

 **Stadt- und Regionalplanung**  
Dr. Jansen GmbH



## **Stadt Lübbenau/Spreewald Wirkungsanalyse für Fabrikverkauf mit Bekleidung im Lausitz Industriepark Lübbenau/Spreewald**

Ergebnisvorstellung in der gemeinsamen Sitzung der Ausschüsse „Bau, Wohnen, Verkehr und Umwelt“ und „Wirtschaft, Gewerbe und Tourismus“ am 16.03.2015

Dipl.-Volksw. Angelina Sobotta

 **Stadt- und Regionalplanung**  
Dr. Jansen GmbH

## **Agenda**

1. Arbeitsschritte und Grundlagen
2. Planstandort und Projektplanung
3. Zum Betriebstyp FOC/Fabrikverkauf
4. Übergeordnete Vorgaben
5. Standortbewertung
6. Einzugsgebiet
7. Wettbewerbssituation
8. Wirkungsanalyse
  - => Variante 1
  - => Variante 2
9. Vereinbarkeit mit übergeordneten Vorgaben

2



## Arbeitsschritte und Grundlagen

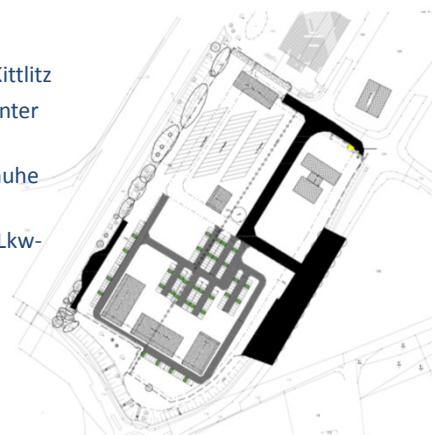
- Einzelhandelskonzept für die Stadt Lübbenau/Spreewald, Dezember 2013, Stadt + Handel/complan Kommunalberatung
- Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Finsterwalde, März 2009, CIMA
- Konzept zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung der Stadt Cottbus, Mai 2008, BBE
- Ergebnisse der Bestandsaufnahme des Einzelhandels im Bundesland Brandenburg, Juli 2010 – Januar 2011, Stadt + Handel
- Eigene Vor-Ort-Erhebung des untersuchungsrelevanten Einzelhandels in der Region im November/Dezember 2014
- Standortbewertung im Dezember 2014

3



## Planstandort und Projektplanung

- Lausitz-Industriepark im Ortsteil Kittlitz
- Drei Ladeneinheiten mit jeweils unter 800 qm Verkaufsfläche
- Fabrikverkauf mit Bekleidung, Schuhe und Sportbekleidung/-schuhen
- Benachbart: Rasthof, Tankstelle, Lkw-Waschanlage



Quelle: Entwurfsplan Planungsbüro Dipl.-Ing. (FH) Anke Miltschus. 4



## Begrifflichkeiten

### **Fabrikverkauf:**

am Herstellungsort, oftmals auch Überproduktion,  
Warenretouren, Ware mit kleinen Fehlern  
= i.d.R. keine Filialbetriebe

### **Factory Outlet Center:** (auch: Designer Outlet Center)

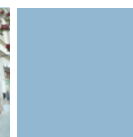
Verschiedene Hersteller und Händler verkaufen ihre  
Marken in voneinander getrennten Ladeneinheiten  
unter dem Dach einer gemeinsamen  
Verkaufseinrichtung, Organisation über eine  
Betreibergesellschaft

5



## FOC-Standortbedingungen

- Überdurchschnittliche PKW-Erreichbarkeit, möglichst Autobahn
- Ausreichende Fläche, evtl. für Erweiterungen, in jedem Fall für Parkplätze
- Eher in kleineren/mittelgroßen Städten als in Großstädten, um direkten Wettbewerb mit markenorientierten Facheinzelhandel zu vermeiden
- Bevorzugt in Nähe touristischer Attraktionen oder an bedeutenden Verbindungsachsen



Quelle: Fotos Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH Dezember 2014.

6

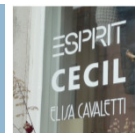


## FOC-Markenausstattung

**Designer-/ Premiumsegment:** u.a. Armani, Burberry, Escada, Gucci, Prada, Michael Kors

**Handelsmarken:** u.a. Benetton, Esprit, Hallhuber, Levi's, Marc O'Polo, Superdry, Tom Tailor, **Gerry Weber, Betty Barclay, Pierre Cardin, Otto Kern, Schiesser, Tamaris**

**Sport/ Outdoor:** u.a. Adidas, Golfino, **Nike**, Puma, Reebok, North Face



7



## FOC-Marktdaten

**Verkaufsflächengröße:**

- mindestens 5.000 qm
- meist aber 10.000/15.000 qm
- Bis zu 33.000 qm (Roermond/ NL)

**Flächenleistung:**

- 3.600 – 4.000 €/qm VKF
- bis zu 5.000 €/qm VKF

**Auffällig:** sukzessive Erweiterung bei erfolgreichem Betrieb  
Umstrukturierung in Anlaufphase



8



## Vorgaben zur Bewertung der Planung

Einzelhandelskonzept der Stadt Lübbenau/Spreewald:

- Zentrenrelevante Sortimente sollen in den Zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden
- Ansiedlung sog. FOC, Werksverkäufe am Standort Lausitz-Industriepark „entspricht nicht den Leitgedanken des Konzepts“

Landesentwicklungsplan Berlin-Brandenburg:

- Konzentrationsgebot, raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot, Kongruenzgebot, Integrationsgebot
- Unterscheidet großflächigen Einzelhandel von Hersteller-Direktverkaufszentren

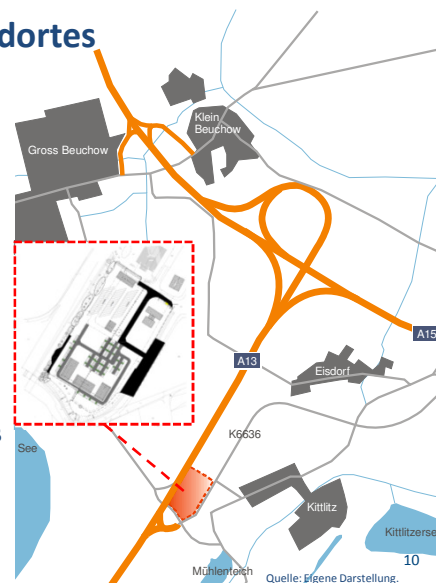


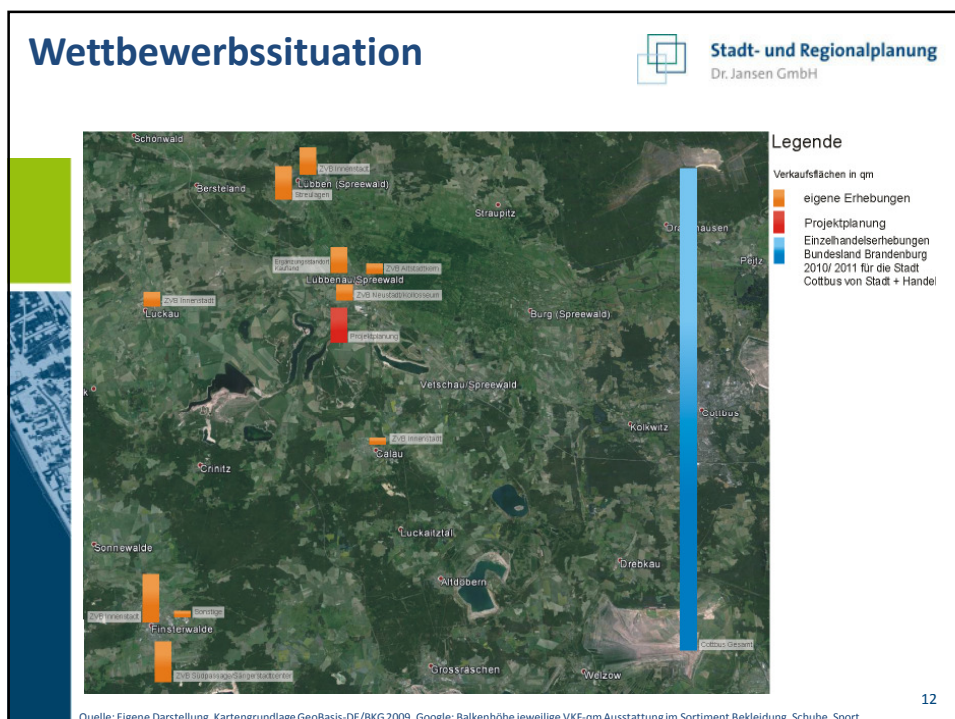
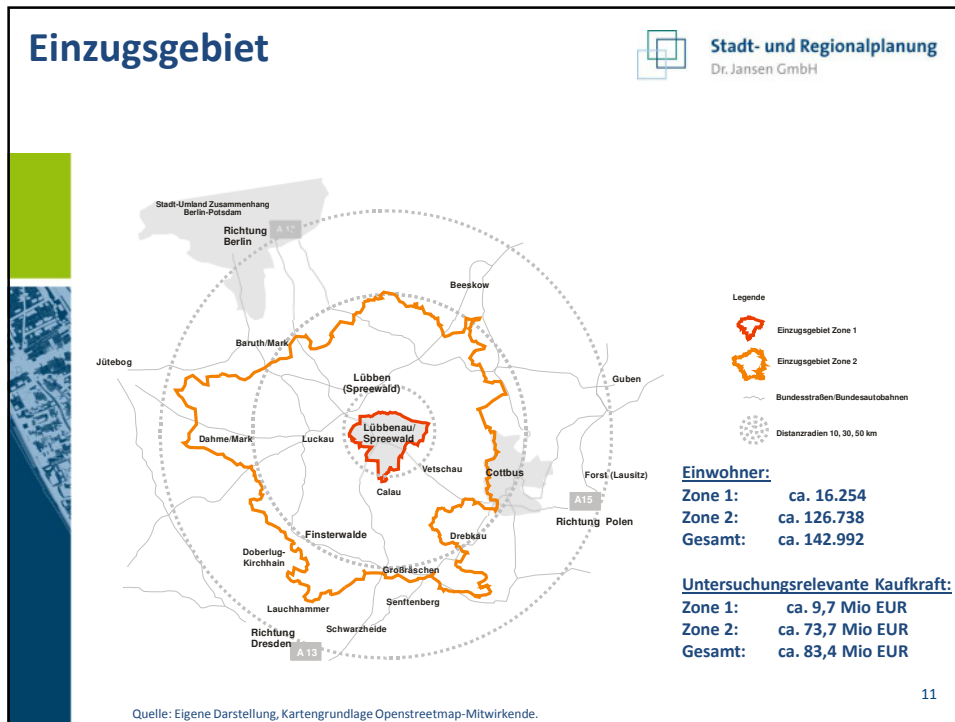
9



## Bewertung des Planstandortes

- Standort geeignet zur Erschließung eines weiträumigen Einzugsbereichs
- Pkw-orientierter Standort, Lage an Autobahndreieck, Nähe zu Anschlussstelle
- Sichtbarkeit zur A 13
- Ggf. Erweiterungsflächen verfügbar
- Touristenroute, Tourismusregion
- Solitärstandort bezogen auf Einzelhandel, keine Synergien
- Anschlussstelle eingeschränkt funktionsfähig, Ausbaustandard BAB ändert sich eventuell
- Touristen aus Berlin werden nicht vorbeigeführt
- Dünn besiedeltes Umland







## Wettbewerbssituation (1)

Untersuchungsrelevante Sortimente: Bekleidung/Schuhe/  
Sportbekleidung/-schuhe

Standort	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. EUR
Lübbenau	19	3.960/3.570	7,3
ZVB Altstadt kern	9	845/720	1,3
ZVB Neustadt/Kolosseum	7	1.260/1.100	2,2
Ergänzungsstandort Kaufland	3	1.855/1.750	3,8
Lübben	26	4.405/4.160	8,3
ZVB Innenstadt	21	1.945/1.860	3,7
vier Streulagen	5	2.460/2.300	4,6

13



## Wettbewerbssituation (2)

Untersuchungsrelevante Sortimente: Bekleidung/Schuhe/  
Sportbekleidung/-schuhe

Standort	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. EUR
Finsterwalde	36	7.035/6.550	13,7
ZVB Innenstadt	28	3.470/3.325	7,3
ZVB Südpassage/Sängerstadtcenter	7	3.045/2.780	5,6
Sonstige	1	520/445	0,8
Sonstige	16	1.850/1.690	3,4
ZVB Ortskern Calau	3	480/480	1,0
ZVB Ortskern Luckau	12	1.140/1.000	2,0
ZVB Ortskern Vetschau/Spreewald	1	230/210	0,4

14

## Variante 1

3 „konventionelle“ Einzelhandelsbetriebe  
z.B. Deichmann/ Reno, Kik/ Adler / Vögele

⇒ ca. 2.400 qm mit ca. 2.500 €/qm ⇒ 6 Mio. € Umsatz

Ansatz: 90 %-ige Umverteilung in angrenzenden Einzelhandelslagen (= 5,4 Mio. €)  
10 %-ige Umverteilung in Cottbus (= 0,6 Mio. €)



Quelle: Fotos Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH Dezember 2014.

15

## Variante 1: Wirkungen (1)

Vorhabenrelevante Sortimente: Bekleidung/Schuhe/  
Sportbekleidung/-schuhe

Standort	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Anteil am Vorhabenumsatz in %
		Prozent	Mio. EUR	
Lübbenau	7,3	20 – 25	1,6	27
ZVB Altstadt kern	1,3	7 – 8	0,1	2
ZVB Neustadt/Kolosseum	2,2	18	0,4	7
Ergänzungsstandort Kaufland	3,8	29 – 30	1,1	18
Lübben	8,3	15 – 20	1,5	25
ZVB Innenstadt	3,7	13 – 14	0,5	8
vier Streulagen	4,6	20 - 25	1,0	17

16





## Variante 1: Wirkungen (2)

### Vorhabenrelevante Sortimente: Bekleidung/Schuhe/ Sportbekleidung/-schuhe

Standort	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Anteil am Vorhabenumsatz in %
		Prozent	Mio. EUR	
Finsterwalde	13,7	15 – 20	2,3	38
ZVB Innenstadt	7,3	18	1,3	22
ZVB Südpassage/Sängerstadtcenter	5,6	18	1,0	16
Sonstige	0,8	-	-	-
Sonstige	3,4	-	<0,1	-
ZVB Ortskern Calau	1,0	-	<0,1	-
ZVB Ortskern Luckau	2,0	-	<0,1	-
ZVB Ortskern Vetschau/Spreewald	0,4	-	<0,1	-

17



## Variante 2

3 FOC- / Fabrikverkäufe  
 z.B. Gerry Weber, Esprit, Nike, Adidas

⇒ ca. 2.400 qm mit ca. 5.000 €/qm ⇒ 12 Mio. € Umsatz

Ansatz: 40 %-ige Umverteilung in angrenzenden Einzelhandelslagen (= 4,8 Mio. €)  
 20 %-ige Umverteilung in Cottbus (= 2,4 Mio. €)  
 40 %-ige Umverteilung gegenüber sonstigen Anbietern/ Standorten (= 4,8 Mio. €)



Quelle: Fotos Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH Dezember 2014.

18



## Variante 2: Wirkungen (1)

Untersuchungsrelevante Sortimente: Bekleidung/Schuhe/  
Sportbekleidung/-schuhe

Standort	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Anteil am Vorhabenumsatz in %
		Prozent	Mio. EUR	
Lübbenau	7,3	15 - 20	1,3	11
ZVB Altstadt kern	1,3	23	0,3	2 - 3
ZVB Neustadt/Kolosseum	2,2	14	0,3	2 - 3
Ergänzungsstandort Kaufland	3,8	18	0,7	6
Lübben	8,3	15 - 20	1,5	12 - 13
ZVB Innenstadt	3,7	24	0,9	7 - 8
vier Streulagen	4,6	13	0,6	5

19



## Variante 2: Wirkungen (2)

Untersuchungsrelevante Sortimente: Bekleidung/Schuhe/  
Sportbekleidung/-schuhe

Standort	Umsatz in Mio. EUR	Umsatzumverteilung		Anteil am Vorhabenumsatz in %
		Prozent	Mio. EUR	
Finsterwalde	13,7	15	2,0	17
ZVB Innenstadt	7,3	18	1,3	11
ZVB Südpassage/Sängerstadtcenter	5,6	12 - 13	0,7	6
Sonstige	0,8	-	-	-
Sonstige	3,4	-	-	-
ZVB Ortskern Calau	1,0	-	-	-
ZVB Ortskern Luckau	2,0	-	-	-
ZVB Ortskern Vetschau/Spreewald	0,4	-	-	-

20



## Vorgaben der Landesplanung

### 4. Steuerung der Siedlungsentwicklung, hiervon 4.7 (Z)

(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 verbrauchernahe Versorgung nicht beeinträchtigen (raumordnerisches Beeinträchtigerungsverbot).

(3) Neue oder zu erweiternde großflächige Einzelhandelseinrichtungen müssen dem zentralörtlichen Versorgungsbereich und der zentralörtlichen Funktion entsprechen (Kongruenzgebot).



21



## Vorgaben der Landesplanung

### 4. Steuerung der Siedlungsentwicklung, hiervon 4.7 (Z)

(4) Hersteller-Direktverkaufszentren mit einer Verkaufsfläche von mehr als 5 000 Quadratmeter sind nur in der Metropole Berlin und in Oberzentren zulässig.

### 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).



22

## Vorgaben des kommunale Einzelhandelskonzeptes

Stärkung der Zentralen Versorgungsbereiche durch Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel bevorzugt in den Zentralen Versorgungsbereichen Altstadt kern und Neustadt/Kolosseum

„Die Ansiedlung von so genannten Factory-Outlet-Centern (...) mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten am Standort des Lausitz-Industrieparks (...) entspricht nicht den Leitgedanken der Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Lübbenau/Spreewald gemäß diesem Konzept.“



Quelle: Fotos Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH Dezember 2014 23

## Vereinbarkeit mit übergeordneten Vorgaben

### Bundesland

Konzentrationsgebot	✓
Raumordnerisches Beeinträchtigungsverbot	!
Kongruenzgebot	✓
Integrationsgebot	!

### Kommune

Stärkung zentraler Versorgungsbereiche	!
--	---

✓ Erfüllt  
! Nicht erfüllt





## Abschließende Empfehlung

Auf Grund der festgestellten fehlenden Vereinbarkeit mit übergeordneten und kommunalen Vorgaben kann die Ansiedlung von – auch mehreren kleinflächigen – Einzelhandelsbetrieben mit den Sortimenten Bekleidung, Schuhe, Sportbekleidung/-schuhe im Lausitz-Industriepark nicht empfohlen werden.



Quelle: Fotos Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen GmbH Dezember 2014 25