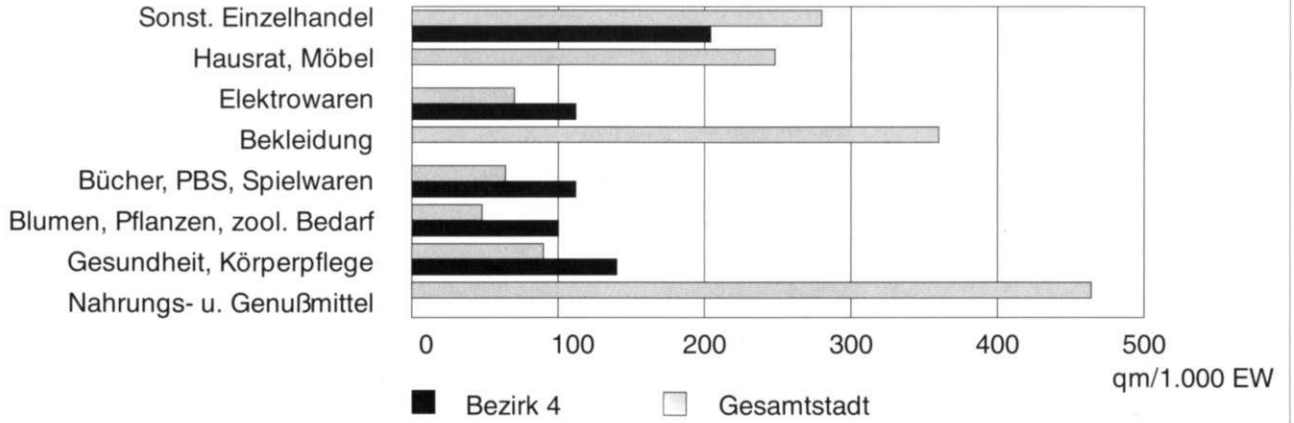
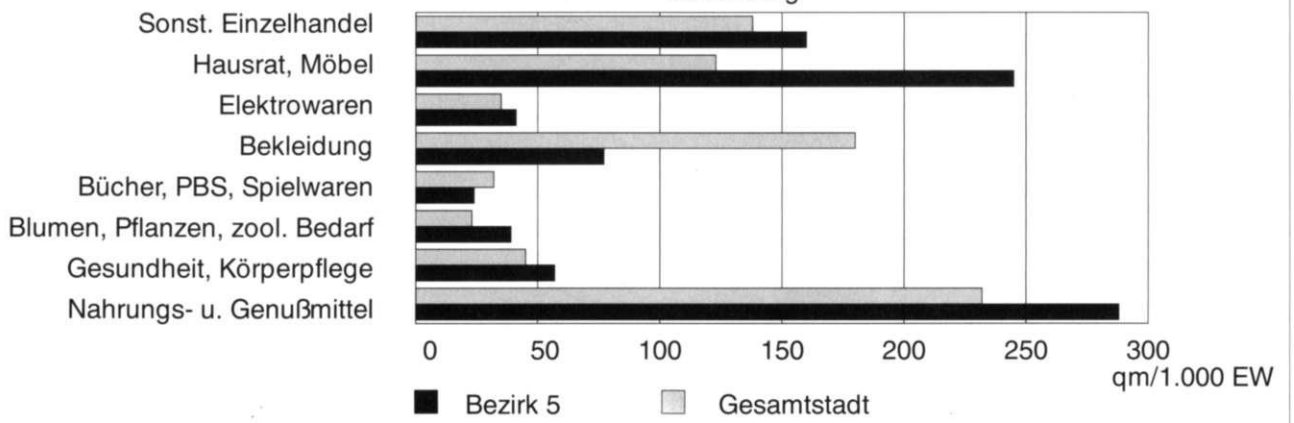


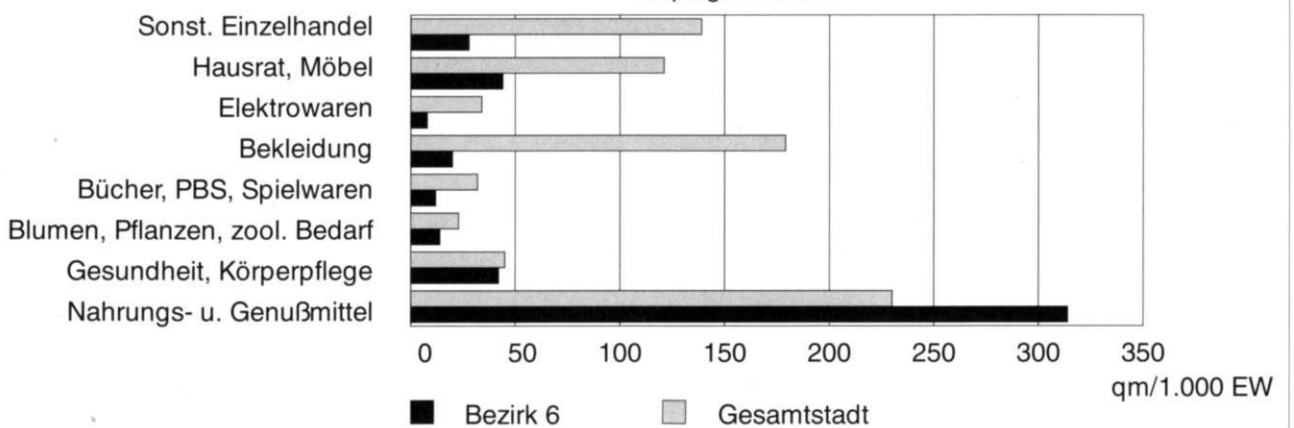
Die Versorgungskennziffern in Magdeburg
- Stadtfeld -



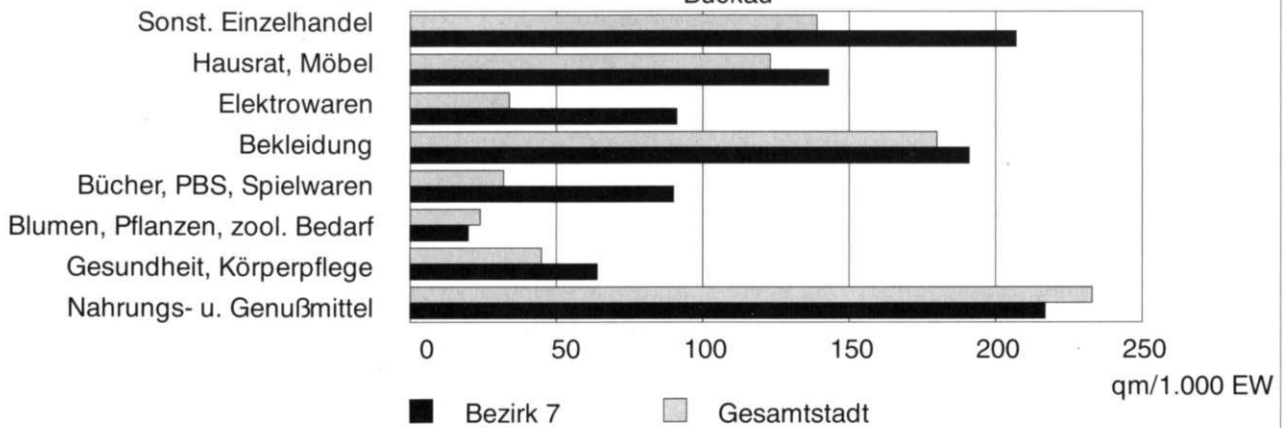
Die Versorgungskennziffern in Magdeburg
- Sudenburg -



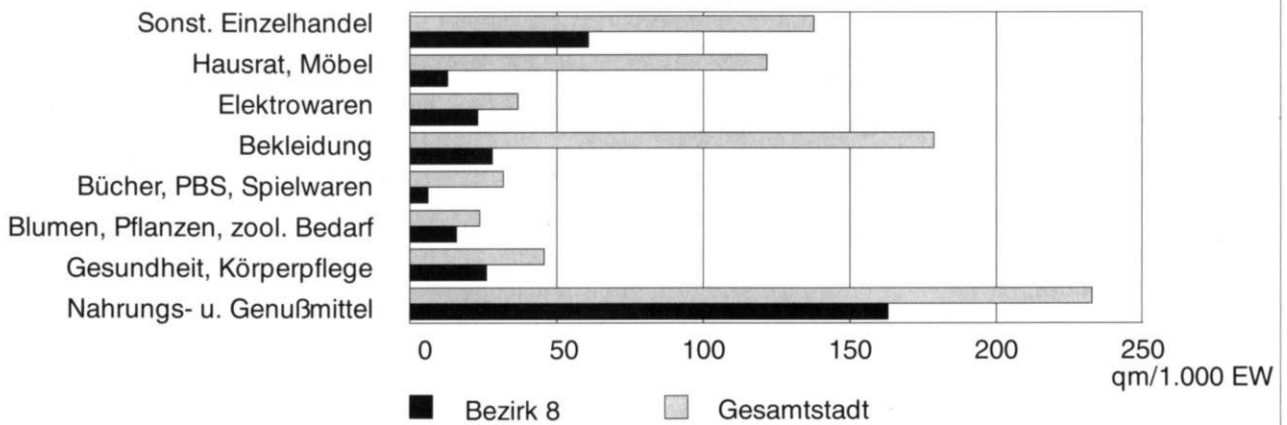
Die Versorgungskennziffern in Magdeburg
- Leipziger Straße -



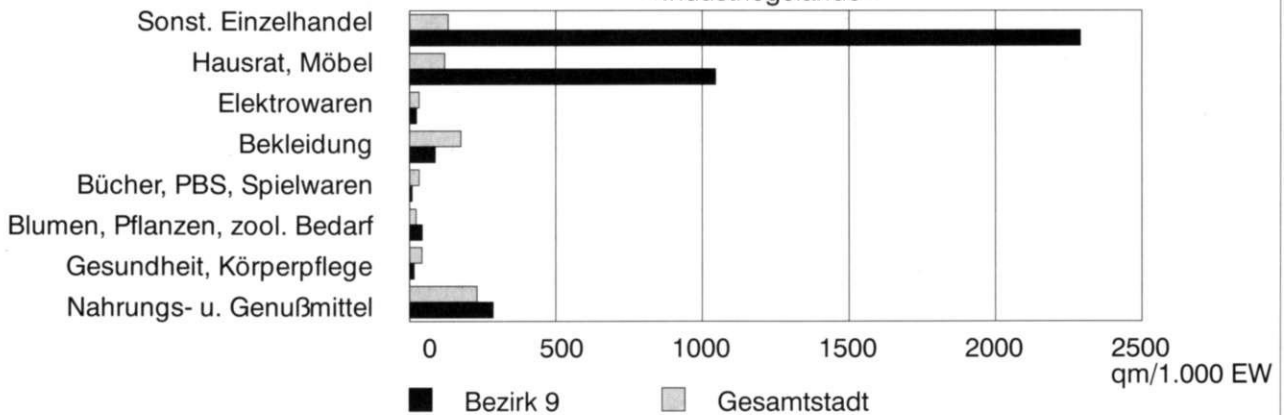
Die Versorgungskennziffern in Magdeburg
- Buckau -



Die Versorgungskennziffern in Magdeburg
- Ost -



Die Versorgungskennziffern in Magdeburg
- Industriegelände -



4. DIE ENTWICKLUNG IM UMLAND

Im Umland von Magdeburg wurden die Einzelhandelsflächen fallweise deutlich stärker ausgebaut als in Magdeburg, wobei die Projektentwickler unter anderem den interkommunalen Konkurrenzkampf, die unklare Rechtssituation oder den Wunsch der Gemeinden, über Handelsflächen Arbeitsplätze zu schaffen, ausnützten. Hier wurden teilweise auch in Gemeinden ohne zentralörtliche Funktion Kapazitäten geschaffen, welche nach Auffassung der GMA weit über das zur Eigenversorgung notwendige Angebot hinausgehen, als Beispiel sei etwa das Elbe-Einkaufszentrum an der A2 benannt. Mittel- bis langfristig wird die Stadt Magdeburg mit dem Ausbau ihres Innenstadtbereiches den interkommunalen Konkurrenzkampf zu ihren Gunsten beeinflussen können, insbesondere, wenn neben einem an den Bedürfnissen der Verbraucher orientierten Angebot, am städtebaulichen Rahmen und der Erlebnisqualität gezielte Verbesserungen vorgenommen werden.

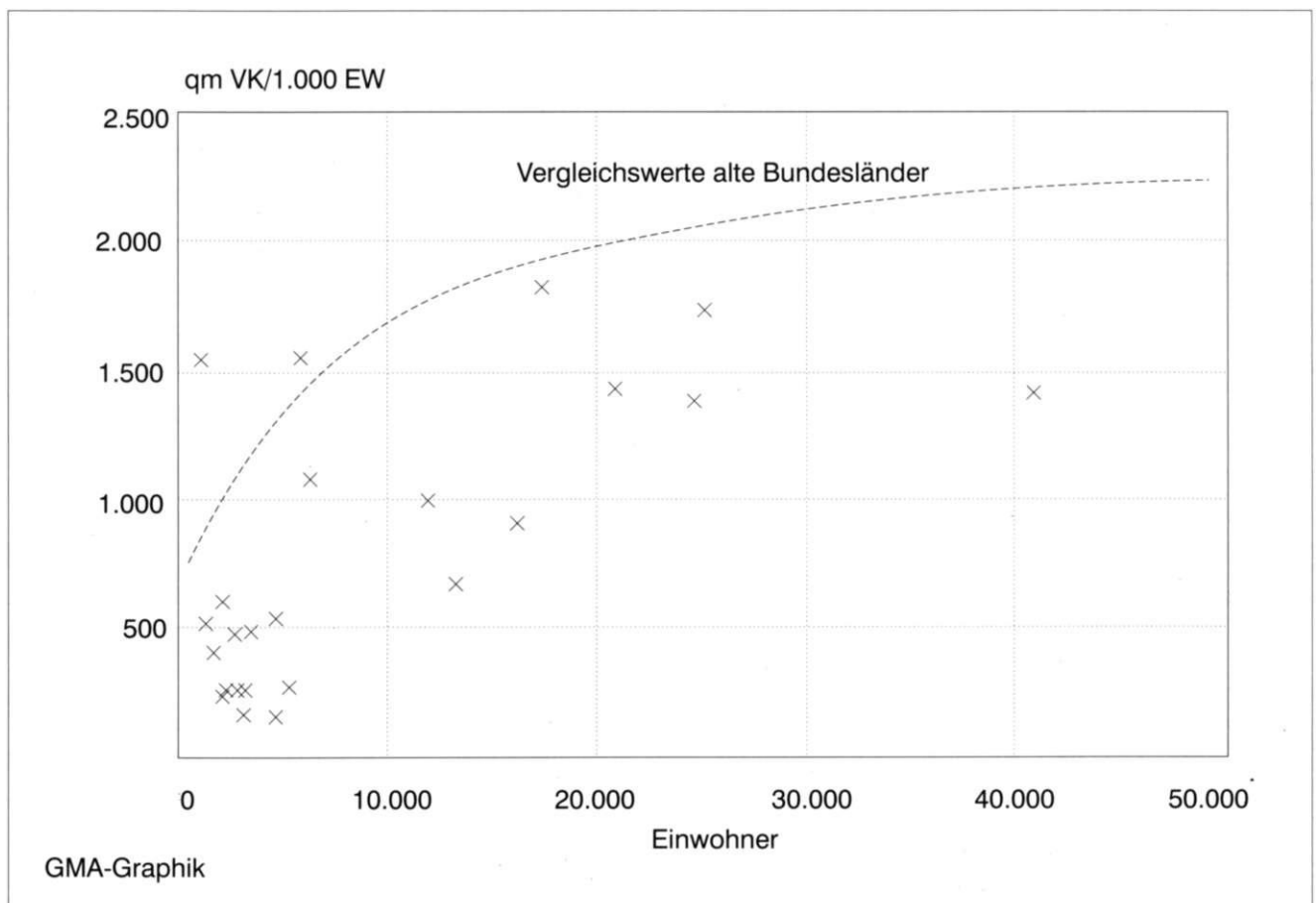
5. DIE BEWERTUNG DES STANDORT- UND SORTIMENTS-KONZEPTES

Aufgrund des bereits im Jahr 1991 verabschiedeten Standort- und Sortimentskonzeptes wurde in Magdeburg die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsbetriebe oder die Erweiterung bestehender Einzelhandelsflächen außerhalb von Wohngebieten aus städtebaulichen Gründen geregelt. Mit Ausnahme des FLORA-Parks und des BÖRDE-Centers, bei denen ebenfalls die zentrenrelevanten Sortimente deutlich reduziert wurden, beschränkte die Stadt die dezentrale Einzelhandelsentwicklung auf nicht zentrenrelevante Sortimente.

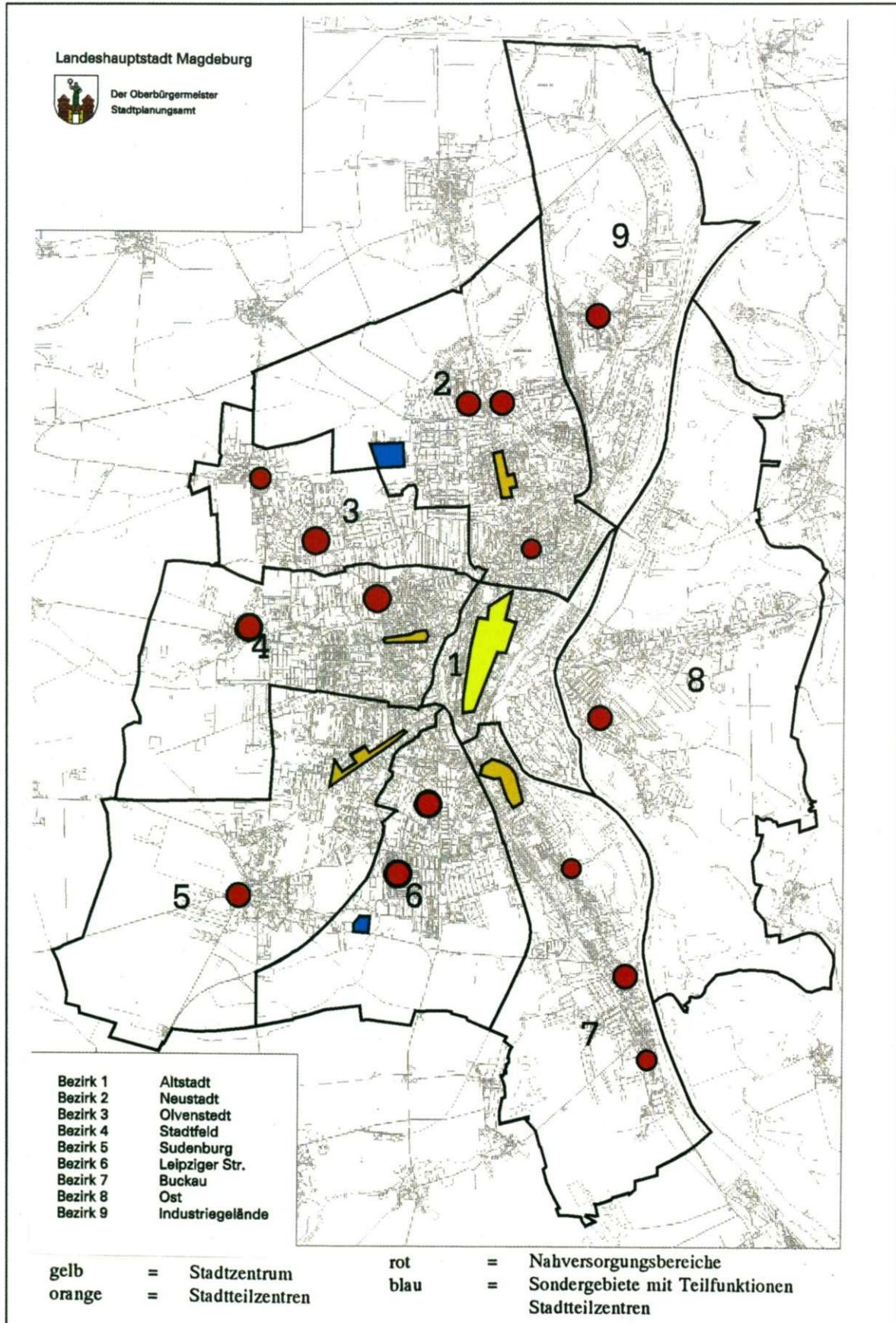
Das im Jahr 1991 entwickelte und durch den Magistrat der Stadt verabschiedete Zentrenkonzept zur

- mehrstufigen Gliederung des Stadtgebietes in Stadtzentrum, Stadtteilzentren, Nahversorgungsbereiche
- Untergliederung in zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente

Abb. 10: Die Verkaufsflächenausstattung in den Umlandgemeinden im Vergleich mit Durchschnittswerten der alten Bundesländer



Karte 3: Planerisch ausgewiesene Zentren
Schematische Darstellung der Zentren



hat sich bislang grundsätzlich bewährt. So konnte in Magdeburg ein Überbesatz an Verkaufsfläche, wie etwa an anderen Standorten in den neuen Bundesländern, bislang verhindert werden. Durch die Begrenzung zentrenrelevanter Sortimente an dezentralen Standorten konnte auch ein entsprechender Entwicklungsspielraum für die Innenstadt reserviert werden.

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten an den vorgesehenen Standorten noch ein beträchtlicher Entwicklungsspielraum, lagen doch die Schwerpunkte für den Zuwachs der Verkaufsflächen bei den Branchen

Nahrungs- und Genußmittel
Möbel
Elektro
sonstiger Einzelhandel (v.a. Bau- und Heimwerkermarktsektor).

Dies gilt insbesondere auch für die Innenstadt, wo auch örtliche Investoren von einem Zusatzbedarf von bis zu 100.000 m² ausgehen.

Ein Blick auf Vergleichsstädte unterstreicht diesen Eindruck, so weisen die Vergleichsstädte Augsburg und Karlsruhe ähnliche Einwohnerzahlen innerstädtischer Verkaufsflächen von ca. 160.000 m² (Karlsruhe) und ca. 180.000 m² (Augsburg) auf, selbst die nur ca. 190.000 Einwohner große Stadt Freiburg kommt auf einen wesentlich höheren Verkaufsflächenbestand in ihrer räumlich beengten Kernstadt (vgl. Abbildung 2).

Legt man die Ausstattung Augsburg oder Karlsruhe als Entwicklungslinie für innenstadtrelevante Sortimente zugrunde, so bestehen überschlüssig noch folgende Wachstumschancen für die Innenstadt Magdeburgs⁶:

- Nahrungs- und Genußmittel	2.000 - 5.000 m ²
- Gesundheit, Körperpflege	3.000 - 5.000 m ²
- Bücher, PBS	2.000 - 5.000 m ²
- Textil, Schuhe	25.000 - 35.000 m ²
- Elektrowaren	1.000 - 3.000 m ²
- Hausrat, Möbel	3.000 - 10.000 m ²
- sonstiger Einzelhandel	3.000 - 10.000 m ²
<hr/>	
- Flächenbedarf (unterer Ansatz)	50.000 - 60.000 m ²

⁶ Ein starker Ausbau des sonstigen Einzelhandels und des Möbel-einzelhandels im Zentrum ist u. E. wenig wahrscheinlich.

6. GMA-EMPFEHLUNGEN

6.1 Lücken des Standort- und Sortimentskonzeptes

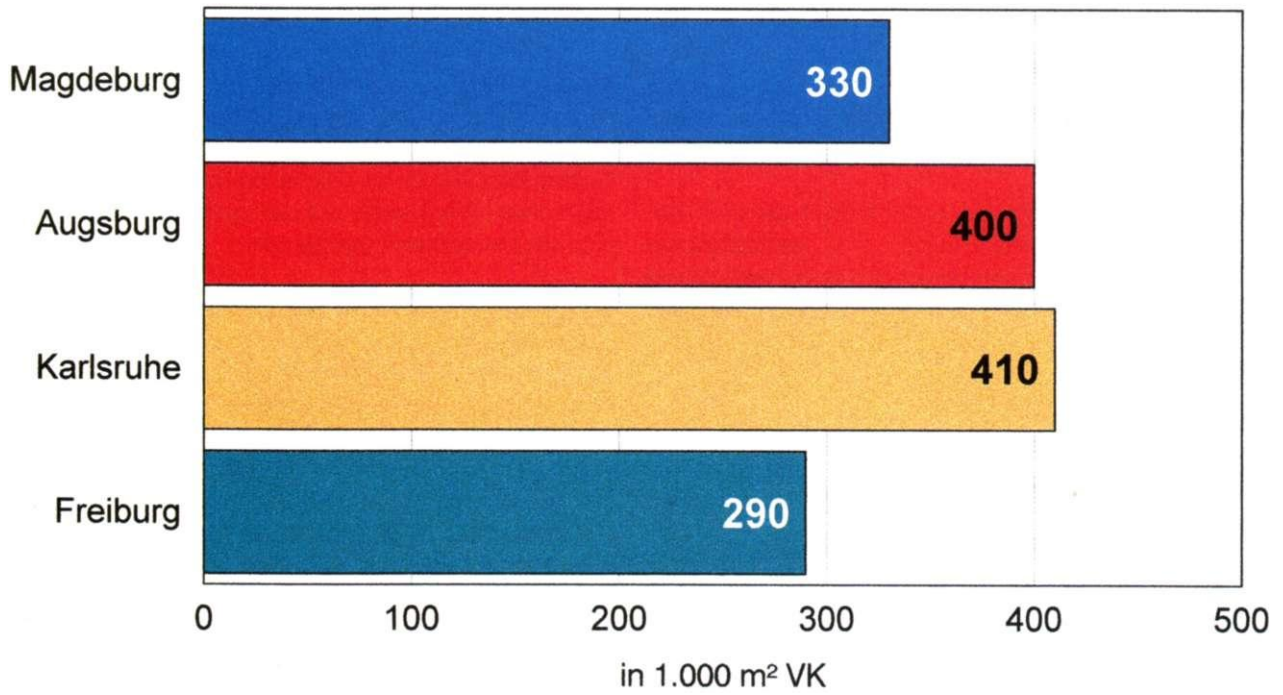
In den zurückliegenden beiden Jahren wurde das Sortiments- und Standortkonzept für die Beurteilung der Planvorhaben des Einzelhandels zugrundegelegt. Durch die Lenkung von Handelsinvestitionen auf bestimmte Standorte wurde der aus anderen Städten bekannte "Wildwuchs auf der grünen Wiese" in Magdeburg weitgehend vermieden.

Magdeburg zählt nicht zuletzt aufgrund einer geordneten Standortpolitik als eine der ganz wenigen Städte in den neuen Bundesländern zu den Standorten, welche nach wie vor von Handelsinvestoren positiv eingeschätzt werden.

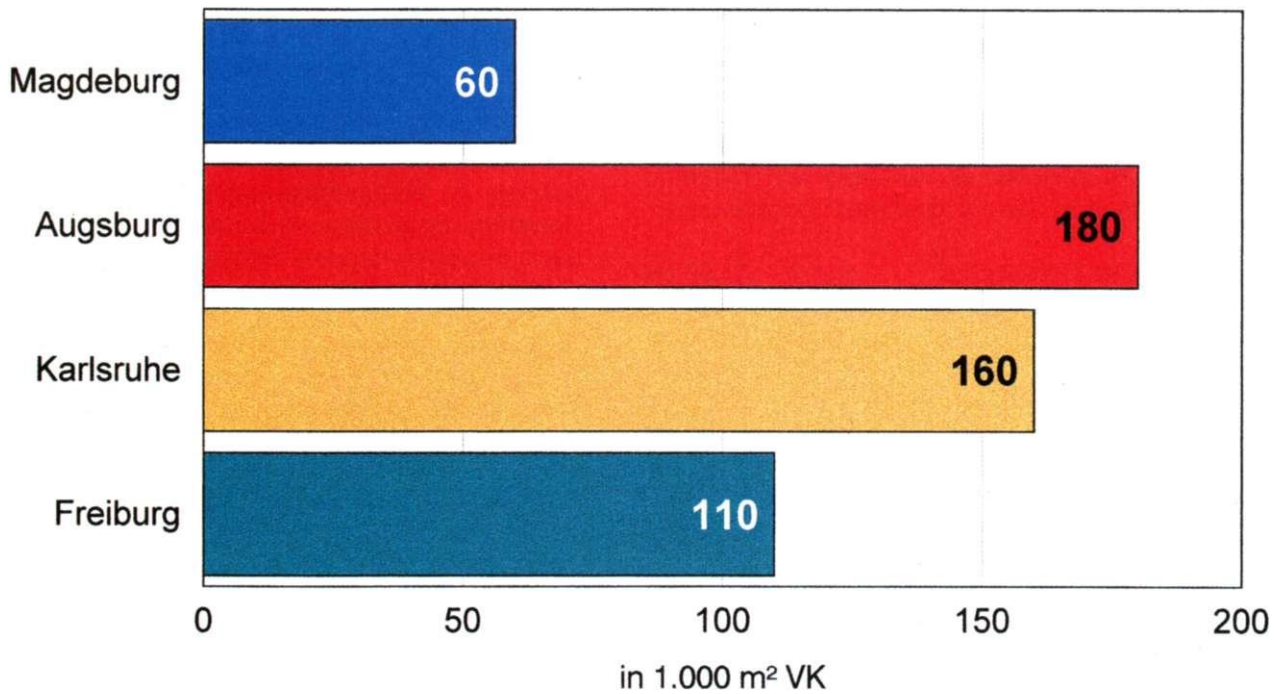
Die bisherige Genehmigungspraxis der Stadt auf Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes könnte aus folgenden Gründen noch ergänzt werden:

- die teilweise in zentralen Bereichen nicht vorgenommenen, an peripheren Standorten nur teilweise ausgeschöpften, Möglichkeiten der Bebauungsplanfestsetzungen könnten über schleichende Sortimentsveränderungen zu einer Gefährdung zentrenrelevanter Angebote und Investitionsvorhaben in planerisch festgelegten zentralen Bereichen führen.
- Dies gilt zum einen für die Vielfalt der geplanten und positiv beschiedenen Diskonter und Supermärkte in peripherer Lage, wo schleichende Sortimentsveränderungen bei sich verschärfender Wettbewerbssituation zu erwarten sind.
- Bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist insbesondere im Baumarktbereich ein entsprechender Umwidmungsdruck zu erwarten, welcher sich ggf. auch in schleichenden Sortimentsveränderungen niederschlagen dürfte.
- Auch für den Möbelbereich, auf welchen ein großer Teil der Zuwächse entfällt, werden bei sich verschärfender Wettbewerbssituation entsprechende Ausdehnungen der sog. Randsortimente zu erwarten sein.
- Auch wenn die Verkaufsflächenentwicklung in den großflächigen Betriebsformen bei nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Baumarkt, Möbel-, Bodenbeläge u.a.m.) weitgehend dem Wettbewerb überlassen werden sollte, da von diesen Betrieben keine gravierend negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die Zentren ausgehen könnten, sollte die Standortentwicklung dennoch aufmerksam verfolgt werden, damit die Betriebe an möglichst sinnvollen Standorten angesiedelt werden können.

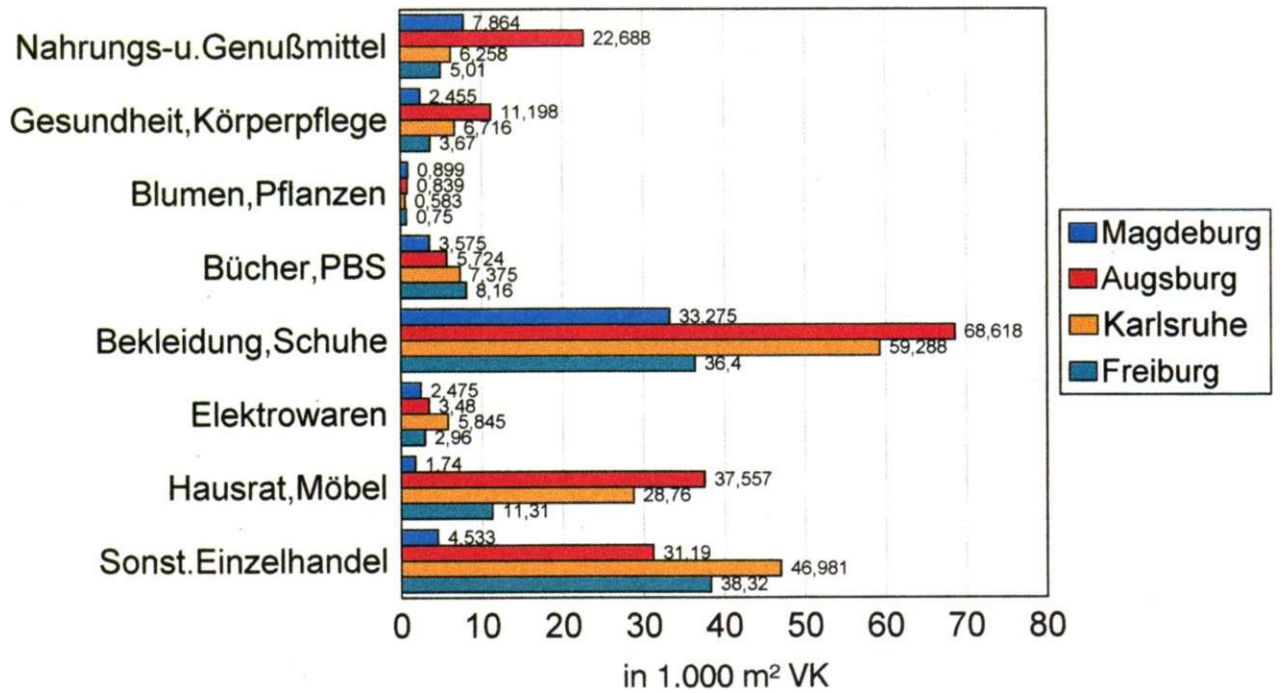
Vergleich der Gesamtverkaufsflächen



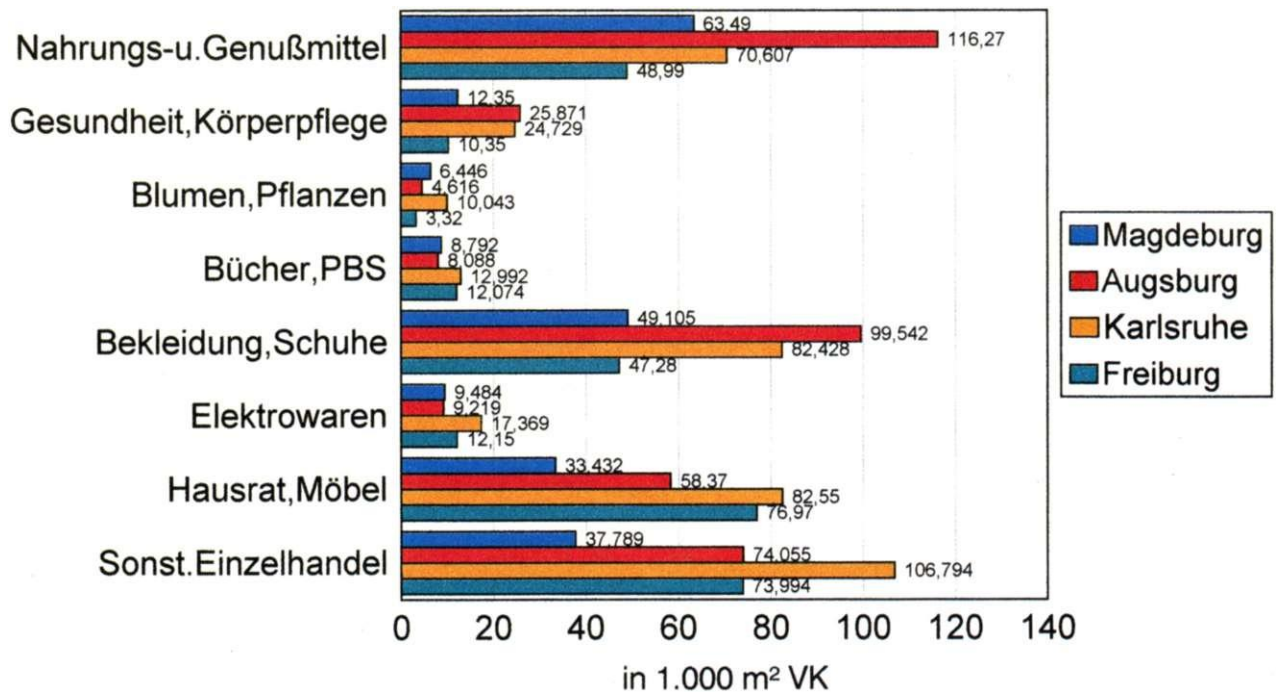
Vergleich der Innenstadt-Verkaufsflächen



Vergleich der Verkaufsflächenausstattung
- Innenstädte -



Vergleich der Verkaufsflächenausstattung
- Gesamtstädte -



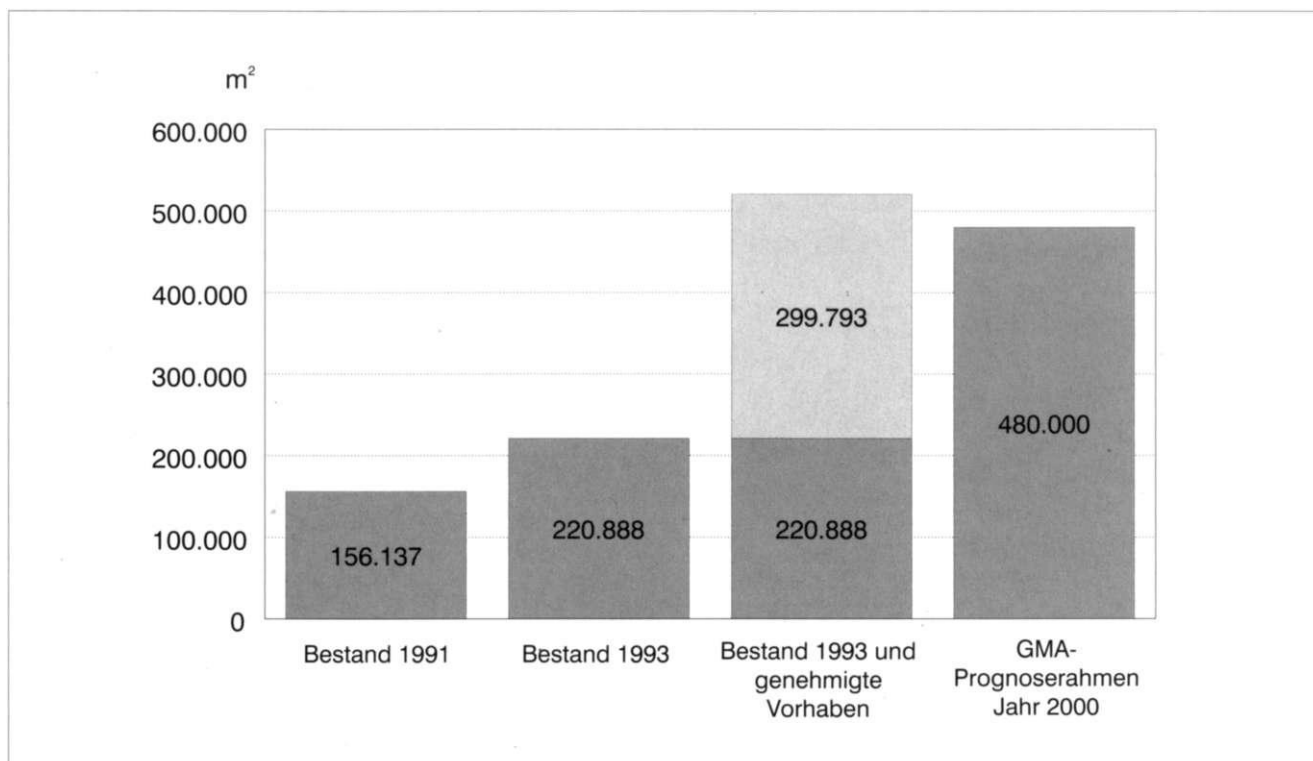


Abbildung 11: Die Veränderung der Verkaufsfläche und Betriebsstätten 1991-1993

6.2 GMA-Empfehlungen und Vorschläge zur Ergänzung des Standort- und Sortimentskonzeptes

Unter Berücksichtigung verschiedener zu ergreifender Maßnahmen muß das Verkaufsflächenwachstum bei nicht Zentren relevanten Sortimenten nicht zwangsläufig zu negativen städtebaulichen Folgen führen. Sofern die Stadt die bei der Genehmigung der beiden Sondergebiete angelegten Maßstäbe bei den weiteren Bebauungsplanfestsetzungen beibehält, bestehen bei den qualifizierten Sortimenten, welche typischerweise die Innenstädte prägen, weitere Entwicklungsmöglichkeiten.

Insgesamt läßt sich an dieser Stelle festhalten, daß sich das Standort- und Sortimentskonzept der Stadt Magdeburg, welches auf Grundlage des GMA-Gutachtens 1991 entwickelt wurde, bewährt hat. Insofern ist an ihm festzuhalten und auch von planerischer Seite die ergänzende Rechtssicherheit über den Rechtsgutachter zu schaffen.

Die weiteren Empfehlungen der GMA lauten:

1. Neuabgrenzung und -festlegung der zentralen Einkaufslagen

Dabei muß überprüft werden, welche Bereiche der Innenstadt auch künftig als zentrale Lage anzusehen sind, in der zusätzliche zentrenrelevante Sortimente angesiedelt werden sollen. Mit Blick auf diese Festlegung wurden von der GMA der Einzelhandelsbestand sowie die Planvorhaben kartiert.

2. Bereitstellung von Flächen in den zentralen Lagen für zentrenrelevante Sortimente.

Innerhalb der abgegrenzten zentralen Bereiche sollte die Stadt durch eine entsprechende Grundstücks- bzw. Baurechtspolitik den Boden für eine weitere Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten bereiten.

3. Keine Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Angeboten außerhalb der definierten zentralen Einzelhandelsstandorte im Stadtgebiet von Magdeburg.

4. Absicherung der städtebaulichen Zielsetzungen zur Entwicklung des Einzelhandels durch konsequente Prüfung von Bebauungsplänen und Vorhaben- und Erschließungsplänen. Es sind bei jedem Planvorhaben Überlegungen anzustellen, ob Festsetzungen zu Einzelhandelsflächen erforderlich sind oder nicht.

5. Die kritische Prüfung von neuen Bauvoranfragen und Bauanträgen für Disconterstandorte im Stadtgebiet, insbesondere, wenn sie außerhalb von Zentren liegen. Hier sind äußerst restriktive Maßstäbe anzulegen. Genehmigungen sind nur in besonders begründeten Einzelfällen zu erteilen.

6. Versagung weiterer Genehmigungen für nicht spezifische Fachmarktfächen außerhalb von Kerngebieten oder Sondergebieten.

7. Eine klare restriktive Haltung der Stadt Magdeburg **zu allen Einzelhandelsprojekten** mit zentrenrelevanten Sortimenten **an nicht zentralen Orten im Umland von Magdeburg,** die nicht den raumordnerischen Grundsätzen entsprechen.

8. Konsequente Weiterentwicklung der Stadtteilzentren und der Nahversorgungszentren. In den Stadtteilzentren sind auch die Güter der mittelfristigen Bedarfsdeckung unterzubringen, die Nahversorgungszentren sollen auf die kurzfristige Bedarfsdeckung beschränkt bleiben.

Insgesamt sollte im Interesse der Rechtssicherheit durch konsequente Prüfung sämtlicher Vorhaben- und Erschließungs- bzw. Bebauungspläne dafür Sorge getragen werden, daß die durch das Instrument "Flächenausschluß zentrenrelevanter Sortimente außerhalb der abgegrenzten zentralen Lage" angestrebten Ziele auch tatsächlich erreicht werden können.

Für die weitere Entwicklung des Einzelhandels empfiehlt die GMA weiterhin:

- die Stärkung der zentralörtlichen Bedeutung der Stadtmitte
- den Ausbau und die Stabilisierung der Stadtteilzentren
- den Ausbau und die Stärkung der Nahversorgungsbereiche in den Wohngebieten.

In der Innenstadt und in den Stadtteilzentren ist der Einzelhandel ohne Branchen- und Flächenbegrenzungen zulässig; für die Stadtteilzentren sollte ab geplanten Verkaufsflächen von mehr als 5.000 m² eine gutachterliche Stellungnahme eingeholt werden. Als wesentliche Stadtteilzentren stellen sich dar:

- Lübecker Straße
- Große Diesdorfer Straße
- Halberstädter Straße
- Schönebecker Straße.

Die GMA rät, diese Stadtteilzentren vor allem im Geschäftsbesatz zu verdichten und attraktiver zu gestalten. Darüberhinaus können der FLORA-Park und das im Ausbau befindliche BÖRDE-Center aufgrund ihrer teilintegrierten Lage als Sondergebiete mit Teilfunktionen von Stadtteilzentren angesprochen werden. Bestehende Nahversorgungsbereiche sollten im Rahmen des Zentrenkonzeptes weiter gefestigt werden, um die Wohngebietsversorgung abzusichern und den zum Teil bestehenden Bedarf an Verkaufsfläche abzudecken.



Stadtteilzentrum Lübecker Straße

Stadtteilzentrum Halberstädter Straße





Stadtteilzentrum Große Diesdorfer Straße

Stadtteilzentrum Schönebecker Straße



In folgenden Nahversorgungsbereichen sind Einzelhandelsbetriebe bis zur Großflächigkeitsgrenze (ca. 700 m² Verkaufsfläche) zulässig:

Bereich Neustadt:

Lüneburger Straße
Nestädter Platz
Nestädter Feld

Bereich Olvenstedt:

Olvenstedter Chaussee
Alt-Olvenstedt

Bereich Diesdorf:

Alt Diesdorf

Bereich Stadtfeld:

Olvenstedter Straße

Bereich Sudenburg:

Ottersleben
Leipziger Straße (Südfriedhof)
Neu Reform

Nahversorgungsbereich Mechthildstraße im Nestädter Feld





▲ Nahversorgungsbereich "Einkaufszentrum Olven 1" in Olvenstedt Auch hier in Ottersleben soll ein Nahversorgungsbereich entwickelt werden ▼



Bereich Buckau:

Alt-Fermersleben
 Alt-Salbke
 Alt-Westerhüsen

Bereich Ost:

Cracauer-/Genthiner Straße

Bereich Industriegelände:

Ortslage Rothensee.

Die sonstigen Bereiche sind in folgende drei Kategorien aufgeteilt:

- Bereiche mit dem Ausschluß jeglichen Einzelhandels, ggf. mit der ausnahmsweisen Zulassung von Autohäusern und dem untergeordneten Verkauf von Autohäusern und dem untergeordneten Verkauf von eigenproduzierten Waren (außer Lebensmittelhandwerk).

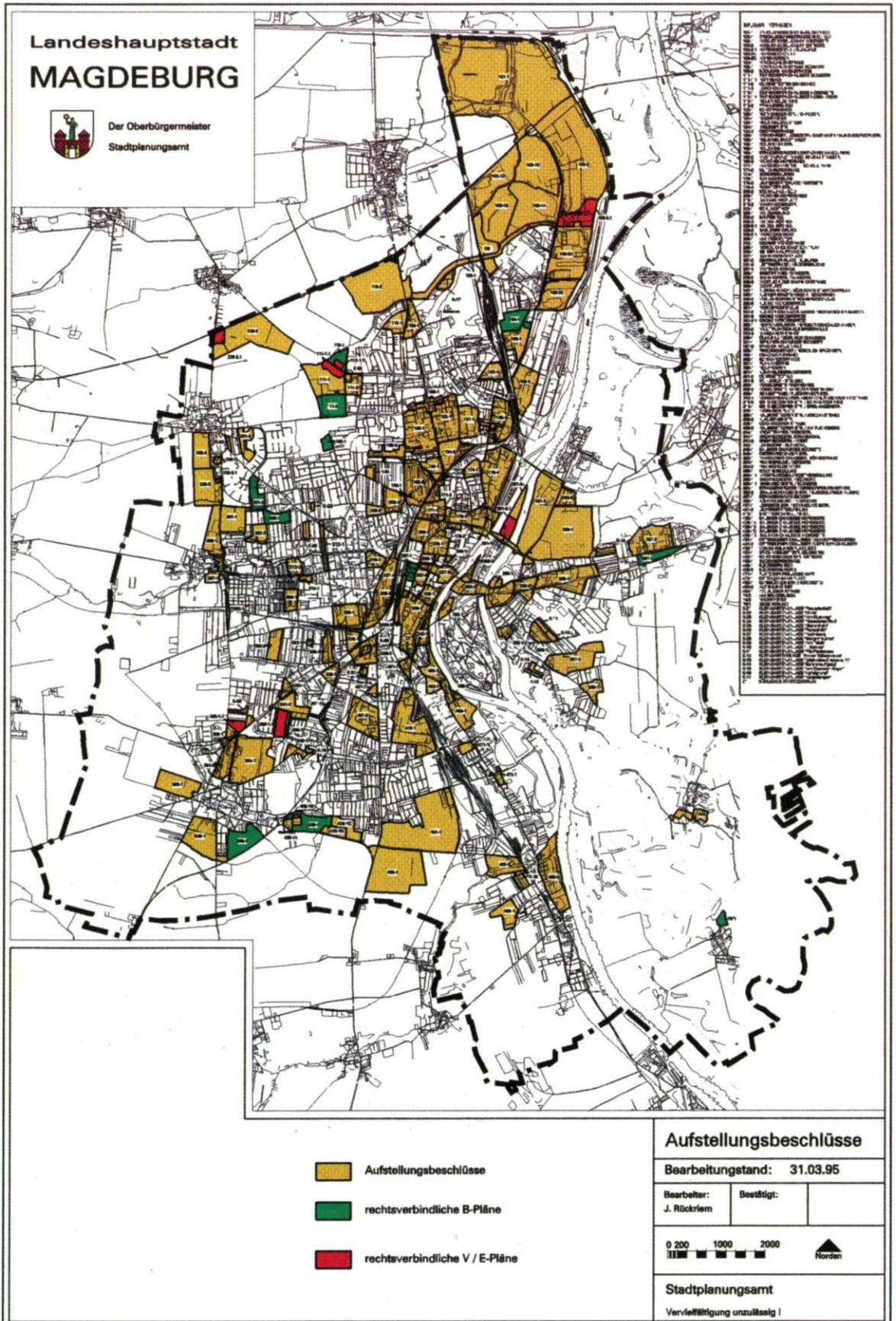
- Bereiche, in denen der nicht innenstadtrelevante Einzelhandel bis zur Grenze der Großflächigkeit zulässig ist.

- Sondergebiete, die nach Branchen- und Verkaufsflächengrößen, ggf. mit der Definition von Randsortimenten, ausgewiesen sind.

Die Bebauungspläne werden entsprechend, ggf. bei Bedarf, ausgearbeitet. Entscheidend für die dauerhafte rechtliche "Haltbarkeit" dieses Märktekonzeptes ist die konsequente Durchführung und Einhaltung des einmal von den zuständigen städtischen Gremien beschlossenen Systems.

Alt-Fermersleben: Die bereits vorhandenen Geschäfte sollen Kristallisationspunkte für die Entstehung eines Nahversorgungsbereiches bilden





Blick auf die City mit Dom und Bahnhofsvorplatz



Impressum:

Herausgeber:

Landeshauptstadt Magdeburg
Büro für Öffentlichkeitsarbeit
und Protokoll
39090 Magdeburg

Redaktion:

Stadtplanungsamt Magdeburg
Judith Ulbricht

Text:

Autor Dr. Stefan Holl

Fotos:

Klapper, Magdeburg
Jürgen Koch
Stadtplanungsamt Magdeburg

Grafik-Design:

Ateliergemeinschaft
Rudolf Purke / Karl-Heinz Arlt
VBK/BBK

Herstellung:

Magdeburger Druckerei GmbH
Nachtweide 36-43
39124 Magdeburg

Copyright: Stadtplanungsamt Magdeburg

