

### 3.2.1 Hauptzentrum Innenstadt Finsterwalde

Als zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum wurde die Innenstadt von Finsterwalde identifiziert (zukünftig auch *zVb Innenstadt*):

#### **Räumliche Situation**

- Der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich des zVb Innenstadt umfasst in der Längsausdehnung die Berliner Straße, den Markt, die Karl-Marx-Straße und Teile der Schloßstraße. Die angrenzenden Straßenzüge der Friedensstraße, Friedrich-Engels-Straße, August-Bebel-Straße, Schulstraße, Leipziger Straße, Kleine Ringstraße, Badergasse sowie Lange Straße gehören ebenso noch zum zVb Innenstadt. Insgesamt handelt es sich um einen größeren Innenstadtbereich, dessen Kundenspannung sich hauptsächlich auf die Nord-Süd-Achse erstreckt (Hauptgeschäftslage).
- Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptzentrum Innenstadt Finsterwalde orientiert sich an den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen, welche im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung sowie der Vor-Ort-Besichtigung durch die GMA erfasst wurden. Die Zentrenabgrenzung erfolgte überwiegend parzellenscharf, jedoch nicht grundstücksgenau.
- Die Abgrenzung entspricht weitestgehend der aus dem Konzept von 2009.

#### **Angebots- und Nachfragesituation**

- Der zVb Innenstadt stellt mit insgesamt 99 Einzelhandelsbetrieben und rd. 11.425 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche die dominierende Einkaufslage im Stadtgebiet dar.
- Das innerstädtische Einzelhandelsangebot umfasst Waren aller Bedarfsbereiche und weist dabei eine überwiegend kleinteilige Geschäftsstruktur mit zahlreichen inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben auf.
- Die Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkte innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegen in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel (17 Betriebe, ca. 3.385 m<sup>2</sup> VK<sup>68</sup>), Bekleidung / Schuhe / Sport (27 Betriebe, ca. 2.860 m<sup>2</sup> VK) sowie Elektrowaren (13 Betriebe, ca. 1.215 m<sup>2</sup> VK)
- Neben dem Einzelhandelsangebot verfügt der zVb Innenstadt auch über ein umfassendes und vielfältiges Dienstleistungsangebot (u.a. Ärzte, Banken, Reisebüros). Darüber hinaus sind weitere innenstadtprägende Nutzungen aus den Bereich Gastronomie und Kultur ansässig.

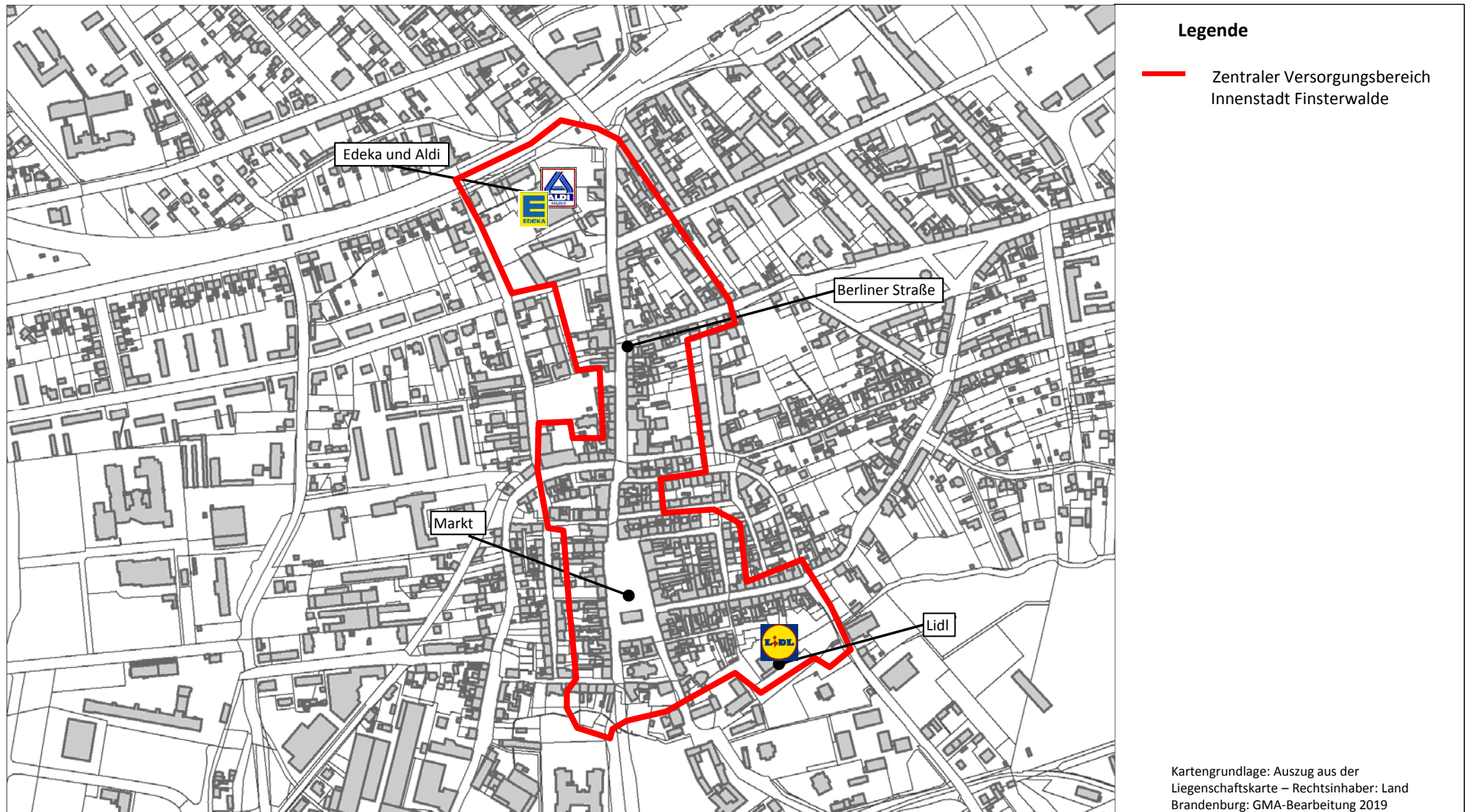
---

<sup>68</sup> Verkaufsfläche von Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt.

## Städtebauliche Situation

- Im Gesamtbild stellt sich die städtebauliche Situation innerhalb des zVb Innenstadt der Stadt Finsterwalde im Wesentlichen homogen dar. Entlang der Hauptgeschäftslage (u. a. Berliner Straße und Markt) sind hauptsächlich kleinteilig strukturierte und neben filialisierten Betrieben zahlreiche inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe ansässig. Größte Anbieter sind hier Edeka und Aldi in einem gemeinsamen Neubau am nördlichen Ende des zVb Innenstadt sowie Lidl am südöstlichen Rand.
- Entlang der Hauptgeschäftslage sind die 3 – 4 geschossigen Gebäude größtenteils bereits in saniertem Zustand.
- Auch in den abzweigenden Seitenstraßen sind im Wesentlichen homogene Gebäudestrukturen erkennbar.
- Der zentrale Versorgungsbereich weist mit einer räumlichen Ausdehnung von rd. 750 m (Nord-Süd) bzw. rd. 350 m (West-Ost) eine der Stadtgröße entsprechende Größenordnung im Hinblick einer fußläufigen Erreichbarkeit auf und ist bereits zumindest in Nord-Süd-Ausdehnung als relativ weit einzustufen. Auch unter Berücksichtigung des in den letzten Jahren ausgebauten Stellplatzangebotes, ist die Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt mitunter sehr weitläufig.
- Die Erreichbarkeit des zentralen Versorgungsbereiches mit dem motorisierten Individualverkehr erfolgt aus Richtung Norden hauptsächlich über die B 96 (Sonnwalder Straße) sowie aus Osten über den Verlauf der Bahnhofstraße - Wilhelm - Liebknecht-Straße / Am Wasserturm bzw. aus Richtung Süden über die Brandenburger Straße / Langer Damm. Aus Richtung Westen erfolgt die Erreichbarkeit über die L 601 bzw. L 60. Parkplätze bestehen u.a. am Bahnhof sowie an folgenden Bereichen: Langer Damm, Kirchwinkel, Bahnhofstraße, Johannes-Knocher-Straße, Schulstraße / Grabenstraße, Brandenburger Straße. Auch die privaten Stellplatzanlagen der Sparkasse sowie der Märkte von Edeka und Aldi sind zu nennen.
- Mit den öffentlichen Verkehrsmitteln wird der zVb Innenstadt zum einen über den Bahnhof (nordöstlich des zVb Innenstadt) bzw. über die Bushaltestelle direkt am Markt erreicht.

## Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Finterwalde



**Tabelle 9: Strukturdaten des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt - Ausstattung**

| Einzelhandelskonzept                  | Betriebe  |            | Verkaufsfläche** |            |
|---------------------------------------|-----------|------------|------------------|------------|
|                                       | abs.      | in %       | abs.             | in %       |
| Nahrungs- und Genussmittel            | 17        | 18         | 3.385            | 30         |
| Gesundheits- / Körperpflegeartikel    | 4         | 4          | 850              | 7 – 8      |
| Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf | 6         | 6          | 395              | 3 – 4      |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren         | 6         | 6          | 490              | 4          |
| Bekleidung, Schuhe, Sport             | 27        | 27         | 2.860            | 25         |
| Elektrowaren, Medien, Foto            | 13        | 13         | 1.215            | 11         |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel           | 6         | 6          | 480              | 4          |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf       | k. A.     | k. A.      | k. A.            | k. A.      |
| Optik / Uhren, Schmuck                | 8         | 8          | 465              | 4          |
| sonstige Sortimente*                  | 11        | 11         | 1.240            | 11         |
| <b>Einzelhandel insgesamt</b>         | <b>99</b> | <b>100</b> | <b>11.425</b>    | <b>100</b> |

ca.-Werte gerundet

k. A. – kein Ausweis aus Datenschutzgründen bei weniger als 3 Betrieben

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

\*\* Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

| Komplementärnutzungen (Auswahl)                                                                                                                                     | Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)                                 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Banken, Sparkasse, Versicherungen<br>Paketshop<br>Ärzte, Physiotherapie<br>Gastronomie, Hotellerie, Cafés<br>Reisebüros, Friseur<br>Kirche<br>Museum<br>Touristinfo | <p>■ kurzfristiger Bedarf ■ mittelfristiger Bedarf ■ langfristiger Bedarf</p> |

### Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe<sup>69</sup>

|                                    |                                                                                                                                  |
|------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| größer 1.500 m <sup>2</sup>        | Kein Betrieb                                                                                                                     |
| 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> | Edeka, Aldi, Lidl                                                                                                                |
| 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>   | dm Drogeriemarkt, Tedi,                                                                                                          |
| bis unter 400 m <sup>2</sup>       | u.a. NKD, Sport 2000, Euronics, Mayer's Markenschuhe, Ernsting's family, Stadtrad, Buchhandlung Mayer, Fielmann, Schneider-Moden |

Zur Aufwertung des zVb Innenstadt und des gesamten Innenstadtbereiches sowie des gesamten Einzelhandelsstandortes Finsterwalde werden Maßnahmen aus folgenden Themenfeldern vorgeschlagen:

- /// Attraktivierung des Einzelhandels im zVb Innenstadt, Optimierung Branchemix
- /// Behebung von Leerstand
- /// Anpassungen an Herausforderungen des demografischen Wandels
- /// Verkehr / Parken
- /// Optimierung Absatzpolitik / Verbesserung der Geschäftspräsentation / Stärkung des Einzelhandels
- /// Gastronomische Angebote verbessern
- /// Festigung und Ausbau der Kooperation der Akteure

<sup>69</sup> Es kann vorkommen, dass seit dem Zeitpunkt der Erhebung einige Betriebe geschlossen haben oder umgezogen sind.

Insgesamt ist auch zu berücksichtigen, dass der Innstadtbereich von Finsterwalde einen besonderen Charakter aufweist u.a. durch

- // eine Vielzahl kleinteiliger Fachgeschäfte in historischen Gebäuden,
- // die Sanierung des öffentlichen Raumes im Innenstadtbereich
- // durch die Ausdehnung des Hauptgeschäftsbereiches entlang der Achse Berliner Straße – Markt.

Diese Übersicht ist nicht abschließend und somit weiter zu ergänzen. Sie sollte regelmäßig mit der Stadt sowie weiteren potenziellen oder verantwortlichen Akteuren in der Stadt abgestimmt werden, um die Maßnahmen (auch schrittweise) umzusetzen.

Besondere Aufmerksamkeit ist der Sicherung bzw. Stärkung der von der **Achse Berliner Straße – Markt** abgehenden, noch vorhandenen Einkaufsstraßen bzw. Standorten entlang der Langen Straße, August-Bebel-Straße und Leipziger Straße zu widmen.

Auch wenn **Leerstände** für Finsterwalde noch kein umfassendes Problem wie in anderen Städten darstellen, sollte weiterhin eng und aktiv mit dem Einzelhandel seitens der Stadtverwaltung resp. Wirtschaftsförderung zusammengearbeitet werden. So ist es sinnvoll, vorausschauend auf Veränderungen zu achten (wie z. B. mögliche Geschäftsaufgaben durch Überalterung) und entsprechend mit den Betroffenen frühzeitig ins Gespräch zu kommen. Anstatt eines klassischen Leerstandsmanagement (mit Bearbeitung einer Leerstandsdatei) ist die zielgerichtete Auseinandersetzung mit konkreten Lösungen, unter Hinzuziehung der Eigentümer und der Auswertung potenzieller Anfragen bei der Stadt oder Maklern sowie eigener Suche nach interessanten Nachnutzern etc. am sinnvollsten. So sind auch bereits abzu-sehende Leerstände in den Randbereichen des Hauptzentrums zielgerichtet im direkten Austausch mit den Eigentümern, unter Einbezug der städtebaulichen Rahmenbedingungen und den Entwicklungsmöglichkeiten sowie der Nutzung angrenzender Immobilien, individuell zu erörtern und bei der Findung von Lösungsansätzen zu unterstützen. Es ist nicht davon auszu-gehen, dass eine größere Nachfrage auch zur Stärkung der innerstädtischen Nebenlagen ver-helfen könnte. Ziel muss es sein, den noch kompakten Einkaufsbereich in seiner Ausdehnung und seinem Nutzungsmix zu erhalten, bei drohender Schließung adäquate Nachnutzungen zu finden und so auch nach außen stets ein „historisches, abwechslungsreiches Stadtzentrum mit Flair“ zu präsentieren.

In jedem Falle bewirkt eine geschlossene Einzelhändlergemeinschaft, mit konzentrierten, ge-meinsamen Aktionen wie verkaufsoffene Sonntage, Sängerfest oder andere Veranstaltungen (u.a. Biermarkt, Finsterwalder Herbstkracher) zum einen eine bessere Vermarktung der Ge-samtstadt und zum anderen ein abgestimmtes Vorgehen für systematische Verbesserungen.

Die Problematik der Sicherung von einheitlichen **Kernöffnungszeiten** sollte nicht in den Vordergrund gestellt werden, denn dies wird meist nur von städtischen Bewohnern selbst als Problem wahrgenommen und ist deshalb in der Außenwirkung als eher untergeordneter Mangel in der Besucherbewertung zu sehen.

### City-Check

Zur städtebaulichen Aufwertung der gesamten Fußgängerzone werden nachfolgend Maßnahmen vorgeschlagen, die sich aus einer Begehung, dem erstellen City-Check sowie Erfahrungen im Abgleich mit anderen Städten ergeben.

Beim City-Check wurden einzelne Kriterien dahingehend untersucht, ob sie vorhanden / nicht vorhanden sind und inwiefern die Qualität derselben zu bewerten ist (positiv / negativ). Der City-Check untergliedert sich in zahlreiche Bewertungskriterien, die in folgende Gruppen zusammengefasst werden:

1. Innenstadtgestaltung
2. Aufenthaltsqualität, Funktionale Attraktivität
3. Verkehr im Zentrum
4. Tourismus.

Die Bewertungen stellen subjektive Einschätzungen dar, welche auch als Momentaufnahmen zu betrachten sind. In diesem Sinne dienen sie lediglich als strukturierte Hinweise möglicher Ansätze zur Verbesserung, um damit das ganzheitliche Bild des Innenstadtbereiches aufzuwerten.

**Tabelle 10: Bewertung Innenstadt (City-Check)**

| <b>1. Innenstadtgestaltung</b>                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>positiv</b>                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>negativ</b>                                                                                                                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Fassadengestaltung, insbesondere um den Marktplatz einheitliche Stadtmöblierung auf dem Markt</li> <li>- hohe Sauberkeit und Ordnung</li> <li>- Außengastronomie</li> <li>- erlebbarer Brunnen auf dem Markt</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Schaufenstergestaltung teilweise sehr „traditionell“</li> <li>- Begrünung am Marktplatz ausbaufähig</li> </ul>                                   |
| <b>2. Aufenthaltsqualität und Nutzungsvielfalt</b>                                                                                                                                                                                                               |                                                                                                                                                                                           |
| <b>positiv</b>                                                                                                                                                                                                                                                   | <b>negativ</b>                                                                                                                                                                            |
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Edeka und Aldi als Frequenzbringer am nördlichen Ende</li> <li>- einheitliche Aufenthalts- und Sitzbereiche am Markt</li> </ul>                                                                                         | <ul style="list-style-type: none"> <li>- ausbaufähige Digitalisierungsangebote (z.B. Nutzung von QR-Codes, Stadt-App, Multimediale Werbetafel, Social Media, Handyladestation)</li> </ul> |

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                  |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- öffentliches Wlan</li> <li>- Cafés und kleinere Gastronomische Einrichtungen am Markt und im südlichen Bereich des Innenstadtbereiches</li> <li>- zwei öffentliche WC-Anlage vorhanden</li> <li>- neuer Kinderspielplatz Kleine Ringstraße / Große Ringstraße, aber Lage etwas versteckt</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Kinderspielgeräte am Marktplatz fehlen</li> <li>- Anzahl der Sitzgelegenheiten am Marktplatz</li> </ul> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

### 3. Verkehr im Zentrum

| positiv                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | negativ |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- durchgängige Befahrbarkeit des gesamten Zentrumsbereiches mit dem Pkw möglich (Frequenzierung dieser langen Zone)</li> <li>- sanierte Straßen und Gehsteige</li> <li>- Fahrradbügel vorhanden</li> <li>- Blindenleitsystem installiert</li> <li>- Bushaltestelle am Markt, in der Berliner Straße sowie im Langen Damm</li> </ul> |         |

### 4. Tourismus

|                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li>- Beschilderungen und Infotafeln zum und im Stadtzentrum vorhanden</li> <li>- Touristinfo im Rathaus gut erreichbar</li> <li>- Säger- und Kaufmannmuseum nahe der Fußgängerzone</li> <li>- angenehme Sitzgelegenheiten mit Bäumen am Markt</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- öffentliche Aufenthalts- bzw. Sitzbereiche im gesamten Innenstadtbereich zu wenig</li> </ul> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

Die Ansätze zu Aufwertungsmaßnahmen gliedern sich in folgende Bereiche:

- Städtebauliche Aufwertungsmaßnahmen / Möblierung des öffentlichen Raumes
- Attraktivierung des Einzelhandels im Innenstadtbereich
- Anpassungen an Herausforderungen des demografischen Wandels
- Verkehr / Parken
- Optimierung der Absatzpolitik / Verbesserung des Geschäftspräsentation / Stärkung des Einzelhandels
- Kooperation der Akteure.

Eine kontinuierliche Überprüfung und entsprechende Ergänzung oder Änderung soll der aktiven Auseinandersetzung mit Einzelprojekten und –aufgaben dienen. Hilfreich hierfür ist die weitere Detaillierung durch die Betroffenen anhand eines konkreten projekt- und Maßnahmenplanes, welcher mit Teilaufgaben, Terminen, Budgets und Verantwortlichkeiten weiter umgesetzt werden sollte.

**Tabelle 11: Aufwertungsmaßnahmen für die Innenstadt von Finsterwalde**

| Städtebauliche Aufwertung / Möblierung des öffentlichen Raumes                                                                                               | Priorität | Zuständigkeit             |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------|
| - <b>Bauliche und funktionale Aufwertung</b> von Bereichen in zweiter Lage                                                                                   | 1         | Stadt                     |
| - Erhaltung bzw. Reaktivierung der Handelsattraktivität in der Innenstadt bzw. <b>Nachnutzung</b> der leer gezogenen Ladenflächen                            | 1         | Eigentümer, Makler, Stadt |
| - Ausbau / Modernisierung / Sanierung bestehender <b>Stadt-möblierung</b> (kommunikative, bequeme, witterungsfeste und vandalismusresistente Sitzmöblierung) | 2         | Stadt                     |

| Attraktivierung des Einzelhandels in der Innenstadt                                                                                                                                                 | Priorität | Zuständigkeit                                                 |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|---------------------------------------------------------------|
| - Auswertung der <b>Haushaltsbefragung</b> und Beseitigung von „ <b>Schwachstellen</b> “ im Einzelhandel                                                                                            | 1         | Stadt, SängerstadtRegion e.V.                                 |
| - <b>Branchenführer</b> / Betonung des Innenstadtcharakters                                                                                                                                         | 1         | Stadt, SängerstadtRegion e.V.                                 |
| - <b>Leerstandsmanagement</b> (Information über Flächengröße, Eigentümer, Miet- oder Verkaufspreis, baulicher Zustand, Anlieferungsmöglichkeit) / gegebenenfalls Zwischendekoration von Leerständen | 2         | Makler, Stadt prüfen                                          |
| - Prüfung der Möglichkeiten zur <b>Zusammenlegung</b> von <b>Ladenflächen</b> über Immobiliengrenzen hinweg                                                                                         | 2         | Stadt und Eigentümer                                          |
| - Abstimmung des Veranstaltungsmanagements                                                                                                                                                          | 3         | Stadt, SängerstadtRegion e.V.                                 |
| - Lebensmittelmärkte im Innenstadtbereich erhalten / Möglichkeiten der Modernisierung / Vergrößerung einräumen                                                                                      | 1         | Stadt                                                         |
| - Angebot an Veranstaltungen prüfen und ggf. ausbauen um potentielle Kunden in den (sanierten) Innenstadtbereich zu locken                                                                          | 1         | SängerstadtRegion e.V., Unternehmen                           |
| Optimierung der Absatzpolitik / Verbesserung der Geschäftspräsentationen / Stärkung des Einzelhandels                                                                                               | Priorität | Zuständigkeit                                                 |
| - Attraktivierung der <b>Schaufenstergestaltung</b> / Auswechslung veralteter Werbeelemente und Warenträger / Dekoration / Kennzeichnung der Geschäftseingänge                                      | 1         | SängerstadtRegion e.V. mit anderen Institutionen, Unternehmen |
| - <b>Kontrolle</b> der verkaufsoffenen Sonntage und Bereitschaft dies durchzuführen                                                                                                                 | 1         | Stadt, muss kontrolliert werden!                              |
| - Einhaltung der <b>Kernöffnungszeiten</b>                                                                                                                                                          | 2         | Händler                                                       |

| Verkehr / Parken                                                                                                       | Priorität | Zuständigkeit                            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|------------------------------------------|
| - <b>kein akuter Handlungsbedarf</b>                                                                                   |           |                                          |
| Anpassung an Herausforderungen des demografischen Wandels                                                              | Priorität | Zuständigkeit                            |
| - barrierefreie Gestaltung der <b>innerstädtischen Geschäfte</b> (u. a. Barollerbarkeit, Vermeidung von Stolperfallen) | 2         | Immobilien Eigentümer / Gewerbetreibende |
| Kooperation der Akteure                                                                                                | Priorität | Zuständigkeit                            |
| - <b>Gemeinsames Werben</b> für einen Einkauf in Finsterwalde, Ausbau des bereits guten Werbekonzeptes                 | 2         | SängerstadtRegion e.V., Gewerbetreibende |
| - <b>Aktive Zusammenarbeit</b> der Gewerbetreibenden zur Realisierung stadtbildprägender Aktivitäten                   | 1         | Gewerbetreibende, Stadt                  |

### 3.2.2 Stadtteilzentrum Südpassage / Sängerstadt-Center

Als Ausstattungskriterien zur Identifikation von Stadtteilzentren<sup>70</sup> dienen u.a. eine adäquate Versorgung mit Waren des kurzfristigen und Teilbereiche des langfristigen Bedarfsbereiches für die im Stadtteil bzw. daran angrenzende Gebiete lebende Wohnbevölkerung. So ist neben einem Lebensmittelmarkt auch die Existenz weiterer Nahversorgungsangebote sowie ergänzender Komplementäre wie z. B. Friseur, Reinigungsannahme, Bank o. ä. erforderlich. Demnach ist mit dem Stadtteilzentrum Südpassage / Sängerstadt-Center<sup>71</sup> eine entsprechende Einzelhandelslage mit folgenden Ausstattungskennziffern erkennbar:

**Tabelle 12: Strukturdaten des STZ Südpassage / Sängerstadt-Center - Ausstattung**

| Einzelhandelsdaten*                   | Betriebe  |            | Verkaufsfläche** |            |
|---------------------------------------|-----------|------------|------------------|------------|
|                                       | abs.      | in %       | abs.             | in %       |
| Nahrungs- und Genussmittel            | 7         | 32         | 1.915            | 28         |
| Gesundheits- / Körperpflegeartikel    | 2         | 9          | 565              | 8          |
| Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf | 1         | 5          | k. A.            | k. A.      |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren         | 2         | 9          | k. A.            | k. A.      |
| Bekleidung, Schuhe, Sport             | 6         | 27         | 2.150            | 31         |
| Elektrowaren, Medien, Foto            | 1         | 5          | k. A.            | k. A.      |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel           | 1         | 5          | k. A.            | k. A.      |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf       | --        | --         | --               | --         |
| Optik / Uhren, Schmuck                | --        | --         | --               | --         |
| sonstige Sortimente*                  | 1         | 5          | k. A.            | k. A.      |
| <b>Einzelhandel insgesamt</b>         | <b>22</b> | <b>100</b> | <b>6.865</b>     | <b>100</b> |

ca.-Werte gerundet

k. A. – kein Ausweis aus Datenschutzgründen bei weniger als 3 Betrieben

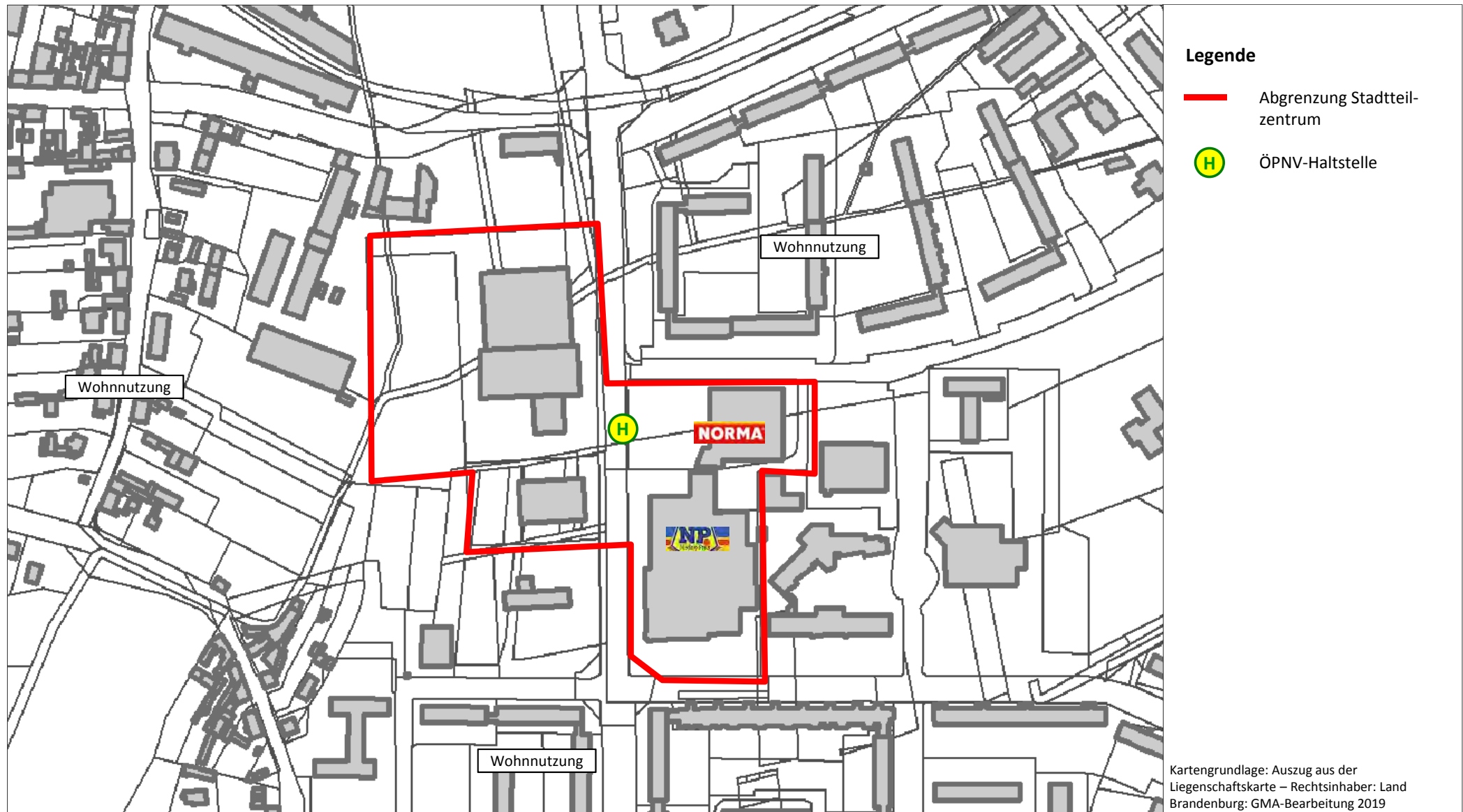
\* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör. Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

\*\* Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

<sup>70</sup> auch als Abkürzung STZ

<sup>71</sup> zukünftig auch STZ Südpassage / Sängerstadt-Center

## Karte 7: Stadtteilzentrum „Südpassage / Sängerstadt-Center“



| Komplementärnutzungen (Auswahl)                                                | Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)                                 |
|--------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|
| Dönerimbiss<br>Paketshop<br>Reisebüro<br>Spielhalle<br>Friseur<br>Textilpflege | <p>■ kurzfristiger Bedarf ■ mittelfristiger Bedarf ■ langfristiger Bedarf</p> |

#### Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

|                                        |                                                                                   |
|----------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|
| /// größer 1.500 m <sup>2</sup>        | ---                                                                               |
| /// 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> | NP- Markt                                                                         |
| /// 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>   | Norma, Dänisches Bettenlager, expert Pötsch, AWG Modecenter, Rossmann, kik, Takko |
| /// bis unter 400 m <sup>2</sup>       | u. a. Deichmann, Mäc Geiz, Apotheke, Bäckerei, Presse Lotto Laden, Spielzeugland  |

#### /// Räumliche Situation

- Der zentrale Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Südpassage / Sängerstadt-Center ist im südlichen Stadtgebiet von Finsterwalde an der Brandenburger Straße gelegen. Bei dem STZ handelt es sich um zwei Einkaufszentren, die von der Brandenburger Straße getrennt sind.
- Westlich der Brandenburger Straße liegt das Sängerstadt-Center, was ehemals als Passage mit einem Durchgang zu den rückwärtig des Gebäudes befindlichen Parkplätzen angelegt war. Aufgrund der fehlenden Mieter, ist dieser allerdings nicht mehr begehbar. Südlich der Passage befindet sich ein weiteres Gebäude mit drei weiteren Mietern.
- Östlich der Brandenburger Straße befindet sich die Südpassage, welche ebenfalls aus zwei Gebäudekomplexen besteht, und vorgelagerte Parkplätze an der Brandenburger Straße bietet.
- Die Nord-Süd-Ausdehnung des STZ liegt bei. max. rd. 250 m. In Ost-West-Richtung erstreckt sich das STZ über max. ca. 200 m.

## **Angebots- und Nachfragesituation**

- Das Stadtteilzentrum weist mit insgesamt 22 Einzelhandelsbetrieben und rd. 6.865 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine großzügige Ausstattung für ein Stadtteilzentrum auf.
- Im Einzelhandel sind mit zwei Lebensmitteldiscountern, weiteren Anbietern im Lebensmittelsegment, einer Drogerie, einer Apotheke und einem Blumengeschäft alle nahversorgungsrelevanten Sortimente vorzufinden. Geschäfte aus dem Textilbereich, ein Elektrofachmarkt, zwei Sonderpostenmärkte sowie ein Einrichtungsgeschäft sowie diverse Dienstleistungen ergänzen das Angebot.
- Die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches umfasst im Wesentlichen den südlichen Siedlungsbereich von Finsterwalde sowie darüber hinaus aufgrund des Angebotes im längerfristigen Segment.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch verschiedene Dienstleistungen wie Reisebüro, Friseur, Döner-Imbiss oder Paketshop ergänzt.

## **Städtebauliche Situation**

- Das Zentrum besteht aus jeweils zwei Gebäudekomplexen, die westlich und östlich der Brandenburger Straße angeordnet sind.
- Das westlich der Brandenburger Straße gelegene Sängerstadt-Center weist derzeit vier Leerstände von größeren bzw. großflächigen Ladeneinheiten auf. Eine deutliche Trading-down Tendenz ist hier zu erkennen. Das äußerliche Erscheinungsbild entspricht nicht den Anforderungen an eine attraktive Fassaden- und Außengestaltung. Mieter sind hier u.a. Dänisches Bettenlager, expert Pötsch und kik.
- Östlich der Brandenburger Straße liegt die Südpassage sowie ein weiteres Einkaufszentrum, welche einen attraktiven Mietermix und kaum Leerstände aufweist. Magnetbetriebe sind hier Norma, AWG und Rossmann.
- Die Umgebungsnutzung des STZ ist hauptsächlich durch Wohnnutzung geprägt. Östlich des STZ ist auf ein Ärztehaus, eine Oberschule sowie eine Kindertagesstätte hinzuweisen. Unmittelbar südlich und nord-östlich sind Wohnnutzungen in Zeilenbauweise etabliert. Im Westen grenzt eine ungenutzte Brachfläche an das STZ an.

- Das STZ wird mit dem motorisierten Individualverkehr hauptsächlich über die in Nord-Süd-Richtung verlaufende Brandenburger Straße erreicht. Parkmöglichkeiten bestehen an beiden Gebäudekomplexen.
- Es besteht eine gute Erreichbarkeit für den Individualverkehr. Eine ÖPNV-Haltestelle ist direkt an der Brandenburger Straße zwischen den Gebäudekomplexen eingerichtet.
- Die fußläufige Erreichbarkeit aus weiten Teilen des Standortumfeldes (v.a. aus verdichteten Wohngebieten) ist durch Gehwege gewährleistet.

#### **/** **Entwicklungspotenziale und Ziele**

- Südpassage: Sicherung des Bestandes. Ggf. Verbesserung der Aufenthaltsqualität durch Möblierung des öffentlichen Raumes.
- Sängerstadt-Center: Neuplanung des Objektes, da Passagencharakter und rückwärtige Parkplatzanlagen nicht mehr den aktuellen Anforderungen an ein modernes zukunftsfähiges Einkaufscenter entsprechen. Aufenthaltsqualität herstellen.

### 3.2.3 Nahversorgungszentrum Schacksdorfer Straße

Als Ausstattungskriterien zur Identifikation von Nahversorgungszentren<sup>72</sup> dienen u. a. eine adäquate Versorgung mit Waren des kurzfristigen und Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfsbereiches für die im angrenzenden Gebiet lebende Wohnbevölkerung. So ist neben einem Lebensmittelmarkt auch die Existenz weiterer Nahversorgungsangebote sowie ergänzender Komplementäre wie z. B. Friseur, Reinigungsannahme, Bank o. ä. erforderlich. Demnach ist mit dem Nahversorgungszentrum Schacksdorfer Straße<sup>73</sup> eine entsprechende Einzelhandelslage mit folgenden Ausstattungskennziffern erkennbar:

**Tabelle 13: Strukturdaten des NVZ Schacksdorfer Straße - Ausstattung**

| Einzelhandelsdaten*           | Betriebe |            | Verkaufsfläche |            |
|-------------------------------|----------|------------|----------------|------------|
|                               | abs.     | in %       | abs.           | in %       |
| Nahrungs- und Genussmittel    | 2        | 100        | 855            | 100        |
| <b>Einzelhandel insgesamt</b> | <b>2</b> | <b>100</b> | <b>855</b>     | <b>100</b> |

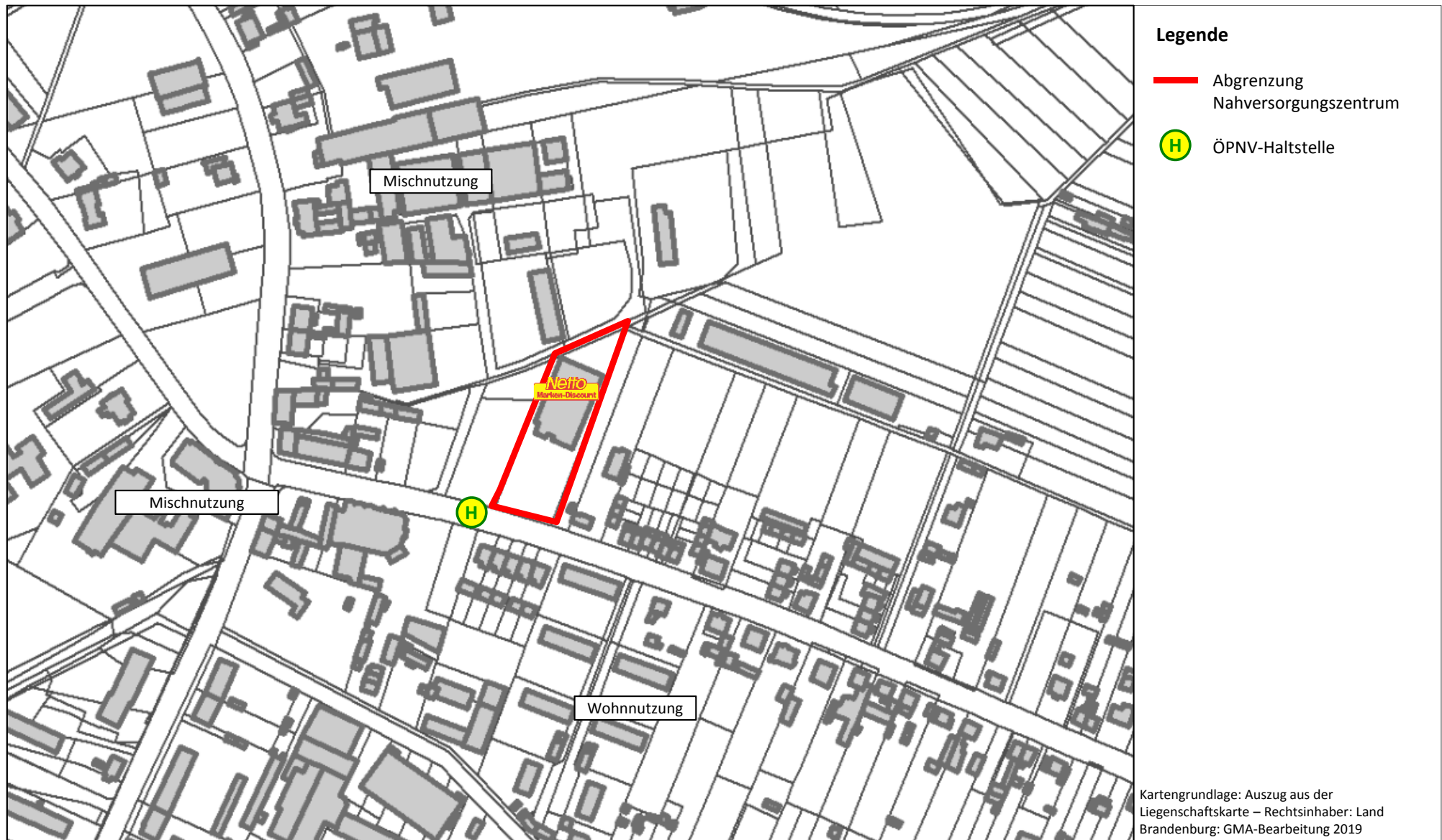
ca.-Werte gerundet.

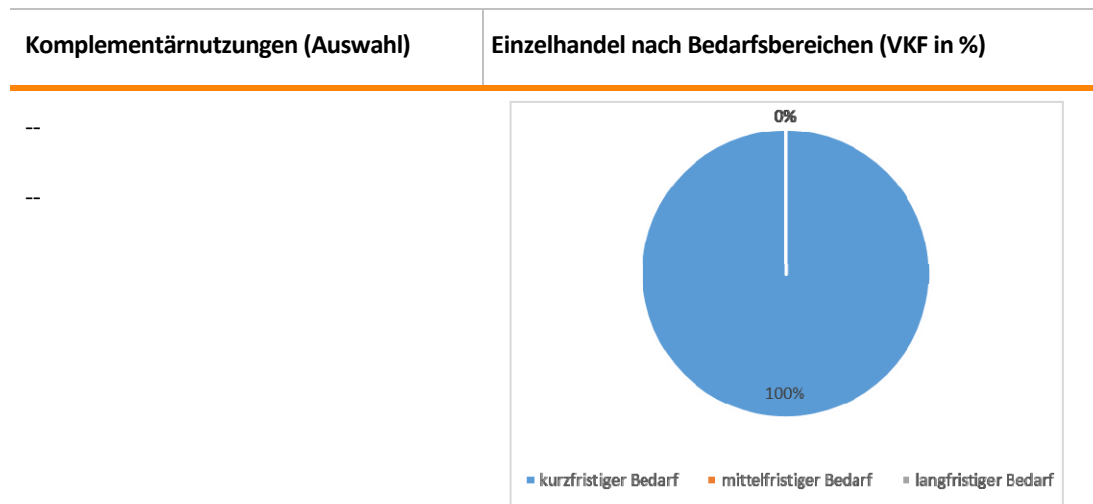
Während der Erstellung des Einzelhandelskonzepts wurde zwischenzeitlich der ursprünglich vorhandene Presseshop geschlossen. Somit werden die Kriterien für ein Nahversorgungszentrum nicht mehr vollumfänglich erfüllt. Aufgrund der Lage des Standortes zu angrenzenden Wohngebieten sollte jedoch an der Klassifizierung als Nahversorgungszentrum aus städtebaulicher Sicht festgehalten werden.

<sup>72</sup> auch als Abkürzung NVZ

<sup>73</sup> zukünftig auch NVZ Schacksdorfer Straße

## Karte 8: Nahversorgungszentrum „Schacksdorfer Straße“





#### Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

|   |                                    |          |
|---|------------------------------------|----------|
| / | größer 1.500 m <sup>2</sup>        | ---      |
| / | 800 bis unter 1.500 m <sup>2</sup> | Netto    |
| / | 400 bis unter 800 m <sup>2</sup>   | ---      |
| / | bis unter 400 m <sup>2</sup>       | Bäckerei |

#### / Räumliche Situation

- Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Schacksdorfer Straße ist im südöstlichen Stadtgebiet von Finsterwalde an der Schacksdorfer Straße gelegen. Es handelt sich um einen Netto-Markt sowie eine Bäckerei in derselben Immobilie. Vorgelagert befinden sich die Kundenparkplätze.

#### / Angebots- und Nachfragesituation

- Das Nahversorgungszentrum weist mit insgesamt zwei Einzelhandelsbetrieben und rd. 855 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eine minimale Ausstattung für ein Nahversorgungszentrum auf.
- Im Einzelhandel verfügt das Nahversorgungszentrum über zwei Betriebe; einen Netto-Markt sowie eine Bäckerei.
- Die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches umfasst im Wesentlichen den südöstlichen Siedlungsbereich von Finsterwalde rund um die Schacksdorfer Straße.

#### / Städtebauliche Situation

- Das Zentrum besteht aus einem Gebäudekomplex, der direkt an der Schacksdorfer Straße liegt, welche als L 60 eine Zufahrt nach Finsterwalde aus dem Südosten herstellt.
- Die Umgebungsnutzung des NVZ ist in östlicher Richtung hauptsächlich durch Wohnnutzung entlang der Schacksdorfer Straße geprägt. Im Westen des NVZ ist eine Mischnutzung zu konstatieren, so befinden sich neben der Geschäftsstelle der Sparkasse u. a. ein Autohaus, eine Tankstelle sowie Wohngebäude.
- Das STZ wird mit dem motorisierten Individualverkehr hauptsächlich über die in Ost-West-Richtung verlaufende Schacksdorfer Straße sowie über den im Westen befindlichen Kreuzungsbereich Rosa-Luxemburg-Straße / Geschwister-Scholl-Straße / Langer Damm erreicht. Parkmöglichkeiten bestehen am Gebäude.
- Eine ÖPNV-Haltestelle ist direkt an der Schacksdorfer Straße eingerichtet.
- Die fußläufige Erreichbarkeit aus weiten Teilen des ist durch Gehwege entlang der Schacksdorfer Straße gewährleistet.

#### **Entwicklungspotenziale und Ziele**

- Sicherung des Bestandes und ggf. Anpassung der Verkaufsflächenausstattung des Netto-Marktes an aktuelle Erfordernisse.
- Ausbau der Multifunktionalität des Zentrums, bspw. durch Ansiedlung weiterer Einzelhandels- bzw. Komplementärnutzungen wie z. B. Reinigung, Blumenladen.

### **3.3 Nahversorgungsstandorte**

Darüber hinaus wurden in Finsterwalde drei Nahversorgungsstandorte identifiziert. 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. Deswegen ungeachtet gilt es diese Einkaufslagen zu erhalten und ein angemessenes Versorgungsniveau für die im Umfeld lebende Bevölkerung zu bewahren.

Die Nahversorgungsstandorte sind:

-  Netto: Sonnewalder Straße 66
-  Netto (dansk): Langer Damm 17
-  NP-Markt, Getränkemarkt mit Lottoannahme, Paketshop und Zeitschriftangebot: Dresdener Straße 125.

Dem Standort des auch für die Grundversorgung bedeutsamen SB-Warenhauses Kaufland an der Sonnewalder Straße erhält keine vordergründige Funktion als Nahversorgungsstandort. Dieser Markt erfüllt zwar Grund- bzw. Nahversorgungsfunktion, allerdings handelt es sich hierbei um keinen echten Nahversorgungsstandort, da der überwiegende Umsatz von außerhalb des fußläufigen Einzugsgebietes generiert wird. Der Standort ist daher nicht als schutzwürdig einzustufen.

### 3.4 Sonderstandorte

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) ist – ergänzend zum Hauptzentrum, dem Stadtteilzentrum und den Nahversorgungsstandorten – die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen. Zusätzlich zu den drei zentralen Versorgungsbereichen können daher Sonderstandorte ausgewiesen werden, die im Sinne einer „Arbeitsteilung“ die Zentren im Idealfall funktional ergänzen sollen. Die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten ist zum Schutz des zVb Innenstadt an diesen Standorten planungsrechtlich auszuschließen.

Derzeit sind im Finsterwalder Stadtgebiet mehrere **Sonderstandorte** vorhanden: u. a. Sonnewalder Straße 100 (Kaufland, Profi Bau- und Gartenmarkt), Lichterfelder Straße 97 (Baustoffzentrum), Weststraße 6 (Opti Wohnwelt). Der Standort an der Lichterfelder Straße kann als nicht integriert eingestuft werden. Diese Betriebe übernehmen gesamtstädtische Versorgungsfunktionen und auch darüber hinaus. Sie beziehen ihr Einwohner- bzw. Kaufkraftpotenzial aus dem gesamten Stadtgebiet, auch außerhalb des fußläufigen Nahbereiches um die Märkte. Aufgrund des erhöhten Verkaufsflächenbedarfs und fehlender Flächenpotenziale in städtebaulich integrierten Lagen in Finsterwalde sind diese außerhalb dieser Lagen gelegen, jedoch befinden sie sich innerhalb des Siedlungsbereiches und übernehmen zumindest teilweise<sup>74</sup> fußläufige Versorgungsfunktionen.

Aufgrund der nicht integrierten Lage (Baustoffzentrum) sowie der i. d. R. fehlenden Komplementärnutzungen (Baustoffzentrum und Opti Wohnwelt) sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren. Da am Standort Sonnewalder Straße die Magnetbetriebe Kaufland und Profi Bau- und Gartenmarkt ein deutlich größeres Einzugsgebiet als für ein zentralen Versorgungsbereich üblich erschließen, und auch über die Stadtgrenze hinaus Kunden bedienen, entspricht dieser Standort auch nicht den Anforderungen eines zentralen Versorgungsbereiches.

Da sich diese Standorte aufgrund ihrer meist autokundenorientierten Lage grundsätzlich für Betriebe mit nicht innenstadtrelevantem Kernsortiment eignen, sollten diese Ergänzungsstandorte daher zukünftig als vorrangige Standorte für die Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel mit

<sup>74</sup> Je nach Umfeldnutzung bzw. Wohnbebauung.

nicht innenstadtrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen. Zum Schutz des zVb Innenstadt sollte an diesen Standorten weiterer zentrenrelevanter Einzelhandel (u. a. Nahrungs- und Genussmittel) ausgeschlossen werden.

Darüber hinaus bestehen Einzelhandelsbetriebe in **sonstigen Lagen** im Stadtgebiet (Streulagen). Hierzu zählen sowohl siedlungsräumlich integrierte Lagen als auch dezentrale, nicht integrierte Standorte in überwiegend autokundenorientierter Lage (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete):

- In den (siedlungsräumlich) **integrierten Lagen** sind vereinzelt Betriebe ansässig, welche ebenfalls wichtige Nahversorgungsfunktionen für die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche übernehmen. Dabei handelt es sich i. d. R. um solitär gelegene, fußläufig gut erreichbare Lebensmittelmärkte mit wesentlicher Nahversorgungsfunktion (**solitäre Nahversorgungsstandorte**), die jedoch keinen zentralen Versorgungsbereich darstellen, sowie Bereiche mit kleinflächigen Angebotsformen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z. B. Bäcker, Fleischer, Blumengeschäft).
- Bei **nicht integrierten / dezentralen Lagen** handelt es sich um überwiegend autokundenorientierte Standorte in Gebieten, die ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie von Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben genutzt werden. Einzelhandel- und Komplementärnutzungen sind an diesen Standorten derzeit kaum vorhanden.

#### 4. Nahversorgungskonzept

Ein wichtiges Ziel der Finsterwalder Einzelhandelspolitik stellt die Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung im Stadtgebiet dar.

##### 4.1 Entwicklung der Nahversorgung

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, aber auch in Stadtbezirken / Quartierslagen. In der Folge abgewandelter 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.

#### **4.2 Bedeutung verschiedener Betriebstypen für die Nahversorgung**

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 6: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)**

| Betriebstyp          | Verkaufsflächen-<br>größe in m <sup>2</sup> | Sortimentsschwer-<br>punkt <sup>1</sup>                          | durchschnittliche An-<br>zahl der Artikel <sup>1</sup>           | Einordnung der Nahversorgungsfunktion                                                                                                                                                          |
|----------------------|---------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| SB-Warenhaus         | > 5.000                                     | Lebensmittel<br>Nonfood I*<br>Nonfood II**<br>Frischeanteil 8 %  | 11.175 (33 %)<br>7.950 (16 %)<br>25.400 (51 %)<br>Gesamt: 44.525 | 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<br>Nonfood I*<br>Nonfood II**<br>Frischeanteil 17 % | 15.740 (62 %)<br>4.810 (19 %)<br>4.480 (17 %)<br>Gesamt: 25.030  | aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar                                                                                                         |
| Supermarkt           | 1.500 – 2.500                               | Lebensmittel<br>Nonfood I*<br>Nonfood II**<br>Frischeanteil 21 % | 8.760 (76 %)<br>2.010 (17 %)<br>840 (7 %)<br>Gesamt: 11.610      | maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Stadtteilzentren und auch kleinen Gemeinden                                                             |
| Discounter           | 800 – 1.300                                 | Lebensmittel<br>Nonfood I*<br>Nonfood II**<br>Frischeanteil 28 % | 1.584 (75 %)<br>273 (13 %)<br>264 (12 %)<br>Gesamt: 2.121        | in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion                                                                                                                    |
| Lebensmittelhandwerk | i. d. R. < 100                              | Metzgerei- und<br>Bäckereiartikel                                | keine Angaben                                                    | Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher gelegenen Stadtteilen; z. T. inkl. Ergänzungssortimente                                                                   |

<sup>1</sup> 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)

### 4.3 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Finsterwalde

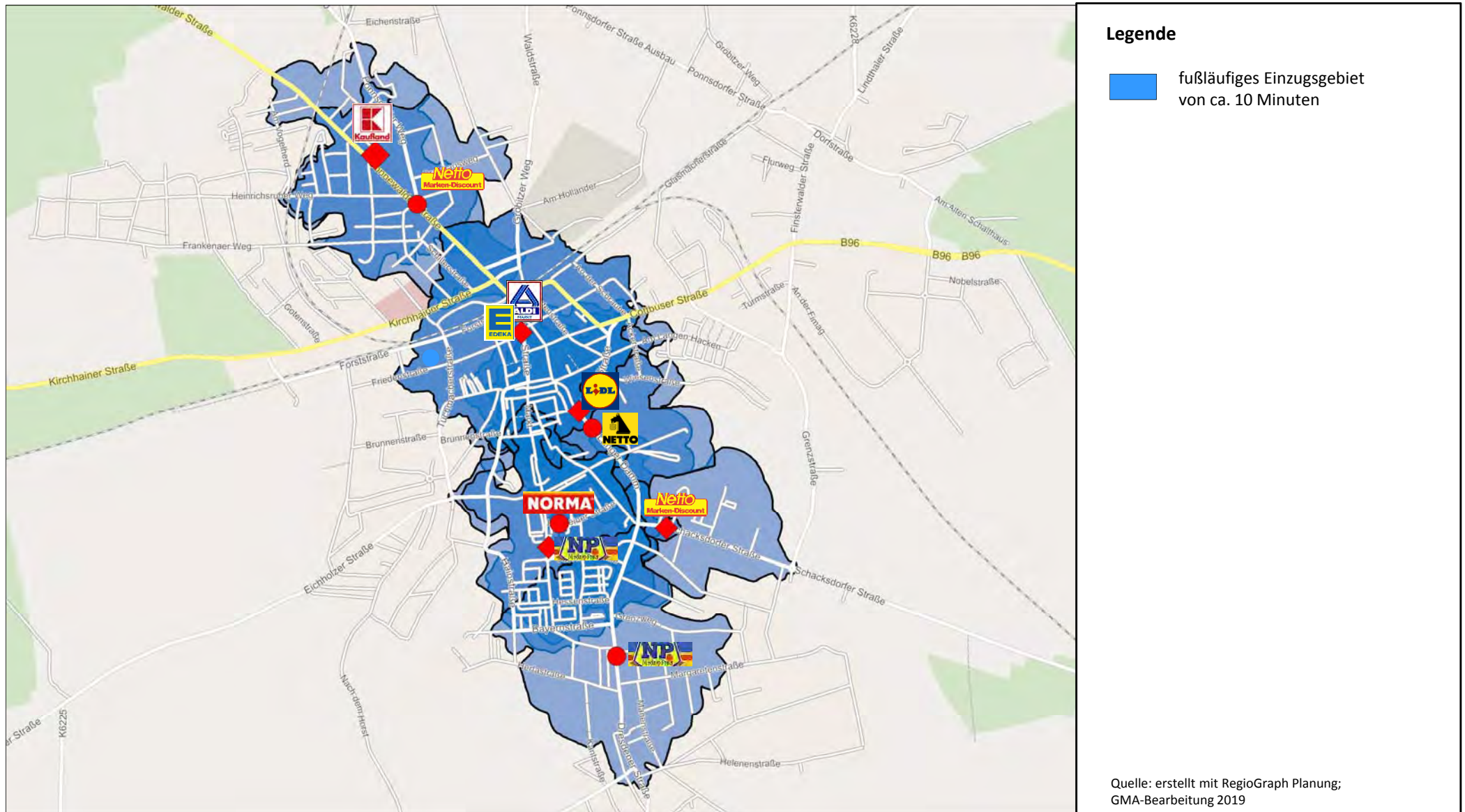
Im Folgenden werden die einzelnen Teilräume der Stadt Finsterwalde hinsichtlich ihrer Versorgungssituation im Lebensmitteleinzelhandel beurteilt.

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadtbereiche wurden um die **wesentlichen Lebensmittelmärkte** (> 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, keine Spezialmärkte) zunächst 500 m-Radien gezogen, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren (vgl. Karte 3, Kap. II). Die Entfernung von rd. 500 m wird unter Berücksichtigung des demografischen Wandels im Sinne einer fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet und entspricht einer fußläufigen Zeitdistanz von ca. 10 Minuten Gehzeit.

Da es sich bei der Darstellung nach Nahversorgungsradien lediglich um eine sehr theoretische Betrachtung der Versorgungssituation handeln würde, bei der v. a. die in der Stadt Finsterwalde zu beachtenden topografischen sowie örtlichen städtebaulichen Gegebenheiten (z. B. große Straßen oder Bahntrassen als Zäsur) unberücksichtigt bleiben würden, wird in der nachfolgenden Karte 8 die tatsächliche fußläufige 10-Minuten-Netzabdeckung dargestellt. Dabei finden die tatsächlichen siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Berücksichtigung<sup>75</sup>. Die innerhalb dieser Bereiche lebende Bevölkerung wird als „versorgt“, die außerhalb einer tatsächlichen fußläufigen Entfernung von 500 m zu einem Lebensmittelmarkt wohnhafte Bevölkerung als „unterversorgt“ klassifiziert.

<sup>75</sup> Die 10 min- fußläufigen Entfernungen werden mit Hilfe einer Geomarketing-Software auf Basis der vorhandenen Straßenzüge berechnet. Dabei werden städtebauliche Gegebenheiten mit einbezogen (z. B. Autobahnen oder Bahntrassen als Zäsur), berücksichtigt werden jedoch größtenteils keine Abkürzen oder „Schleichwege“ (bspw. über Parkflächen oder Grünanlagen).

## Karte 9: Nahversorgungssituation in Finsterwalde (tatsächliche fußläufige Netzabdeckung)



**Übersicht 7: Bewertung der Nahversorgungssituation in Finsterwalde**

| Stadtteil                 | Einwohner<br>31.12.2017<br><sup>76</sup> | Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach<br>Größenklassen in m <sup>2</sup> und Lagekategorie                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    | Bewertung der Versorgungssituation insgesamt                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|---------------------------|------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                           |                                          | < 400                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 400 – 800                                                                                                                                                                    | > 800                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Kernstadt<br>Finsterwalde | 16.467                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Obst- / Gemüse- / Spezial- und Feinkostgeschäfte (u. a. zVb)</li> <li>▪ Bäckereien (u. a. zVb)</li> <li>▪ Fleischereien (u. a. zVb)</li> <li>▪ Apotheken (u. a. zVb)</li> <li>▪ Parfümerien (zVb)</li> <li>▪ Getränkemärkte (u. a. zVb)</li> <li>▪ Tankstellenshops</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Netto</li> <li>▪ NP</li> <li>▪ Norma</li> <li>▪ Netto (dansk)</li> <li>▪ Getränkemarkt</li> <li>▪ Rossmann</li> <li>▪ dm</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Kaufland</li> <li>▪ Edeka</li> <li>▪ NP-Markt</li> <li>▪ Aldi</li> <li>▪ Netto</li> <li>▪ Lidl</li> </ul> | <p><b>quantitativ:</b> Insgesamt überdurchschnittliche Ausstattung bei Nahrungs- und Genussmitteln.</p> <p><b>qualitativ:</b> Bestehende Lebensmittelmärkte mit z. T. Nachholbedarf (Verkaufsflächendimensionierung, Parken), mehrere Anbieter mit unterdurchschnittlicher Verkaufsflächenausstattung (VK &lt; 700 m<sup>2</sup>) und nicht mehr zeitgemäßem Marktauftritt, sonst guter Betriebstypenbesatz (SB-Warenhaus, Vollsortimenter und Discounter im Stadtgebiet); ergänzend u. a. Bäckereien, Fleischereien, Spezialgeschäfte, Tankstellenshops und Getränkemärkte vorhanden</p>          |
| Sorno                     | 430                                      | ▪ ---                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    | <p><b>räumlich:</b> Insgesamt angemessene Netzabdeckung, einige Siedlungsbe-<br/>reiche z. T. ohne fußläufige Nahversorgung; angemessenes Nahversor-<br/>gungsangebot innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Haupt-<br/>zentrum Innenstadt (u. a. mit Edeka und Aldi und dm), Lebensmittel-<br/>markt weist allerdings eine nicht mehr zeitgemäße Verkaufsflächen-<br/>ausstattung.</p> <p>➔ Anpassungsmöglichkeiten bislang kleinflächiger Anbieter an aktuelle<br/>Markterfordernisse prüfen; Hauptaugenmerk sollte auf Sicherung und<br/>ggf. Optimierung des Bestandes gelegt werden</p> |
| Pechhütte                 | 177                                      | ▪ ---                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |

GMA-Zusammenstellung 2018

<sup>76</sup> Quelle: Einwohneramt Stadt Finsterwalde

## 5. Steuerungsempfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben erforderlich.<sup>77</sup> Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- /// Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter 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 Finsterwalde branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

### 5.1 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

#### Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Finsterwalde (zVb Innenstadt)

Für den zentralen Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt sollten keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige<sup>78</sup> Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungs- 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 Finsterwalder Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale sollten Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben (u. a. Lebensmittelmarkt).

<sup>77</sup> Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

<sup>78</sup> großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

**Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Südpassage / Sängerstadt-Center:**

Innerhalb des Stadtteilzentrums soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier primär nahversorgungsrelevante Kernsortimente anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln sind. Für das Gebiet liegen zwei Bebauungspläne vor, die keine Festsetzungen für zulässige Sortimente und maximale Verkaufsflächen vorgeben. Im Sinne einer Stärkung und Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sollte langfristig darauf hingewirkt werden, dass im STZ Südpassage / Sängerstadt-Center zentren-, jedoch nicht nahversorgungsrelevante Sortimente bis max. 400 m<sup>2</sup> VK ohne Prüfung zulässig sein sollten (z. B. Bekleidung oder Schuhe) und hier nur als Ergänzung infrage kommen. Ausnahmsweise sind Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment bis max. 800 m<sup>2</sup> VK im Einzelfall zulässig, insofern eine Einzelfallprüfung deren städtebauliche Verträglichkeit bescheinigt. Neuansiedlungen von großflächigen Betrieben (> 800 m<sup>2</sup> VK) mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung des zVb Innenstadt auszuschließen; Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment wären dagegen grundsätzlich zulässig, wenn auch nicht immer vorbehaltlos zu empfehlen (unter Berücksichtigung des Umfangs an Randsortimenten<sup>79</sup>). Vorhandene Betriebe genießen auch hier Bestandsschutz. Bei betrieblichen Veränderungen ist lediglich die Erweiterungsfläche zur Prüfung entsprechend der Ansiedlungsregelungen aus Abb. 33 einzubeziehen.

**Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Schacksdorfer Straße:**

Innerhalb des Nahversorgungszentrums soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier ausschließlich nahversorgungsrelevante Kernsortimente bis 800 m<sup>2</sup> VK anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln sind. Die Ansiedlung von Anbietern mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment mit Verkaufsflächen von mehr als 800 m<sup>2</sup> ist eine Einzelfallprüfung notwendig. Auch die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment bis max. 400 m<sup>2</sup> VK bedarf einer Einzelfallprüfung.

**5.2 Steuerungsempfehlungen des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche****Nahversorgungsstandorte (keine zentralen Versorgungsbereiche)**

Bei den Nahversorgungsstandorten handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind. Insbesondere **Nahversorgungsstandorte** weisen häufig bereits deutliche Zentrumsansätze auf und übernehmen Nahversorgungsfunktionen für die angrenzenden Wohnquartiere, wenngleich die Gesamtausstattung nicht zur Ausweisung eines zentralen

<sup>79</sup>

Siehe auch Abb. 33 sowie darunter folgende Erläuterungen zu Randsortimenten.

Versorgungsbereichs ausreicht. Hier ist eine Konsolidierung der Bestandsbetriebe mit Erweiterung auch über die Grenze der Großflächigkeit hinaus (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt nach erfolgter Einzelfallprüfung möglich. Bestehende baurechtlich genehmigte Lebensmittelmärkte genießen in der aktuellen Dimensionierung Bestandsschutz. Aufgrund der aktuell zu geringen Ausstattung mit ergänzenden Angeboten hinsichtlich des Einzelhandels oder an Dienstleistungen haben Nahversorgungsstandorte nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches (= Nahversorgungszentrum). Betriebe mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind ab einer Verkaufsfläche von 50 m<sup>2</sup> im Kernsortiment an Nahversorgungsstandorten auszuschließen, da diese Betriebe dann als strukturprägend zu werten sind (= Kleinflächenregelung).

Großflächige Einzelhandelseinrichtungen mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auf die Sonderstandorte zu lenken. Für die Bestandsobjekte mit zentrenrelevanten, darin eingeschlossen auch den nahversorgungsrelevanten Sortimenten, sind bei Modernisierungen / Erweiterungen ggf. Einzelfallprüfungen durchzuführen.

### **Siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)**

Zu den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen sowie Streulagen des Einzelhandels. Die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel unter 50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche soll möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen (Kleinflächenregelung). Die Ansiedlung von kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben solle hier auch im Sinne einer Quartiersversorgung möglich sein, wenn keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte vorliegen. Dies bezieht sich in erster Linie auf kleinteilige Angebote wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken usw. Hier wird eine grundsätzliche Zulässigkeit von max. 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als sinnvoll erachtet. Auf dieser Fläche lassen sich kleinere „Quartiersversorger“ mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment für die unmittelbare fußläufige Nahversorgung realisieren, die nicht über den Nahbereich hinaus wirken oder die negative Auswirkungen auf andere Nahversorgungsanbieter erwarten lassen. Insbesondere für die Nahversorgung in bisher unterversorgten Stadtgebieten oder in den Ortsteilen dient diese Regelung einer Verbesserung, sofern das nächste Stadtteilzentrum oder der nächste Nahversorgungsstandort sich in einer Entfernung von mehr als 800 m befindet<sup>80</sup>.

Alle vorhandenen Betriebe genießen Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.

<sup>80</sup> Der fußläufige Nahversorgungsradius wurde für Finsterwalde mit 500 m angegeben. Bei einer Distanz zum nächsten Nahversorger von mind. 800 m ist davon auszugehen, dass der Überschneidungsbereich der jeweiligen 500 m Radien nur gering ist.

## **Sonderstandorte**

Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte an den genannten Sonderstandorten die Ansiedlung von neuen Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) planungsrechtlich ausgeschlossen werden sofern nicht bereits Planungsrecht für diese Standorte besteht. An diesen Standorten sollte die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten konzentriert werden, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz. Zur Sicherung des Standortes und der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Diese Erweiterungen sind auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zu untersuchen.

Bestehende großflächige Standorte mit Baurecht für zentrenrelevante (und somit auch nahversorgungsrelevante) Sortimente sind im Hinblick auf die Erhaltung einer intakten Versorgungsstruktur ggf. zu überplanen.

## **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 vollständig ausgeschlossen werden. Darüber sind im Finsterwalder 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.

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitende Produkte (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn dieser

- /// in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetriebes steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist, und
- /// das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, die handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden, besteht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Zentrenkonzeptes der Stadt Finsterwalde zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.

Nachfolgende Abbildung fasst die Steuerungsempfehlungen zusammen:

**Abbildung 33: Übersicht Steuerungsempfehlungen**

| Ansiedlung in ...<br>mit ...              |                             | Hauptzentrum<br>Innenstadt<br>Finsterwalde | Stadtteilzentrum | Nahversorgungszentrum | Sonderstandorte | sonstige Lagen          |                                     |                                           |
|-------------------------------------------|-----------------------------|--------------------------------------------|------------------|-----------------------|-----------------|-------------------------|-------------------------------------|-------------------------------------------|
|                                           |                             |                                            |                  |                       |                 | Nahversorgungsstandorte | siedlungsräumlich integrierte Lagen | siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen |
| Nahversorgungsrelevantem<br>Kernsortiment | > 800 m <sup>2</sup> VK     | ✓                                          | ✓                | ⓘ                     | ✗               | ⓘ                       | ✗                                   | ✗                                         |
|                                           | 400 – 799 m <sup>2</sup> VK | ✓                                          | ✓                | ✓                     | ✗               | ✓                       | ✗                                   | ✗                                         |
|                                           | 50 – 399 m <sup>2</sup> VK  | ✓                                          | ✓                | ✓                     | ✗               | ✓                       | ✓                                   | ✗                                         |
| zentrenrelevantem<br>Kernsortiment        | > 800 m <sup>2</sup> VK     | ✓                                          | ✗                | ✗                     | ✗               | ✗                       | ✗                                   | ✗                                         |
|                                           | 400 – 799 m <sup>2</sup> VK | ✓                                          | ⓘ                | ✗                     | ✗               | ✗                       | ✗                                   | ✗                                         |
|                                           | 50 – 399 m <sup>2</sup> VK  | ✓                                          | ✓                | ⓘ                     | ✗               | ✗                       | ✗                                   | ✗                                         |
| nicht zentrenrelevantem<br>Kernsortiment  | > 800 m <sup>2</sup> VK     | ✗                                          | ✗                | ✗                     | ✓               | ✗                       | ✗                                   | ✗                                         |
|                                           | 50 – 799 m <sup>2</sup> VK  | ✗                                          | ✗                | ✗                     | ✓               | ✗                       | ✗                                   | ✗                                         |

✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich **zu empfehlen**

✗ Ansiedlung möglich, aber städtebaulich **nicht zu empfehlen**

ⓘ Einzelfallprüfung erforderlich, beachte Ausführung in den entsprechenden Kapiteln

✗ Ansiedlung nicht möglich

GMA-Empfehlungen 2018

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 durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen. **Bei neuen großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m<sup>2</sup> VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente<sup>81</sup> auf maximal

<sup>81</sup> 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.

10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m<sup>2</sup> VK und max. 50 m<sup>2</sup> VK je Randsortiment 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 führen.

## 6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Abstimmung mit der Stadt Finsterwalde erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

■ **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Rat der Stadt Finsterwalde** als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. 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 Finsterwalde** als „schutzwürdiger Bereich“ und „Investitionsvorangebiet“ (vgl. Kapitel IV 3.2)
2. **Beschluss des Stadtteilzentrums und des Nahversorgungszentrums** als „schutzwürdiger Bereich“ und „Investitionsvorangebiet“
  - Stadtteilzentrum Südpassage / Sängerstadt-Center
  - Nahversorgungszentrum Schacksdorfer Straße
3. **Anerkennung folgender Nahversorgungstandorte im Stadtgebiet** (vgl. Kapitel IV 3.3)
  - Sonnewalder Straße 66 (Netto)
  - Langer Damm 17 (Netto (dansk))
  - Dresdener Straße 125 (NP-Markt).

Die Standorte besitzen für die umliegenden Wohnquartiere eine hohe Nahversorgungsrelevanz.

4. **Anerkennung der Sonderstandorte Sonnewalder Straße, Lichterfelder Straße 97 und Weststraße 6** (vgl. Kapitel IV 3.4). Die Standorte dienen der Versorgung über

---

Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

den unmittelbaren Nahbereich hinaus bzw. haben in Finsterwalde eine gesamtstädtische und z. T. überörtliche Versorgungsbedeutung.

### **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**

Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.<sup>82</sup> Zudem wird eine Übernahme der Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes in die Flächennutzungsplanung empfohlen.

### **Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen**

Die vorliegende Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Finsterwalder Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne Beschränkungen von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche bzw. der Nahversorgungsstandorte eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Finsterwalde 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.

<sup>82</sup> Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

## V. Zusammenfassung

### 1. Ergebnisse der Potenzialanalyse

Die Untersuchungen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Finsterwalde kommen zu folgenden wesentlichen Ergebnissen:

- Die Stadt Finsterwalde ist von der Landesplanung als Mittelzentrum im Landkreis Elbe-Elster ausgewiesen und weist eine Einwohnerzahl von rd. 17.075 Personen auf.
- Im Marktgebiet des Einzelhandels der Stadt leben gegenwärtig ca. 75.580 Personen, davon stammen rd. 23 % aus Finsterwalde selbst bzw. Zone I, ca. 77 % der Einwohner aus Zone II.
- Das Kaufkraftvolumen für alle Einzelhandelsbranchen beläuft sich im Marktgebiet aktuell auf ca. 364,0 Mio. €. Davon entfallen ca. 133,0 Mio. € auf den Warenbereich Nahrungs- und Genussmittel und ca. 231,0 Mio. € auf Nichtlebensmittel. In die Kaufkraftberechnung flossen die mit Bezug auf den Bundesdurchschnitt unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffern des Untersuchungsraumes mit ein. So verfügt Finsterwalde im Bundesvergleich über einen Kaufkraftindex von ca. 82,1 (Bundesdurchschnitt = 100). In Zone II des Marktgebietes liegt die Spannweite der Kaufkraftkoeffizienten zwischen 81,2 und 95,2.
- In der Stadt Finsterwalde kann unter Verwendung entsprechender Prognose-Kriterien im Jahr 2025 mit einem Kaufkraftvolumen von ca. 74,9 Mio. € gerechnet werden (Stadtgebiet). Dies entspricht gegenüber dem Kaufkraftvolumen im Jahr 2015 einem nominalen Rückgang von ca. 3,1 Mio. € (ca. – 4,0 %). Im gesamten Einzugsgebiet wird sich das Kaufkraftvolumen ebenfalls rückläufig entwickeln (ca. – 12,0 Mio. € bzw. – 4,2 %).
- Der Einzelhandelsbestand in Finsterwalde umfasst 190 Betriebe mit einer Verkaufsfläche<sup>83</sup> von ca. 45.970 m<sup>2</sup>. 49 Betriebe und eine Verkaufsfläche von ca. 12.525 m<sup>2</sup> können dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zugeordnet werden. Diese generieren eine Bruttoumsatzleistung von ca. 49,9 Mio. €. Auf den Nichtlebensmittelbereich entfallen 141 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 33.445 m<sup>2</sup> und einem Bruttoumsatz von ca. 65,6 Mio. €.
- Im Geschäftsjahr 2017 erzielte der Finsterwalder Einzelhandel eine Umsatzleistung von ca. 115,5 Mio. €. Dies entspricht einer Kaufkraftbindung im Marktgebiet von ca. 68 %.

<sup>83</sup> Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt.

- Der Einzelhandel im Mittelzentrum Finsterwalde weist eine Zentralität von rd. 148 auf, was per Saldo auf Kaufkraftzuflüsse hindeutet. Vor dem Hintergrund der räumlichen Lage der Stadt in ländlicher Umgebung und ihrer zentralörtlichen Funktion ist dieser Wert als gut einzustufen.

## 2. Empfehlungen / Leitlinien

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

- Das Mittelzentrum Finsterwalde 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 Finsterwalde 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 Finsterwalde** auszuweisen.
- Zur Sicherung der Nahversorgung bzw. wohngebietsnahen Versorgung wird ein **Stadtteilzentrum, ein Nahversorgungszentrum** sowie **drei Nahversorgungsstandorte** ausgewiesen (Punkt IV, 3.2 und 3.3).
- Als Instrument zur Sortimentsdifferenzierung zwischen zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten wird die „**Finsterwalder Sortimentsliste**“ beschlossen (Pkt. IV, 2.2). Zentrenrelevante Sortimente sollen ab einer Verkaufsflächengröße von 50 m<sup>2</sup> 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<sup>84</sup> bis 399 m<sup>2</sup> VK auch an anderen integrierten Standorten möglich.
- Im Rückblick auf das Einzelhandelskonzept von 2009 erfolgte in der Fortschreibung 2018 eine Anpassung der Zulässigkeit zentrenrelevanter Sortimente außerhalb zentra-

<sup>84</sup> Erarbeitung einer Auswirkungsanalyse.

ler Versorgungsbereiche mit max. 50 m<sup>2</sup> sowohl als Folge der Entwicklungen im Einzelhandelsbereich als auch zur künftigen Steuerung einer nachhaltigen Einzelhandelsentwicklung mit einer intakten Einzelhandels- und Sortimentsstruktur.

- Bei neuen großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind zentrenrelevante Randsortimente **bis zu 50 m<sup>2</sup> je Randsortiment**, in der Summe bis zu 10 % der gesamten Verkaufsfläche des Betriebes, zulässig.
- Der zentrale Versorgungsbereich **Innenstadt** ist in seiner 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. Es sollten keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen gelten. Das heißt, dass sowohl großflächige<sup>85</sup> Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Zur Vermeidung von Leerstand sind die Interessen der Immobilieneigentümer und neue, innovative Unternehmenskonzepte stärker zu berücksichtigen.
- Innerhalb des Stadtteilzentrums **Südpassage / Sängerstadt-Center** soll der Angebotschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier primär nahversorgungsrelevante Kernsortimente anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln sind. Im Sinne einer Stärkung und Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt sollte langfristig darauf hingewirkt werden, dass im STZ Südpassage / Sängerstadt-Center zentren- jedoch nicht nahversorgungsrelevante Sortimente bis max. 400 m<sup>2</sup> VK ohne Prüfung zulässig sein sollten (z. B. Bekleidung oder Schuhe) und hier nur als Ergänzung infrage kommen. Ausnahmsweise sind Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment bis max. 800 m<sup>2</sup> VK im Einzelfall zulässig, insofern eine Einzelfallprüfung deren städtebauliche Verträglichkeit bescheinigt. Neuansiedlungen oder Erweiterungen von großflächigen Betrieben (> 800 m<sup>2</sup> VK) mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung des zVb Innenstadt auszuschließen; Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment wären dagegen grundsätzlich zulässig, wenn auch nicht immer vorbehaltlos zu empfehlen (unter Berücksichtigung des Umfangs an Randsortimenten<sup>86</sup>). Vorhandene Betriebe genießen auch hier Bestandsschutz. Bei betrieblichen Veränderungen ist lediglich die Erweiterungsfläche zur Prüfung entsprechend der Ansiedlungsregelungen aus Abb. 33 einzubeziehen.

<sup>85</sup> großflächiger Einzelhandel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

<sup>86</sup> Siehe auch Abb. 33 sowie darunter folgende Erläuterungen zu Randsortimenten.

- Innerhalb des **Nahversorgungszentrums Schacksdorfer Straße** soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Neuansiedlungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier ausschließlich nahversorgungsrelevante Kernsortimente bis 800 m<sup>2</sup> VK anzusiedeln bzw. weiterzuentwickeln sind. Die Ansiedlung von Anbietern mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment mit Verkaufsflächen von mehr als 800 m<sup>2</sup> ist eine Einzelfallprüfung notwendig. Auch die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment bis max. 400 m<sup>2</sup> VK bedarf einer Einzelfallprüfung.
- Bei den **Nahversorgungsstandorten** ist eine Konsolidierung der Bestandsbetriebe mit Erweiterung auch über die Grenze der Großflächigkeit hinaus (> 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt nach erfolgter Einzelfallprüfung möglich. Bestehende baurechtlich genehmigte Lebensmittelmärkte genießen in der aktuellen Dimensionierung Bestandsschutz. Aufgrund der aktuell zu geringen Ausstattung mit ergänzenden Angeboten hinsichtlich des Einzelhandels oder an Dienstleistungen haben Nahversorgungsstandorte nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches (= Nahversorgungszentrum). Betriebe mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind ab einer Verkaufsfläche von 50 m<sup>2</sup> im Kernsortiment an Nahversorgungsstandorten auszuschließen, da diese Betriebe dann als strukturprägend zu werten sind (= Kleinflächenregelung).
- In den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** soll die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel unter 50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche möglich sein, da hier i. d. R. keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen (Kleinflächenregelung). Die Ansiedlung von kleinteiligen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben solle hier auch im Sinne einer Quartiersversorgung möglich sein, wenn keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte vorliegen. Hier wird eine grundsätzliche Zulässigkeit von max. 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche als sinnvoll erachtet. Insbesondere für die Nahversorgung in bisher unterversorgten Stadtgebieten oder in den Ortsteilen dient diese Regelung einer Verbesserung, sofern das nächste Stadtteilzentrum oder der nächste Nahversorgungsstandort sich in einer Entfernung von mehr als 800 m befindet<sup>87</sup>. Alle vorhandenen Betriebe genießen Bestandsschutz. Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, ist zu empfehlen, bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne zu überplanen.
- Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren bestehenden Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in deren Entwicklung nicht zu behindern, sollte an den genannten **Son-**

<sup>87</sup> Der fußläufige Nahversorgungsradius wurde für Finsterwalde mit 500 m angegeben. Bei einer Distanz zum nächsten Nahversorger von mind. 800 m ist davon auszugehen, dass der Überschneidungsbereich der jeweiligen 500 m Radien nur gering ist.

**derstandorten** die Ansiedlung von neuen Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) planungsrechtlich ausgeschlossen werden sofern nicht bereits Planungsrecht für diese Standorte besteht. An diesen Standorten sollte die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten konzentriert werden, um so eine Bündelung von Einzelhandelsangeboten zu erreichen. Bestehende Betriebe genießen Bestandsschutz. Zur Sicherung des Standortes und der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist den bestehenden Betrieben eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Diese Erweiterungen sind auf ein geringfügiges Maß zu begrenzen. Mögliche Erweiterungsvorhaben sind im Einzelfall im Hinblick auf deren städtebauliche und raumordnerische Verträglichkeit zu untersuchen. Bestehende großflächige Standorte mit Baurecht für zentrenrelevante (und somit auch nahversorgungsrelevante) Sortimente sind im Hinblick auf die Erhaltung einer intakten Versorgungsstruktur ggf. zu überplanen.

- In **sonstigen siedlungsräumlich nicht integrierten Lagen** (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete) 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 vollständig ausgeschlossen werden. Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitende Produkte (sog. Annexhandel) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden.
- 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.

| <b>Verzeichnisse</b>                                                                         | <b>Seite</b> |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| <b>1. Kartenverzeichnis</b>                                                                  |              |
| Karte 1: Lage von Finsterwalde                                                               | 29           |
| Karte 2: Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Finsterwalde                                 | 32           |
| Karte 3: Nahversorgungssituation in Finsterwalde (Status quo-Situation)                      | 37           |
| Karte 4: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Finsterwalde                                | 46           |
| Karte 5: Übersicht Zentren- und Standortstruktur im Stadtgebiet Finsterwalde                 | 81           |
| Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Finsterwalde                                | 89           |
| Karte 7: Stadtteilzentrum Südpassage / Sängerstadt-Center                                    | 99           |
| Karte 8: Nahversorgungszentrum Schacksdorfer Straße                                          | 104          |
| Karte 9: Nahversorgungssituation in Finsterwalde (fußläufige Netzabdeckung)                  | 112          |
| <b>2. Tabellenverzeichnis</b>                                                                |              |
| Tabelle 1: GMA-Branchensystematik                                                            | 10           |
| Tabelle 2: Standortanforderungen an Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)    | 15           |
| Tabelle 3: Einwohnerentwicklung in Finsterwalde 2007 – 2017                                  | 25           |
| Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Branchen (Gesamtstadt Finsterwalde)                     | 31           |
| Tabelle 5: Flächenproduktivitäten nach Branchen                                              | 31           |
| Tabelle 6: Einzelhandelsbestand in Finsterwalde 2009 – 2018                                  | 39           |
| Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels in Finsterwalde | 48           |
| Tabelle 8: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Finsterwalde 2025 (Prognose)                  | 70           |
| Tabelle 9: Strukturdaten des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt - Ausstattung         | 90           |
| Tabelle 10: Bewertung Innenstadt (City-Check)                                                | 93           |
| Tabelle 11: Aufwertungsmaßnahmen für die Innenstadt von Finsterwalde                         | 95           |
| Tabelle 12: Strukturdaten des STZ Südpassage / Sängerstadt-Center - Ausstattung              | 98           |
| Tabelle 13: Strukturdaten des NVZ Schacksdorfer Straße - Ausstattung                         | 103          |

### 3. Abbildungsverzeichnis

|               |                                                                                  |    |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1:  | Untersuchungsaufbau                                                              | 8  |
| Abbildung 2:  | Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung                              | 11 |
| Abbildung 3:  | Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes in Mrd. € in Deutschland (netto)           | 12 |
| Abbildung 4:  | Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2005 – 2017                    | 12 |
| Abbildung 5:  | Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland in Mrd. € (brutto)                  | 14 |
| Abbildung 6:  | Anteil Onlinehandel am deutschen Einzelhandelsumsatz einzelner Branchen          | 14 |
| Abbildung 7:  | Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden Verbrauchers“      | 17 |
| Abbildung 8:  | Bevölkerung nach Altersklassen in Finsterwalde 2007 – 2017                       | 26 |
| Abbildung 9:  | Betriebsgrößenstruktur in Finsterwalde                                           | 33 |
| Abbildung 10: | Einzelhandelsbestand nach Standortlagen                                          | 35 |
| Abbildung 11: | Nutzung digitaler Leistungen                                                     | 42 |
| Abbildung 12: | Bewertung der Einzelhandels- und Gewerbesituation im Stadtzentrum                | 42 |
| Abbildung 13: | Bewertung des Stadtzentrums nach Schulnoten                                      | 43 |
| Abbildung 14: | Kaufkraftströme in Finsterwalde                                                  | 49 |
| Abbildung 15: | Relative Verkaufsflächenausstattung (VK pro 1.000 Einwohner)                     | 50 |
| Abbildung 16: | Einzelhandelszentralität nach Branchen der Stadt Finsterwalde                    | 51 |
| Abbildung 17: | Einkaufshäufigkeit in Finsterwalde (in %)                                        | 54 |
| Abbildung 18: | Bevorzugte Verkehrsmittel für den Einkauf in der Finsterwalder Innenstadt (in %) | 55 |
| Abbildung 19: | Positive Aspekte der Finsterwalder Innenstadt (Nennungen)                        | 56 |
| Abbildung 20: | Negative Aspekte in Finsterwalde (Nennungen)                                     | 57 |
| Abbildung 21: | Veränderungen in Finsterwalde in den vergangenen 3 bis 5 Jahren (in %)           | 57 |
| Abbildung 22: | Beurteilung der Finsterwalder Innenstadt nach Schulnoten                         | 58 |
| Abbildung 23: | Maßnahmen zur Verbesserung der Finsterwalder Innenstadt (Nennungen)              | 59 |
| Abbildung 24: | Beurteilung des innerstädtischen Einzelhandels nach Schulnoten                   | 60 |
| Abbildung 25: | Angebotsdefizite in Finsterwalde (Nennungen)                                     | 62 |

|                                                                      |     |
|----------------------------------------------------------------------|-----|
| Abbildung 26: Einkäufe im Internet (Nennungen)                       | 63  |
| Abbildung 27: Kopplung von Gastronomie und Einkauf (in %)            | 66  |
| Abbildung 28: Bewertung des Gastronomieangebotes in Schulnoten       | 67  |
| Abbildung 29: Angebotslücken in der Gastronomie (Nennungen)          | 68  |
| Abbildung 30: Ziele des Einzelhandelskonzeptes                       | 74  |
| Abbildung 31: Zentren- und Standortkonzept Finsterwalde              | 80  |
| Abbildung 32: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche | 85  |
| Abbildung 33: Übersicht Steuerungsempfehlungen                       | 118 |

**1. Anlage 1: Begründung des Sortimentskonzeptes**

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

| Sortiment                                                                                               | Bewertungskriterien                                   |                               |                                           |               |                                                  |                     |                                                                 |                                                                    | Zuord-<br>nung<br>2018 |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------------------|
|                                                                                                         | Derzeitiger Verkaufsflächenschwerpunkt im Stadtgebiet |                               | Warenbeschaf-<br>fenheit / Trans-<br>port | Flächenbedarf | Bedeutung für<br>Attraktivität<br>der Innenstadt | Magnetfunk-<br>tion | Synergieeffekte<br>zu typischen In-<br>nenstadtsorti-<br>menten | Städtebauliche<br>/ stadentwick-<br>lungspolitische<br>Zielsetzung |                        |
|                                                                                                         | zVb                                                   | Sonst. Lage im<br>Stadtgebiet |                                           |               |                                                  |                     |                                                                 |                                                                    |                        |
| Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebens-<br>mittelhandwerk und Tabakwaren, Ge-<br>tränke), Reformwaren |                                                       | ●                             | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmit-<br>tel), Kosmetik                                              | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| apothekenübliche Waren (pharmazeutische<br>Artikel)                                                     | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Schnittblumen                                                                                           | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Zeitungen / Zeitschriften                                                                               |                                                       | ●                             | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Bekleidung, Wäsche                                                                                      | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Schuhe, Lederwaren                                                                                      | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbe-<br>darf                                                      | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Spielwaren und Bastelartikel                                                                            | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Medizinisch-orthopädische Artikel, Sani-<br>tätswaren                                                   | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Baby- / Kinderartikel                                                                                   | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Sportartikel / Sportkleingeräte (inkl. Reit- /<br>Jagd- / Angelbedarf)                                  | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe)                                                                     | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |
| Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bett-<br>wäsche / Bettlaken                                        | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                  | ●                      |

| Sortiment                                                                    | Bewertungskriterien                                   |                               |                                           |               |                                                  |                     |                                                                 |                                                                     | Zuord-<br>nung<br>2018 |
|------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------------------|---------------|--------------------------------------------------|---------------------|-----------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------|
|                                                                              | Derzeitiger Verkaufsflächenschwerpunkt im Stadtgebiet |                               | Warenbeschaf-<br>fenheit / Trans-<br>port | Flächenbedarf | Bedeutung für<br>Attraktivität<br>der Innenstadt | Magnetfunk-<br>tion | Synergieeffekte<br>zu typischen In-<br>nenstadtsorti-<br>menten | Städtebauliche<br>/ stadtentwick-<br>lungspolitische<br>Zielsetzung |                        |
|                                                                              | zVb                                                   | Sonst. Lage im<br>Stadtgebiet |                                           |               |                                                  |                     |                                                                 |                                                                     |                        |
| Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik,<br>Wohnaccessoires, Dekoartikel  | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Kunstgewerbe, Antiquitäten                                                   | ●                                                     |                               | ● / ●                                     | ● / ●         | ● / ●                                            | ● / ●               | ● / ●                                                           | ●                                                                   | ●                      |
| Uhren, Schmuck                                                               | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Foto- und Videoartikel                                                       | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Optische Erzeugnisse, Hörakustik                                             | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Musikinstrumente                                                             | ●                                                     |                               | ● / ●                                     | ● / ●         | ● / ●                                            | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD-<br>Player), Ton- und Bildträger     | ●                                                     |                               | ● / ●                                     | ● / ●         | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Computer                                                                     |                                                       | ●                             | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Elektrokleingeräte (weiße und braune<br>Ware)                                | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ● / ●                                            | ● / ●               | ● / ●                                                           | ●                                                                   | ●                      |
| Geräte der Telekommunikation                                                 | ●                                                     |                               | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Zool. Bedarf                                                                 | ●                                                     |                               | ● / ●                                     | ● / ●         | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Pflanzen und Zubehör, Pflege und Dünge-<br>mitte                             |                                                       | ●                             | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel) / Garten-<br>geräte (z. B. Rasenmäher)     |                                                       | ●                             | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Baustoffe, Bauelemente, Installationsmate-<br>rial, Eisenwaren und Werkzeuge |                                                       | ●                             | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |
| Sanitärartikel / Fliesen                                                     |                                                       | ●                             | ●                                         | ●             | ●                                                | ●                   | ●                                                               | ●                                                                   | ●                      |

| Sortiment                                                                           | Bewertungskriterien                                   |                            |                                 |               |                                            |                |                                               |                                                          | Zuordnung<br>2018 |
|-------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|----------------------------|---------------------------------|---------------|--------------------------------------------|----------------|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------|-------------------|
|                                                                                     | Derzeitiger Verkaufsflächenschwerpunkt im Stadtgebiet |                            | Warenbeschaffenheit / Transport | Flächenbedarf | Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt | Magnetfunktion | Synergieeffekte zu typischen Innenstadtsorten | Städtebauliche / stadtentwicklungspolitische Zielsetzung |                   |
|                                                                                     | zVb                                                   | Sonst. Lage im Stadtgebiet |                                 |               |                                            |                |                                               |                                                          |                   |
| Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel)                                               |                                                       | ●                          | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Matratzen / Bettwaren (z. B. Steppbettdecken)                                       |                                                       | ●                          | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Lampen / Leuchten, Beleuchtungskörper                                               |                                                       | ●                          | ● / ●                           | ● / ●         | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Elektroinstallationsbedarf                                                          |                                                       | ●                          | ● / ●                           | ● / ●         | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Antennen / Satellitenanlagen                                                        |                                                       | ●                          | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Teppiche / Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten                                      | n. v.                                                 | n. v. **                   | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Elektrogroßgeräte, Herde, Öfen (weiße Ware), Büromaschinen, Büroorganisationsmittel |                                                       | ●                          | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen                                          |                                                       | ●                          | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Campinggroßartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)                                      | n. v. **                                              | n. v. **                   | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Fahrräder, Fahrradzubehör (ohne Bekleidung)                                         | ●                                                     |                            | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Sportgroßgeräte                                                                     | n. v.                                                 | n. v.                      | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Brennstoffe / Mineralölerzeugnisse                                                  |                                                       | ●                          | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Kfz-Zubehör, Motorradzubehör                                                        |                                                       | ●                          | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |
| Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds                                    |                                                       | ●                          | ●                               | ●             | ●                                          | ●              | ●                                             | ●                                                        | ●                 |

---

\*weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte wie Herde, Kühlschränke, Waschmaschinen

\*\* als Teilsortimente in Betrieben vorhanden

● = zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Eigenschaft

● = zentrenrelevante Eigenschaft

● = nicht-zentrenrelevante Eigenschaft

n. v. Sortiment derzeit in Finsterwalde nicht vorhanden

GMA-Zusammenstellung 2019 auf Basis der o. g. Kriterien bzw. der spezifischen Standortbedingungen in Finsterwalde

**2. Anlage 2: Fragebogen der Haushaltsbefragung**

## HAUSHALTSBEFRAGUNG ZUM EINZELHANDEL IN FINSTERWALDE

*Willkommenstext (Interviewername, Auftraggeber, Inhalt und Länge der Umfrage)*

*Datenschutzhinweis*

|                                                                                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                             |   |   |   |   |   |   |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---|---|---|---|---|---|
| 0. Kaufen Sie gelegentlich in der Finsterwalder Innenstadt ein?                                                                                                                                                                                                   | <input type="checkbox"/> ja<br><input type="checkbox"/> nein    Warum? .....<br><i>(Grund notieren und weiter mit Persönliche Angaben)</i>                                                                                  |   |   |   |   |   |   |
| 1. Wie häufig kaufen Sie in der Finsterwalder Innenstadt ein?<br><i>(Antwortvorgaben bitte nicht vorlesen)</i>                                                                                                                                                    | <input type="checkbox"/> täglich<br><input type="checkbox"/> mindestens einmal wöchentlich<br><input type="checkbox"/> alle 1 – 2 Wochen<br><input type="checkbox"/> alle 1 – 2 Monate<br><input type="checkbox"/> seltener |   |   |   |   |   |   |
| 2. Welches Verkehrsmittel nutzen Sie am häufigsten beim Einkauf in Finsterwalde bzw. der Innenstadt?                                                                                                                                                              | <input type="checkbox"/> Pkw<br><input type="checkbox"/> Motorrad / Mofa / Roller<br><input type="checkbox"/> ÖPNV<br><input type="checkbox"/> Fahrrad<br><input type="checkbox"/> zu Fuß                                   |   |   |   |   |   |   |
| 3. Wenn Sie die Finsterwalder Innenstadt mit anderen Städten vergleichen, was fällt Ihnen besonders <b>positiv</b> auf? <i>(Stichpunktartig erfassen)</i>                                                                                                         | .....<br>.....<br>.....                                                                                                                                                                                                     |   |   |   |   |   |   |
| 4. Wenn Sie die Finsterwalder Innenstadt mit anderen Städten vergleichen, was fällt Ihnen besonders <b>negativ</b> auf? <i>(Stichpunktartig erfassen)</i>                                                                                                         | .....<br>.....<br>.....                                                                                                                                                                                                     |   |   |   |   |   |   |
| 5. Wie hat sich aus Ihrer Sicht die Attraktivität der Finsterwalder Innenstadt in den letzten 3 - 5 Jahren verändert?                                                                                                                                             | <input type="checkbox"/> hat sich erhöht<br><input type="checkbox"/> ist unverändert<br><input type="checkbox"/> hat sich verschlechtert<br><input type="checkbox"/> weiß nicht                                             |   |   |   |   |   |   |
| 6. Wie benoten Sie die Finsterwalder Innenstadt in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten?<br>1 = sehr gut                      4 = ausreichend<br>2 = gut                              5 = mangelhaft<br>3 = befriedigend                0 = weiß nicht      | Sauberkeit                                                                                                                                                                                                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Sicherheit                                                                                                                                                                                                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Einkaufsatmosphäre/Aufenthaltsqual.                                                                                                                                                                                         | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Angebot an Dienstleistungen                                                                                                                                                                                                 | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Angebot an Veranstaltungen                                                                                                                                                                                                  | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Parken                                                                                                                                                                                                                      | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
| 7. Welche Verbesserungen wünschen Sie sich für die Finsterwalder Innenstadt?<br><i>(Stichpunktartig erfassen)</i>                                                                                                                                                 | .....<br>.....<br>.....                                                                                                                                                                                                     |   |   |   |   |   |   |
| 8. Wie benoten Sie den innerstädtischen Einzelhandel in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten?<br>1 = sehr gut                      4 = ausreichend<br>2 = gut                              5 = mangelhaft<br>3 = befriedigend                0 = weiß nicht | Angebotsvielfalt                                                                                                                                                                                                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Preis / Leistung                                                                                                                                                                                                            | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Qualitätsniveau                                                                                                                                                                                                             | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Bedienung / Beratung / Service                                                                                                                                                                                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Gestaltung der Geschäfte                                                                                                                                                                                                    | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                   | Öffnungszeiten                                                                                                                                                                                                              | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
| 9. Welche Marken / Branchen vermissen Sie in der Finsterwalder Innenstadt?<br><i>(Stichpunktartig erfassen)</i>                                                                                                                                                   | .....<br>.....<br>.....                                                                                                                                                                                                     |   |   |   |   |   |   |

| <p>10. Welche Produkte / Sortimente haben Sie in den letzten 12 Monaten im Internet gekauft?</p> <p><i>(Antwortvorgaben bitte nicht vorlesen. Mehrfachnennungen möglich)</i></p>                                                                          | <div style="display: flex; justify-content: space-between;"> <div style="width: 48%;"> <input type="checkbox"/> keine<br/> <input type="checkbox"/> Lebensmittel, Getränke<br/> <input type="checkbox"/> Drogerie-, Parfümerie-, Apothekenwaren, Kosmetik<br/> <input type="checkbox"/> Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf<br/> <input type="checkbox"/> Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren<br/> <input type="checkbox"/> Spielwaren, Babybedarf<br/> <input type="checkbox"/> Bekleidung, Wäsche<br/> <input type="checkbox"/> Schuhe, Lederwaren<br/> <input type="checkbox"/> Sport-, Freizeitartikel, Outdoor </div> <div style="width: 48%;"> <input type="checkbox"/> Elektrowaren<br/> <input type="checkbox"/> Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenkartikel<br/> <input type="checkbox"/> Möbel<br/> <input type="checkbox"/> Heimtextilien, Wolle<br/> <input type="checkbox"/> Bau-/Heimwerker-/ Gartenbedarf, Teppiche<br/> <input type="checkbox"/> Optik, Hörgeräteakustik<br/> <input type="checkbox"/> Uhren, Schmuck<br/> <input type="checkbox"/> Sonstige:<br/> ..... </div> </div>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |                                          |                            |                                          |                          |                                 |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|----------------------------|------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------|------------|-------------|-----------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|----------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|---------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|-----------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|--------------------------|
| <p>12. An welchen Standorten / Orten kaufen Sie die folgenden Warengruppen am häufigsten ein?</p> <p><i>(Je Warengruppe nur einen Ort ankreuzen)</i></p>                                                                                                  | <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th style="width: 25%;">Sortiment<br/>Innenstadt</th> <th style="width: 10%;">Innenstadt<br/>Fensterwalde</th> <th style="width: 10%;">sonstiges<br/>Stadtgebiet<br/>Fensterwalde</th> <th style="width: 10%;">Internet/<br/>Versand</th> <th style="width: 10%;">Sonstiger Ort<br/>(Ort erfassen)</th> <th style="width: 10%;">weiß nicht</th> <th style="width: 10%;">kein Bedarf</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Lebensmittel, Drogeriewaren</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Bücher, Schreibwaren</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Spielwaren</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Bekleidung, Wäsche</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Schuhe, Lederwaren</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Sport-/ Freizeitartikel</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Elektrowaren, Foto</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Optik</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> <tr><td>Uhren / Schmuck</td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td><td><input type="checkbox"/></td></tr> </tbody> </table> | Sortiment<br>Innenstadt                  | Innenstadt<br>Fensterwalde | sonstiges<br>Stadtgebiet<br>Fensterwalde | Internet/<br>Versand     | Sonstiger Ort<br>(Ort erfassen) | weiß nicht | kein Bedarf | Lebensmittel, Drogeriewaren | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Bücher, Schreibwaren | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Spielwaren          | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Bekleidung, Wäsche | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Schuhe, Lederwaren | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Sport-/ Freizeitartikel | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Elektrowaren, Foto | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Optik | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | Uhren / Schmuck | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/> |
| Sortiment<br>Innenstadt                                                                                                                                                                                                                                   | Innenstadt<br>Fensterwalde                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | sonstiges<br>Stadtgebiet<br>Fensterwalde | Internet/<br>Versand       | Sonstiger Ort<br>(Ort erfassen)          | weiß nicht               | kein Bedarf                     |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Lebensmittel, Drogeriewaren                                                                                                                                                                                                                               | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Bücher, Schreibwaren                                                                                                                                                                                                                                      | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Spielwaren                                                                                                                                                                                                                                                | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Bekleidung, Wäsche                                                                                                                                                                                                                                        | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Schuhe, Lederwaren                                                                                                                                                                                                                                        | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Sport-/ Freizeitartikel                                                                                                                                                                                                                                   | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Elektrowaren, Foto                                                                                                                                                                                                                                        | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Optik                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Uhren / Schmuck                                                                                                                                                                                                                                           | <input type="checkbox"/>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/>   | <input type="checkbox"/>                 | <input type="checkbox"/> | <input type="checkbox"/>        |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <p>13. Wie häufig nutzen Sie bei Einkäufen in der Finsterwalder Innenstadt das Gastronomieangebot?</p>                                                                                                                                                    | <input type="checkbox"/> nie<br><input type="checkbox"/> manchmal / unterschiedlich<br><input type="checkbox"/> immer bei Samstags-Einkäufen<br><input type="checkbox"/> immer (auch werktags)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                          |                            |                                          |                          |                                 |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <p>14. Wie benoten Sie das innerstädtische Gastronomieangebot in Bezug auf folgende Aspekte nach Schulnoten?</p> <p><i>1 = sehr gut      4 = ausreichend</i><br/> <i>2 = gut      5 = mangelhaft</i><br/> <i>3 = befriedigend      0 = weiß nicht</i></p> | <table style="width: 100%;"> <tr> <td>Angebotsvielfalt</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td> </tr> <tr> <td>Preis / Leistung</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td> </tr> <tr> <td>Qualitätsniveau</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td> </tr> <tr> <td>Bedienung / Service</td> <td>1</td><td>2</td><td>3</td><td>4</td><td>5</td><td>0</td> </tr> </table>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | Angebotsvielfalt                         | 1                          | 2                                        | 3                        | 4                               | 5          | 0           | Preis / Leistung            | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 0                        | Qualitätsniveau      | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 0                        | Bedienung / Service | 1                        | 2                        | 3                        | 4                        | 5                        | 0                        |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Angebotsvielfalt                                                                                                                                                                                                                                          | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2                                        | 3                          | 4                                        | 5                        | 0                               |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Preis / Leistung                                                                                                                                                                                                                                          | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2                                        | 3                          | 4                                        | 5                        | 0                               |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Qualitätsniveau                                                                                                                                                                                                                                           | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2                                        | 3                          | 4                                        | 5                        | 0                               |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| Bedienung / Service                                                                                                                                                                                                                                       | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 2                                        | 3                          | 4                                        | 5                        | 0                               |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |
| <p>15. Welche gastronomischen Angebote vermissen Sie in der Finsterwalder Innenstadt?</p> <p><i>(Stichpunktartig erfassen)</i></p>                                                                                                                        | .....<br>.....<br>.....                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                          |                            |                                          |                          |                                 |            |             |                             |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                      |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                     |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                         |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                    |                          |                          |                          |                          |                          |                          |       |                          |                          |                          |                          |                          |                          |                 |                          |                          |                          |                          |                          |                          |

#### Persönliche Angaben

|                                                               |                                                                                                                                                                                                                                                  |
|---------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Geschlecht des Befragten:                                     | <input type="checkbox"/> männlich <input type="checkbox"/> weiblich                                                                                                                                                                              |
| Welcher Altersgruppe gehören Sie an?                          | <input type="checkbox"/> Unter 6 Jahre <input type="checkbox"/> 6 bis 18 Jahre<br><input type="checkbox"/> 19 - 35 Jahre <input type="checkbox"/> 36 – 45 Jahre<br><input type="checkbox"/> 46 – 65 Jahre <input type="checkbox"/> über 65 Jahre |
| Wie viele Personen umfasst Ihr Haushalt (Sie mitgerechnet)?   | _____ Personen                                                                                                                                                                                                                                   |
| Haben Sie / Hat Ihr Haushalt ständig einen Pkw zur Verfügung? | <input type="checkbox"/> ja <input type="checkbox"/> nein                                                                                                                                                                                        |
| Wo wohnen Sie?                                                | <input type="checkbox"/> Finsterwalde, PLZ (od. Ortsteil):.....<br><input type="checkbox"/> sonstiger Wohnort: .....                                                                                                                             |

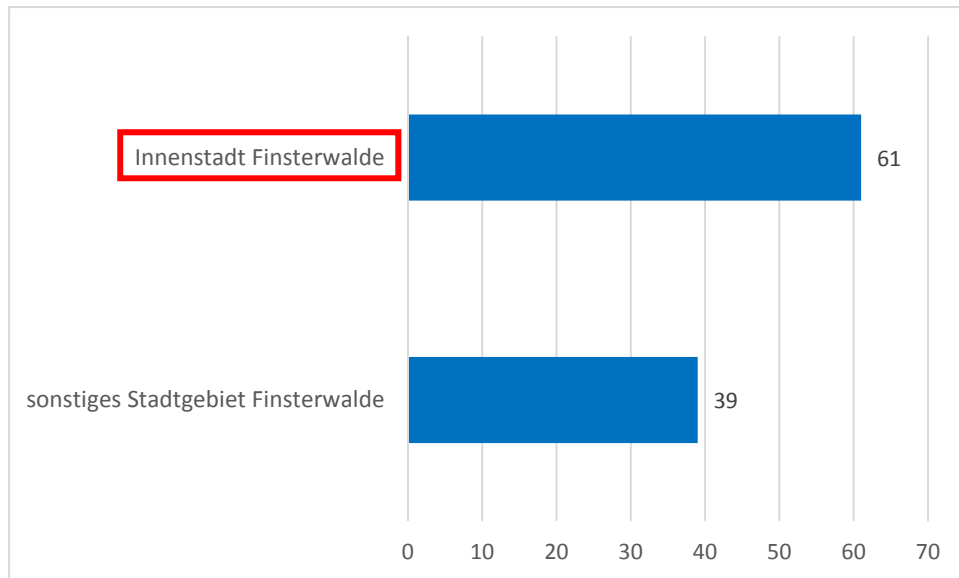
**3. Anlage 3: Auswertung der Haushaltsbefragung – Diagramme Frage 11**

### Anlage 3: Auswertung der Haushaltsbefragung – Diagramme Frage 12

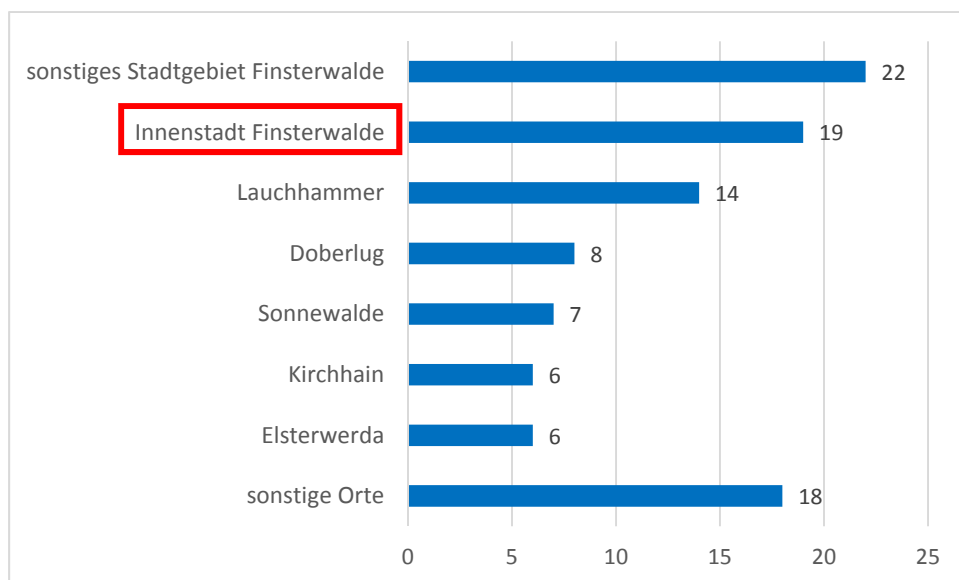
jeweils: Zone I n = 99, Zone II n = 145

#### Lebensmittel / Drogeriewaren (in %)

Befragte aus Zone I (Finstertwalde)

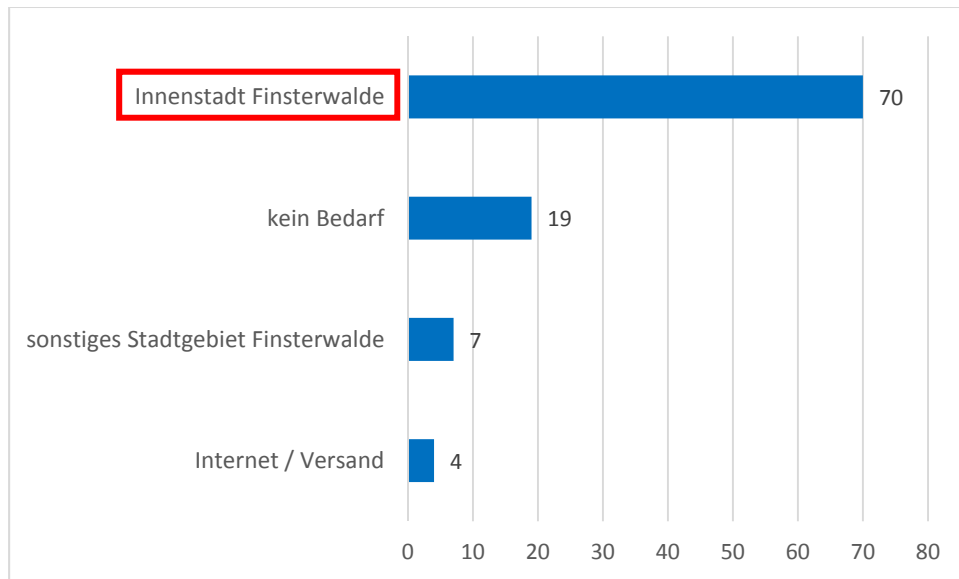


Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)

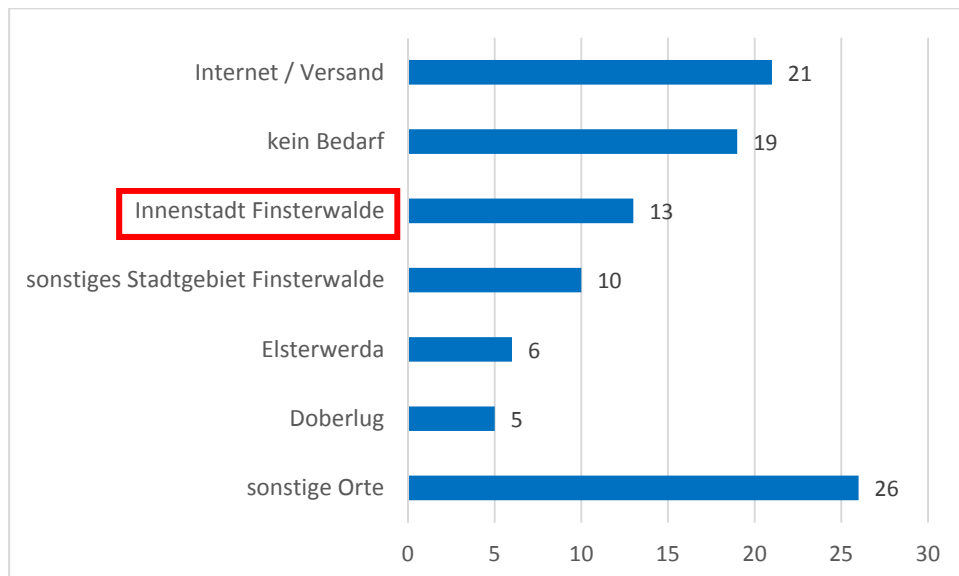


## Bücher / Schreibwaren (in %)

Befragte aus Zone I (Finsterwalde)

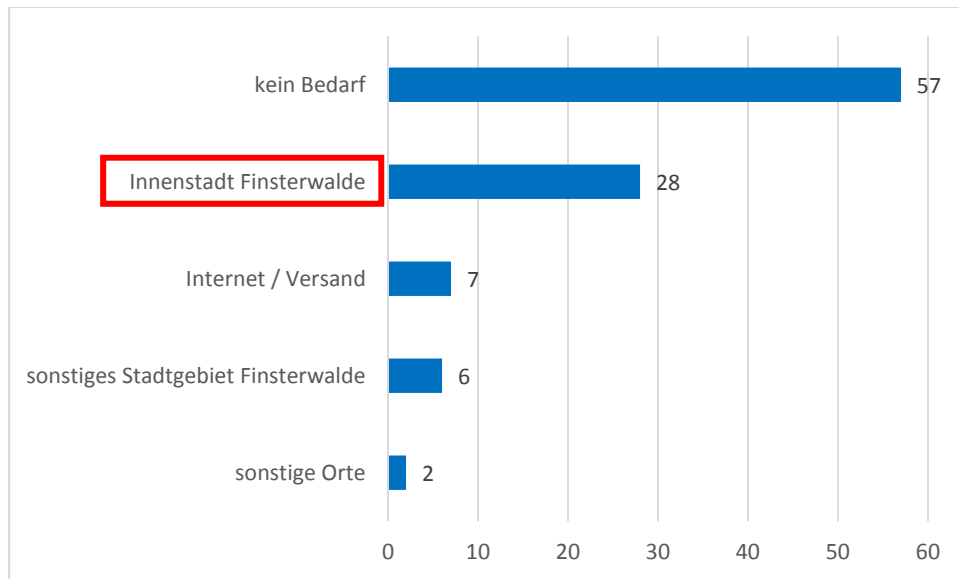


Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)

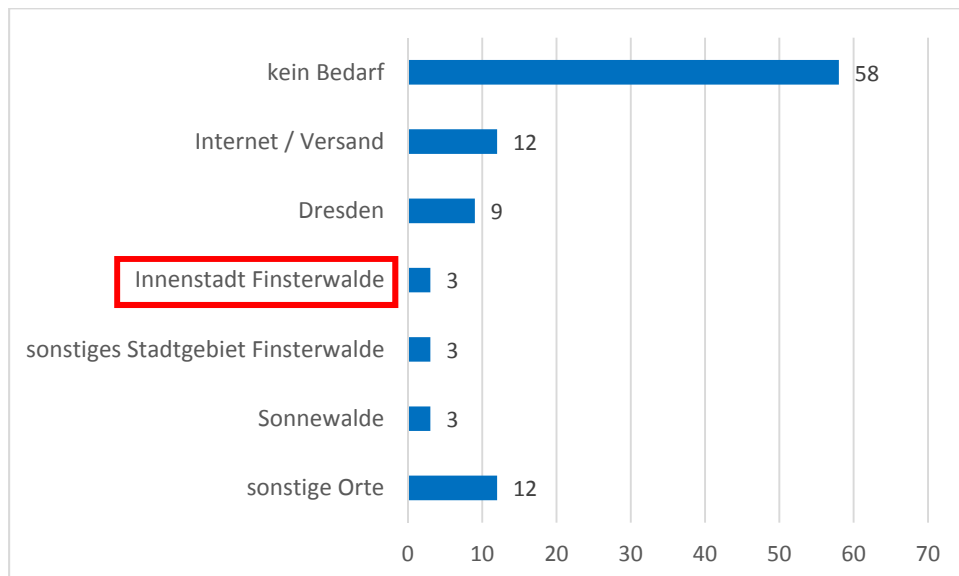


## Spielwaren (in %)

Befragte aus Zone I (Finstertal)

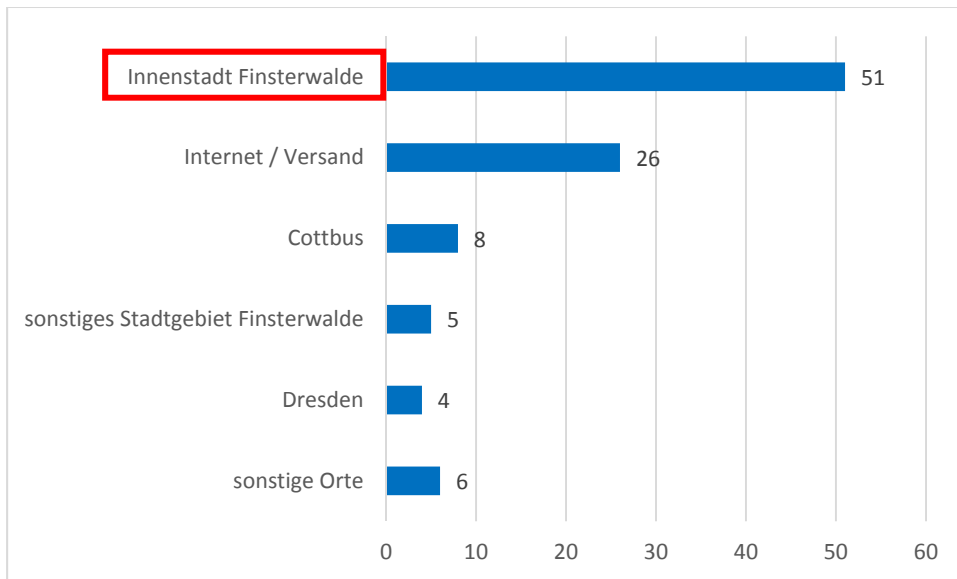


Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)

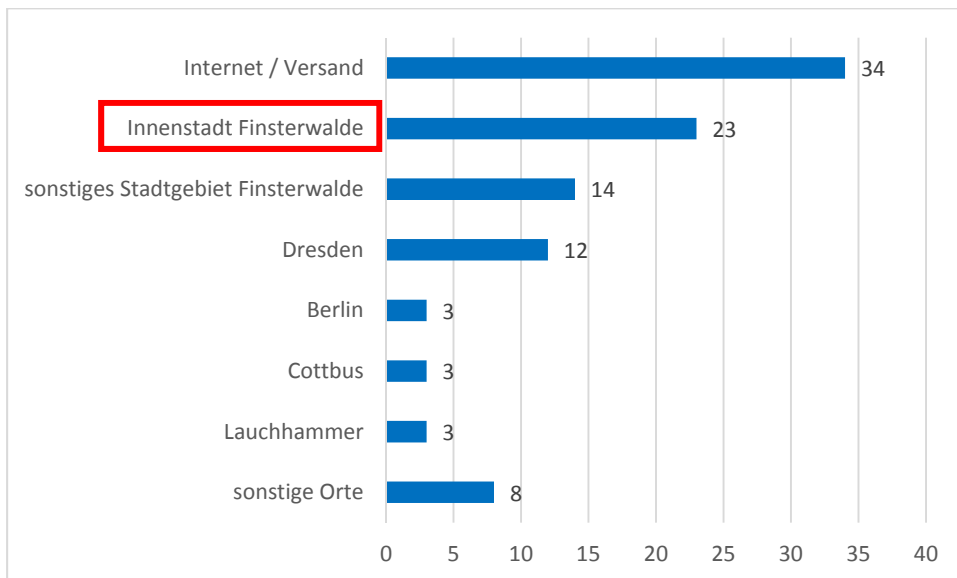


## Bekleidung / Wäsche (in %)

Befragte aus Zone I (Finsterwalde)

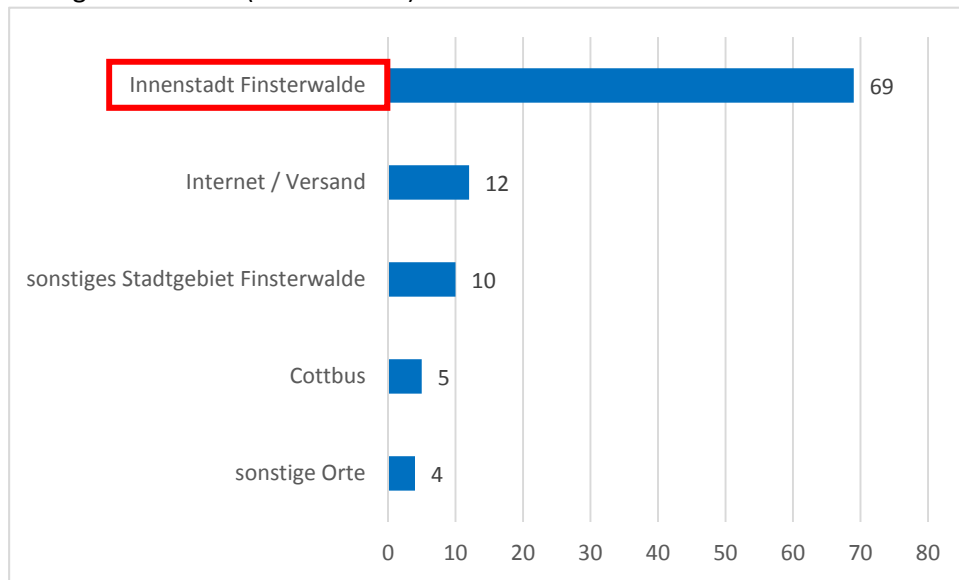


Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)

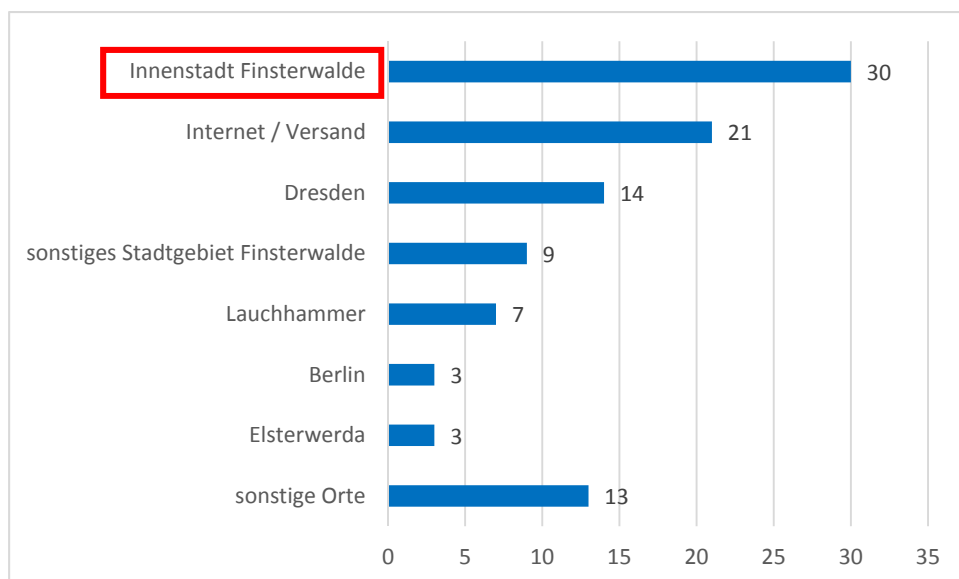


## Schuhe / Lederwaren (in %)

### Befragte aus Zone I (Finstertal)

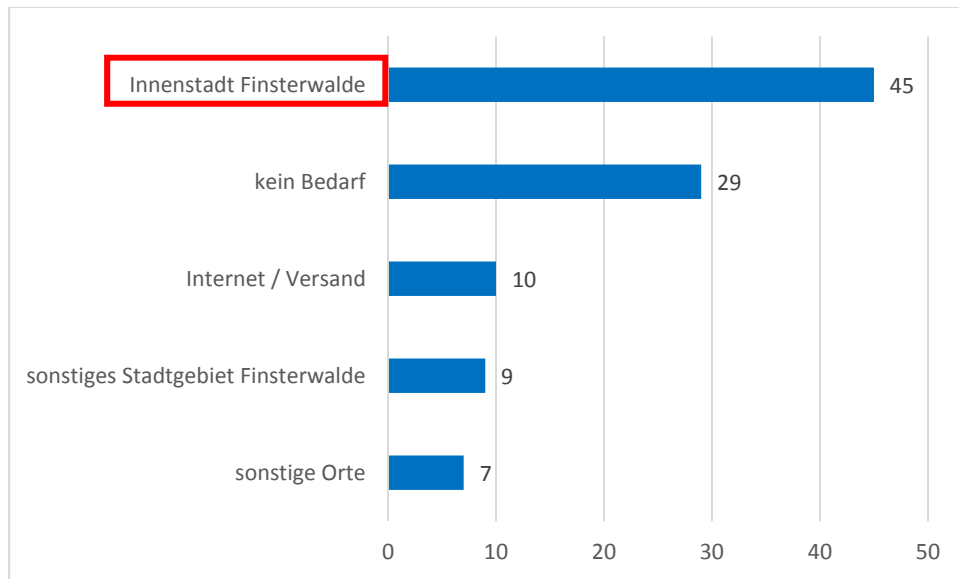


### Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)

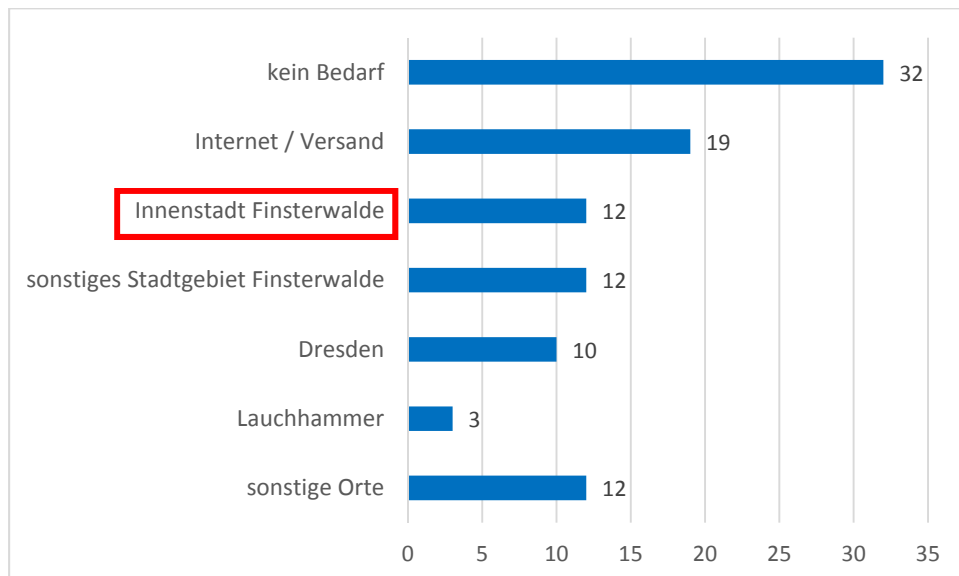


## Sport- / Freizeitartikel (in %)

Befragte aus Zone I (Finsterwalde)

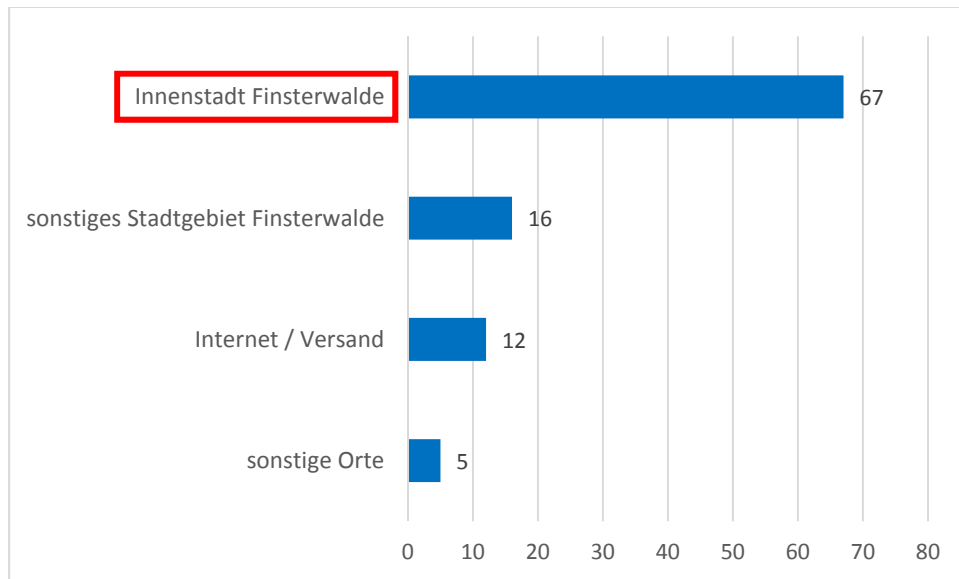


Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)

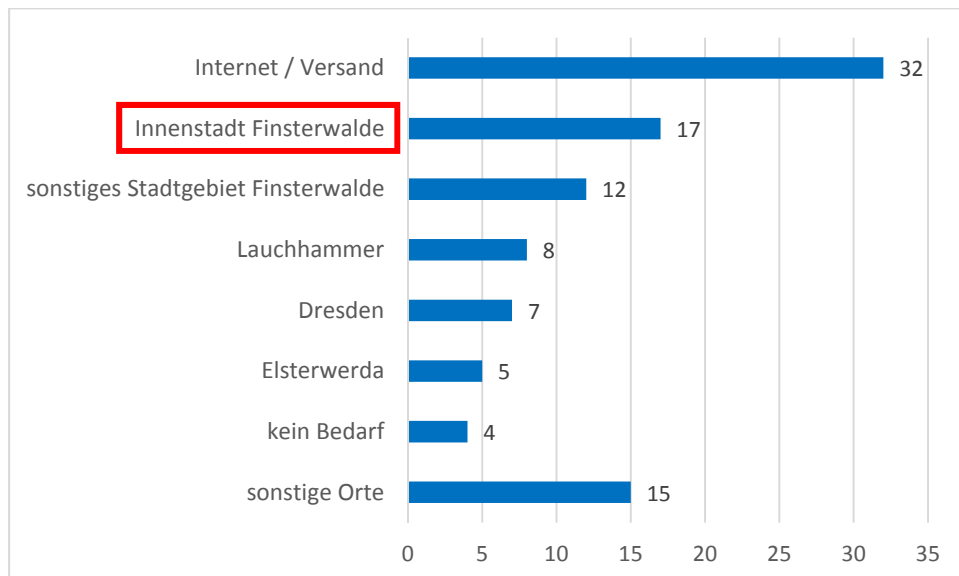


## Elektrowaren / Foto (in %)

Befragte aus Zone I (Finstertal)

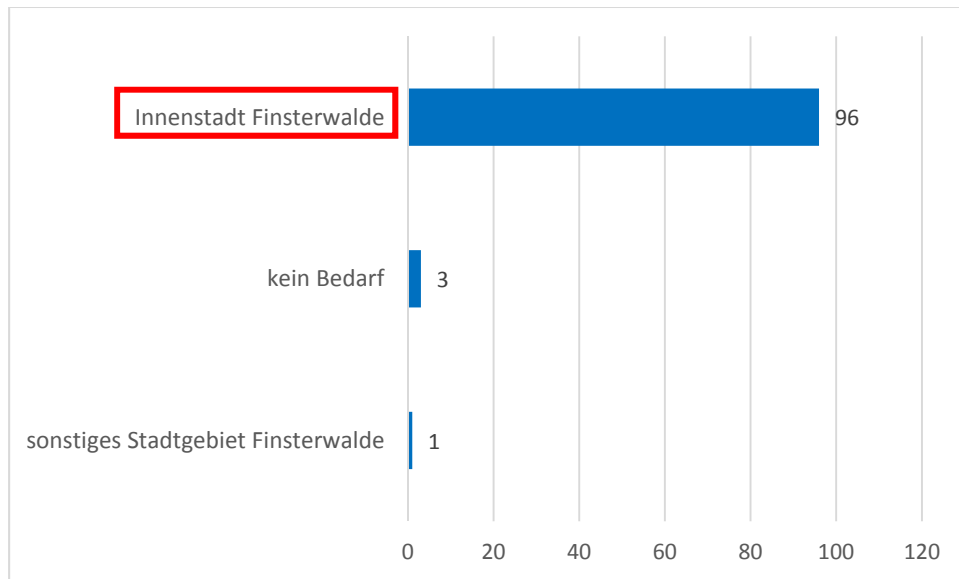


Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)

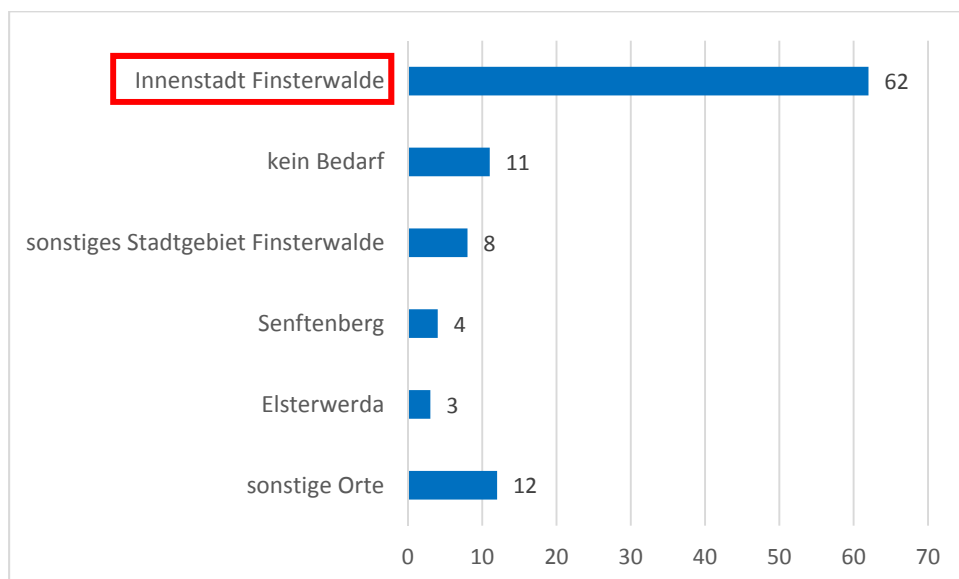


## Optik ( in %)

Befragte aus Zone I (Finstertwalde)

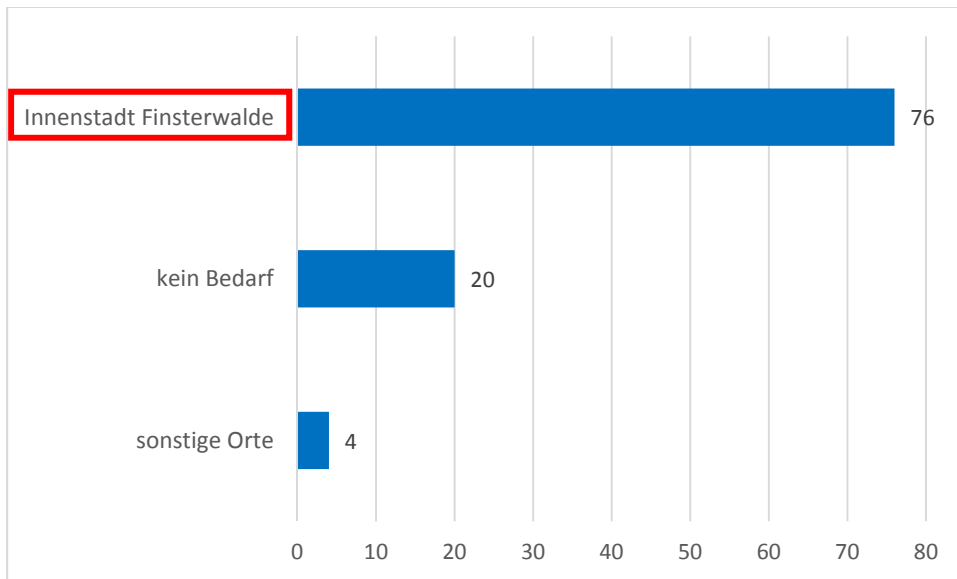


Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)

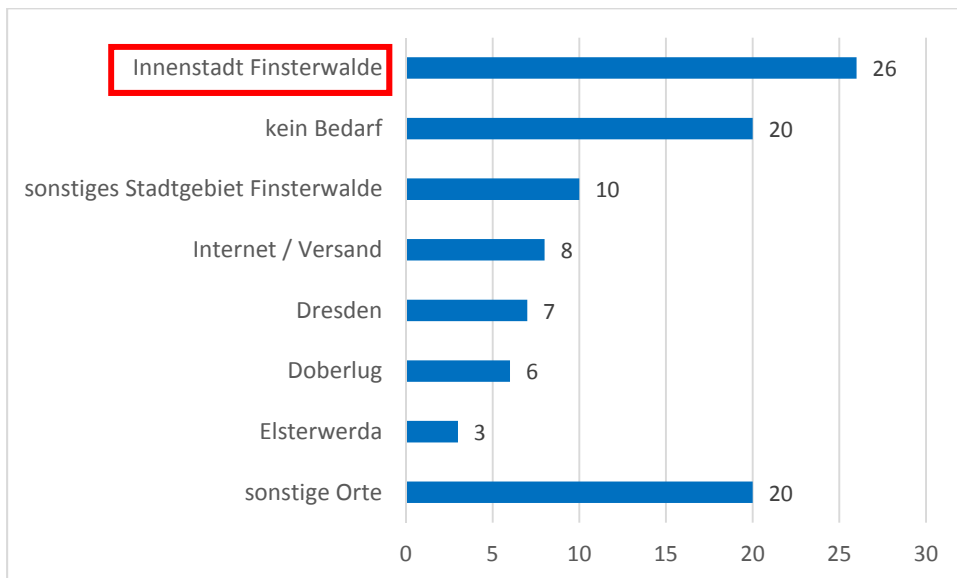


## Uhren / Schmuck (in %)

Befragte aus Zone I (Finstertal)



Befragte aus Zone II (übriges Einzugsgebiet)



**4. Anlage 4: Fragebogen der Befragung der Händler- und Gewerbetreibenden**

## BEFRAGUNG GEWERBETREIBENDE ZUR ENTWICKLUNG DER INNENSTADT VON FINSTERWALDE

1. Seit wann ist der Betrieb am **Standort Finsterwalde** ansässig?  
(Bitte eintragen!)

seit \_\_\_\_\_

2. Welcher **Branche** ist Ihr **Betrieb** zuzuordnen?  
(Bitte nur eine Angabe ankreuzen!)

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> Lebensmittel, Getränke<br><input type="checkbox"/> Drogerie-, Parfümerie-, Apothekenwaren, Kosmetik<br><input type="checkbox"/> Blumen, Pflanzen, zoolog. Bedarf<br><input type="checkbox"/> Bücher, Zeitschriften, Schreibwaren<br><input type="checkbox"/> Spielwaren, Babybedarf<br><input type="checkbox"/> Bekleidung, Wäsche<br><input type="checkbox"/> Schule, Lederwaren<br><input type="checkbox"/> Sport-, Freizeitartikel, Outdoor | <input type="checkbox"/> Elektrowaren<br><input type="checkbox"/> Haushaltswaren, Glas/Porzellan/Keramik, Geschenkartikel<br><input type="checkbox"/> Möbel<br><input type="checkbox"/> Heimtextilien, Wolle<br><input type="checkbox"/> Bau-/Heimwerker-/Gartenbedarf, Teppiche<br><input type="checkbox"/> Optik, Hörgeräteakustik<br><input type="checkbox"/> Uhren, Schmuck<br><input type="checkbox"/> Sonstige: ..... |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

3. Handelt es sich um ein **inhabergeführtes** bzw. **Hauptgeschäft** oder um einen **Filialbetrieb**?  
(Bitte nur eine Angabe ankreuzen und ggf. eintragen!)

☐ Hauptgeschäft

☐ Filiale

Falls Filiale: Wo befindet sich Ihr Hauptsitz? \_\_\_\_\_

4. Wie **relevant** ist die **Digitalisierung** für Ihren Betrieb?  
(Bitte ankreuzen!)

☐ sehr relevant

☐ relevant

☐ weniger relevant

☐ nicht relevant

5. Welche **digitalen Leistungen** nutzen Sie?  
(Bitte ankreuzen! Mehrfachnennungen möglich)

☐ eigener Online-Shop

☐ Homepage

☐ Betriebsauftritt in sozialen Netzwerken (z.B. Facebook)

☐ Nutzung von sozialen Medien für Kommunikation und Werbung

☐ E-Mail-Marketing, z.B. in Form eines elektronische Kunden-Newsletters

6. Nach welchen **Kriterien** haben Sie **Ihren Standort** gewählt?  
(Bitte ankreuzen! Mehrfachnennungen möglich)

|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                                                                                                                                                                                                                     |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> zentrale Lage<br><input type="checkbox"/> Verfügbarkeit der Verkaufsflächen<br><input type="checkbox"/> Mietpreis<br><input type="checkbox"/> verfügbare Freiflächen<br>(Erweiterungsmöglichkeiten)<br><input type="checkbox"/> Erreichbarkeit mit PKW<br><input type="checkbox"/> Parkmöglichkeiten<br><input type="checkbox"/> Image des Stadtteils / Region<br><input type="checkbox"/> Kundenfrequenz/Nachfragepotenzial | <input type="checkbox"/> Konkurrenzsituation<br><input type="checkbox"/> keine Entscheidung<br>(z.B. wegen Hauptsitz / bereits bestehendes<br>Geschäft übernommen)<br><br><input type="checkbox"/> Sonstiges: ..... |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

7. Wie bewerten Sie die **Einzelhandels- und Gewerbesituation** im Stadtzentrum?  
 (Bitte nur eine Angabe ankreuzen!)

- ☐ sehr gut  
☐ gut  
☐ ausbaufähig  
☐ weiß nicht

8. Wie bewerten Sie folgende **Elemente / Umstände** im **Stadtzentrum**?  
 (Bitte jeweils nur eine Note ankreuzen!)

|                                                                                                                              |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                               |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|---|---|---|---|---|---|------------------|---|---|---|---|---|---|------------------|---|---|---|---|---|---|-----------------|---|---|---|---|---|---|-------------------------------|---|---|---|---|---|---|------------------------|---|---|---|---|---|---|---------------------------------------|---|---|---|---|---|---|-------------------|---|---|---|---|---|---|-----------------------|---|---|---|---|---|---|-------------------------|---|---|---|---|---|---|-------------------------------------|---|---|---|---|---|---|-------------|---|---|---|---|---|---|---------------------|---|---|---|---|---|---|
| <u>Schulnoten:</u><br><br>1 = sehr gut<br>2 = gut<br>3 = befriedigend<br>4 = ausreichend<br>5 = mangelhaft<br>0 = weiß nicht | <table style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <tr> <td style="width: 65%;">Erscheinungsbild des Umfeldes</td> <td style="width: 5%;">1</td> <td style="width: 5%;">2</td> <td style="width: 5%;">3</td> <td style="width: 5%;">4</td> <td style="width: 5%;">5</td> <td style="width: 5%;">0</td> </tr> <tr> <td>Angebotsvielfalt</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Preis / Leistung</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Qualitätsniveau</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Nähe zu den Kunden (räumlich)</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sicherheit und Ordnung</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Einkaufsatmosphäre / Aufenthaltsqual.</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Parkmöglichkeiten</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Zufahrtsmöglichkeiten</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Erreichbarkeit mit ÖPNV</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Repräsentativität der Geschäftslage</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Grünflächen</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Zustand der Gebäude</td> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>0</td> </tr> </table> | Erscheinungsbild des Umfeldes | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Angebotsvielfalt | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Preis / Leistung | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Qualitätsniveau | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Nähe zu den Kunden (räumlich) | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Sicherheit und Ordnung | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Einkaufsatmosphäre / Aufenthaltsqual. | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Parkmöglichkeiten | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Zufahrtsmöglichkeiten | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Erreichbarkeit mit ÖPNV | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Repräsentativität der Geschäftslage | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Grünflächen | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 | Zustand der Gebäude | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 0 |
| Erscheinungsbild des Umfeldes                                                                                                | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Angebotsvielfalt                                                                                                             | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Preis / Leistung                                                                                                             | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Qualitätsniveau                                                                                                              | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Nähe zu den Kunden (räumlich)                                                                                                | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Sicherheit und Ordnung                                                                                                       | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Einkaufsatmosphäre / Aufenthaltsqual.                                                                                        | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Parkmöglichkeiten                                                                                                            | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Zufahrtsmöglichkeiten                                                                                                        | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Erreichbarkeit mit ÖPNV                                                                                                      | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Repräsentativität der Geschäftslage                                                                                          | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Grünflächen                                                                                                                  | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |
| Zustand der Gebäude                                                                                                          | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 2                             | 3 | 4 | 5 | 0 |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                  |   |   |   |   |   |   |                 |   |   |   |   |   |   |                               |   |   |   |   |   |   |                        |   |   |   |   |   |   |                                       |   |   |   |   |   |   |                   |   |   |   |   |   |   |                       |   |   |   |   |   |   |                         |   |   |   |   |   |   |                                     |   |   |   |   |   |   |             |   |   |   |   |   |   |                     |   |   |   |   |   |   |

9. Wie hat sich in Ihrer Sicht die **Attraktivität der Finsterwalder** Innenstadt in den letzten **3 – 5 Jahren** verändert?  
 (Bitte ankreuzen!)

- ☐ hat sich erhöht
- ☐ ist unverändert
- ☐ hat sich verschlechtert

9a. **Wenn ja, welche Änderungen** haben sich ergeben?

.....

.....

10. Welche der folgenden **Aufwertungsmaßnahmen** halten Sie für **besonders wichtig**?  
(Bitte max. 3 Maßnahmen ankreuzen!)

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Städtebauliche Aufwertung / Möblierung des öffentlichen Raumes</li> <li><input type="checkbox"/> Attraktivierung des Einzelhandels in der Innenstadt<br/>(Magnetbetriebe, Standortverlagerung, Leerstandmanagement, Branchenführer, Mindeststandards der Servicequalität, Wochenmarkt)</li> <li><input type="checkbox"/> Anpassung an Herausforderung demografischer Wandel (u. a. durch Berollbarkeit, Schaffung von Ruhezonen und Sitzmöglichkeiten, Kunden-WC, etc.)</li> <li><input type="checkbox"/> Nutzung der digitalen Technik<br/>(z.B. WLAN, Info-Points, City-Apps)</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Verkehr / Parken (u. a. durch Schaffung von Parkplätzen, Installation von Leitsystemen für Verkehr, Einbahnstraßenregelung, Schaffung von verkehrsberuhigten Bereichen etc.)</li> <li><input type="checkbox"/> Optimierung der Absatzpolitik (u. a. neue Konzepte und Vermarktungsstrategien, Werbung etc.)</li> <li><input type="checkbox"/> Verbesserung der Geschäftspräsentationen (u. a. Schaufenstergestaltung, Strukturierung des Geschäftes, ergänzende Services, Markenwegweiser etc.)</li> <li><input type="checkbox"/> Kooperation der Akteure</li> <li><input type="checkbox"/> Weitere:<br/>.....</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

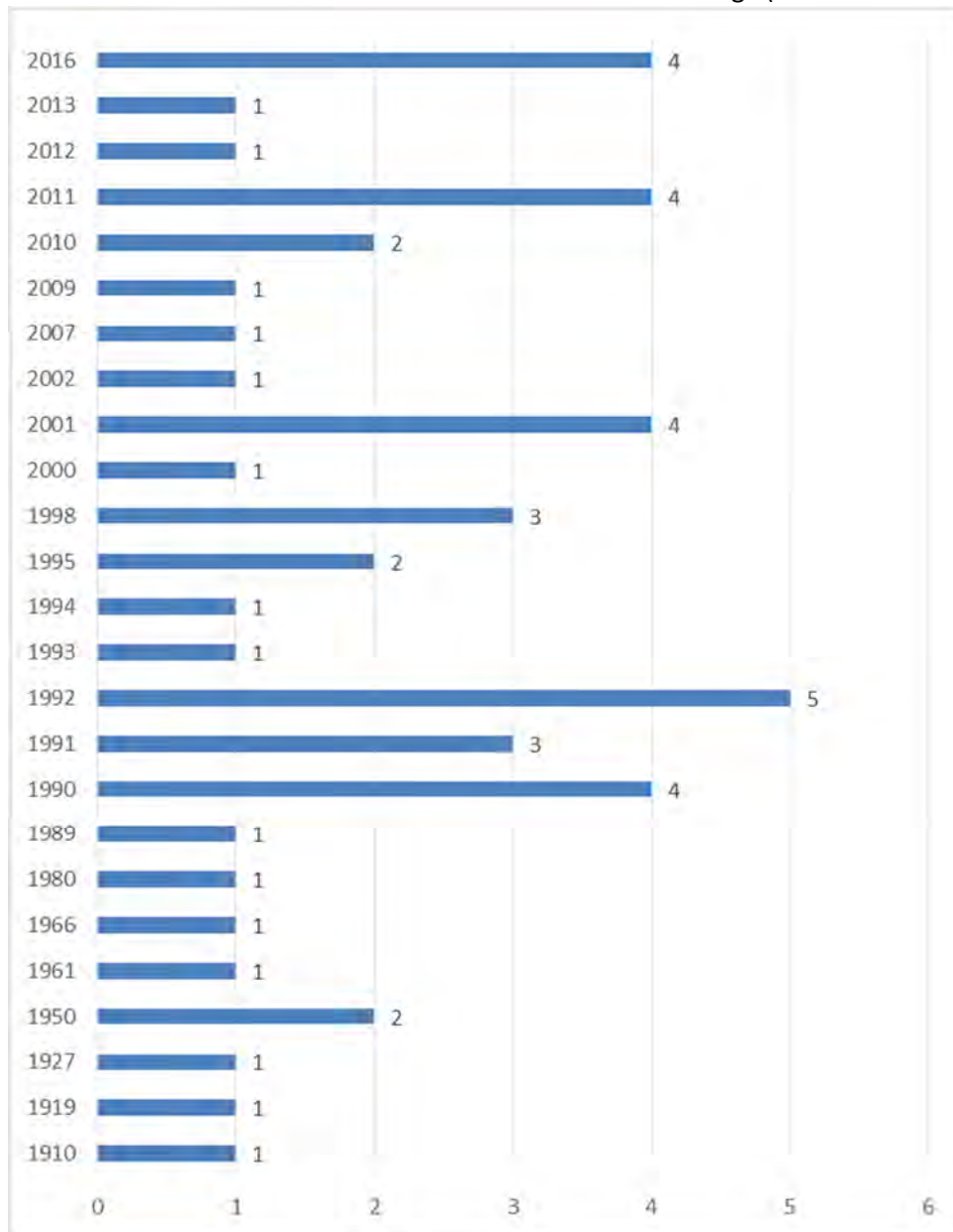
11. Welche **Verbesserungsvorschläge** haben Sie in Bezug auf den **Finsterwalder Einzelhandel** und die **Innenstadt**?  
(Bitte ankreuzen! Mehrfachnennungen möglich)

- |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Ordnung und Sauberkeit erhöhen</li> <li><input type="checkbox"/> Verkehrsinfrastruktur verbessern</li> <li><input type="checkbox"/> Parkmöglichkeiten erweitern</li> <li><input type="checkbox"/> Gebäude aufwerten<br/>(Fassadengestaltung/Sanierung/Rückbau)</li> <li><input type="checkbox"/> Leerstände beheben</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li><input type="checkbox"/> Einflussnahme auf Branchenmix</li> <li><input type="checkbox"/> Wohnkapazität erhöhen</li> <li><input type="checkbox"/> soz. Betreuungsangebote verbessern</li> <li><input type="checkbox"/> Werbung für ansässige Händlerbetriebe</li> <li><input type="checkbox"/> Weitere (konkrete Maßnahme):<br/>.....</li> </ul> |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|

**5. Anlage 5: Auswertung Befragung Händler- und Gewerbetreibenden**

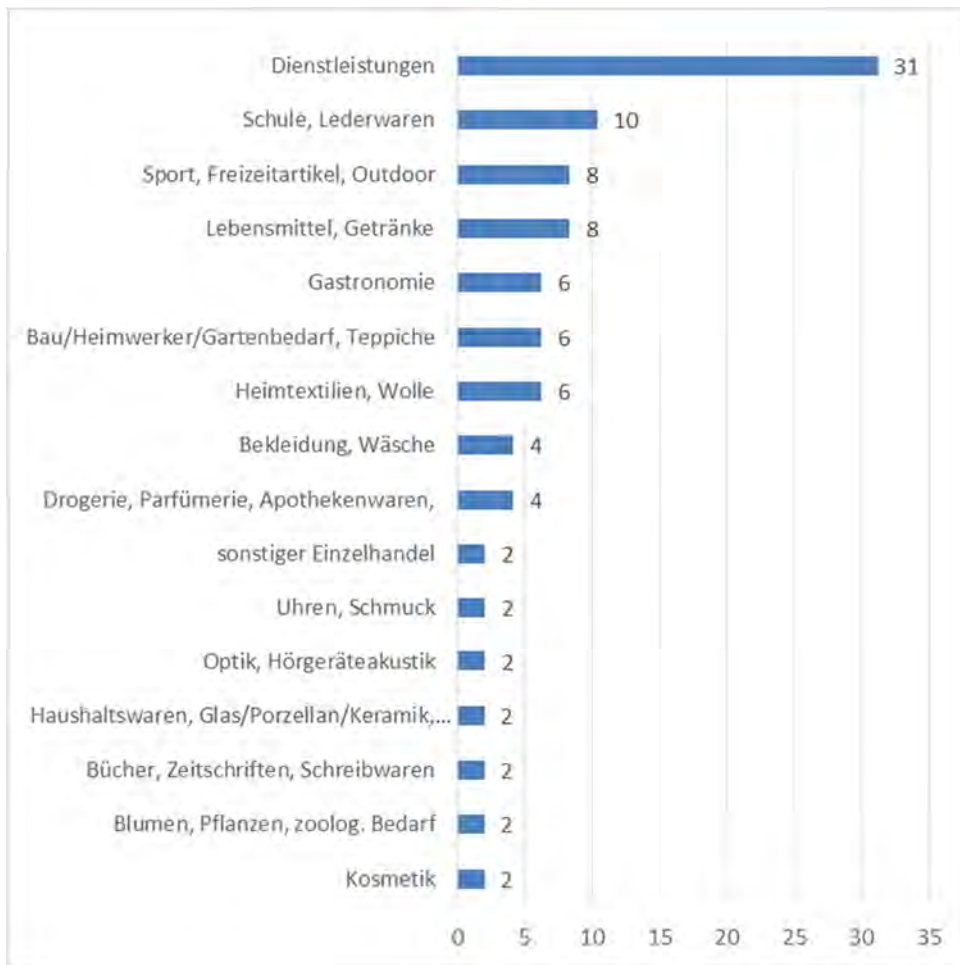
**Anlage 5:** Auswertung Befragung Händler- und Gewerbetreibende

1. Seit wann ist der Betrieb am Standort Finsterwalde ansässig? (Anzahl der Nennungen)



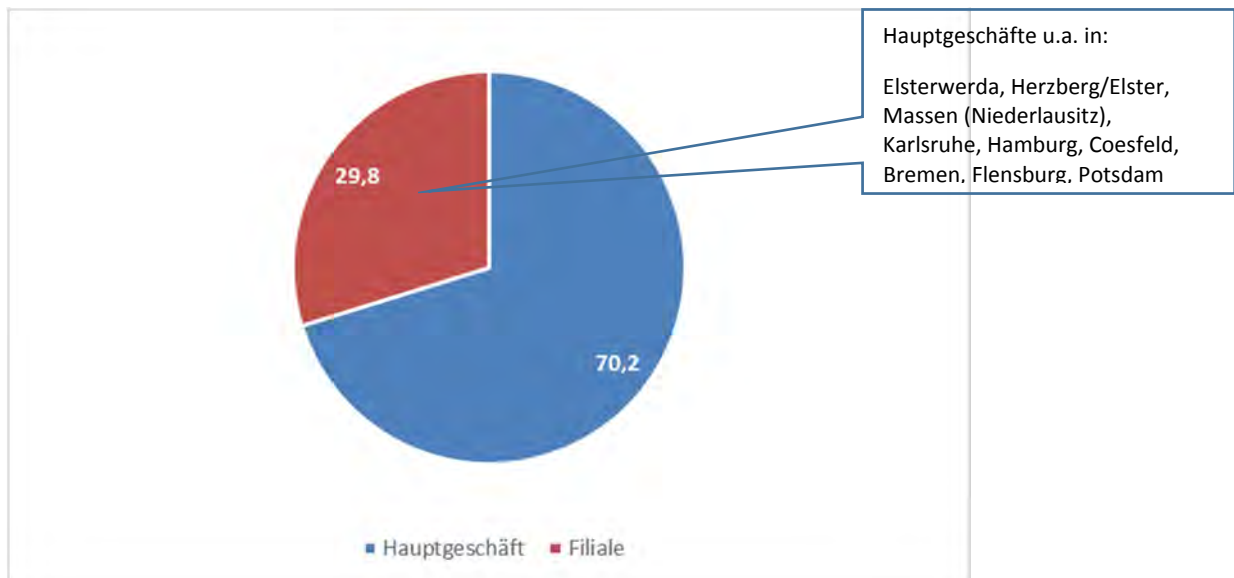
n = 48

2. Welcher Branche ist Ihr Betrieb zuzuordnen? (Anzahl der Nennungen)



n = 48

3. Handelt es sich um ein inhabergeführtes bzw. Hauptgeschäft oder um einen Filialbetrieb? (in %)



n = 48

**6. Anlage 6: Abbildungen der Haushaltsbefragungen aus dem Jahr 2009**

Anlage 6: Abbildungen der Haushaltsbefragung 2009

Zu Frage 6

|                               | Stadt | Umland |
|-------------------------------|-------|--------|
| Fassadengestaltung            | 2,39  | 2,25   |
| Gastronomieangebot            | 2,39  | 2,27   |
| Außengastronomie              | 2,61  | 2,48   |
| Dienstleistungsangebot        | 2,63  | 2,52   |
| Sauberkeit und Sicherheit     | 2,80  | 2,22   |
| Fußgängerfreundlichkeit       | 2,93  | 2,38   |
| Fahrradfreundlichkeit         | 2,98  | 2,63   |
| Möblierung /Sitzmöglichkeiten | 3,11  | 3,01   |
| Gestaltung der Fußgängerzone  | 3,28  | 2,28   |
| Begrünung der Innenstadt      | 3,31  | 3,00   |
| Parkmöglichkeiten im Zentrum  | 3,32  | 3,23   |
| Freizeitangebot               | 3,45  | 2,97   |
| Kulturangebot                 | 3,46  | 2,71   |

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Finsterwalde – Haushaltsbefragung, CIMA, 2009

Zu Frage 7

|                                       | Gesamt |
|---------------------------------------|--------|
| Begrünung/mehr Grün                   | 32,1%  |
| Verkehrsberuhigung                    | 10,1%  |
| Nichts                                | 8,7%   |
| Mehr Sitzmöglichkeiten                | 8,7%   |
| Parkplatzmöglichkeiten                | 6,0%   |
| Fußgängerzone                         | 5,5%   |
| Marktgestaltung verbessern            | 4,1%   |
| Arbeitsplätze für Jugendliche         | 3,7%   |
| Keine Angabe                          | 2,8%   |
| Außengastronomie/Biergärten           | 2,8%   |
| Kulturangebot                         | 2,3%   |
| Gastronomie mehr Möglichkeiten lassen | 2,3%   |
| Weiß nicht                            | 31,2%  |
| Sonstiges                             | 23,9%  |

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Finsterwalde – Haushaltsbefragung, CIMA, 2009

**Zu Frage 8**

|                                  | Gesamt |
|----------------------------------|--------|
| Öffnungszeiten                   | 2,23   |
| Außenerscheinung der Geschäfte   | 2,32   |
| Einkaufsatmosphäre               | 2,36   |
| Service und Beratung             | 2,38   |
| Werbung/Aktion der Einzelhändler | 2,40   |
| Qualität des Angebotes           | 2,61   |
| Angebotsvielfalt                 | 2,70   |
| Preisniveau                      | 2,91   |

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Finsterwalde – Haushaltsbefragung, CIMA, 2009

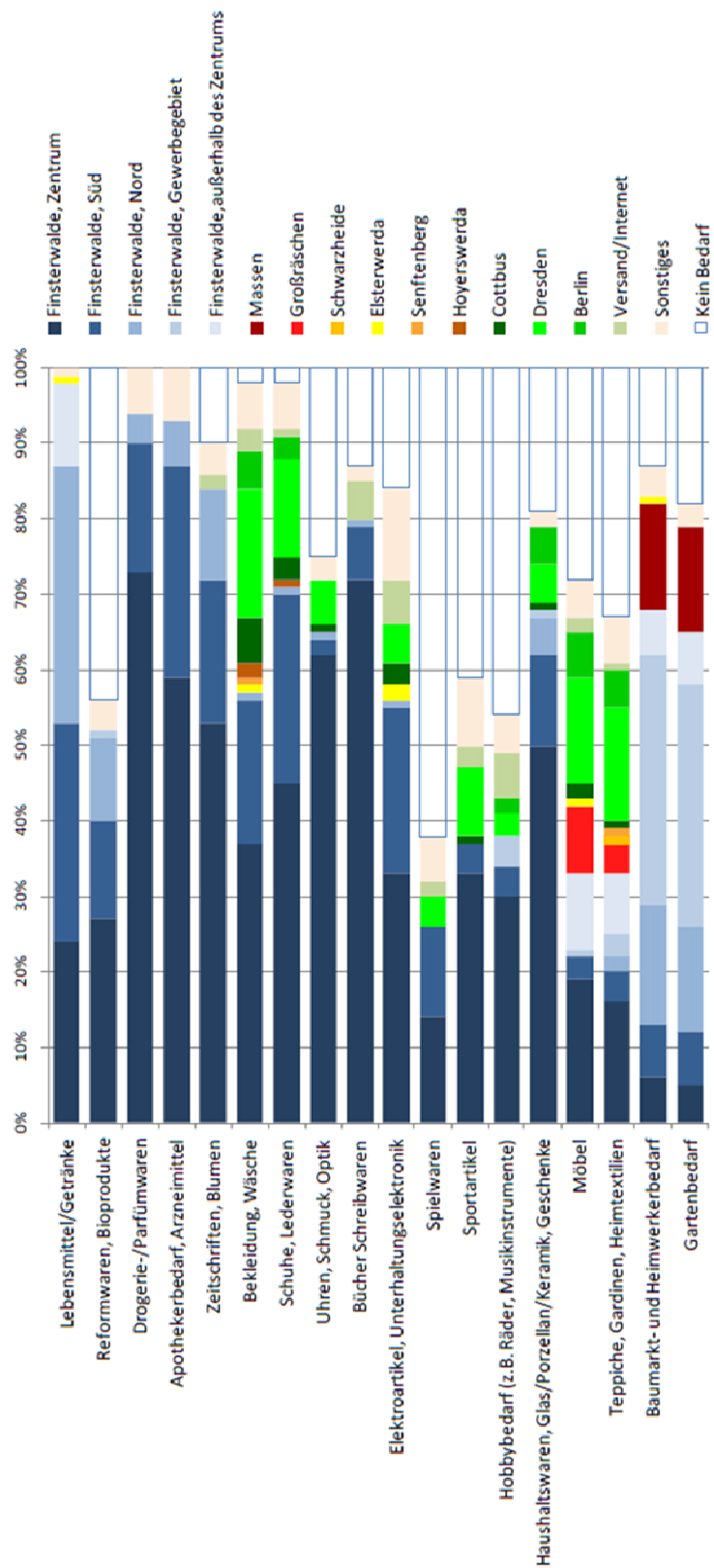
**Zu Frage 9**

|                           | Stadt | Umland |
|---------------------------|-------|--------|
| Nein, ich vermisse nichts | 39,0% | 55,2%  |
| Bekleidung                | 24,0% | 6,4%   |
| Weiß nicht                | 12,0% | 28,5%  |
| Größeres Kaufhaus         | 9,0%  |        |
| Angebote für Jugendliche  | 4,0%  | 1,7%   |
| Sonstiges                 | 25,0% | 11,0%  |

Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Finsterwalde – Haushaltsbefragung, CIMA, 2009

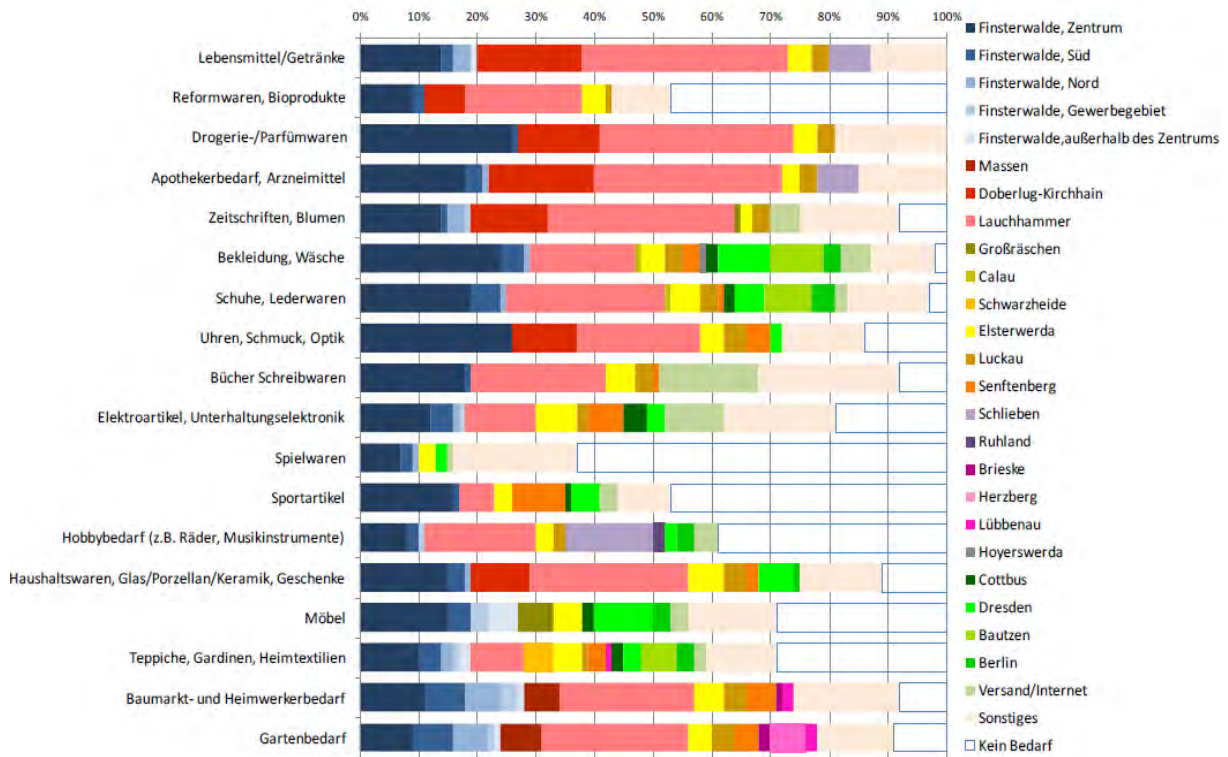
## Zu Frage 12

Befragte aus dem Stadtgebiet



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Finsterwalde – Haushaltsbefragung, CIMA, 2009

## Befragte direktes Umland



Quelle: Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Finsterwalde – Haushaltsbefragung, CIMA, 2009