

Damit ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Stadtzentrum), aber auch Stadtteil- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage (vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- /// planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- /// sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte)
- /// nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.⁴³

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden⁴⁴ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.⁴⁵

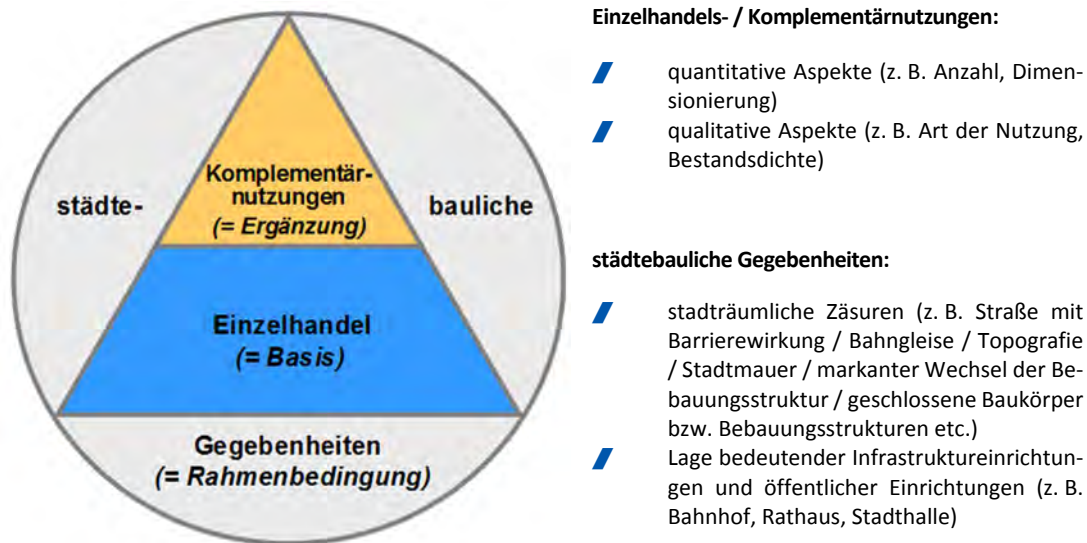
Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingung sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 14).

⁴³ d. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

⁴⁴ vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

⁴⁵ d. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Abbildung 14: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche



GMA-Darstellung 2016

3.2 Zentren- und Standortstruktur in Forst (Lausitz)

Die folgenden Empfehlungen zur Abgrenzung **zentraler Versorgungsbereiche** basieren auf einer zweistufigen Zentrenstruktur, die neben dem Hauptzentrum Innenstadt auch sog. Nahversorgungszentren kategorisiert, wobei letztere derzeit in Forst nicht zu identifizieren sind. Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches in Forst sowie die Festlegung der Zentrenstruktur erfolgten auf Grundlage der durchgeführten Bestandsaufnahme der Einzelhandelsnutzungen sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Die Abgrenzungen basieren auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) sowie den stadtplanerischen Vorstellungen und sind weitgehend parzellenscharf, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit zu gewährleisten. In Einzelfällen wurde von der Parzellengrenze abgewichen, z. B. bei tiefen Wohngrundstücken oder wenn sich die baulichen Strukturen vor Ort nicht mit den Parzellenstrukturen decken.

Abbildung 15: Einzelhandelstruktur Forst (Lausitz)

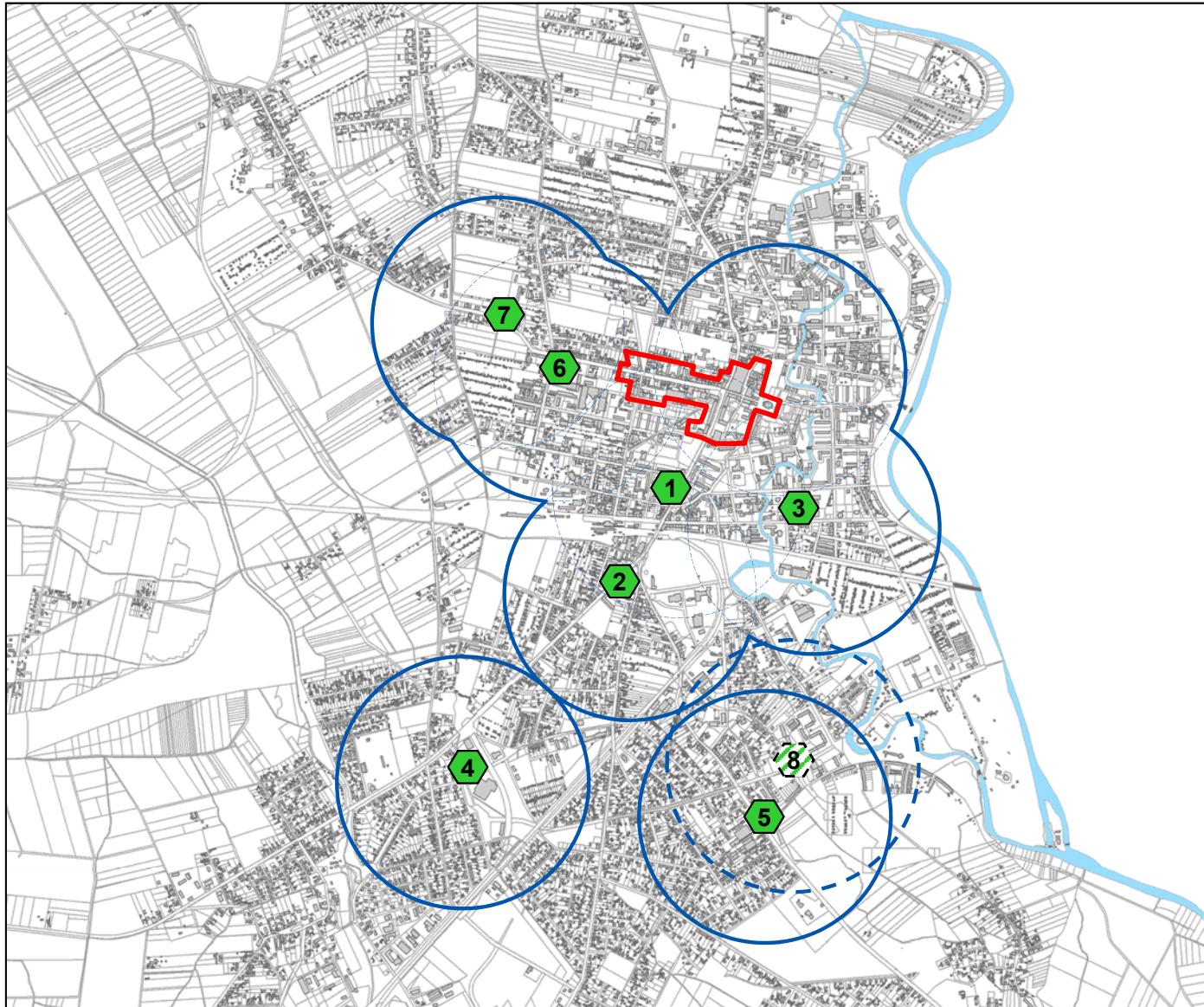
Kategorie Zentrenstruktur	Hauptzentrum	Nahversorgungszentrum	Nahversorgungsstandort	Sonderstandort
Zuweisung in Forst	Innenstadt Forst	derzeit in Forst nicht auszuweisen	Standorte der Lebensmittelmärkte <ul style="list-style-type: none"> • August-Bebel-Straße • Spremberger Straße / Kreisverkehr Wasserturm • Tagorestraße • Umgehungsstraße • Triebelner Straße • Charlottenstraße • Cottbuser Straße • Skurumer Straße (potenzieller Nahversorgungsstandort)	Gewerbegebiet, dezentraler Standort
Erläuterungen	Zentraler Versorgungsbereich gemäß <ul style="list-style-type: none"> § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO 		wohnnah, fußläufig erreichbare Standorte der Nahversorgung	autokundenorientierter Standort des i. W. großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

GMA-Darstellung 2016

- Als **zentraler Versorgungsbereich** ist die **Forster Innenstadt** (Innenstadtzentrum) mit der Hauptgeschäftslage Cottbuser Straße / Berliner Straße und den Randbereichen der angrenzenden Straßen zu klassifizieren. Dieser einzige zentrale Versorgungsbereich der Stadt gilt als schutzwürdiger Bereich i. S. d. Baugesetzbuch. Im Sinne einer an den Leitlinien ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollten Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auf diesen Standortbereich gelenkt werden (vgl. Kapitel IV 3.2.1).
- Nahversorgungszentren** (auch Grundzentren genannt) dienen der (wohnnahen) Grundversorgung mit überwiegend Waren des täglichen bzw. kurzfristigen Bedarfs und Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs in einem kleinen Einzugsbereich, i. d. R. nur für bestimmte Quartiere von Städten oder ganzer kleinerer Orte / Ortsteile. Gemäß dieser Kriterien konnte aktuell **kein Nahversorgungszentrum in Forst (Lausitz)** ausgewiesen werden (vgl. Kapitel IV 3.2.2).

- /// **Nahversorgungsstandorte** dienen der Ergänzung der Nahversorgungszentren, wenn diese nachweislich zur Verbesserung der verbraucher- oder wohnortnahen Versorgung führen. Diese Standorte resp. Lagen unterliegen zwar nicht dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche, übernehmen aber eine für die verbrauchernahe Grundversorgung der Stadt wesentliche Versorgungsfunktion. Die Nahversorgungsanlagen sollen städtebaulich integriert sein. **Für Forst (Lausitz) sind mehrere Nahversorgungsstandorte zu identifizieren** (vgl. Kapitel IV 3.2.3).
- /// Bei den **Sonderstandorten** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels handelt es sich um autokundenorientierte Standorte mit einem Einzelhandelsbesatz, welcher aus überwiegend großflächigen Betrieben des Fachmarktsektors besteht. Aufgrund der nicht integrierten Lage, des begrenzten Warenspektrums und der i. d. R. fehlenden Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen. Aktuell sind **keine derartigen Einzelhandelsagglomerationen** in Forst (Lausitz) auszuweisen.
- /// Darüber hinaus sind Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet vorhanden, die nicht als zentrale Versorgungsbereiche einzustufen sind. Hierbei handelt es sich um sogenannte **sonstige Lagen**, wozu sowohl siedlungsräumlich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen, Nahversorgungsstandorte /-lagen) als auch dezentrale Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete) zählen.

Karte 4: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Forst (Lausitz)




Legende

 **Innenstadt Forst** (u. a. Kaufland)

 **Nahversorgungsstandorte**

- 1 „August-Bebel-Straße“
(u. a. Rewe)
- 2 „Spremlinger Straße/
Kreisverkehr Wasserturm“
(u. a. Lidl, Netto)
- 3 „Tagorestraße“
(u. a. Norma)
- 4 „Umgehungsstraße“
(u. a. Rewe)
- 5 „Triebeler Straße“
(u. a. NP-Markt)
- 6 „Charlottenstraße“
(u. a. Aldi)
- 7 „Cottbuser Straße“
(u. a. NP-Markt)

 **potenzielle Nahversorgungsstandorte**

- 8 „Skurumer Straße“
fußläufiges Umfeld (500 m)

Kartengrundlage: Stadt Forst (Lausitz)
GMA-Bearbeitung 2016

3.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Forst (Lausitz)

Räumliche Situation

Die **Abgrenzung der Forster Innenstadt** (=Hauptzentrum) orientiert sich an den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen, welche im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung sowie der Nutzungskartierungen (z. B. Dienstleister, Gastronomie, Freizeit- und Kultureinrichtungen etc.) durch die GMA vor Ort erfasst wurden. Des Weiteren ist die Abgrenzung Ausdruck der städtischen Zielvorstellungen für zukünftige Entwicklungsbereiche der Innenstadt. Die konkrete Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches wurde mit Vertretern der Stadtverwaltung und der Stadtverordnetenversammlung Forst und den Teilnehmern der projektbegleitenden Arbeitskreise⁴⁶ diskutiert und abgestimmt. Im Ergebnis wurde der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt als einziges Hauptzentrum festgelegt. Die Zentrenabgrenzung erfolgte überwiegend parzellenscharf entlang der Grundstücksgrenzen. Karte 5 zeigt die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches „Innenstadt Forst (Lausitz) 2016“.

Die **räumliche Abgrenzung** umfasst im Wesentlichen die zentralen Lagen der Cottbuser Straße zwischen Bahnhofstraße und Stadtkirche sowie der Berliner Straße zwischen Postgebäude und Blumenstraße / Promenade sowie angrenzende Bereiche. Im Detail grenzt sich der Bereich folgendermaßen ab:

- /// Im **Norden** im Bereich Kaufland, Promenade gehören die Frankfurter Straße (beidseitig bis zur Blumenstraße sowie der Standort Kaufland inkl. Zufahrt Parkdeck) zum zentralen Versorgungsbereich. Zwischen Promenade und Lindenplatz begrenzt sich der Bereich im Norden durch die Stadtverwaltung / Rathaus inkl. Stadtbibliothek und zugehörigen Parkplatzareal.
- /// Im **Osten** schließt der Bereich die Innenstadt westlich der Lindenstraße und südlich der Marktstraße (Stadtkirche) mit ein. Die Parkplatzanlage bzw. Grünfläche Lindenplan gehört nicht zum zentralen Versorgungsbereich. Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt auch die Potenzialfläche am Markt, deren immobilienseitige Entwicklung eine Belebung der südlichen Marktseite zum Ziel hat. Mögliche Erdgeschossnutzungen sollen sich hier auf Dienstleistungs-, Gastronomie- und kleinteilige Einzelhandelsangebote konzentrieren. Daher dient die „konzeptseitige Ausgrenzung“ aus dem zentralen Versorgungsbereich dem Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit mehr als 50 m² Verkaufsfläche, um keine eigenständige Einzelhandels-Magnetwirkung des

⁴⁶ Im Zuge der Erarbeitung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes wurden mehrere Abstimmungsgespräche mit der Stadtverwaltung sowie zwei projektbegleitende öffentliche Arbeitskreise am 24. November 2015 und am 12. April 2016 durchgeführt.

Objektes zu ermöglichen, die evtl. eine Verschiebung der Kundenströme aus der existierenden Hauptgeschäftslage zur Folge hätte.

- /// In Richtung **Süden** markiert die Amtsstraße bis einschließlich Seniorenwohnheim und Friedrichsplatz die Abgrenzung. Der Bereich um die Arztpraxen / Ärztehaus / Apotheke und die aktuell durch einen Gemischtwarenmarkt / Bistro genutzte Einzelhandelsimmobilie (Berliner Straße 26) begrenzt den Bereich nach Süden. Im Bereich der Berliner Straße wurde der Dienstleistungs- und Geschäftsbesatz zwischen Post-Gebäude und Cottbuser Straße mit einbezogen.
- /// Nach **Westen** gehört der Bereich zwischen Karlstraße im Süden und Blumenstraße im Norden bzw. der die Cottbuser Straße begleitende Geschäftsbesatz bis einschließlich Bahnhofstraße zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Als Potenzialstandort wird der aktuell leerstehende ehemalige Rewe-Markt mit einbezogen.

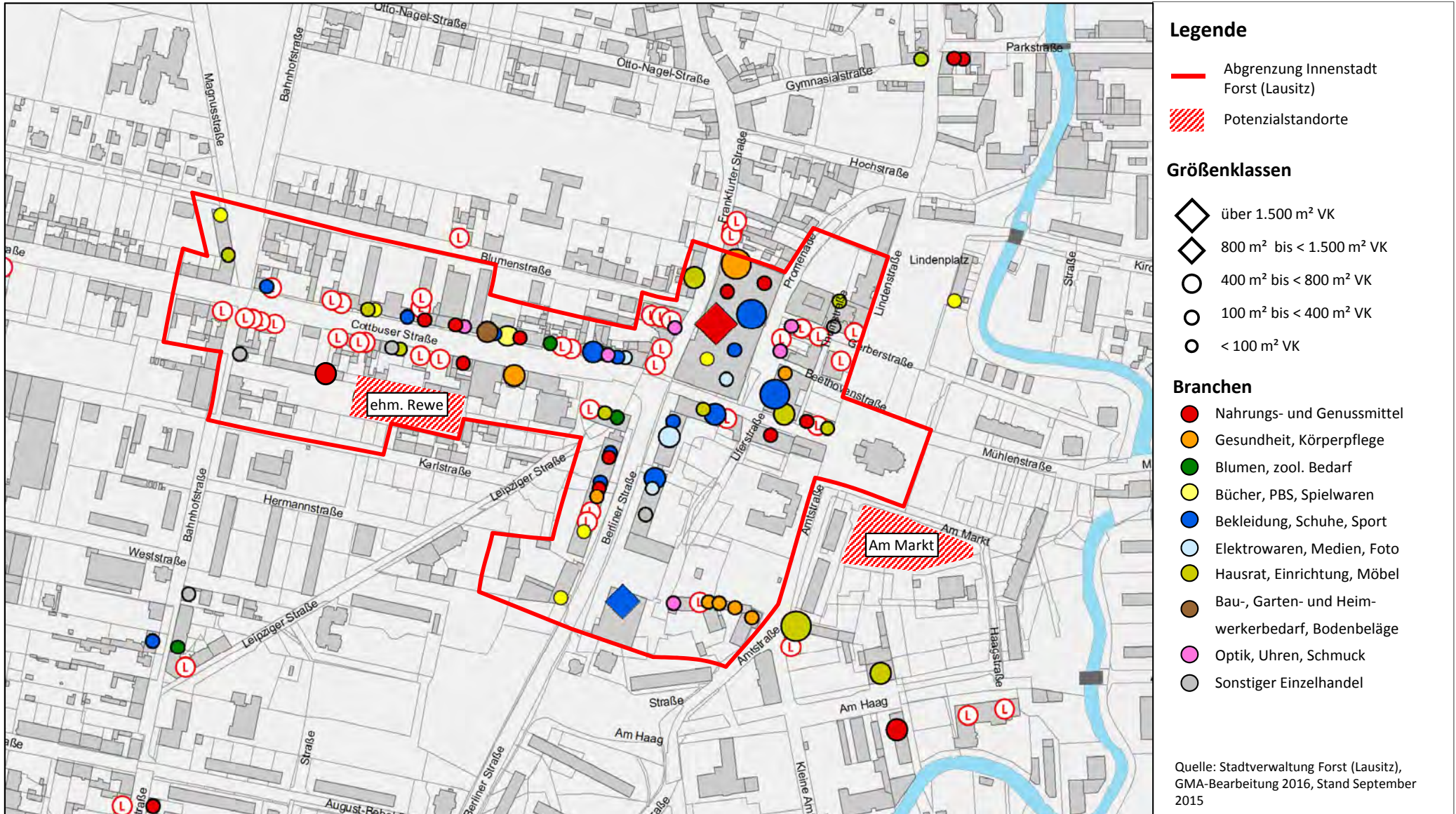
Für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Forst wurde eine engere Abgrenzung im Vergleich zur Innenstadtabgrenzung im Einzelhandelskonzept 2009 gewählt. Damit wird den aktuellen Entwicklungen insbesondere durch die zunehmenden Geschäftsleerstände in Randbereichen Rechnung getragen. Ebenfalls nicht im Versorgungsbereich enthalten ist die Potenzialfläche Berliner Straße / Altes Gaswerk, die aufgrund der Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Forst aktuell planerisch nicht weiterverfolgt wird. Der im Bau befindliche Rewe-Standort Berliner Straße / August-Bebel-Straße wird zukünftig als eigenständiger Nahversorgungsstandort ausgewiesen.

Angebotssituation

Die Innenstadt von Forst stellt mit **insgesamt 68 Einzelhandelsbetrieben** (ca. 45 % aller Betriebe) und **rd. 10.000 m² Verkaufsfläche** (ca. 30 % der städtischen Verkaufsfläche) den bedeutendsten Geschäftsbereich im Stadtgebiet dar. Das innerstädtische Einzelhandelsangebot umfasst Waren aller Bedarfsbereiche und weist dabei eine überwiegend kleinteilige Geschäftsstruktur mit mehrheitlich inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben auf.

Größter Anbieter ist das SB-Warenhaus Kaufland, Promenade, welches neben einem Lebensmittelvollsortiment zahlreiche Nonfood-Artikel verschiedener Warengruppen führt. Die Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkte innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegen in den Branchen Bekleidung / Schuhe / Sport (14 Betriebe, ca. 2.700 m² Verkaufsfläche), Nahrungs- und Genussmittel (12 Betriebe, ca. 3.200 m² Verkaufsfläche) sowie Hausrat / Einrichtung / Möbel (10 Betriebe, ca. 1.500 m² Verkaufsfläche).

Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Forst (Lausitz)



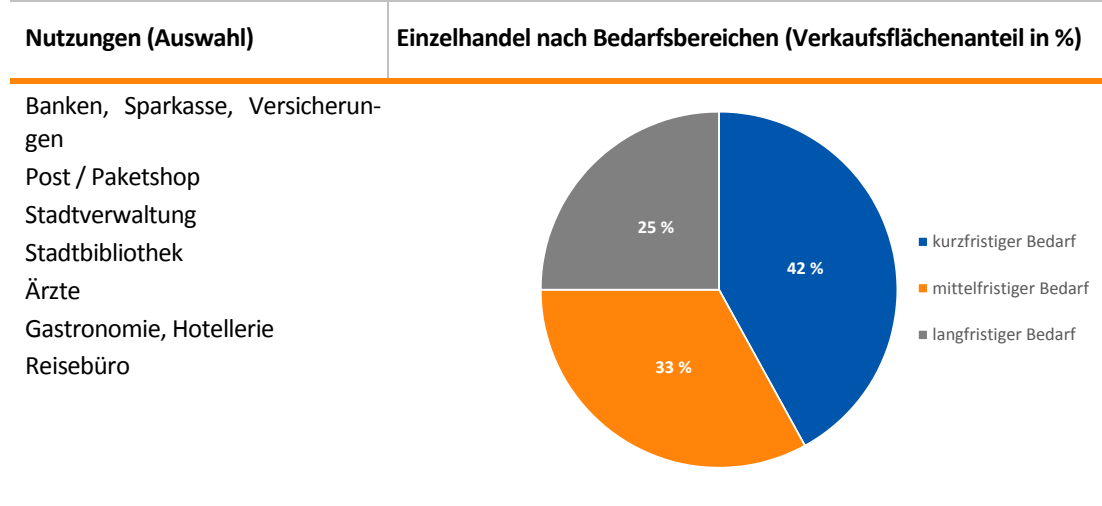
Neben dem Einzelhandelsangebot verfügt die Innenstadt von Forst auch über ein umfassendes und vielfältiges Dienstleistungsangebot (u. a. Ärzte, Banken, Reisebüro). Darüber hinaus sind weitere innenstadtprägende Nutzungen aus den Bereichen Gastronomie und Hotellerie ansässig. Auch der Sitz der Stadtverwaltung von Forst befindet sich innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches.

Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	abs.	in %
Nahrungs- und Genussmittel	12	18	3.215	32
Gesundheit, Körperpflege	8	12	940	9
Blumen, zool. Bedarf	2	3	100	1
Bücher, Schreib- / Spielwaren	7	10	540	5
Bekleidung, Schuhe, Sport	14	21	2.740	27
Elektrowaren, Medien, Foto	4	6	420	4
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10	15	1.530	15
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	1	120	1
Optik / Uhren, Schmuck	6	9	205	2
Sonstige Sortimente	4	6	195	2
Nichtlebensmittel insg.	56	82	6.790	68
Einzelhandel insg.	68	100	10.005	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe nicht aufgeteilt



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

/// größer 1.500 m ²	Kaufland
/// 800 bis unter 1.500 m ²	A bis Z Shop
/// 400 bis unter 800 m ²	Rossmann, Takko, Deichmann, Getränkevier Bockelbart
/// bis unter 400 m ²	u. a. La Huong Fashion, Mäc Geiz, EP: Funk und Technik, Schönbohm Gardinen, Buchhandlung Berger

**Foto 1: Fußgängerzone
Cottbuser Straße**



**Foto 2: Cottbuser Straße / Berliner
Straße und Parkdeck Kaufland**



**Foto 3: Geschäftsbesatz
Berliner Straße (1)**



**Foto 4: Geschäftsbesatz
Berliner Straße (2)**



**Foto 5: Geschäftsbesatz
Cottbuser Straße**



**Foto 6: Leerstände in der
Cottbuser Straße**



Quelle: GMA 2016 / Stadtverwaltung Forst

Städtebauliche Situation

Der dichteste und meist frequentierte Abschnitt der Hauptgeschäftslage Innenstadt befindet sich im Umfeld von Cottbuser Straße und Berliner Straße bzw. dem Kreuzungsbereich beider Straßen. Hier ist der dominierende Handelsstandort des SB-Warenhauses Kaufland inkl. der dort ansässigen Fachmärkte (u. a. Rossmann, Takko, Deichmann) positioniert. Der östliche

Bereich der Cottbuser Straße bis zur Stadtkirche sowie Teile der Straße Promenade sind als Fußgängerzone ausgebildet. Neben Einzelhändlern sowie zahlreichen Dienstleistungs- und Gastronomieanbietern ist hier auch die Stadtverwaltung ansässig. Der Markt um die Stadtkirche stellt den östlichen Abschluss dar. Nach Süden wird die Berliner Straße durch Geschosswohnbauten mit Geschäftsunterlagerungen geprägt. Das Postgebäude bzw. die Handelsimmobilie Hausnummer 26 (Gemischtwarenmarkt) markiert die südliche Ausdehnung der Einkaufsinnenstadt. Nach Westen umfasst der zentrale Versorgungsbereich den Geschäftsbesatz entlang der Cottbuser Straße bis einschließlich der Bahnhofstraße. Die Cottbuser Straße wird beidseitig durch einen dichten Einzelhandels- und Komplementärbesatz geprägt. Insbesondere für die westlichen Randbereiche ab ungefähr Hausnummer 40 / 41 sind jedoch vermehrt Leerstände festzuhalten, sodass hier kaum Passantenfrequenzen vorhanden sind. Südlich der Cottbuser Straße in der zweiten Reihe an Karlstraße ist die aktuell leerstehende Immobilie des ehem. Rewe-Marktes gelegen. Eine Nachnutzung durch einen Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment kann für die Geschäfte entlang der westlichen Cottbuser Straße eine stabilisierende Wirkung haben.

Als wesentliche strukturelle und funktionale **Stärken der Einkaufsinnenstadt** Forst sind neben dem Magnetstandort Kaufland v. a. das städtebauliche Ambiente durch die weitgehend sanierte Innenstadt (Gebäudebestand und öffentlicher Raum) sowie der Geschäftsbesatz entlang der Cottbuser Straße zu nennen. Ergänzt wird das Angebot durch zahlreiche Komplementärnutzungen (Gastronomie, Dienstleister u. a. Kreditinstitute, Versicherungen, Freie Berufe, Reisebüros, Post usw.). Auch öffentliche Einrichtungen, der Wochenmarkt sowie touristische und freizeitbezogene Infrastruktureinrichtungen (Beherbergungswesen, Tourist-Information) sind hier ansässig und beleben die Innenstadt.

Als Defizit ist auf die geringe Zahl an Einzelhandelsbetrieben mit höherwertigem Sortiment insbesondere im Modebereich im zentralen Versorgungsbereich hinzuweisen, wodurch die Angebotsqualität des Einzelhandels insgesamt als eingeschränkt zu bewerten ist. So sollte vor dem Hintergrund **zunehmender Leerstände** überprüft werden, wo Einzelhandelsflächen reaktiviert oder gegebenenfalls zusammengelegt und damit der zentrale Versorgungsbereich aufgewertet werden könnte.

Attraktivierung der Forster Innenstadt

In Abstimmungsgesprächen mit der Stadtverwaltung und durch Zuarbeiten seitens interessierter Einzelhändler und weiterer Akteure aus Forst wurden im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes Maßnahmen zur Aufwertung des Handelsplatzes Forst unter besonderer Berücksichtigung der Innenstadt erarbeitet und in einem Handlungskatalog zusammengefasst. Gegliedert nach Handlungsfeldern wurden Ober- und Teilziele definiert und erste konkrete Vorschläge für Maßnahmen und Projekte erarbeitet:



Diese Handlungsfelder wurden mit den Akteuren der Stadt, insbesondere mit den Gewerbetreibenden im 2. Arbeitskreis, diskutiert und ergänzt. Die Einzelmaßnahmen sind als Übersicht in Anhang gesondert aufgelistet.

3.2.2 Nahversorgungszentren

Hinsichtlich der Ausstattungskriterien zur Identifikation von Nahversorgungszentren, die eine adäquate Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfsbereiches für die im Umfeld lebende Wohnbevölkerung bieten sollen, sind diese in keinem der städtischen Einzelhandelslagen erkennbar. So ist neben einem Lebensmittelmarkt zwingend auch die Existenz weiterer Nahversorgungsangebote sowie ergänzender Komplementäre wie z. B. Frisör, Reinigungsannahme, Bank o. ä. erforderlich. Derzeit sind daher **keine Nahversorgungszentren im Stadtgebiet von Forst** auszuweisen.

3.2.3 Nahversorgungsstandorte

Darüber hinaus wurden in Forst mehrere Nahversorgungsstandorte identifiziert (vgl. Karte 4). Diese haben Relevanz für die wohngebietsnahe Versorgung auch nicht mobiler Bevölkerungsgruppen, gleichwohl ist ihr Angebotsspektrum begrenzt und verfügt nicht über die erforderliche Breite und Multifunktionalität, um sie als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen. Auch ihr fußläufiges Einzugsgebiet ist meist zu klein bzw. weist nicht das erforderliche Bevölkerungsaufkommen auf. Dessen ungeachtet gilt es, diese Einkaufslagen zu erhalten und ein angemessenes Versorgungsniveau für die im Umfeld lebende Bevölkerung zu bewahren oder zu entwickeln. Folgende **Nahversorgungsstandorte** sind daher in der Kernstadt Forst auszuweisen:

- /// „August-Bebel-Straße“ (derzeit Rewe)
- /// „Spremlinger Straße / Kreisverkehrs Wasserturm“ (derzeit Lidl, Netto)
- /// „Tagorestraße“ (derzeit Norma)
- /// „Umgehungsstraße“ (Nachnutzungsoption Rewe)
- /// „Triebeler Straße“ (derzeit NP-Markt)
- /// „Charlottenstraße“ (derzeit Aldi)
- /// „Cottbuser Straße“ (derzeit NP-Markt)

Zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung insbesondere im südöstlichen Kernstadtgebiet bestehen erste Planungen u. a. zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes an der Skurumer Straße. Daher wird ergänzend als **potenzieller Nahversorgungsstandort** ausgewiesen:

- /// Skurumer Straße

4. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich. Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nachversorgungsrelevanter Sortimente
- /// zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- /// Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren soll. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Forst branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

4.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt

Für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt sollten keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie sollte nicht Teil der Forster Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben.

4.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

Nahversorgungsstandorte

Nahversorgungsstandorte ergänzen das Nahversorgungsnetz und dienen der wohnortnahen Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs. Hier ist eine Konsolidierung mit Erweiterung von auch großflächigen Betrieben (> 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt grundsätzlich möglich. Betriebe mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind ab einer Verkaufsfläche von 50 m² im Kernsortiment an Nahversorgungsstandorten auszuschließen, da diese Betriebe dann als strukturprägend zu werten sind (vgl. Kapitel II. 1). Aufgrund der aktuell zu geringen Ausstattung mit ergänzenden Angeboten hinsichtlich des Einzelhandels oder Dienstleistungen haben Nahversorgungsstandorte derzeit nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches (=Nahversorgungszentrum).

Siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)

Bei den siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind und nicht die Versorgungsbedeutung von Nahversorgungsstandorten aufweisen. Zu den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen wie Streulagen des Einzelhandels. Die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel unter 50 m² Verkaufsfläche soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen. Zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung insbesondere in den Randlagen der Kernstadt sowie in den Forster Ortsteilen sind Betriebe mit **nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt** unter Abwägung

der bestehenden Strukturen **bis max. 400 m² Verkaufsfläche** zulässig. Hierzu muss der Nachweis erbracht werden, dass keine nachteiligen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder Nahversorgungsstandorte zu erwarten sind⁴⁷.

Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Diese Lagen sollten – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes sollten hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten > 50 m² Verkaufsfläche ausgeschlossen werden.

Darüber hinaus sind im Forst Stadtgebiet auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist.

Abbildung 16: Übersicht Steuerungsempfehlungen

Ansiedlung in ... mit ...		Hauptzentrum Innenstadt	Nahversorgungs- zentrum*	Sonder- standorte	sonst. Lagen		
					Nahversorgungs- standorte	siedlungsräumlich integrierte Lagen	Siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen
nahversorgungs- relevantem Kernsortiment	> 800 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	⚡	✓	⚡	⚡
	400 – 799 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	⚡	✓	⚡	⚡
	50 – 399 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	⚡	✓	✓	⚡
zentrenrelevantem Kernsortiment	> 800 m ² Verkaufsfläche	✓	⚡	⚡	⚡	⚡	⚡
	50 – 799 m ² Verkaufsfläche	✓	⚡	⚡	⚡	⚡	⚡
nicht zentren- relevantem Kernsortiment	> 800 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	✓	✓	✓	✓
	50 – 799 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	✓	✓	✓	✓

✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich zu empfehlen.
 ⚡ Ansiedlung nicht möglich bzw. städtebaulich nicht zu empfehlen.
 * Derzeit sind keine Nahversorgungszentren in Forst (Lausitz) auszuweisen.

GMA-Empfehlungen 2016

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes

⁴⁷ In diesem Zusammenhang ist darauf zu verweisen, dass bestimmte Baugebiete nach BauNVO klein- und mittelflächige Betriebe bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² Verkaufsfläche zulassen, so dass auch hier eine planungsrechtliche Steuerung erschwert ist.

durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. **Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente⁴⁸ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 50 m² Verkaufsfläche je Einzelsortiment anzuregen. Um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Forst führen.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit der Stadt Forst (Lausitz) erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollte das Einzelhandelskonzept durch die Stadtverordnetenversammlung der Stadt Forst (Lausitz) als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens legitimiert werden. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

1. **Beschluss des Hauptzentrums Innenstadt Forst (Lausitz)** als „schutzwürdiger Bereich“ und „Investitionsvorranggebiet“ (vgl. Kapitel IV. 3.2.1).
2. **Anerkennung folgender Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet** (vgl. Kapitel IV. 3.2.3).
 - /// „August-Bebel-Straße“ (derzeit Rewe)
 - /// „Spremlinger Straße / Kreisverkehr Wasserturm“ (derzeit Lidl, Netto)
 - /// „Tagorestraße“ (derzeit Norma)
 - /// „Umgehungsstraße“ (Nachnutzungsoption)
 - /// „Triebeler Straße“ (derzeit NP-Markt)
 - /// „Charlottenstraße“ (derzeit Aldi)

⁴⁸ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OVG NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

/// „Cottbuser Straße“ (derzeit NP-Markt)

Die Standorte besitzen für die umliegenden Wohnquartiere eine hohe Nahversorgungsrelevanz und sollen zur Sicherung der wohnortnahen Versorgung erhalten bleiben.

Anerkennung des **potenziellen Nahversorgungsstandortes** „Skurumer Straße“

3. Beschluss der „Forster Liste“ zentrenrelevanter Sortimente (vgl. Kapitel IV. 2.2.2).

Mit Beschluss der ortsspezifischen Sortimentsliste werden die Sortimente nach ihrer Nahversorgungs- bzw. Zentrenrelevanz definiert. Der Einzelhandel mit **zentrenrelevanten Sortimenten** soll ab einer Verkaufsflächengröße > 50 m² nur im zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt (Anlage 1) angesiedelt oder erweitert werden.

Der Einzelhandel mit **nahversorgungsrelevanten Sortimenten** und einer Verkaufsfläche von mehr als 400 m² ist im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und an den Nahversorgungsstandorten (Anlage 2) entsprechend der „Forster Liste-nahversorgungsrelevante Sortimente“ (Anlage 3) anzusiedeln bzw. zu erweitern. Dies gilt auch für den potenziellen Nahversorgungsstandort „Skurumer Straße“.

Die Integration von **zentrenrelevanten Randsortimenten** bei Ansiedlung oder Erweiterung so genannter „Mehrbranchenunternehmen“ (z.B. Möbel- oder Baumärkte) wird folgendermaßen geregelt: Sie sollen zentrenrelevante Einzelsortimente gem. der Forster Liste bis je max. 50 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten. Darüber hinaus soll die Summe der zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche des Betriebes nicht überschreiten.

4. Bei geplanten Ansiedlungen bzw. Erweiterungen mit einer Gesamtverkaufsfläche oberhalb dieser Verkaufsflächenbegrenzungen muss der Antragsteller durch eine **Auswirkungsanalyse** mittels Verträglichkeitsgutachten nachweisen, dass das Vorhaben zu keiner Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und der Nahversorgungsstandorte führt.
5. Die Verwaltung wird beauftragt, 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, vorzunehmen.
6. Die Verwaltung wird mit der **Publikation der Beschlusslage zum Einzelhandelskonzept** und der aktiven Information der Immobilien- und Grundeigentümer sowie Gewerbetreibenden beauftragt.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Forst zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (etwa 5 – 7 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

V. Zusammenfassung

1. Ergebnisse der Potenzialanalyse

Die Untersuchungen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Forst (Lausitz) kommen zu folgenden wesentlichen Ergebnissen:

- /// Die Stadt Forst (Lausitz) ist von der Landesplanung als Mittelzentrum im Landkreis Spree-Neiße ausgewiesen und weist eine Einwohnerzahl von rd. 18.850 Personen auf.
- /// Im Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt leben gegenwärtig ca. 29.900 Personen, davon stammen rd. 64 % aus Forst selbst bzw. Zone I a und I b ca. 36 % der Einwohner aus dem überörtlichen Marktgebiet (Zone II bzw. Gemeinden im Amt-Döbern-Land).
- /// Das Kaufkraftvolumen für alle Einzelhandelsbranchen beläuft sich im Marktgebiet aktuell auf ca. 141,0 Mio. €. Davon entfallen ca. 51,2 Mio. € auf den Warenbereich Nahrungs- und Genussmittel und ca. 89,8 Mio. € auf Nichtlebensmittel. In die Kaufkraftberechnung flossen die mit Bezug auf den Bundesdurchschnitt unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffern des Untersuchungsraumes mit ein. So verfügt Forst (Lausitz) im Bundesvergleich über einen Kaufkraftindex von ca. 86,3 (Bundesdurchschnitt = 100). In der Zone II des Marktgebietes liegt die Spannweite der Kaufkraftkoeffizienten zwischen 79,8 (Groß Schacksdorf-Simmersdorf) und 89,6 (Wiesengrund).
- /// In der Stadt Forst (Lausitz) kann unter Verwendung dieser Kriterien im Jahr 2025 mit einem Kaufkraftvolumen von ca. 82,7 Mio. € gerechnet werden (Stadtgebiet). Dies entspricht gegenüber dem Kaufkraftvolumen im Jahr 2015 einem nominalen Rückgang von ca. 7 Mio. € (ca. – 8 %).
- /// Der Einzelhandelsbestand in Forst (Lausitz) umfasst 152 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 33.390 m². 51 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 10.356 m² können dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zugeordnet werden. Diese generieren eine Bruttoumsatzleistung von ca. 35,1 Mio. €. Auf den Nichtlebensmittelbereich entfallen 101 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 20.035 m² und einem Bruttoumsatz von ca. 45,2 Mio. €. Die rechnerische Durchschnittsgröße der Betriebe liegt bei rd. 220 m² VK und damit unterhalb des Bundesdurchschnitts von ca. 250 m² VK je Betrieb.
- /// Im Geschäftsjahr 2015 erzielte der Forster Einzelhandel eine Umsatzleistung von ca. 80,3 Mio. €. Dies entspricht einer Kaufkraftbindung im Marktgebiet von ca. 66 %.
- /// Der Einzelhandel in Forst (Lausitz) weist für ein Mittelzentrum eine Zentralität von rd. 90 auf und deutet per Saldo somit auf Kaufkraftabflüsse hin. Dies ist v. a. auf die Lage der Stadt Forst (Lausitz) im Grenzgebiet zu Polen, dem starken Wettbewerbsbesatz des

Oberzentrums Cottbus und auf das nur dünn besiedelte ländliche Umland zurückzuführen.

2. Empfehlungen / Leitlinien

Für die weitere Einzelhandelsentwicklung werden Leitlinien formuliert, welche für Forst (Lausitz) in der Umsetzung handelsbezogener Maßnahmen sowie in der Bauleitplanung als Orientierung bzw. als bindende Grundaussagen dienen sollten. Die GMA empfiehlt der Stadt Forst (Lausitz), eine Legitimierung des EHK nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB.

- /// Das Mittelzentrum Forst (Lausitz) soll als wettbewerbsfähiges und bedeutsames Versorgungszentrum mit einer belebten Innenstadt mit attraktiven Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie etc. wahrgenommen werden. Dem Schutz und der **Versorgungsfunktion im zugewiesenen Verflechtungsbereich** kommt deshalb eine besondere Bedeutung zu.
- /// Dem Stadtzentrum von Forst (Lausitz) kommt dabei eine bedeutende Magnetfunktion für die Einwohner des Stadtgebietes zu. Zum Erhalt und zur Entwicklung eines breiten und attraktiven Einzelhandelsangebotes ist dieser Bereich besonders zu schützen und als **zentraler Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt Forst (Lausitz)“** auszuweisen.
- /// Zur Sicherung der Nahversorgung bzw. wohngebietsnahen Versorgung werden **sieben Nahversorgungsstandorte und ein potenzieller Nahversorgungsstandort** ausgewiesen (Punkt IV, 3.2).
- /// Als Instrument zur Sortimentsdifferenzierung zwischen zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten wird die **„Forster Sortimentsliste“** beschlossen (Pkt. IV, 2.2). Zentrenrelevante Sortimente sollen ab einer Verkaufsflächengröße von 50 m² ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich zulässig sein. Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten als Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente sind zur Verbesserung der wohngebietsnahen Versorgung unter Abwägung der bestehenden Strukturen bis zu max. 400 m² Verkaufsfläche auch an anderen integrierten Standorten zulässig.
- /// Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind zentrenrelevante Randsortimente **bis zu 50 m² je Randsortiment**, in der Summe bis zu 10 % der gesamten Verkaufsfläche des Betriebes, zulässig.
- /// Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt ist in seiner bewusst engen Abgrenzung weiter zu stärken, in dem die Ansiedlung größerer Anbieter möglichst zentral und in

direkter Nachbarschaft zum bestehenden Einzelhandel gelenkt sowie ein aktives, positives **Stadt- und Standortmarketing** verfolgt wird. Zur Vermeidung von Leerstand sind die Interessen der Immobilieneigentümer und neue, innovative Unternehmenskonzepte stärker zu berücksichtigen.

- /// Aufbauend auf dem örtlichen, kommunalen Einzelhandelskonzept sollte eine **regionale Einzelhandelsentwicklungsstrategie** mit regionalen, überregionalen und auch grenzüberschreitenden Handlungs- und Entwicklungsempfehlungen initiiert und erarbeitet werden, welche dann zur regionalen Handlungsgrundlage wird.
- /// Zur Stärkung der gesamten Region ist die Qualifizierung, bessere Vernetzung und Vermarktung der **regionalen Erzeuger- und Arbeitsgemeinschaft** zu fördern. Die Sicherung der Versorgung im ländlichen Raum, die Effizienzsteigerung in der Infrastruktur und Mobilität durch regionale, moderne Mobilitätskonzepte sowie die bessere regionale Vernetzung und Vermarktung auch über die Landesgrenzen hinweg bilden dabei besondere Schwerpunkte.
- /// Das Einzelhandelskonzept soll nach Beschlussfassung offen kommuniziert werden und der **aktiven Information von Immobilien- und Grundeigentümern** sowie den **Gewerbetreibenden** dienen, um diese an der Umsetzung und zielgerichteten Weiterentwicklung des Einzelhandels zu beteiligen. Die Aufwertungsmaßnahmen zur Steigerung der Attraktivität der Innenstadt (Pkt. IV, 3.2.1) stellen ein erstes Grundgerüst als Arbeitsprogramm dar, welches stets weiterzuentwickeln und kontinuierlich umzusetzen ist.

Verzeichnisse	Seite
Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage von Forst (Lausitz) und zentralörtliche Funktion im Untersuchungsraum	25
Karte 2: Wesentliche Standortbereiche des Einzelhandels und prägende Anbieter in Forst (Lausitz)	32
Karte 3: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Forst (Lausitz)	35
Karte 4: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Forst (Lausitz)	60
Karte 5: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Forst (Lausitz)	63
Tabellenverzeichnis	
Tabelle 1: GMA-Branchensystematik	9
Tabelle 2: Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	14
Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Forst (Lausitz) 2007 – 2015	29
Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Forst)	30
Tabelle 5: Einzugsgebiet und Einwohner 2009 und 2015	36
Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels in Forst (Lausitz) 2015	37
Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Forst 2025 (Prognose)	43
Abbildungsverzeichnis	
Abbildung 1: Untersuchungsaufbau	7
Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	10
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Mrd. € in Deutschland (brutto)	11
Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2000 – 2014	11
Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	13
Abbildung 6: Anteil Onlinehandel am Umsatz einzelner Branchen in Prozent	13
Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit den Verhaltensweisen des „hybriden“ Verbrauchers	15
Abbildung 8: Bevölkerungsentwicklung und -prognose in Forst (Lausitz) 1995 – 2030	27
Abbildung 9: Betriebsgrößenstruktur in Forst	31

Abbildung 10: Kaufkraftströme in Forst (Lausitz)	38
Abbildung 11: Relative Verkaufsflächenausstattung (Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner)	40
Abbildung 12: Einzelhandelszentralität nach Branchen der Stadt Forst (Lausitz) 2015	41
Abbildung 13: Ziele des Einzelhandelskonzeptes	47
Abbildung 14: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche	57
Abbildung 15: Einzelhandelstruktur Forst (Lausitz)	58
Abbildung 16: Übersicht Steuerungsempfehlungen	70
Übersichtsverzeichnis	
Übersicht 1: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)	19
Übersicht 2: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	44
Übersicht 3: Kriterien der Zentrenrelevanz	50
Übersicht 4: Forster Sortimentsliste (zusammenfassende Darstellung)	53