

7 Einzelhandelsplan

7.1 Zweck und Bedeutung

Da eine ausgewogene und attraktive Einzelhandelsstruktur einen wesentlichen Faktor für die Vitalisierung unserer Innenstädte darstellt, kommt dem Einzelhandelsplan innerhalb der städtebaulichen Rahmenplanung im Sinne von § 140 Nr. 4 BauGB eine Schlüsselfunktion zu.

Der Einzelhandelsplan soll die komplexen und differenzierten Ergebnisse und abschließenden Empfehlungen eines Einzelhandelsgutachtens bzw. Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in anschaulicher Form in stadtplanerisch und städtebaulich anwendbare Kategorien übersetzen.

Der Einzelhandelsplan ist ein Teilplan des städtebaulichen Rahmenplanes. Der Geltungsbereich des Einzelhandelsplanes ist mit dem Geltungsbereich des Rahmenplanes identisch.

Der Einzelhandelsplan soll eine Orientierung für die zukünftige Entwicklung und den Ausbau der Handelseinrichtungen in der Stadt Pasewalk geben und sichert den Einzelhandelsstandort Innenstadt.

Er hat das Ziel, eine ausgewogene und attraktive Einzelhandelsstruktur als einen wesentlichen Faktor für die Belebung der Innenstadt mit der gewachsenen baulichen Struktur und dem besonderen städtebaulichen Charakter des Zentrums in Einklang zu bringen.

Von grundlegender Bedeutung für die weitere nachhaltige Entwicklung des Pasewalker Einzelhandels und der gesamten Stadtentwicklung ist die Formulierung und Umsetzung klarer räumlich-struktureller Prioritäten.

Für den Einzelhandelsplan wird die Untersuchung Einzelhandelskonzeption und –fachplan für die Stadt Pasewalk des Büros Junker und Kruse Stadtforschung, Planung Dortmund, Stand Februar 2005 zu Grunde gelegt.

Der Einzelhandelsplan beinhaltet die differenzierten Ergebnisse und Empfehlungen der Einzelhandelskonzeption und wird durch die aus rahmenplanerischer Sicht erforderlichen Maßnahmen zur Vitalisierung der Stadt Pasewalk ergänzt. Er dient als Entscheidungsgrundlage für die Verwaltung bei Bauvorhaben, insbesondere bei den städtebaulichen Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen.

7.2 Inhalt

Aufgabe der städtebaulichen Rahmenplanung – ergänzt um den Einzelhandelsplan – ist es, Stabilität zu sichern, Strukturen zu stärken, gezielte Impulse für Entwicklungsrichtungen zu geben und dabei Schwerpunkte zu setzen. Der Einzelhandelsplan darf deshalb nur mit vereinfachten Kategorien arbeiten.

Er sollte städtebauliche und Nutzungsstrukturen vorgeben bzw. Rahmen setzen, die ausreichend flexibel sind, um sich auch geänderten baulich-funktionalen Bedingungen und Nutzungsansprüchen anpassen zu können.

7.3 Analyse der Bestandssituation

7.3.1 Einschätzung der Gesamtstadt

Durch das Büro Junker und Kruse, Stadtforschung - Planung Dortmund wurde mit Stand vom Februar 2005 eine Einzelhandelskonzeption erarbeitet, die die Grundlage für den Einzelhandelsplan bildet.

Die Einzelhandelskonzeption basiert auf einer Analyse der Angebotssituation und des Nachfrageverhaltens in der Stadt Pasewalk.

Folgende für die Stadtplanung relevante Erkenntnisse für die GESAMTSTADT wurden zusammengetragen:

- Handelsstruktur Pasewalks wird von mehreren, über das Stadtgebiet verteilten Handlungsschwerpunkten bestimmt, die größten sind der Hauptgeschäftsbereich der Altstadt und das Fachmarktzentrum Torgelower Straße.
- Pasewalk verfügt über 125 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 24.400 m² (durchschnittlich 195 m² Verkaufsfläche je Geschäft).
- Die Verkaufsfläche teilt sich auf in
 - 9.180 m² Fachmarktzentrum Torgelower Straße
(3.500 m² Leerstand),
 - 5.800 m² Hauptgeschäftsbereich Altstadt,
 - 3.400 m² Fachmarktzentrum Rothenberger Weg,
 - 2.000 m² Fachmarktzentrum Lindenstraße,
 - 2.300 m² Fachmarktzentrum Stettiner Platz
(1.900 m² Leerstand),
 - und verschiedene kleinere Standorte.
- Der Leerstand beläuft sich auf knapp 7.000 m² Verkaufsfläche.
- Bei etwa 12.600 Einwohnern steht je Einwohner etwa 1,95 m² Verkaufsfläche zur Verfügung (Bundesdurchschnitt 1,4 m²).
- In Pasewalk werden alle Warengruppen offeriert, zum Teil nur in geringem Umfang. Ein sehr hoher Versorgungsgrad wird für Lebensmittel (30 % Anteil an Gesamtverkaufsfläche) und Baumarkt- und Gartensortimente erreicht (21 %).

Ausgehend von der Analyse werden folgende Ergebnisse formuliert:

- Absatzwirtschaftlich zusätzlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale sind nicht mehr gegeben.
- Verbesserungen in der Kaufkraftbindung kompensieren dies nicht.
- Als Hauptgrund ist die negative demographische Entwicklung zu sehen.
- Mit Blick auf das bestehende Angebot ist zukünftig ein Verkaufsflächenüberhang zu erwarten. Zum Teil sind aktuelle Leerstände bereits ein Indiz dafür.
- Neue Angebote und Verkaufsflächen sind weitgehend durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren.

Bei der standörtlichen Verteilung des Einzelhandels innerhalb der Gesamtstadt ist es das Ziel, mit Hilfe der Einzelhandelskonzeption und des –fachplanes den Handel in Pasewalk so zu strukturieren, dass er der mittelzentralen Funktion der Stadt gerecht wird. Wesentliche Bausteine sind die Vermeidung einer räumlichen Zersplitterung sowie die Verhinderung des Ausbaus neuer Handelsstandorte. Die Zentrenstruktur der Stadt Pasewalk soll gesichert und gestärkt werden, besonders der Hauptgeschäftsbereich. Je höher der Anteil des zentrumsrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt ist, desto höher ist die Attraktivität, regionale Ausstrahlung und Anziehungskraft der Stadt Pasewalk insgesamt.

Die stark gewandelten Erwartungen der Kundschaft an den Handel und dessen Art, sich zu präsentieren, müssen zur Kenntnis genommen werden und in der Umsetzung struktureller und gestalterischer Konzepte Rechnung getragen werden.

Zusammenfassend wird folgende Zielstellung formuliert:

- räumlich-strukturelle Neuordnung der Handelsstandorte mit dem Ziel der räumlichen Konzentration,
- keine Schaffung zusätzlicher Einzelhandelsstandorte,
- zentrumsrelevanten Einzelhandel nur im Stadtzentrum ansiedeln,
- Stärkung zweier stabiler Einkaufsschwerpunkte (einer davon ist die Innenstadt),
- Stärkung des Hauptgeschäftsbereiches (Innenstadt),
- wohnungsnaher Grundversorgung unterstützen.

7.3.2 Einschätzung des Hauptgeschäftsbereiches

Der Hauptgeschäftsbereich, der zentral im Geltungsbereich des Rahmenplanes liegt, umfasst den Markt, den Neuen Markt, die Ueckerstraße, Prenzlauer Straße und Marktstraße von der Grabenstraße im Norden bis zur Großen Kirchenstraße im Süden. Hier sind ca. 25 % der Gesamtverkaufsfläche konzentriert.

Belebt wird der Hauptgeschäftsbereich im Norden durch den REWE-Markt und das Geschäftszentrum Woolworth an der Markt- bzw. Ueckerstraße, im Süden durch den Lebensmitteldiscounter PLUS an der Großen Kirchenstraße.

Die Ueckerstraße verfügt über einen einseitigen dichten Handelsbesatz. Die Ostseite der Ueckerstraße hingegen vermittelt einen stärkeren Wohnsiedlungscharakter. Die unterschiedlichen Nutzungen der Straßenseiten und die Breite der Ueckerstraße lassen nur teilweise Geschäftsatmosphäre aufkommen. Die Ueckerstraße kann trotzdem als Hauptgeschäftsstraße bezeichnet werden, da sie den kontinuierlichsten Handelsbesatz in Pasewalk aufweist.

Die Marktstraße als wichtige Verkehrsstraße im Stadtzentrum gewährleistet den Zugang zu den wesentlichen innerstädtischen Einrichtungen. Die Marktstraße weist große Handelslücken auf und vermittelt nur abschnittsweise eine städtische Atmosphäre. Die Verbindung zur Ueckerstraße ist nur schwach ausgebildet.

Auf Grund des in größeren Bereichen unzusammenhängenden Geschäftsbesatzes ist der Hauptgeschäftsbereich nur bedingt erlebbar.

Verkehrstechnisch ist der Hauptgeschäftsbereich gut erschlossen. Diverse Stellplatzmöglichkeiten befinden sich unmittelbar auf den eigenen Grundstücken (Woolworth oder Plus). Darüber hinaus stehen Stellplatzangebote entlang der Ueckerstraße, der Ferdinand-von-Schill-Straße, entlang des Neuen Marktes und des Marktplatzes zur Verfügung.

Als Stärken im Hauptgeschäftsbereich sind hervorzuheben:

- das Kaufhaus Woolworth als stärkster Handelsbaustein,
- die Nahversorger REWE und PLUS als Frequenzbringer,
- Bereiche der Ueckerstraße mit dichtem Handelsbesatz,

- der prägende Marktplatz, der für mobilen Handel und Veranstaltungen genutzt werden kann,
- zahlreiche vorhandene und potenzielle Identifikationspunkte der Innenstadt.

Es bestehen auch Schwächen, die auf Grund der verteilten Handelsstruktur über die gesamte Stadt Pasewalk besonders schwer wiegen. Dazu zählen:

- das Fehlen einer starken Hauptlage mit beidseitigem Handelsangebot,
- die unzusammenhängende Verteilung des Handels und fehlende Verbindungen untereinander,
- der als Innenstadt und Handelsbaustein nicht ausgeprägte Komplex an der Großen Kirchenstraße mit Passage und Discounter,
- die gestalterische Qualität der Handelseinrichtungen und Außendarstellung.

Die Innenstadt ist quantitativ gesehen nur der zweitgrößte Handelsstandort. Die beiden Lebensmittelanbieter (PLUS und REWE) sind im gesamtstädtischen Vergleich nicht optimal positioniert. Es sind große Anstrengungen erforderlich, den vorhandenen Bestand im Zentrum zu halten, zu sichern und auszubauen. Hier sollte die Innenstadt, die auf Grund ihrer Vielfalt und Lebensdichte eine Schlüsselposition zukommt, durch neue Angebote gestärkt werden.

7.4 Leitbild

Der Einzelhandelsplan des Rahmenplanes verfolgt das Ziel der räumlichen Konzentration der Einzelhandelsflächen in der Pasewalker Innenstadt.

Das Geschäftszentrum ist zu stärken und durch eine attraktive Gestaltung weiter auszubauen.

Das Leitbild für die Einzelhandelskonzeption wird durch folgende Schwerpunkte charakterisiert:

- Aufbau einer stabilen und innenstadtrelevanten Handelsstruktur entlang der historisch gewachsenen Räume (Ueckerstraße/Prenzlauer Straße – Neuer Markt – Markt – Marktstraße),
- Sicherung eines nördlichen und eines südlichen Geschäftszentrums als Zielpunkte im Stadtzentrum,
- Stärkung der zentralen Lagen und Verdichtung des Hauptgeschäftsbereiches,
- Verknüpfung des Einkaufserlebnisses mit den baulich-räumlichen Vorzügen der Innenstadt.

7.5 Konzept

In der bereits mehrfach erwähnten Einzelhandelskonzeption der Stadt Pasewalk (Junker und Kruse, Stadtforschung – Planung, Dortmund; Februar 2005) werden die folgenden Hauptziele als Orientierungsrahmen für die künftige Entwicklung des Pasewalker Einzelhandels dargestellt:

- „■ Oberstes Ziel ist die Sicherung einer räumlich und funktional möglichst optimalen grund- und mittelzentralen Angebotssituation des Einzelhandels. Dazu zählt insbesondere die Stärkung des Hauptgeschäftsbereiches mit seiner lokalen und regionalen Bedeutung sowie des lokal relevanten Nahversorgungsnetzes. Dabei wird der Grundversorgungscharakter der Stadt wegen der sinkenden und alternden Bevölkerung noch deutlicher als bisher zu Tage treten und einen höheren Stellenwert einnehmen.“

- Hierzu müssen klare räumlich-strukturelle Prioritäten als Orientierungsrahmen für zukünftige Planungen formuliert werden. Dazu gehört das Ziel, eine weitere räumliche Zersplitterung der Handelslagen durch Ausweisung neuer Handelsstandorte zu vermeiden, denn zu viele Handelsstandorte mit einer Verteilung über die Stadt nach dem „Gießkannenprinzip“ führen zur Schwächung der Handelslandschaft und reduzieren mögliche Agglomerationseffekte.
- Entwicklungsperspektiven sind insbesondere für den Hauptgeschäftsbereich notwendig. Die Überschreitung der ausgeschöpften absatzwirtschaftlichen Spielräume kann speziell den Hauptgeschäftsbereich auf Grund der dort vorhandenen schwierigen Rahmenbedingungen negativ tangieren. Um hier negative Effekte zu vermeiden, muss ein Rückbau im Einzelhandel begleitet und gesteuert werden. Hauptziel ist eine Sicherung und Stärkung der Zentrenstruktur durch eine Verbesserung der räumlichen Konzentration zentrenrelevanter Sortimente im Hauptgeschäftsbereich.
- Eine „nachhaltige“ Stadtentwicklung kann insgesamt nur durch eine langfristige Entwicklung des Einzelhandels durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung erfolgen. Dafür ist eine verbesserte Funktionsteilung der Handelsbereiche notwendig, die keine direkte Konkurrenz, sondern eine Ergänzung der Angebote anstrebt.
- Die Reaktivierung des Standortbereiches Stettiner Platz ist insgesamt dem Ausbau oder der Neuschaffung peripherer Standorte vorzuziehen.
- Schließlich ist die Stärkung der Ausstrahlung des Einzelhandels in Stadt und Region, insbesondere im Hinblick auf Stettin als Konkurrenzstandort als weiteres Ziel festzuhalten.“¹

Junker und Kruse entwickeln für Pasewalk verschiedene gesamtstädtische Szenarien, die den Entwicklungskorridor bezüglich möglicher Auswirkungen reflektieren.

■ **Szenario „Große und kleine Rochade“**

„Diese eng miteinander verbundenen Szenarien gehen von einer räumlichen Konzentration und funktionalen Trennung des örtlichen Einzelhandels an zwei bestehende Handelsschwerpunkte aus.

Vor dem Hintergrund des demographischen Wandels geht es vorrangig um das Ziel der Ausschöpfung von Synergieeffekten zur Vermeidung von Wegen und Sicherung attraktiver Angebote. Im Szenario Große Rochade werden sämtliche zentrenrelevante Nutzungen von verschiedenen Handelsstandorten im Stadtgebiet in die Innenstadt verlagert, um den dortigen Angebotschwerpunkt zu optimieren und auszubauen. Hierbei gibt Edeka Neukauf seinen Standort an der Torgelower Straße auf und zieht in den Hauptgeschäftsbereich. Im Gegenzug werden nicht zentrenrelevante Angebote, wie der Möbelmarkt an der Pestalozzistraße an die Torgelower Straße umgesiedelt, die neben der Innenstadt als zweiter attraktiver Angebotspol in Pasewalk funktioniert.

Im Szenario Kleine Rochade werden die beiden Handelsstandorte ebenfalls funktional ergänzt, ohne dass bereits dort bestehende Nutzungen ausgetauscht bzw. verlagert werden.

- Mit einer konzentrierten Entwicklung ausgewählter Standorte und der Aufgabe einiger heutiger Einzelhandelsstandorte kann eine verbesserte funktionale Ergänzung der Standorte untereinander herbeigeführt werden.

¹ Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung Dortmund, Einzelhandelskonzeption und –fachplan Pasewalk, Februar 2005

- Die standörtliche und funktionale Konzentration erleichtert den zukünftigen Umgang mit Ansiedlungsbegehren, die von Seiten der Stadtplanung eindeutig zugeteilt und an den richtigen Standort gelenkt werden können. So kann die zukünftige Handelsentwicklung im Rahmen der eingeschränkten Entwicklungsspielräume restriktiv und dennoch offen für Innovationen am richtigen Standort weitergeführt werden.
- Gleichzeitig wird ein Abbau von Leerständen sowie potenziellen Standorten erzielt, welcher der dispersen Handelsstruktur in Pasewalk entgegenwirkt.
- Durch eine klare Aufgabenteilung des Handels kann sich Pasewalk als Handelsstandort deutlicher im Umland positionieren und somit eine verbesserte regionale Ausstrahlung induzieren.²

■ **Szenario „Verbrauchermarkt am Stettiner Platz“**

„Dieses Szenario sieht eine Reaktivierung eines weitgehend aufgegebenen Einkaufsschwerpunktes vor.

Aufgrund fehlender großflächiger Entwicklungsflächen im Hauptgeschäftszentrum wird im räumlichen Kontext zur Innenstadt ein ehemaliger Handelsstandort mit der Ansiedlung eines Verbrauchermarktes neu aufgestellt. Somit entsteht ein städtebaulich integrierter, zentral gelegener Standort, der jedoch nur bedingt eine funktionale Ergänzung zur Innenstadt darstellen würde.

- Das Standortpotenzial am Stettiner Platz wird durch die Inwertsetzung der Leerstandsflächen aufgegriffen und somit ein städtebaulicher Missstand beseitigt.
- Die Angebotsüberschneidungen des Vorhabens mit dem Hauptgeschäftsbereich begrenzt die potenzielle funktionale Ergänzung beider Standorte und kann zu Veränderungen im Geschäftsbesatz des Hauptgeschäftsbereiches führen.
- Möglicherweise erfährt die wohnortnahe Nahversorgung eine Ausdünnung, da vorhandene Kaufkraft umgeleitet wird.
- Im Gegenzug hierzu könnte sich die regionale Ausstrahlung aufgrund der Angebotsattraktivität des Vorhabens verbessern. Die Stadt Pasewalk könnte somit eine Stärkung ihrer mittelzentralen Leitfunktion erfahren.
- Vor dem Hintergrund der räumlichen Distanz gestaltet sich die städtebauliche Verknüpfung des neuen Einkaufsschwerpunktes mit dem Hauptgeschäftsbereich äußerst schwierig.³ Dennoch sind geeignete Maßnahmen zur Verknüpfung des Hauptgeschäftsbereiches mit dem Stettiner Platz zu entwickeln. Dies kann z. B. über werbewirksame Maßnahmen und abgestimmte Marketingstrategien erfolgen.

Zur Umsetzung der Zielstellung und zur nachhaltigen Stärkung des Haupthandelsbereiches Innenstadt wurde die sogenannte „Pasewalker Liste“ mit Nennung zentrenrelevanter Sortimente entwickelt. Diesen Sortimenten ist bei der weiteren baulich-räumlichen Entwicklung besonderes Augenmerk zu schenken.

² Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung Dortmund, Einzelhandelskonzeption und –fachplan Pasewalk, Februar 2005

³ Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung Dortmund, Einzelhandelskonzeption und –fachplan Pasewalk, Februar 2005

Zentrenrelevante Sortimente in Pasewalk – Pasewalker Liste

Bäckerei-/Konditoreiwaren
Metzgerei-/Fleischereiwaren
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren)
Getränke
Drogerieartikel, pharmazeutischer Bedarf, Parfümeriewaren, Kosmetika, Körperpflegeartikel, Wach-, Putz- und Reinigungsmittel
Medizinische und orthopädische Artikel, Hörgeräte
Schreib-, Papierwaren, Schul-, Büroartikel, Stempel
Zeitschriften
Bücher
Herrenbekleidung
Damenbekleidung
Kinderbekleidung
Lederbekleidung
Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren
Sonstige Bekleidung
Schuhe
Lederwaren (Koffer, Taschen, Kleinteile)
Bastelbedarf, Pokale, Vereinsbedarf
Kunst, Bilder, Rahmen
Spielwaren (Spiele, Spielzeug)
Sportbekleidung/Sportschuhe
Sportartikel und –geräte, Campingartikel
Hausrat, Schneidwaren, Bestecke, Haushaltswaren
Glaswaren, Feinkeramik, Geschenkartikel
Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Camcorder, Videokameras, -rekorder, unbespielte und bespielte Tonträger, Videospiele
Musikinstrumente
Mobiltelefone, Telefon- und Telefaxgeräte und Zubehör
Personal Computer, Peripheriegeräte, Zubehör, Software
Fotokameras, Fotofilme, Projektoren, Objektive etc., Brillen, Kontaktlinsen und Pflegemittel, optische Geräte (Ferngläser, Mikroskope etc.)
Elektrokleingeräte (Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen etc.)
Leuchten und Zubehör
Haus- und Heimtextilien, Tischwäsche, Gardinen
Uhren und Schmuck
Zoologischer Bedarf
Schnittblumen
Fahrräder und Zubehör
Antiquitäten, second hand vorstehender Warengruppen

Quelle: Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung Dortmund, Februar 2005

Ausgeschlossen bzw. gezielt in anderen Stadtbereichen angesiedelt werden sollten die nicht zentrenrelevanten Sortimente.

Nicht zentrenrelevante Sortimente in Pasewalk – Pasewalker Liste

Elektrogroßgeräte (Kühl- und Gefrierschränke, Kochgeräte, Waschmaschinen, Wäschetrockner, Geschirrspülmaschinen etc. (weiße Ware)
Möbel (auch Büromöbel), Holz-, Korb-, Korkwaren, Wohneinrichtungsbedarf (Gardinen und Bodenbeläge)
Bettwaren, Matratzen
Teppiche (Einzelware), höherwertige Bodenbeläge (z. B. Perser)
Baumarktspezifische Waren (Tapeten, Lacke, Farben, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleineisen, Installationsbedarf, Gartengeräte, Gartenmöbel, Blockhäuser, Wintergärten, Zäune)
Werkzeuge und Maschinen, Elektrozubehör (z. B. Bohrmaschinen, Rasenmäher), Eisenwaren
Rollos, Rollläden, Markisen
Kfz-Zubehör
Pflanzen, Sämereiartikel (ohne Schnittblumen)
Antiquitäten, second hand vorstehender Warengruppen

Quelle: Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung Dortmund, Februar 2005

Zusammenfassend sind die folgenden Grundsätze für das Rahmenplangebiet einschließlich des Hauptgeschäftsbereiches maßgebend:

- Ansiedlungsvorhaben außerhalb des Stadtzentrums mit innenstadtrelevanten Sortimenten sollten konsequent ausgeschlossen werden. Flächenzuwachs an Einzelhandelseinrichtungen soll mit aller Konsequenz auf die Innenstadt konzentriert werden.
- Revitalisierungsschädliche Nutzungen, die keine oder nur wenige Kunden- und Passantenfrequenzen erzeugen, sollten im Bereich der Hauptgeschäftszone ausgeschlossen werden.
- Banken und Versicherungen sind in diesem Bereich auf ein Mindestmaß zu beschränken.
- Angebote an aperiodischem Bedarf sollten in der Innenstadt weiterentwickelt werden, insbesondere in zentrumstypischen Branchen.
- Das Geschäftszentrum ist zu stärken und durch eine attraktive Gestaltung weiter auszubauen.
- Die durchgängige Gestaltung des öffentlichen Raumes gewinnt zunehmend an Bedeutung. Für das Geschäftszentrum ist ein qualitativ hochwertiges Raumerlebnis im Einklang von Handel, Außenpräsentation und öffentlichem Raum zu schaffen.

Basis muss ein gestalterisches Gesamtkonzept für den Hauptgeschäftsbereich sein.

Aufbauend auf der Einzelhandelskonzeption wird als mittelfristiges Ziel für den Rahmenplan das Szenario einer „Knochenstruktur“ aufgegriffen. Dieses Szenario ist als idealisiertes Zielkonzept aufzufassen.

„Das Prinzip der Knochenstruktur findet sich häufig in Handelszentren. Es bedeutet, dass großflächige Handelsmagneten, wie z. B. Kaufhäuser oder Supermärkte, mehrere kleine Geschäfte einrahmen. Die kleinen Geschäfte ergänzen das Angebot der Großen und stehen für Abwechslung und Flexibilität, während die Magneten für die erforderlichen Kundenfrequenzen und Besucherströme sorgen. Die meisten Einkaufszentren funktionieren nach diesem Prinzip und in vielen innerstädtischen Geschäftszentren ist dieser Baustein enthalten und/oder markiert die Hauptlage.

Ansätze einer solchen Struktur sind auch in Pasewalk vorhanden; dabei wird der nördliche Pol durch das Kaufhaus Woolworth und Rewe und der südliche Pol durch den Discounter Plus gebildet. Auf Grund der nicht optimal aufgestellten Lebensmittelanbieter und der harten Konkurrenzsituation ist eine Vergrößerung und Attraktivierung der beiden Lebensmittelmärkte erforderlich. Zielvorgaben für den Nordpol wäre die Ergänzung des Kaufhauses durch Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (als Erweiterung des vorhandenen Supermarktes) in einer Größenordnung von bis zu 1.500 m² Verkaufsfläche. Für den Südpol gilt als Ziel die Errichtung eines zukunftsfähigen Lebensmitteldiscounters mit bis zu 1.000 m² Verkaufsfläche.“⁴

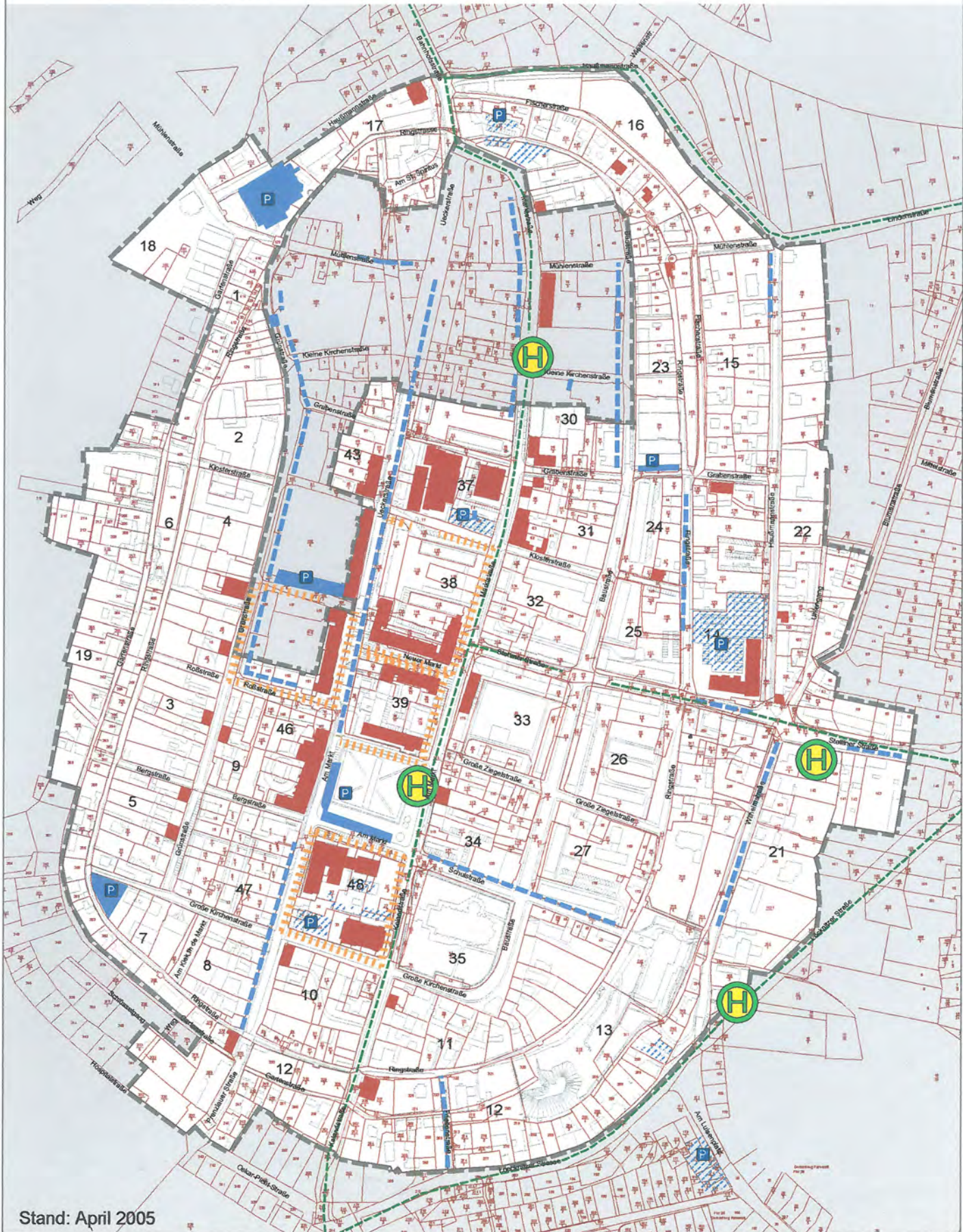
Für ein zukunftsfähiges Geschäftszentrum in Pasewalk ist die o. a. Stärkung der beiden Pole der Idealfall. Im Zwischenraum können sich weitere kleinteilige Handelsnutzungen ansiedeln. Insbesondere die Ueckerstraße würde hierdurch in ihrer Funktion als „Hauptlage“ gestärkt.

Die Ausstrahlung des Einzelhandels in der Stadt Pasewalk und insbesondere in der Region soll mit den beschriebenen Maßnahmen verbessert und gestärkt werden.

⁴ Junker und Kruse Stadtforschung ■ Planung Dortmund, Einzelhandelskonzeption und –fachplan Pasewalk, Februar 2005

LEGENDE

- öffentliche Parkfläche
- private Parkplätze
- Parkplatzmangel
- Parken entlang der Straße
- H Haltestellen ÖPV
- Streckenverlauf Bus
- Entwicklung Läden / Handelseinrichtungen



Stand: April 2005

INGENIEURBÜRO D. NEUHAUS & PARTNER GmbH



August-Bebel-Straße 29
17389 Anklam
Tel.: 0 39 71 / 21 04 88/89 - Fax: / 83 30 40

STÄDTEBAULICHER RAHMENPLAN PASEWALK
Fortschreibung 2004

- Verkehrliche Erschließung Einzelhandel -






Datum: April 2005

Seite: 57

H/B = 297.0 / 210.0 (0.06m²)

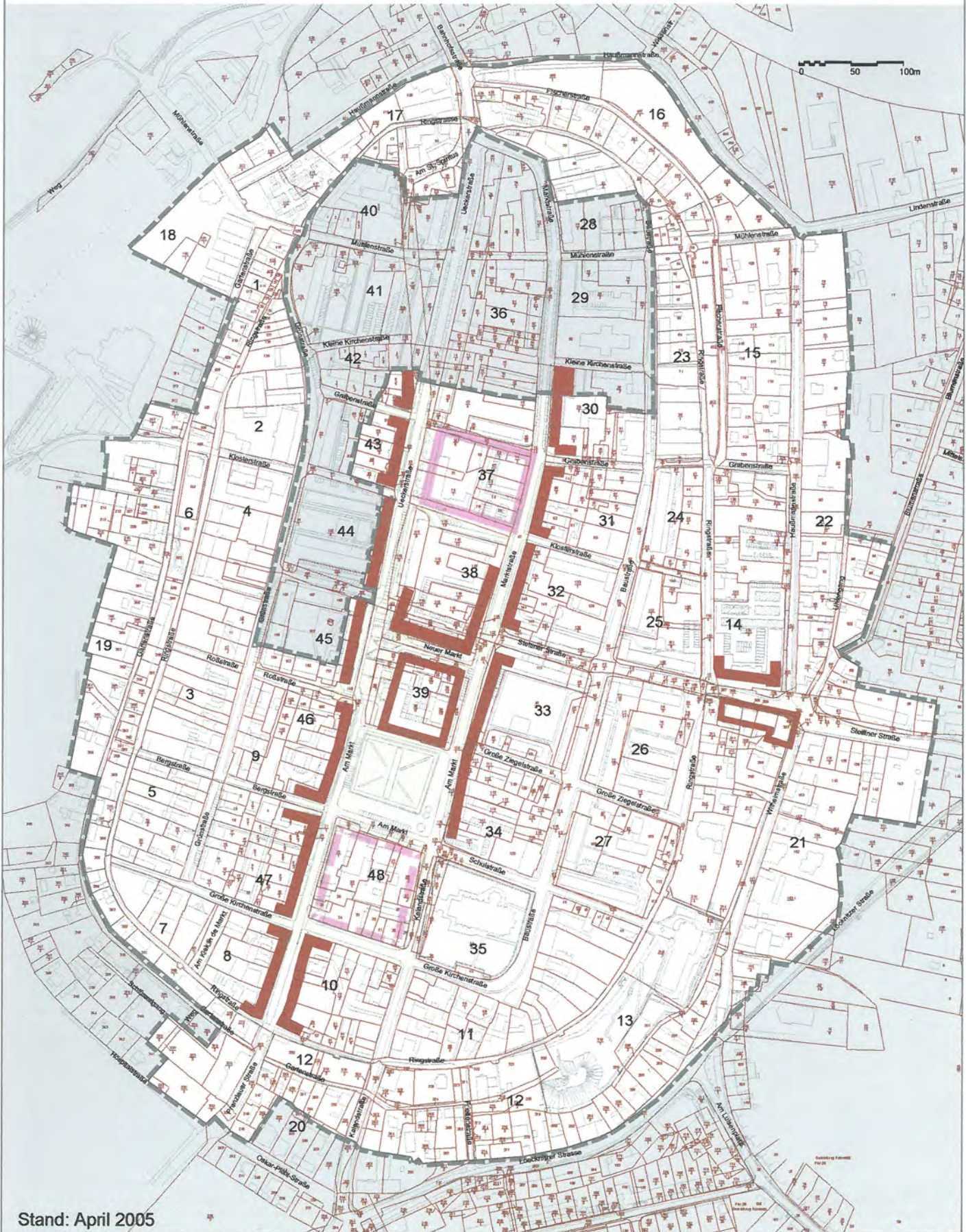
Allplan

LEGENDE


-  Geltungsbereich Sanierungsgebiet
-  Geschäftszentrum - 1. Priorität
-  Entwicklung Läden / Handelseinrichtungen
-  Geschäftszentrum - 2. Priorität
-  Öffentlicher Raum zur Förderung des Einzelhandels



0 50 100m



Stand: April 2005

INGENIEURBÜRO D. NEUHAUS & PARTNER GmbH

 August-Bebel-Straße 29
 17389 Anklam
 Tel.: 0 39 71 / 21 04 88/89 - Fax: / 83 30 40

STÄDTTEBAULICHER RAHMENPLAN PASEWALK
 Fortschreibung 2004
 - Einzelhandelskonzept -

Datum: April 2005
 Seite: 58

H/B = 297.0 / 210.0 (0.06m²)

Allplan