

Regionale Versorgung und Einzelhandel

in der Amtsgemeinde Gransee

Martina Rucinski, Friederike Bach

Einleitung

Da die Stadt Gransee mit der benachbarten Stadt Zehdenick ein Zentrum in Funktionsteilung bildet, wurde diese Stadt in den folgenden Analysen mitbetrachtet. Des Weiteren wurden in der Vergangenheit, sowie auch aktuell, informelle Konzepte, wie beispielsweise das INSEK, unter Einbeziehung der Städte Gransee, Zehdenick sowie Fürstenberg/Havel fortgeschrieben, weshalb auch Fürstenberg mit in unsere Betrachtungen aufgenommen wird.

Wir näherten uns im Thema Wirtschaft und Einzelhandel auf überregionaler Ebene und betrachteten neben der Amtsgemeinde Gransee, ebenfalls die Gemeinden Fürstenberg und Zehdenick im Osten, als auch die Gemeinde Rheinsberg im Westen, welches aufgrund seiner unmittelbaren Nähe und seiner Größe ebenfalls mitbetrachtet wird.

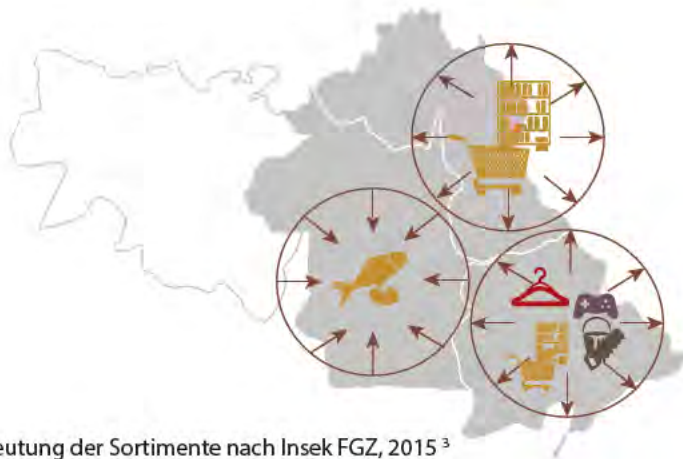
Ferner sind diese vier Städte die größten im Umland der Amtsgemeinde Gransee. Gransee besitzt ca. 5.721, Fürstenberg ca. 6.000, Zehdenick ca. 13.345 und Rheinsberg ca. 8.120 Einwohner.^A



Logo 1



Blick in die Rudolf-Breitscheid-Straße nach Westen²



Bedeutung der Sortimente nach Insek FGZ, 2015 ³



Nischenprodukte nach Insek FGZ, 2015 ⁴



Wirtschaftsschwerpunkt nach Maßnahmenbezogenen Insek, 2011 ⁵



Wirtschaftsschwerpunkt OHV nach WinTech, 2015 ⁶

Analyse

Wirtschaft

Das maßnahmenbezogene Konzept zum INSEK der Städte Gransee, Zehdenick und Fürstenberg/Havel aus dem Jahr 2011 legt zum Thema Wirtschaft für die oben genannten Städte Wirtschaftsschwerpunkte fest. Hierbei wird Gransee als Verwaltungs- und Wirtschaftsschwerpunkt, Fürstenberg/Havel als Schwerpunkt für Tourismus und Zehdenick als Dienstleistungs- und Einzelhandelsschwerpunkt genannt.

Im nächsten Schritt analysierten wir die Branchenschwerpunkte der einzelnen Städte. Gransee nimmt dabei den größten Anteil im medizinischen Bereich, der Biotechnologie sowie im Bauen und in der Stahlindustrie ein. Fürstenberg/Havel besitzt seinen Schwerpunkt in der Metallverarbeitung und Zehdenick seinen in der Automobilindustrie, der Metallverarbeitung sowie der Logistik.^B

Im INSEK FGZ 2015 werden im Bereich Wirtschaft für die drei Städte Leitbilder empfohlen. Demnach soll die Stadt Gransee sich auf die Schwerpunkte Gewerbe, Dienstleistung, Verwaltung, Gesundheit und Handel konzentrieren.^C

Das Leitbild der Stadt Zehdenick benennt Gewerbe, Handel, Dienstleistung/Verwaltung, Handwerk und Tourismus als Schwerpunkt.^D

Die Stadt Fürstenberg/Havel soll sich auf kleinere und mittlere Unternehmen, Tourismus, Dienstleistungen sowie Verwaltung, Gesundheit und Handel konzentrieren.^E

Laut INSEK dient Gransee mit seiner Größe an Verkaufsflächen, vor allem im Nahrungs- und Genussmittelbereich, lediglich der Versorgung der eigenen Bevölkerung mit diesem Sortiment. Jedoch besitzt Gransee im Gegensatz zu den anderen betrachteten Städten ein spezialisiertes Angebot in den Bereichen Juwelier und Optik.

Zehdenick hat mit seinen beiden Vollsortimentern sowie dem Bau- und Gartenmarkt eine Bedeutung,

welche über die Eigenversorgung hinausgeht. Nischensortimente bietet Zehdenick vor allem im Jagdbedarf und im Bereich Sportartikel.

In Fürstenberg/Havel sind ebenfalls zwei Vollsortimenter sowie ein Baumarkt ansässig, welche regional bedeutsam sind. Ein spezialisiertes Sortiment bietet Fürstenberg/Havel im Bereich Bootsmotoren. Auch gibt es schon einige Regionalläden, die es in den umgebenen Städten nicht gibt.⁶

Aus den Untersuchungen des INSEK ergab sich, dass den beiden Städten Zehdenick und Fürstenberg/Havel vor allem im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel eine regionale Bedeutung zukommt, Gransee hingegen nur in den Nischensortimenten. Nach dieser Betrachtung wurden eigene Analysen der Sortimente durchgeführt, um die oben genannten Informationen zu hinterfragen.

Zur Kategorisierung der Sortimente wurde auf die bereits vorhandene Unterteilung des Einzelhandelskonzeptes 2007 Gransee, von der GMA, zurückgegriffen.



Wirtschaftsschwerpunkt nach Insek FGZ, 2015 ⁷



Sortimentsschwerpunkte nach eigenen Recherchen ⁸

Öffentlicher Raum und Nutzung

Vom Bahnhof Gransee erreicht man die Altstadt, in welcher sich der zentrale Versorgungsbereich befindet, innerhalb von etwa 10 – 15 Gehminuten.

Entlang der in der Altstadt gelegenen Rudolf-Breitscheid-Straße befinden sich zahlreiche unterschiedliche Nutzungen. Hier lassen sich sowohl Einzelhandel, als auch Dienstleistungen und öffentliche Einrichtungen finden. Von dieser historischen Ost-West-Achse gehen zwei markante Plätze ab, zum einen der Schinkelplatz im Westen und zum anderen der Kirchplatz im Osten der Stadt. Auffällig ist, dass sich an den beiden Plätzen, als auch in der Kernstadt generell, kaum bis gar keine Gastronomie befindet. Dies führt zu einer Verödung der Plätze, obwohl beide gute städtebauliche Voraussetzungen bieten.

Auch wenn sich die meisten Nutzungen nur entlang der Rudolf-Breitscheid-Straße konzentrieren, fällt

dort dennoch ein recht hoher Gewerbeleerstand auf, der nicht zwingend mit dem Sanierungszustand der Gebäude zusammenhängt. Aus Gesprächen mit Einzelhändlern fiel auf, dass die meisten Geschäfte von den Eigentümern selbst geführt werden und der überwiegende Gewerbeleerstand wohl an den Mieten liegen muss.

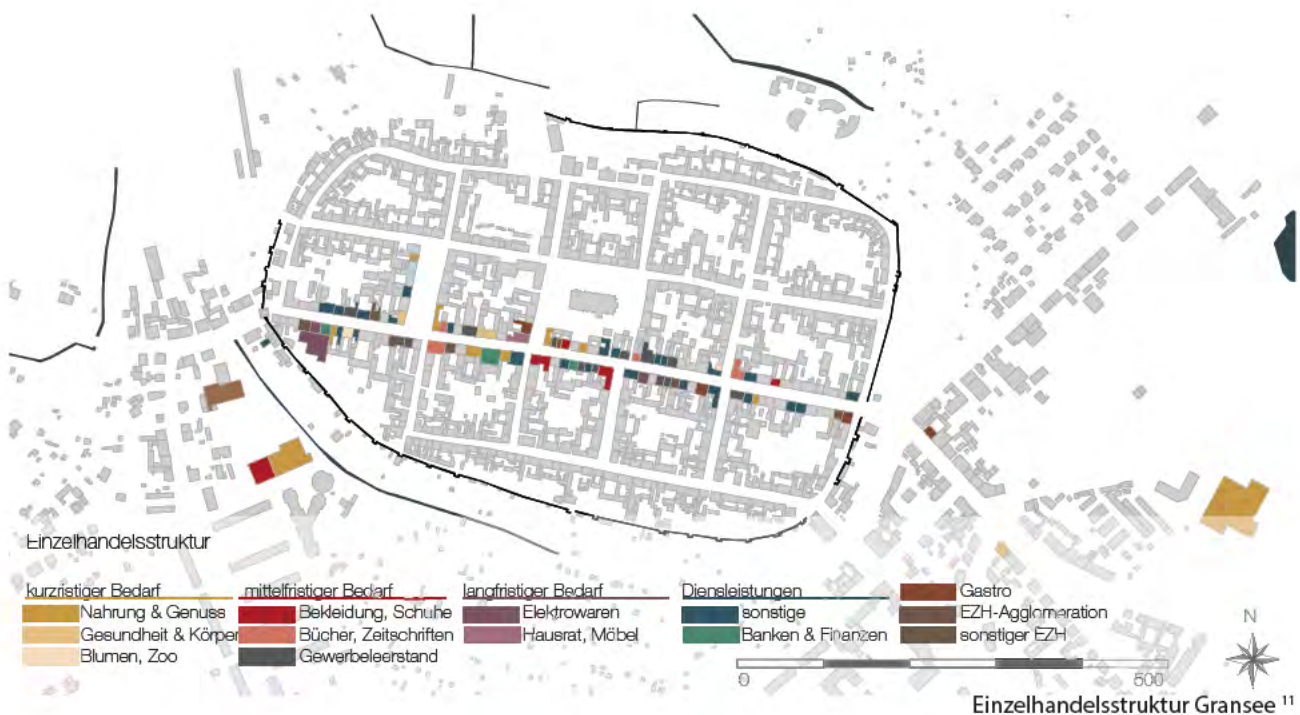


Einzelhandelsstruktur Gransee

Der Einzelhandel konzentriert sich vor allem in der Altstadt, welche das zentrale Versorgungszentrum der Stadt darstellt und sich in der Rudolf-Breitscheid-Straße konzentriert. Entlang der B96, der Ruppiner Straße und der Templiner Straße gibt es hingegen nur vereinzelt Einzelhandel. In der Altstadt sind alle Bedarfe vertreten, jedoch sind diese, bis auf den Elektromarkt, eher kleinflächig. Dieser liegt am westlichen Stadteingang. Großflächige Einzelhandelsangebote befinden sich außerhalb der Altstadt. Diese bieten meist die Sortimente der Nahrungs- und Genussmittel an, welche durch die Discounter Penny, Aldi und Netto vertrieben werden.



Einblick in die Geschäfte der Rudolf-Breitscheid-Straße Gransee ¹⁰





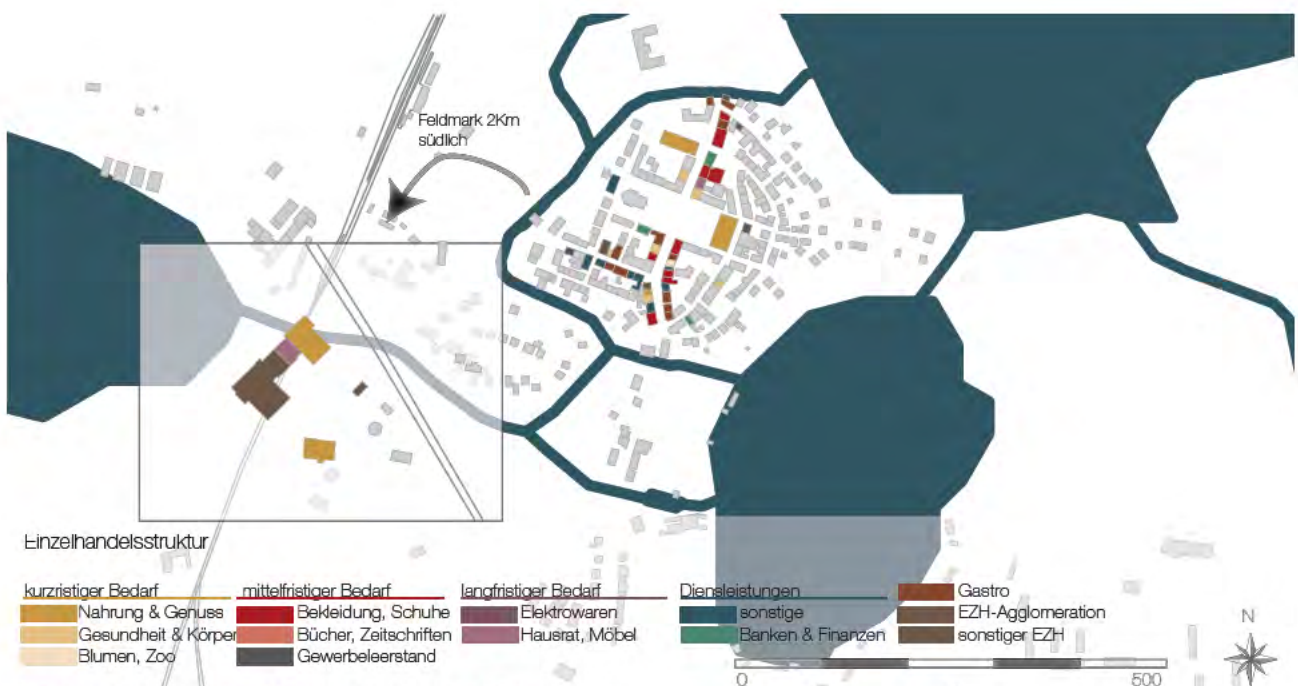
Blick auf die Kirche Richtung Westen, Fürstenberg/Havel ¹²

Einzelhandelsstruktur Fürstenberg

Der Einzelhandel in der Stadt Fürstenberg/Havel beschränkt sich auf zwei Standorte. Zum einen findet man kleinteiligen bzw. kleinflächigen sowie auch großflächigen Einzelhandel in der Altstadt, zum anderen gibt es großflächigen Einzelhandel im Gewerbegebiet „Feldmark“, zwei Kilometer südlich der Altstadt.

Den mittelfristigen Bedarf decken die kleinteiligen Geschäfte in der Altstadt ab. Den kurzfristigen Bedarf, vor allem im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmitteln, wird an beiden Standorten von großflächigen Geschäften, je einem Discounter und je einem Vollsortimenter, abgedeckt. Im Gewerbegebiet gibt es darüber hinaus noch einen Baumarkt und ein Geschäft für Hausrat.

Der Gewerbeleerstand beschränkt sich hier auf die Nebenstraßen, den sogenannten 2er-Lagen.



Einzelhandelsstruktur Fürstenberg/Havel, eigene Erfassung ¹³

Einzelhandelsstruktur Rheinsberg

Eine Konzentration des Einzelhandels ist für die Stadt Rheinsberg nicht festzustellen.

Die kleinflächigen Geschäfte befinden sich vor allem an den Hauptachsen, entlang der L22, sowie an der Rhinstraße und der Schloßstraße. Die Stadt besitzt zwei Discounter und zwei Vollsortimenter. Im Gegensatz zu den anderen Städten bietet Rheinsberg eine Einzelhandels-Agglomeration, eine Art „Shopping Center“ in der Rhinstraße, welche viele Bedarfe und Dienstleistungen bündelt.



Markt mit Blick auf die Kirche, Rheinsberg ¹⁴



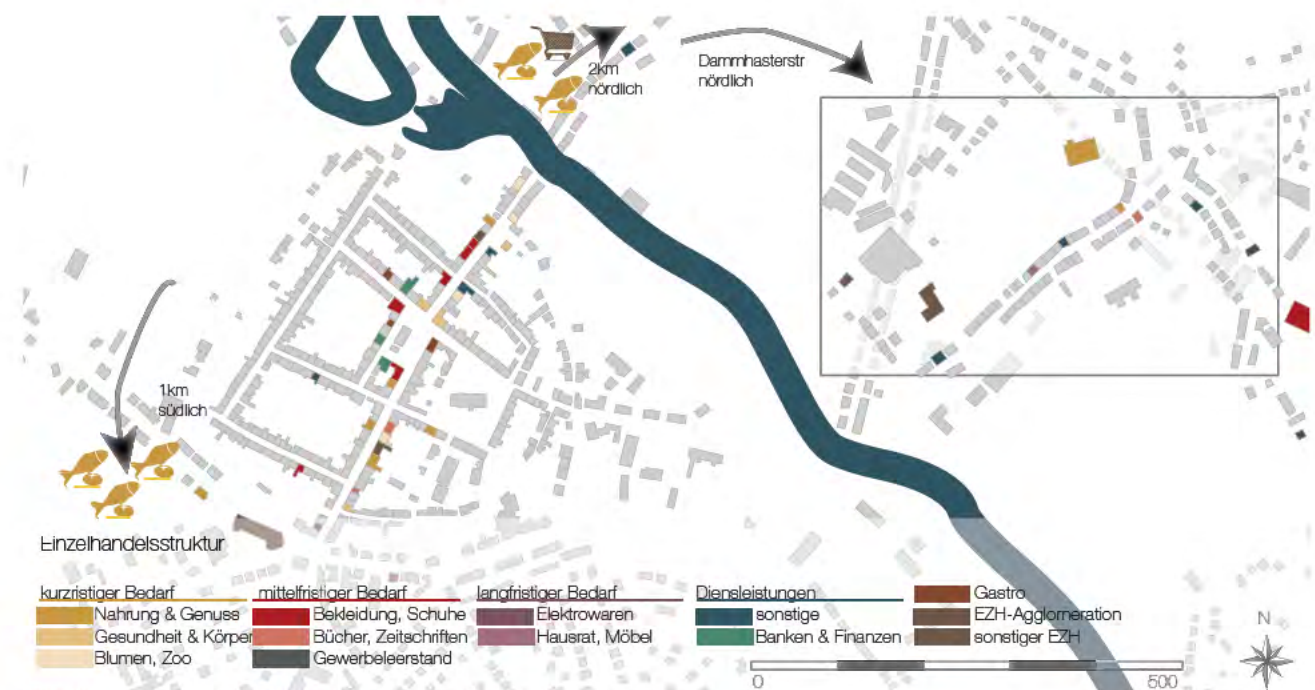
Einzelhandelsstruktur Rheinsberg ¹⁵



Blick auf das Rathaus, Zehdenick¹⁶

Einzelhandelsstruktur Zehdenick

Der Einzelhandel in Zehdenick reiht sich wie an einem Strang entlang der Berliner Straße (innerhalb der Altstadt) bzw. Falkenthaler Chaussee (südliche Verlängerung) und an der Dammhasterstraße (nördliche Verlängerung) auf. Innerhalb der Altstadt sind kleinflächige Geschäfte ansässig, die vor allem den kurzfristigen Bedarf, als auch den mittelfristigen Bedarf abdecken. Auch sind dort diverse Kreditinstitute ansässig. Die großflächigen Nahrungs- und Genussmittelanbieter, drei Discounter und zwei Vollsortimenter befinden sich außerhalb der Altstadt, an den nördlich und südlich oben genannten Standorten.



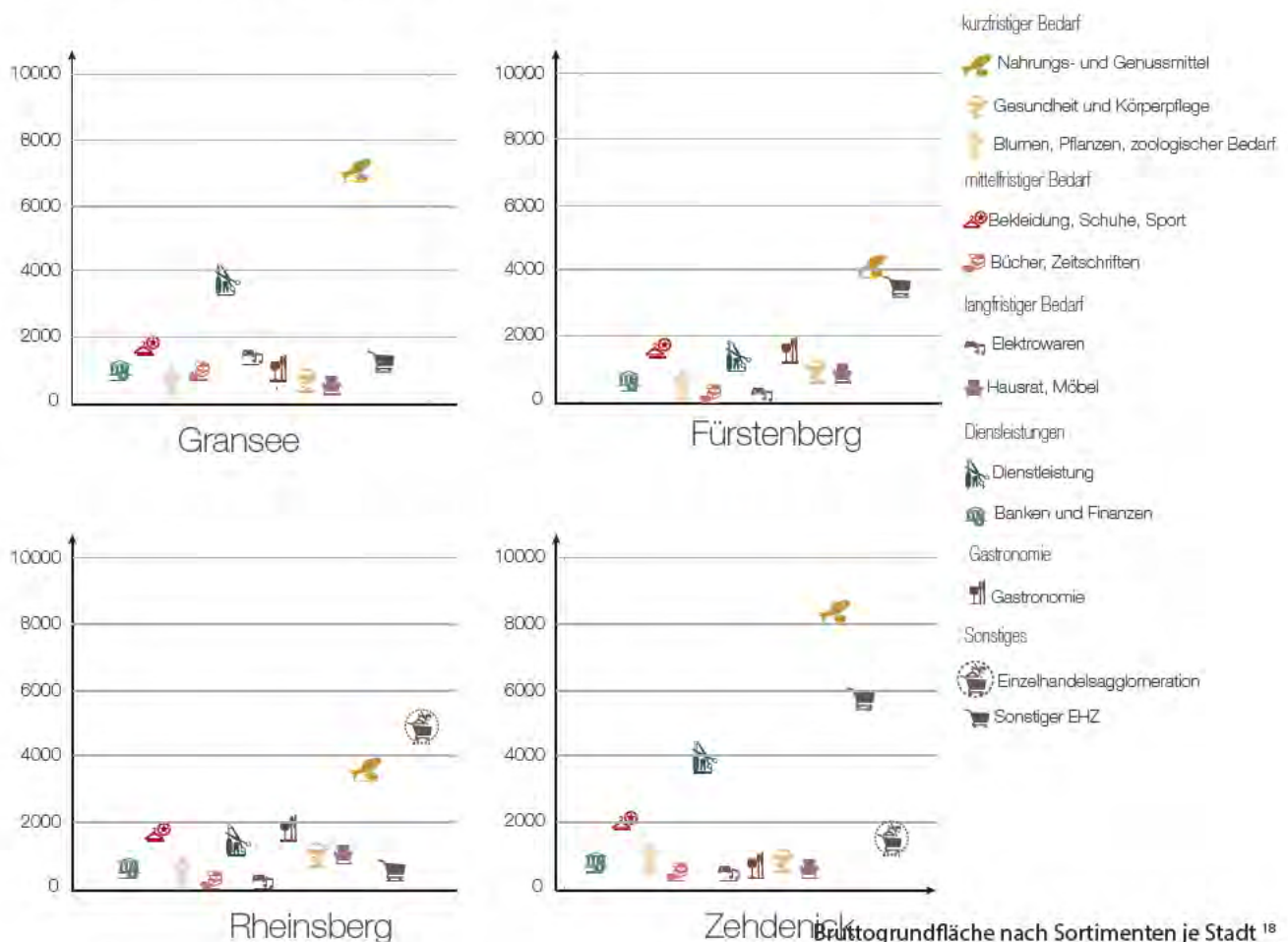
Einzelhandelsstruktur Zehdenick¹⁷

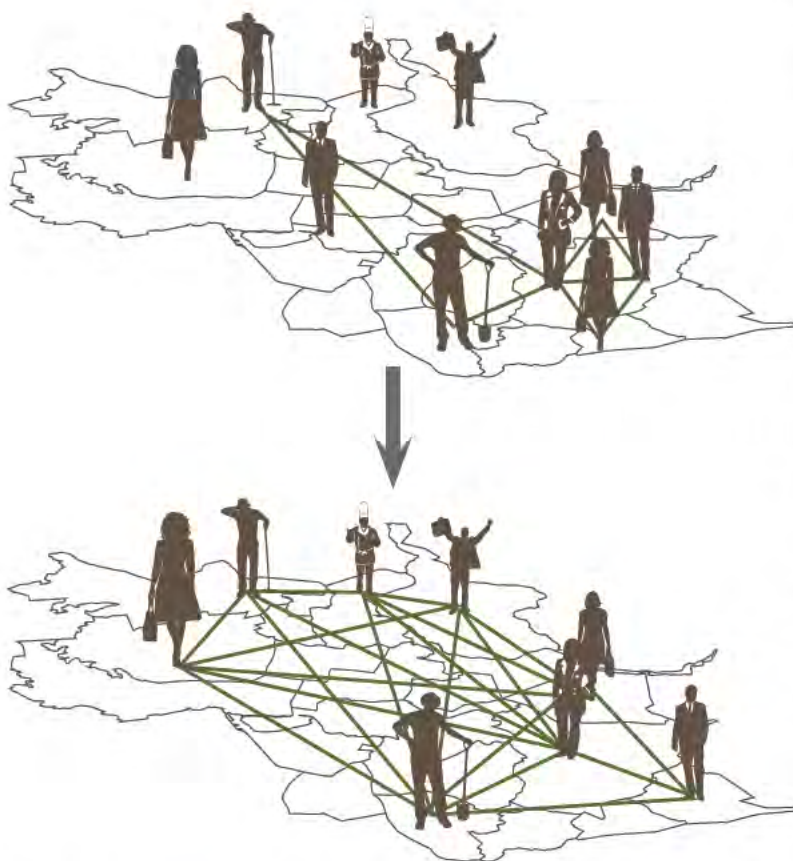
Zusammenfassung

Auf Grundlage unserer eigenen Analysen haben wir die Städte anhand ihrer Bruttogrundfläche der Geschäfte miteinander verglichen. Auffallend ist, dass Gransee mit annähernd 8.000m² Bruttogrundfläche im Sortimentsbereich Nahrung- und Genussmittel knapp hinter der Stadt Zehdenick liegt, welche etwas über 8.000m² Bruttogrundfläche in diesen Bereichen besitzt. Dies steht im Widerspruch zum INSEK. Die anderen Städte sind zwar im Bereich Nahrung- und Genussmittel um einige Vollsortimenter reicher, jedoch bieten sie hier nicht so viele kleinteilige und kleinflächige Geschäfte auf, wie in Gransee.

Unsere Analysen ergaben für die vier Städte folgende Sortimentschwerpunkte: Rheinsberg zeichnet sich durch sein im Vergleich hohen Gastronomie-Anteil aus. Zehdenick und Fürstenberg/Havel gewinnen ihre Bedeutung über den jeweils an-

sässigen Baumarkt. Der Stellenwert der Nahrung- und Genussmittel wird in den Städten Gransee, Fürstenberg/Havel und Zehdenick in etwa gleich eingeschätzt. Wobei sich, wie bereits erwähnt, Gransee durch seine Kleinteiligkeit in diesem Bereich auszeichnet und Fürstenberg/Havel sowie Zehdenick hingegen durch seine Vollsortimenter. Hinzukommt, dass Gransee als einzige Stadt in der Umgebung einen Elektrofachmarkt beherbergt und einen, im Vergleich, hohen Flächenwert im Sortiment Bücher, Zeitschriften und Schreibartikel aufweist. In den anderen Sortimenten ist in allen vier Städten ein relativ gleicher Flächenwert zu verzeichnen.





Status Quo und Ziel Gründung des Unternehmervereins im November 2015 ¹⁹



Kernaussage aus dem Interview mit Petra Fährich ²⁰



Kernaussage aus dem Interview mit Klaus Türcke ²¹

Interviews

Unternehmerverein

Im November 2015 wurde der Verein „Unternehmerverein Amt Gransee und Gemeinden“ gegründet. Mitglieder dieses Vereins können laut §3 (1) der Vereinssatzung alle Unternehmer sein, die ihren Wohnsitz, ihre geschäftliche Niederlassung oder ihren Sitz in der Amtsgemeinde Gransee haben. Oberstes Ziel dieser Vereinigung ist es, einen Zusammenschluss aller Unternehmer zu erreichen und ein gemeinsames Auftreten zu generieren. Ferner ist es wünschenswert, ein einheitliches Marketing aufzubauen und stets im gegenseitigen Austausch miteinander zu bleiben, um anderen Unternehmern in der Zeit der Globalisierung konkurrenzfähig gegenüber zu stehen.

Zu den 23 Gründungsmitgliedern zählen allerdings bisher nur Unternehmer aus der Stadt Gransee selbst und noch keine Unternehmer aus den übrigen Ortsteilen der Gemeinde.

Zum Guten Tropfen

Das Geschäft „Zum Guten Tropfen“ ist ein Fachhandel für Spirituosen und Tabakwaren jeglicher Preisklassen. In diesem Geschäft gibt es eine kleine Abteilung für regionale Produkte. Die Wirtschaftsförderung „Regio Nord“ kümmert sich um die Vermarktung von regionalen Produkten in der Region und sucht immer wieder Kontakt zu neuen Produzenten. Die Besitzerin des Geschäftes, Frau Fährich, bietet diese Abteilung nicht des Umsatzes wegen an, sondern um das regionale Bewusstsein in der Umgebung zu stärken. Des Weiteren fördert sie die in der Region ansässigen Unternehmen durch die Repräsentation der Produkte in ihrem Geschäft. Die Nachfrage nach regionalen Produkten ist, ihrer Meinung nach, hoch. Dennoch bietet sie aktuell noch keinen Onlineversand an.

Bäckerei Türcke

Die Bäckerei Türcke ist ein Familienunternehmen, welches schon seit geraumer Zeit in der Templiner Straße in Gransee ansässig ist. Die Bäckerei bietet nicht nur Waren in ihrem stationären Geschäft, sondern betreibt darüber hinaus noch einen mobilen Handel. Mit insgesamt zwei umgebauten Lieferautos fahren die Mitarbeiter der Bäckerei mehrmals die Woche durch die Amtsgemeinde Gransee und versorgen über die Gemeinde hinaus die Bevölkerung mit frischen Backwaren (Route in der Synthesekarte dargestellt).

Eine andere wichtige Erkenntnis aus dem Interview ist, dass die B96 eine Lebensader für den Einzelhandel ist. Die Einzelhändler profitieren vor allem von der „Laufkundschaft“, die sich über die B96 bewegt.

Menzer Naturprodukte

Die Menzer Naturprodukte sind eine Marke, die von zwei jungen Unternehmern, aus dem Ortsteil Menz, ins Leben gerufen wurde, um das regionale Bewusstsein zu stärken. Mit Hilfe der Regio Nord vermarkten sie ihre Produkte in der ganzen Region und stellen darüber hinaus zu anderen regionalen Unternehmen, wie Bauern etc. Kontakte her und beziehen von dort auch ihre Rohzutaten. Ziel der beiden ist es, regionale Rohzutaten zu verarbeiten und ihre Produkte, die vorwiegend Nahrungs- und Genussmittel sind, an regionale Cafés, Restaurants oder Supermärkte zu vertreiben. In Berlin sowie in der Nachbargemeinde Rheinsberg, findet ihre Idee großen Anklang, in Gransee jedoch noch nicht.



Kernaussage aus dem Interview mit Susann Ludwig und Leo Thiele²²

Synthese

In der Synthese sind alle wichtigen Erkenntnisse aus der Analyse und den Interviews zusammengefasst dargestellt. Diese erläutert die Zusammenhänge zwischen den oben genannten Städten in Bezug auf die regionale Versorgung und den Einzelhandel.

Auf dieser Karte ist die Farbe für Nahrungs- und Genussmittel besonders deutlich zu erkennen. Durch Literaturrecherchen fanden wir Richtwerte für die Ausstrahlung von Lebensmittelmärkten im ländlichen Umland heraus und zeichneten diese für die Region ein (ein Lebensmittelmarkt weist zwei Radien auf, einen der 50% und einen der 95% aller Haushalte im Einzugsbereich abdeckt).

Je dunkler ein Kartenabschnitt ist, desto besser ist dieser an die dortige Lebensmittelversorgung angeschlossen. Um die Auswirkungen der Nahversorger ermitteln zu können, bezogen wir uns auf folgende Richtwerte. Kleinflächiger Discounter ($< 800\text{m}^2$): bei einer Entfernung von 3km deckt dieser 50%, bei einer Entfernung von 15km werden 95% abgedeckt.

Großflächiger Discounter ($> 800\text{m}^2$): bei einer Entfernung von 2km werden 50%, bei einer Entfernung von 12km werden 95% abgedeckt.

Mittelflächiger Supermarkt ($801-1.500\text{m}^2$): bei einer Entfernung von 3km werden 50%, bei einer Entfernung von 17,8 km werden 95% abgedeckt.

Großflächiger Supermarkt ($1.501-2.500\text{m}^2$): bei einer Entfernung von 3km werden 50%, bei einer Entfernung von 15km werden 95% abgedeckt.⁶

Auffällig dabei ist, dass ein kleinflächiger Discounter im ländlichen Umland den gleichen Einzugsbereich aufweist wie ein großflächiger Supermarkt.

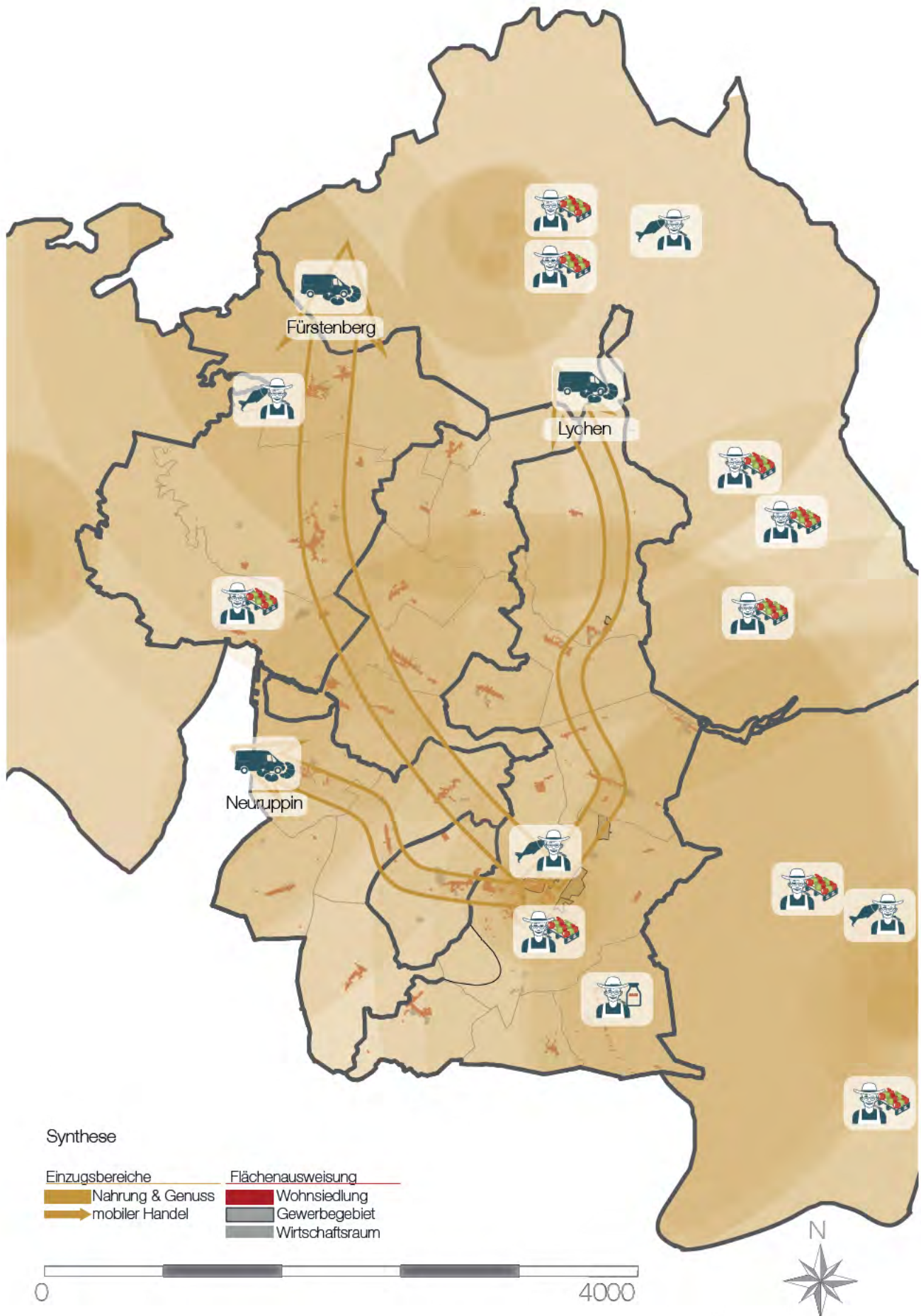
Im Ergebnis lässt sich festhalten, dass durch das Angebot in den Städten Rheinsberg, Zehdenick, Fürstenberg und Gransee, die gesamte Amtsgemeinde Gransee abgedeckt ist.

Die analysierten Sortimentsschwerpunkte für die zentralen Versorgungsbereiche der Städte sind ebenfalls in dieser Karte dargestellt. Sie sind Anziehungspunkte für das entsprechende Schwerpunktssortiment und können zu weiteren Kombinationskäufen führen. Je mehr Alleinstellungsmerkmale eine Stadt in Bezug auf den Einzelhandel aufweist, desto mehr Zulauf werden die Geschäfte in diesem Bereich erhalten. So weist Gransee als einziger Versorgungsbereich die Sortimente Elektro und Literatur auf, wovon eine Anziehung ausgeht.

Um aber auch die nicht mobile Bevölkerung auf dem Land zu versorgen, gibt es einen mobilen Handel. In der Karte sind diese durch drei Pfeile dargestellt, die von Gransee ausgehen und die Fahrzeuge der Bäckerei Türcke repräsentieren, welche vier Mal die Woche die Dörfer mit frischen Backwaren beliefern.

Weiterhin sind in dieser Karte auch alle Direktvermarkter eingezeichnet, ebenso wie das Angebot. In der Amtsgemeinde Gransee sind das zwei Fischer, ein Milchbauer und zwei Bauern, welche Gemüse und Obst verkaufen.

Insgesamt lässt sich feststellen, dass die Amtsgemeinde Gransee für einen Bereich des ländlichen Umlandes ausreichend mit Nahrungs- und Genussmitteln versorgt ist. Bei diesen, durch Kennwerte ermittelten Radien, ist aber zu berücksichtigen, dass die ältere Bevölkerung schlechter versorgt und auf Hilfe bei der Nahrungsmittelbeschaffung angewiesen ist. Unter anderem durch Angebote des mobilen Handels. Vereinzelt treten bereits Direktvermarkter auf, welche ebenfalls Lücken in der Versorgung mit Lebensmitteln schließen.



Potentiale und Defizite

Als Potentiale haben wir nach der eingehenden Untersuchung fünf ausschlaggebende Punkte klassifiziert.

Zum einen die Gründung des Unternehmervereins Amt Gransee und Gemeinden e.V., die wir als große Chance für die Vernetzung der Einzelhändler in der Region und damit zur Stärkung des Einzelhandels betrachten.

Ein weiteres Potential ist das Wiedererstarken des regionalen Bewusstseins. Durch dieses besteht die Chance für die weitere Ansiedlungen von Direktvermarktern und dadurch die dezentrale Versorgung mit Lebensmitteln.

Der mobile Handel spielt in diesem Kontext eine ebenso wichtige Rolle. Durch den weiteren Ausbau, auch mit anderen Sortimenten, könnte die ländliche Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs versorgt werden, ohne lange Wege zum Einkaufen zurücklegen zu müssen.

Die in der Rudolf-Breitscheid-Straße angesiedelten Ankermieter (Elektronikmarkt und Buchladen) könnten die Anziehungspunkte für die Ansiedlung weiterer Geschäfte bilden, da diese in der gesamten Region (Rheinsberg, Fürstenberg und Zehdenick miteingeschlossen) ein Monopol darstellen. Daher ist es unbedingt notwendig, diese Anker am Standort zu erhalten.

Die Regiokiste als Mittel zur Vermarktung der Region, ist ein weiteres großes Potential. Durch sie können regionale Produkte zusammengestellt und nach außen getragen werden.

Überregionale Bedeutung kann erst erreicht werden, wenn man die Regiokiste auch über das Internet bestellen könnte, sodass ein größerer Kundenstamm erreicht wird.

Als Defizite haben wir den Gewerbeleerstand in der Rudolf-Breitscheid-Straße identifiziert, da dadurch das Bild der intakten Geschäftsstraße gestört wird und der Einzelhandel an einigen Stellen „abreißt“, sodass Geschäfte, die dahinterliegen, teilweise nicht mehr angelaufen werden.

Weiterhin kann das fehlende Angebot an Drogerieartikeln als Defizit in der Region klassifiziert werden.

Weder in Gransee, Rheinsberg, Fürstenberg noch in Zehdenick war ein Drogeriegeschäft ansässig. Drogerieartikel können demnach nur in Supermärkten und Discountern erworben werden.

Als unzureichend kann auch die Vermarktung der regionalen Produkte angesehen werden. Die Produzenten sind vorhanden, aber durch fehlende Netzwerke und schlechte bis keine Vermarktung werden diese nicht wahrgenommen.

Ein weiteres Defizit stellt die Verödung der Plätze in der Kernstadt Gransees dar. Weder der Schinkel-, noch der Kirchplatz werden als Aufenthaltsräume wahrgenommen. Durch ein fehlendes gastronomisches Angebot und die Nutzung des Schinkelplatzes als Parkplatz geht das Potential dieser Plätze verloren.



Ankermieter als Potential für weitere Geschäftsansiedlungen & Anziehungspunkt für weitere Kunden²⁴



Nichtbespielung der Plätze als Defizit für eine attraktive Kernstadt²⁵

Szenarien

Trendszenario

Aus der Analyse lassen sich einige Trends ableiten. Da es nicht nur lokale Trends gibt, die Einfluss auf das Stadtbild sowie auf die Wirtschaft nehmen, sollen auch globale Trends in die Betrachtung mit aufgenommen werden.

Als globalen Trend können wir beobachten, dass das Bedürfnis nach Qualität innerhalb des Einzelhandels eine zunehmende Rolle einnimmt.^H

Des Weiteren werden neue Kommunikationstechnologien, wie Smartphones, genutzt um mehr Informationen zu Produkten und deren Herstellung zu erhalten.^I

Die Vermarktung als Region nimmt zudem einen immer größer werdenden Stellenwert ein, da die Bewohner sich wieder mit ihrer Region, beziehungsweise den darin produzierten Produkten, identifizieren wollen und dadurch das Bewusstsein steigt.^J

Dass der Kunde nicht mehr „nur“ ein-

kaufen gehen möchte, ist ebenfalls ein Trend der sich abzeichnet. Der Erlebniseinkauf erlangt eine höhere Relevanz, besonders nicht filialisier- te Einzelhändler müssen oftmals ihre Geschäftsmodelle anpassen, um auf dem Markt weiterhin bestehen zu können.^K Ein weiterer Trend ist der zunehmende Onlinehandel. Im Jahr 2014 stieg der Umsatz der online ge- kauften Produkte auf über 19% des Gesamthandelsvolumens in Deutsch- land. Für die nächsten Jahre werden weitere Anstiege prognostiziert.^L

Als lokale, sich in Gransee abspielen- de Trends, konnten wir unter ande- rem die zunehmende Vernetzung der einzelnen Unternehmer, durch den gegründeten Unternehmerverein, betrachten.

Durch unsere Interviews fanden wir heraus, dass die Bedeutung des mo- bilen Handels weiter zunimmt, da eine stark alternde Bevölkerung in den Dörfern lebt, die nicht mehr mo- bil genug ist, sich autark zu versor- gen.

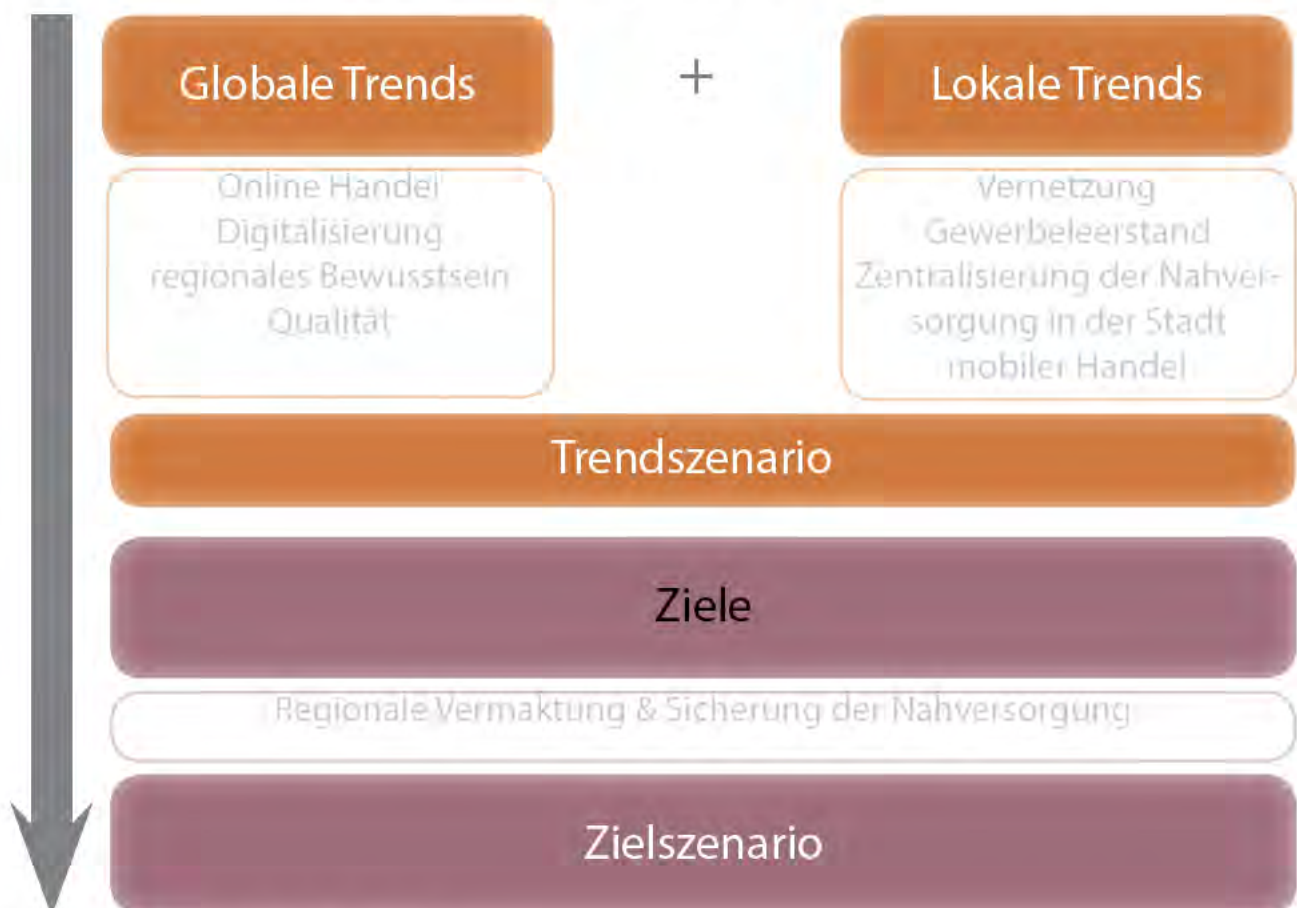


Auch die weiter zunehmenden Ladenleerstände in der Kernstadt Granssee sind ein Trend. Der kleinteilige Einzelhandel wird sich in seiner jetzigen Konstellation kaum halten können, es bedarf neuer Konzepte, um überlebensfähige Einzelhandelsmodelle zu kreieren.

Durch die Ladenleerstände werden sich Geschäfte im niedrigen Preissegment in der Innenstadt ansiedeln, was zu einem Attraktivitätsabfall beiträgt.

Wenn diese lokalen Trends in den nächsten Jahren eintreffen und sich nicht an die globalen Trends angepasst wird, ist die Versorgung mit mittelfristigen und langfristigen Bedarfen in der Amtsgemeinde massiv gefährdet. Das Nahversorgungsangebot mit Nahrungs- und Genussmitteln wird sich weiterhin auf die Stadt selbst konzentrieren und sich in Form von Discountern äußern. Die Geschäfte der anderen Bedarfe verlieren, auf Grund des Online Handels und der Nichtanpassung hieran, zu-

nehmend an Bedeutung. Auf Grund der Popularität des Online Handels könnte die Versorgung von Gütern auf den Dörfern, auch die der älteren Bevölkerung, gesichert sein, sofern sie wahrgenommen wird. Die Inhaber der Geschäfte, die zu gleich meist Eigentümer des Hauses sind, können nicht mithalten und müssen ihre Geschäfte aufgeben. Wie in anderen Städten zu beobachten, bspw. in Cottbus, hat dies zur Folge, dass die Mietpreise für Gewerbeimmobilien sinken. Dies bewirkt eine Ansiedlung von Geschäften des niedrigen Preissegmentes in der Innenstadt, was zu einem weiteren Attraktivitätsabfall beiträgt.



Schema Ableitung der Ziele aus den Trends ²⁷

Zielszenario

Um diesen Trends entgegen zu wirken, entwickelten wir aus den eben genannten Trends Ziele für die Region, um eine lebenswerte Umgebung beizubehalten und weiterzuentwickeln. Den gestellten Zielen ordneten wir Maßnahmen zu, die der Erreichung dieser dienen.

Bezogen auf die Kernstadt sind die Ziele, den Gewerbeleerstand zu reduzieren und das „billig-Preissegment“ aus dem zentralen Versorgungsbereich auszuschließen. In diesem Zusammenhang soll ein neues Einzelhandelskonzept für den zentralen Versorgungsbereich angefertigt werden, da das aktuell vorliegende bereits stark veraltet ist und den aktuellen Gegebenheiten nicht mehr entspricht. Bei der Erstellung soll der neu gegründete Unternehmerverein Amt Gransee und Gemeinden e.V. zur Rate gezogen werden. Das Einzelhandelskonzept wird nach seiner Erstellung als städtebauliche Satzung beschlossen und damit rechtskräftig. In dieser

ist u.a. der Ausschluss von Geschäften im niedrigen Preissegment festzuschreiben, um die Attraktivität der Innenstadt beizubehalten.

Des Weiteren wird eine Schaffung von gastronomischen Angeboten am Schinkelplatz vorgesehen, um den Platz zu beleben und Orte des Verweilens zu schaffen. Die Ergänzung, des zurzeit fehlenden Angebots führt zu einer Erhöhung von Kombinationskäufen, da die Aufenthaltsqualität und somit auch Aufenthaltszeit in der Innenstadt gesteigert werden. So ergänzen sich Gastronomie und Einzelhandel. Dieses Ziel kann durch Schaffung von Anreizen zur Ansiedelung von gastronomischen Betrieben erreicht werden. Es könnten Vergünstigungen verabredet werden, beispielsweise könnte die Kaltmiete im ersten Jahr von der Stadt übernommen werden, sodass nur die laufenden Kosten gedeckt werden müssten. Gerade Jungunternehmer nehmen solche Angebote als sehr positiv wahr, da es den Schritt in die



Selbstständigkeit erleichtert. Wichtig für diese Maßnahme wäre es im Besonderen auf diese Vergünstigungen aufmerksam zu machen.

Die begonnene Vernetzung der Unternehmer im Amt Gransee soll weiter vorangetrieben werden, sodass möglichst alle Unternehmen in dem Netzwerk zusammengeschlossen sind. Innerhalb des Unternehmervereins sollte eine gemeinsame Vermarktung stattfinden, etwa durch ein neu eingerichtetes Corporate Design, welches die gemeinsame Identität stärkt und den Verein nach außen hin repräsentiert. Ausgehend vom Verein sollten Omnichannelingstrategien initiiert und ein gemeinsamer Internetauftritt, wie eine App eingerichtet werden. Omnichannelingstrategien kombinieren alle vorhandenen Kanäle, Kataloge bzw. Print-medien, den Onlinehandel, den stationären Einzelhandel und die mobilen Verkaufsstrategien, welche sich mit dem Kunden in ihrer Mitte optimal ergänzen lassen.

Die Kaufentscheidungshilfe erfolgt durch eine räumliche Gruppierung nach Kategorien. Als Multichannel-Lösungen kommen elektronische Hilfen in Läden infrage. Diese beinhalten QR-Code Shopping, Verfügbarkeitsprüfungen von Sortimenten in anderen Filialen und eine Lieferung der Produkte noch am selben Tag.

Das Kernargument des Online Handels ist die damit verbundene Zeitersparnis, die Sortimentstiefe und die Verfügbarkeit. Die Artikel werden kontextuell gruppiert und nach Themen geordnet. Die gewählten Artikel können online bestellt werden und in stationären Filialen abgeholt werden. Des Weiteren wäre es möglich, online Beratungstermine zu vereinbaren, um diese gegebenenfalls stationär wahrzunehmen.

Im mobilen Shopping spielt die Zeitersparnis ebenfalls eine ausschlaggebende Rolle. Auch die Möglichkeit des kontaktlosen Bezahls mithilfe eines Smartphones wird weitere Bedeutung erlangen. Vorteile kann das



Perspektive Zielszenario 2²⁹

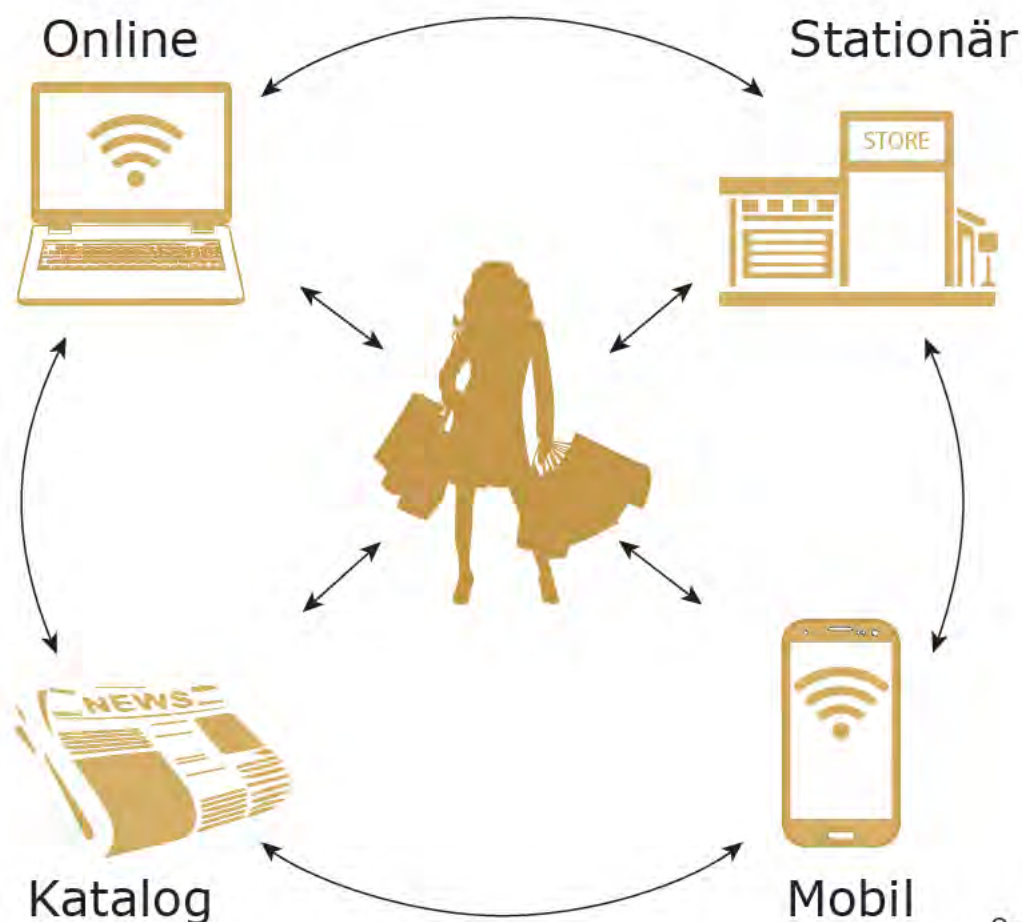
mobile Gerät als Navigationshilfe durch den Markt bieten und situativ können Preisvergleiche und ähnliches durchgeführt werden.

Somit nimmt das Omnichanneling eine tragende Rolle in unserer Zukunftsvision für den Einzelhandel ein. So kann mit dem Trend der Technisierung gegangen und das Warenangebot virtuell erweitert werden. Die einzigartige kleinteilige Struktur des Einzelhandels in Gransee kann dadurch weiterhin bestehen bleiben, ohne auf Angebote verzichten zu müssen.

Um die Versorgung des ländlichen Umlandes, auch ohne Auto, zu garantieren, ist es unser Ziel, den Anteil an Direktvermarktern zu erhöhen und für eine vielfältige Angebotsstruktur zu sorgen. Auch in diesem Themenbereich wäre es möglich, solche Ziele durch Vergünstigungen umzusetzen. Möglichkeiten wären unter anderem, steuerliche Vorteile zu erhalten oder Fördermittel aus Programmen wie LEADER in Anspruch zu nehmen. In

diesem Zusammenhang sollen auch gemeinschaftliche Hofläden in leerstehenden Gebäuden in den Dörfern etabliert werden. Diese sollen als „Drop and Get“ Hofläden eingerichtet werden. Das bedeutet, dass alle Bewohner des Dorfes ihre überschüssigen Produkte dort hinbringen können, um im Gegenzug andere Güter zum Tausch mitzunehmen. So profitieren alle gegenseitig von dieser Einrichtung. Wer keine Produkte zum Tauschen hat, der kann eine Spende hinterlassen.

Die Etablierung der Direktvermarkter und die der Hofläden führen zwangsläufig zu einer stärkeren Auseinandersetzung der Anwohner mit der Region und deren Produkten. In Kombination mit einer verbesserten Außendarstellung der Region und dem Markenkern der regionalen Produkte führen diese zu einer höheren Ausstrahlungskraft über die Grenzen der Amtsgemeinde hinaus.



Abbildungsverzeichnis

- ¹ Logo, eigene Darstellung,
- ² Blick in die Rudolf-Breitscheid-Straße Richtung Westen, eigene Aufnahme
- ³ Bedeutung der Sortimente nach Insek FGZ, 2015, eigene Darstellung
- ⁴ Nischenprodukte nach Insek FGZ, 2015, eigene Darstellung
- ⁵ Wirtschaftsschwerpunkt nach Insek FGZ, 2015, eigene Darstellung
- ⁶ Wirtschaftsschwerpunkt OHV nach WinTech, 2015, eigene Darstellung
- ⁷ Wirtschaftsschwerpunkt nach Insek FGZ, 2015, eigene Darstellung
- ⁸ Sortimentsschwerpunkte, eigene Darstellung
- ⁹ Öffentlicher Raum und Nutzung, eigene Darstellung
- ¹⁰ Einblick in die Geschäfte der Rudolf-Breitscheid-Straße Gransee, eigene Aufnahme
- ¹¹ Einzelhandelsstruktur Gransee, eigene Darstellung
- ¹² Blick auf die Kirche Richtung Westen, Fürstenberg/Havel, eigene Aufnahme
- ¹³ Einzelhandelsstruktur Fürstenberg/Havel, eigene Darstellung
- ¹⁴ Markt mit Blick auf die Kirche, Rheinsberg, Peter Geisler, 2011, in Märkische Allgemeine Zeitung, Alles bereit zur Töpfe-Jagd, 2013
- ¹⁵ Einzelhandelsstruktur Rheinsberg, eigene Darstellung
- ¹⁶ Blick auf das Rathaus, Zehdenick, Frank Liebke, Mein Oberhavel. Zehdenick, 2015
- ¹⁷ Einzelhandelsstruktur Zehdenick, eigene Darstellung
- ¹⁸ Bruttogrundfläche nach Sortimenten je Stadt, eigene Darstellung
- ¹⁹ Status Quo und Ziel Gründung des Unternehmervereins im November 2015, eigene Darstellung
- ²⁰ Kernaussage aus dem Interview mit Petra Fähnrich, eigene Darstellung
- ²¹ Kernaussage aus dem Interview mit Klaus Türcke, eigene Darstellung
- ²² Kernaussage aus dem Interview mit Susann Ludwig und Leo Thiele, eigene Darstellung
- ²³ Synthese der Analysergebnisse, eigene Darstellung
- ²⁴ Ankermieter als Potential für weitere Geschäftsansiedlungen & Anziehungspunkt für weitere Kunden, eigene Darstellung
- ²⁵ Nichtbespielung der Plätze als Defizit für eine attraktive Kernstadt, eigene Darstellung
- ²⁶ Perspektive Trendszenario, eigene Darstellung
- ²⁷ Schema Ableitung der Ziele aus den Trends, eigene Darstellung
- ²⁸ Perspektive Zielszenario 1, eigene Darstellung
- ²⁹ Perspektive Zielszenario 2, eigene Darstellung
- ³⁰ Omnichanneling

Literaturverzeichnis

- ^A IZ Immobilien Zeitung Verlagsgesellschaft mbH. (kein Datum). Immobilien Zeitung. IZ Städte Gransee. Strukturdaten [online]: <http://www.immobili- en-zeitung.de/profile/geo/Deutschland/Branden- burg/Gransee>, letzter Zugriff am 10.12.2015
- ^B WInTO GmbH. (kein Datum). Wirtschaft Oberhavel. Wirtschaftsstandort Oberhavel [online]: <http://www.wirtschaft-oberhavel.de/de/wirtschafts- standort-oberhavel/branchen/biotechnologie-life- sciences.html>, letzter Zugriff am 17.11.2015
- ^C Spath + Nagel. (2015). INSEK FGZ 2015. Integrier- tes Stadtentwicklungskonzept Fürstenberg/Havel- Gransee-Zehdenick. Berlin. Seite 84
- ^D Spath + Nagel. (2015). INSEK FGZ 2015. Integrier- tes Stadtentwicklungskonzept Fürstenberg/Havel- Gransee-Zehdenick. Berlin. Seite 91
- ^E Spath + Nagel. (2015). INSEK FGZ 2015. Integrier- tes Stadtentwicklungskonzept Fürstenberg/Havel- Gransee-Zehdenick. Berlin. Seite 93
- ^F Spath + Nagel. (2015). INSEK FGZ 2015. Integrier- tes Stadtentwicklungskonzept Fürstenberg/Havel- Gransee-Zehdenick. Berlin. Seite 78
- ^G HafenCity Universität Hamburg, Institut für Immobilienwirtschaft IRE | BS (2013): Abb. 9, Haus- haltsbefragung - Perzentile der für den Lebensmit- teleinkauf zurückgelegten Entfernung
- ^H Wölfel, Roland (2014): Themen, Thesen - aktuelle Entwicklungen des Einzelhandels im ländlichen Raum, Heiligenstädter und Ansbacher Gespräche, Seite 27
- ^I KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (2012): Trends im Handel 2020, Seite 16
- ^J Ministerium für ländlichen Raum und Verbrau- cherschutz (2014): Infodienst Landwirtschaft - Ernährung - ländlicher Raum. Regionale Lebens- mittel liegen im Trend, [online]: <https://www. landwirtschaft-bw.info/pb/MLR.Ernaehrung,Lde/ Startseite/Nachhaltigkeit/Regionale+Lebensmittel +liegen+im+Trend>, letzter Zugriff am 23.02.2016
- ^K KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (2012): Trends im Handel 2020, Seite 22
- ^L Handelsverband Deutschland - HDE e.V. (2015): HDE Handelsverband Deutschland. HDE-Online- Monitor: Daten, Fakten und Zahlen zum E-Com- merce [online]: <http://www.einzelhandel.de/index. php/themeninhalte/e-commerce/item/125579- hde-online-monitor-daten,-fakten-und-zahlen- zum-e-commerce>, letzter Zugriff am 15.12.2015