



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

# **Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Ribnitz-Damgarten**

## Nutzungs- und Einzelhandelskonzept



## **Endbericht**

Im Auftrag der Stadt Ribnitz-Damgarten  
Hamburg, 31.12.2024



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

# **Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Ribnitz-Damgarten**

## Nutzungs- und Einzelhandelskonzept

Projektnummer: 23DLP3540

Exemplarnummer: 01

Projektleitung und -bearbeitung: Boris Böhm

Bearbeitet unter Mitarbeit von: David Kamin

Im Auftrag der

**Stadt Ribnitz-Damgarten**

**Am Markt 1**

**18311 Ribnitz-Damgarten**

erarbeitet durch

**Dr. Lademann & Partner**

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311, 22159 Hamburg

Altmarkt 10d, 01067 Dresden

Prinzenallee 7, 40549 Düsseldorf

Königstraße 10c, 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt. Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

# Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	VII
<b>1</b>	<b>Grundlagen</b>	<b>1</b>
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Untersuchungsdesign	4
1.3	Vorgehensweise	9
<b>2</b>	<b>Übergeordnete Entwicklungstrends in Einzelhandel und Gastronomie</b>	<b>10</b>
2.1	Ökonomische Rahmenbedingungen im Dauerkrise- modus	10
2.2	Entwicklungstrends Einzelhandel	12
2.2.1	Marktentwicklung im Einzelhandel	12
2.2.2	Auswirkungen der Markttrends auf den Einzelhandel und den städtischen Raum	18
2.3	Übergeordnete Entwicklungstrends in der Gastronomie	24
<b>3</b>	<b>Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ribnitz-Damgarten</b>	<b>28</b>
3.1	Lage im Raum	28
3.2	Zentralörtliche Funktion	30
3.3	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	32
3.4	Tourismus	37
<b>4</b>	<b>Nachfragesituation in der Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten</b>	<b>42</b>
4.1	Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten	42
4.2	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Ribnitz- Damgarten sowie im Marktgebiet	44
4.3	Gastronomisches Nachfragepotenzial der Stadt Ribnitz- Damgarten sowie im Marktgebiet	47

<b>5</b>	<b>Angebotssituation in der Stadt Ribnitz–Damgarten</b>	<b>49</b>
5.1	Verkaufsflächenentwicklung	49
5.2	Raumstruktur des Einzelhandels	54
5.3	Betriebsgrößenstruktur	56
5.4	Leerstandssituation im Stadtgebiet	58
5.5	Umsatzsituation des Einzelhandels in Ribnitz–Damgarten	59
5.6	Gastronomisches Angebot in der Stadt Ribnitz–Damgarten	62
<b>6</b>	<b>Versorgungslage und Zentralitätsanalyse</b>	<b>67</b>
6.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Ribnitz–Damgarten	67
6.2	Bedeutung der Innenstädte im Einzelhandelsgefüge	69
6.2.1	Innenstadt Ribnitz	69
6.2.2	Innenstadt Damgarten	76
6.3	Nahversorgungssituation in Ribnitz–Damgarten	79
6.4	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Ribnitz–Damgarten	85
6.5	Analyse der Nachfrageverflechtungen	88
6.6	SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Ribnitz–Damgarten	91
<b>7</b>	<b>Zentrenkonzept für die Stadt Ribnitz–Damgarten</b>	<b>94</b>
7.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	94
7.2	Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Ribnitz–Damgarten	97
7.2.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ribnitz	101
7.2.2	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Damgarten	105
7.2.3	Zentraler Versorgungsbereich Boddencenter	108
7.2.4	Zentraler Versorgungsbereich Rostocker Landweg	111
7.3	Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Ribnitz–Damgartener Liste“	114
7.4	Ziele und Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung in Ribnitz–Damgarten	119
7.5	Bewertung der Planvorhaben in der Stadt Ribnitz–Damgarten	119
<b>8</b>	<b>Entwicklungskonzept für die Hauptgeschäftsbereiche von Ribnitz und Damgarten</b>	<b>123</b>

8.1	Antriebskräfte für die Entwicklung der Hauptgeschäftsbereiche von Ribnitz und Damgarten	123
8.2	Entwicklungspotenziale in den unterschiedlichen Szenarien	126
8.3	Ideenkonzeption für die Entwicklung der Hauptgeschäftsbereiche von Ribnitz und Damgarten in zwei Varianten	130
8.3.1	Ideenkonzeption für die Innenstadt von Ribnitz	130
8.3.2	Ideenkonzeption für die Innenstadt von Damgarten	132
8.3.3	Bewertung der Entwicklungsszenarien	135
<b>9</b>	<b>Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten</b>	<b>137</b>
9.1	Generelle Prämissen	137
9.2	Maßnahmen für die Innenstadt von Ribnitz	138
9.2.1	Schwerpunkt: Stärken und Qualitäten herausstellen	139
9.2.2	Schwerpunkt: Optimierung Nutzungsbesatz	140
9.2.3	Schwerpunkt: Städtebauliche Aufwertung	141
9.2.4	Schwerpunkt: Bündelung von Nutzungen	141
9.3	Maßnahmen für die Innenstadt von Damgarten	142
9.4	Maßnahmen für die weitere Entwicklung im Bereich Tourismus und Gesamtstadt	143
9.5	Empfehlungen zur allgemeinen Stadtentwicklung	143
9.6	Aufbau eines kommunale gesteuerten Leerstands- und Ansiedlungsmanagements	144
<b>10</b>	<b>Zusammenfassung</b>	<b>149</b>
<b>I</b>	<b>Glossar</b>	<b>153</b>

# Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: HDE-Konsumbarometer	11
Abbildung 2: Verkaufsflächenentwicklung des deutschen Einzelhandels	12
Abbildung 3: Anzahl der Unternehmen im deutschen Einzelhandel	13
Abbildung 4: Marktanteilsverteilung im Einzelhandel nach Betriebsformen	14
Abbildung 5: Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels	15
Abbildung 6: IFH-Prognose zur Entwicklung des Online-Handels	16
Abbildung 7: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz	17
Abbildung 8: Attraktivitätsfaktoren der Innenstädte	20
Abbildung 9: Entwicklung der Passantenfrequenzen in den Innenstädten (Index)	22
Abbildung 10: Lage im Raum	28
Abbildung 11: Zentralörtliche Funktion von Ribnitz-Damgarten	30
Abbildung 12: Altersstruktur der Bevölkerung in Ribnitz-Damgarten im Vergleich	34
Abbildung 13: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	35
Abbildung 14: Kaufkraftkennziffern im Vergleich	37
Abbildung 15: Geplante Flächennutzung auf der Halbinsel Pütznitz	40
Abbildung 16: Marktgebiet des Einzelhandels	42
Abbildung 17: Nachfragepotential der Bevölkerung der Stadt Ribnitz-Damgarten im Jahr 2023 nach Sortimenten	45
Abbildung 18: Nachfragepotential im Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten	46
Abbildung 19: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Ribnitz-Damgarten zwischen 2000 und 2024	50
Abbildung 20: Branchenstruktur des Einzelhandels	51
Abbildung 21: Branchenstruktur des Einzelhandels	53
Abbildung 22: Räumlich-funktionale Struktur des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten (Standortkategorien)	54

Abbildung 23: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Ribnitz-Damgarten	56
Abbildung 24: Leerstand des ehemaligen Edeka-Markts an der Herderstraße (Ortsteil Damgarten)	58
Abbildung 25: Umsatzstruktur des Einzelhandels in der Stadt Ribnitz-Damgarten	59
Abbildung 26: Restaurant Paganini in der Innenstadt von Ribnitz	63
Abbildung 27: Gastronomiebetriebe in Ribnitz	64
Abbildung 28: Gastronomiebetriebe in Damgarten	65
Abbildung 29: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Innenstadt von Ribnitz	70
Abbildung 30: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt	72
Abbildung 31: Ladeneinheiten entlang der Lange Straße in der Ribnitzer Innenstadt	73
Abbildung 32: Nutzungsstruktur in der Ribnitzer Innenstadt	74
Abbildung 33: Leerstehende Ladeneinheit in der Ribnitzer Innenstadt (Am Markt 3)	75
Abbildung 34: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt von Damgarten an der Gesamtstadt	76
Abbildung 35: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt von Damgarten an der Gesamtstadt	77
Abbildung 36: Leerstand in der Innenstadt von Damgarten (Stralsunder Straße 13)	78
Abbildung 37: Nahversorgungssituation in Ribnitz-Damgarten	80
Abbildung 38: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Ribnitz-Damgarten	86
Abbildung 39: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten	88
Abbildung 40: Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Ribnitz-Damgarten	98
Abbildung 41: Zentren- und Standortstruktur in der Stadt Ribnitz-Damgarten	100
Abbildung 42: Blick entlang der Lange Straße im ZVB Innenstadt Ribnitz	102
Abbildung 43: Blick auf den Marktplatz im ZVB Innenstadt Ribnitz	102

Abbildung 44: ZVB Innenstadt Ribnitz (inkl. Ergänzungsbereich Netto)	103
Abbildung 45: Blick auf die Geschäftshäuser Am Markt im ZVB Innenstadt Ribnitz	104
Abbildung 46: Geschäftsbesatz entlang der Barther Straße im ZVB Innenstadt Damgarten	106
Abbildung 47: Netto-Lebensmitteldiscounter im ZVB Innenstadt Damgarten	106
Abbildung 48: ZVB Innenstadt Damgarten	107
Abbildung 49: Geschäftsbesatz im ZVB Boddencenter	109
Abbildung 50: Lebensmittelbetriebe im ZVB Boddencenter	109
Abbildung 51: ZVB Boddencenter	110
Abbildung 52: Geschäftsbesatz im ZVB Rostocker Landweg	112
Abbildung 53: Famila-Verbrauchermarkt im ZVB Rostocker Landweg	112
Abbildung 54: ZVB Rostocker Landweg	113
Abbildung 55: Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	115
Abbildung 56: Annahmen für die Entwicklung der einzelnen Szenarien	126
Abbildung 57: Expansionsrahmen für den Einzelhandel der Stadt Ribnitz- Damgarten (Basisszenario)	127
Abbildung 58: Expansionsrahmen für den Einzelhandel der Stadt Ribnitz-Damgarten (Zielszenario)	128
Abbildung 59: Expansionsrahmen für die Gastronomie der Stadt Ribnitz- Damgarten	129
Abbildung 60: Ideenkonzeption für die Innenstadt von Ribnitz (Basisszenario)	130
Abbildung 61: Ideenkonzeption für die Innenstadt von Ribnitz (Zielszenario)	132
Abbildung 62: Ideenkonzeption für die Innenstadt von Damgarten (Basisszenario)	133
Abbildung 63: Ideenkonzeption für die Innenstadt von Damgarten (Zielszenario)	134
Abbildung 64: Bewertungsmatrix der Szenarien für die Innenstadt von Ribnitz	135
Abbildung 65: Bewertungsmatrix der Szenarien für die Innenstadt von Damgarten	136

Abbildung 66: Übergeordnete Ziele und Handlungsfelder für die Entwicklung der Ribnitzer Innenstadt 2040	138
---------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

## Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Ribnitz-Damgarten im Vergleich	32
Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in der Ortsteilen der Stadt Ribnitz-Damgarten	33
Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich	36
Tabelle 4: Tourismusentwicklung in der Stadt Ribnitz-Damgarten laut dem Statistischen Amt Mecklenburg-Vorpommerns im Vergleich	39
Tabelle 5: Marktgebiet des Einzelhandels	43
Tabelle 6: Gastronomisches Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten	47
Tabelle 7: Einzelhandelsstruktur in Ribnitz-Damgarten	49
Tabelle 8: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten nach Standortbereichen	57
Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur nach Standortlagen	61
Tabelle 10: Gastronomiebetriebe in der Stadt Ribnitz-Damgarten	62
Tabelle 11: Verkaufsflächendichten im Vergleich	68
Tabelle 12: Citydichte der Innenstadt im Vergleich	73
Tabelle 13: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels	81
Tabelle 14: Betriebstypenstruktur bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Vergleich (in qm VKF)	82
Tabelle 15: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Ribnitz-Damgarten	83
Tabelle 16: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Ribnitz-Damgartener Liste“)	118

# 1 Grundlagen

## 1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Die in Mecklenburg-Vorpommern verortete und dem Landkreis Vorpommern-Rügen zugeordnete Stadt Ribnitz-Damgarten befindet sich zwischen Stralsund und Rostock, direkt am Saaler Bodden gelegen. Das Stadtgebiet besteht aus den beiden Stadtteilen Damgarten und Ribnitz, die jeweils eine eigene Innenstadt aufweisen, sowie aus 16 überwiegend dörflich geprägten Ortsteilen. Aktuell leben mehr als 16.000 Einwohner in der Stadt mit zuletzt wieder leicht wachsender Tendenz.

Aufgrund der Lage an der angrenzenden Urlaubsregion Fischland-Darß-Zingst und der Ausweisung als staatlich anerkannter Erholungsort spielt der Tourismus in Ribnitz-Damgarten eine bedeutende Rolle. Hinzukommt die touristische Vermarktung als „Bernsteinstadt“. Rund 109.000 Übernachtungen<sup>1</sup> wurden zuletzt für Ribnitz-Damgarten gezählt (zzgl. Tagestouristen). Infolge der angestrebten touristischen Entwicklung der nördlich von Ribnitz-Damgarten gelegenen Halbinsel Pütznitz (Bernsteinresort) kann perspektivisch von zusätzlichen Tourismuspotenzialen ausgegangen werden. Das Touristenaufkommen stellt ein gewichtiges zusätzliches Nachfragepotenzial für den Einzelhandel dar.

Verkehrlich angebunden ist Ribnitz-Damgarten im Wesentlichen über die B 105, die entlang der Ostseeküste als Verbindungsachse zwischen Rostock und Stralsund fungiert und auch für die Erschließung der Ostseebäder eine wichtige Rolle übernimmt. Die nächstgelegenen Autobahnanschlussstellen sind Sanitz an der BAB 20 und Rostock-Ost an der BAB 19. Über zwei Bahnhöfe ist die Stadt an das Regionalbahnnetz zwischen Rostock und Stralsund/Rügen angebunden. Zudem besteht ein Anschluss an ICE-Verbindung Hamburg-Stralsund. Insgesamt kann Ribnitz-Damgarten somit eine gute verkehrliche Erreichbarkeit attestiert werden.

Seitens der Landesplanung in Mecklenburg-Vorpommern ist Ribnitz-Damgarten als Mittelzentrum ausgewiesen. Die Stadt soll demnach als regional bedeutsamer Infrastrukturstandort gesichert und weiterentwickelt werden und in ihrer Funktion als Wirtschafts- und Arbeitsstandort gestärkt werden. Dabei soll die Stadt Versorgungsaufgaben für den raumordnerisch festgelegten

---

<sup>1</sup> Zahl anhand von Kurabgabe/Meldeschein der Stadt Ribnitz-Damgarten.

Mittelbereich übernehmen, der sich neben Ribnitz-Damgarten und dem zugewiesenen Nahbereich<sup>2</sup> noch über Marlow und Bad Sülze, erstreckt. Im interkommunalen Wettbewerb steht Ribnitz-Damgarten dabei vor allem mit den nächstgelegenen Oberzentren Rostock und Stralsund sowie dem Grundzentrum Graal-Müritz.

Als **Doppelstadt** verfügt Ribnitz-Damgarten über zwei Innenstädte. Als Zentrum wird dabei vor allem die Ribnitzer Innenstadt rund um den Marktplatz, die Lange Straße, das Kloster und den Hafen wahrgenommen. Hier konzentrieren sich die Einzelhandels-, Gastronomie-, Kultur- und Freizeitangebote. Geschäftsschließungen, Leerstände und Fluktuation zeigen sich hier in einem noch eingeschränkten Maße. Der Stadtteil Damgarten ist hingegen durch einen zunehmenden Funktionsverlust seiner Innenstadt geprägt.

Mit Mitteln aus dem Bundesprogramm „Zukunftsfähige Innenstädte und Zentren“ möchte die Stadt Ribnitz-Damgarten eine nachhaltige Strategie für beide Innenstädte entwickeln. Der Fokus liegt hierbei auf einem ausgewogenen Nutzungsmix aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur und Tourismus, um die zentralen Bereiche von Ribnitz und Damgarten zu lebendigen und attraktiven Innenstädten zu entwickeln. Hierzu sollte ein **Masterplan** aufgestellt werden, der auf drei Konzepten basiert, die in einem integrativen und kooperativen Prozess zu erarbeiten waren.

- Nutzungs- und Einzelhandelskonzept
- Fachgutachten Verkehr und Mobilität
- Gestaltungskonzept für die Innenstädte Ribnitz und Damgarten

Im Rahmen des **Nutzungs- und Einzelhandelskonzepts** sollten dabei auf Basis einer detaillierten Analyse der Angebotssituation und der aktuellen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel umsetzungsorientierte Handlungsstrategien und daraus entwickelte innovative Maßnahmen im Sinne eines Maßnahmenplans hergeleitet werden, um die beiden Zentren sowohl für die Bewohner als auch für die Touristen aufzuwerten. Neben mittel- und langfristigen Maßnahmen sollten auch Sofortmaßnahmen zur kurzfristigen/temporären Verbesserung der Lage entwickelt werden. Strategieansätze für eine Weiterentwicklung des Gastronomiestandorts und den Aufbau eines Flächen- und Leerstandsmanagements sollten dabei berücksichtigt werden. Es galt beide Zentren mit ihren jeweiligen Besonderheiten zu erhalten und zu stärken und es waren zwei schlüssig aufeinander abgestimmte Konzepte für die beiden Zentren mit ihren

---

<sup>2</sup> Ahrenshagen-Daskow, Ahrenshoop, Dierhagen, Saal, Schlemmin, Semlow, Trinwillershagen und Wustrow.

jeweiligen Alleinstellungsmerkmalen zu erarbeiten. Die zusätzlichen (perspektivischen) Nachfragpotenziale durch den Tourismus waren dabei zu beachten.

Das Nutzungs- und Einzelhandelskonzept war in den dialogorientierten Masterplanprozess eingebunden. Die Inhalte des Gutachtens/Konzepts wurden daher regelmäßig mit den weiteren, in Erarbeitung befindlichen Fachkonzepten und dem übergeordneten Masterplan abgestimmt.

Folgende Fragen standen bei der Bearbeitung des Nutzungs- und Einzelhandelskonzepts im Vordergrund:

- Wie stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels und der sonstigen frequenzerzeugenden Nutzungen zurzeit dar und wo sind welche Art von Betrieben angesiedelt?
- Welche Entwicklungsperspektiven und Potenziale gibt es für die beiden Innenstadtbereiche?
- Wie kann die zukünftige Innenstadtentwicklung, bezogen auf einen lebendigen Nutzungsmix aussehen und welche Entwicklungsszenarien für den Einzelhandel und den Dienstleistungssektor sind denkbar? Wie unterscheiden sich die Szenarien für die Innenstädte Ribnitz und Damgarten?
- Wie lassen sich hinsichtlich des Anspruchs einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung mögliche bestehende Defizite ausgleichen?

Bei der zukünftigen Ausrichtung in den Themenfeldern Nutzungsmix, Einzelhandel und Gastronomie setzt die Stadt Ribnitz-Damgarten folgende **Schwerpunkte:**

- Optimierung des Nutzungsmixes und Funktionsbestimmung der Innenstädte unter Berücksichtigung von Gastronomie, Einzelhandel und Dienstleistungen sowie ergänzender, unterstützender Angebote
- Verbesserung der Ausstrahlung und Anziehungskraft durch einen attraktiven Nutzungsmix
- Attraktivitätssteigerung für Investoren

Hierzu gilt es die jeweiligen Funktionsschwerpunkte der Innenstädte zu definieren, den vorhandenen Nutzungsmix zu verbessern und eine nachhaltige Revitalisierung leerstehender Gebäude und ungenutzter Außenflächen zu forcieren. Die lokalen Einzelhandels- und Dienstleistungsanbieter zu stärken und die gastronomische Vielfalt in einer optimierten Qualität in den Innenstadtbereichen zu erhöhen sind dabei wichtige Ziele. Der Tourismus soll ferner durch einen Ausbau der Angebote, Nutzungen und der Infrastruktur gestärkt werden, wobei die Interessen der touristischen Belegung und der Bedürfnisse der eigenen

Einwohner in Einklang zu bringen sind. Ziel war zudem die Schaffung und Sicherung einer flächendeckenden und bedarfsgerechten Nahversorgung.

Die vorliegende Einzelhandelskonzept der Stadt Ribnitz-Damgarten bedeutet keinen völligen Planungsneubeginn. **Vielmehr baut das vorliegende Einzelhandelskonzept auf einer langen Historie der Steuerung von großflächigen Einzelhandelsentwicklungen in der Stadt Ribnitz-Damgarten auf.** Letztendlich wurde ein vollständiges Einzelhandelskonzept im Jahr 2013 erstellt, welches ebenfalls auf den Versionen aus den Jahren 1993, 2000 und 2006 aufbaute. Zudem wurde im Jahr 2018 eine partielle Fortschreibung für den Stadtteil Damgarten erarbeitet. Neben den Einzelhandelskonzepten hat die Stadt Ribnitz-Damgarten ferner im Jahr 2023 ihr Integriertes Stadtentwicklungskonzept (I-SEK) zum dritten Mal fortschreiben lassen. Die bereits vorhandene Fachplanungen und Konzepte wurden bei der Erarbeitung des vorliegenden Einzelhandelskonzepts berücksichtigt.

## 1.2 Untersuchungsdesign

Dr. Lademann & Partner haben zur Erarbeitung des Nutzungs- und Einzelhandelskonzepts folgendes Untersuchungsdesign verwendet.

### Grundlagenanalyse und -bewertung

Die Grundlage des Konzepts bildet eine umfassende Analyse und Bewertung der Ausgangslage in den Innenstädten von Ribnitz und Damgarten nach unterschiedlichen Nutzungsarten unter Beachtung absehbarer allgemeiner Entwicklungstrends. Auch eine Analyse der Nachfragesituation inklusive der touristischen Entwicklungen war Bestandteil des ersten Untersuchungsbausteins. Auf dieser Basis wurden Missstände des Nutzungsmixes sowie derzeit nicht ausgeschöpfte Potenziale aufgezeigt und es wurde ermittelt, welche Entwicklungsperspektiven bestehen. Im Einzelnen wurden dabei folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Darstellung der wesentlichen allgemeinen Entwicklungstrends im Einzelhandel und der Gastronomie: besonderes Augenmerk wurde dabei auf das veränderte Konsumverhalten, die Betriebsformenentwicklung, die Marktentwicklungen sowie die Folgeeffekte der Corona-Pandemie auf den Einzelhandel und die Innenstädte (u.a. Dynamik im Online-Handel, Frequenzentwicklung) gelegt und es wurde herausgearbeitet, welche aktuellen gesamtwirtschaftlichen Herausforderungen (u.a. Inflation, Fachkräftemangel) Handel und Gastronomie besonders tangieren;

- makrostandörtliche Einordnung sowie Stand und Entwicklung der sozioökonomischen Eckdaten in Ribnitz-Damgarten als Rahmenbedingungen für die Innenstadtentwicklung (Einwohnerentwicklung und -prognose, Altersstruktur, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau, Pendlerbeziehungen, Beschäftigungssituation, Tourismus, Erreichbarkeitsbeziehungen, regionale Wettbewerbssituation etc.);
- Durchsicht und Auswertung vorliegender Rahmenplanungen und Entwicklungskonzepte für Ribnitz-Damgarten<sup>3</sup>;
- Ermittlung und Analyse der aktuellen Angebotssituation des Einzelhandels- und der Gastronomie im Stadtgebiet von Ribnitz-Damgarten; hierfür wurden sämtliche Einzelhandels- und Gastronomiebetriebe im Stadtgebiet erfasst<sup>4</sup> und differenziert nach Lagen/Standorten, Branchen und Betriebstypen mit Angaben zur Anzahl der Betriebe, zur Verkaufs-/Betriebsfläche, zum Umsatz und zur Flächenproduktivität analysiert und ausgewertet; zusammenfassende Darstellungen zur Branchenstruktur, Raumstruktur, Betriebsgrößenstruktur mit besonderem Fokus auf die beiden Innenstadtlagen; Gegenüberstellung mit den Daten aus dem 2013er (2018er)-Konzept; in den zentralen Lagen wurden zudem auch sämtliche weitere publikumsintensive Erdgeschossnutzungen (z.B. Dienstleister, öffentliche Einrichtungen, kulturelle Einrichtungen etc.) erfasst und kartiert;
- Erfassung und Analyse der einzelhandels- und gastronomierelevanten Nachfragesituation in Ribnitz-Damgarten: Ermittlung des faktischen Marktgebiets unter Berücksichtigung des mittelzentralen Verflechtungsbereichs; Ermittlung des branchenspezifischen Nachfragepotenzials innerhalb des Marktgebiets (Ribnitz-Damgarten + Umland) aktuell und für den Prognosehorizont 2040 sowie Ermittlung der touristischen Ausgabevolumina unter Berücksichtigung der angestrebten Entwicklung in Pütnitz);
- städtebauliche und versorgungsstrukturelle Analyse der beiden Innenstadtlagen auf der Basis intensiver Standortbegehungen inkl. Fotodokumentation sowie weiterer strukturprägender Einzelhandelsstandorte; Bewertung der Funktionswahrnehmung der beiden Innenstädte im Verhältnis zueinander sowie im Verhältnis zu sonstigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet (u.a. anhand der Kenngrößen Citydichte und Cityanteil, gegliedert nach

---

<sup>3</sup> ISEK der Stadt Ribnitz-Damgarten, Einzelhandelskonzept Ribnitz-Damgarten 2013, Teilfortschreibung Einzelhandelskonzept für den Stadtteil Damgarten 2018, Gewerbe-Statistik Amt Ribnitz-Damgarten, Tourismuskonzeption Ribnitz-Damgarten 2015

<sup>4</sup> Die Bestanderhebungen erfolgten durch physische Begehungen jeglicher Ladenlokale nach dem sogenannten Angebotsprinzip. D.h. Randsortimente wurden nicht dem Hauptsortiment zugeschlagen, sondern sortimentsgenau erfasst. Die Erhebung erfolgte mit Unterstützung einer eigens hierfür programmierten App.

Hauptbranchengruppen<sup>5)</sup> sowie qualitative Einordnung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort in das Einzelhandelsgefüge der Stadt/Region;

- Gegenüberstellung von Angebots- und Nachfragesituation zur Bestimmung nicht ausgeschöpfter Potenziale auf Basis einer Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel; dabei Ermittlung und Bewertung der Kaufkraftbindung der ortsansässigen Bevölkerung, der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und durch Touristen sowie der Kaufkraftabflüsse in das Umland sowie in den Online-Handel; Aufzeigen von quantitativen und qualitativen Missständen und Defiziten im Nutzungsmix der beiden Innenstädte unter Berücksichtigung der intra- und interkommunalen Wettbewerbssituation (Angebotsdefizite);

### Zentrenkonzept

Aufbauend auf den Ergebnissen zur Strukturanalyse und zur Bewertung der Einzelhandelssituation wurde dann das Zentrenkonzept für die Stadt aufgestellt. Dabei ging es im Wesentlichen um die Festlegung einer arbeitsteiligen Zentren- und Standortstruktur inkl. der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie um die Aufstellung einer ortstypische Sortimentsliste. Im Einzelnen wurden dabei folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

- Überprüfung der im Vorgängerkonzept festgelegten Zentren- und sowie ggf. Anpassung/Modifizierung/Ergänzung; diesbezüglich wurden Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der einzelnen Standorte unterbreitet und es wurde eine Funktionsbestimmung der jeweiligen Standorte vorgenommen;
- kritische Überprüfung und ggf. Anpassung der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (inkl. Kartierung);<sup>6)</sup> für die zentralen Versorgungsbereiche wurden aussagekräftige „Zentrenpässe“ erstellt, die die Standorte kriteriengestützt charakterisieren (u.a. nach Erreichbarkeiten, Lagequalitäten, Nutzungsstruktur, Städtebau/Architektur, Aufenthaltsqualitäten, Flächenpotenzialen, Leerstandssituation) und die wesentlichen Stärken und Schwächen sowie deren Entwicklungsperspektiven herausgestellt;
- Kritische Überprüfung und ggf. Anpassung der ortstypischen Sortimentsliste zur Einstufung der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Die Einstufung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wurde sowohl anhand der faktischen Situation (Verkaufsfläche/Anzahl der Betriebe differenziert nach Standortlagen) als auch anhand planerischer Überlegungen zur

<sup>5)</sup> Citydichte = Verkaufsfläche der Innenstadt je Einwohner der Gesamtstadt; Cityanteil = Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche

<sup>6)</sup> Dr. Lademann & Partner orientieren sich für die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche grundsätzlich an der aktuellen Rechtsprechung zur Erarbeitung von Einzelhandelskonzepten und zur Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen, um die Rechtssicherheit des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts zu gewährleisten. Maßgeblich ist hier vor allem der Leitsatz aus dem Urteil vom 11.10.2007 des BVerwG (4 C 7.07).

Attraktivitätssteigerung der zentralen Versorgungsbereiche vorgenommen. Zudem wurden die Vorgaben der Landesplanung und die Eigenschaften der Warengruppen hinsichtlich Transportsensibilität und Platzbedarf berücksichtigt.

### Szenarien zur Entwicklung der Innenstädte

Im Zuge des nächsten Untersuchungsbausteins wurden die Entwicklungspotenziale für die beiden Innenstädte im Hinblick auf Einzelhandel und Gastronomie prognostiziert. Hierfür wurden verschiedene Entwicklungsszenarien erstellt, die u.a. auf Annahmen zur Bevölkerungs- und Kaufkraftentwicklung, zur Tourismusedwicklung sowie auf Annahmen zur Dynamik des Onlinehandels basieren. Im Einzelnen umfasste dieser Baustein folgende Arbeitsschritte:

- Darstellung der Hauptantriebskräfte/“Triebfedern“ und Restriktionen/Hemmnisse der künftigen Flächenentwicklung (Einwohner- und Kaufkraftentwicklung, Tourismusedwicklung, demografischer Wandel, Dynamik des Online-Handels, Angebots- und Versorgungslücken, Zentralitätsdefizite, Betriebstypendynamik, Flächenanforderungen des Einzelhandels, strukturelle Defizite) sowie deren Ausprägung in Ribnitz-Damgarten;
- Prognose der Entwicklungspotenziale für Einzelhandel und Gastronomie in unterschiedlichen Szenarien auf der Basis einer Kaufkraftabschöpfungsanalyse<sup>7</sup> bis zum Prognosehorizont 2040 in Verkaufsflächenspielflächen;
- Erarbeitung von Szenarien zur räumlich-funktionalen Weiterentwicklung der beiden Innenstädte von Ribnitz und Damgarten und daraus abzuleitender Entwicklungsziele und Handlungsrahmen; Bewertung und Priorisierung der Szenarien sowie Auswahl eines Zielszenarios auf Basis der Diskussionsergebnisse in den Fachdiskursen mit dem Auftraggeber und den Projektbeteiligten als Grundlage für die strategischen Handlungskonzepte;

### Strategisches Handlungskonzept und Umsetzungsstrategien

Im Rahmen des nächsten Untersuchungsbausteins wurde dann für das jeweilige Zielszenario für die beiden Innenstädte in enger Abstimmung mit dem Auftraggeber und den Projektbeteiligten der jeweilige Handlungsrahmen und ein damit verbundenes Maßnahmenprogramm erarbeitet, welches sowohl Sofortmaßnahmen als auch mittel- und langfristige Maßnahmen beinhaltet. Das Handlungskonzept umfasst alle vorhandenen und zu entwickelnden

---

<sup>7</sup> Dabei wurden der raumordnerisch zugewiesene Verflechtungsbereich berücksichtigt und es wurden unter Beachtung der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie der Dynamik im Online-Handel realistisch erreichbare Bindungs- und Abschöpfungsquoten angesetzt.

Nutzungen und berücksichtigt dabei die Bedürfnisse der lokalen Bevölkerung sowie der Touristen. Im Einzelnen umfasste dieser Baustein folgende Arbeitsschritte:

- Erarbeitung eines praxisnahen Maßnahmenpakets mit strategischen Ansätzen und konkreten Maßnahmen und Empfehlungen (kurz-, mittel- und langfristige Perspektive), die der Erreichung des Zielszenarios dienlich sind;
- Aufzeigen einer Umsetzungsstrategie mit maßnahmen-spezifischen Aussagen zu den jeweiligen Voraussetzungen und Bedingungen, zu den Adressaten / Zuständigkeiten sowie zum zeitlichen Rahmen; Zudem erfolgte eine Priorisierung der einzelnen Maßnahmen;
- Zusammenfassung in einem strategischen Handlungskonzept für die beiden Innenstädte inkl. einer Umsetzungsstrategie in Form eines umsetzungs- und anwenderorientierten Endprodukts;<sup>8</sup>

### Ansätze für ein Leerstandsmanagement

Während in der Innenstadt von Ribnitz lediglich einzelne Ladenlokale in der Haupt- und Nebenlage leer stehen, sind in Damgarten ganze Gebäude, vor allem rund um die Stralsunder Straße, von Leerständen betroffen. Zudem muss davon ausgegangen werden, dass die Leerstände angesichts der Dynamik im Online-Handel und des demografischen Wandels sowie vor dem Hintergrund der Nachfolgeproblematik bei inhabergeführten Fachgeschäften künftig noch weiter zunehmen werden. Im letzten Untersuchungsbaustein wurde sich daher gesondert der Entwicklung von Ansätzen für ein digitales Flächen- und Leerstandsmanagement zur proaktiven Vermarktung der Innenstadtflächen gewidmet. Im Einzelnen umfasste dieser Baustein folgende Arbeitsschritte:

- Recherche, Identifizierung und Auswahl passender Tools für ein Leerstandsmanagement<sup>9</sup>
- Aufzeigen der notwendigen Arbeitsschritte zur Bereitstellung und zum Aufbau eines Leerstandsmanagements; hierbei geht es vor allem darum aufzuzeigen, welche Voraussetzungen seitens der Stadt zum Aufbau eines Leerstandsmanagements zu schaffen und welche ToDo's zur Implementierung des Leerstandsmanagements abzarbeiten sind;
- Darstellung der notwendigen Leistungen zur langfristigen Implementierung eines Leerstandsmanagements; hierbei geht es vor allem darum

---

<sup>8</sup> Zielkonflikte und Synergien sowie zeitliche Überlagerungen mit den anderen Planungen der Stadt zum Masterplan Innenstadt sind im Rahmen der Fachdiskurse diskutiert und im Bedarfsfall angepasst worden.

<sup>9</sup> In dem Projekt „Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung“ hat das IFH KÖLN zusammen mit 14 deutschen Modellstädten unterschiedlicher Größe eine digitale Plattform für proaktives Ansiedlungsmanagement in Innenstädten erarbeitet. Die Plattform LeAn<sup>®</sup> ist vom Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz gefördert worden.

aufzuzeigen, was das Leerstands- und Flächenmanagement im Detail leisten soll, welche Tools und zusätzlichen Services angeboten werden können und mit welcher Zielrichtung dieses aufgebaut werden soll.

## 1.3 Vorgehensweise

Folgende **Primär- und Sekundärerhebungen** waren insgesamt erforderlich, um das skizzierte Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Durchsicht vorliegender Rahmenplanungen und Entwicklungskonzepte sowie der übergeordneten Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung;
- Sekundäranalysen der Daten des Statistischen Landesamts, vorliegender Daten bei der Stadt sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten;
- vollständige und flächendeckende Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet sowie der Gastronomie- und handelsergänzenden Dienstleistungsbetriebe in den beiden Innenstädten von Ribnitz-Damgarten, differenziert nach Standorten, Branchen und Betriebstypen sowie Erfassung aller Leerstandsflächen.

Besonderes Augenmerk bei der Erstellung des Masterplans Innenstadt liegt auf dem integrierten Ansatz und dem ganzheitlichen Blick auf die Aufgabenstellung. Um dies zu gewährleisten und den Austausch und die Abstimmung zwischen den einzelnen Konzepten und Fachgutachten zu fördern, wurden zwei unterstützende Austauschformate durchgeführt:

- Zum einen wird die **Steuerungsrunde+** eingerichtet, die der inhaltlichen Entscheidungsvorbereitung diene und sich aus Mitgliedern aus Politik, Verwaltung, Stadtakteuren, der GOS und den Fachplanern zusammensetzt.
- Zur Abstimmung der unterschiedlichen und parallel zu erarbeitenden Konzepten und Fachplanungen fanden insgesamt drei **Fachdiskurse** zur Prozessbegleitung vor Ort in Ribnitz-Damgarten statt. Hierbei wurden die wesentlichen Inhalte abgestimmt und einzelne Planungsaspekte sowie mögliche Überschneidungen bei den Fachplanungen detailliert betrachtet und diskutiert. An den Fachdiskursen nahmen neben den Fachplanern und der GOS der Bürgermeister und die Fachbereiche der Verwaltung teil.

Zudem fand im Sommer ein **Zukunftsforum** statt, bei dem alle Bürger und Gewerbetreibenden eingeladen wurden, sich die Szenarien und Ideen der Fachplaner anzuschauen, zu diskutieren und Anregungen abzugeben.

## 2 Übergeordnete Entwicklungstrends in Einzelhandel und Gastronomie

Im Folgenden werden die wesentlichen Trends der Einzelhandels- und Gastronomieentwicklung als grundlegende Rahmenbedingungen für die Untersuchung erörtert.

### 2.1 Ökonomische Rahmenbedingungen im Dauerkrisenmodus

Übergeordnet muss die **Covid-19-Pandemie** als eine wesentliche Zäsur in der Einzelhandelsentwicklung betrachtet werden, die insbesondere in den Jahren von 2020 bis 2022 zu tiefgreifenden Veränderungen im Einzelhandel geführt hat. Infolge der pandemiebedingten umfassenden und langanhaltenden Einschränkungen des öffentlichen Lebens bis hin zu den Geschäftsschließungen (Lockdown) ist insbesondere der innerstädtische Einzelhandel von starken Frequenzrückgängen und Umsatzverlusten betroffen gewesen, der durch eilig eingerichtete Lieferservices oder interaktive Vertriebskanäle nicht annähernd ausgeglichen werden konnte und zu nachgelagerten Insolvenzen und Geschäftsschließungen geführt hat. Gleichwohl hat dies – auch aufgrund staatlicher Unterstützung – nicht zu einem so starken Anstieg von Leerständen in den Innenstädten geführt, wie noch zu Beginn der Pandemie befürchtet wurde („nur“ 8 bis 10 % der Erdgeschosslagen in den Innenstädten stand in den Krisenjahren leer). Zudem konzentrieren sich die Leerstände meist in den Lagen, die bereits vor der Pandemie durch eine negative Entwicklungsdynamik gekennzeichnet waren.<sup>10</sup>

Die negativen Auswirkungen der Pandemie wurden dann alsbald jedoch durch eine ökonomische Krise – verursacht durch den **Ukraine-Krieg** – überlagert, die zu einer weiteren bzw. erneuten Eintrübung der wirtschaftlichen Rahmenbedingungen geführt hat und den Einzelhandel abermals – und zwar diesmal sowohl den stationären Handel als auch den online Handel gleichermaßen – stark belastete. Die ökonomischen Folgeeffekte der kriegsverursachten Krise (Energiekrise, Zinswende, Inflation) führten zu Kaufzurückhaltung und trübten in Verbindung mit den ökonomischen und (welt-)politischen Unsicherheiten die

---

<sup>10</sup> BBSR: Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Einzelhandel in Städten und Zentren Empirische Ergebnisse aus sechs Fallstudien (Januar 2024)

Konsumstimmung bis heute erkennbar ein. Wie das HDE-Konsumbarometer zeigt, ist die Konsumstimmung mit Beginn der kriegsverursachten Krise sogar noch weitaus stärker gedrückt worden als durch die Covid19-Pandemie. Zwar erholt sich die Konsumstimmung wieder, zeigt sich insgesamt aber sehr volatil und wird dabei auch von den schwachen und z.T. strukturell bedingten Konjunkturerwartungen beeinflusst.<sup>11</sup>

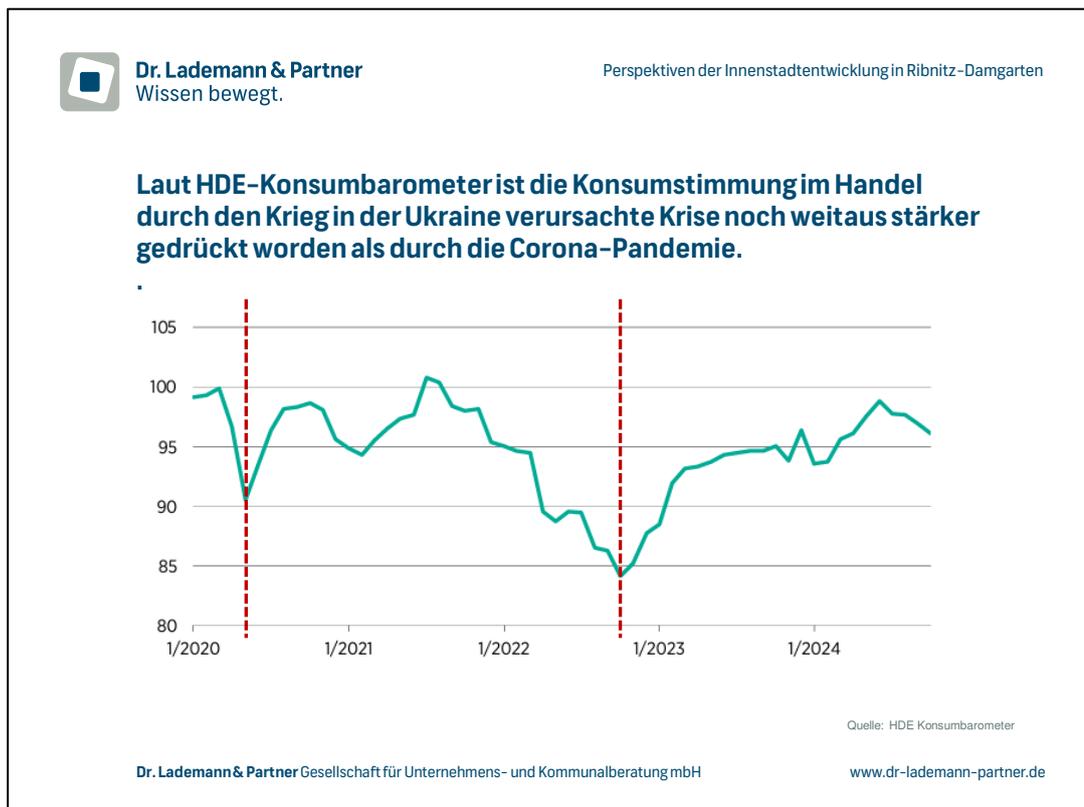


Abbildung 1: HDE-Konsumbarometer

Insgesamt lässt sich das ökonomische Umfeld für den Einzelhandel aufgrund der sich überlagernden wirtschaftlichen und (welt-)politischen Krisen somit als herausfordernd bezeichnen, lässt aber eine allmähliche Erholung erwarten.

<sup>11</sup> Das Ifo-Institut geht in seiner jüngsten Prognose (September 2024) davon aus, dass das BIP in diesem Jahr stagnieren wird und für die kommenden Jahren allenfalls mit einer leichten, aber allmählichen Erholung zu rechnen ist (+0,9 % in 2025 und +1,5 % in 2026). Entgegen den ursprünglichen Erwartungen können sich Industrie- und Konsumkonjunktur nur sehr langsam aus ihrer Starre befreien.

## 2.2 Entwicklungstrends Einzelhandel

### 2.2.1 Marktentwicklung im Einzelhandel

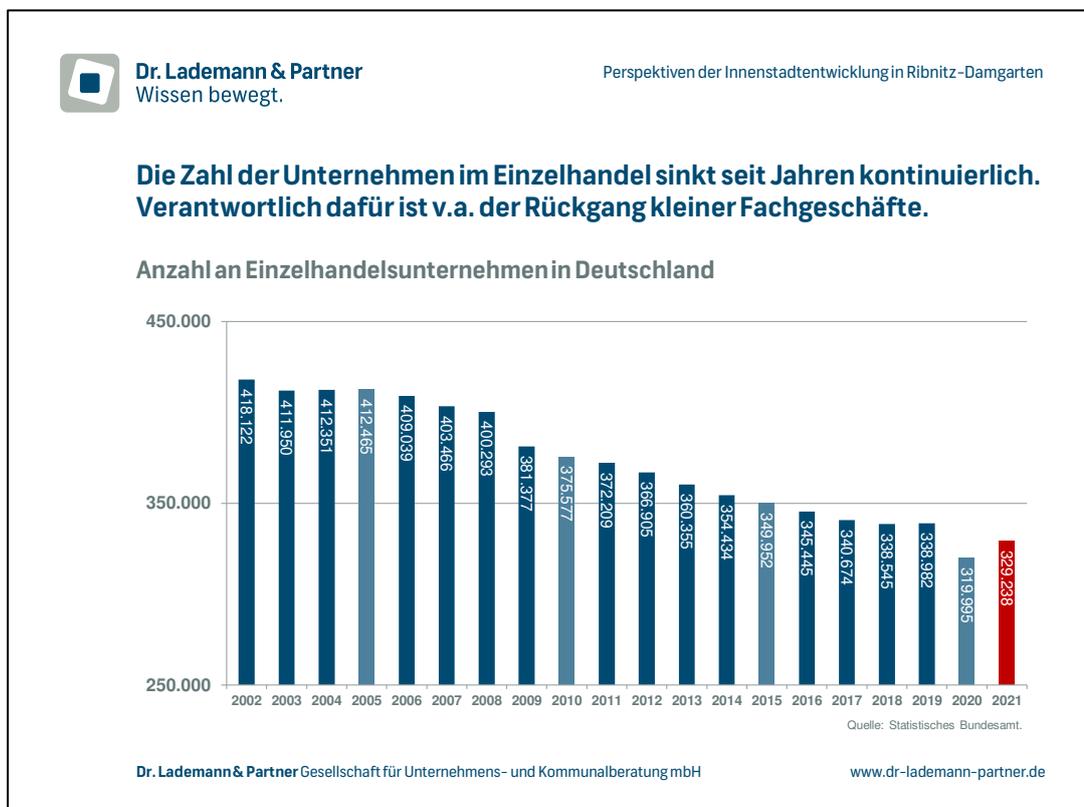
Die **Verkaufsflächenentwicklung** in Deutschland stagniert seit 2010 weitgehend. Sind bis 2010 noch erhebliche Wachstumssprünge zu erkennen, so ist die Verkaufsfläche in Deutschland in den letzten zehn Jahren nur noch geringfügig angestiegen.

Wachstumsfaktoren in den letzten Jahren waren vor allem die Expansionsbestrebungen im Lebensmitteleinzelhandel und im Drogeriemarktsegment sowie die Tendenzen zur Verkaufsflächenerweiterung dieser Läden. Im Gegensatz dazu wirkten sich Warenhausschließungen, die Redimensionierung von großen Fachmärkten (z.B. Elektrofachmärkte) und SB-Warenhäusern, die Ausdünnung von Filialnetzen sowie Marktaustritte von kleinen Händlern vor allem in Kleinstädten negativ auf das Flächenwachstum aus. Hinzu kommen zahlreiche Firmeninsolvenzen, die schlagartig zu umfangreichen Flächenaufgaben führten.



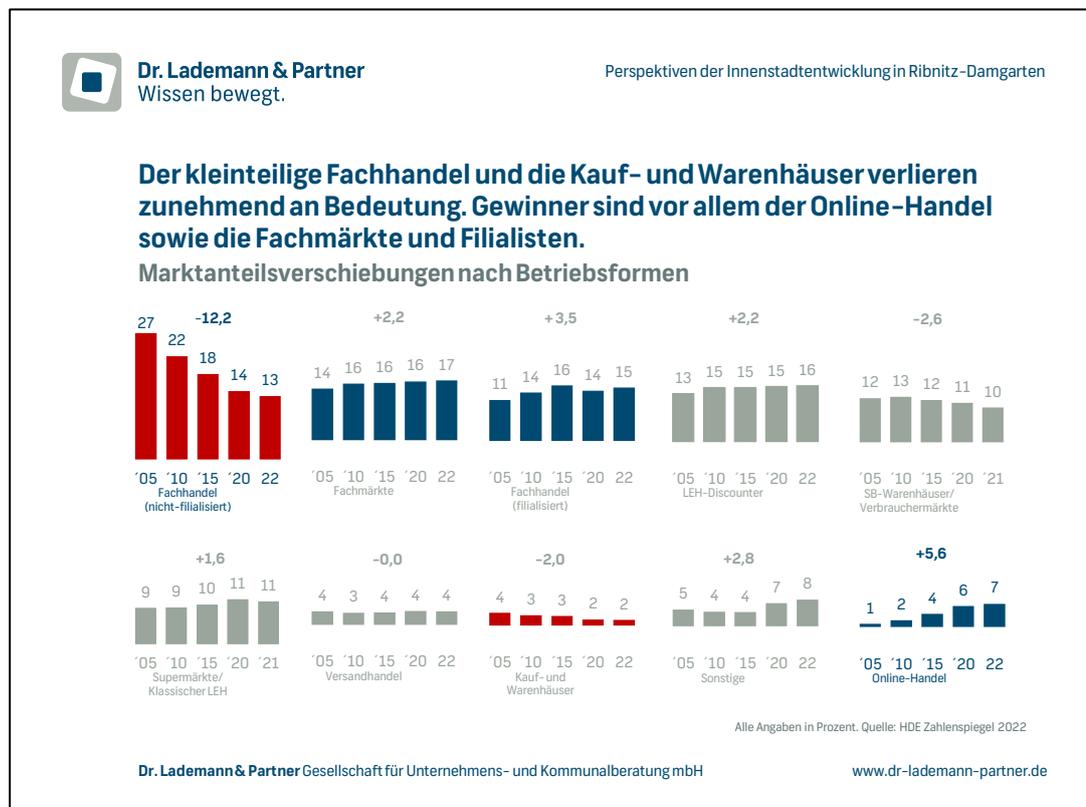
Abbildung 2: Verkaufsflächenentwicklung des deutschen Einzelhandels

Stark rückläufig ist hingegen die **Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel**. Zwischen 2010 und 2020 hat die Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel um 15 % bzw. 55.000 abgenommen – ein besonders starker Rückgang ist dabei erwartungsgemäß in 2020 zu erkennen, der im Zusammenhang mit der Covid19-Pandemie steht. Da im selben Zeitraum die Verkaufsfläche weitgehend stabil geblieben ist, deutet dies auf eine **Substitution von kleinen Händlern durch mittlere und größere Filialisten und Fachmärkte hin**.



**Abbildung 3: Anzahl der Unternehmen im deutschen Einzelhandel**

Die rückläufige Bedeutung der kleinen Fachgeschäfte lässt sich auch bei einem Blick auf die **Marktanteilsverschiebungen im Einzelhandel** feststellen. So hat sich der Marktanteil der nicht-filialisierten Fachhändler in den letzten knapp 20 Jahren halbiert. Auch die Marktbedeutung der Waren- und Kaufhäuser hat sich im selben Betrachtungsraum halbiert und kommt nur noch auf 2 %. Die mit der jüngsten Insolvenz von Galerie verbundenen Warenhausschließungen sind hier noch gar nicht eingerechnet. Zu den „Gewinner-Formaten“ zählen hingegen die Fachmärkte und Filialisten sowie der Online-Handel.



**Abbildung 4: Marktanteilsverteilung im Einzelhandel nach Betriebsformen**

Nach den Jahren der Finanzkrise haben sich die **Umsätze im Einzelhandel** kontinuierlich erhöht. Dabei sei jedoch einschränkend darauf hingewiesen, dass das Umsatzwachstum in den letzten beiden Jahren stark inflationsgetrieben war und sich die nominale Umsatzentwicklung von der realen Umsatzentwicklung abgekoppelt hat. Wachstumstreiber im Einzelhandel ist zwar in erster Linie der Online-Handel, aber auch im stationären Handel sind die Umsätze kontinuierlich angestiegen – insbesondere im nahversorgungsrelevanten Bedarf. Während der stationäre Einzelhandelsumsatz im Zeitraum von 2010 bis 2023 um knapp 40 % gewachsen ist, konnte der Online-Handel im selben Zeitraum seinen Umsatz mehr als vervierfachen. Nichtsdestotrotz weist der stationäre Handel in absoluten Zahlen weiterhin ein sehr hohes Gewicht auf und konnte zwischen 2010 und 2023 immerhin um über 156 Mrd. € wachsen. Bei gleichzeitig stagnierender Verkaufsflächenentwicklung haben die Flächenproduktivitäten im stationären Einzelhandel (wenn auch nicht in allen Branchen und nicht an allen Standorten) somit im Schnitt leicht zugelegt. Der Online-Handel hat dagegen lediglich um rd. 66 Mrd. € zugelegt, allerdings eben mit einer deutlich höheren Wachstumsdynamik.

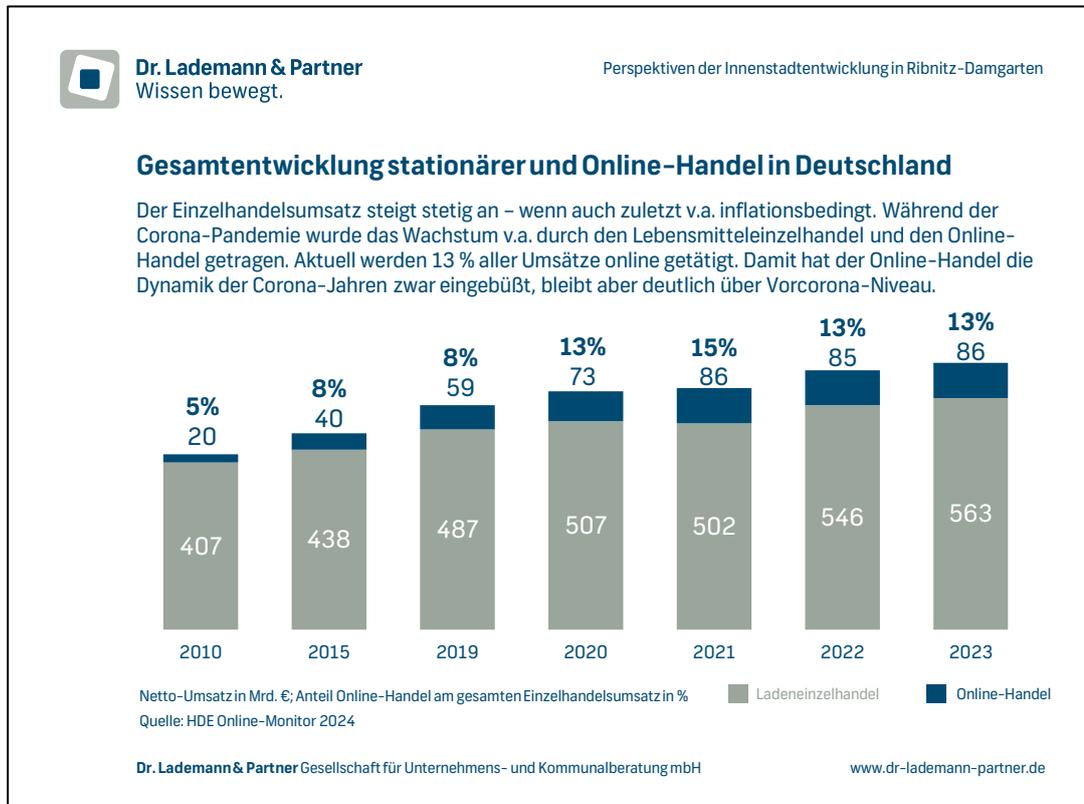
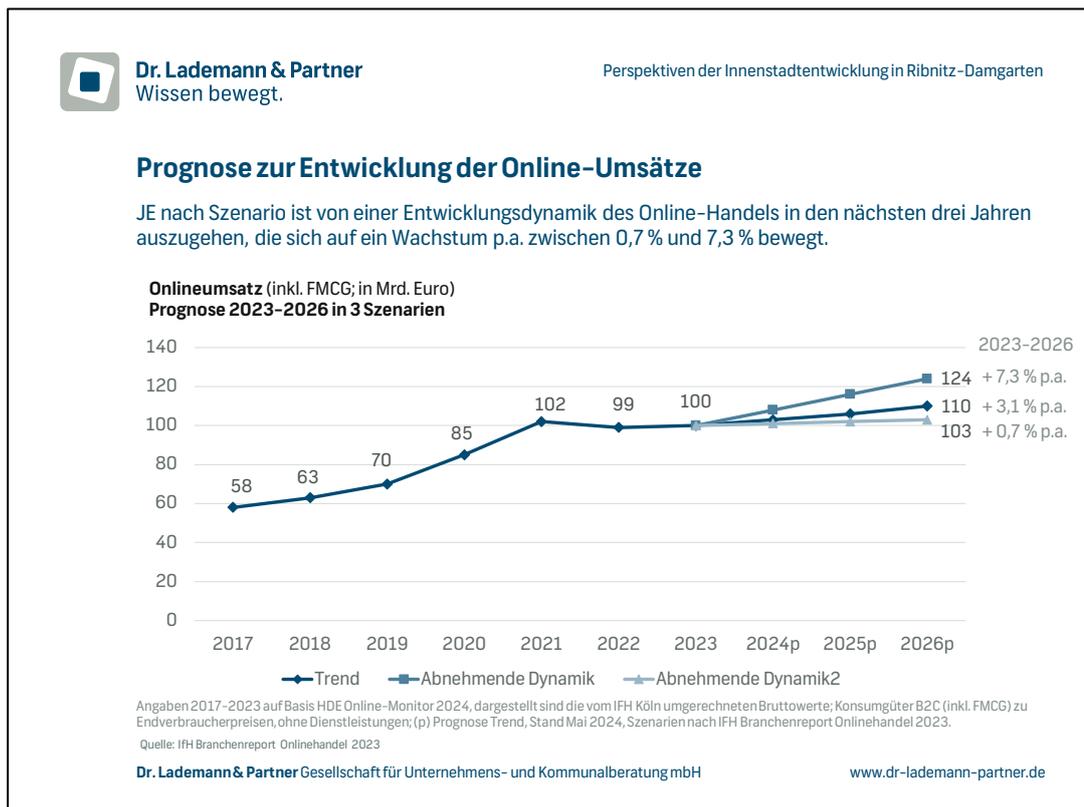


Abbildung 5: Umsatzentwicklung des deutschen Einzelhandels

Damit verbunden konnte der **Online-Handel** seinen Marktanteil über die letzten Jahre hinweg deutlich erhöhen und erzielt aktuell einen **Marktanteil von 13 %**. Die Covid19-Pandemie wirkte dabei als starker „Wachstumsbeschleuniger“ – so ist der Marktanteil von 2019 auf 2020 von 8 auf 13 % angestiegen. Aufgrund der Geschäftsschließungen (Lockdown) und der Einschränkungen des öffentlichen Lebens waren die Konsumenten zeitweise dazu gezwungen, online einzukaufen, wodurch auch Käufergruppen an den Online-Handel hergeführt wurden, die zuvor ausschließlich stationär eingekauft haben. Zwar ist die hohe Entwicklungsdynamik im Online-Handel (entgegen den damaligen Prognosen) zum Erliegen gekommen – so ist der Marktanteil in 2022 und 2023 sogar wieder rückläufig gewesen. Dabei ist aber zu berücksichtigen, dass sowohl der Marktanteil als auch die absoluten Umsatzvolumina des Online-Handels heute deutlich über dem Vorcorona-Niveau liegen.

**Perspektivisch muss von einem weiteren Anstieg der Marktbedeutung des Online-Handels ausgegangen werden.** Das Institut für Handelsforschung (IfH) prognostiziert je nach Szenario eine jährliche Wachstumsdynamik bis 2026 zwischen 0,7 und 7,3 % p.a.. Selbst in der oberen Variante läge das Wachstum damit aber sehr deutlich unterhalb des Corona-Niveaus (etwa 20 % p.a.)

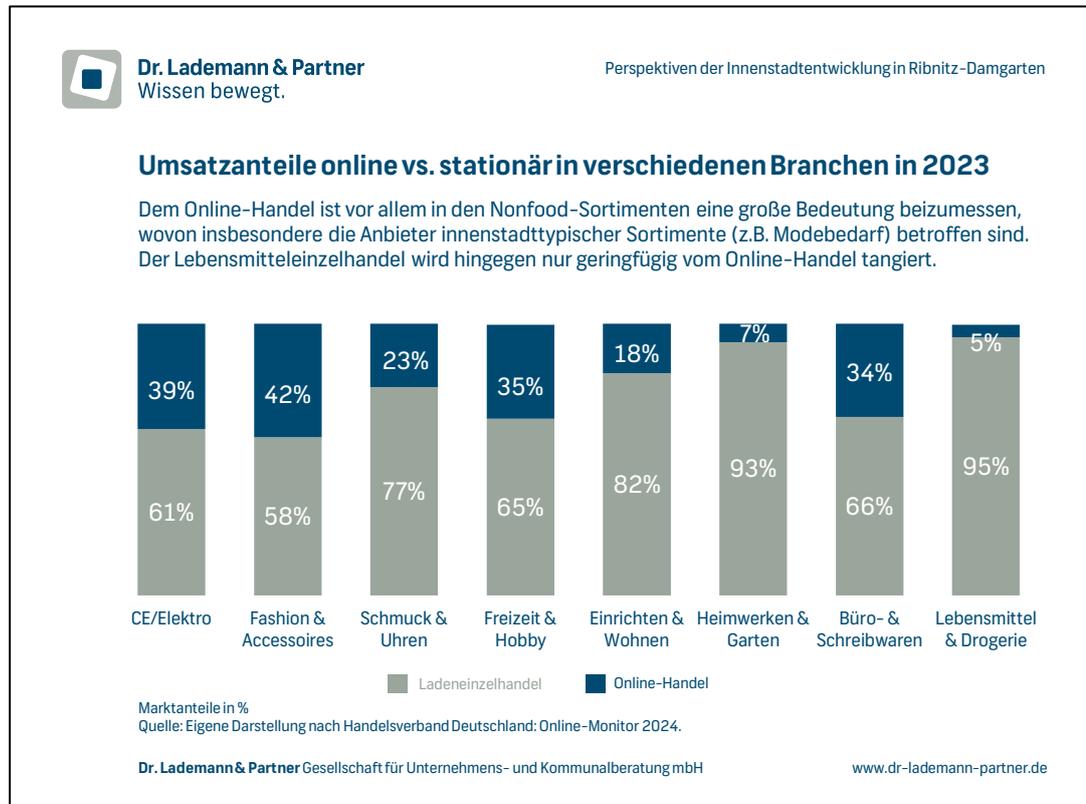
und sogar unterhalb des Vorcorona-Niveaus (etwa 10 % p.a.). Der Online-Handel wird also weiter wachsen, allerdings mit deutlich abgeschwächter Dynamik. **Zurückliegende Prognosen, die von einem deutlich stärkeren Wachstum des Online-Handels ausgegangen sind, sind damit überholt.**<sup>12</sup>



**Abbildung 6: IFH-Prognose zur Entwicklung des Online-Handels**

In einzelnen Nonfood-Branchen (z.B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Unterhaltungselektronik oder Bücher) erreicht der Online-Handel jedoch bereits heute Marktanteile von über 30 und 40 %. Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über die Umsatzanteile (online vs. stationär) verschiedener Einzelhandelsbranchen im Jahr 2023.

<sup>12</sup> Im Branchenreport Onlinehandel 2022 ging das IfH noch von einer jährlichen Entwicklungsdynamik zwischen 3,7 und 10,2 % aus und hat im Trendszenario für 2026 ein Online-Umsatz in Höhe von rd. 130 Mrd. prognostiziert, der nach der aktuellen Prognose selbst in der oberen Variante noch deutlich unterschritten wird (rd. 124 Mrd. €). Ein noch stärkeres Wachstum wurde vom IfH im Branchenreport Onlinehandel 2021 prognostiziert. Damals wurde sogar von einer jährlichen Wachstumsdynamik zwischen 7,2 und 13,7 % ausgegangen und einem Umsatzvolumen des Onlinehandels in 2025 zwischen 120 und 160 Mrd. €.



**Abbildung 7: Entwicklung des Anteils des interaktiven Handels am Einzelhandelsumsatz**

Es muss allerdings darauf hingewiesen werden, dass eine exakte Trennung von Kanälen (online / stationär) kaum mehr möglich ist. Für den örtlichen Einzelhandel müssen die Abflüsse in den nicht-stationären Handel nicht zwangsläufig mit einem Umsatzrückgang gleichzusetzen sein. Durch **Multichannel-Strategien** (wie click-and-collect) verschwimmen vielmehr zunehmend die Grenzen zwischen stationär und online (sog. Seamless Shopping). Mehr als die Hälfte aller stationären Nonfood-Käufe wird mittlerweile online vorbereitet, während die kaufvorbereitende stationäre Informationssuche beim Online-Kauf („Beratungsklauf“) immer mehr an Bedeutung verliert.

## 2.2.2 Auswirkungen der Markttrends auf den Einzelhandel und den städtischen Raum

Der Vormarsch des Online-Handels hat zu beträchtlichen Umsatzverlagerungen gerade zulasten des innerstädtischen Einzelhandels geführt. Dabei verliefen die Wachstumsraten in den einzelnen Sortimenten in den vergangenen Jahren sehr unterschiedlich. Der stationäre Handel gerät durch den Online-Handel unter Druck,

- wo Branchen durch Innovationen auf den Kopf gestellt werden (z.B. Buchhandel);
- wo man als Händler durch den Fokus auf austauschbare Herstellermarken unmittelbar in einen Preisvergleich hineinkommt (z.B. Elektrofachmärkte);
- wo der Kunde keinen echten Zusatznutzen für einen tendenziell höheren Preis bekommt (geringe Aufenthaltsqualität, geringe Beratungsqualität, keine zusätzlichen Services und Angebote);
- wo der Kunde anonym bleibt und Kundenbindung auch nicht angestrebt wird;
- wo man als Händler stationär aufgrund rechtlicher Restriktionen oder faktischen Platzmangels nicht wachsen kann;
- wo die (Innen-)Stadt kein attraktives und ausreichend großes Angebot im stationären Einzelhandel aufweist und dieses nicht ausreichend vermarktet wird (z.B. Auffindbarkeit und Informationen im Internet);
- wo es dem stationären Handel nicht gelingt, Einkaufserlebnisse für seine Kunden zu erzeugen.

Faktisch sei allerdings auf die Innovationskraft des stationären Handels hingewiesen, der in den letzten Jahren stets Konzept- oder Sortimentsanpassungen vornahm und auch heute erfolgreich mit neuen Konzepten und Omnichannel-Lösungen auf den intensivierten Wettbewerb reagiert. Zugleich besteht die Möglichkeit für stationäre Händler, Waren zusätzlich über Online-Marktplätze (z.B. Amazon) abzusetzen. So trägt die Verknüpfung der Vertriebskanäle<sup>13</sup> zur Stabilisierung des stationären Handels bei. **Der stationäre Handel wird also auch künftig noch eine bedeutende Rolle einnehmen und durch den Online-Handel nicht substituiert werden.**

---

<sup>13</sup> D.h., dass bisher rein stationär aktive Einzelhändler (z.B. mit einem Laden in der Innenstadt) neue Vertriebswege erschließen und z.B. durch die Einrichtung eines eigenen Online-Shops den Online-Handel stärker in den Verkaufsprozess einbinden. Hiermit können potenzielle Kunden über verschiedene Kommunikations- und Vertriebskanäle erreicht und zum Kauf angeregt werden. Mit einer Verknüpfung von Offline- und Online-Aktivitäten können sich Einzelhändler breiter aufstellen und die Vorteile des stationären Handels mit den Vorteilen des interaktiven Handels verknüpfen.

Insgesamt betrachtet wird der stationäre Handel durch die Wachstumstendenzen des Online-Handels aber weiter unter Druck gesetzt werden und durch Verkaufsflächenrückgänge gekennzeichnet sein. Aufgrund der bereits hohen Verkaufsflächenausstattung in Deutschland und des wachsenden Online-Handels **befindet sich der stationäre Einzelhandel in einer Phase der Marktsättigung und Konsolidierung.** Denn wenn der Anteil der in den Online-Handel abfließenden Kaufkraft stetig zunimmt, geraten die Flächenproduktivitäten im stationären Einzelhandel zunehmend unter Druck, sodass Flächenaufgaben unausweichlich sind.

Dabei stellt die Entwicklung des Online-Handels nicht nur allgemein für den stationären Handel eine große Herausforderung dar, sondern hat aufgrund der hohen Onlineaffinität vieler innenstadtypischer Sortimente (z.B. Bekleidung, Schuhe, Spielwaren oder Bücher) vor allem zu Umsatzverlusten in den Zentren geführt. Die Innenstädte befinden sich aber nicht erst seit der Covid19-Pandemie inmitten eines tiefgreifenden **Transformationsprozesses**, die den Wandel zwar beschleunigt hat, aber nicht als Auslöser dafür herhalten kann. Der Transformationsprozess der Innenstädte ist dadurch gekennzeichnet, dass der Einzelhandel zwar auch künftig eine Leitfunktion für die Innenstädte übernehmen wird, sich die Attraktivität und Sogkraft der Innenstädte heute und künftig aber in viel stärkerem Maße als bisher auch an den Erlebnis- und Aufenthaltsqualitäten, einem ansprechenden Stadtbild sowie einem vielfältigen und breiten Nutzungsmix festmachen lässt.



Abbildung 8: Attraktivitätsfaktoren der Innenstädte

Es kann davon ausgegangen werden, dass sich die Verkaufsflächenentwicklung regional und sektoral sehr unterschiedlich vollziehen wird. Der Handel wird sich zunehmend aus der Fläche zurückziehen und stattdessen auf zentrale Standorte mit günstigen Rahmenbedingungen wie eine stabile Einwohner- und Kaufkraftentwicklung, eine verkehrsgünstige Lage und ein weiträumiges Einzugsgebiet konzentrieren. Sich dynamisch entwickelnde Großstädte sowie kaufkraftstarke Mittelstädte mit über die Stadtgrenzen hinausreichenden Einzugsgebieten werden weit weniger von Flächenausstritten betroffen sein als schrumpfende Klein- und Mittelstädte mit geringer Kaufkraft. **Ähnliches gilt für Tourismusorte, die von den zusätzlichen Nachfragepotenzialen durch Touristen profitieren, zumal die Verbraucher im Urlaub gerne „shoppen“, sofern ein attraktives Angebot vorhanden ist.**<sup>14</sup> **Hiervon wird als Ribnitz-Damgarten weiter profitieren können.**

Tendenziell sind die „Großstädter“ vor allem bedingt durch ihre jüngere Altersstruktur zwar onlineaffiner – Kaufkraftabwanderungen ins Netz können die Großstädte mit ihrem i.d.R. breiten Angebot aber durch Kaufkraftzuflüsse aus

<sup>14</sup> Laut HDE Standortmonitor 2024 haben Touristen während ihres Sommerurlaubs in Deutschland 239€ für Bekleidung/Schuhe ausgegeben, 171€ für Sport/Outdoor, 200€ für Elektroartikel und 88€ für Haushaltswaren.

den ländlichen Regionen, wo die Angebotsvielfalt bereits vielerorts spürbar zurückgegangen ist, und durch Touristen weitgehend auffangen. Dabei profitieren die Großstädte auch davon, dass Shopping als Freizeitgestaltung immer noch eine hohe Bedeutung genießt und der „Shoppingtrip“ in die Großstadt als eine nach wie vor beliebte Form der Freizeitgestaltung angesehen wird. Trotz erhöhter Onlineaffinität zeigen sich die Großstädte daher etwas resilienter in ihrer Einzelhandelsentwicklung als die Klein- und Mittelstädte.

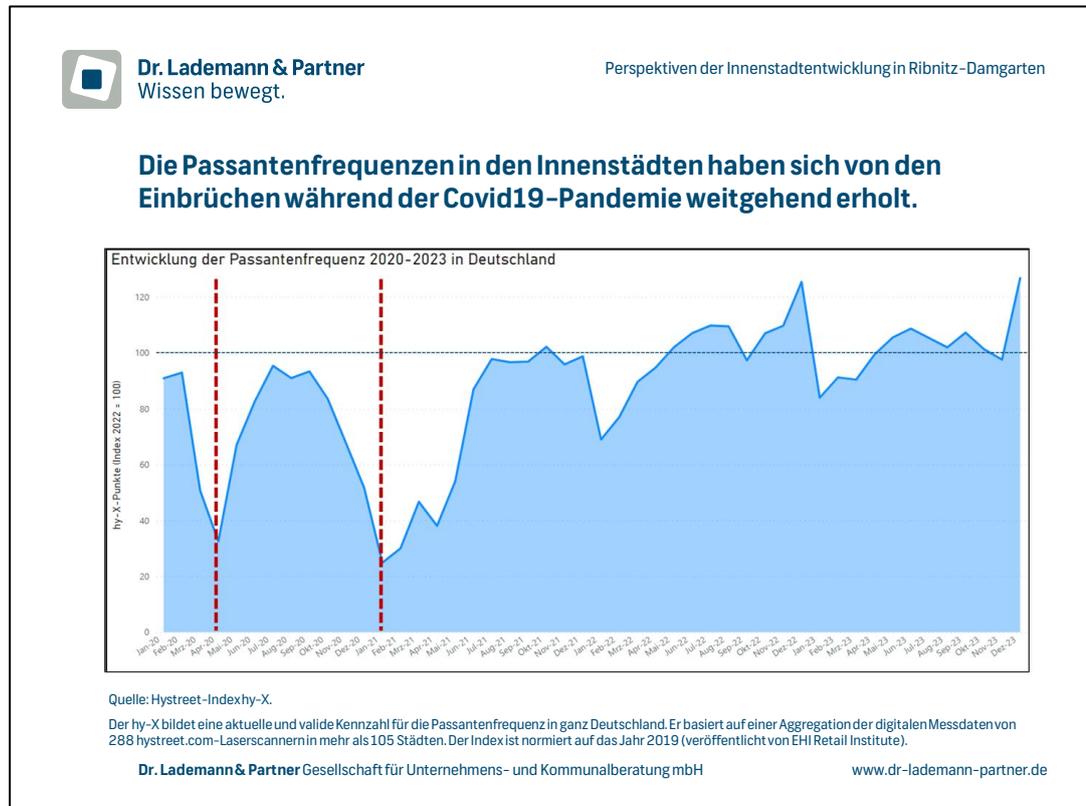
Jüngste Beobachtungen zeigen zudem, dass Einzelhandelslagen in Wohnortnähe durchaus wieder an Bedeutung gewinnen. Denn die Covid-19-Pandemie wirkte nicht nur als Katalysator für den Online-Handel, sondern hat auch die Arbeitswelten verändert. Die Anzahl der Homeoffice-Tage hat sich mehr als verdoppelt ggü. dem Vorcoronaniveau. Damit verbunden verschiebt sich auch der Konsum zumindest werktags stärker von den Innenstädten in die Vorstädte und Stadtteile („**Donut-Effekt**“). Das veränderte Mobilitätsverhalten und die vermehrte Homeoffice-Arbeit ist insofern auch als Chance für Klein- und Mittelstädte mit attraktivem Einzelhandelsbesatz zu begreifen. Zentrale Lagen und das Umfeld großer Bürokomplexe verlieren hingegen an Frequenz. Verstärkt werden diese Effekte noch durch die Megatrends Digitalisierung und Verkehrswende.<sup>15</sup>

### **Insofern bieten sich auch im Zeitalter des wachsenden Online-Handels durchaus noch Entwicklungschancen für den stationären Einzelhandel.**

Dies spiegelt sich auch im Einkaufsverhalten der Konsumenten wider. Im Rahmen einer Online-Befragung, die im Zuge der Anfang 2024 veröffentlichten BBSR-Studie zu den Auswirkungen der COVID-19-Pandemie auf den Einzelhandel in Städten und Zentren, durchgeführt wurde, antworteten Zweidrittel der Befragten auf die Frage, ob sich das Einkaufsverhalten durch die Pandemie verändert habe, dass sie genauso häufig in der Innenstadt einkaufen werden, wie vor der Pandemie. Der Blick auf die Entwicklung der Passantenfrequenzen in den Innenstädten bestätigt dies. So haben die Frequenzen vielerorts wieder das Vorcorona-Niveau erreicht und bewegen sich zeitweise sogar oberhalb des Durchschnitts für das Jahr 2019.

---

<sup>15</sup> Ifo-Studie (2023): Die Innenstadt als Konsumzentrum- Ein Opfer von Corona und Homeoffice?



**Abbildung 9: Entwicklung der Passantenfrequenzen in den Innenstädten (Index)**

Mitunter haben sich Frequenz- und Umsatzentwicklung mancherorts jedoch entkoppelt, da die Qualität der Frequenz in Teilen eine andere geworden ist, was sich im Rückgang kaufkraftstarker Bevölkerungsschichten unter den Innenstadtbesuchern festmachen lässt. Dies legen die Ergebnisse einer in Berlin durchgeführten Studie der Forschungs Kooperation „Transformation der Innenstadt“, durchgeführt von der EBS Universität für Wirtschaft und Recht, nahe. Danach haben sich gegenüber der Vorcorona-Zeit vor allem junge, gutverdienende Großstädter aus den untersuchten Innenstadtbereichen zurückgezogen.<sup>16</sup> Den Innenstädten geht somit eine relevante Zielgruppe verloren, die sich in ihrem Einkaufsverhalten und der Nutzung der Innenstadt eigentlich sozialisiert hat.

<sup>16</sup> Mithilfe von Mobilfunkdaten wurden die Frequenzen in Berliner Einkaufsstraßen näher untersucht.

Aufgrund sich überlagernder Krisen (Covid19-Pandemie, kriegsverursachte Krise) und deren ökonomischer Folgeeffekte bewegt sich der Einzelhandel in einem durch Konsumzurückhaltung und eingetrübter Konsumstimmung geprägten Umfeld.

Die Einzelhandelsentwicklung in Deutschland ist in den letzten Jahren durch eine rückläufige Anzahl von Betrieben bei gleichzeitig stagnierender Verkaufsflächenentwicklung geprägt gewesen.

Signifikante Verkaufsflächenzuwächse sind dabei zuletzt nur noch im Bereich des periodischen Bedarfs zu beobachten gewesen. Die

Einzelhandelsumsätze haben sich zwar kontinuierlich positiv entwickelt, allerdings zeigte der Online-Handel dabei eine deutlich dynamischere Entwicklung als der stationäre Einzelhandel und erreicht in einigen Nonfood-Segmenten mittlerweile Marktanteile von mehr als

30 %. Die Covid19-Pandemie wirkte dabei als wesentlicher

Wachstumstreiber. Zwar hat der Online-Handel mittlerweile an Dynamik verloren, aber auch künftig muss von moderat steigenden Marktanteilen des Online-Handels ausgegangen werden, die jedoch weit unterhalb der ursprünglichen Prognosen bleiben werden.

Tendenziell zeigen sich Großstädte, Mittelstädte mit weitläufigen Einzugsgebieten sowie Tourismusorte als resilienter gegenüber dem Wettbewerbsdruck des Online-Handels, woraus sich für Ribnitz-Damgarten Entwicklungschancen ableiten lassen.

Die Covid19-Pandemie hat im stationären Einzelhandel als Trendbeschleuniger gewirkt und bestehende negative Entwicklungsprozesse zusätzlich verstärkt. Der tiefgreifende Transformationsprozess der Innenstädte ist dadurch gekennzeichnet, dass sich deren Attraktivität heute und künftig in viel stärkerem Maße durch die Erlebnis- und Aufenthaltsqualität sowie durch einen breiten Angebots- und Nutzungsmix ableitet.

## 2.3 Übergeordnete Entwicklungstrends in der Gastronomie

Gastronomie erlebt **seit über einem Jahrzehnt einen starken Aufschwung** und entwickelt sich im Vergleich zum stationären Einzelhandel deutlich positiver. Trotz zwischenzeitlicher (existentieller) Krisen (Corona, Inflation, Wegfall von Steuererleichterungen) ist die Gastronomie wieder auf dem Wachstumspfad und wird diesen auch in den kommenden Jahren beibehalten. Die Ausgaben für den Außer-Haus-Verzehr steigen kontinuierlich an. Im Jahr 2023 lag die Anzahl der Besuche der deutschen Verbraucher in der Außer-Haus-Gastronomie in Deutschland bei rd. 11,0 Mrd. und befindet sich laut Prognosen des EHI weiter im Aufwind.

Allerdings betrifft dies nicht die gesamte Gastronomiebranche. Während beispielsweise die Nachtgastronomie sowie die klassischen Gasthäuser (Stichwort: Wirtshaussterben) zum Teil deutliche Probleme haben, entwickelt sich – vor allem in urbanen Bereichen – die Abendgastronomie deutlich positiv. Als **Wachstumstreiber ist das Verhalten der jüngeren Zielgruppen** zu konstatieren, auf deren Erwartungen die Gastronomiebetriebe mit kreativen Speisen- und Getränkeangeboten zielgruppenadäquat reagieren.

Die Gastronomie ist ein **fester Bestandteil von Innenstädten**. Diese Entwicklung wird primär durch zwei Triebkräfte gefördert:

- Zum einen ist die **Steigerung der Aufenthaltsqualität öffentlicher Räume** seit vielen Jahren ein Kernanliegen räumlicher Planung. Hier übernimmt die Gastronomie eine wesentliche impulsgebende Funktion, insbesondere seit die „Mediterranisierung der Städte“ zu einem Anstieg der außergastronomischen Sitzmöglichkeiten auf Plätzen und in den Straßen geführt hat. Das stetig steigende Interesse in einem breiten Teil der Bevölkerung am „auswärts Essengehen“ lässt ein Abklingen dieses Trends derzeit nicht erkennen.
- Zum anderen zeigt sich im **stationären Einzelhandel**, dem traditionell zentrenbildende Kräfte zugesprochen werden, **eine neue Dimension des Strukturwandels**. Die Folgen der Ausdehnung des Onlinehandels sind noch nicht eindeutig bestimmbar – die Suche nach Alternativnutzungen hat aber bereits begonnen. Lange Zeit wurde die Gastronomie in Innenstädten weitgehend auf die Rolle der „Nebennutzung“ reduziert. Mit dem Ladenschluss nahmen somit auch die Frequenzen in den Cafés und Restaurants der Innenstädte ab. Dies hat sich in den letzten Jahren gewandelt. Heute beanspruchen Gastronomiebetriebe immer größere Bereiche in handelsgeprägten Innenstädten und setzen zudem auf mehr Vielfalt.

Neben der bereits angesprochenen jüngeren Zielgruppe sind als **stärkste Wachstumsfelder der kommenden Jahre in der deutschen Gastronomielandschaft** folgende Gruppen relevant:

- **Gäste 50+**: Sie verfügen meistens nicht nur über das nötige Geld, sondern auch über die notwendige Zeit für den Gastro-Besuch. Die Altersgruppe 50+ fällt zudem mit „jüngeren Verhalten“ (u.a. Bestellung via Smartphone, Nutzung von Self-Order-Terminals) auf.
- **Solo-Dining**: In Deutschland sehen wir immer mehr „Solo-Dining“ in der Full-Service-Gastronomie („Singlesierung“). Für die Schnellgastronomie ist es das Kerngeschäft, es zieht aber auch immer mehr Einzelpersonen in die klassische Bediengastronomie für ein Mittag- oder Abendessen. Aufgrund der stetig steigenden Tendenz kann davon ausgegangen werden, dass Gastronomen, die für den Einzelgast ein entsprechendes Angebot schaffen, ihre Erfolgschancen für die nächsten Jahre erhöhen.
- **Frühstück**: Die wachsende Zahl der Menschen in Ein-Personen-Haushalten sowie der steigende Anteil vor allem von Frauen in Vollzeitbeschäftigung sorgen dafür, dass auch in den nächsten Jahren die erste Mahlzeit des Tages vermehrt außer Haus eingenommen wird. Für die kommenden Jahre wird daher erwartet, dass etwa 15 % der gastronomischen Leistungen auf das Frühstücksgeschäft entfallen.
- **Digitale Bestellungen und Delivery**: Auch wenn die Gastronomie in Deutschland im Vergleich zu anderen Ländern in der Digitalisierung deutlich hinterherläuft, wünschen sich die Gäste „Convenience“ insbesondere dann, wenn es um Bestellung, Bezahlvorgang und Loyalitätsprogramme geht. Das Wachstum bei Lieferdiensten wird zudem durch „Homing“ und E-Commerce unterstützt.
- **Gesundheit, vegetarische und vegane Gerichte**: Gesundheit und Wohlbefinden stehen für viele Verbraucher immer mehr im Fokus – vor allem bei der eigenen Ernährung. In den nächsten Jahren sind Produktqualität, gesunde Lebensmittel, Regionalität sowie frische Zubereitung wichtige Nachfragekriterien in der Gastronomie. Gestärkt wird dies durch ein breites Umweltbewusstsein in der Bevölkerung.

Historisch ist die Gastronomie durch Einzelunternehmen und **individuelle Betreiberkonzepte** geprägt. Heute dominieren zunehmend vielfältige Konzepte der Systemgastronomie. Dabei haben sich **vier Typen der Systemgastronomie** etabliert, die unterschiedliche Charakteristika aufweisen:

- **Fullservice:** Beim Fullservice wird der Gast am Tisch bedient und zahlt auch am Tisch. Dies verlangt einen höheren Service und deshalb auch einen größeren Fachkräfteeinsatz. Das Segment wird in Deutschland stark durch europäische Anbieter geprägt. Der Unterschied zur Individualgastronomie ist die Standardisierung, die Marke, die zentrale Steuerung und die Multiplikation des Konzepts an verschiedenen Standorten. Allerdings sind die Erlöse und das Wachstum geringer als in anderen Segmenten. Bekannte Anbieter sind L'Osteria, Gosch Sylt oder Mövenpick.
- **Quickservice/Fastfood:** Der Quickservice ist das umsatzstärkste Segment der Systemgastronomie, das sich auf wenige Unternehmen mit vielen Filialen konzentriert. Sie ermöglichen einen schnellen Bestell- und Verzehrprozess, der i.d.R. nicht länger als 45 Minuten dauert. Dabei setzen die hochstandardisierten Anbieter auf Counterservice, aber zunehmend auch auf Lieferservice-Modelle. Bekannte Anbieter sind McDonalds, Subway oder Burger King.
- **Fast-Casual:** Dieses Segment stellt ein verhältnismäßig junges und dynamisches Segment dar. Daher treten kontinuierlich neue Anbieter auf den Markt. Es verbindet Elemente des Fullservice- und des Quickservice-Segments. Der Service ist deutlich geringer als im Fullservice, allerdings sind die Konzepte deutlich stärker auf eine höhere Verweildauer ausgerichtet als Quickservice-Konzepte. Bekannte Anbieter sind: bona´me oder Dean & David.
- **Getränkogastronomie:** Die Anbieter dieses Segments fokussieren sich stark auf den Verkauf von Getränken sowie dazu passende Snacks. Häufig liegt der Fokus der Anbieter auf Kaffee-Spezialitäten. Aber auch Säfte oder Cocktails stehen im Mittelpunkt der Konzepte. Gemessen am Umsatz ist die Getränkogastronomie das kleinste Segment. Sie verbinden die Vorteile einer individuellen Gästebindung mit Systematisierung/Standardisierung. Dies basiert auf Know-how in der Betriebsplanung, strukturiertes Einrichtungskonzept und die Finanzkraft eines Systems im Rücken. Bekannte Anbieter sind: Starbucks, Mitchells & Butlers Germany (Alex, Alex Brasserie, All Bar One) oder Enchilada Franchise GmbH (Enchilada, Besitos).

**Alle Gastronomiekonzepte stehen jedoch vor der Herausforderung, qualifizierte Arbeitskräfte zu finden.** Viele Arbeitskräfte sind der Gastronomie während der Corona-Zeit und den damit verbundenen Schließungen von Restaurants etc. abhandengekommen und dauerhaft in anderen Branchen tätig. Verdienstmöglichkeiten und Arbeitszeiten machen in die Arbeit in der

Gastronomie in Teilen unattraktiv, so dass die weitere Entwicklung der Gastronomiebranche auch davon abhängen wird, wie es den Betrieben gelingt, ausreichend qualifizierte Arbeitskräfte zu finden.

Die Gastronomiebranche verzeichnete eine überaus dynamische Entwicklung in den vergangenen Jahren. Gesellschaftliche Megatrends sorgen für ein stetiges Wachstum des Außer-Haus-Verzehrs in der deutschen Bevölkerung und die „Mediterranisierung der Städte“ stellt vor allem die Außengastronomie in den Mittelpunkt, was vor allem auch für tourismusrelevante Orte wie Ribnitz-Damgarten von hoher Bedeutung ist. Einen wesentlichen Anteil dabei hat auch die Professionalisierung der Branche mit etablierten und immer neuen Systemgastronomiekonzepten, die sich den aktuellen Trends anpassen. Allerdings bedeutete die Corona-Pandemie auch für die Gastronomie einen harten Einschnitt. Aufgrund der langen Lockdown-Phasen für die Gastronomie sind viele Fach- und Arbeitskräfte in andere Branchen verlorengegangen, die nicht wieder allesamt zurückgeholt werden konnten, was mancherorts zu Betriebsschließungen und eingeschränkten Öffnungszeiten führt. Für die Stadt Ribnitz-Damgarten wird die Gastronomie vor dem Hintergrund ihrer belebenden Wirkung sowie der Möglichkeit, Menschen zusammenzubringen und Kommunikation zu fördern als ein zentrales Element der publikumsintensiven Nutzungen angesehen. Zudem leistet die Gastronomie auch einen elementaren Beitrag zum Branchen-Mix in Geschäftslagen und ist Anziehungspunkt für Touristen.

## 3 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Ribnitz-Damgarten

### 3.1 Lage im Raum

Die Stadt Ribnitz-Damgarten befindet sich im Bundesland Mecklenburg-Vorpommern und ist dem Landkreis Vorpommern-Rügen zuzuordnen. Dabei agiert Ribnitz-Damgarten als Verwaltungssitz des gleichnamigen Amtes, welchem noch die Gemeinden Ahrenshagen-Daskow, Schlemmin und Semlow angehören.



Abbildung 10: Lage im Raum

Mit Blick auf die **geografische Lage** liegt Ribnitz-Damgarten zwischen den Hansestädten Rostock und Stralsund an der Mündung des Flusses Recknitz in den Ribnitzer See (Südteil des Saaler Boddens). Dabei liegt der Stadtteil Damgarten östlich der Recknitz in Vorpommern und der Stadtteil Ribnitz westlich des Flusses in Mecklenburg. Direkt an Ribnitz-Damgarten grenzen die Kommunen (im Uhrzeigersinn, von Norden beginnend) Saal, Ahrenshagen-Daskow, Stadt Marlow, Gelbensande und Dierhagen an.

Innerörtlich gliedert sich die Stadt in die beiden **Stadtteile Ribnitz und Damgarten** sowie in die folgenden **sechzehn Ortsteile**: Altheide, Beiershagen, Borg, Dechowshof, Freudenberg, Hirschburg, Klein-Müritz, Klockenhagen, Körkwitz, Langendam, Neuheide, Neuhof, Petersdorf, Pütnitz, Tempel und Wilmshagen.

Die **verkehrliche Erreichbarkeit** mit dem MIV wird im Wesentlichen durch die Bundesstraße B 105 (Abschnitt Rostock – Stralsund) gewährleistet. Zudem führen die Landesstraßen L 22 von Graal-Müritz nach Franzburg, die L 181 nach Marlow und die L 191 nach Sanitz durch die Stadt. Insgesamt kann somit von einer guten verkehrlichen Einbindung der Stadt in das regionale Verkehrsnetz ausgegangen werden. Die nächstgelegenen Autobahnanschlussstellen sind Sanitz an der A 20 und Rostock-Ost an der A19 und liegen somit bereits mehr als 20 Fahrminuten entfernt.

An das **schienengebundene Verkehrsnetz** ist die Stadt Ribnitz-Damgarten über die beiden Bahnhöfe Ribnitz-Damgarten West und Ribnitz-Damgarten Ost angebunden, welche Teil der Bahnstrecke Stralsund–Rostock sind. Am Westbahnhof halten außerdem einzelne ICE-Züge des DB-Fernverkehr auf der Linie 26 (Karlsruhe–Frankfurt (Main)– Hamburg–Stralsund). Der **innerstädtische ÖPNV** wird von der Verkehrsgesellschaft Vorpommern–Rügen organisiert. Als eine der wichtigsten Linien innerhalb der Stadt fungiert dabei die Stadtbuslinie 201 von Damgarten nach Ribnitz (Drei Linden). Zudem ist auf weitere Buslinien zu verweisen, welche die Ortsteile mit den Siedlungsschwerpunkten Ribnitz und Damgarten anbinden. Während die Anzahl der Haltepunkt im Stadtgefüge als gut eingestuft werden kann, so sollte bezüglich der Frequentierung der einzelnen Haltestellen eine Optimierung angestrebt werden.

Durch die naturräumliche Lage am Saaler Bodden ist die Stadt Ribnitz-Damgarten auch über einen **Wasserweg** zu erreichen. Sowohl Ribnitz als auch Damgarten verfügen jeweils über einen Hafen. Diese werden in der Hauptsaison an bestimmten Tagen durch einen Schiffsverkehr mit den Gemeinden der angrenzenden Region Fischland verbunden. Dieses Angebot wird insbesondere von Touristen stark nachgefragt.

Die Stadt Ribnitz-Damgarten befindet sich im Landkreis Vorpommern-Rügen am Saaler Bodden in rd. 10 km Entfernung zur Ostsee. Dabei weist die Stadt eine regional gute verkehrliche Erreichbarkeit im modal-split auf. Zudem ist – insbesondere im touristischen Kontext – der Anschluss an den ICE-Fernverkehr (Bahnhof Ribnitz) und den Schiffsverkehr hervorzuheben.

## 3.2 Zentralörtliche Funktion

Von Seiten der Landesplanung<sup>17</sup> ist die **Stadt Ribnitz-Damgarten als Mittelzentrum** ausgewiesen.

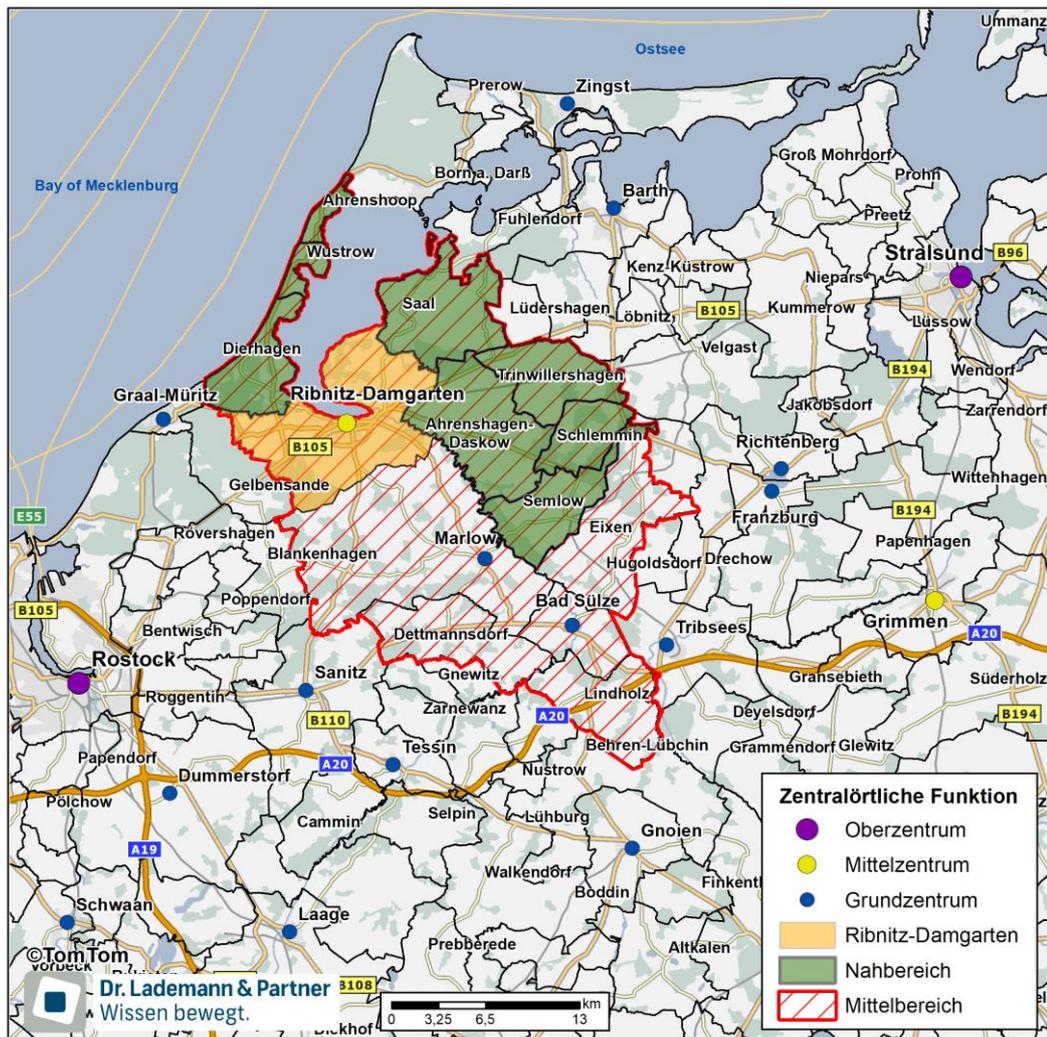


Abbildung 11: Zentralörtliche Funktion von Ribnitz-Damgarten

<sup>17</sup> Vgl. Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (LEP M-V) aus dem Jahr 2016.

Im LEP M-V wird für Mittelzentren folgendes festgehalten:

*„Im regionalen Kontext sind die Mittelzentren die wichtigsten Standorte für Wirtschaft, Handel, Dienstleistungen und Verwaltung. Hier konzentrieren sich Arbeitsplätze und Versorgungseinrichtungen, Dienstleister und Verwaltungen, Kultur-, Sport- und Freizeiteinrichtungen, Bildungs- und Sozialeinrichtungen in zumutbarer Entfernung von den Lebens- und Wohnstandorten der Bevölkerung. Als Knotenpunkte des ÖPNV sind Mittelzentren in der Regel gut an das Verkehrsnetz angeschlossen und ermöglichen den Menschen ihres Einzugsbereiches eine angemessene gesellschaftliche Teilhabe. Starke Mittelzentren mit gut ausgebauter Infrastruktur und gut aufgestellten Wirtschaftsbetrieben sind ein wesentlicher Haltefaktor für (junge) Menschen in der Fläche, ein Garant für lebendige ländliche Räume und ein wesentlicher Faktor für die Zukunftsfähigkeit Mecklenburg-Vorpommerns. Um dies zu halten oder weiter zu entwickeln bedarf es einer gezielten Unterstützung der Mittelzentren.“*

Der **Mittelbereich der Stadt Ribnitz-Damgarten** umfasst zum einen den eigenen Nahbereich<sup>18</sup>, welchem neben dem eigenen Stadtgebiet noch die Kommunen Ahrenshagen-Daskow, Ahrenshoop, Dierhagen, Saal, Schlemmin, Semlow, Trinwillershagen und Wustrow angehören. Zum anderen werden dem Mittelbereich noch die Grundzentren<sup>19</sup> Bad-Sülze und Marlow (inkl. deren Nahbereiche<sup>20</sup>) zugerechnet.

Die **nächstgelegenen Orte mit einer höherrangigen zentralörtlichen Zuordnung** sind die Oberzentren Rostock in rd. 30 km westlicher Entfernung sowie Stralsund in rd. 45 km östlicher Entfernung. Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist dabei dem **Oberbereich der Stadt Rostock** zugeordnet.

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist landesplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesen und übernimmt somit eine Versorgungsfunktion für seinen festgelegten Nah- und Mittelbereich.

<sup>18</sup> Vgl. Regionales Raumentwicklungsprogramm Vorpommern (RREP) aus dem Jahr 2011.

<sup>19</sup> Grundzentren sollen die Bevölkerung ihres Nahbereiches mit Leistungen des qualifizierten Grundbedarfs versorgen. Sie sollen als überörtlich bedeutsame Wirtschaftsstandorte gestärkt werden und Arbeitsplätze für die Bevölkerung ihres Nahbereiches bereitstellen.

<sup>20</sup> Während der Nahbereich von Marlow lediglich das eigene Gemeindegebiet umfasst, gehören dem Nahbereich der Gemeinde Bad Sülze neben dem eigenen Gemeindegebiet noch Dettmannsdorf, Eixen und Lindholz an.

### 3.3 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die **Bevölkerungsentwicklung in Ribnitz-Damgarten** hat sich gemessen seit dem Jahr 2019 positiv entwickelt (+0,7 % p.a.). Im regionalen Vergleich liegt Ribnitz-Damgarten damit auf einem vergleichbaren Niveau wie das Grundzentrum Marlow (+0,7 % p.a.) sowie leicht unter der Entwicklung im Grundzentrum Bad Sülze (+1,2 % p.a.). Mit Blick auf den Nahbereich der Stadt Ribnitz-Damgarten zeigt sich ein heterogenes Bild: Während die Gemeinden Saal und Wustrow einen Bevölkerungsrückgang im Betrachtungszeitraum aufweisen (zw. -0,2 % und -1,2 % p.a.), ist in den weiteren Kommunen des Nahbereichs ein Bevölkerungswachstum zu verzeichnen (zw. +0,1 % p.a. und +2,3 % p.a.).

Im Vergleich mit den Daten für den Landkreis Vorpommern-Rügen und das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern insgesamt (jeweils + 0,3 % p.a.) verlief die Einwohnerentwicklung in Ribnitz-Damgarten somit durchaus dynamischer.

Insgesamt lebten in **Ribnitz-Damgarten** Anfang 2023

**rd. 16.240 Einwohner.**

Einwohnerentwicklung in der Stadt Ribnitz-Damgarten\* im Vergleich

Stadt / Gemeinde, Landkreis, Land			+/- 19/23		Veränderung
	2019	2023	abs.	in %	p.a. in %
<b>Ribnitz-Damgarten*</b>	<b>15.788</b>	<b>16.243</b>	<b>455</b>	<b>2,9</b>	<b>0,7</b>
Ahrenshagen-Daskow	2.118	2.165	47	2,2	0,6
Ahrenshoop	622	680	58	9,3	2,3
Dierhagen	1.526	1.561	35	2,3	0,6
Saal	1.424	1.411	-13	-0,9	-0,2
Schlemmin	289	301	12	4,2	1,0
Semlow	658	689	31	4,7	1,2
Trinwillershagen	1.155	1.159	4	0,3	0,1
Wustrow	1.122	1.071	-51	-4,5	-1,2
Marlow	4.563	4.694	131	2,9	0,7
Bad Sülze	1.710	1.796	86	5,0	1,2
<b>Landkreis Vorpommern-Rügen</b>	<b>224.684</b>	<b>227.683</b>	<b>2.999</b>	<b>1,3</b>	<b>0,3</b>
<b>Mecklenburg-Vorpommern</b>	<b>1.609.675</b>	<b>1.628.378</b>	<b>18.703</b>	<b>1,2</b>	<b>0,3</b>

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern; \* Angaben laut kommunaler Statistikstelle der Stadt Ribnitz-Damgarten (Stand jeweils 01.01.)

**Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Ribnitz-Damgarten im Vergleich**

Der größte **Einwohneranteil innerhalb der Stadt Ribnitz-Damgarten** ist den beiden Stadtteilen Ribnitz (rd. 10.200 Einwohner im Jahr 2023) und Damgarten

(rd. 3.400 Einwohner im Jahr 2023) zuzuordnen. Dies entspricht einem Einwohneranteil von rd. 63 % (Ribnitz) bzw. rd. 21 % (Damgarten). Demgegenüber beläuft sich die Einwohnerzahl in den sechzehn kleinteiligen Ortsteilen der Stadt Ribnitz-Damgarten im Jahr 2023 auf etwa 2.620 Einwohner, was einen Anteil von etwa 16 % an der Gesamtstadt bedeutet.

Mit Blick auf die sechzehn kleinteiligen Ortsteile stellt sich die Einwohnerentwicklung wie folgt dar. Signifikante absolute Einwohnerzuwächse gab es dabei vor allem in Petersdorf.

#### Einwohnerentwicklung in den Ortsteilen in der Gemeinde Ribnitz-Damgarten\* im Vergleich

Ortsteile			+/- 19/23		Veränderung p.a. in %
	2019	2023	abs.	in %	
Altheide	126	117	-9	-7,1	-1,8
Beiershagen	57	73	16	28,1	6,4
Borg	119	118	-1	-0,8	-0,2
Dechowshof	56	56	0	0,0	0,0
Freudenberg	236	245	9	3,8	0,9
Hirschburg	244	249	5	2,0	0,5
Klein-Müritz	28	25	-3	-10,7	-2,8
Klockenhagen	587	616	29	4,9	1,2
Körkwitz	221	206	-15	-6,8	-1,7
Langendamm	131	153	22	16,8	4,0
Neuheide	23	25	2	8,7	2,1
Neuhof	124	129	5	4,0	1,0
Petersdorf	194	277	83	42,8	9,3
Pütznitz	136	133	-3	-2,2	-0,6
Tempel	168	167	-1	-0,6	-0,1
Wilmshagen	37	32	-5	-13,5	-3,6
<b>Gesamt</b>	<b>2.487</b>	<b>2.621</b>	<b>134</b>	<b>5,4</b>	<b>1,3</b>

Quelle: Einwohner mit Hauptwohnsitz; Angaben laut kommunaler Statistikstelle der Stadt Ribnitz-Damgarten. (Stand jeweils 01.01.)

#### Tabelle 2: Einwohnerentwicklung in den Ortsteilen der Stadt Ribnitz-Damgarten

Für die **Prognose der Bevölkerungsentwicklung** in Ribnitz-Damgarten kann in Anlehnung an die im Rahmen der 3. Fortschreibung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes (ISEK) aus dem Jahr 2023 für die Stadt Ribnitz-Damgarten erstellte Prognose (Regional-realistisches Szenario) davon ausgegangen werden, dass sich die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren weiterhin positiv entwickeln werden. Im Jahr 2040 ist in Ribnitz-Damgarten mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von

## rd. 17.000 Einwohnern.

Die **Altersstruktur** der Bevölkerung (Durchschnittsalter 50,3 Jahre) ist im Vergleich zum Durchschnittsalter in Mecklenburg-Vorpommern (47,4 Jahre) als auch gegenüber dem Durchschnittsalter im Landkreis Vorpommern-Rügen (48,6 Jahre) von älteren Bevölkerungsgruppen geprägt. Der Bundesdurchschnitt beläuft sich auf 44,6 Jahre. Dementsprechend fällt auch der Anteil der über 65-Jährigen in Ribnitz-Damgarten überdurchschnittlich aus. Mit Blick auf das erwerbsfähige Alter weist die Stadt Ribnitz-Damgarten (rd. 57 %) eine im Schnitt leicht unterdurchschnittliche Struktur auf wie der Landkreis (rd. 59 %) als auch das Bundesland Mecklenburg-Vorpommern (rd. 60 %).

Gegenüber der Altersstruktur im Jahr 2018 ist der Anteil der über 65-Jährigen in den letzten Jahren noch einmal deutlich angestiegen, was angesichts der allgemeinen demografischen Entwicklung Deutschlands nicht überrascht. Dies schlägt sich auch in einem Anstieg des Durchschnittsalters nieder (49,5 Jahre in 2018). Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist.

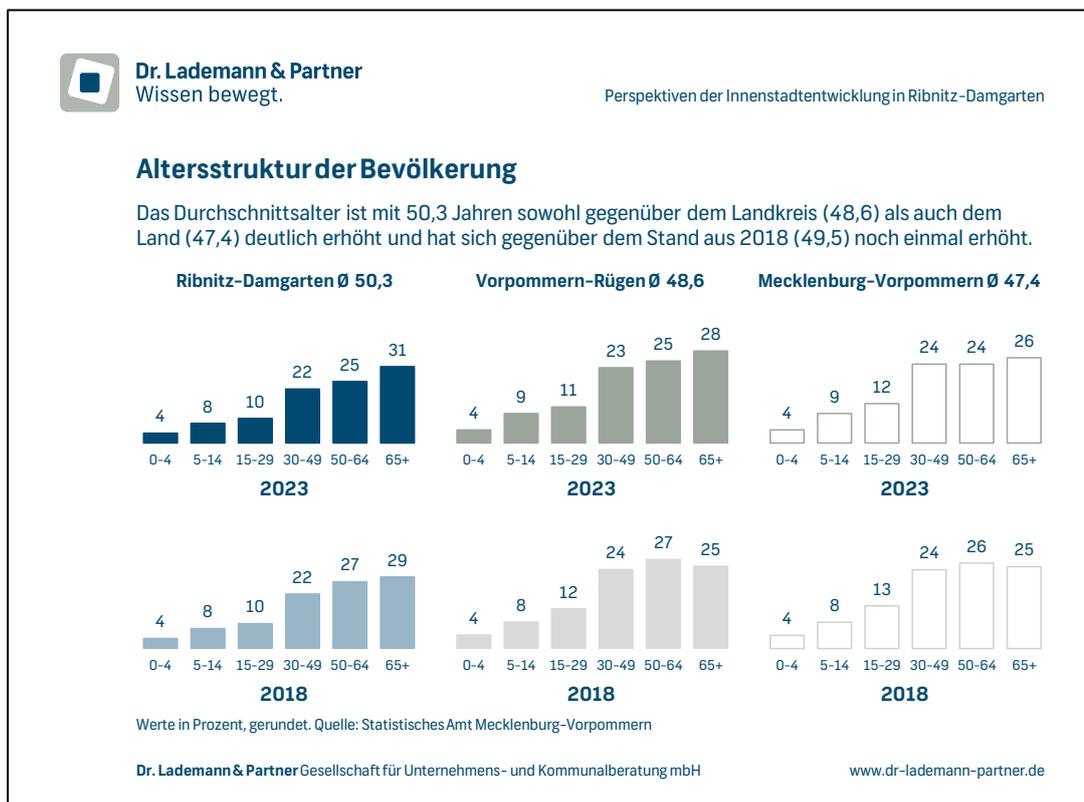


Abbildung 12: Altersstruktur der Bevölkerung in Ribnitz-Damgarten im Vergleich

Bezüglich der **Beschäftigungssituation** in der Stadt Ribnitz-Damgarten kann zu Beginn des Jahres 2023 ein Anteil von Arbeitslosen gemessen an der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter (15 bis 65 Jahre) von rd. 6,9 % konstatiert werden (entspricht 636 Arbeitslosen). Dieser Wert unterlag in den vergangenen fünf Jahren deutlichen Schwankungen: Betrug der Arbeitslosenanteil im Jahr 2018 noch rd. 7,4 %, so lag er im Jahr 2022 bei lediglich rd. 6,2 %. Die Tendenz gegenüber dem Vorjahr 2022 ist somit leicht negativ zu bewerten. Insgesamt lag die Zahl der Erwerbstätigen in Ribnitz-Damgarten im Jahr 2022 bei rd. 7.870 Personen<sup>21</sup>.

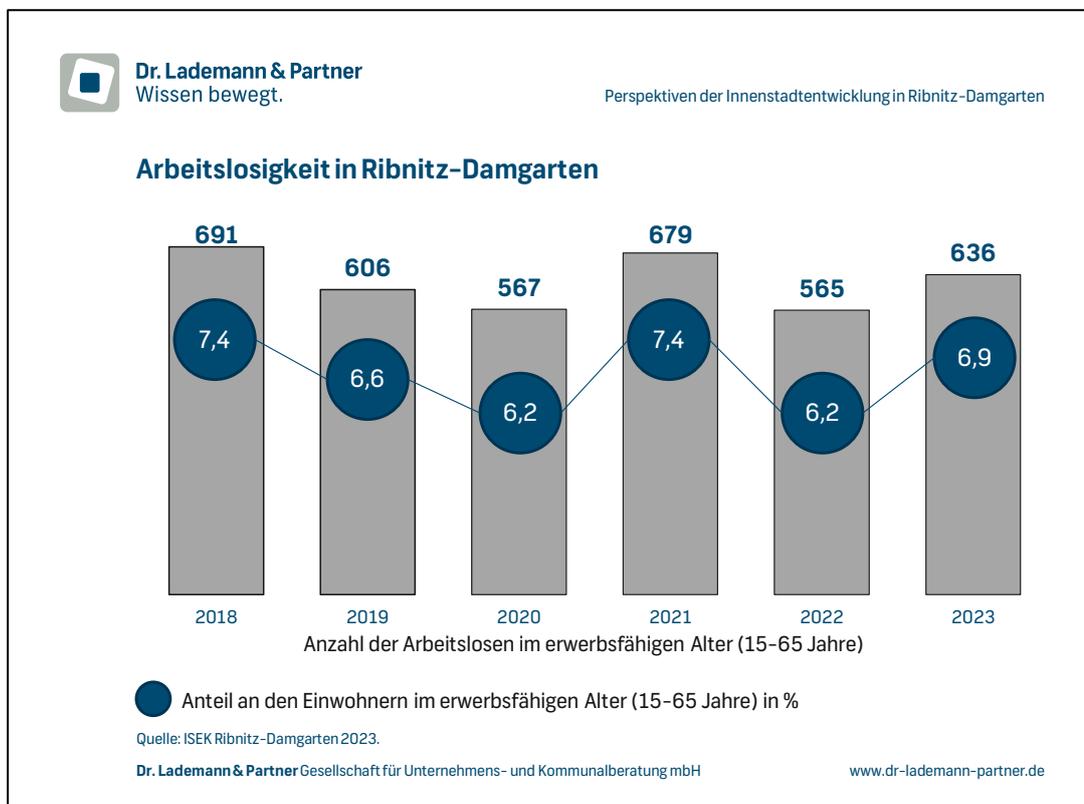


Abbildung 13: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Ribnitz-Damgarten mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die **Aus- und Einpendlerströme**. Die Stadt Ribnitz-Damgarten verfügte über ein negatives Pendlersaldo von knapp 900 Personen im Jahr 2023. Dieser Wert ist gegenüber dem Jahr 2018 leicht angestiegen.

<sup>21</sup> Die Zahl der Erwerbstätigen setzt sich zusammen aus den SV-Beschäftigten am Wohnort und den Selbstständigen, freiberuflich Tätigen, Beamten etc.

## Ein- und Auspendler in der Stadt Ribnitz-Damgarten im Vergleich

Stadt, Kreis, Land	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2018	2023	2018	2023	2018	2023
Ribnitz-Damgarten	3.345	3.443	2.484	2.560	-861	-883
Landkreis Vorpommern-Rügen	18.135	18.539	8.593	8.452	-9.542	-10.087
Mecklenburg-Vorpommern	75.581	76.852	32.198	35.468	-43.383	-41.384

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2018/23.

**Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich**

Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg – insbesondere im Segment des periodischen Bedarfs – reduzieren sich durch den negativen Pendlersaldo ein Stück weit die Potenziale für den Einzelhandel in Ribnitz-Damgarten. Der größte Teil der Auspendler ist dabei auf den Landkreis Vorpommern-Rügen (rd. 40 %), die Hanse- und Universitätsstadt Rostock (rd. 25 %) sowie den Landkreis Rostock (rd. 18 %) ausgerichtet. Bei den Einpendlern stammt der größte Anteil aus dem Landkreis Vorpommern-Rügen (rd. 68 %).

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**<sup>22</sup>. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beträgt in Ribnitz-Damgarten 90,6 und liegt somit auf einem ähnlichen Niveau wie die Kaufkraft im Land Mecklenburg-Vorpommern bzw. leicht über der Kaufkraft des Landkreises Vorpommern-Rügen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in den Kommunen des raumordnerisch ausgewiesenen Nahbereichs der Stadt Ribnitz-Damgarten beläuft sich auf insgesamt 93,8 (ohne Ribnitz-Damgarten). Während die Kaufkraft gegenüber dem Grundzentrum Marlow leicht unterdurchschnittlich ausfällt, ist gegenüber dem Grundzentrum Bad Sülze ein deutlich überdurchschnittlicher Wert zu verzeichnen (beide Teil des Mittelbereichs von Ribnitz-Damgarten).

<sup>22</sup> Vgl. MB-Research 2023, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern. Indexwert gemessen am Bundesdurchschnitt (100)

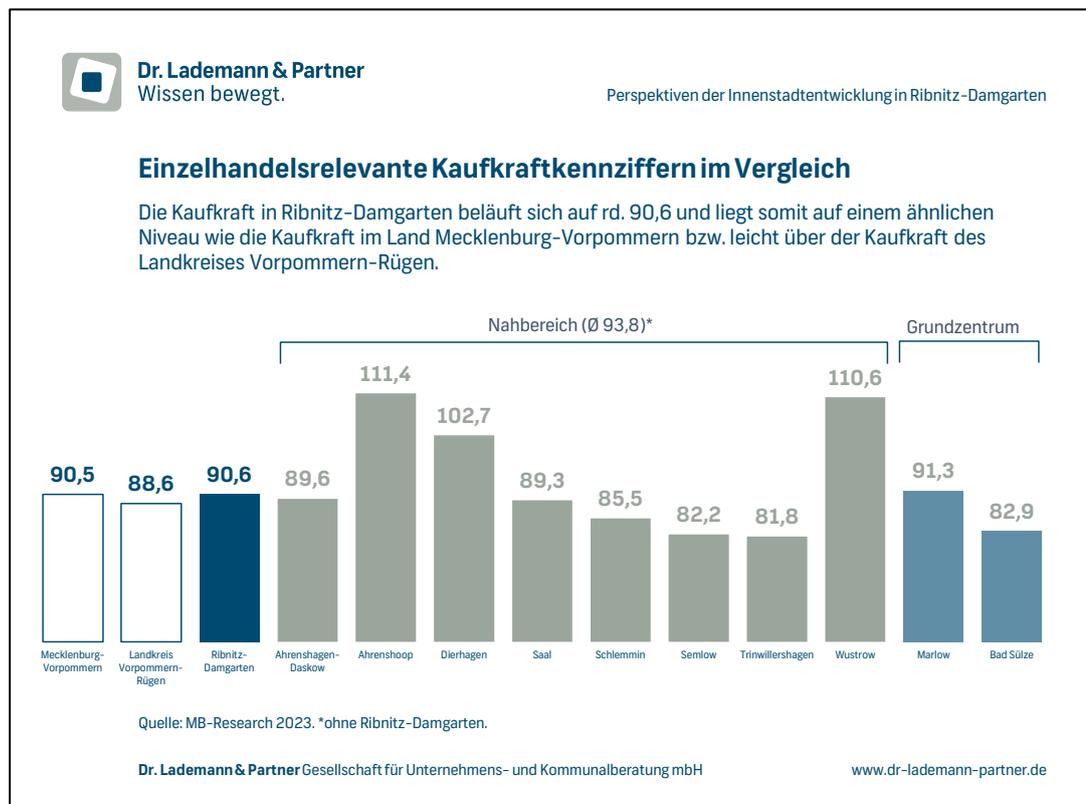


Abbildung 14: Kaufkraftkennziffern im Vergleich

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Ribnitz-Damgarten sind differenziert zu bewerten: Während die aktuell als auch zukünftig positive Einwohnerentwicklung zusätzliche Impulse für die Einzelhandelsentwicklung auslösen wird, wirkt sich eine unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft sowie der negative Pendlersaldo leicht restriktiv aus.

## 3.4 Tourismus

Die Stadt Ribnitz-Damgarten befindet sich am Saaler Bodden in rd. 10 km Entfernung zur Ostsee und führt seit dem Jahr 2013 den Titel „**Staatlich anerkannter Erholungsort**“. Bereits seit dem Jahr 2009 trägt die Stadt die offizielle Bezeichnung „**Bernsteinstadt**“, was vor allem auf die im Stadtteil Ribnitz liegenden Ostsee-Schmuck GmbH (ehemals VEB Ostseeschmuck) und dem Deutschen Bernsteinmuseums zurückzuführen ist. Weitere **touristische Anziehungspunkte** sind u.a. das Technik-Museum Pütnitz, das Freilichtmuseum Klockenhagen, die Boddentherme sowie die Innenstadt von Ribnitz mit ihren vielfältigen Angeboten.

Zudem bezeichnet sich die Stadt auch als „**Tor zum Fischland**“, da sie das letzte Mittelzentrum auf dem Weg zur Ostsee-Halbinsel Fischland-Darß-Zingst ist. Die Erreichbarkeit ist dabei sowohl mit dem MIV, dem ÖPNV als auch mit dem Schiff über den Saaler Bodden möglich. Für letztgenannte Möglichkeit sei insbesondere auf die neu gestaltete Hafenanlage mit Kunstobjekten, Spielplatz und Gastronomie in Ribnitz verwiesen, welche die Ankunft für die (Tages-)Besucher aus dem Fischland deutlich aufwertet. Darüber hinaus erfreut sich der Saaler Bodden insbesondere bei Sportseglern sowie der Sportfischerei großer Beliebtheit. So verfügt der Stadtteil Ribnitz über einen Seglerhafen. Ferner bietet die Stadt Ribnitz-Damgarten als **weitere Freizeitangebote** u.a. Minigolf, Reiten, Golfen, Radfahren und Wandern an.

**Es kann somit festgehalten werden, dass die Stadt Ribnitz-Damgarten qualitativ über ein vielseitiges touristisches Angebot verfügt.**

Laut dem Statistischen Amt Mecklenburg-Vorpommern lag die Zahl der Gästeankünfte und Übernachtungen im Jahr 2022 bei 10.046 Ankünften bzw. 34.013 Übernachtungen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Ribnitz-Damgarten konnte zudem in den vergangenen Jahren von rd. 2,9 Tagen (2017) auf etwa 3,4 Tage (2022) kontinuierlich gesteigert werden. Im Vergleich zur Entwicklung der an Ribnitz-Damgarten angrenzenden touristischen Region Fischland-Darß-Zingst, ist die touristische Entwicklung der „Bernsteinstadt“ aber deutlich schwächer einzustufen. Umso wichtiger erscheint es, Ribnitz-Damgarten mit Blick auf seine Aufenthaltsqualitäten und Freizeitangebote für Touristen noch attraktiver zu machen. Ferner konnte die Zahl der Beherbergungsbetriebe von elf (2017) auf dreizehn (2022) ausgebaut werden, was ebenfalls mit einer Erhöhung der Anzahl der Gästebetten einhergeht.

### Tourismusentwicklung in der Stadt Ribnitz-Damgarten zwischen 2017 und 2022

#### Übernachtungen

Stadt, Region, Teilregion, Land	2017	2022	abs.	+/- 17/22	
				in %	Veränderung p.a. in %
Ribnitz-Damgarten	34.093	34.013	-80	-0,2	0,0
Region Vorpommern	9.494.901	10.349.766	854.865	9,0	1,7
davon Teilregion Fischland-Darß-Zingst	2.460.838	3.087.468	626.630	25,5	4,6
Mecklenburg-Vorpommern	29.751.881	31.763.633	2.011.752	6,8	1,3

Anmerkung: Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste in Beherbergungsbetrieben (einschließlich Camping).

#### Gästeankünfte

Stadt, Region, Teilregion, Land	2017	2022	abs.	+/- 17/22	
				in %	Veränderung p.a. in %
Ribnitz-Damgarten	11.665	10.046	-1.619	-13,9	-2,9
Region Vorpommern	2.175.035	2.135.146	-39.889	-1,8	-0,4
davon Teilregion Fischland-Darß-Zingst	471.329	538.980	67.651	14,4	2,7
Mecklenburg-Vorpommern	7.527.619	7.351.473	-176.146	-2,3	-0,5

Anmerkung: Ankünfte, Übernachtungen und Aufenthaltsdauer der Gäste in Beherbergungsbetrieben (einschließlich Camping).

#### Gästebetten\*

Stadt, Region, Teilregion, Land	2017	2022	abs.	+/- 17/22	
				in %	Veränderung p.a. in %
Ribnitz-Damgarten	359	367	8	2,2	0,4
Region Vorpommern	886	982	96	10,8	2,1
davon Teilregion Fischland-Darß-Zingst	195	231	36	18,5	3,4
Mecklenburg-Vorpommern	2.840	3.035	195	6,9	1,3

Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern. \* Werte jeweils im Dezember des Bezugsjahres sowie einschließlich Camping.

**Tabelle 4: Tourismusentwicklung in der Stadt Ribnitz-Damgarten laut dem Statistischen Amt Mecklenburg-Vorpommerns im Vergleich**

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als neun Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. **Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach größer einzuschätzen.** Nimmt man die Kurabgabe/Meldeschein in der Stadt Ribnitz-Damgarten als Grundlage<sup>23</sup>, so wurden im Jahr 2023 etwa 29.271 Ankünfte (+8.321 Übernachtungen gegenüber 2018) und 109.723 Übernachtungen (+35.763 Übernachtungen gegenüber 2018). Diese Zahlen berücksichtigen neben den Betrieben mit weniger als 10 Betten auch die Übernachtungen im Zelt/ Camper/ Wohnmobil im Zuge des Pangea-Festivals auf Pütnitz (28.555 Übernachtungen im Jahr 2023) sowie des Internationalen Ostblock-Fahrzeugtreffens auf Pütnitz (7.648 Übernachtungen im Jahr 2023). Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Ribnitz-

<sup>23</sup> Quelle: Zahlen anhand von Kurabgabe/Meldeschein der Stadt Ribnitz-Damgarten. Hier werden auch die Betriebe mit weniger als 10 Betten berücksichtigt.

Damgarten liegt unter Berücksichtigung der Kurabgabe/ Meldescheine bei rd. 3,9 Tagen im Jahr 2023. Auch die Zahl der Betten konnte im Zeitraum zwischen 2018 und 2023 um über 500 Bette auf 1.430 Betten ausgebaut werden. Darüber hinaus gilt es hinsichtlich der Tourismuspotenziale auch die **Tagestouristen** zu berücksichtigen, welche in der Stadt Ribnitz-Damgarten eine wichtige Rolle spielen.

Für die zukünftige Entwicklung im Bereich des Tourismus ist insbesondere auf das **touristische Großprojekt des Bernsteinresorts auf der Halbinsel Pütznitz** zu verweisen. Hier soll auf dem ehemaligen Militärflughafen Pütznitz ein naturbezogener und individueller Ferien- und Freizeitpark entstehen. Als Hauptanker ist dabei die Etablierung eines Center Parks mit den dazugehörigen Beherbergungs- und Nutzungsangeboten<sup>24</sup> vorgesehen. Nach derzeitigem Stand (Januar 2024) sind 3.200 Betten vorgesehen, wodurch mit jährlichen **Gästekünften von rd. 161.000** gerechnet wird. Zudem wird laut Machbarkeitsanalyse (PRO|FUND 12/2020) die Anzahl der **Tagesgäste<sup>25</sup> zwischen 150.000 und 300.000** für die geschaffenen Freizeitangebote in Pütznitz beziffert.

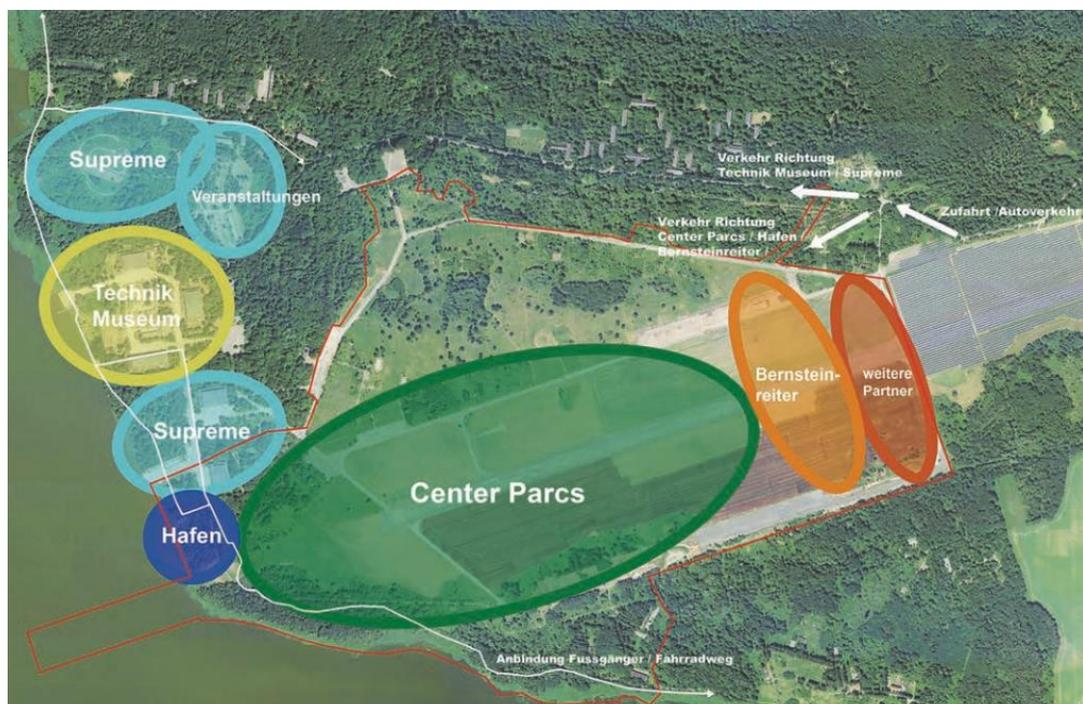


Abbildung 15: Geplante Flächennutzung auf der Halbinsel Pütznitz

<sup>24</sup> Wie in jedem Center Parcs Park wird es auch am Standort Pütznitz ein Aqua Mundo, das subtropische Badeparadies, sowie einen überdachten Zentralbereich, den Market Dome, mit Restaurants, Café und Showbühne geben.

<sup>25</sup> Hierzu zählen auch Besucher aus dem angrenzenden Campingplatz, welcher nicht zum Center-Park gehört.

Hinsichtlich der **Ausstattung des Center Parcs** kann festgehalten werden, dass es auf dem Areal auch Selbstversorgungsangebote geben wird. Schließlich hat der Betreiber ein intrinsisches Interesse daran, den Gästen ein umfangreiches Angebot innerhalb dieser „Urlaubswelt“ zu bieten.

Das bereits heute ansässige **Technikmuseum Pütnitz** wird als Erlebnisangebot des geplanten Ferien- und Freizeitparks Pütnitz auch zukünftig erhalten und weiterentwickelt. Darüber hinaus soll das Areal auch weiterhin als Standort für das jährlich stattfindende **Pangea Festival** - sommerliche Sport-, Kultur- und Musikveranstaltung mit bundesweiter Ausstrahlung – genutzt werden.

Als **Infrastrukturprojekte im Rahmen der touristischen Entwicklung** im Zusammenhang mit dem Center Park ist u.a. für den Stadtteil Damgarten eine Umgehungsstraße mit der direkten Anbindung an die B 105 geplant. Zudem sollen für die wasserseitige Anbindung in Pütnitz Liegeplätze und Anlegestellen für Wassertaxis, Mietboote, Fahrgastschiffahrt und Fischer- und Zeesboote ausgebaut werden.

Die Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten verfügt aufgrund seiner naturräumlichen Lage sowie der Nähe zur Region Fischland-Darß-Zingst über starke touristische Verflechtungen, von welchen bereits heute die Wirtschaft in der gesamten Stadt profitieren kann. Zukünftig ist insbesondere mit dem touristischen Großprojekt auf der Halbinsel Pütnitz von einer starken Steigerung der touristischen Bedeutung und Nachfrage auszugehen, welche sich wiederum auf die gesamte Wirtschaft in Ribnitz-Damgarten positiv auswirken wird.



Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchungen zum Einzelhandel. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Zudem wurden die raumordnerischen Vorgaben bzgl. des ausgewiesenen Nah- und Mittelbereichs für das Mittelzentrum Ribnitz-Damgarten beachtet. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben.

Das Marktgebiet ist in drei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet bzw. der raumordnerischen Zuordnungen entsprechen. Das Stadtgebiet stellt dabei die Zone 1 dar. Die Zone 2 (Nahbereich) wird von den Kommunen Ahrenshagen-Daskow, Ahrenshoop, Dierhagen, Saal, Schlemmin, Semlow, Trinwillershagen und Wustrow gebildet. Zur Zone 3 (Fernbereich bzw. Mittelbereich) zählen die beiden Grundzentren Bad-Sülze und Marlow sowie die Gemeinden Dettmannsdorf, Eixen und Lindholz.

In dem Marktgebiet leben derzeit knapp 34.200 Personen. Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen ist im Marktgebiet – trotz der positiven Einwohnerentwicklung in Ribnitz-Damgarten – von einem leichten Rückgang des Einwohnerpotenzials<sup>26</sup> bis zum Jahr 2040 auf

### **rd. 34.000 Einwohner auszugehen.**

#### Marktgebiet des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten

Bereich	Zonen	2023	2040
Ribnitz-Damgarten	Zone 1	16.243	17.000
Nahbereich	Zone 2	9.037	8.500
Fern- bzw. Mittelbereich	Zone 3	8.914	8.500
<b>Einzugsgebiet</b>	<b>Gesamt</b>	<b>34.194</b>	<b>34.000</b>

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

**Tabelle 5: Marktgebiet des Einzelhandels**

Hinzu kommen jedoch räumlich nicht verortbare Gelegenheitskunden, welche sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Tages- und Übernachtungsgästen, Durchreisenden, Einpendlern, Ziel- und Zufallskunden

<sup>26</sup> Vgl. kleinräumige Bevölkerungsprognose von MB-Research 2023.

zusammensetzen. Diese werden in den späteren Berechnungen zum Nachfragepotenzial in der Potenzialreserve zusammengefasst.

## 4.2 Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial der Stadt Ribnitz–Damgarten sowie im Marktgebiet

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des bundesdeutschen Pro-Kopf-Ausgabesatzes<sup>27</sup> errechnet sich für 2023 ein **einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial** über alle Sortimente<sup>28</sup> innerhalb des Marktgebiets von

**rd. 216,8 Mio. €.**

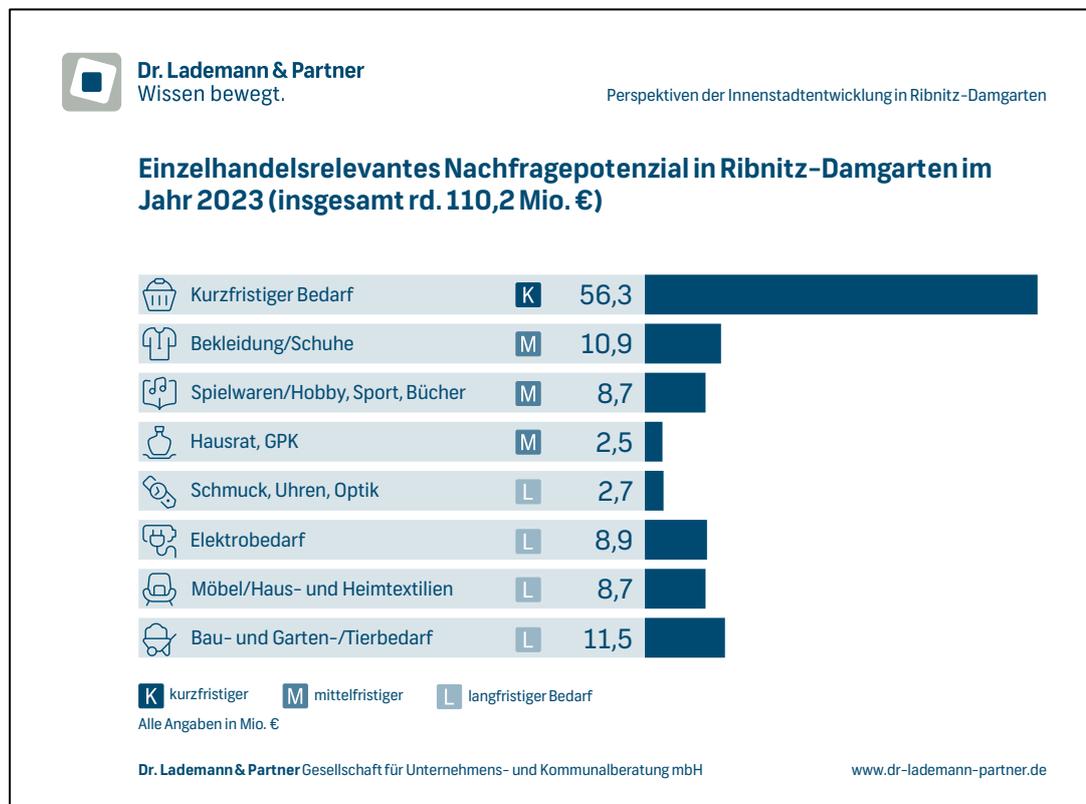
Dabei handelt es sich um das Volumen, dass die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Ribnitz–Damgarten jährlich im Einzelhandel ausgeben – in der Stadt Ribnitz–Damgarten selbst und/oder an anderen Standorten/Einkaufskanälen.

Mit Blick auf die **Bernsteinstadt Ribnitz–Damgarten** (Bewohner der Zone 1) ergibt sich nach Sortimenten aufgeschlüsselt folgendes einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Jahr 2023:

---

<sup>27</sup> Vgl. Pro-Kopf-Ausgabesätze MB-Research Prognose 2023. Über alle Sortimente liegt der Pro-Kopf-Ausgabesatz bei 7.486 €.

<sup>28</sup> Die Sortimente werden nach Sortimenten des kurzfristigen (v.a. Lebensmittel), mittelfristigen (Sortimente, die für die Innenstadt und die Zentren von Bedeutung sind) und langfristigen (Sortimente, die aufgrund ihrer Spezifikationen nicht auf die Zentren zu verweisen sind) Bedarf gegliedert.



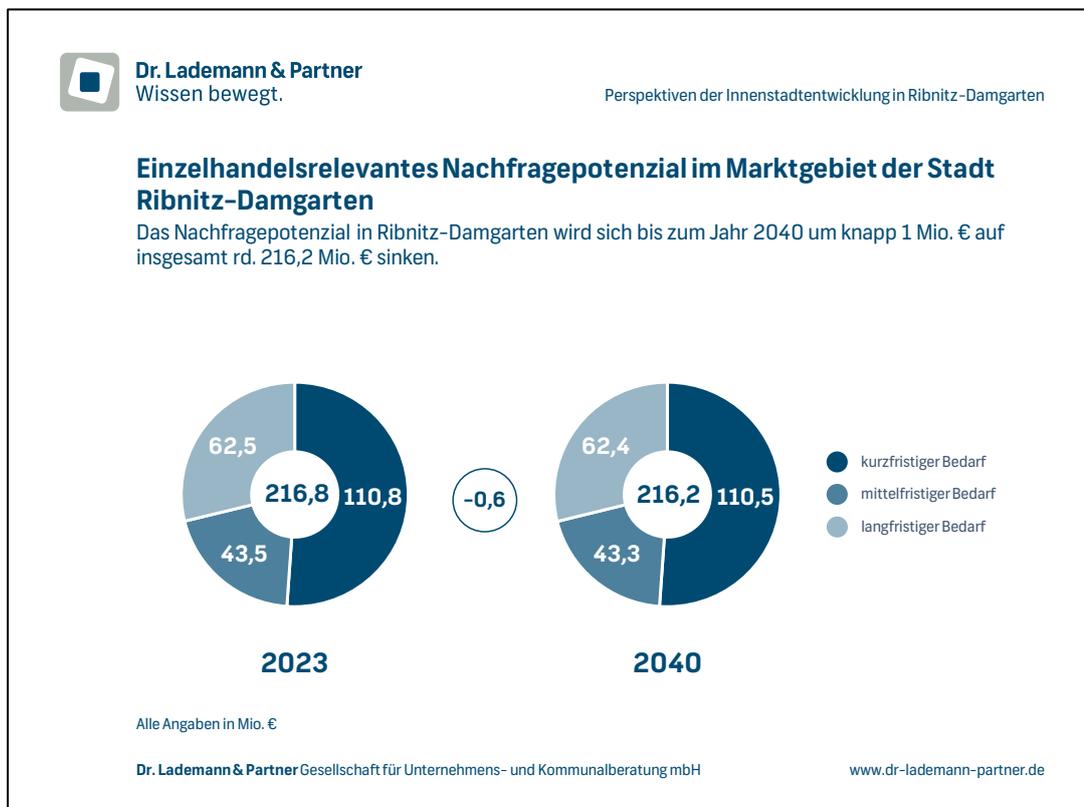
**Abbildung 17: Nachfragepotential der Bevölkerung der Stadt Ribnitz-Damgarten im Jahr 2023 nach Sortimenten**

Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten für den Prognosehorizont 2040 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von insgesamt

**rd. 216,2 Mio. € (-0,6 Mio. €).**

Davon entfallen

- rd. 115,3 Mio. € (-0,3 Mio. €) auf die Stadt Ribnitz-Damgarten,
- rd. 59,7 Mio. € (-0,1 Mio. €) auf die Kommunen in der Zone 2,
- rd. 41,2 Mio. € (-0,2 Mio. €) auf die Kommunen in der Zone 3.



**Abbildung 18: Nachfragepotential im Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten**

Bei dem für den örtlichen Einzelhandel zur Verfügung stehenden Nachfragepotenzial muss darauf hingewiesen werden, dass sich das Wachstum des Online-Handels in Deutschland seit Jahren fortsetzt. Dabei nimmt der Anteil und somit die Bedeutung am langsamer wachsenden Gesamteinzelhandel (stationär und nicht-stationär) – wenn auch abgeschwächt – weiter zu. Je nach Branche variieren die Marktanteile des Online-Handels erheblich. So floss beispielsweise im Bundesschnitt im Segment Bekleidung/Schuhe in 2023 etwa 42 % der Nachfrage in den Online-Handel ab. Das Segment des periodischen Bedarfs ist dagegen aktuell (noch) weitgehend onlineresistent. Hier flossen lediglich rd. 5 % der Nachfrage in den Online-Handel ab.

Hinzukommen zusätzliche Nachfragepotenziale durch das Touristenaufkommen in der Stadt. Nach einer Abschätzung auf Basis von Zahlen dwif-Consulting GmbH sowie auf Grundlage der Übernachtungszahlen der Stadt Ribnitz-Damgarten beläuft sich das Ausgabevolumen der Übernachtungs- und Tagesgäste<sup>29</sup>

<sup>29</sup> Die Zahl der Tagestouristen liegt nicht vor und wird daher auf der Grundlage folgender Formel geschätzt: Zahl der Übernachtungsgäste x Zahl der Tagesreisen je Übernachtung = Aufkommen Tagestouristen

Das Bundesministerium für Wirtschaft und Energie gibt in seiner Studie „Tagesreisen der Deutschen - Grundlagenuntersuchung“ für das Reisegebiet „Mecklenburgische Ostseeküste“ einen Faktor von 3,0 für die Zahl der Tagesreisenden je Übernachtung an.

in Ribnitz-Damgarten im periodischen Bedarfsbereich auf rd. 1,9 Mio. € und im aperiodischen Bedarfsbereich auf rd. 4,1 Mio. €.

### 4.3 Gastronomisches Nachfragepotenzial der Stadt Ribnitz-Damgarten sowie im Marktgebiet

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des bundesdeutschen Pro-Kopf-Ausgabesatzes<sup>30</sup> errechnet sich für 2023 ein **gastronomisches Nachfragepotenzial** innerhalb des Marktgebiets von

**rd. 32,3 Mio. €.**

Dabei handelt es sich um das Volumen, dass die Bewohner aus dem Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten jährlich in der Gastronomie ausgeben – in der Stadt Ribnitz-Damgarten selbst und/oder an anderen Standorten. Beispielsweise werden für speziellere Angebote auch weitere Wege in Kauf genommen (z.B. nach Rostock). Zudem entfällt auch ein beträchtlicher Teil der Gastronomieausgaben auf Urlaubsaktivitäten.

Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten für den Prognosehorizont 2040 ein stabiles gastronomisches Nachfragepotenzial von

**rd. 32,2 Mio. € (-0,1 Mio. €).**

---

Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten in Mio. €

Gastronomie	Zone 1	Zone 2	Zone 3	Gesamt
2023	13,4	15,4	3,5	32,3
2040	14,0	15,3	2,9	32,2

Quelle: Eigene Berechnungen.

**Tabelle 6: Gastronomisches Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten**

Das Ausgabevolumen der Touristen in der Gastronomie beläuft sich im Schnitt über Tages- und Übernachtungsgäste auf insgesamt rd. 17 € und leitet sich aus den Zahlen des Bundesministeriums für Wirtschaft und Klimaschutz<sup>31</sup> in Verbindung mit Zahlen des dwif ab. Die Ausgaben durch Übernachtungsgäste

---

<sup>30</sup> Vgl. EHI Retail Institute 2023: Strukturdaten zu Gastronomie & Catering.

<sup>31</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Klimaschutz: Wirtschaftsfaktor Tourismus in Deutschland- Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche.

und Tagesgäste im Bereich der Gastronomie lag demnach im Jahr 2023 bei etwa 6,1 Mio. €.

Im Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten leben im Jahr 2023 knapp 34.200 Personen. Aufgrund der abnehmenden Einwohnerzahl innerhalb des gesamten Marktgebiets wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2040 auf rd. 216,2 Mio. € (-0,6 Mio. € gegenüber 2023) absinken. Das gastronomische Nachfragepotenzial beläuft sich im Jahr 2040 auf rd. 32,2 Mio. € im Marktgebiet. Hinzukommen jeweils die Ausgaben der Touristen.

# 5 Angebotssituation in der Stadt Ribnitz-Damgarten

## 5.1 Verkaufsflächenentwicklung

Zu Beginn des Jahres 2024 verfügte die Stadt Ribnitz-Damgarten in 116 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene<sup>32</sup> einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt

**rd. 35.100 qm.**

Einzelhandelsstruktur in Ribnitz-Damgarten

Branchen	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in qm
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>52</b>	<b>14.510</b>
Nahrungs- und Genussmittel	35	11.960
Gesundheits- und Pflegeartikel	9	1.780
Drogerie-, Parfümerie-, Kosmetikartikel	1	1.410
pharmazeutischer und medizinischer Bedarf	8	370
Tiernahrung	2	520
Schnittblumen	6	250
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	<b>35</b>	<b>9.130</b>
Bekleidung/Wäsche	19	4.890
Schuhe, Lederwaren	6	1.380
Spielwaren, Hobbybedarf	0	250
Sportbedarf, Camping	2	310
Bücher/Zeitungen, Schreibwaren	3	760
Hausrat, GPK	5	1.540
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>29</b>	<b>11.490</b>
Optik	7	340
Schmuck, Uhren	4	190
Elektrobedarf	4	740
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	4	890
Möbel	5	1.800
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	5	7.530
<b>Summe</b>	<b>116</b>	<b>35.130</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 7: Einzelhandelsstruktur in Ribnitz-Damgarten

<sup>32</sup> Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.

Stellt man die aktuellen Bestandsdaten den Vergleichszahlen aus den zurückliegenden Jahren für die Stadt Ribnitz-Damgarten gegenüber, zeigt sich, dass die Zahl der aktiv betriebenen Ladeneinheiten von 181 im Jahr 2000 auf 116 im Jahr 2024 (-65 Betriebe) sehr deutlich zurückgegangen ist, jedoch die Verkaufsfläche von rd. 32.800 qm auf rd. 35.130 (+2.330 qm Verkaufsfläche) ausgebaut werden konnte. Dies spiegelt den deutschlandweit zu beobachtenden Trend wider, dass kleinere Händler durch größere Filialisten und Fachmärkte substituiert werden.

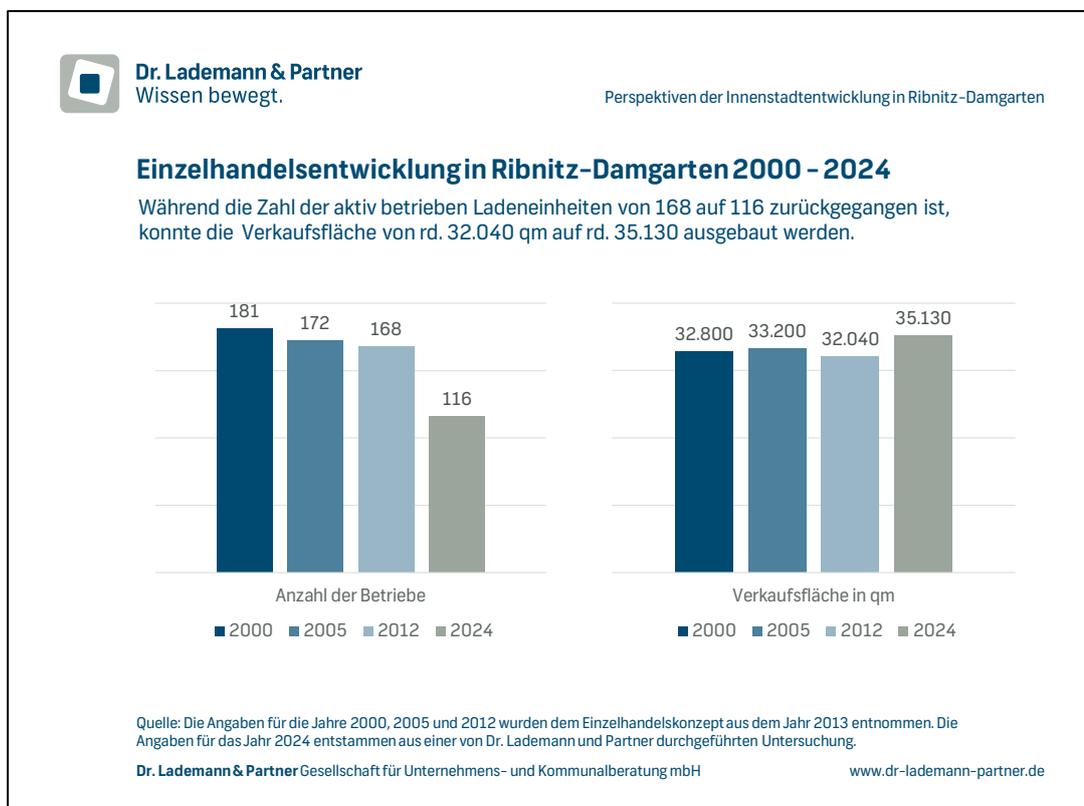


Abbildung 19: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Ribnitz-Damgarten zwischen 2000 und 2024

Eine Unterteilung in die drei Haupt-Bedarfsbereiche zeigt dabei folgendes Bild:

- Mit rd. 14.500 qm entfallen rd. 41 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **periodischen bzw. kurzfristigen Bedarf**. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 45 %.
- Mit rd. 9.100 qm entfallen rd. 26 % auf den **mittelfristigen Bedarf**. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 30 %.
- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen Anteil von rd. 33 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 11.500 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen im langfristigen Bedarf lediglich rd. 25 %.

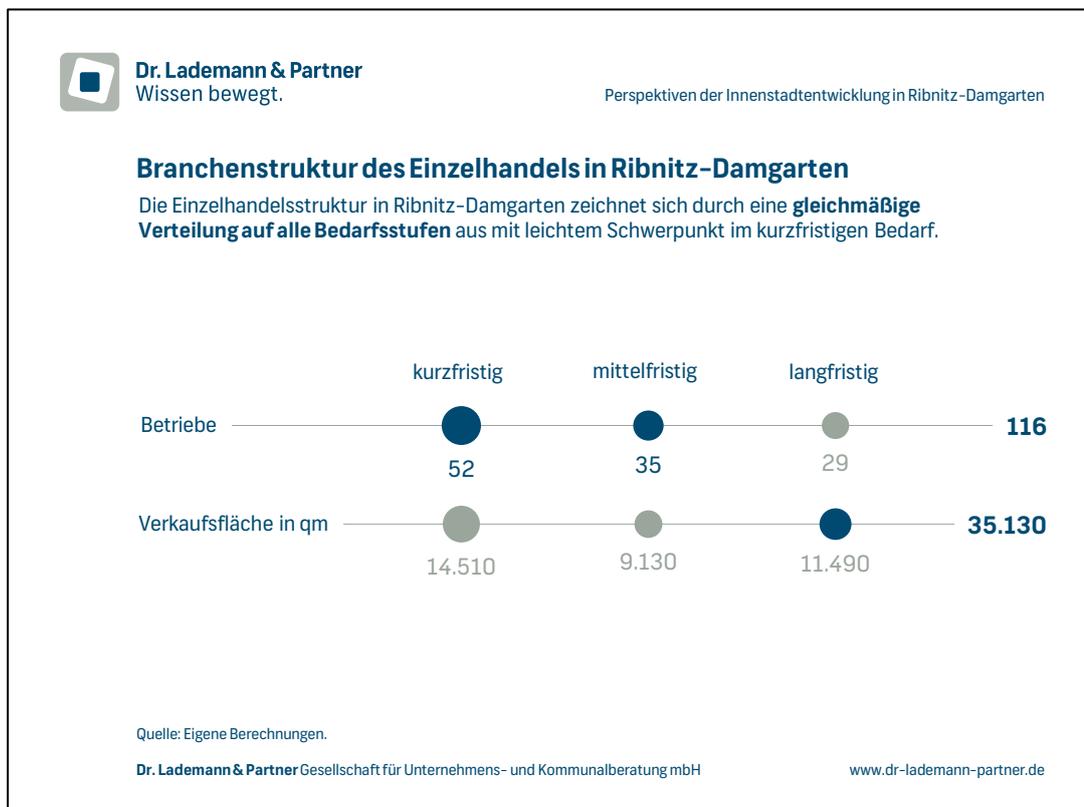


Abbildung 20: Branchenstruktur des Einzelhandels

Die Differenzierung nach Sortimentsgruppen ergibt, dass der Sortimentschwerpunkt mit rd. 40 % der Gesamtverkaufsfläche auf den **kurzfristigen Bedarf** entfällt. Dabei verbucht das Segment Nahrungs- und Genussmittel mit knapp 12.000 qm Verkaufsfläche den größten Anteil auf sich und wird durch die strukturprägenden Lebensmittelbetriebe im Stadtgebiet getrieben. Demgegenüber erreicht das Segment Gesundheits- und Pflegeartikel lediglich knapp 1.800 qm. Neben einem Drogeriemarkt sowie mehreren Apotheken wird dieses Segment auch im Randsortiment der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe im Stadtgebiet angeboten.

Mit rd. 7.500 qm Verkaufsfläche bzw. rd. 20 % der Gesamtverkaufsfläche entfällt ein weiterer Schwerpunkt auf die flächenextensive Branche **Bau- und Garten-/Tierbedarf**. Zu den flächengrößten Anbietern gehören der Toom-Baumarkt in Ribnitz und der Sonderpreis Baumarkt in Damgarten. Im Bereich Gartenbedarf ist zudem noch auf den Garten- und Landschaftsbau Klose zu verweisen.

Die Branche **Bekleidung/Schuhe** weist mit rd. 18 % der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Ribnitz-Damgarten einen relativ hohen Verkaufsflächenanteil auf, wovon der größere Anteil mit rd. 4.900 qm Verkaufsfläche auf Bekleidung (inkl. Wäsche) entfällt. Neben den Angeboten im Kaufhaus Stolz sowie im Sport- und

Modehaus a.hauer sind noch die discountorientierten Anbieter Kik, Takko und NKD als größere Flächentreiber aufzuführen. Darüber hinaus bestehen – insbesondere in der Ribnitzer Innenstadt – eine Vielzahl von kleinteiligen inhabergeführten Geschäften. Das Sortiment Schuhe (inkl. Lederwaren) wird flächenseitig ebenfalls stark durch Fachmärkte (Deichmann, Schuh Eggers, K+K Schuh-Center) geprägt, wenngleich auch in diesem Sortiment kleinteilige inhabergeführte Betriebe in der Innenstadt von Ribnitz verortet sind (insgesamt rd. 1.380 qm Verkaufsfläche). Der relativ hohe Anteil von Angeboten im Modischen Bedarf hängt u.a. mit dem Touristenaufkommen in der Stadt zusammen.

Mit dem Bereich **Möbel/ Haus- und Heimtextilien** (rd. 8 % der Gesamtverkaufsfläche) verfügt eine weitere Branche des langfristigen Bedarfs zwar auf den ersten Blick über einen hohen Verkaufsflächenanteil. Allerdings werden diese Sortimente üblicherweise in starkem Maße durch flächenextensive Formate angeboten, die somit eigentlich einen höheren Verkaufsflächenanteil erwarten ließen. So verfügt die Stadt Ribnitz-Damgarten über keinen größeren Möbelmarkt. Das Angebot wird im Wesentlichen durch den Fachmarkt JYSK sowie das kleine Möbelhaus Labuzinski bereitgestellt. Darüber hinaus gibt es im Stadtgebiet von Ribnitz-Damgarten noch einige Spezialanbieter (u.a. Gohs Bürobedarf, Küchen Fachmarkt, Matratzen Concord).

Die Betriebe in der Branche **Hausrat/ GPK**<sup>33</sup> verfügen über einen Anteil von rd. 4 % an der Gesamtverkaufsfläche und werden maßgeblich durch die discountlastigen Anbieter Komma 10 und Mäc-Geiz geprägt. Darüber hinaus wird das Sortiment auch in einem größeren Maße als Randsortiment im Kaufhaus Stolz sowie im Verbrauchermarkt Famila angeboten. Auffällig ist, dass trotz der touristischen Bedeutung der Stadt innerhalb der Innenstadt von Ribnitz kaum inhabergeführte Betriebe in diesem Segment vorhanden sind. Als einziger Anbieter ist dabei auf Weck - Geschenkideen & Dekorationen zu verweisen.

Die weiteren Branchen weisen deutlich geringere Verkaufsflächenanteile auf und werden v.a. durch kleinteilige Anbieter bereitgestellt. So entfallen auf die Branchengruppe **Spielwaren/Hobby, Sport, Bücher** nur knapp 4 % der Gesamtverkaufsfläche, welche sich auf die Segmente Spielwaren, Hobbybedarf (rd. 250 qm Verkaufsfläche), Sportbedarf, Camping (gut 300 qm Verkaufsfläche) und Bücher/Zeitungen, Schreibwaren (rd. 750 qm Verkaufsfläche) aufteilt. Als flächengrößter Anbieter in dieser Branche agiert die Buchhandlung Wossidlo in der Innenstadt von Ribnitz. Sowohl im Bereich Sport als auch im Bereich

---

<sup>33</sup> GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

Spielwaren/ Hobby gibt es kaum Angebote. Diese Sortimente werden entweder im Randsortiment (u.a. Kaufhaus Stolz und Famila) oder von kleinteiligen Spezialanbietern (u.a. Angel Shop, Zweirad Lange) vorgehalten.

Auf die Branche **Elektrobedarf** entfallen lediglich etwa 2 % der Gesamtverkaufsfläche in Ribnitz-Damgarten. Ein Elektrofachmarkt ist nicht ansässig. Das Angebot wird durch kleinteilige Betriebe (Kuck Lichtidee und Elfroth Elektro) sowie im Randsortiment von u.a. Toom und Famila angeboten.

Ebenfalls sehr kleinteilig ist die Branche **Schmuck, Uhren, Optik** mit gut 1 % der Gesamtverkaufsfläche vertreten. Im Hauptsortiment können dabei sieben Betriebe dem Segment Optik sowie vier Betriebe dem Segment Schmuck/ Uhren zugeordnet werden.

**Insgesamt gesehen weist der Einzelhandel in Ribnitz-Damgarten damit eine Branchenstruktur auf, die einem Mittelzentrum weitgehend gerecht wird, bei einigen Sortimenten aber noch Ausbaupotenziale erkennen lässt,** wie der nachfolgend differenzierte Blick auf die einzelnen Sortimentsbereiche verdeutlicht:

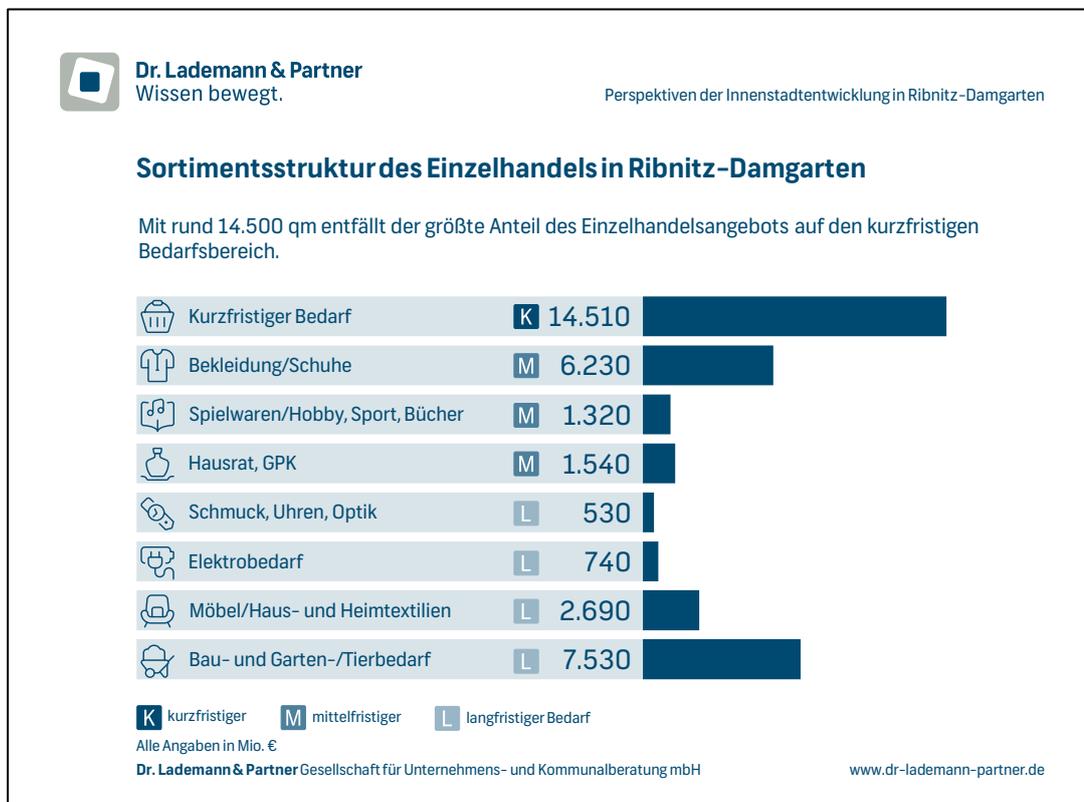


Abbildung 21: Branchenstruktur des Einzelhandels

## 5.2 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Hinblick auf die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen, wurden die Daten der Flächenerhebung räumlich differenziert nach den beiden Innenstädten Ribnitz und Damgarten, dem Boddencenter, der Standortlage Rostocker Landweg (u.a. Famila) sowie den Sonstigen Lagen. Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur von Ribnitz-Damgarten:

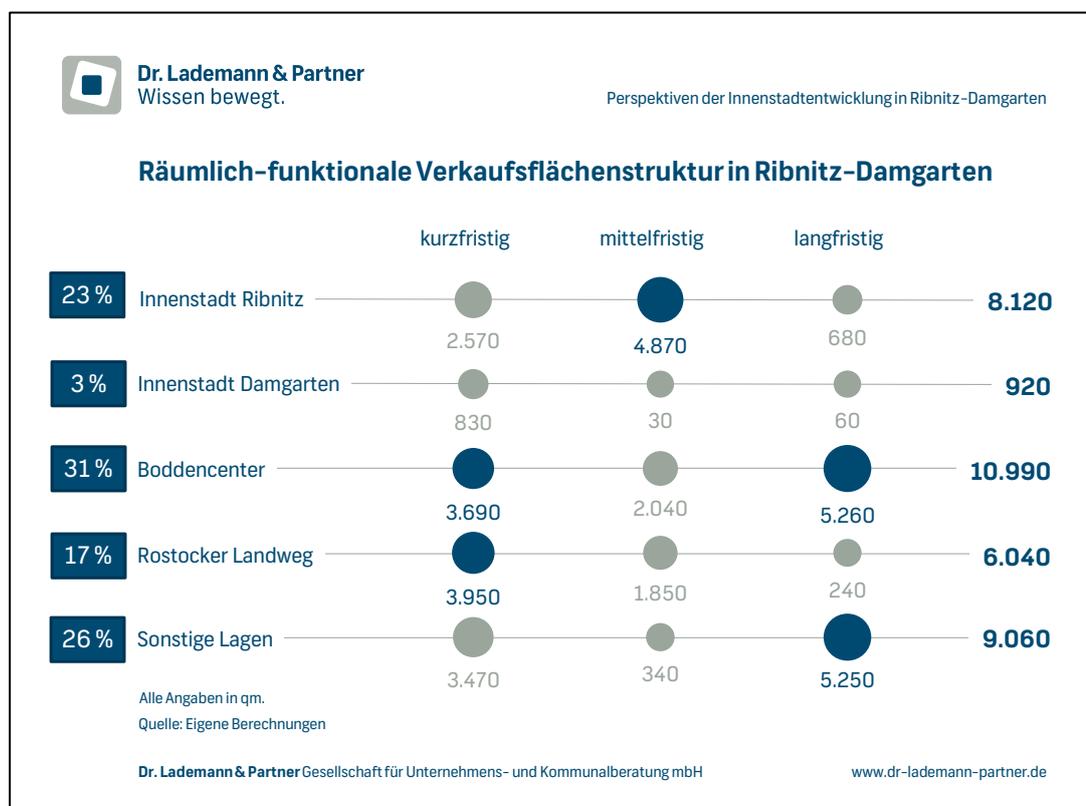


Abbildung 22: Räumlich-funktionale Struktur des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten (Standortkategorien)

- Die **Innenstadt Ribnitz** befindet sich zentral im gleichnamigen Stadtteil und umfasst im Wesentlichen die Angebote entlang der Lange Straße sowie die direkt angrenzenden Lagebereiche. Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtverkaufsfläche beläuft sich mit rd. 8.100 qm auf rd. 23 % und umfasst funktionsgerecht v.a. Sortimente des mittelfristigen Bedarfs (rd. 4.900 qm Verkaufsfläche). Auch der kurzfristige Bedarf ist mit rd. 2.600 qm Verkaufsfläche in einem nennenswerten Umfang vorhanden und rundet das innerstädtische Angebot ab. Als Hauptmagnetbetriebe in der Innenstadt von Ribnitz agieren u.a. Rewe, Netto und Kaufhaus Stolz. Zudem zeichnet sich die Innenstadt durch mehrere inhabergeführte Betriebe aus (u.a. Buchhandlung Wossidlo, Sport- und Modehaus a.hauer, Jesske Feminin).

- Demgegenüber werden in der **Innenstadt Damgarten** nur noch rd. 3 % der Gesamtverkaufsfläche von Ribnitz-Damgarten vorgehalten (insgesamt rd. 900 qm Verkaufsfläche). Die Innenstadt umfasst dabei die Angebote in der Stralsunder Straße sowie entlang der Barther Straße im Bereich des ehemaligen Rathauses von Damgarten. Der Nutzungsschwerpunkt ist eindeutig auf den kurzfristigen Bedarf ausgerichtet. Hauptmagnetbetrieb ist ein Netto-Lebensmitteldiscounter.
- Das verkaufsfächenseitig größte Angebot wird im Standortbereich des Fachmarktzentrums **Boddencenters** vorgehalten. Der Standortbereich im westlichen Stadtgebiet von Ribnitz verfügt über insgesamt knapp 11.000 qm Verkaufsfläche, was einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von Ribnitz-Damgarten von rd. 31 % entspricht. Der Angebotsschwerpunkt liegt dabei im langfristigen Bedarf und wird insbesondere durch den Toom-Baumarkt getrieben. Darüber hinaus verfügen sowohl der kurzfristige Bedarfsbereich (u.a. Edeka, Rossmann, Netto) als auch der mittelfristige Bedarfsbereich (u.a. Takko, Deichmann, Schuh Eggers) über nennenswerte Verkaufsflächengrößenordnungen.
- Am **Rostocker Landweg** besteht ein weiterer agglomerierter Standortbereich in der Kernstadt von Ribnitz (südlich des Bahnhofs Ribnitz). Insgesamt werden am Rostocker Landweg rd. 6.000 qm Verkaufsfläche (rd. 17 % der Gesamtverkaufsfläche) vorgehalten. Der Fokus liegt dabei auf dem kurzfristigen Bedarfsbereich (u.a. Famila und Aldi), welcher durch Fachmärkte (Kik, K+K Schuh-Center) aus dem mittelfristigen Bedarf ergänzt wird.
- Unter den **sonstigen Lagen** werden die übrigen Angebote zusammengefasst. Dabei handelt es sich v.a. um solitäre Lagen. Der Verkaufsflächenanteil beläuft sich auf rd. 26 % (rd. 9.100 qm VKF) und umfasst v.a. großflächige Bau- und Gartenmärkte sowie strukturprägende Lebensmittelbetriebe in Nahversorgungslagen.

Nachfolgende Karte zeigt die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet und lässt erkennen, dass der Handelsschwerpunkt eindeutig in Ribnitz liegt und sich hier vor allem auf die Innenstadt, das Boddencenter und den Rostocker Landweg konzentriert.

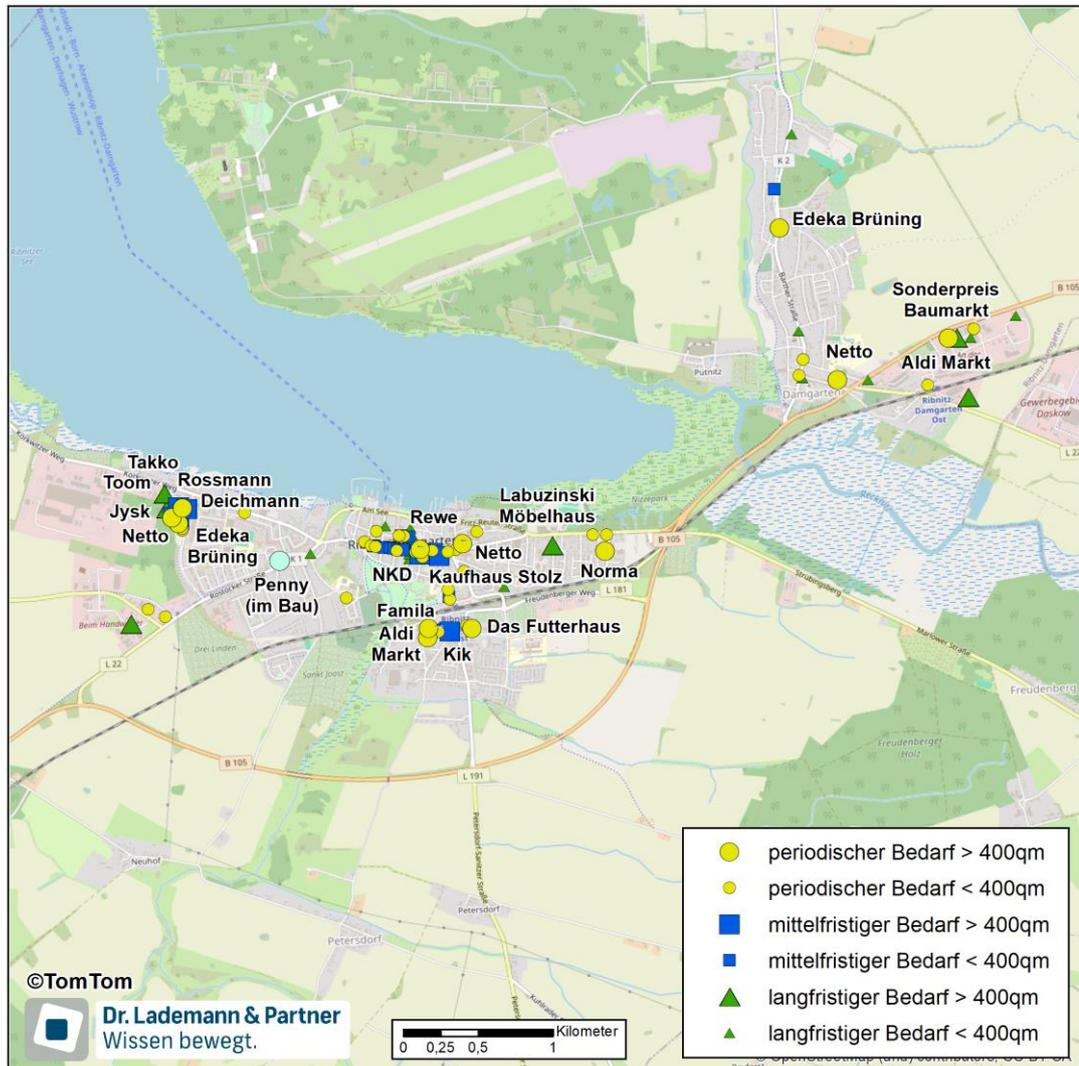


Abbildung 23: Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet von Ribnitz-Damgarten

### 5.3 Betriebsgrößenstruktur

Hinsichtlich der **Betriebsgrößen** weist der Einzelhandel in Ribnitz-Damgarten eine Durchschnittsgröße von gut 300 qm Verkaufsfläche auf. Diese wird insbesondere durch die Betriebe im Boddencenter (im Schnitt rd. 916 qm Verkaufsfläche je Betrieb) sowie am Rostocker Landweg (im Schnitt rd. 755 qm Verkaufsfläche je Betrieb) getrieben. Demgegenüber sind in der Innenstadt von Ribnitz als auch in der Innenstadt von Damgarten v.a. kleinteiligere

Betriebsstrukturen vorhanden (im Schnitt rd. 148 bzw. 184 qm Verkaufsfläche je Betrieb).

Nach Standortbereichen ergibt sich dabei folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten nach Standortbereichen

Durchschnittliche VKF nach Branche in qm	Innenstadt Ribnitz	Innenstadt Damgarten	Bodden-center	Rostocker Landweg	sonstige Lagen	Durchschnittsgröße
kurzfristig	151	208	615	790	174	279
mittelfristig	180	-	510	925	170	261
langfristig	62	60	2630	240	375	396
Summe	148	184	916	755	252	303

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 8: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten nach Standortbereichen**

In Ribnitz-Damgarten entfallen **insgesamt rd. 61 % der Einzelhandelsverkaufsfläche auf zwölf großflächige Betriebe (VKF > 800 qm)**.

Die größten Betriebe für den **kurzfristigen Bedarf** sind die beiden Verbrauchermärkte Famila am Rostocker Landweg und Edeka im Boddencenter. Mit deutlichem Abstand folgen die beiden Verbrauchermärkte Edeka (Streulage in Damgarten) und Rewe (Innenstadt Ribnitz) sowie der Lebensmitteldiscounter Aldi am Rostocker Landweg. Weitere großflächige Betriebe im kurzfristigen Bedarf sind im Stadtgebiet von Ribnitz-Damgarten derzeit nicht vorhanden.

Bei den Sortimenten des **mittelfristigen Bedarfs** befinden sich lediglich drei Betriebe mit einer Verkaufsfläche von >800 qm in der Stadt Ribnitz-Damgarten. Hierzu zählen das Kaufhaus Stolz, das Sport- und Modehaus a.hauer sowie der Bekleidungsfachmarkt Kik am Rostocker Landweg. Die weiteren Betriebe im mittelfristigen Bedarf weisen kleinflächige Strukturen auf.

Die flächengrößten Betriebe im **langfristigen Bedarfsbereich** sind der Baumarkt Toom (flächenseitig größter Betrieb im Stadtgebiet) und der Fachmarkt JYSK (beide im Boddencenter) sowie in den peripheren Streulagen der Sonderpreis Baumarkt und Garten- und Landschaftsbau Klose.

## 5.4 Leerstandssituation im Stadtgebiet

Zu Beginn des Jahres 2024 standen in Ribnitz-Damgarten fünfzehn Ladengeschäfte mit einer potenziellen<sup>34</sup> Verkaufsfläche von rd. 1.500 qm leer, was einer moderaten **Leerstandsquote** von rd. 4 % der Verkaufsfläche und rd. 11 % der Betriebe entspricht.



Abbildung 24: Leerstand des ehemaligen Edeka-Markts an der Herderstraße (Ortsteil Damgarten)

Mit Blick auf die einzelnen Lagebereiche kann folgendes konstatiert werden:

- Innerhalb der **Innenstadt von Ribnitz** bestehen zum Zeitpunkt der Erfassung acht leerstehende Ladeneinheiten, welche überwiegend kleinteilig strukturiert sowie in den Randlagen anzutreffen sind. Der prägnanteste Leerstand in der Innenstadt besteht am Marktplatz im ehemaligen Modedhaus Gohr (gut 200 qm potenzieller Verkaufsfläche). Eine strukturelle Leerstandsproblematik ist in der Innenstadt von Ribnitz nicht zu erkennen.
- Weitere Leerstände sind in der **Innenstadt von Damgarten** – insbesondere entlang der Stralsunder Straße – anzutreffen. Auch hier sind die fünf leerstehenden Ladeneinheiten kleinteilig strukturiert. Allerdings kommt hier bei den einzelnen Einheiten noch ein Modernisierungstau der Gesamtimmobilie zum Tragen. Die Leerstandsproblematik ist augenscheinlich und strukturell bedingt. Eine vollständige Nachvermietung der Flächen an publikumsintensive Nutzungen erscheint nicht realistisch, da es an Frequenzankern in der Straße und der kritische Masse an Handelsangeboten fehlt.

<sup>34</sup> Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob abgeschätzt werden, da die Verkaufsräume von außen nicht immer klar einsehbar waren. Hierbei ist auch nicht jedes Ladenlokal als Einzelhandelsnutzung unbedingt nutzbar. Vielmehr kommen auch andere konsumnahe Nutzungen oder Gastronomie in Frage.

- Zwei weitere Leerstände befinden sich darüber hinaus in **solitärer Streulage** im Stadtgebiet von Ribnitz-Damgarten. Hier ist mit dem ehemaligen Edeka-Supermarkt an der Herderstraße im Ortsteil Damgarten auch der flächenseitig größte Leerstand im Stadtgebiet verortet.

## 5.5 Umsatzsituation des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber sowie der erhobenen Verkaufsflächen geschätzt. Demnach belief sich der **Bruttoumsatz** aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Ribnitz-Damgarten auf insgesamt

**rd. 131,5 Mio. €.**

Hieraus ergibt sich eine durchschnittliche **Flächenproduktivität** von etwa 3.750 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr.

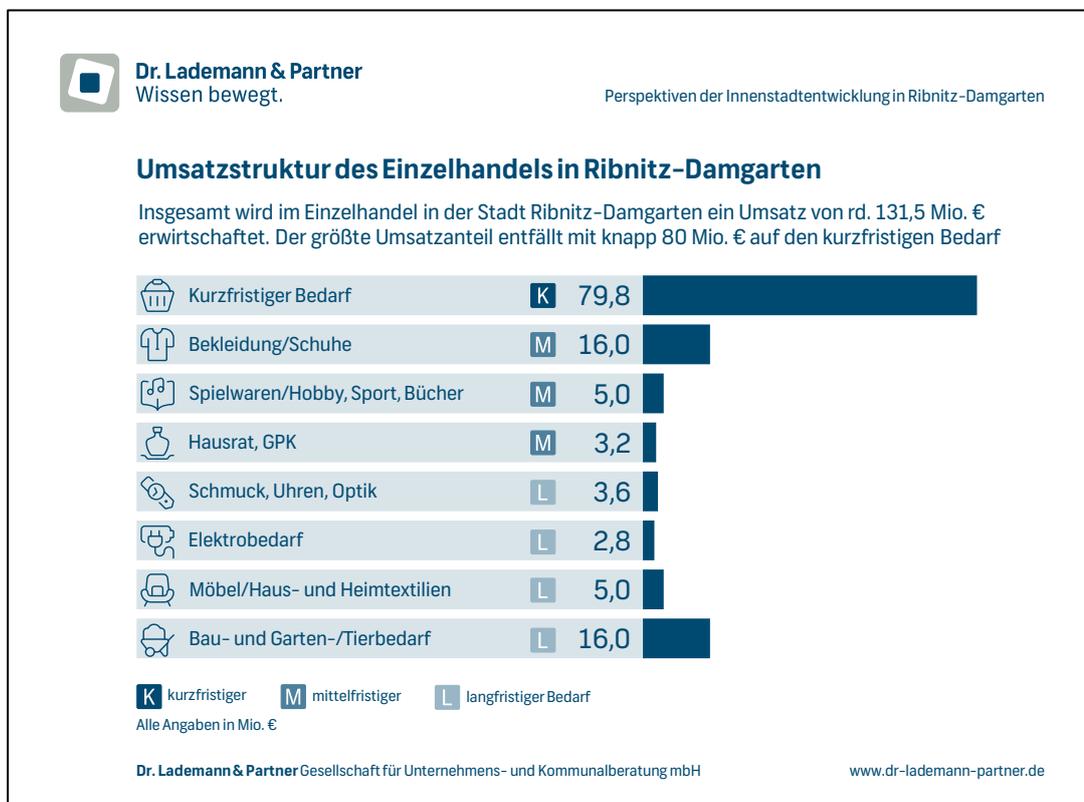


Abbildung 25: Umsatzstruktur des Einzelhandels in der Stadt Ribnitz-Damgarten

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Der Umsatzanteil des **kurzfristigen Bedarfs** beträgt etwa 61 % (rd. 79,8 Mio. €) des Gesamtumsatzes und bildet somit – erwartungsgemäß – den Umsatzschwerpunkt im Stadtgebiet. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 5.500 € je qm Verkaufsfläche und wird insbesondere von den strukturprägenden Lebensmittelbetrieben sowie den Kleinflächen und Apotheken getrieben. Dabei weist das Segment Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 51 % (bzw. rd. 66,7 Mio. €) den größten Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatz auf.
- Auf den **mittelfristigen Bedarf** entfallen rd. 18 % (rd. 24,2 Mio. €) des gesamtstädtischen Einzelhandelsumsatzes. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 2.650 € je qm Verkaufsfläche und weist auf eine durchschnittliche Performance sowie auf einen erhöhten Anteil an discountorientierten Fachmärkten (u.a. Kik, Takko, NKD, Mäc Geiz, Komma 10) hin, welche die Flächenproduktivitäten auf gesamtstädtischer Ebene nach unten ziehen. Der größte Umsatzanteil wird in der Branche Bekleidung/ Wäsche erzielt (rd. 12,9 Mio. € bzw. 10 % des gesamten Umsatzes in Ribnitz-Damgarten).
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven Sortimenten des **langfristigen Bedarfs** liegt bei etwa 21 % (rd. 27,5 Mio. €). Daraus resultiert eine Flächenproduktivität von nur rd. 2.400 € je qm Verkaufsfläche. Diese wird von zahlreichen flächenextensiven Angeboten (teils Außenflächen) geprägt. Den größten Umsatzanteil nimmt dabei die Branche Bau- und Garten-/ Tierbedarf ein (rd. 16,0 Mio. € bzw. 12 % des gesamten Umsatzes in Ribnitz-Damgarten).

Nach **Standortlagen** betrachtet, wird von dem gesamten Umsatzvolumen rund ein Viertel (rd. 32,6 Mio. € Umsatz) in der **Innenstadt von Ribnitz** erwirtschaftet. Der Umsatzschwerpunkt in der Innenstadt wird dabei zu nahezu identischen Anteilen von rd. 45 % im Bereich des kurzfristigen Bedarfs (insbesondere Netto und Rewe) sowie im Bereich des mittelfristigen Bedarfs (insbesondere im Segment Bekleidung/ Schuhe) erwirtschaftet. Der langfristige Bedarfsbereich spielt hingegen mit einem Umsatzanteil von rd. 10 % in der Innenstadt nur eine untergeordnete Rolle, was angesichts der überwiegend flächenextensiven Formate in diesem Segment aber nicht überrascht und nicht zu beanstanden ist.

Im Vergleich zu den anderen Lagebereichen im Stadtgebiet, ist die Einzelhandels- und Umsatzstruktur in der **Innenstadt von Damgarten** nur sehr gering ausgeprägt, wie der Umsatzanteil von rd. 4 % (rd. 5,2 Mio. € Umsatz) am

gesamstädtischen Umsatz offenbart. Der größte Umsatzanteil in der Innenstadt von Damgarten entfällt dabei auf den kurzfristigen Bedarfsbereich.

Demgegenüber ist das **Boddencenter** umsatzseitig die stärkste Standortlage in Ribnitz-Damgarten (rd. 39,3 Mio. € Umsatz bzw. 30 % am gesamstädtischen Umsatz). Neben dem kurzfristigen Bedarf (rd. 50 % Umsatzanteil) ist hier auch der langfristige Bedarfsbereich (rd. 38 % Umsatzanteil) innerhalb der Standortlage prägend.

Eindeutig auf den kurzfristigen Bedarfsbereich ist der Standort **Rostocker Landweg** ausgerichtet (rd. 82 % Umsatzanteil innerhalb der Standortlage). Im gesamstädtischen Vergleich liegt der Standort Rostocker Landweg damit auf einem Niveau wie die zusammengefassten Betriebe in den **Streulagen** (jeweils rd. 21 % Umsatzanteil). Auch in den Streulagen entfallen die höchsten Umsatzanteile auf den kurzfristigen Bedarf und werden vor allem von den großen Lebensmittelbetrieben getrieben.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten nach Standortbereichen

Lage	Kurzfristiger Bedarf		Mittelfristiger Bedarf		Langfristiger Bedarf		Gesamt	
	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt Ribnitz	2.570	14,4	4.870	14,5	680	3,7	8.120	32,6
Innenstadt Damgarten	830	4,8	30	0,1	60	0,3	920	5,2
Boddencenter	3.690	19,8	2.040	4,6	5.260	15,0	10.990	39,3
Rostocker Landweg	3.950	22,3	1.850	3,9	240	1,0	6.040	27,1
Streulage	3.470	18,4	340	1,1	5.250	7,5	9.060	27,0
<b>Summe</b>	<b>14.510</b>	<b>79,6</b>	<b>9.130</b>	<b>24,2</b>	<b>11.490</b>	<b>27,5</b>	<b>35.130</b>	<b>131,2</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur nach Standortlagen**

## 5.6 Gastronomisches Angebot in der Stadt Ribnitz-Damgarten

Neben dem Einzelhandel wurde in der Stadt Ribnitz-Damgarten auch eine **Erfassung der Gastronomiebetriebe** durchgeführt. Im Ergebnis dieser Erhebung bestehen zu Beginn des Jahres 2024 in der Stadt Ribnitz-Damgarten insgesamt

**rd. 31 Gastronomiebetriebe.**

### Gastronomiebetriebe in der Stadt Ribnitz-Damgarten

	Gesamt
Großgastronomie	-
Fullservice/Restaurant	10
Quickservice	-
Imbiss	15
Café/ Eisdiele	6
Getränkogastronomie	-
<b>Summe</b>	<b>31</b>

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 10: Gastronomiebetriebe in der Stadt Ribnitz-Damgarten**

Der **Angebotsschwerpunkt in der Gastronomie** liegt dabei im Bereich des Segments Imbiss, wo insgesamt fünfzehn kleinteilige Gastronomiebetriebe vorhanden sind. Die Angebotsbreite weist dabei nahezu keine Lücke auf und umfasst u.a. die Betriebstypen Dönergrill, Pizzamanufaktur und Pommesbude.

Darüber hinaus sind zehn Gastronomiebetriebe aus dem Bereich **Fullservice/Restaurant** ansässig. Neben internationalen Angeboten (griechisch, italienisch, vietnamesisch) ist das Angebot in Ribnitz-Damgarten auch auf Restaurants mit lokaler Küche (insbesondere Fischgerichte) ausgerichtet. Hinsichtlich der Wertigkeit stechen insbesondere die Restaurants De Zees und Paganini hervor. Die Restaurants verfügen überwiegend über kleine Außensitzbereiche, welche insbesondere an prägnanten Standorten (Marktplatz, Hafen) bei Bedarf weiter ausgebaut werden sollten. Ein fehlendes Fullserviceangebot/ Restaurant lässt sich hinsichtlich gutbürgerlicher Küche identifizieren.

Ferner sind sechs Betriebe aus dem **Segment Café/ Eisdiele**<sup>35</sup> innerhalb der Stadt vorhanden. Dabei sind die inhabergeführten Angebote überwiegend in Randlagen anzutreffen und insbesondere für Touristen schwer zu identifizieren. Diese orientieren sich daher überwiegend auf das gastronomische Angebot der Bäckerei Junge in der Lange Straße. Mitte 2024 hat zudem mit der Bäckerei Kröger ein weiterer Betrieb in der Lange Straße eröffnet, welcher sich neben dem Verkauf von Backwaren auch auf den Café-Betrieb spezialisiert hat. Sowohl für die Bäckerei Junge als auch für die Bäckerei Kröger sind im für das Jahr 2025 Außenbereiche an der Lange Straße vorgesehen.

Als **fehlende Komponente** in der Ribnitzer Innenstadt kann der Betriebstyp des Bistros identifiziert werden, welches über den Tag verteilt vom Frühstück bis zum (kleineren) Abendessen ein Angebot vorhält. Hinsichtlich des Standorts wird insbesondere der Marktplatz empfohlen. Für die Innenstadt von Damgarten kann ferner das Fehlen eines kleinen Café festgehalten werden.



Abbildung 26: Restaurant Paganini in der Innenstadt von Ribnitz

Konzepte aus dem Bereich der **Großgastronomie** sowie aus dem Bereich **Quickservice** (z.B. McDonalds, Burger King, Subway, Nordsee) sind in Ribnitz-Damgarten nicht ansässig. Zudem bestand zum Zeitpunkt der Erhebung kein Betrieb aus dem Segment der Getränkegastronomie (z.B. Cocktail-/Wein-Bar, Kneipe). Mit Blick auf die attraktive Lage am See hätte auch eine Beach-Bar ein Potenzial.

<sup>35</sup> Klassischerweise bieten auch Einzelhandelsbetriebe aus dem Lebensmittelhandwerk (insbesondere Bäckereien) Sitzmöglichkeiten an, so diese Betriebe tendenziell auch der Gastronomie zugeordnet werden könnten. Um allerdings ein Doppelerfassung dieser Betriebe zu vermeiden, wurden diese Betriebe für den Bereich der Gastronomie nicht berücksichtigt. Dennoch nimmt bspw. auch die Bäckerei Junge in der Innenstadt von Ribnitz einen hohen Stellwert für den gastronomischen Konsum ein.

Eine Ausweitung der gastronomischen Angebote kann auch über **temporäre Events** initiiert werden. Beispielsweise ein monatlicher Feierabendmarkt auf dem Marktplatz mit Food-Trucks und Getränkeverkauf, kann zu einer Belebung der Innenstadt auch zu Randzeiten beitragen.

Mit Blick auf die **Verortung der einzelnen Betriebe** im Stadtgebiet ist ein Schwerpunkt in der Innenstadt von Ribnitz als auch am Ribnitzer See zu erkennen, wo ein breiter Angebotsmix vorherrscht. Demgegenüber sind die Lagen Boddencenter und Rostocker Landweg ausnahmslos durch Betriebe aus dem Segment Imbiss geprägt, was angesichts des funktionalen Fachmarktcharakters der Standortlagen nicht überrascht. Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick zu den einzelnen Gastronomiebetrieben im Stadtgebiet.



Abbildung 27: Gastronomiebetriebe in Ribnitz

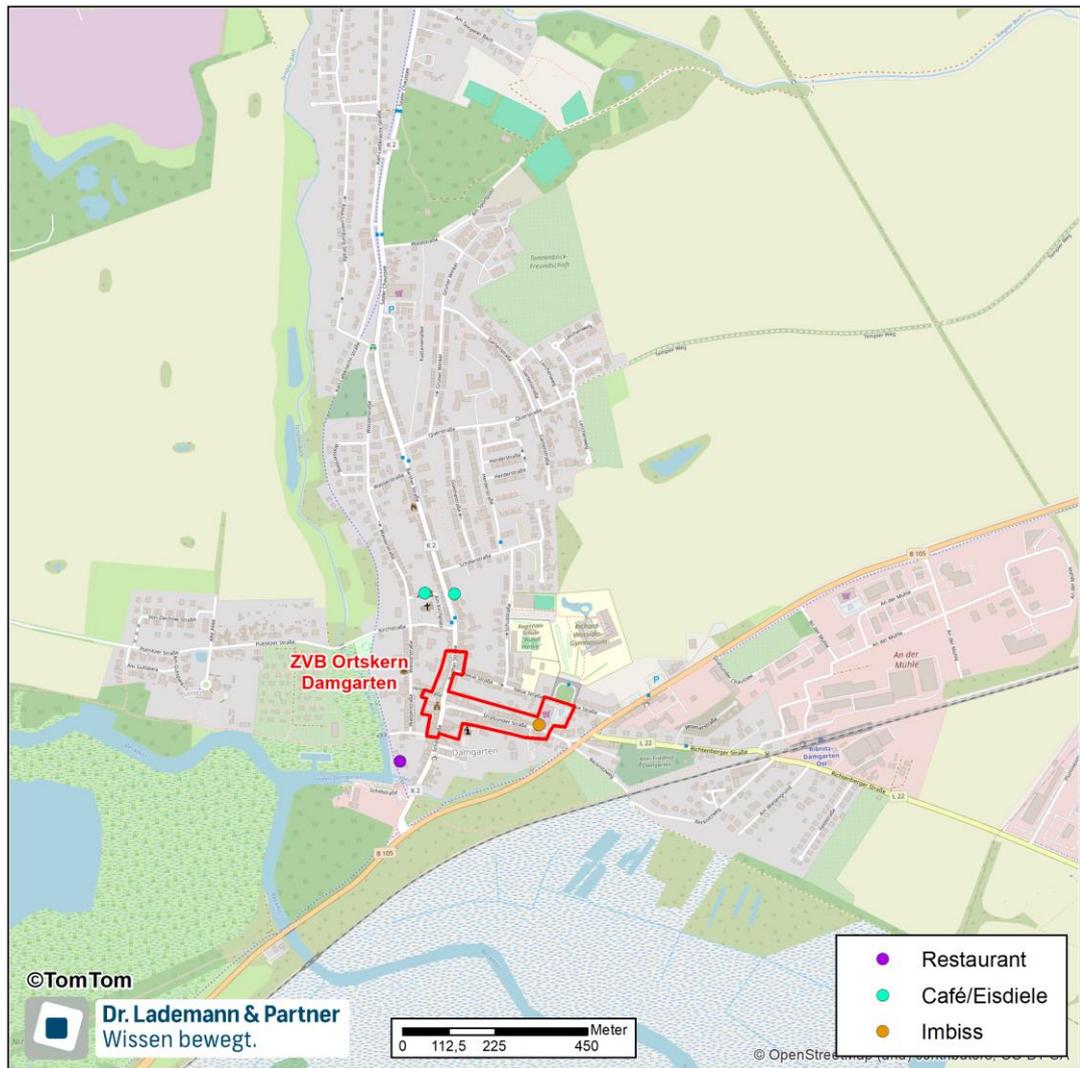


Abbildung 28: Gastronomiebetriebe in Damgarten

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Ribnitz-Damgarten rd. 35.000 qm Verkaufsfläche. Davon entfällt rund ein Viertel auf die Innenstadt von Ribnitz. Demgegenüber nimmt die Innenstadt von Damgarten handelsseitig lediglich eine untergeordnete Rolle ein (Verkaufsflächenanteil von rd. 3 %). Neben der Innenstadt von Ribnitz übernehmen noch die beiden fachmarktgeprägten Standortlagen Boddencenter und Rostocker Landweg zentralitätsbildende Funktionen (Verkaufsflächenanteil von rd. 30 % bzw. rd. 21 %) ein. Differenziert nach Branchen wird der Einzelhandel in Ribnitz-Damgarten neben dem kurzfristigen Bedarf vor allem durch die Segmente Bekleidung/ Schuhe und Bau- und Gartenbedarf geprägt. Angebotslücken zeigen sich insbesondere in den Segmenten Sport- und Spielwaren. Der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in Ribnitz-Damgarten beträgt insgesamt rd. 131,5 Mio. €.

Mit Blick auf leerstehende Ladengeschäfte ist eine moderate Leerstandsquote von rd. 4 % der Verkaufsfläche und rd. 11 % der Betriebe zu konstatieren. Eine Ballung der Leerstände ist dabei insbesondere in der Innenstadt von Damgarten (Stralsunder Straße) ersichtlich – hier liegt eine strukturelle Leerstandsproblematik vor. Im Bereich Gastronomie wurden zu Beginn des Jahres 2024 insgesamt 31 Betriebe erfasst. Der räumliche Fokus der Angebote liegt dabei in der Innenstadt von Ribnitz sowie an den Lagen des Ribnitzer Sees. Derzeit fehlen Angebote aus den Bereichen Quickservice und Getränkegastronomie.

## 6 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

### 6.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Ribnitz-Damgarten

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die **Verkaufsflächendichte** in der Stadt Ribnitz-Damgarten einen Wert von

**rd. 2.220 qm je 1.000 Einwohner.**

Nach Angaben des Statistischen Bundesamts liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte in Deutschland über alle Städte und Gemeinden bei rd. 1.900 qm VKF je 1.000 Einwohner, Mecklenburg-Vorpommern kommt auf 2.100 qm VKF je 1.000 Einwohner.<sup>36</sup> Damit liegt die Flächenausstattung in Ribnitz-Damgarten rein rechnerisch deutlich über dem Bundesschnitt und knapp über dem Landesschnitt. Allerdings liegt die durchschnittliche Verkaufsflächendichte von Zentralen Orten – z.B. in Abhängigkeit von der Größe des überörtlichen Verflechtungsbereichs (Marktgebiet) – oftmals oberhalb der Durchschnittswerte. Hinzukommt die Tourismusbedeutung der Stadt, wodurch sich ein zusätzliches Nachfragepotenzial ergibt, was sich wiederum in einer höheren Verkaufsflächenausstattung widerspiegelt. Ein Überbesatz an Verkaufsfläche ist daher für Ribnitz-Damgarten nicht festzustellen. Vielmehr bestehen angesichts der Tourismuspotenziale noch moderate Ausbaupotenziale.

Differenziert nach den unterschiedlichen Sortimentsgruppen fällt die Angebotssituation des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten allerdings sehr unterschiedlich aus:

---

<sup>36</sup> Zahlen aus 2019.

### Flächendichte der Stadt Ribnitz-Damgarten im Vergleich

Branchen	Flächendichte*	
	Ribnitz-Damgarten	Spannbreite Mittelzentren**
periodischer Bedarf	949	550-810
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	386	230-490
Sonstige Hartwaren	209	230-310
Elektrobedarf/elektronische Medien	46	70-130
Möbel/Haus- und Heimtextilien	166	380-530
Bau- und Gartenbedarf	464	440-730
<b>Summe</b>	<b>2.218</b>	<b>2.190-2.880</b>

Quelle: Eigene Berechnungen.

\* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

\*\* Vergleichswerte aus anderen Mittelzentren von Dr. Lademann & Partner

**Tabelle 11: Verkaufsflächendichten im Vergleich**

Ein Vergleich der unterschiedlichen Sortimentsgruppen gegenüber anderen von Dr. Lademann & Partner untersuchten Mittelzentren zeigt, dass insbesondere im periodischen Bedarfsbereich eine überdurchschnittliche Ausstattung zu verzeichnen ist. Diese wurde im Zuge der im Dezember 2024 durchgeführten Eröffnung eines Penny-Lebensmitteldiscounters noch weiter gestärkt<sup>37</sup>. Ferner ist auch auf die Flächendichte im Segment Bekleidung/ Schuhe/ Lederwaren zu verweisen, wo der Ausstattungswert für Ribnitz-Damgarten ebenfalls im oberen Bereich der dargestellten Spannbreite für Mittelzentren liegt. Während die Branche Bau- und Gartenbedarf ebenfalls innerhalb der sortimentspezifischen Spannbreite einzuordnen ist, liegen die Sortimente der sonstigen Hartwaren (u.a. Sport- und Spielwaren, Hausrat/ GPK) leicht darunter. Auch im Bereich Elektrobedarf/ elektronische Medien als auch im Segment Möbel/ Haus- und Heimtextilien verzeichnet die Stadt Ribnitz-Damgarten einen unterdurchschnittlichen Wert. Hintergrund ist dabei das Fehlen eines größeren Elektro- und Möbelmarkts, welche derzeit im Einzelhandelsgefüge von Ribnitz-Damgarten nicht vorhanden ist.

<sup>37</sup> Aufgrund der Eröffnung des Penny-Lebensmitteldiscounters im Dezember 2024 wurde dieser im Rahmen der Bestandsbetrachtung (Stand Januar 2024) nur qualitativ berücksichtigt.

Die Verkaufsflächendichte in Ribnitz-Damgarten liegt mit rd. 2.200 qm je 1.000 Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt sowie leicht über dem Landesschnitt, lässt angesichts der touristischen Bedeutung der Stadt und Region jedoch keinen Überbesatz erkennen. Vielmehr bestehen angesichts der mittelzentralen Versorgungsfunktion für das ländlich geprägte Umland sowie angesichts des Touristenaufkommens in einigen Branchen noch Verkaufsflächenpotenziale.

## 6.2 Bedeutung der Innenstädte im Einzelhandelsgefüge

### 6.2.1 Innenstadt Ribnitz

Zum Zeitpunkt der Erhebungen verfügte die Ribnitzer Innenstadt in insgesamt 55 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene Verkaufsfläche von **rd. 8.000 qm**. Der Einzelhandelsumsatz in der Innenstadt beläuft sich auf **rd. 32,6 Mio. €**.

Branchenseitig zeigt der Einzelhandel in der Ribnitzer Innenstadt folgendes Bild:

- Auf den **kurzfristigen Bedarf** entfallen rd. 32 % der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt (rd. 2.600 qm Verkaufsfläche). Größte Anbieter sind die beiden strukturprägenden Lebensmittelmärkte Rewe und Netto-Stavenhagen. Darüber hinaus besteht eine Vielzahl von kleinteiligen Anbietern innerhalb der Innenstadt (u.a. Bäckereien, Apotheken). Wenngleich derzeit ein Drogeriemarkt in der Innenstadt fehlt, ist insgesamt eine hohe Versorgungsbedeutung im Hinblick auf den kurzfristigen Bedarf zu erkennen, die es langfristig abzusichern gilt.
- Mit rd. 4.900 qm Verkaufsfläche entfällt der Schwerpunkt des Angebots in der Innenstadt funktionsgerecht auf den **mittelfristigen Bedarfsbereich**. Dies entspricht einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche von etwa 60 %. Vor allem das Angebot im Bereich Bekleidung/Wäsche ist mit knapp 3.100 qm Verkaufsfläche funktionsgerecht stark vertreten. Damit stellt die Innenstadt den wichtigsten Einzelhandelsstandort für den mittelfristigen Bedarf dar und erlangt hierrüber eine große Versorgungsbedeutung, die es abzusichern und gezielt auszubauen gilt. So sind beispielsweise in den Segmenten Spielwaren/ Hobbybedarf und Sportbedarf/ Camping deutliche Angebotslücken zu konstatieren.

- Der **langfristige Bedarf** verfügt über einen untergeordneten Anteil von rd. 8 % an der Gesamtverkaufsfläche der Innenstadt (rd. 700 qm). Insgesamt weist keine Branche des langfristigen Bedarfsbereiches eine Verkaufsflächengröße von mehr als 300 qm auf, was auf sehr kleinteilige Strukturen hindeutet. Die untergeordnete Versorgungsbedeutung der Innenstadt im Hinblick auf den langfristigen Bedarf ist jedoch nicht ungewöhnlich, da hierunter vor allem flächenextensive Einzelhandelsformate fallen, die in den (historisch bedingten) kleinteilig strukturierten Innenstädten kaum Flächenpotenziale vorfinden.



Abbildung 29: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Innenstadt von Ribnitz

Wie bereits dargestellt, ist das Angebot in der Innenstadt von Ribnitz überwiegend kleinteilig strukturiert. Die **durchschnittliche Betriebsgröße** liegt bei rd. 148 qm. Insgesamt bestehen in der Innenstadt nur drei Betriebe, welche jeweils eine Verkaufsfläche von mehr als 799 qm (Schwelle zur Großflächigkeit) aufweisen. Dies sind:

- Kaufhaus Stolz (Lange Straße 14-16),
- Rewe-Verbrauchermarkt (Lange Straße 39),
- Sport- und Modehaus a.hauer (Lange Straße 38).

Ein Ausbau der Anzahl großflächiger Betriebe ist aufgrund der z.T. historischen Bausubstanz in der Innenstadt lediglich über die Zusammenlegung und Vertiefung von Flächen sowie über die Aktivierung von Potenzialflächen möglich. Dies ist in der Praxis nicht einfach umzusetzen. Zudem lassen sich durch eine räumliche Ausdehnung der Innenstadt ggf. zusätzliche Flächenpotenziale generieren.

Bei der Betrachtung des **Verkaufsflächenanteils der Innenstadt** an der Gesamtverkaufsfläche von Ribnitz-Damgarten zeigt sich mit rd. 23 %, dass der Innenstadt als Einzelhandelsstandort verkaufsflächenseitig zwar keine eindeutig dominierende Rolle, aber eine sehr gewichtige Rolle zu Teil wird. So weist das Boddencenter (rd. 31 %) einen noch höheren Verkaufsflächenanteil auf. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass bekannte Nonfood-Filialisten und Fachmarktkonzepte i.d.R. in Innenstädten von Klein- und Mittelstädten kaum größere Flächenpotenziale vorfinden und daher oftmals (wenn überhaupt) in dezentralen Lagen angesiedelt werden, was nicht nur für Ribnitz-Damgarten, sondern für viele Mittelzentren konstatiert werden kann. Überdies muss beachtet werden, dass in Mittelstädten der Anteil des kurzfristigen Bedarfs typischerweise relativ hoch ausfällt, im Sinne der Bereitstellung einer möglichst wohnortnahen Versorgung aber eine Konzentration des Lebensmitteleinzelhandels nur auf die Innenstadt bezogen, kontraproduktiv wäre.

Die Stärke der Ribnitzer Innenstadt liegt hingegen vor allem im Bereich des mittelfristigen Bedarfs (Verkaufsflächenanteil von 54 %) und hierbei vor allem in den innenstadtprägenden Sortimenten Uhren/ Schmuck/ Optik, Hausrat/GPK sowie Bekleidung/ Schuhe. In diesem Segment nimmt die Ribnitzer Innenstadt eine dominierende Rolle ein. Der ebenfalls hohe Wert im Segment Spielwaren/ Hobby, Sport, Bücher muss mit Blick auf die z.T. geringe Ausstattung im gesamten Stadtgebiet etwas relativiert werden, wenngleich auch zukünftig diese Branchen einen hohen Stellwert in der Ribnitzer Innenstadt einnehmen sollten. Hier bestehen noch moderate Ausbaupotenziale.



Abbildung 30: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt an der Gesamtstadt

Ein Ausbau des innerstädtischen Verkaufsflächenanteils wird durch eine konsequente Steuerung des Einzelhandels im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente unterstützt (Zulässigkeitsbegrenzungen). So gilt es sowohl Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten als auch Verlagerungen aus dezentralen Standorten möglichst auf die Innenstadt zu verweisen.

Auch im Vergleich zu anderen von Dr. Lademann & Partner untersuchten Mittelzentren liegt die **Citydichte**<sup>38</sup> insgesamt mit rd. 500 qm je 1.000 Einwohner auf einem durchschnittlichen Niveau. Während der Wert im kurzfristigen Bedarfsbereich auf einem mittleren Niveau innerhalb seiner Spannweite liegt, ist sowohl das Angebot im mittelfristigen als auch im langfristigen Bedarfsbereich dem unteren Bereich der Spannweite zuzuordnen. Dies gilt z.B. auch für das Innenstadtleitsegment Bekleidung/Schuhe. Bei der Interpretation der Leistungsstärke ist jedoch die Nähe zu bzw. die Lage zwischen den Großstädten Rostock und Stralsund hinzuweisen, die ganz maßgeblich als regionalbedeutsame Wettbewerbsstandorte bei den in der Regel zentrenrelevanten Sortimenten fungieren. Ferner hemmt auch der wachsende Online-Handel die Einzelhandelsentwicklungen in der Innenstadt. Insofern kann für die Innenstadt

<sup>38</sup> Citydichte = Verkaufsflächenausstattung der Innenstadt je 1.000 Einwohner bezogen auf die Gesamtstadt.

von Ribnitz zukünftig nur von moderaten Ausbaupotenzialen gesprochen werden.

#### Citydichte der Ribnitzer Innenstadt im Vergleich

Branchen	Flächendichte*	
	Innenstadt Ribnitz	Spannbreite Mittelzentren**
Kurzfristiger Bedarf	158	110-210
Mittelfristiger Bedarf	300	280-430
<i>davon Bekleidung/Schuhe/Lederwaren</i>	<i>200</i>	<i>180-300</i>
Langfristiger Bedarf	42	40-130
<b>Summe</b>	<b>500</b>	<b>450-740</b>

Quelle: Eigene Berechnungen.

\* in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner.

\*\* Vergleichswerte aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner.

**Tabelle 12: Citydichte der Innenstadt im Vergleich**

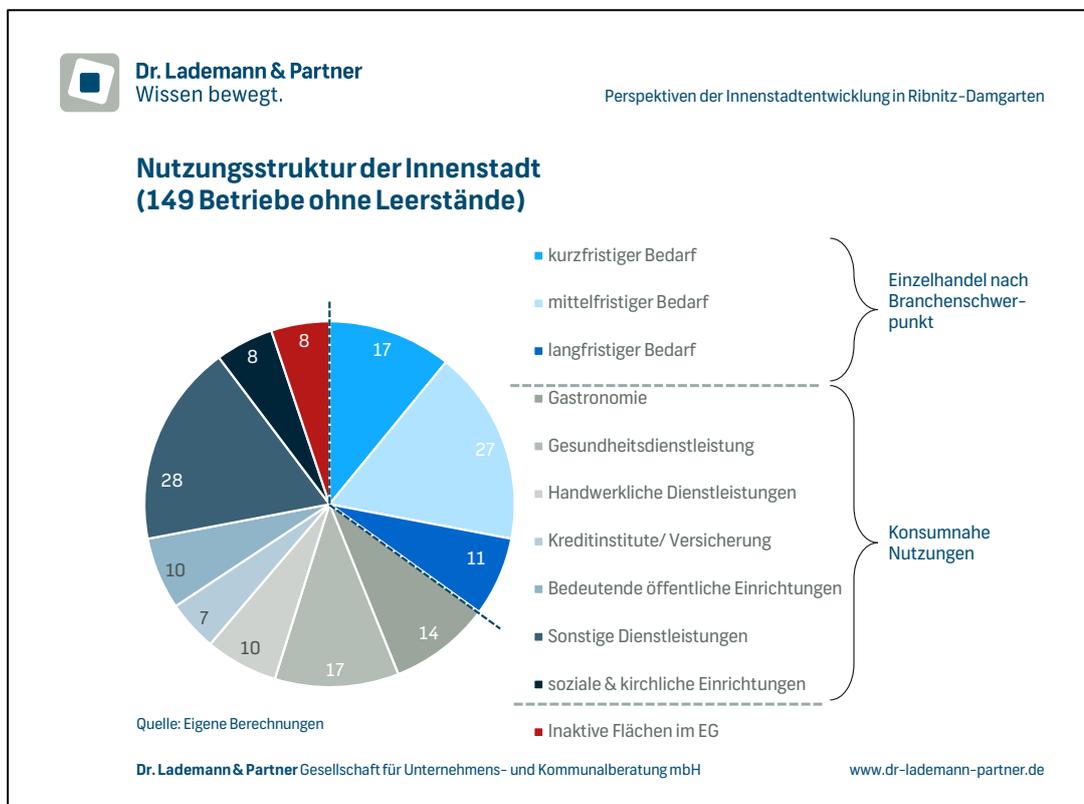
Die Ribnitzer Innenstadt wird jedoch nicht allein durch Einzelhandelsangebote geprägt. Neben Wohn- und z.T. Büronutzungen ist vor allem auf konsumnahe Nutzungen hinzuweisen, die aufgrund der **Multifunktionalität** zu einer Frequentierung und Belebung der Innenstadt führen. In der Ribnitzer Innenstadt wurden insgesamt 157 Betriebe erfasst. Etwa 22 % davon sind Einzelhandelsbetriebe, der Schwerpunkt mit 68 % sind jedoch konsumnahe Ergänzungsnutzungen<sup>39</sup>.



**Abbildung 31: Ladeneinheiten entlang der Lange Straße in der Ribnitzer Innenstadt**

<sup>39</sup> Für die Erhebung wurde folgende Klassifizierung der Dienstleister verwendet: Gastronomie/Hotel, Gesundheitsleistungen (inkl. Ärzte), Handwerkliche Dienstleistungen, Kreditinstitute/Versicherungen, Bedeutende öffentliche Einrichtungen, sonstige Dienstleistungen (u.a. Anwalt, Friseur, Architekt) sowie soziale & kirchliche Einrichtungen.

Eine detaillierte Betrachtung der konsumnahen Nutzungen verdeutlicht, dass vor allem gastronomische Einrichtungen, Gesundheitsdienstleister und sonstige Dienstleistungen (u.a. Friseure, Tattoostudio, Textilpflege) das breit aufgestellte Angebot prägen. Um die Multifunktionalität der Innenstadt zu sichern, gilt es also nicht nur den Fokus auf den Einzelhandel bei der Innenstadtentwicklung zu legen, sondern auch die Ergänzungsnutzungen in den Blick zu nehmen. Gerade vor dem Hintergrund des wachsenden Online-Handels werden die Ergänzungsnutzungen für das Angebot der Innenstädte ohnehin an Bedeutung gewinnen.



**Abbildung 32: Nutzungsstruktur in der Ribnitzer Innenstadt**

Zu Beginn des Jahres 2024 standen in der Ribnitzer Innenstadt lediglich acht Ladengeschäfte mit einer potenziellen Verkaufsfläche von etwa 560 qm leer und deuten auf eine tendenziell **unkritische Leerstandssituation** hin. Nur fünf Prozent der für publikumsintensive Nutzungen relevanten Ladenlokale stehen somit leer. Dabei wurden jedoch nur jene Immobilien berücksichtigt, die in der Vergangenheit augenscheinlich durch Einzelhandel oder einzelhandelsnahe Nutzungen (z.B. Dienstleistungen) genutzt wurden. Die wenigen Leerstände verteilen sich dabei überwiegend auf Randlagen ohne hierbei jedoch räumlich konzentriert aufzutreten. Trading-Down-Prozesse rund um die Leerstandsflächen sind ebenfalls nicht zu erkennen. Generell gilt es allerdings die

**Leerstandssituation künftig genau zu beobachten**, da diese v.a. in der Hauptlage der Innenstadt stark negativ wahrgenommen werden kann. Für die Belegung der Leerstandsflächen mit attraktiven Nutzungen sollte auch auf eine Nachnutzung leerstehender Ladenlokale durch zentrenergänzende Funktionen wie Dienstleistungen und Gastronomie hingearbeitet werden. Das Hauptaugenmerk liegt im Erhalt der Multifunktionalität. Aber auch das Thema innerstädtisches Wohnen kann in Randbereichen der Innenstadt eine Rolle spielen.



Abbildung 33: Leerstehende Ladeneinheit in der Ribnitzer Innenstadt (Am Markt 3)

Die Innenstadt von Ribnitz erreicht bei einem Anteil von durchschnittlich rd. 23 % der Gesamtverkaufsfläche (rd. 8.120 qm Verkaufsfläche) zwar noch nicht die notwendige Dominanz im Stadtgebiet von Ribnitz-Damgarten als Einzelhandelsstandort. Dennoch kann positiv festgehalten werden, dass die Innenstadt in Bezug auf den mittelfristigen und innenstadttypischen Bedarf eine dominierende Rolle einnimmt (Verkaufsflächenanteil von 54 %). Eine weitere Stärke der Ribnitzer Innenstadt ist überdies die hohe Multifunktionalität, welche neben dem Einzelhandel und Wohnnutzungen vor allem eine Vielzahl von konsumnahen Ergänzungsnutzungen bereitstellt und darüber zusätzliche Besuchsansätze generiert. Dies trägt auch zu einer gewissen Resilienz gegenüber den aufgeführten limitierenden Faktoren bei.

## 6.2.2 Innenstadt Damgarten

Zum Zeitpunkt der Erhebungen verfügte die Innenstadt von Damgarten in lediglich fünf Ladengeschäften über eine aktiv betriebene Verkaufsfläche von **rd. 900 qm**. Der Einzelhandelsumsatz innerhalb der Innenstadt beläuft sich auf **rd. 5,2 Mio. €**.

Branchenseitig liegt der **Schwerpunkt im Bereich des kurzfristigen Bedarfs**, welchem etwa 90 % der Verkaufsfläche (rd. 800 qm) zugerechnet werden können. Dem mittelfristigen sowie langfristigen Bedarf sind lediglich rd. 30 qm bzw. 60 qm Verkaufsfläche zuzuordnen. Als Hauptmagnetbetrieb fungiert ein Netto-Lebensmitteldiscounter.

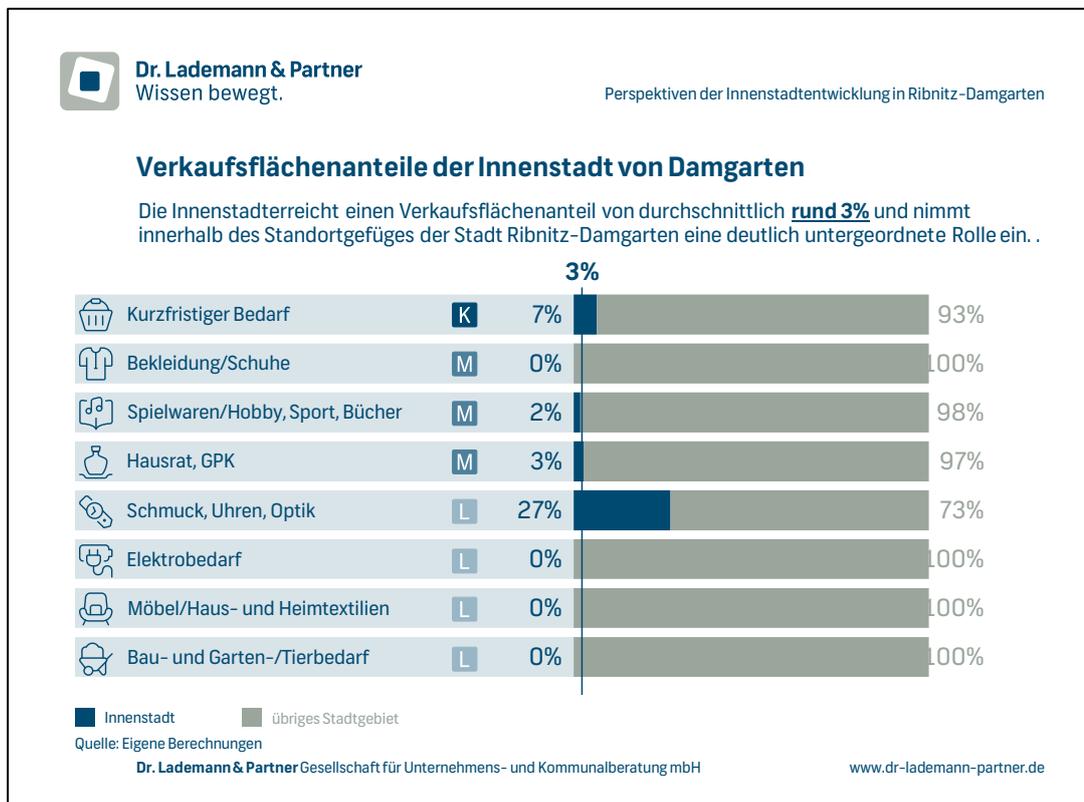
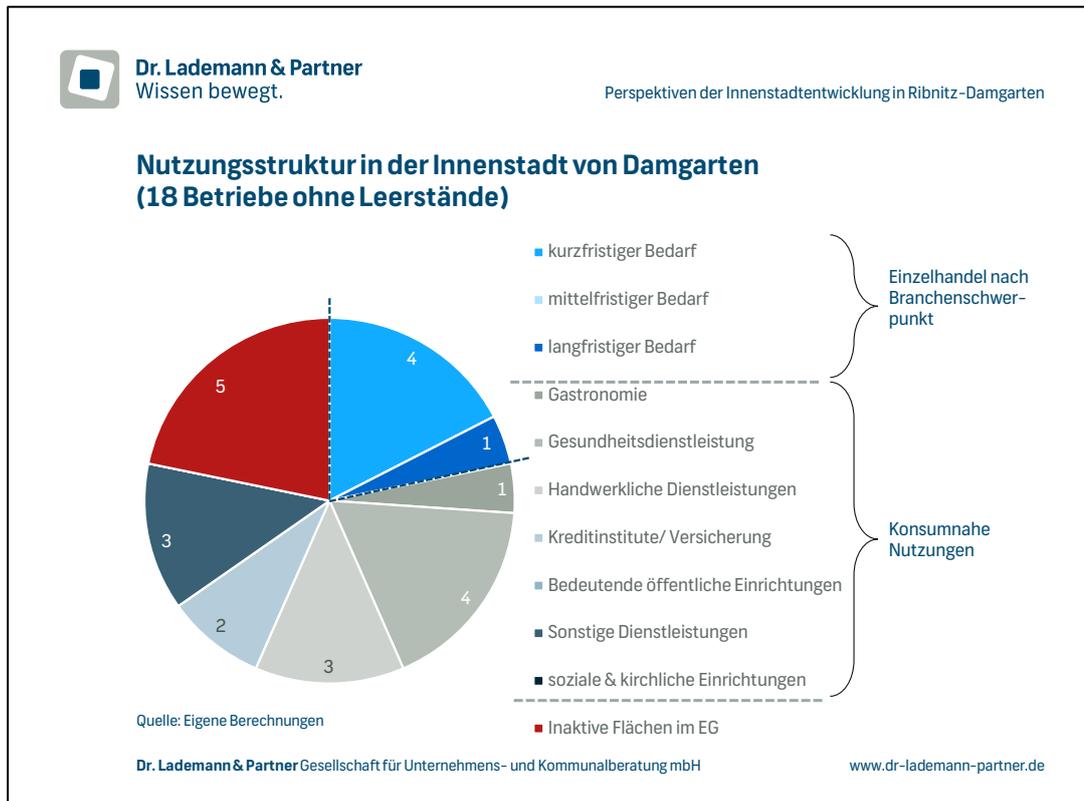


Abbildung 34: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt von Damgarten an der Gesamtstadt

**Mit lediglich rd. 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche nimmt die Innenstadt von Damgarten innerhalb des Standortgefüges der Stadt Ribnitz-Damgarten eine deutlich untergeordnete Rolle ein.** Die Angebotsausrichtung ist eindeutig auf den Nahbereich bzw. des Stadtteils Damgarten gelegt.

Auch die Innenstadt von Damgarten wird nicht allein durch Einzelhandelsangebote geprägt. So wurden zu Beginn des Jahres 2024 insgesamt 18 Betriebe erfasst. Etwa 28 % davon sind Einzelhandelsbetriebe, der Schwerpunkt mit 72 %

sind jedoch konsumnahe Ergänzungsnutzungen<sup>40</sup>. Nachfolgend eine detaillierte Betrachtung der konsumnahen Nutzungen in der Innenstadt von Damgarten:



**Abbildung 35: Verkaufsflächenanteil der Innenstadt von Damgarten an der Gesamtstadt**

Zu Beginn des Jahres 2024 standen in der Innenstadt von Damgarten fünf Ladengeschäfte mit einer potenziellen Verkaufsfläche von etwa 440 qm leer. Dies entspricht einer **Leerstandsquote von rd. 22%**. Mit anderen Worten: **Fast jede vierte potenzielle Ladeneinheit in der Innenstadt von Damgarten steht leer. Dies ist ein hoher Wert und daher als sehr kritisch einzustufen.** Dabei ist eine Ballung der Leerstände in der Stralsunder Straße festzustellen, welche als verbindende Achse zwischen dem Netto-Markt im Osten und Kreuzungsbereich Stralsunder Straße / Barther Straße fungiert. Mit Blick auf die derzeitige Leerstandssituation kommt dieser Lagebereich seiner verbindenden Funktion eindeutig nicht mehr nach. Hinzu kommen noch vereinzelte Modernisierungs- und Sanierungsstaus in den Immobilien. Angesichts dieser strukturellen

<sup>40</sup> Für die Erhebung wurde folgende Klassifizierung der Dienstleister verwendet: Gastronomie/Hotel, Gesundheitsleistungen (inkl. Ärzte), Handwerkliche Dienstleistungen, Kreditinstitute/Versicherungen, Bedeutende öffentliche Einrichtungen, sonstige Dienstleistungen (u.a. Anwalt, Friseur, Architekt) sowie soziale & kirchliche Einrichtungen.

Leerstandsproblematik wird es künftig sehr schwierig werden, die Ladeneinheiten wiederzubeleben.



Abbildung 36: Leerstand in der Innenstadt von Damgarten (Stralsunder Straße 13)

Die Innenstadt von Damgarten wird verkaufsflächenseitig durch die Angebote im kurzfristigen Bedarf geprägt. Als Hauptmagnetbetrieb fungiert hier ein Netto-Lebensmitteldiscounter. Insgesamt weist der Geschäftsbesatz allerdings große Lücken auf und spielt eine deutlich untergeordnete Rolle im Stadtgefüge. Ferner ist eine Leerstandsquote von rd. 22 % als sehr kritisch einzustufen.

## 6.3 Nahversorgungssituation in Ribnitz–Damgarten

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Stadtgebiet von Ribnitz–Damgarten sind mit Beginn des Jahres 2024 insgesamt zehn strukturprägende **Betriebe des kurzfristigen Bedarfs** (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche, ohne LEH-Kleinflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) mit einer

### **Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) von rd. 11.800 qm**

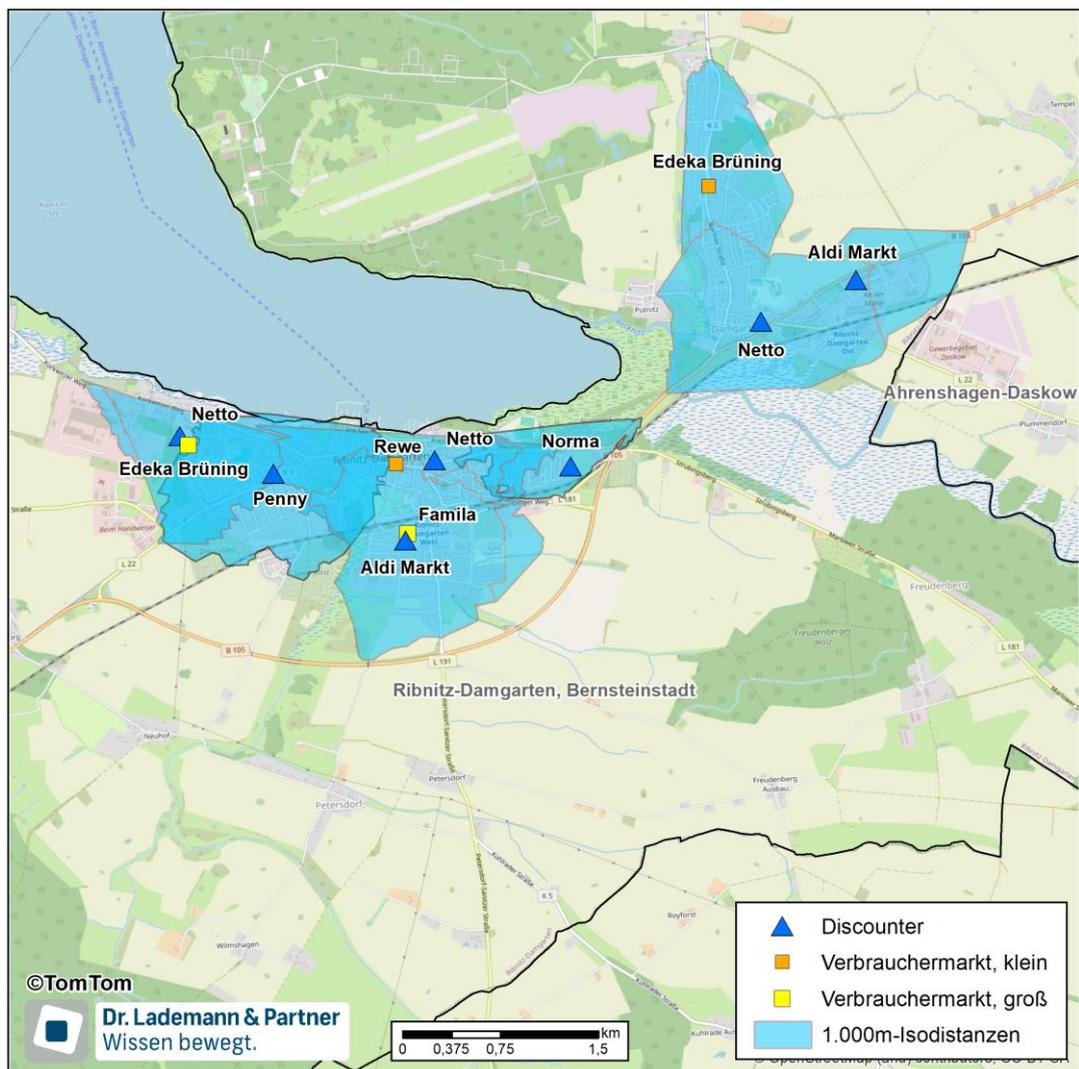
angesiedelt.

Inklusive der Drogerie- und Getränkemärkte sowie der Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) und Randsortimente anderer Betriebe liegt die **Flächendichte im kurzfristigen Bedarf** bei

### **ca. 950 qm Verkaufsfläche je tausend Einwohner.**

Die Verkaufsflächendichte liegt damit oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts von rd. 560 qm je 1.000 Einwohner und weist auf eine sehr hohe Verkaufsflächenausstattung im periodischen Bedarf hin. Die quantitative Verkaufsflächenausstattung je Einwohner sagt allerdings noch nichts über die Qualität der Nahversorgung sowie über die räumliche Verteilung des Angebots aus. Zudem ist die hohe nahversorgungsrelevante Verkaufsflächendichte vor dem Hintergrund des Touristenaufkommens ein Stück weit zu relativieren. Größere Ausbaupotenziale bestehen gleichwohl dennoch nicht mehr.

Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der **räumlichen Verteilung** des Angebots wurden die – aktuell betriebenen – Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Drogerie- und Getränkemarkte) kartiert. Die **1.000-m-Erreichbarkeitsisochronen** um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich bis zu zehn Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen strukturprägenden Anbieter vor, sodass die Nahversorgung für diejenigen Menschen grundsätzlich gegeben ist.



**Abbildung 37: Nahversorgungssituation in Ribnitz-Damgarten**

Wie die Karte zeigt, konzentriert sich das leistungsfähige nahversorgungsrelevante Angebot vornehmlich an den Hauptverkehrswegen auf die bevölkerungsstärksten Stadtteile Ribnitz und Damgarten. Räumliche Versorgungslücken bestehen seit der Eröffnung des Penny-Lebensmitteldiscounters an der Rostocker Straße im Dezember 2024 nicht mehr.

Außerhalb der Stadtteile Ribnitz und Damgarten sind keine strukturprägenden Lebensmittelbetriebe ansässig. In diesen peripheren Siedlungsbereichen bewegt sich die Einwohnerplattform allerdings zwischen etwa 25 bis 620 Einwohnern, weshalb diese Versorgungslücken angesichts des begrenzten Einwohner- und Kaufkraftpotenzials, der z.T. abgelegenen Lage und den z.T. wenig kompakten Siedlungsstrukturen auch künftig kaum zu schließen sein werden. Hier kommt es darauf an, alternative Nahversorgungsangebote für die nicht-motorisierte Bevölkerung zu schaffen (z.B. Nachbarschaftsläden, mobile Händler

oder Lieferservice) sowie die örtlichen verkehrlichen Erreichbarkeiten, und dabei insbesondere den ÖPNV, zu sichern und zu stärken.

**Insgesamt können derzeit etwa 80 % der Einwohner von Ribnitz-Damgarten einen strukturprägenden Nahversorger fußläufig erreichen. Diesen sehr positiven Wert gilt es auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels sowie der leichten Bevölkerungszuwächse in Ribnitz-Damgarten abzusichern.**

Daher lautet eine erste **Empfehlung im Bereich der Nahversorgung**, diejenigen Betriebe, die maßgeblich zur **Sicherung der Nahversorgung** beitragen, zukunftsfähig abzusichern und ihnen Möglichkeit einzuräumen, sich maßvoll weiterzuentwickeln, um sich an die aktuellen Marktanforderungen des Lebensmitteleinzelhandels anpassen zu können.

**Qualitativ** wird der kurzfristige bzw. nahversorgungsrelevante Bedarf vor allem durch vollsortimentierte Angebote geprägt, welche zusammengenommen rd. 65 % der relevanten nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche (nur bezogen auf Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels ab 400 qm Verkaufsfläche) einnehmen. Damit liegt die Stadt Ribnitz-Damgarten gemessen an der Verkaufsfläche der Betriebe in etwa auf dem Niveau des bundesdeutschen Durchschnitts. Auch mit Blick auf die Anteile der Betriebsformen ist nur eine minimale Abweichung gegenüber dem bundesdeutschen Durchschnitt zu erkennen. Aktuell stehen in der Stadt Ribnitz-Damgarten sechs Lebensmitteldiscountern vier Vollsortimenter gegenüber. Dieser Wert hat sich im Zuge der Penny-Ansiedlung noch leicht versch. Eine gravierende Schiefelage ist dabei allerdings nicht festzustellen.

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)\*

	Anteil Ribnitz-Damgarten*	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	40%	44%	-4%
Discounter	60%	56%	4%
Summe	100%	100%	0,0

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)\*

	Anteil Ribnitz-Damgarten*	Anteil Deutschland	Abweichung in %-Punkte
Vollsortimenter	65%	62%	3%
Discounter	35%	38%	-3%
Summe	100%	100%	0,0

Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und Trade Dimensions 2021. \*Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.

**Tabelle 13: Anteile der Betriebsformen des klassischen Lebensmitteleinzelhandels**

Hinsichtlich der **Betriebsgrößen** kann festgehalten werden, dass die einzelnen Lebensmittelbetriebe im Durchschnitt der mittleren Gesamtgröße in Deutschland für die jeweiligen Betriebsformen entsprechen, wenngleich die Lebensmitteldiscounter unterhalb der betriebstypischen Spannweite von 800 bis 1.200 qm Verkaufsfläche zu verorten sind, woraus sich perspektivisch Anpassungserfordernisse ergeben könnten. Ferner kann für die Stadt Ribnitz-Damgarten konstatiert werden, dass derzeit innerhalb des Stadtgebiets ein Drogeriemarkt angesiedelt ist. Insbesondere im Segment der Drogeriewaren kann mit Blick auf die Stadtgröße die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarkts empfohlen werden. Dabei sollte auf eine Ansiedlung insbesondere in der Innenstadt von Ribnitz hingewirkt werden, da der zukünftige Drogeriemarkt neben seiner Versorgungsfunktion auch als Magnetbetrieb zusätzliche Frequenzen auslösen kann. Als für die Entwicklung geeignete Potenzialfläche sehen Dr. Lademann & Partner das Areal östlich des bestehenden Netto-Markts am Damgartener Chaussee an.

Betriebstypenstruktur bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Vergleich (in qm VKF)

Betriebstyp	Betriebsform- merkmal Spannweite	1. Quantil - 3. Quantil Spannweite	mittlere Gesamtgröße BRD	mittlere Gesamtgröße Ribnitz-Damgarten	Anzahl der Betriebe
SB-Warenhäuser	5.000 - 6.000	5.600 - 8.000	7.250	0	0
Große Verbrauchermärkte	1.500 - 5.000	1.660 - 2.800	2.320	2.600	2
Kleine Verbrauchermärkte	800 - 1.500	980 - 1.310	1.150	1.240	2
Supermärkte	400 - 800	500 - 700	590	0	0
Lebensmitteldiscounter		700 - 900	830	693	6
Getränkemärkte		300 - 800		230	1
Drogeriemärkte		480 - 680	680	540	1
Lebensmittelhandwerk		30 - 50		32	12
Sonstige Anbieter		10 - 50		54	20
<b>Summe</b>					<b>44</b>

Quelle: Einzelhandelserhebung Dr. Lademann & Partner, Flächen gerundet.  
Vergleichswerte: Eigene Berechnung auf Basis Trade Dimensions 2022 sowie Erfahrungswerte.

**Tabelle 14: Betriebstypenstruktur bei nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Vergleich (in qm VKF)**

Ein Überblick der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe (> 400 qm Verkaufsfläche) sowie eine Bewertung hinsichtlich ihrer Dimensionierung ist in der nachfolgenden Tabelle aufgeführt:

Strukturprägende Lebensmittelmärkte (&gt; 400 qm VKF) in der Stadt Ribnitz-Damgarten

Betrieb	Adresse	Ortsteil	Typ	Bewertung der Größe	ZVB / Streulagen	Einwohner in 1.000m-Isodistanz	Bewertung Versorgungsfunktion
Famila	Rostocker Landweg 1b	Ribnitz	VG	+	ZVB Rostocker Landweg	1.840	+
Edeka	Boddenstraße 2	Ribnitz	VG	+	ZVB Boddencenter	3.110	+
Edeka	Saaler Chaussee 6	Damgarten	VK	0	Streulage bzw. sonstige Lage	2.455	+
Rewe	Lange Straße 39	Ribnitz	VK	0	ZVB Innenstadt Ribnitz	4.230	+
Aldi Nord	Rostocker Landweg 1b	Ribnitz	DC	+	ZVB Rostocker Landweg	1.840	+
Netto Markendiscout	Stralsunder Straße 44	Damgarten	DC	0	ZVB Innenstadt Damgarten	1.700	+
Netto Markendiscout	Boddenstraße 5	Ribnitz	DC	0	ZVB Boddencenter	3.110	+
Aldi Nord	An der Mühle 7	Damgarten	DC	-	Streulage bzw. sonstige Lage	280	-
Netto Stavenhagen	Damgartener Chaussee 2a	Ribnitz	DC	-	ZVB Innenstadt Ribnitz	3.450	+
Norma	Damgartener Chaussee 61c	Ribnitz	DC	-	Streulage bzw. sonstige Lage	840	0
Penny	Rostocker Straße 33	Ribnitz	DC	+	Streulage bzw. sonstige Lage	5.890	+

Quelle: Dr. Lademann & Partner. DC-Discounter, SM - Supermarkt - 800 qm VKF, VK - Kleiner Verbrauchermarkt, VG - großer Verbrauchermarkt, SBW - SB-Warenhaus > 5.000 qm VKF; + - entsprechend der Betriebsform marktgängig; 0 - für Betriebsform übliche Verkaufsfläche; - - für Betriebsform unterdurchschnittliche Dimensionierung.

Tabelle 15: Übersicht über die strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Ribnitz-Damgarten

Wie die Tabelle zeigt, sind die beiden großen Verbrauchermärkte Famila und Edeka hinsichtlich ihrer Dimensionierung sehr gut aufgestellt und lassen mittelfristig keinen Flächenanpassungsbedarf erkennen. Gleiches gilt auch für den Aldi-Lebensmitteldiscounter am Rostocker Landweg sowie für den Penny-Markt an der Rostocker Straße. Anders sieht es bei den weiteren Verbrauchermärkten und Lebensmitteldiscountern aus. Vor dem Hintergrund, dass Lebensmitteldiscounter mittlerweile Verkaufsflächen von mehr als 800 qm bis etwa 1.200 qm Verkaufsfläche nachfragen, ist zu erwarten, dass die Anfragen und Anträge auf Erweiterungen von Bestandsstandorten in den nächsten Jahren zunehmen werden. Mit der geplanten Verlagerung inkl. Erweiterung des Norma-Lebensmitteldiscounters (Damgartener Chaussee) reagiert bereits ein erster Anbieter auf diese Größenanforderungen.

Der Tabelle können auch die aktuellen Einwohnerzahlen innerhalb ihrer fußläufigen Einzugsgebiete (1.000m-Isodistanzen) entnommen werden. Dabei zeigt sich, dass fast allen Nahversorgern gemein ist, dass sie auf ein beträchtliches **Einwohnerpotenzial im Nahbereich** zurückgreifen können. Lediglich der Aldi-Markt im Gewerbegebiet von Damgarten sowie der Norma-Markt an der Damgartener Chaussee verfügen über geringe Einwohnerpotenziale. Wenngleich der Norma im Zuge der Verlagerung deutlich näher an die Verkehrsachse rückt und das derzeitige Areal durch den Weiterbau der Wohnsiedlung zukünftig deutlich stärker integriert sein wird. Die höchsten Einwohnerdichten im Umfeld weisen der Penny-Lebensmitteldiscounter an der Rostocker Straße sowie der Rewe-Markt in der Innenstadt von Ribnitz auf.

Sowohl quantitativ als auch qualitativ verfügt die Stadt Ribnitz-Damgarten über eine adäquate Nahversorgungsstruktur. Insgesamt können derzeit etwa 80 % der Einwohner von Ribnitz-Damgarten einen strukturprägenden Nahversorger fußläufig erreichen. Die Absicherung der bestehenden Nahversorgungsangebote sollte vorrangiges Ziel der weiteren Einzelhandelsentwicklung sein. Zudem ist die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarkts in der Innenstadt zu empfehlen. Signifikante Ansiedlungspotenziale für weitere Lebensmittelmärkte bestehen angesichts der hohen Ausstattung nicht.

## 6.4 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Ribnitz-Damgarten

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die **Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts** im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse der Bevölkerung von Ribnitz-Damgarten sowie der Umsatzschätzung errechnet sich für die Stadt Ribnitz-Damgarten eine **Einzelhandelszentralität** von

**119 %.**

Per Saldo heißt das, dass rd. 19 % der Nachfrage von außerhalb der Stadt Ribnitz-Damgarten zufließen. Dieser Zentralitätswert zeigt, dass der örtliche Einzelhandel in Teilen dazu in der Lage ist, innerhalb von Ribnitz-Damgarten sowie in den angrenzenden Orten per Saldo einen größeren Teil des Nachfragepotenzials abzuschöpfen, was unter Beachtung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Ribnitz-Damgarten raumordnerisch auch gewollt ist. Hier zeigen sich natürlich auch die Kaufkraftzuflüsse über Touristen.

Die einzelnen **Branchenzentralitäten** geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Ribnitz-Damgarten sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation:



Abbildung 38: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Ribnitz-Damgarten

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des **kurzfristigen Bedarfs** 142 %. Dies weist auf eine sehr gute Nachfragebindung hin, welche sich wiederum in der sehr guten fußläufigen Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe im Stadtgebiet widerspiegelt. Spielräume ergeben sich vor allem im Bereich der Nahversorgung durch die Weiterentwicklung der Bestandsmärkte. Mit der Eröffnung des Penny-Markts im Dezember 2024 konnte zudem bereits eine bestehende Nahversorgungslücke im westlichen Siedlungsbereich von Ribnitz geschlossen werden. Darüber hinaus ist auch die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarkts (vorzugsweise) in der Innenstadt von Ribnitz zu empfehlen.
- Der Zentralitätswert des **mittelfristigen Bedarfsbereichs** weist mit im Schnitt rd. 109 % einen leicht überdurchschnittlichen Wert auf. Die Zentralität ist jedoch sortimentsspezifisch unterschiedlich zu bewerten. Sie wird maßgeblich durch die Branche Bekleidung/ Schuhe getrieben (rd. 147 %). Auch für den Bereich Hausrat/ GPK ist mit einer Zentralität von 127 % ein attraktives Angebot innerhalb der Stadt Ribnitz-Damgarten zu konstatieren. Demgegenüber müssen für die weiteren Branchen des mittelfristigen Bedarfs wie Spielwaren/ Hobbybedarf (rd. 32 %) und Sportbedarf/ Camping (rd. 40 %) zum Teil deutliche Kaufkraftabflüsse festgehalten werden. Dies liegt neben den regionalen Wettbewerbsstrukturen für diese Branchen auch

am wachsenden Onlinehandel. Es wird somit zukünftig zunehmend schwerer werden, die vor Ort vorhandene Nachfrage nach Gütern des mittelfristigen Bedarfs im stationären Einzelhandel in Ribnitz-Damgarten zu binden. Dennoch sollte für das Mittelzentrum Ribnitz-Damgarten eine Zentralitätserhöhung bzw. ein Ausbau des Angebots als Ziel angestrebt werden.

- Die Sortimente des **langfristigen Bedarfs** verfügen über eine durchschnittliche Einzelhandelszentralität von rd. 86 %, was wiederum auf Nachfrageabflüsse in das Umland sowie in den Online-Handel schließen lässt. Hier bestehen zwischen den einzelnen Sortimenten allerdings große Unterschiede. So weist das flächenextensive Sortiment Bau- und Garten-/Tierbedarf mit rd. 139 % eine relativ hohe Zentralität auf, demgegenüber sind die Zentralitätskennziffern in den Segmenten Elektrobedarf sowie Möbel/Haus- und Heimtextilien mit rd. 31 % bzw. 57 % deutlich geringer. Das „konsumige“ Sortiment Schmuck, Uhren, Optik weist wiederum mit rd. 137 % eine hohe Zentralitätskennziffer und somit deutliche Nachfragzuflüsse von außerhalb der Stadt Ribnitz-Damgarten auf.

Die Zentralität des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten liegt aktuell bei rd. 119 %. Per Saldo fließen dem Einzelhandel in der Stadt Ribnitz-Damgarten demnach rd. 19 % des Einzelhandelsumsatzes von außen zu. Dies ist vor allem auf die Angebote des kurzfristigen Bedarfs sowie auf die Segmente Bekleidung/ Schuhe, Bau- und Gartenbedarf, Hausrat/ GPK sowie Schmuck/ Uhren/ Optik zurückzuführen. Der niedrigste Zentralitätswert ist aufgrund lokaler Angebotsdefizite im Bereich Elektrobedarf zu konstatieren, wo noch ein signifikantes Steigerungspotenzial besteht. Im mittelfristigen Bedarf lassen sich im Lichte der mittelzentralen Versorgungsfunktion ebenfalls noch leichte Steigerungspotenziale in den Bereichen Spielwaren/ Hobbybedarf sowie Sportbedarf/ Camping ableiten, die gleichwohl vom wachsenden Online-Handel gedämpft werden.

## 6.5 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Ribnitz-Damgarten in das Umland. Mit Hilfe einer **Nachfragestromanalyse** können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die **Nachfragebindung** in Ribnitz-Damgarten über alle Sortimente bei ca. 75 % (83 Mio. €), sodass die Abflüsse in das Umland sowie in den Online-Handel rd. 27 Mio. € pro Jahr betragen. D.h. 75 % des vorhandenen Nachfragepotenzials kann vor Ort in Ribnitz-Damgarten gebunden werden, was für ein Mittelzentrum einen guten Wert darstellt, der gleichwohl sehr stark vom kurzfristigen Bedarf geprägt ist.

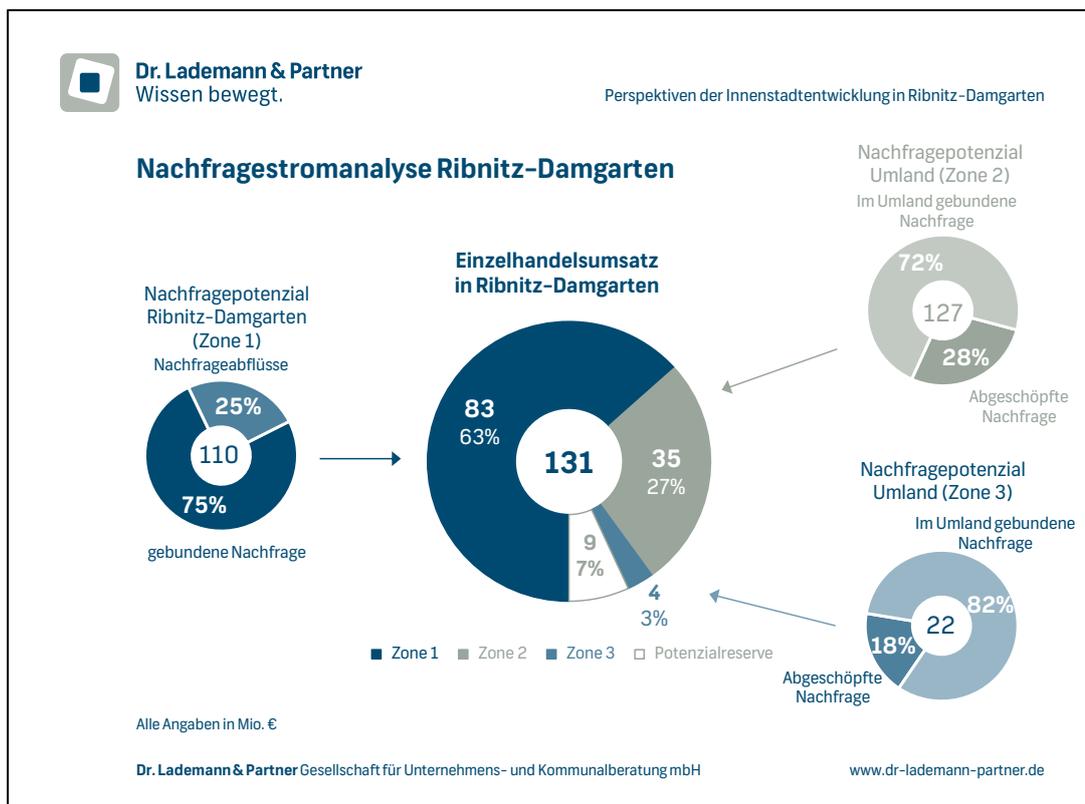


Abbildung 39: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten

Dem steht ein **Brutto-Zufluss** von insgesamt etwa 48 Mio. € p.a. gegenüber. Dieser Nachfragezufluss resultiert aus der Abschöpfungsquote aus dem Marktgebiet der Stadt Ribnitz-Damgarten in Höhe von rd. 33 Mio. € in der Zone 2

sowie rd. 4 Mio. € in der Zone 3 zuzüglich der Potenzialreserve durch Touristen, Pendler, Gelegenheitskunden u.ä. von insgesamt rd. 11 Mio. € (ca. 9 %).

Differenziert nach Hauptwarengruppen bzw. Bedarfsstufen ist bei den **nahversorgungsrelevanten Sortimenten (kurzfristiger Bedarf)** die Nachfragebindung in Ribnitz-Damgarten mit rd. 94 % erwartungsgemäß am höchsten, da diese Sortimente in der Regel überwiegend in Wohnortnähe gekauft werden. Hier besteht nur noch ein geringfügiges Steigerungspotenzial. Ein weiterer Ausbau des Angebots würde weitgehend in die Verdrängung gehen. Lediglich im Drogeriemarktsegment erscheint eine Erhöhung der Kaufkraftbindung noch realistisch.

Bei den **mittelfristigen Hauptwarengruppen** liegt die Nachfragebindung mit rd. 63 % in Ribnitz-Damgarten deutlich niedriger. Einschränkend muss hier aber darauf verwiesen werden, dass ein signifikanter Teil der Nachfrage vom nicht-stationären Handel gebunden wird und diese Bedarfsbereiche auch in den umliegenden Einzelhandelsstandorten (v.a. Rostock und Stralsund) nachgefragt werden. Dennoch bestehen im mittelfristigen Bedarfsbereich aufgrund der zum Teil bestehenden Angebotslücken noch moderate Ausbaupotenziale im Einzelhandel von Ribnitz-Damgarten. Während die Branchen Bekleidung/ Wäsche und Schuhe/ Lederwaren mit etwa 80 % und 72 % noch eine hohe Nachfragebindung in Ribnitz-Damgarten aufweisen, sind vor allem die Branchen Spielwaren/Hobbybedarf und Sportbedarf/ Camping von erheblichen Nachfrageabflüssen aus Ribnitz-Damgarten gekennzeichnet.

Demgegenüber liegt die Nachfragebindung des **langfristigen Bedarfsbereichs** mit rd. 52 % auf einem für Mittelzentren durchschnittlichen Niveau, welches vor allem auf die Angebote der Branche Bau- und Gartenbedarf/Tierbedarf zurückzuführen ist (rd. 82 % Nachfragebindung in Ribnitz-Damgarten). Auch die Branchen Optik sowie Uhren/ Schmuck weisen hohe Bindungsquoten von etwa 70 bis 85 % auf. Deutliche Nachfrageabflüsse sind im langfristigen Bedarfsbereich vor allem für das Segment Elektrobedarf zu konstatieren, wo nicht einmal 25 % der Nachfrage in Ribnitz-Damgarten gebunden werden kann. Auch im Bereich Möbel liegt die Nachfragebindung mit rd. 30 % auf einem niedrigen Niveau. Ob die Zentralitätsdefizite bei Elektrobedarf und Möbeln signifikant reduziert bzw. die Nachfragebindung erhöht werden kann, muss allerdings bezweifelt werden, da diese Sortimente vorzugsweise von größeren Fachmärkten angeboten werden, die jedoch größere Einwohner- und Kaufkraftpotenziale benötigen, als sie im Marktgebiet von Ribnitz-Damgarten

gegeben sind.<sup>41</sup> Auch für den langfristigen Bedarfsbereich sind zudem die Abflüsse in den nicht-stationären Handel sowie in die umliegenden Oberzentren restriktiv zu beachten.

Der lokale Einzelhandel kann rd. 75 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten (rd. 83 Mio. €). Darüber hinaus fließen rd. 48 Mio. € von außen zu (Umland sowie Potenzialreserve insb. Touristen). Nachfrageabflüsse resultieren u.a. aus Lücken im Angebotsprofil, den Einkaufsalternativen im Umland (vorwiegend den Oberzentren) und der steigenden Bedeutung des Online-Handels. Eine Stabilisierung der Nachfragebindung vor Ort sowie ein moderater Ausbau der überörtlichen Nachfrageabschöpfung im mittel- und langfristigen Bedarf sollte daher Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sein.

---

<sup>41</sup> Elektrobedarf und Möbelbedarf sind für Touristen eher irrelevant, weshalb die touristischen Nachfragepotenziale hier eher keine Impulse bringen.

## 6.6 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Ribnitz-Damgarten

Die wichtigsten **Stärken bzw. Chancen** des Einzelhandelsstandorts Ribnitz-Damgarten lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Die **Einwohnerentwicklung** der Stadt Ribnitz-Damgarten verlief in den vergangenen Jahren positiv und wird sich auch in den kommenden Jahren weiter positiv entwickeln. Davon kann auch die Wirtschaft in Ribnitz-Damgarten profitieren und entsprechend positive Impulse in der gesamten Stadt auslösen.
- Aufgrund der **Lage in einem sehr ländlich geprägten Umfeld** ist davon auszugehen, dass auch künftig die Orientierung der direkten Umlandbewohner aus dem Nah- und Mittelbereich auf die Stadt Ribnitz-Damgarten stark ausgeprägt bleibt.
- Die Stadt Ribnitz-Damgarten verfügt über ein **ausgeprägtes Tourismuspotenzial**, wovon bereits heute der Einzelhandel und die konsumnahen Angebote profitieren. Zukünftig ist dabei insbesondere mit dem touristischen Großprojekt auf der Halbinsel Pütznitz von einer starken Steigerung der touristischen Bedeutung und Nachfrage auszugehen, welche sich wiederum auf die gesamte Wirtschaft in Ribnitz-Damgarten positiv auswirken wird.
- Für ein Mittelzentrum ist ein **umfassendes Verkaufsflächenangebot** vorhanden. So weist die Stadt gegenüber anderen von Dr. Lademann & Partner untersuchten Mittelzentren insbesondere im periodischen Bedarfsbereich als auch im Bereich Bekleidung/ Schuhe eine überdurchschnittliche Ausstattung auf. Zudem ist auch eine hohe Konzentration des Angebots auf die Innenstadt von Ribnitz sowie die beiden Handelslagen Boddencenter und Rostocker Landweg zu konstatieren. Dennoch erscheint eine maßvolle Zentralitätserhöhung und Schließung von derzeit bestehenden Angebotslücken (z.B. Spielwaren, Sportbedarf) als zielführend und angesichts der zusätzlichen Tourismuspotenziale in Bezug auf die Entwicklung in Pütznitz auch realistisch.
- Sowohl quantitativ als auch qualitativ verfügt die Stadt Ribnitz-Damgarten über eine sehr gut ausgebaute **Nahversorgungsstruktur**. Insgesamt können derzeit etwa 80 % der Einwohner von Ribnitz-Damgarten einen strukturprägenden Nahversorger fußläufig erreichen. Die Absicherung der bestehenden Nahversorgungsangebote sollte vorrangiges Ziel der weiteren Einzelhandelsentwicklung sein. Zudem bietet die Ansiedlung eines weiteren Drogeriemarkts die Chance zu einer qualitativen Steigerung des Angebots – insbesondere für die Innenstadt.

- Im Bereich der **Gastronomie** ist die Konzentration der Angebote auf die Innenstadt von Ribnitz sowie den Lagen am Ribnitzer See positiv hervorzuheben. Chancen bestehen insbesondere in der Schließung von Angebotslücken sowie Stärkung/ Nachverdichtung von einzelnen Lagen (bspw. Innenstadt Damgarten). Auch hinsichtlich der Außengastronomie der bestehenden Gastronomiebetriebe besteht – insbesondere im Bereich Lange Straße u. Am Markt – noch Ausbaupotenzial.
- Die **Innenstadt von Ribnitz** verfügt über einen dichten Geschäftsbesatz in den Hauptlagen und zeichnet sich zudem durch ein ansprechendes städtebauliches Erscheinungsbild, eine hohe Aufenthaltsqualität sowie eine geringe Leerstandssituation aus. Zudem bietet die Innenstadt von Ribnitz aufgrund ihrer hohen Multifunktionalität eine Vielzahl von Besuchsanlässen (u.a. Shopping, Gastronomie, Kultur, Freizeit, Arbeit). Auch die **Nähe zum Wasser** stellt sowohl für die Innenstadt von Ribnitz als auch für die Innenstadt von Damgarten ein hohes Potenzial, insbesondere auch mit Blick auf die Touristen, dar.
- Neben der Innenstadt von Ribnitz und Damgarten verfügt die Stadt über zwei weitere Handelsschwerpunkte (Rostocker Landweg u. Boddencenter), die eher fachmarktorientiert aufgestellt sind. Es liegt somit eine **räumlich-funktionale Arbeitsteilung der Einzelhandelsstandorte** vor.

Dennoch bestehen auch **Schwächen bzw. Risiken**, die berücksichtigt und überwunden werden müssen:

- Die restriktiven **sozioökonomischen Rahmenbedingungen** des Einzelhandels (v.a. demografischer Wandel, unterdurchschnittliche Kaufkraft, negatives Pendlersaldo) wirken sich negativ auf das Nachfragepotenzial im Stadtgebiet aus. Zudem ist auf die Saisonabhängigkeit im Tourismus zu verweisen. Umso wichtiger erscheint es, die Bedeutung von Ribnitz-Damgarten als Tourismusdestination abzusichern und mit Blick auf die Ganzjährigkeit weiter auszubauen, wozu die Entwicklung des Center Parks einen maßgeblichen Anteil leisten wird.
- Neben **bestehenden Angebotslücken** im Einzelhandelsbesatz, welche zu Kaufkraftabflüssen führen, reduzieren die identifizierten Lücken in der Gastronomie die Aufenthaltsdauer sowie die Zahl der Besuchsanlässe in der Innenstadt. Insbesondere die Stärkung der Außengastronomie sowie der Angebotsbreite (bspw. Fehlen von Cafés, Bars) sind zukünftige Handlungsfelder.
- In diesem Zusammenhang ist auf die – insbesondere am Wochenende – **uneinheitlichen Öffnungszeiten** in den Innenstädten zu verweisen.

Gegenüber den Standorten Rostocker Landweg und Boddencenter wird dem Kunden in den Innenstädten kein „verlässliches Einkaufen“ geboten.

- Anders als in Ribnitz hat die **Innenstadt von Damgarten** in den vergangenen Jahren deutlich an Attraktivität verloren. Eine kritische Leerstandsquote (rd. 22 %) sowie ein ausgedünnter Geschäftsbesatz (lediglich rd. 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) lassen auf eine deutlich untergeordnete Rolle sowie einen (teilweise) Funktionsverlust schließen. Das Risiko von weiteren Trading-Down-Prozessen rund um die Leerstandsflächen gilt es dringend zu vermeiden. Bereits heute ist bei einigen Immobilien ein Investitionsstau zu erkennen. Wichtig für die Funktionswahrnehmung der Innenstadt ist die Aufrechterhaltung der Nahversorgung durch den Hauptmagnetbetrieb Netto. Diesen gilt es zwingend am Standort zu halten.
- Eine Qualität der Ribnitzer Innenstadt ist auch die Vielzahl an inhabergeführten Betrieben. Kommen Geschäftsinhaber in das Rentenalter stellt sich jedoch oft die Frage der Nachfolge. Viele Läden schließen, weil sich kein Nachfolger findet – z.B. weil es Existenzgründern an Kapital und Know-how fehlt („**Nachfolgeproblematik**“). Perspektivische Leerstände und Angebotslücken können die Folge sein.
- Für die Innenstadt von Ribnitz muss zudem konstatiert werden, dass die Nutzung des **Marktplatzes als Stellplatzanlage** dessen Aufenthaltsqualität einschränkt.
- Wie für den gesamten stationären Einzelhandel stellt auch für die Einzelhändler in Ribnitz-Damgarten der wachsende Online-Handel künftig eine große Herausforderung dar. Zwar bleiben die Tourismumsätze davon weitgehend unberührt, für die lokale Bevölkerung stellt der **Online-Handel (sowie die Oberzentren Rostock und Stralsund) jedoch eine starke Einkaufsalternative** dar.

# 7 Zentrenkonzept für die Stadt Ribnitz-Damgarten

## 7.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Ribnitz-Damgarten unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (Innenstadt, Nebenzentren und Nahversorgungszentren) sowie solitäre Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der **zentralen Versorgungsbereiche (ZVB)** ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherheits- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrentypen (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von

einzelhandelsrelevanten Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die **Rechtsprechung und die kommentierende Literatur**<sup>42</sup> haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein **zentraler Versorgungsbereich** als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs – solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann – möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Gemeindegebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral‘ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit

---

<sup>42</sup> Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.

über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

**Kein zentraler Versorgungsbereich** sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet. Daher werden diese Bereiche in der Regel über differenzierte Sondergebietsfestsetzungen reguliert.

Die im Folgenden näher erläuterten **funktionalen und städtebaulichen Kriterien** ermöglichen neben einer **hierarchischen Einordnung** auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Ribnitz-Damgarten. Entscheidende Kriterien für einen zentralen Versorgungsbereich sind insbesondere:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. **Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden.** So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen.

Das Ziel einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung lässt sich aber nicht allein durch zentrale Versorgungsbereiche erreichen. Wie die Analysen zur Angebotssituation gezeigt haben, kommt auch den außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen gelegenen Betrieben des Lebensmittel Einzelhandels eine ergänzende Versorgungsfunktion zu. Ohne die Ausweisung

ergänzender Nahversorgungslagen (ohne Zentrenstatus) bestünde die Gefahr, dass sich räumliche und funktionale Versorgungsdefizite einstellen würden.

Daher wurde neben den zentralen Versorgungsbereichen die Ausweisung sogenannter Nahversorgungslagen geprüft. Dabei handelt es sich um Standorte von Lebensmittelmärkten, die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber nicht die rechtlichen Anforderungen an die Ausweisung als zentrale Versorgungsbereiche erfüllen. Die gezielte Ausweisung solcher Nahversorgungslagen trägt dazu bei, die Nahversorgung in der Stadt Ribnitz-Damgarten dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln.

Städtebauliche Kriterien für die Ausweisung von Nahversorgungslagen sind u.a.:

- oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers oder kleiner Verbundstandort mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
- Der Standort ist städtebaulich integriert, d. h. zu wesentlichen Anteilen von Wohnbebauung umgeben und fußläufig erreichbar (signifikantes Einwohnerpotenzial im fußläufigen Einzugsgebiet).
- Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der Nahversorgung bei und erfüllt mindestens eines der folgenden Kriterien:
  - Der fußläufige Einzugsbereich überschneidet sich nicht zu mehr als 50 % mit den fußläufigen Einzugsbereichen umliegender Nahversorgungsstandorte.
  - Das Vorhaben liefert einen wesentlichen Beitrag zur Schließung räumlicher Versorgungslücken.
  - Der Vorhabenbetrieb liefert einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes bzw. zum Erhalt attraktiver Nahversorgungsstrukturen.

## 7.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Ribnitz-Damgarten

Für die Stadt Ribnitz-Damgarten werden insgesamt [vier zentrale Versorgungsbereiche](#) definiert:

- Hauptzentrum Innenstadt Ribnitz
- Innenstadtzentrum Damgarten
- Nebenzentrum Boddencenter und

## ■ Nebenzentrum Rostocker Landweg

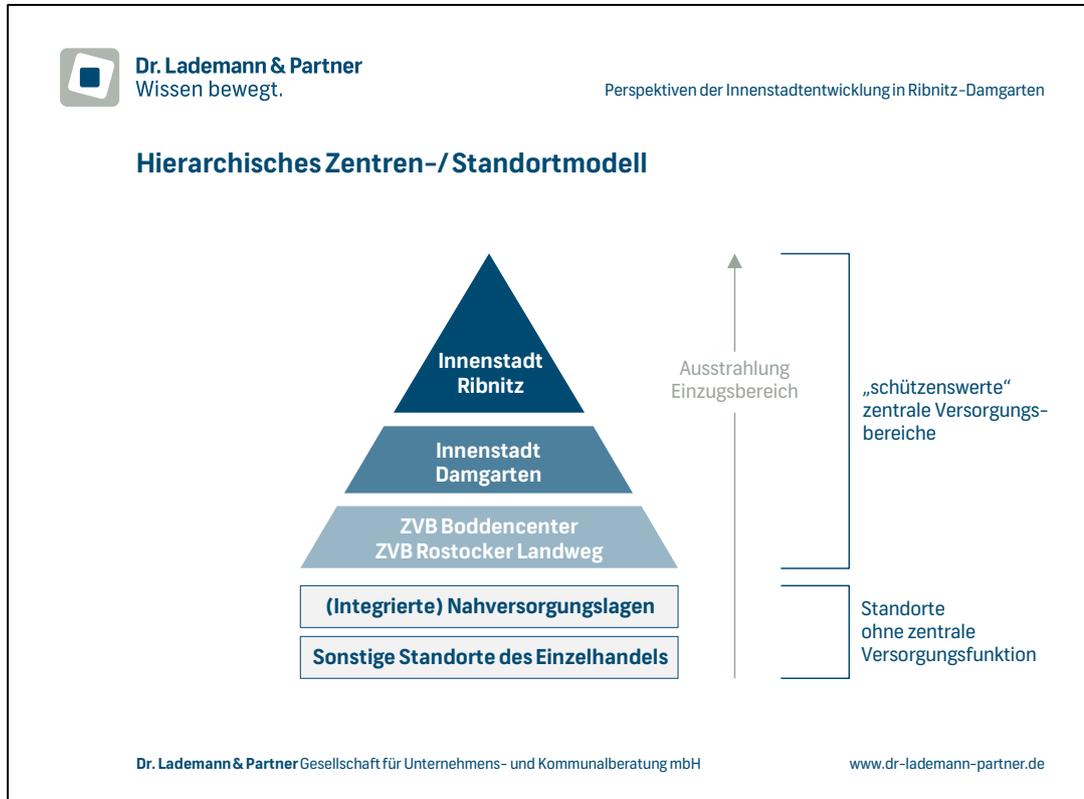


Abbildung 40: Hierarchisches Zentrenmodell für die Stadt Ribnitz-Damgarten

Den definierten zentralen Versorgungsbereichen sind folgende Eigenschaften und Abgrenzungsmerkmale zur Hierarchisierung zuzuschreiben:

### Innenstadtzentrum Ribnitz

- Einzugsbereich umfasst das gesamte Stadtgebiet + Umland (Marktgebiet);
- Großes Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten:
  - Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente;
  - Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf;
  - diverse zentrenergänzende Nutzungen (Multifunktionalität).

Die Innenstadt allein ist jedoch – vor allem in Bezug auf die Sicherung einer möglichst wohnortnahen Grundversorgung – nicht dazu in der Lage, eine adäquate Versorgung für eine Stadt der Größenordnung Ribnitz-Damgartens sicherzustellen. Daher werden neben der Innenstadt weitere Lagebereiche ausgewiesen.

### Innenstadtzentrum Damgarten

- kleinerer Einzugsbereich, begrenzt auf den Stadtteil Damgarten;
- Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten; vornehmlich des kurzfristigen Bedarfs; in sehr begrenztem Umfang auch Waren für den mittelfristigen Bedarf;
- Zentrum kann auch auf die Sicherung der Grund- und Nahversorgung beschränkt sein; jedoch kein Schutz eines Einzelbetriebs.

### Nebenzentren

- Mittlerer Einzugsbereich: In der Regel beschränkt auf bestimmte Siedlungsbereiche größerer Städte; in „kleineren“ Städten wie Ribnitz-Damgarten durchaus auch stadtweite Einzugsgebiete.
- Regelmäßig größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungsangeboten:
  - Zentrentypische und nahversorgungsrelevante Sortimente;
  - Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf.

### (Integrierte) Nahversorgungslagen

- Einzugsbereich: direkter Nahbereich (wohnungsnahe Grundversorgung)
- oftmals Solitärstandort eines Nahversorgers oder kleiner Verbundstandort mit Angeboten des kurzfristigen Bedarfs
- keine/nur arrondierende innenstadtrelevanten Sortimente

Die nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der zentralen Versorgungsbereiche, Nahversorgungslagen und sonstigen Standorte des Einzelhandels im Stadtgebiet:

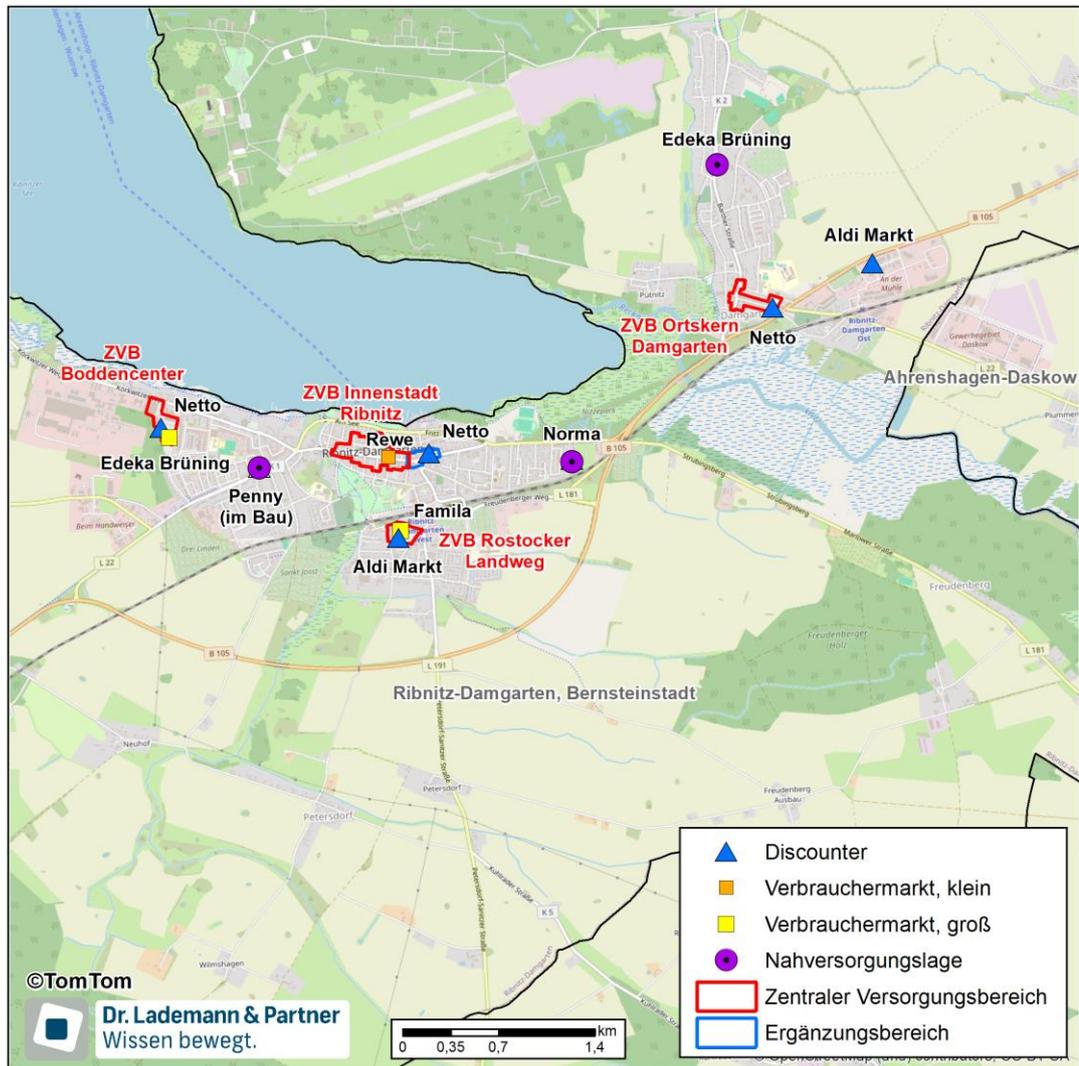


Abbildung 41: Zentren- und Standortstruktur in der Stadt Ribnitz-Damgarten

Unterhalb der Hierarchieebene der zentralen Versorgungsbereiche werden drei Nahversorgungsstandorte ausgewiesen (Penny, Norma, Edeka), denen eine wichtige Bedeutung für die Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung zukommt und die es daher (u.U. auch durch Modernisierungen und Erweiterungen) abzusichern gilt.

# Zentrenpass

## 7.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Ribnitz

### Räumliche Analyse

#### Lagebeschreibung

Zentrale Lage im Stadtteil Ribnitz; Abgrenzung umfasst die Bereiche entlang der Lange Straße sowie Am Markt; zudem sind Teil der direkt angrenzenden Straßenzüge dem ZVB zugeordnet; Ergänzungsbereich bei Netto-Markt ebenfalls dem ZVB zugehörig;

#### Versorgungsfunktion

Hauptzentrum mit überörtlicher Versorgungsfunktion;

#### Städtebau/Umfeld

Kleinstadttypisches Straßenbild mit erhöhter städtebaulicher Qualität im Kernbereich (Am Markt); Abseits der Hauptlagen weitere kernstadttypische Einrichtungen (u.a. Schulen, Kirchen, Stadtkulturhaus, Museen); zudem Ribnitz See in räumlicher Nähe;

### Funktionale Analyse

#### Einzelhandelsstruktur

Hohe Einzelhandelsdichte im Haupteinkaufsbereich entlang der Lange Straße; überwiegend inhabergeführte Fachgeschäfte, zudem Filialisten und Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels; überwiegend unteres/mittleres Angebotsgenre;

#### Branchen-Mix

Innenstadttypischer, breiter Branchenmix mit gewissen Schwerpunkten im kurz- und mittelfristigen Bedarf;

#### Magnetbetriebe

Rewe, Netto, Kaufhaus Stolz

#### Ergänzende Nutzungen

Breites Angebot aus Gastronomie, Dienstleister, Post, Banken, öffentlichen Einrichtungen (Rathaus, Stadtinformation) und kulturellen Einrichtungen (Bernstein Museum);

### Städtebauliche Analyse

#### Bebauungsstruktur

Angenehmes und abwechslungsreiches Erscheinungsbild entlang der Lange Straße; weitgehend geschlossene Bebauung (überwiegend historischer und denkmalgeschützter Gebäudebestand) mit zwei bis drei Geschossen sowie einem Hauptplatz mit Rathaus (Am Markt); in den Randlagen nehmen die Anzahl der reinen Wohnhäuser zu; nur sehr vereinzelter Sanierungsstau;

#### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Sehr gute Erreichbarkeit mit dem MIV aus dem gesamten Stadtgebiet als auch aus dem gesamten Marktgebiet über B 105 sowie L 191, L 181 und L 22; Bushaltestelle direkt am Marktplatzsichert ÖPNV-Erreichbarkeit; zudem Bahnhof als ÖPNV-Knoten in fußläufiger Entfernung;

#### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten aufgrund der zentralen Lage gegeben;

#### Stellplatzangebot

Straßenbegleitendes Stellplatzangebot sowie Am Markt; größere Stellplatzanlagen im Bereich Gänsewiese, am Hafen sowie am Bahnhof;

#### Aufenthaltsqualitäten

Eine Fußgängerzone ist nicht ausgeprägt; Marktplatz wird als Stellplatzfläche genutzt; attraktive Stadtmöblierung entlang der Lange Straße; bedeutende Aufenthaltsqualitäten zudem mit Ribnitzer See sowie Klosterwiese direkt angrenzend;

#### Leerstandssituation

Kein struktureller Leerstand; acht kleine Leerstände; keine räumliche Ballung;

#### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenzialfläche bei Netto (ggf. für Drogeriemarkt); perspektivisch im westlichen Bereich der Lange Straße (heutiges Autohaus).

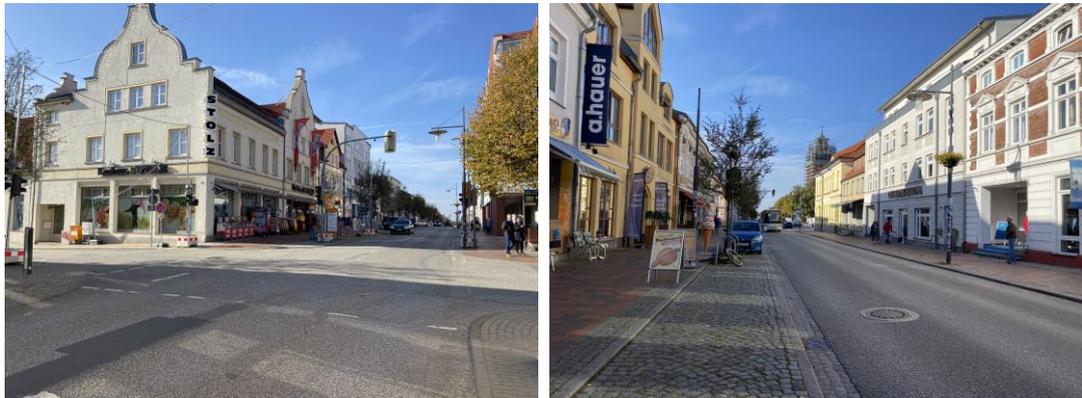


Abbildung 42: Blick entlang der Lange Straße im ZVB Innenstadt Ribnitz



Abbildung 43: Blick auf den Marktplatz im ZVB Innenstadt Ribnitz

Die **Ribnitzer Innenstadt** präsentiert sich als ein funktionsfähiges Innenstadtzentrum in zentraler Lage innerhalb des Stadtteils Ribnitz. Das Zentrum profitiert dabei von seiner Lage zwischen dem Ribnitzer See und den Klosterwiesen. Wenngleich die Innenstadt über keine Fußgängerzone verfügt und damit vom Durchgangsverkehr belastet wird, weist die Innenstadt eine erhöhte städtebauliche und stadträumliche Qualität auf, wozu der Marktplatz einen großen Beitrag leistet, auf dem einmal wöchentlich ein Wochenmarkt stattfindet.

Die Innenstadt von Ribnitz zeichnet sich durch ein **vielfältiges Einzelhandelsangebot** mit insgesamt 55 Einzelhandelsbetrieben aus, welche auf einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 8.100 qm einen Umsatz von rd. 32,6 Mio. € erwirtschaften. Der Schwerpunkt des Angebots ist dabei mit 60 % eindeutig auf den mittelfristigen Bedarf gelegt. Dabei sticht insbesondere der große Verkaufsflächenanteil (rd. 40 %) im Bereich Bekleidung/ Schuhe hervor. Als Frequenzbringer im mittelfristigen Bedarf fungieren das Kaufhaus Stolz sowie eine Reihe inhabergeführter Betriebe (u.a. Sport und Modehaus a. hauer). Im

periodischen Bedarfsbereich sichern insbesondere die beiden strukturprägenden Lebensmittelmärkte Rewe und Netto das Angebot. Neben dem breiten Einzelhandels-Branchenmix sorgen eine Vielzahl von Komplementärnutzungen für eine **hohe Multifunktionalität** und generieren zusätzliche Besuchsanslässe. Zwar finden sich in der Innenstadt vereinzelte Leerstände, eine Leerstandsproblematik ist allerdings nicht zu erkennen (**Leerstandsquote von 5 %** gemessen an der Anzahl der Betriebe).

Folgende Abbildung zeigt die **räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadt Ribnitz (inkl. Ergänzungsbereich Netto)**:

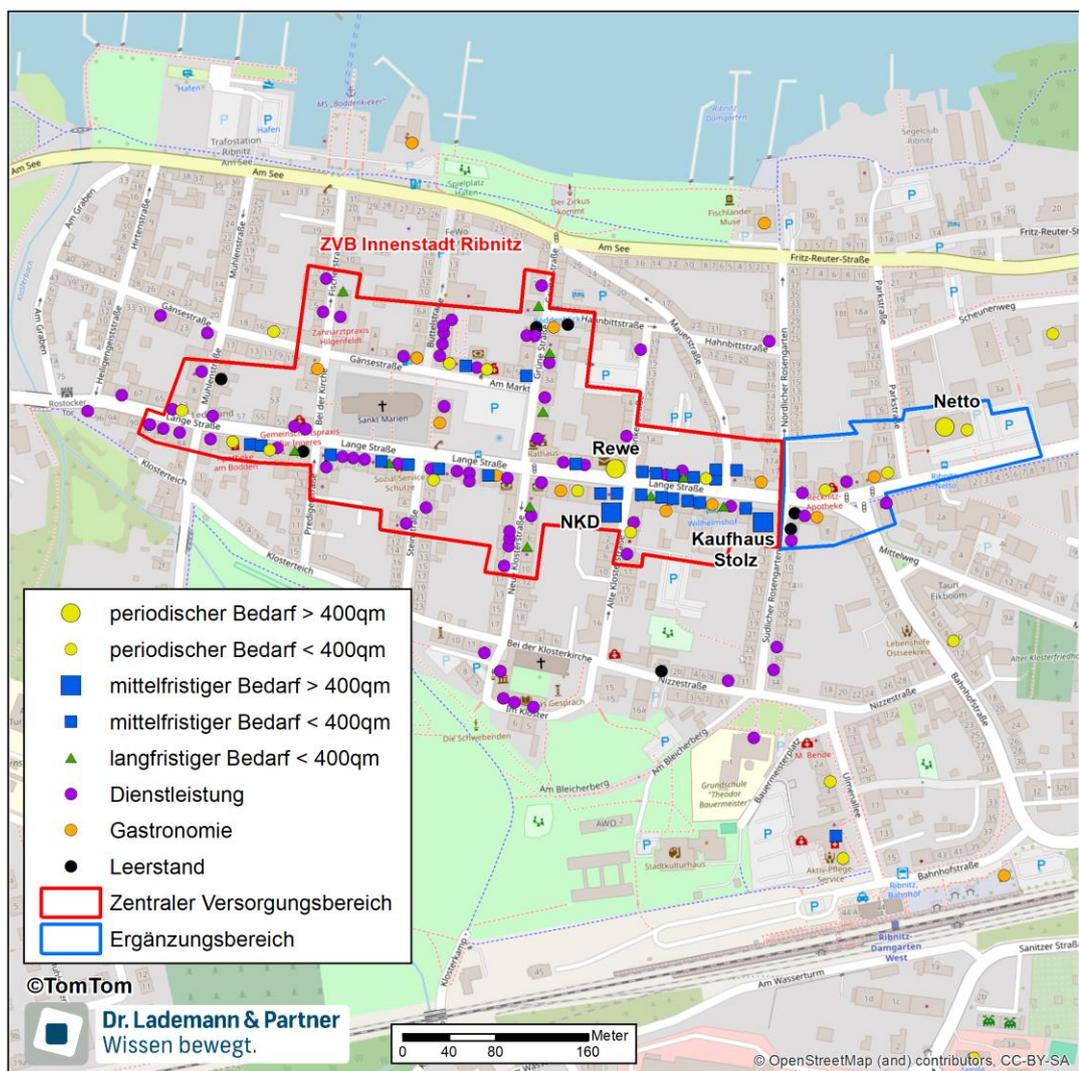


Abbildung 44: ZVB Innenstadt Ribnitz (inkl. Ergänzungsbereich Netto)

Gegenüber der Abgrenzung für den ZVB Innenstadt Ribnitz (inkl. Ergänzungsbereich Netto) aus dem Einzelhandelskonzept von 2013 wurden lediglich

geringfügige Anpassungen auf Grundlage des aktuellen Geschäftsbesatzes vorgenommen.



Abbildung 45: Blick auf die Geschäftshäuser Am Markt im ZVB Innenstadt Ribnitz

Die Innenstadt von Ribnitz stellt innerhalb des Einzelhandelsgefüges von Ribnitz-Damgarten den wichtigsten Einzelhandelsstandort dar, der funktionsfähig und stabil aufgestellt ist. Der zentrale Versorgungsbereich ist zukünftig hinsichtlich seiner Funktion zu sichern und aufzuwerten.

# Zentrenpass

## 7.2.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Damgarten

### Räumliche Analyse

#### Lagebeschreibung

Zentrale Lage im Stadtteil Damgarten; Abgrenzung umfasst die Stralsunder Straße sowie ein Teil entlang der Barther Straße zwischen Kirchstraße und Schillstraße.

#### Versorgungsfunktion

Ortsteilzentrum für Damgarten

#### Städtebau/Umfeld

Der ZVB ist überwiegend von Wohnnutzungen des Stadtteils Damgarten umgeben; zudem befindet sich nordöstlich ein Schulzentrum;

### Funktionale Analyse

#### Einzelhandelsstruktur

Die Hauptausrichtung des Einzelhandels liegt eindeutig auf dem kurzfristigen Bedarf (VKF-Anteil rd. 90 %) und wird im Wesentlichen durch eine Netto-Lebensmitteldiscounter geprägt; darüber hinaus nur vereinzelt kleinteilige inhabergeführte Betriebe; es besteht kein durchgängiger Geschäftsbesatz;

#### Branchen-Mix

Neben den Angeboten des kurzfristigen Bedarfs sind noch kleinteilige Betriebe (u.a. Bäckerei, Optiker, Blumenladen) sowie ergänzende Dienstleistungsbetriebe vorhanden;

#### Magnetbetriebe

Netto-Lebensmitteldiscounter

#### Ergänzende Nutzungen

Insgesamt bestehen 13 ergänzende Nutzungen am Standort mit einer breiten Angebotsausrichtung (u.a. ärztliche Einrichtungen, Imbiss, Fahrschule);

### Städtebauliche Analyse

#### Bebauungsstruktur

weitgehend geschlossene Bebauung; z.T. denkmalgeschützte Gebäudebestand mit zwei bis drei Geschossen; insbesondere in der Stralsunder Straße mitunter deutlicher Sanierungsstau;

#### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Erreichbarkeit mit dem MIV über K2 sowie B 105; zwei Bushaltestellen sichern ÖPNV-Anschluss;

#### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten zu Fuß als auch per Rad gegeben;

#### Stellplatzangebot

Straßenbegleitendes Stellplatzangebot sowie dem Netto-Markt vorgelagert; weiterer größerer Parkplatz am Hafen;

#### Aufenthaltsqualitäten

Kaum Aufenthaltsqualitäten innerhalb des Zentrums vorhanden; direkt außerhalb der Abgrenzung ist das Hafanareal von Damgarten;

#### Leerstandssituation

Gravierende Leerstandssituation in der Stralsunder Straße;

#### Potenzialflächen und Planvorhaben

Potenziale durch Nachnutzung der Leerstandsflächen sowie Potenzialflächen in zweiter Reihe.



Abbildung 46: Geschäftsbesatz entlang der Barther Straße im ZVB Innenstadt Damgarten



Abbildung 47: Netto-Lebensmitteldiscounter im ZVB Innenstadt Damgarten

Die **Innenstadt von Damgarten** präsentiert sich als eine fragile Handelslage, in welcher im Laufe der vergangenen Jahren eine deutliche **Leerstandsproblematik** (Leerstandsquote von 22 % gemessen an der Anzahl der Betriebe) insbesondere in der Stralsunder Straße eingetreten ist. Hinzu kommt bei manchen Immobilien ein Sanierungsstau, welcher sich ebenfalls negativ auf die Wahrnehmung der Innenstadt auswirkt. Insgesamt sind innerhalb der Innenstadt nur noch fünf Einzelhandelsbetriebe vorhanden. Der **Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsgefüge ist verschwindend gering** (rd. 3 % gemessen an der Verkaufsfläche). Neben vier kleinteiligen Angeboten trägt hauptsächlich der **Netto-Lebensmitteldiscounter** in Randlage zur Funktionswahrnehmung des Zentrums bei. Diesen gilt es zwingend zu halten und etwaige Verkaufsflächen-erweiterungen und Modernisierungsmaßnahmen zuzugestehen. Aktuell tragen zudem die ergänzenden Nutzungen (insgesamt 13 Betriebe) zu einer gewissen Frequentierung der Handelslage bei. Als Handelsstandort hat die Innenstadt nur durch eine konsequente Orientierung auf die lokale Nachfrage eine Perspektive.

Folgende Abbildung zeigt die **räumliche Abgrenzung des ZVB Innenstadt Damgarten**:

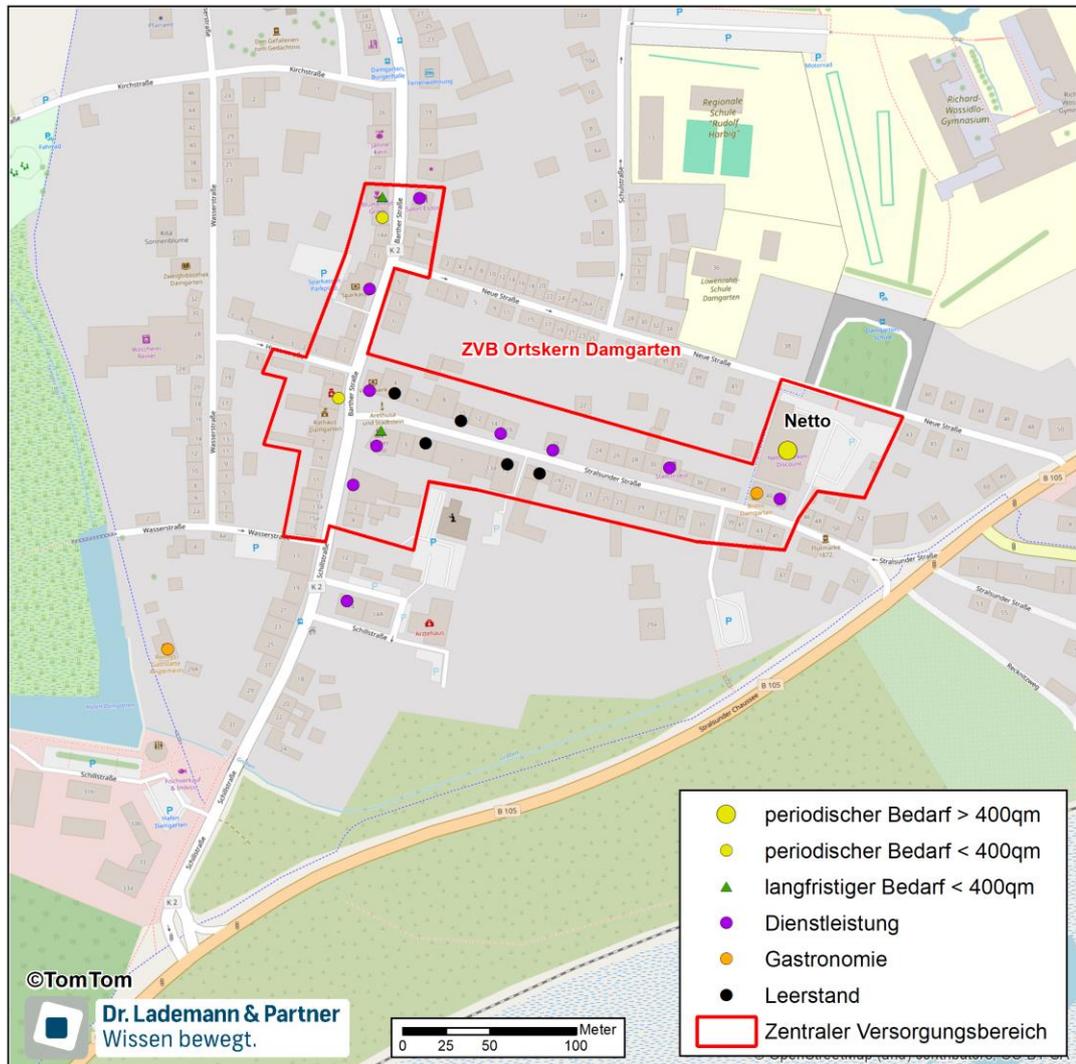


Abbildung 48: ZVB Innenstadt Damgarten

Gegenüber der Abgrenzung aus der partiellen Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für den Stadtteil Damgarten aus dem Jahr 2018, wurde der zentrale Versorgungsbereich um einen kleinen Teil entlang der Barther Straße in Richtung Norden ergänzt. Hintergrund ist, da hier mit einer Bäckerei, einem Friseur sowie einem Blumenladen noch kleinteilige Nutzungen vorhanden sind, welche den Lagebereich mit prägen.

Die Innenstadt von Damgarten sieht sich einer starken Leerstandsproblematik ausgesetzt. Als Handelsstandort spielt die Innenstadt kaum noch eine Rolle. Für die Funktionsfähigkeit des Zentrums ist der Netto-Markt als Hauptmagnetbetrieb unabdingbar.

# Zentrenpass

## 7.2.3 Zentraler Versorgungsbereich Boddencenter

### Räumliche Analyse

#### Lagebeschreibung

Abgrenzung umfasst die drei Baukörper um u.a. Toom, Edeka und Rossmann sowie die vorgelagerten Stellplätze;

#### Versorgungsfunktion

Nebenzentrum

#### Städtebau/Umfeld

Östlich grenzt eine Großwohnsiedlung an den Standort; westliche Standortumfeld durch Gewerbebetriebe geprägt; in Richtung Norden grenzt ein Pflegeheim an den Standort, zudem befinden sich entlang der K1 überwiegend Einfamilienhäuser;

### Funktionale Analyse

#### Einzelhandelsstruktur

Der Einzelhandelsbesatz ist durch filialisierte Fachmärkte geprägt; das Boddencenter stellt verkaufsflächenseitig den stärksten Standort in Ribnitz-Damgarten dar (rd. 31 %); mit Toom besteht hier der einzige Baumarkt im Stadtgebiet; Branche Bekleidung/ Schuhe durch niedrigpreise Fachmarktangebote geprägt; zudem einziger Drogeriemarkt im Stadtgebiet;

#### Branchen-Mix

Breiter Branchen-Mix bestehend aus allen Bedarfsgruppen; Schwerpunkt liegt im Bereich des langfristigen Bedarfs (insbesondere aufgrund des Toom-Baumarkts);

#### Magnetbetriebe

u.a. Edeka, Netto, Rossmann, Toom, JYSK, Takko, Deichmann

#### Ergänzende Nutzungen

Dienstleistungsbetriebe im Mallbereich von Edeka; zudem sind zwei Imbisse ansässig;

### Städtebauliche Analyse

#### Bebauungsstruktur

Die Bebauungsstruktur des im Jahre 1994 eröffneten Einkaufszentrums besteht aus drei funktionalen Gebäudeeinheiten (jeweils eingeschossige Baukörper), welche um eine gemeinsame Stellplatzanlage gruppiert sind;

#### Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Die Erreichbarkeit mit dem PKW wird über die Boddensstraße sowie den Körwitzer Weg (K1) gewährleistet; eine Bushaltestelle direkt am Standort sichert die Anbindung an den ÖPNV;

#### Fußläufige Erreichbarkeit

Erreichbarkeit zu Fuß als auch per Rad insbesondere aus der östlich angrenzenden Großwohnsiedlung gegeben;

#### Stellplatzangebot

Ausreichend dimensioniertes Stellplatzangebot ist den Fachmärkten vorgelagert;

#### Aufenthaltsqualitäten

Funktionale Gestaltung des Standorts; Keine Aufenthaltsqualitäten ausgeprägt;

#### Leerstandssituation

Keine leerstehenden Ladeneinheiten;

#### Potenzialflächen

Ggf. angrenzende Frei- und Gewerbeflächen.



Abbildung 49: Geschäftsbesatz im ZVB Boddencenter



Abbildung 50: Lebensmittelbetriebe im ZVB Boddencenter

Der **zentrale Versorgungsbereich Boddencenter** in Funktion eines Nebenzentrums stellt sowohl verkaufsflächenseitig als auch bezogen auf den Umsatz die stärkste Handelslage in Ribnitz-Damgarten dar. Etwa 31 % (rd. 11.000 qm) der städtischen Gesamtverkaufsfläche sowie 30 % (rd. 39,3 Mio. €) des städtischen Gesamtumsatzes entfallen auf die Betriebe im Boddencenter.

Der **Angebotsschwerpunkt** liegt dabei im langfristigen Bedarfsbereich. Als flächengrößter Anbieter agiert hier ein Toom-Baumarkt, welcher durch den Fachmarkt JYSK ergänzt wird. Im kurzfristigen Bedarfsbereich sichern die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Edeka und Netto die Nahversorgung im westlichen Stadtgebiet (rd. 3.110 Einwohner in fußläufiger Entfernung<sup>43</sup>), gleichwohl der Standort aufgrund seiner Angebotsbreite und seines Besatzes an Einzelhandelsformaten auf die gesamte Stadt sowie in das Umland ausstrahlt. Während der Edeka-Verbrauchermarkt über einen modernen Marktauftritt verfügt, können dem kleinflächigen Netto-Markt Ausbaupotenziale attestiert werden. Darüber hinaus ist im Boddencenter mit Rossmann der einzige Drogeriemarkt im Stadtgebiet ansässig.

<sup>43</sup> Entspricht etwa 1.000 m Gehentfernung.

Folgende Abbildung zeigt die **räumliche Abgrenzung des ZVB Boddencenter**:



Abbildung 51: ZVB Boddencenter

Gegenüber der Abgrenzung für den ZVB Boddencenter aus dem Einzelhandelskonzept von 2013 wurde keine Veränderung vorgenommen.

Funktional betrachtet übernimmt das Boddencenter eine wichtige Versorgungsfunktion für das westliche Stadtgebiet, gleichwohl der Standort aufgrund der Ausstattung im mittel- und langfristigen Bedarf auf das gesamte Stadtgebiet sowie das Umland ausstrahlt. Eine Konkurrenzsituation zur Innenstadt besteht insbesondere in Teilen im mittelfristigen Bedarfsbereich, wenngleich hier überwiegend Fachmarktformate ansässig sind.

# Zentrenpass

## 7.2.4 Zentraler Versorgungsbereich Rostocker Landweg

### Räumliche Analyse

#### Lagebeschreibung

Der zentrale Versorgungsbereich befindet sich im südlichen Siedlungsgebiet von Ribnitz und umfasst die Gebäudekomplexe um Famila und Aldi;

#### Versorgungsfunktion

Nebenzentrum

#### ●○○○ Städtebau/Umfeld

Städtebaulich integrierte Lage im südlichen Siedlungsbereich von Ribnitz; das Umfeld ist im Wesentlichen durch Wohnnutzungen strukturiert; in Richtung Norden schließt die Bahntrasse an den Standort; östlich an der Sanitzer Straße befinden sich weitere Fachmärkte (u.a. Das Futterhaus);

### Funktionale Analyse

#### ●○○○ Einzelhandelsstruktur

Die flächenseitig größten Betrieben stellen die beiden Lebensmittelanbieter Famila und Aldi dar; darüber hinaus Ergänzung durch Non-Food-Fachmärkte und kleinteilige Betriebe im Mallbereich;

#### ●○○○ ○●○○ Branchen-Mix

Starker Fokus auf den kurzfristigen Bedarf; Ergänzung insbesondere Angebote aus dem mittelfristigen Bedarf;

#### ●○○○ Magnetbetriebe

Famila, Aldi, Kik, K+K Schuh-Center, Depot

#### ○○○○○ ●○○○ Ergänzende Nutzungen

Geringe Anzahl komplementäre Nutzungen (u.a. Friseur, Imbiss);

### Städtebauliche Analyse

#### ●○○○ Bebauungsstruktur

Funktionale Bebauungsstruktur, des zu Beginn der 1990er Jahre entwickelten Standorts; seitdem mehrere Modernisierungsmaßnahmen sowie Neubau der Aldi-Immobilie;

#### ○○●○○ Erreichbarkeit MIV/ÖPNV

Die Erreichbarkeit mit dem PKW wird über die Sanitzer Straße gewährleistet, welche im weiteren Verlauf zur B 105/L191 sowie in die Innenstadt von Ribnitz führt; eine Bushaltestelle direkt am Standort sichert die Anbindung an den ÖPNV;

#### ○○●○○ Fußläufige Erreichbarkeit

Fußläufige Erreichbarkeit als auch per Rad aus dem Siedlungsgebiet südlich der Bahntrasse in Ribnitz gegeben;

#### ●○○○ Stellplatzangebot

Ausreichend dimensioniertes Stellplatzangebot ist den Fachmärkten vorgelagert;

#### ○○○○○ ●○○○ Aufenthaltsqualitäten

Funktionale Gestaltung des Standorts; Keine Aufenthaltsqualitäten ausgeprägt;

#### ●○○○ Leerstandssituation

Keine leerstehenden Ladeneinheiten;

#### ○○●○○ Potenzialflächen

Keine Potenzialflächen im dichten Siedlungsumfeld vorhanden.



Abbildung 52: Geschäftsbesatz im ZVB Rostocker Landweg



Abbildung 53: Famila-Verbrauchermarkt im ZVB Rostocker Landweg

Der **zentrale Versorgungsbereich Boddencenter** in Funktion eines Nebenzentrums sichert insbesondere die Versorgungsfunktion im südlichen Siedlungsbereich von Ribnitz-Damgarten (rd. 1.840 Einwohner in fußläufiger Entfernung) sowie den direkt angrenzenden Kommunen. Aufgrund der verkehrlichen Erreichbarkeit sowie der Angebotsstruktur strahlt der Standort auch auf andere Siedlungsbereiche (u.a. Damgarten sowie Bewohner der Innenstadt von Ribnitz) aus. Insgesamt wird innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs auf einer Verkaufsfläche von rd. 6.000 qm ein Umsatz von rd. 27,1 Mio. € generiert.

Der **Angebotsschwerpunkt** liegt im Bereich des kurzfristigen Bedarfs und wird im Wesentlichen durch die beiden strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Famila und Aldi gewährleistet. Beide Betriebe verfügen über einen modernen Marktauftritt und werden durch weitere Fachmärkte sowie komplementäre Nutzungen aus dem Dienstleistungssektor sowie dem Bereich Gastronomie (Betriebstyp Imbiss) flankiert.

Folgende Abbildung zeigt die **räumliche Abgrenzung des ZVB Rostocker Landweg**:

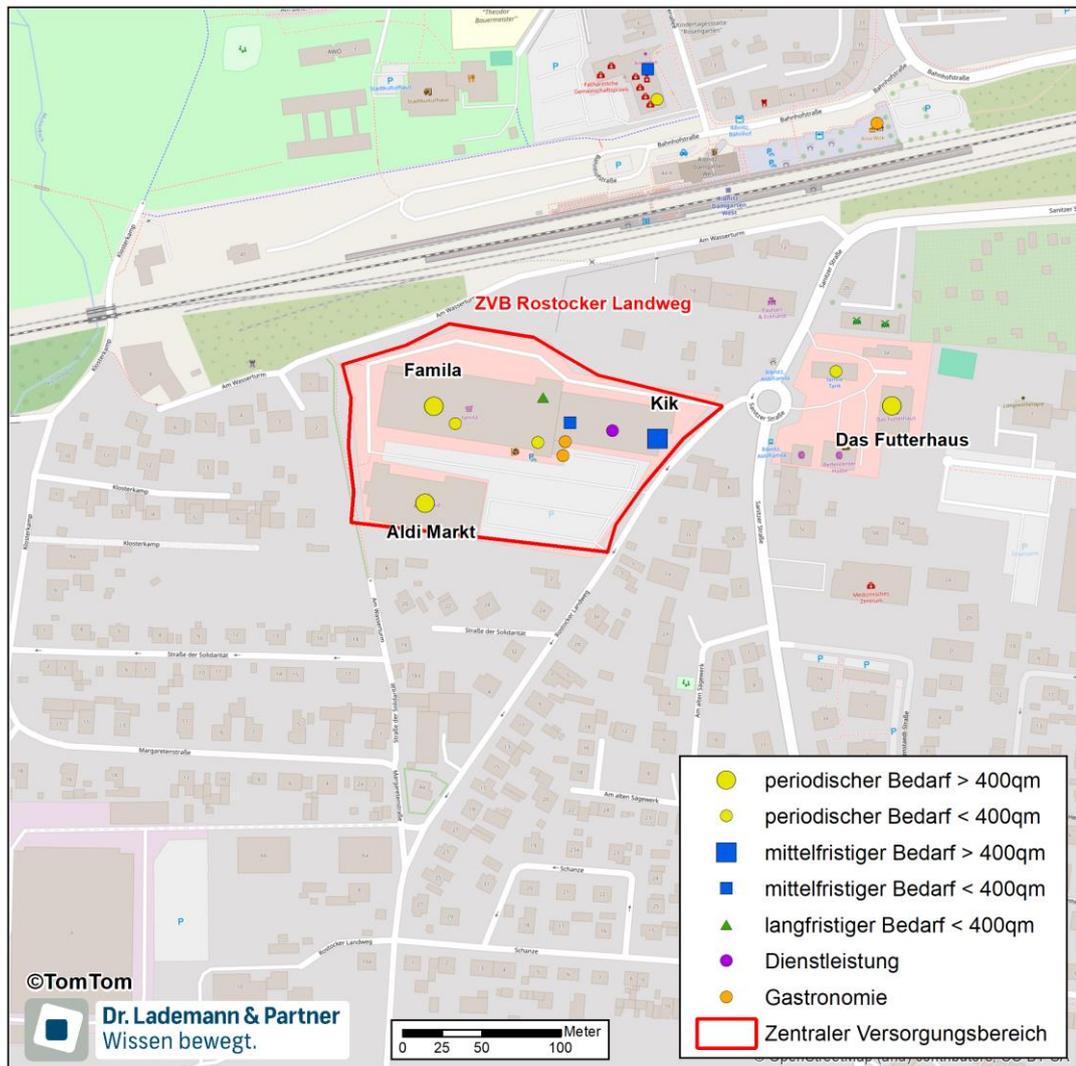


Abbildung 54: ZVB Rostocker Landweg

Gegenüber der Abgrenzung für den ZVB Rostocker Landweg aus dem Einzelhandelskonzept von 2013 wurde keine Veränderung vorgenommen.

Der zentrale Versorgungsbereich Rostocker Landweg übernimmt eine wichtige Versorgungsfunktion für das südliche Stadtgebiet von Ribnitz-Damgarten und trägt mit seiner Angebotsstruktur zudem zur Wahrnehmung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Ribnitz-Damgarten bei.

## 7.3 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Ribnitz-Damgartener Liste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der **Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente** zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

**Zentrenrelevante Sortimente** zeichnen sich vor allem dadurch aus, dass sie häufig im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen nachgefragt werden, für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind, als Frequenzbringer gelten oder einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind. Dabei handelt es sich vor allem um kleinteilige Güter, die problemlos ohne Pkw abtransportiert werden können. **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind als Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente zu sehen, die die wohnungsnah Grundversorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen bzw. kurzfristigen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren, Arzneimittel etc.) sicherstellen. **Nicht-zentrenrelevante Sortimente** sind hingegen vor allem dadurch gekennzeichnet, dass sie die zentralen Standorte nicht prägen, einen hohen Flächenbedarf haben, nicht problemlos ohne Auto abtransportiert werden können (sperrige Güter) und eine geringe Flächenproduktivität aufweisen, wodurch eine eingeschränkte Mietzahlungsbereitschaft resultiert.

Im LEP MV 2016 (Abbildung 21) ist eine Liste von Sortimenten enthalten, die in der Regel als zentrenrelevant in Mecklenburg-Vorpommern gelten. In der Begründung zu Kapitel 4.3.2 *Einzelhandelsgroßprojekte* wird hierzu folgendes festgehalten:

*„Es ist Aufgabe der Kommunen, die „Zentrenrelevanz“ auf Basis ihrer örtlichen Einzelhandelssituation in Verbindung mit ihren stadtspezifischen Zielvorstellungen im Rahmen der Erarbeitung der Einzelhandels- und Zentrenkonzepte zu bestimmen. Die Auswertung zahlreicher kommunaler Einzelhandelskonzepte im Land hat gezeigt, dass sich die Sortimentslisten der Kommunen nur unwesentlich voneinander unterscheiden. Vor diesem Hintergrund werden die in Abbildung 21 (S. 55) aufgeführten Sortimente als zentrenrelevante*

*Kernsortimente in Mecklenburg-Vorpommern festgelegt. [...] **Die im Rahmen der Einzelhandelskonzepte festgelegten ortstypischen Sortimentslisten der Kommunen ergänzen und / oder spezifizieren die Landesliste.***“

Welche Sortimente in der jeweiligen örtlichen Situation zentrenrelevant sind, bedarf somit einer Betrachtung im Einzelfall und daran anknüpfend einer näheren Konkretisierung durch die planende Gemeinde.

Die Einstufung der Sortimente erfolgte durch Dr. Lademann & Partner v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets. Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele der Stadtentwicklung und Stadtplanung mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind.

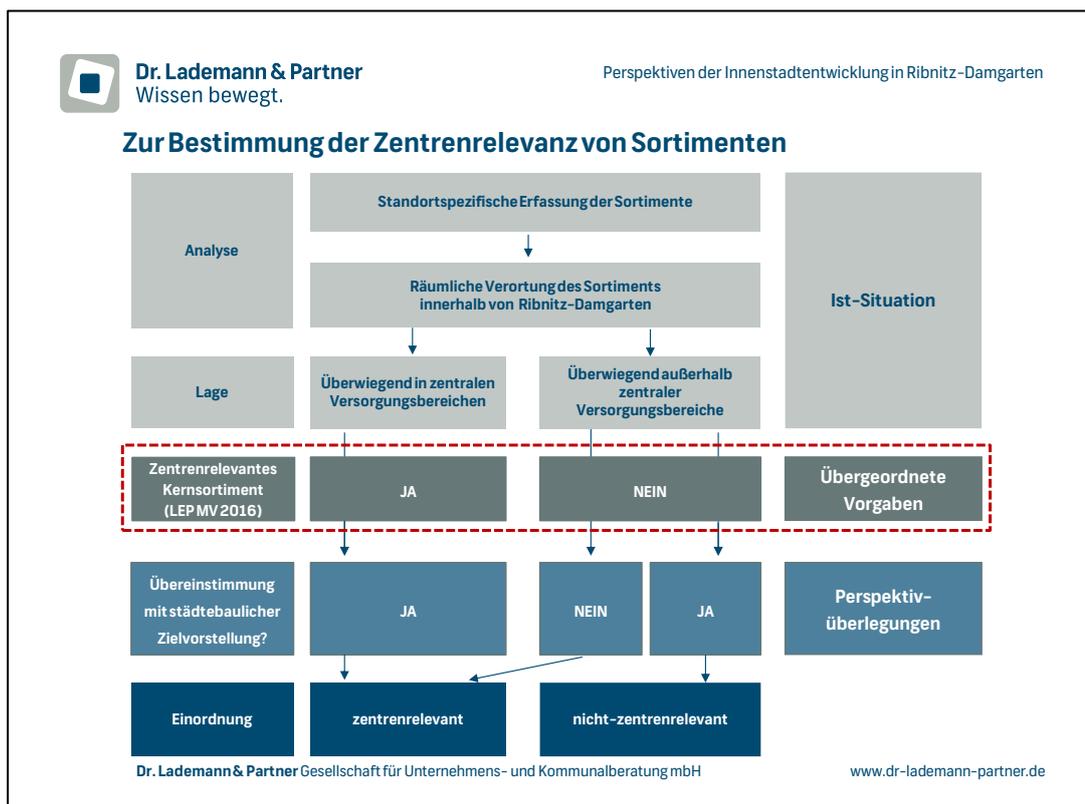


Abbildung 55: Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten

Bezugnehmend auf die Sortimentsliste für die Stadt Ribnitz-Damgarten ist es Aufgabe der Bauleitplanung,

- an gewünschten Standorten (z.B. zentrale Versorgungsbereiche, Nahversorgungsstandorte) die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Vorhaben zu ermöglichen,
- bei Bestandsagglomerationen und sonstigen steuerungsbedürftigen Standortlagen über die Ausweisung/Anpassung der Festsetzungen in Bebauungsplänen hinzuwirken sowie
- an nicht erwünschten Standorten den Einzelhandels-Ausschluss voranzutreiben.

Die Gliederung der einzelnen Sortimente wurde im Sinne der Klassifikation der Wirtschaftszweige (WZ) aus dem Jahr 2008 vorgenommen<sup>44</sup>.

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung:

#### Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Ribnitz-Damgartener Sortimentsliste")

##### nahversorgungsrelevant\*

Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tee, Tabakwaren, Reformwaren)

Back- und Konditoreiwaren

Fleisch- und Metzgereiwaren

Getränke

Drogerie-, Parfümerie, Kosmetikartikel

Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel

Pharmazeutika

Schnittblumen/ Floristik

Zeitungen, Zeitschriften

##### zentrenrelevant

Antiquitäten/Kunst (keine Möbel)

Baby- und Kinderartikel (Kleinartikel)

Bastel- und Hobbyartikel

Bekleidung (z.B. Damen- und Herrenbekleidung, Berufsbekleidung,

Shapeware, Bademoden, Wäsche, Strümpfe)

Bücher

Computer und Zubehör, Software,

Telekommunikationsgeräte, Mobilfunkgeräte und Zubehör

<sup>44</sup> Sie berücksichtigt die Vorgaben der statistischen Systematik der Wirtschaftszweige in der Europäischen Gemeinschaft, die mit der Verordnung Nummer 1893/2006 des Europäischen Parlaments und des Rates vom 20. Dezember 2006 veröffentlicht wurde. Die Zustimmung der Europäischen Kommission gemäß Artikel 4, Absatz 3, der oben genannte Verordnung liegt vor.

Dekoartikel, Wohnaccessoires
Elektrokleingeräte/Kleinteilige Elektrowaren (z.B. Toaster, Kaffeemaschinen, Bügeleisen)
Fahrräder und Zubehör
Foto, Film
Geschenkartikel, Souvenirs
Glas, Porzellan, Keramik
Hausrat, Haushaltswaren
Haus- und Heimtextilien (z.B. Haus-, Bett- und Tischwäsche), Gardinen und Zubehör
Kleinteilige Campingartikel (z.B. kleinere Campingausrüstung, Kocher)
Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen
Kurzwaren, Handarbeitsware, Wolle, Nähzubehör, (Deko-)Stoffe, Meterware, Teppiche (Stapelware)
Lampen/Leuchten, Leuchtmittel
Lederwaren, Schuhe, Taschen, Koffer, Schirme
Musikalien, Musikinstrumente und Zubehör
Optik, Augenoptik, Hörgeräte
Papier, Schreibwaren, Büroartikel
Sanitätswaren (z.B. Medizinische und Orthopädische Artikel)
Spielwaren
(Kleinteilige) Sportartikel und -geräte (z.B. Hanteln, Fußballer)
Sportbekleidung, Sportschuhe
Uhren, Schmuck
Unterhaltungselektronik (TV, Video, HiFi, Spielkonsolen, Ton- und Datenträger) und Zubehör
Wohn- und Einrichtungsbedarf (ohne Möbel)

### nicht-zentrenrelevant

Antiquitäten/Kunst (Möbel)

Baby- und Kinderartikel (Großartikel wie Kinderwagen, -möbel, -sitze)

Bau- und Heimwerkerbedarf

Bauelemente, Baustoffe, Baumarktmaterial

Bettwaren, Matratzen, Lattenroste

Bodenbeläge (inkl. Teppichrollen), Fliesen

Brennstoffe, Eisenwaren, Maschinen, Werkzeuge, Beschläge,  
Schlösser, Mineralölerzeugnisse, Motorenkraftstoffe

Büromaschinen

Campingartikel und -möbel, Outdoorartikel

Erotikartikel

Farben, Lacke

Gartenmöbel, Gartenhäuser, Gartengeräte, Gartenbedarf (z.B. Erde,  
Torf), Pflanzen und Sämereien inkl. Zubehör (z.B. Blumentöpfe)

Großteilige Elektrowaren (z.B. Kühl- und Gefrierschränke,  
Waschmaschinen, Geschirrspülmaschinen, Staubsauger),  
weiße Ware, Haushaltselektronik,

Elektroinstallationsmaterial

Heizungen, Kamine und Kachelöfen

Kfz, Caravan und Motorrad inkl. Zubehör

Möbel (inkl. Küchen-, Bad-, Sanitär- und Büromöbel)

Rollläden und Markisen Fenster, Gitter, Türen, Zäune

Sanitärbedarf

Sportgroßgeräte, Boote, Freizeitgeräte

Tapeten

Waffen, Angler-, Reit- und Jagdbedarf

(ohne Bekleidung im Hauptsortiment)

Zoologischer Bedarf

Weitere Haustechnik (z.B. Klimageräte und Lüftung)

Quelle: Dr. Lademann & Partner. \*nahversorgungsrelevante Sortimente sind zugleich auch zentrenrelevant.  
Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

**Tabelle 16: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Ribnitz-Damgartener Liste“)**

## 7.4 Ziele und Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung in Ribnitz-Damgarten

Wie bereits in den Vorgängerkonzepten festgeschrieben, verfolgt die Stadt Ribnitz-Damgarten mit dem vorliegenden Konzept die Sicherung und Stärkung folgender **übergeordneter Ziele**:

1. Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion;
2. Sicherung und Stärkung der Funktionsfähigkeit der Innenstädte von Ribnitz und Damgarten;
3. Sicherung und Stärkung der verbrauchernahen Versorgung.

Um diese Ziele zu erreichen, sollen folgende **Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklung** in Ribnitz-Damgarten als Orientierungsrahmen fungieren:

- **Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten** mit mehr als 200 qm Verkaufsfläche sollten nur in den beiden Innenstädten von Ribnitz und Damgarten realisiert werden.
- **Neuansiedlungen und Erweiterungen von Bestandsbetrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel, die die Grenze der Großflächigkeit von 800 qm Verkaufsfläche überschreiten**, sollten nur in den zentralen Versorgungsbereichen sowie an integrierten Nahversorgungslagen mit konkretem Wohngebietsbezug realisiert werden.
- Darüber hinaus sollte eine konsequente **restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen** erfolgen, um einen Kaufkraftabzug aus den integrierten Zentren- und Nahversorgungslagen zu verhindern, sofern es sich dabei nicht um Vorhaben handeln sollte, die aufgrund der Flächenanforderungen bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nachweislich in den o.g. Standortlagen nicht integrierbar sind.

## 7.5 Bewertung der Planvorhaben in der Stadt Ribnitz-Damgarten

Nach aktuellem Stand gibt es folgende einzelhandelsrelevanten Planvorhaben in der Stadt Ribnitz-Damgarten:

- Als gesichertes Planvorhaben in der Stadt Ribnitz-Damgarten ist die **Ansiedlung des Penny-Lebensmitteldiscounters** an der Rostocker Straße

aufzuführen. Der Markt soll eine prospektive Verkaufsfläche von rd. 1.000 qm inklusive Bäckerei haben. Die Zu- und Abfahrt erfolgt über die Wortlandstraße. Der Standort befindet sich im westlichen Siedlungsbereich von Ribnitz und ist in sein direktes Wohnumfeld eingebettet.

**Das Vorhaben wurde von der Stadt positiv begleitet. Penny hat im Dezember 2024 seine Filiale an der Rostocker Straße eröffnet. Im Sinne einer möglichst flächendeckenden und wohnortnahen Grundversorgung ist das Vorhaben zu begrüßen.**

- Darüber hinaus strebt auch der **Norma-Lebensmitteldiscounter an der Damgartener Chaussee eine Verlagerung inkl. Erweiterung** seiner Verkaufsfläche an. Die Planungen sehen dabei eine Verlagerung des Marktes von seinem derzeitig rückwärtigen Standort in zweiter Reihe direkt an die Damgartener Chaussee vor. Die angestrebte Verkaufsfläche soll sich dabei zukünftig auf rd. 1.100 qm belaufen.

**Da es sich bei dem Vorhaben um einen etablierten Lebensmittelmarkt handelt, empfehlen Dr. Lademann & Partner im Sinne des Einzelhandelskonzepts die zukunftsfähige Aufstellung des Norma positiv zu begleiten. Dennoch bedarf das Vorhaben noch einer gesonderten Prüfung hinsichtlich der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit.**

- Auch der **Aldi-Lebensmitteldiscounter in Damgarten (An der Mühle 7) strebt eine Erweiterung seiner Verkaufsfläche an.** Wie in Kapitel 6.3 (Nahversorgungssituation in Ribnitz-Damgarten) aufgeführt, verfügt dieser aufgrund seiner Gewerbegebiets- bzw. nicht integrierten Lage über ein sehr geringes fußläufiges Nachfragepotenzial (lediglich 280 Einwohner im 1.000m Umfeld<sup>45</sup>). Neben dem fehlenden Wohngebietsbezug muss zudem die Nähe zum ZVB Innenstadt Damgarten (lediglich rd. 1 km entfernt) kritisch angeführt werden. Dieser weist ohnehin schon eine labile Funktionsfähigkeit auf, welche durch ein vorhabeninduziertes Wegbrechen des dort ansässigen Netto-Markts (einziger Frequenzbringer innerhalb des ZVBs) vollends verloren gehen würde. Höchste Priorität sollte daher die Sicherung des Netto-Markts innerhalb des ZVB Innenstadt Damgarten haben. Zudem sollte generell dafür Sorge getragen werden, dass keine weiteren Umsätze des Netto zu Gunsten von Märkten in nicht-integrierter Lage abgezogen werden. **Folglich wird das Erweiterungsvorhaben den Zielen und**

---

<sup>45</sup> Nahezu vollständige Überschneidung der Einwohnerpotenziale mit dem Netto-Markt im ZVB Innenstadt Damgarten.

**Leitlinien der künftigen Einzelhandelsentwicklungen in Ribnitz-Damgarten nicht gerecht.** Das Vorhaben sollte daher nicht weiter verfolgt werden.

- Ein weitere Idee besteht mit der **Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters im Ortsteil Klockenhagen** (gut 600 Einwohner). Das Vorhabengrundstück befindet sich im Kreuzungsbereich Bäderstraße (L21) und Mecklenburger Straße (L 22). Das Planvorhaben ist noch nicht weit fortgeschritten, sollte dennoch im Rahmen des Einzelhandelskonzepts bewertet werden.

**Mit Blick auf die quantitativ als auch qualitativ umfassende Versorgungsstruktur in der Stadt Ribnitz-Damgarten (80% der Einwohner verfügen fußläufig über einen Nahversorger) sowie der geringen Mantelbevölkerung im Umfeld des Standorts (nur für einen Teil der Bewohner von Klockenhagen ist der Standort fußläufig erreichbar) wird das Vorhaben nicht empfohlen.** Zudem kann davon ausgegangen werden, dass das Vorhaben in erheblichem Maße Kaufkraft aus anderen Stadtgebieten abzieht und weitgehend in die Verdrängung gegen die etablierten Nahversorgungslagen gehen wird. Dementsprechend überwiegen insgesamt die Nachteile einer Ansiedlung gegenüber einem Gewinn für einen Teil der Bewohner in Klockenhagen. Das Vorhaben sollte daher nicht weiter verfolgt werden.

- Auch im Bereich der Gastronomie besteht mit dem **Ansiedlungsgesuch von McDonalds** ein Planvorhaben. Der anvisierte Standort befindet sich im Kreuzungsbereich L 22 / K1 und somit in Gewerbegebietslage außerhalb der Kernstadt von Ribnitz-Damgarten.

**Wie die Bestandsanalyse im Bereich Gastronomie aufgezeigt hat, fehlt ein Betriebstyp aus dem Bereich Quickservice derzeit in der gastronomischen Landschaft von Ribnitz-Damgarten. Aus Sicht von Dr. Lademann & Partner ist dem Vorhaben aus versorgungsstruktureller Perspektive somit nichts entgegenzuhalten.** Da es kaum vergleichbare Angebote in der Innenstadt gibt, würde die Ansiedlung von McDonalds auch keine negativen Auswirkungen auf die Innenstadt haben. Angesichts der verkehrsorientierten Lage zielt McDonalds ohnehin in starkem Maße auf den Durchgangsverkehr ab. Das Format McDonalds erscheint auch nicht unbedingt dazu geeignet, die Attraktivität bzw. die gastronomische Qualität der Innenstadt zu heben, weshalb ein Verweis auf einen Innenstadtstandort nicht sachdienlich ist, zumal sich hierfür voraussichtlich auch kein

Flächenpotenzial ergibt und die Ansiedlung in der Innenstadt mit einem erheblichen zusätzlichen Verkehrsaufkommen verbunden wäre.

# 8 Entwicklungskonzept für die Hauptgeschäftsbereiche von Ribnitz und Damgarten

## 8.1 Antriebskräfte für die Entwicklung der Hauptgeschäftsbereiche von Ribnitz und Damgarten

Für die weitere Entwicklung der Innenstädte von Ribnitz und Damgarten ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven die Stadt Ribnitz-Damgarten insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte für die Weiterentwicklung der beiden Handelsstandorte sind in erster Linie

- **Wachstumskräfte** (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung und Betriebstypendynamik, Tourismusbedeutung/-entwicklung);
- **Defizitfaktoren** (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Ribnitz-Damgarten heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die **Einwohnerzahlen** werden sich in den kommenden Jahren positiv entwickeln und somit positive Impulse für die Einzelhandelsentwicklung induzieren. Die **demografische Entwicklung** bewirkt zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split (mit allen Verkehrsmitteln) gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der **Kaufkraftentwicklung** bzw. der Entwicklung der im Bundesvergleich unterdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine signifikanten Impulse für die örtliche Einzelhandelsentwicklung ausgehen.
- Die **Betriebstypendynamik** ist auch für Ribnitz-Damgarten zu beobachten: so ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen

zu Gunsten der Großflächen<sup>46</sup> auch hier Verkaufsflächenpotenziale entstehen.

- Die Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten verfügt aufgrund seiner naturräumlichen Lage sowie der Nähe zur Urlaubsregion Fischland-Darß-Zingst über starke **touristische Verflechtungen**, von welchen bereits heute die Wirtschaft in der gesamten Stadt profitieren kann. Zukünftig ist insbesondere mit dem touristischen Großprojekt auf der Halbinsel Pütznitz von einer erheblichen Steigerung der touristischen Bedeutung und Nachfrage auszugehen, welche sich wiederum auf die gesamte Wirtschaft in Ribnitz-Damgarten positiv auswirken wird.
- Die **Einzelhandelszentralität** bewegt sich insgesamt mit rd. 119 % für ein Mittelzentrum mit Tourismusbedeutung auf einem noch leicht steigerungsfähigen Niveau. Wenngleich in einigen Sortimenten hohen Zentralitätswerte erreicht werden, bestehen in vereinzelt Sortimentsbereichen (insbesondere Spielwaren, Sportbedarf, Elektrobedarf) erhebliche Nachfrageabflüsse bzw. Zentralitätsdefizite. Es besteht somit die Chance, durch einen Ausbau des Angebots, die Nachfrage noch stärker an den Einzelhandelsstandort zu binden, gleichwohl ein größerer Teil der Abflüsse aufgrund der Nähe zu den starken Oberzentren Rostock und Stralsund sowie des Online-Handels nicht rückholbar sind.
- Die **Flächenausstattung** liegt mit rd. 2.200 qm je 1.000 Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt und in einigen Branchen auch im Mittelzentrenvergleich auf einem hohen Niveau (periodischer Bedarf, Bekleidung/Schuhe/ Lederwaren). Angesichts der mittelzentralen Versorgungsfunktion für das ländlich geprägte Umland und der Tourismuspotenziale lassen sich für einige Branchen (v.a. sonstige Hartwaren, Möbel/Haus- und Heimtextilien) aber dennoch noch weitere Verkaufsflächenpotenziale ableiten.
- Darüber hinaus sind einige wenige **strukturelle Defizite** in Ribnitz-Damgarten feststellbar: der noch steigerungsfähige Verkaufsflächenanteil in den beiden Innenstädten sowie Angebotsdefizite in einigen Zentren (u.a. Fehlen eines Drogeriemarkts in der Innenstadt von Ribnitz).
- Zum Teil sind **räumliche Versorgungslücken** in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch voraussichtlich aufgrund der fehlenden Tragfähigkeitspotenziale nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal zu erwähnen, dass im Zuge des **demografischen Wandels** und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt, sodass vorrangig die bestehenden Betriebe zu stärken und zu sichern sind.

---

<sup>46</sup> Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe des periodischen Bedarfs (auch der im Bestand) um etwa 0,3 % p.a. steigen wird.

- Auch im Bereich der **Gastronomie** konnten Angebotslücken in beiden Innenstädten identifiziert werden. Hinzu kommt ein Ausbau an Plätzen für die Außengastronomie.

Die Ausprägung der Wachstumskräfte und Defizitfaktoren bildet die Grundlage für die anschließende Szenarientwicklung für die Innenstädte von Ribnitz und Damgarten.

## 8.2 Entwicklungspotenziale in den unterschiedlichen Szenarien

Auf Basis der allgemeinen Grundannahmen erfolgt in einem weiteren Schritt die Konzeption von zwei verschiedenen Entwicklungsszenarien<sup>47</sup>. Während ein Großteil der Wachstumskräfte und Defizitfaktoren als fixe Annahmen zu Grunde gelegt werden können (u.a. Bevölkerung- und Kaufkraftentwicklung; Dynamik des Onlinehandels), besteht mit Blick auf die zukünftige Entwicklung in Pütnitz eine entscheidende Variable, welche von Seiten der Stadt Ribnitz-Damgarten ein Stück weit mit beeinflusst werden kann.

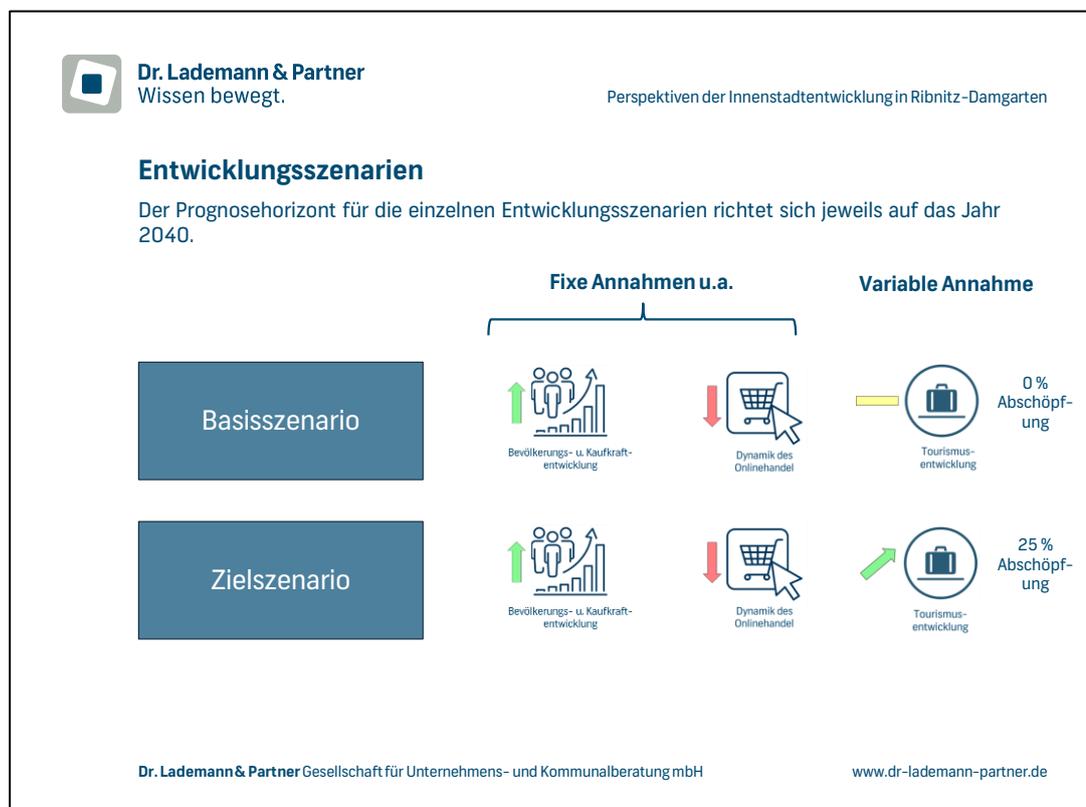


Abbildung 56: Annahmen für die Entwicklung der einzelnen Szenarien

Als variable Annahme für die beiden Szenarien fungiert daher die **Abschöpfung des zukünftigen touristischen Nachfragepotenzials durch die Entwicklung der Halbinsel Pütnitz**. Für das Basisszenario wird unterstellt, dass weder die Innenstadt von Damgarten noch von Ribnitz von den zusätzlichen Tourismuspotenzialen profitieren können und stattdessen auf die Versorgung der eigenen Bevölkerung bzw. des Verflechtungsbereichs sowie das heute schon

<sup>47</sup> Ein drittes Szenario, welches eine noch höhere Abschöpfung der touristischen Nachfrage vorgesehen hatte, wurde in Rücksprache mit den Teilnehmern der Steuerungsround als unrealistisch eingestuft und daher verworfen.

abgeschöpfte Tourismuspotezial ausgerichtet ist. Im Zielszenario wird eine Abschöpfung der touristischen Nachfrage auf Pütnitz von 25 % unterstellt. Mit anderen Worten: Jeder Besucher des Bernsteinresorts kommt im Durchschnitt während seines Aufenthalts einmal in die Innenstadt von Ribnitz und/ oder Damgarten<sup>48</sup>. Der Prognosehorizont für die einzelnen Entwicklungsszenarien richtet sich jeweils auf das Jahr 2040.

Unter Berücksichtigung der in Kapitel 8.1 aufgeführten Faktoren sowie der unterschiedlichen Abschöpfungsquote der zukünftigen touristischen Nachfrage durch die Entwicklung auf Pütnitz in den einzelnen Szenarien, ergibt sich in der Stadt Ribnitz-Damgarten nachfolgender **Expansionsrahmen für den Einzelhandel sowie die Gastronomie**:

Für das **Basisszenario** beläuft sich das Expansionspotenzial **im Einzelhandel** bis 2040 auf bis zu 6.000 qm zusätzliche Verkaufsfläche. Davon resultieren rd. 2.400 qm aus dem wachstumsinduzierten Flächenzuwachs (v.a. bedingt durch die Einwohnerzuwächse) und weitere bis zu rd. 3.600 qm aus einer unterstellten Erhöhung der Kaufkraftbindung im Marktgebiet.

Davon abzuziehen sind etwa 1.000 qm, da der Penny-Markt in der Rostocker Straße unterdessen eröffnet hat. **Der Netto-Expansionsrahmen bewegt sich somit in der Spitze bei rd. 5.000 qm.**

<b>Expansionsrahmen für den Einzelhandel der Stadt Ribnitz-Damgarten</b>					
Basisszenario = bis zu knapp 6.100 qm zusätzliche Verkaufsfläche					
Fixe Annahmen					
Branchen	IST-VK2024	wachstumsinduzierter Fl.-zuwachs*	Fl.-zuwachs Bindung/Abschöpfung in Marktgebiet	Fl.-zuwachs Expansion Pütnitz Basisszenario	Gesamt WK-zuwachs bis 2040 in qm VK
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	<b>14.510</b>	<b>1.473</b>	<b>679</b>	-	<b>2.152</b>
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	<b>9.130</b>	<b>428</b>	<b>1.066</b>	-	<b>1.494</b>
Bekleidung/Wäsche	4.890	229	-641	-	-412
Schuhe, Lederwaren	1.380	65	-135	-	-70
Spielwaren, Hobbybedarf	250	12	411	-	423
Sportbedarf, Camping	310	15	396	-	411
Bücher/Zeitung, Schreibwaren	760	36	214	-	250
Hausrat, GPK	1.540	72	820	-	893
<b>Langfristiger Bedarf</b>	<b>11.490</b>	<b>538</b>	<b>1.886</b>	-	<b>2.425</b>
Optik	340	16	68	-	52
Schmuck, Uhren	190	9	10	-	19
Elektrobedarf	740	35	643	-	678
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	890	42	196	-	238
Möbel	1.800	84	492	-	576
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	7.530	353	612	-	965
<b>Gesamt</b>	<b>35.130</b>	<b>2.439</b>	<b>3.632</b>	-	<b>6.071</b>

\* Einbezogen wurden hier branchenbezogene Wachstumsfaktoren, Bevölkerungszuwachs, Flächenzuwachs durch Betriebsstypenwachstum

Abbildung 57: Expansionsrahmen für den Einzelhandel der Stadt Ribnitz-Damgarten (Basisszenario)

<sup>48</sup> Laut Machbarkeitsanalyse (PRO|FUND 12/2020) beträgt die durchschnittliche Aufenthaltsdauer der Besucher im Bernsteinresort etwa 4,2 Tage.

Wie der Übersicht entnommen werden kann, fällt das Expansionspotenzial in einigen Segmenten negativ aus (z.B. Bekleidung/Wäsche). Dies hängt mit der Annahme einer weiteren Verschiebung von Kaufkraft vom stationären Einzelhandel in den Online-Handel zusammen und wirkt sich insbesondere bei denjenigen Sortimenten stark aus, die eine erhöhte Onlineaffinität haben. Ohne zusätzliche Impulse aus dem Tourismuspotenzial des Bernsteinresorts wird es somit in einigen Segmenten zu Angebotsrückgängen kommen – trotz steigender Einwohnerzahlen, die die Kaufkraftabwanderung ins Internet nicht kompensieren können.

Für das **Zielzenario** beläuft sich das Expansionspotenzial im **Einzelhandel** bis 2040 auf bis zu 7.500 qm zusätzliche Verkaufsfläche. Davon resultieren rd. 2.400 qm aus dem wachstumsinduzierten Flächenzuwachs (v.a. bedingt durch die Einwohnerzuwächse). Weitere bis zu rd. 3.600 qm generieren sich aus einer unterstellten Erhöhung der Kaufkraftbindung im Marktgebiet sowie weitere rd. 1.500 qm aus der Abschöpfung der touristischen Nachfragepotenziale auf Pütznitz.<sup>49</sup> Auch in diesem Szenario ist der Penny-Markt in der Rostocker Straße mit seinen rd. 1.000 qm Verkaufsfläche abzuziehen, **so dass sich der Netto-Expansionsrahmen in der Spitze bei bis zu 6.500 qm bewegt.**

**Expansionsrahmen für den Einzelhandel der Stadt Ribnitz-Damgarten**  
Zielszenario = bis zu knapp 7.600 qm zusätzliche Verkaufsfläche

Fixe Annahmen

Branchen	IST-VK2024	wachstums-induzierter Fl.-zuwachs*	Fl.-zuwachs Bindung/Abschöpfung in Marktgebiet	Fl.-zuwachs ExpansionPütznitz Mittleres Szenario	Gesamt VK-Zuwachs bis 2040 in qm VK
<b>Kurzfristiger Bedarf</b>	14.510	1.473	679	398	2.550
<b>Mittelfristiger Bedarf</b>	9.130	428	1.066	1.032	2.526
Bekleidung/Wäsche	4.890	229	-641	278	-134
Schuhe, Lederwaren	1.380	65	-135	255	185
Spielwaren, Hobbybedarf	250	12	411	122	545
Sportbedarf, Camping	310	15	396	90	501
Bücher/Zeitschriften, Schreibwaren	760	36	214	73	323
Hausrat, GPK	1.540	72	820	214	1.107
<b>Langfristiger Bedarf</b>	11.490	538	1.886	47	2.472
Optik	340	16	-	33	19
Schmuck, Uhren	190	9	10	14	33
Elektrobedarf	740	35	643	-	678
Haus- und Heimtextilien und Einrichtungszubehör	890	42	196	-	238
Möbel	1.800	84	492	-	576
Bau- und Gartenbedarf/Kfz-Zubehör/Tierbedarf	7.530	353	612	-	965
<b>Gesamt</b>	35.130	2.439	3.632	1.477	7.548

\* Einbezogen wurden hier: branchenbezogene Wachstumsfaktoren, Bevölkerungszuwachs, Flächenzuwachs durch Betriebstypenwachstum

**Abbildung 58: Expansionsrahmen für den Einzelhandel der Stadt Ribnitz-Damgarten (Zielszenario)**

Ein Szenario mit einer noch höheren touristischen Abschöpfung (jeder Besucher des Bernsteinresorts kommt im Laufe seines Aufenthalts zweimal in die Innenstadt) wurde als unrealistisch verworfen, da zu bedenken ist, dass der

<sup>49</sup> Für einige Sortimente leiten sich aus dem Tourismuspotenzial keine zusätzlichen Verkaufsflächenpotenziale ab, da diese für Touristen kaum relevant sind (z.B. Möbel).

Center Park auch selbst Angebote vorhalten wird, um die Besucher innerhalb der eigenen „Konsumwelten“ zu halten.

Für die **Gastronomie** kann bis 2024 insgesamt von einem tragfähigen Flächen-  
volumen zwischen 4.300 und 4.700 qm ausgegangen werden. Aktuell sind da-  
von etwa 2.400 qm in Betrieb, woraus ein zusätzliches Flächenpotenzial von  
etwa 2.000 qm resultiert (Basisszenario). Für das Zielszenario kann von weite-  
ren rd. 2.000 qm ausgegangen werden, die ausschließlich aus der Abschöpfung  
des Tourismuspotezials auf Pütznitz resultieren.

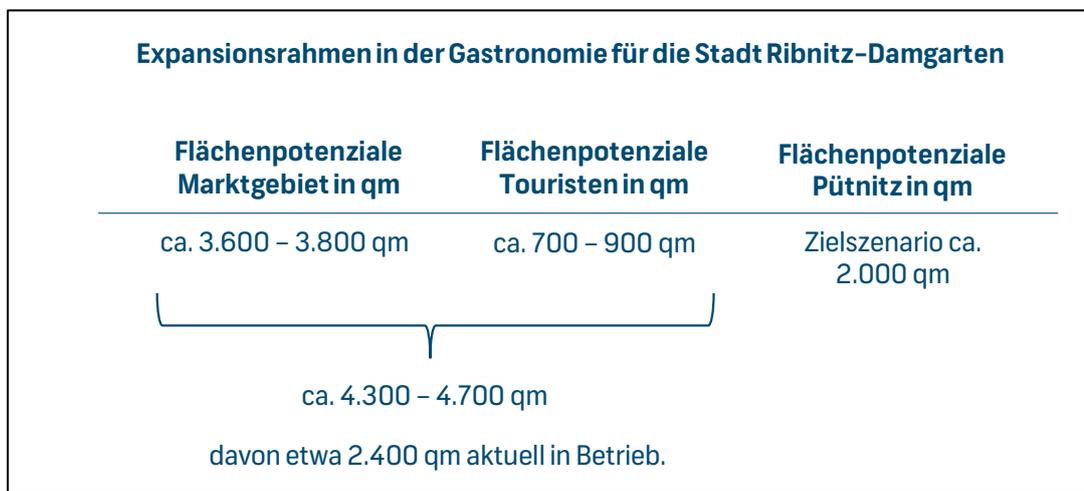


Abbildung 59: Expansionsrahmen für die Gastronomie der Stadt Ribnitz-Damgarten

## 8.3 Ideenkonzeption für die Entwicklung der Hauptgeschäftsbereiche von Ribnitz und Damgarten in zwei Varianten

Aufbauend auf den ermittelten Potenzialen wurden für die einzelnen Varianten Ideen für die Weiterentwicklung der Hauptgeschäftsbereiche von Ribnitz und Damgarten konzipiert.

### 8.3.1 Ideenkonzeption für die Innenstadt von Ribnitz

#### Basisszenario

Die Innenstadt von Ribnitz wird in erster Linie auf die Bedürfnisse der eigenen Bevölkerung und der Bewohner im ausgewiesenen Umland-Verflechtungsbe- reich ausgerichtet. Zusätzliche touristische Nachfragepotenziale durch die Ent- wicklung des Bernsteinresorts auf der Halbinsel Pütnitz bleiben weitgehend unberücksichtigt. Ohne diese touristischen Zusatzeffekte wird der Geschäfts- besatz schrumpfen, da die Kaufkraftverschiebungen in den Online-Handel so- wie die Nachfolgeproblematik vieler kleiner Einzelhändler nicht kompensiert werden können.



Abbildung 60: Ideenkonzeption für die Innenstadt von Ribnitz (Basisszenario)

Erforderlich ist daher eine räumliche Konzentration der publikumsintensiven Nutzungen auf den östlichen Teilbereich der Lange Straße/Am Markt. Zudem gilt es die Wegeführung über Rewe/Stolz bis hin zum Netto-Standort zu attraktivieren und hier die Ansiedlung eines Drogeriemarkts<sup>50</sup> zu forcieren und das nahversorgungsrelevante Angebot weiter zu qualifizieren.

Mit dem Bernstein Museum sowie dem Hafen bestehen bereits heute touristische Highlights. Auch der Uferbereich am Ribnitz See und die Klosterwiese werden weiterhin als Freizeit- und Naherholungsstandorte wahrgenommen und sollten dementsprechend weiter attraktiviert werden. Hinsichtlich der Gastronomie bieten der Hafen als auch der Marktplatz attraktive Standorte. Hier werden derzeit die Restaurants „Ribnitzer Fischhafen“, „Paganini“ sowie „Akropolis“ betrieben. Diese Schwerpunkte gilt es auch zukünftig zu stärken bzw. zu halten. Gleiches gilt für die medizinische Versorgung im Bereich des Bahnhofs als auch der kulturellen Angebote (Stadtkulturhaus).

### Zielszenario

Dieses Szenario zielt darauf ab, dass jeder Besucher des Bernsteinresorts im Durchschnitt während seines Aufenthalts einmal in die Innenstadt von Ribnitz kommt, woraus sich zusätzliche Entwicklungsimpulse für die Innenstadt - v.a. in den Bereichen Einzelhandel, Gastronomie und Kultur/Freizeit ableiten lassen.

Das innerstädtische Angebot wird zwar in stärkerem Maße auf Touristen ausgerichtet, kommt damit aber auch den Bewohnern von Ribnitz-Damgarten und den raumordnerischen Verflechtungsbereichen zugute.

Die Lange Straße fungiert in diesem Szenario zwar weiterhin als Haupthandelsachse und wird Richtung Netto-Standort verlängert und an diesem östlichen Endpunkt durch einen Drogeriemarkt aufgewertet. Darüber hinaus wird aber noch eine neue Verbindungsachse vom Bernsteinmuseum über die Neue Klosterstraße und die Grüne Straße in Richtung Bodden etabliert und durch spezielle publikumsintensive Angebote bespielt. Die Achse verbindet das Bernsteinmuseum und diese Klosterwiesen mit dem Hafenbereich bzw. Wasser und ist somit auch für Touristen von besonderer Relevanz. Hierfür bedarf es noch eines touristischen „Highlights“ im Hafenbereich – z.B. eine Seebühne. Die neue Achse kreuzt die bestehende Haupteinkaufsachse Lange Straße im

---

<sup>50</sup> Angesichts der Flächenansprüche der Drogeriemärkte von mindestens 500 bis 600 qm Verkaufsfläche bieten sich in den Kernbereichen der Innenstadt keine Flächenpotenziale zur Ansiedlung einer Drogerie.

Bereich des Marktplatzes, so dass sich beide Achsen gegenseitig „befruchten“ und sich der Marktplatz noch mehr als heute zum Kristallisationspunkt der Innenstadt entwickelt mit entsprechenden Potenzialen für die Ansiedlung attraktiver Nutzungen.



Abbildung 61: Ideenkonzeption für die Innenstadt von Ribnitz (Zielszenario)

### 8.3.2 Ideenkonzeption für die Innenstadt von Damgarten

#### Basisszenario

Im Fokus steht die zukunftsfähige Absicherung der Grundversorgung für die Bewohner des Ortsteils Damgarten mit einem Basisangebot aus Handel, Gastronomie und Dienstleistungen. Touristen und Bewohner der anderen Ortsteile spielen als Nachfragegruppe kaum eine Rolle, zumal die geplante Umgehungsstraße überörtliche Verkehrs- und Kundenströme am Ortskern vorbeiführen wird.

Als gesamtstädtisches Zentrum fungiert die Innenstadt von Ribnitz. Eine flächendeckende Nachnutzung von Leerständen mit publikumsintensiven Nutzungen - insbesondere in der Stralsunder Straße - wird mangels Nachfrage und standortseitiger Restriktionen kaum zu realisieren sein. Hier gilt es das Wohnen

stärker in den Blick zu nehmen und entsprechende Umnutzungen zu forcieren. Zum Erhalt der Funktionsfähigkeit ist ein Mindestmaß an nahversorgungsrelevanten Nutzungen zu sichern – dies gilt insbesondere auch für den Netto-Markt. Im Kreuzungsbereich der Stralsunder Straße und der Barther Straße gilt es das kleinteilige Angebot räumlich zu konzentrieren, um Agglomerationseffekte zu erzeugen und einen attraktiven Ortskern-Mittelpunkt zu schaffen.

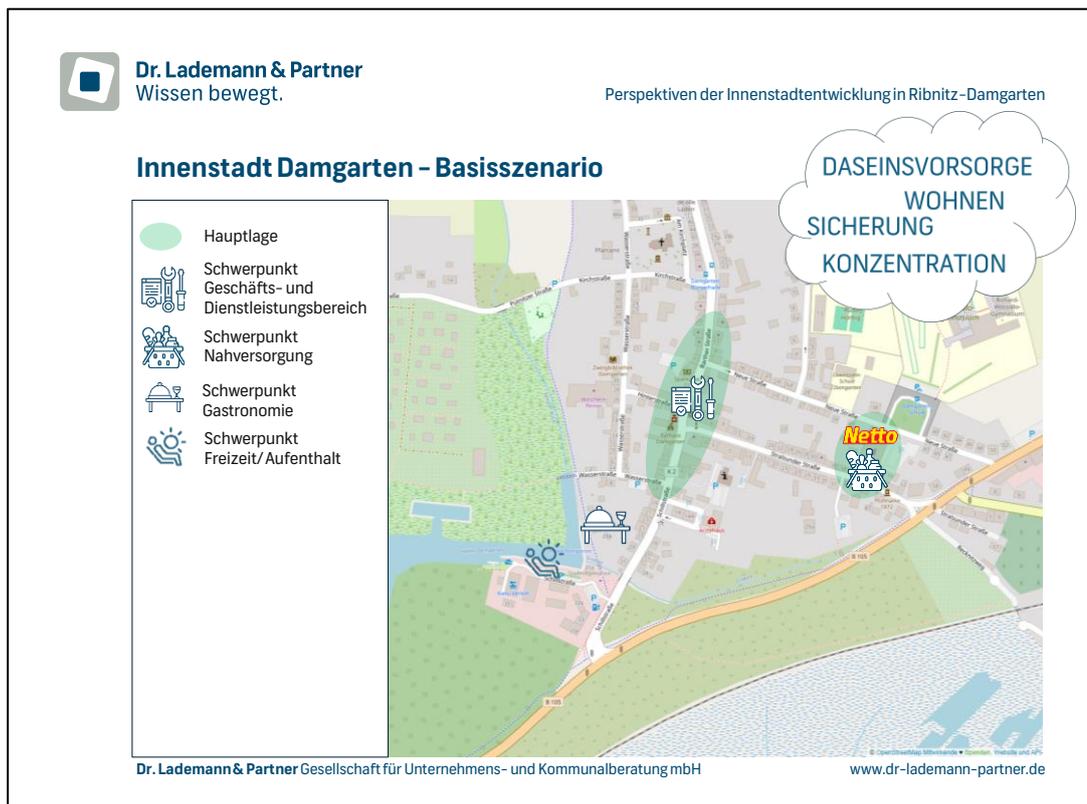


Abbildung 62: Ideenkonzeption für die Innenstadt von Damgarten (Basisszenario)

### Zielszenario

Dieses Szenario zielt auf eine zweipolige Ortskernstruktur ab. Dabei liegt der Fokus der Nutzungen im Bereich Barther Str. / Schillerstraße sowie rund um den Netto-Markt wie im Basisszenario auf der Absicherung der Grundversorgung für die ortsansässigen Bewohner und der Konzentration von kleinteiligen Nutzungen im Kreuzungsbereich Barther Straße / Stralsunder Straße.

Durch eine gestalterische Aufwertung und einen neuen/zusätzlichen Anker im Gastronomiesegment im Bereich des Hafens kann es gelingen, einen Teil der Besucherströme des Bernsteinresorts anzusprechen. Hier nehmen insbesondere der Radweg und auch der Wasserweg einen hohen Stellenwert ein. Der Hafen soll als attraktiver Ort zum Verweilen sowie als „Rastplatz“ profiliert werden, woraus sich zusätzliche Potenziale für publikumsintensive Nutzungen ergeben.



Abbildung 63: Ideenkonzeption für die Innenstadt von Damgarten (Zielszenario)

### 8.3.3 Bewertung der Entwicklungsszenarien

Für die vertiefende Erarbeitung von strategischen und konzeptionellen Ansätzen sowie Maßnahmenpakete zur Zielerreichung und Förderung des Nutzungsmixes in der Innenstadt von Ribnitz und Damgarten sollte von Seiten der Steuerungsrunde jeweils ein Szenario priorisiert werden.

Für die Entscheidungsfindung haben Dr. Lademann & Partner eine **Bewertungsmatrix** erarbeitet. Darauf aufbauend hat sich die Steuerungsrunde für die vertiefende Betrachtung des jeweiligen Zielszenarios entschieden.



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Ribnitz-Damgarten

**Bewertungsmatrix der Szenarien für die Innenstadt Ribnitz**

	Basisszenario	Zielszenario
Beitrag Einzelhandelszentralität	mittel	hoch
Sicherung der Grundversorgung	hoch	hoch
Stabilisierung der allg. Infrastruktur	mittel	mittel
Steigerung der Aufenthaltsqualität	gering	hoch
Wahrnehmung als Tourismusort	gering	hoch
Steigerung der Tagesbesucher	gering	mittel
Gewinnung von Neubürger	gering	mittel
Verkehrsaufkommen	gering	mittel
Schaffung von Arbeitsplätzen	gering	mittel
Marketingaufwand	gering	hoch
Veränderung des Stadtbildes	gering	mittel
Mehrwert für Bewohner	hoch	hoch

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

[www.dr-lademann-partner.de](http://www.dr-lademann-partner.de)

Abbildung 64: Bewertungsmatrix der Szenarien für die Innenstadt von Ribnitz



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Ribnitz-Damgarten

### Bewertungsmatrix der Szenarien für die Innenstadt von Damgarten

	Basisszenario	Zielszenario
Beitrag Einzelhandelszentralität	Keinen Effekt	keinen
Sicherung der Grundversorgung	Hoch	hoch
Stabilisierung der allg. Infrastruktur	Gering	gering
Steigerung der Aufenthaltsqualität	Gering	hoch
Wahrnehmung als Tourismusort	Keinen Effekt	hoch
Steigerung der Tagesbesucher	Keinen Effekt	hoch
Gewinnung von Neubürger	Keinen Effekt	gering
Verkehrsaufkommen	Keinen Effekt	Hoch
Schaffung von Arbeitsplätzen	Keinen Effekt	gering
Marketingaufwand	Keinen Effekt	Hoch
Veränderung des Stadtbildes	Keinen Effekt	gering
Mehrwert für Bewohner	Hoch	Hoch

Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

[www.dr-lademann-partner.de](http://www.dr-lademann-partner.de)

**Abbildung 65: Bewertungsmatrix der Szenarien für die Innenstadt von Damgarten**

## 9 Maßnahmenempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Ribnitz-Damgarten

Die im Folgenden vorgestellten Maßnahmen steuern darauf hin, die Bindungswirkung der Stadt zu festigen und zielgerichtet auszubauen. Dabei ist es zum einen für den Erfolg der Maßnahmen von besonderer Wichtigkeit, dass klare Verantwortlichkeiten festgelegt werden. Zum anderen sind aber auch eine Zusammenarbeit aller Beteiligten bzw. ein aktiver Dialog erforderlich.

Der im Anhang beigefügte Maßnahmenkatalog enthält auch Aktivitäten, die schon durchgeführt werden, deren Wichtigkeit aber noch einmal betont werden soll, damit sie nicht aus den Augen verloren werden bzw. damit weiterhin Mittel dafür zur Verfügung stehen.

Die Maßnahmen werden im Maßnahmenkatalog in Steckbriefen vorgestellt und enthalten zentrale Angaben wie Voraussetzungen, Zeitplan, Prioritäten und Verantwortlichkeiten.

### 9.1 Generelle Prämissen

Bei den generellen Prämissen wurden insgesamt drei Maßnahmen weiter ausdifferenziert, welche zum einen das Ziel einer rechtssicheren und verbindlichen Wirkung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Ribnitz-Damgarten haben sowie zum anderen im Rahmen der Umsetzung an die Zusammenarbeit der verschiedenen Akteure appelliert. Die folgenden Maßnahmen werden den generellen Prämissen zugeordnet:

- Politischer Beschluss des städtebaulichen Entwicklungskonzepts
- Umsetzung der Ergebnisse des Konzeptes in die Bauleitplanung
- Erarbeitung eines städtebaulichen Vertrages mit dem Bernstein Resort (bzw. Center Parcs) sowie Steuerung über Bebauungsplan

## 9.2 Maßnahmen für die Innenstadt von Ribnitz

Für die Weiterentwicklung der Innenstadt von Ribnitz wurde in Zusammenarbeit mit der Steuerungsrunde ein Katalog an kurz- und mittelfristigen Maßnahmen erarbeitet, welcher sich in vier Hauptthemenfelder gliedern lässt. Die einzelnen Handlungsfelder bilden den Rahmen für konkrete Maßnahmen der Stadt sowie der verschiedenen Akteure. Die einzelnen Maßnahmen geben dabei den nötigen Spielraum für die Erarbeitung von individuellen Lösungen. Zudem sei darauf hingewiesen, dass einige Maßnahmen zum Teil bereits in Bearbeitung sind. Aufgrund des Prognosehorizonts des Einzelhandelskonzepts (2040) wird jedoch für eine fortlaufende Prüfung der Maßnahme appelliert.



Abbildung 66: Übergeordnete Ziele und Handlungsfelder für die Entwicklung der Ribnitzer Innenstadt 2040

## 9.2.1 Schwerpunkt: Stärken und Qualitäten herausstellen

Bereits heute zeichnet sich die Ribnitzer Innenstadt durch einen **vielfältigen Nutzungsmix** sowie einer damit einhergehenden **hohen Multifunktionalität** aus. Eingebettet in einen historischen Gebäudebestand findet sich entlang der zentralen Achse zudem ein nahezu durchgängiger Nutzungsbesatz mit einer geringen Leerstandsquote. Mit dem Thema Bernstein verfügt die Stadt zudem über ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Städten, welches auch weiterhin mit einbezogen werden sollte.

Für den Erhalt sowie den Ausbau der Stärken sollten Maßnahmen ergriffen werden, um die Funktionsfähigkeit und Attraktivität der Innenstadt vor dem Hintergrund der wachsenden touristischen Bedeutung nachhaltig abzusichern.

Der Schwerpunkt „**Stärken und Qualitäten herausstellen**“ zielt im Wesentlichen darauf ab, die Anziehungskraft der Innenstadt zu festigen und zielgerichtet auszubauen. Dabei wird die Profilierung der Innenstadt in Bezug auf die Multifunktionalität (mit Schwerpunkt Einzelhandel) sowie einer Erhöhung der Passantenfrequenz in den Vordergrund gestellt. Darüber hinaus werden eine Reihe von einzelbetrieblichen Maßnahmen (u.a. Online-Präsenz, Öffnungszeiten, Service-Maßnahmen) sowie übergeordneten Zielen (u.a. Aktivierungsmaßnahmen) empfohlen, welche zu einer Stärkung der Innenstadt beitragen sollen.

Die folgenden Maßnahmen wurden für das Oberthema „Stärken und Qualitäten herausstellen“ entwickelt:

- Bedürfnisse der Geschäftsleute in der Innenstadt prüfen und Handlungsempfehlungen erarbeiten
- Gründliche Analyse des innerstädtischen Immobilienbesatzes
- Flächenoptimierung im Bestand
- Erarbeitung eines Leerstandskatasters und aktives Leerstandsmanagement
- Unterstützung der Einzelhändler beim Geschäftsübergang vor dem Hintergrund der „Nachfolgeproblematik“
- Schaffung von einheitlichen Kern-Öffnungszeiten in der Innenstadt (Mindest-Konsens)
- Coaching zur Verbesserung des Marktauftritts und des Erscheinungsbilds
- Unterstützung zum Aufbau/Verstetigung einer zielgerichteten Digitalisierungsstrategie der Einzelhändler
- Erhalt und Ausbau der Multifunktionalität in der Innenstadt

- Leitmotiv Bernstein und dessen Potenziale noch stärker im Citymanagement und bei den Gewerbetreibenden verankern
- Monatlicher Feierabendmarkt und Stärkung des Wochenmarkts durch gastronomische Angebote (Food-Truck, Weinverkauf)

## 9.2.2 Schwerpunkt: Optimierung Nutzungsbesatz

Der Schwerpunkt „**Optimierung des Nutzungsbesatzes**“ hat die Entwicklung des Geschäftsbesatzes der Ribnitzer Innenstadt im Blick und zielt insbesondere auf die Schließung bestehender Angebotslücken ab.

So konnte die Analyse des **Einzelhandelsbesatzes** u.a. das Potenzial für einen weiteren Drogeriemarkt im Stadtgebiet aufzeigen. Eine etwaige Ansiedlung sollte im Sinne der Stärkung der Innenstadt unbedingt auf die Innenstadt von Ribnitz gerichtet sein, um zum einen die Nahversorgungsfunktion zu stärken sowie zum anderen einen weiteren Frequenzbringer zu etablieren. Weitere aktuelle Angebotslücken im städtischen Einzelhandelsbesatz betreffen u.a. die Bereiche Spielwaren und Sportartikel.

Ein weiterer wichtiger Baustein für die zukünftige Innenstadt von Ribnitz ist der Angebotsausbau im Bereich der **Gastronomie**, welche sich insbesondere auf die Lagen am Ribnitzer See, in der Grünen Straße sowie am Marktplatz beziehen. Das Angebot sollte dabei sowohl die Bewohner von Ribnitz-Damgarten als auch die Touristen/ Besucher ansprechen.

Die folgenden Maßnahmen wurden für das Oberthema „Optimierung Nutzungsbesatz“ entwickelt:

- Schließung von Angebotslücken im Geschäftsbesatz durch aktive Ansprache von Händlern und Gastronomen
- Erhalt der wichtigen Nahversorgungsanker REWE und NETTO (Modernisierungsanfragen positiv begleiten)
- Ansiedlung eines Drogeriemarkts als weiteren Magnetbetrieb und Frequenzbringer
- Innovative (Zwischen-) Nutzungen etablieren
- Erscheinungsbild in Randlagen aufwerten und Leerstände vermeiden durch Wohn- und Büronutzungen
- Bestehende Angebotslücken in der Gastronomie schließen (u.a. durch Cocktail-/ Weinbar am See und bürgerliche Küche)
- Größeres Bistro in der Innenstadt initiieren

- Außengastronomie bei den bestehenden Betrieben ermöglichen/ erweitern

### 9.2.3 Schwerpunkt: Städtebauliche Aufwertung

Empfehlungen und Maßnahmen zur „Städtebaulichen Aufwertung“ der Innenstadt zielen vor allem auf den Marktplatz sowie das Ufer am Ribnitzer See ab.

Zum anderen werden aber auch Maßnahmen empfohlen, welche u.a. die Wahrnehmung der Innenstadt mit Blick auf den demographischen Wandel sowie die Gestaltung von Straßenzügen in den Fokus rücken.

Die gezielte Weiterentwicklung durch eine städtebauliche Aufwertung trägt zur Sicherung eines attraktiven Stadtraums mit hoher Aufenthaltsqualität und positiver Ausstrahlungskraft bei. Gerade vor dem Hintergrund, dass der Einkauf im Internet für viele Menschen sehr bequem ist, ist der Aufenthaltsqualität einer Einzelhandelslage ein hoher Stellenwert beizumessen und kann als zusätzlicher Anziehungspunkt fungieren.

Die folgenden Maßnahmen wurden für das Oberthema „Städtebauliche Aufwertung“ entwickelt:

- Inhaltliche Aufwertung des Marktplatzes durch Verstetigung und Ausweitung von (hochwertigen) Veranstaltungen/Events
- Einzelbetriebliche Maßnahmen zur Barrierefreiheit unterstützen und Investitionen in den öffentlichen Raum (Stadtmöblierung) prüfen
- Ufer des Ribnitzer Sees durch gestalterische Maßnahme(n) weiter aufwerten (Erlebnisraum schaffen)
- Übergang von Uferbereichen zur Innenstadt verbessern
- Langfristige Reduzierung des Marktplatzes von den PKW-Stellplätzen

### 9.2.4 Schwerpunkt: Bündelung von Nutzungen

Die Entwicklung von neuen Handelslagen ist ein zentraler Bestandteil der zukünftigen städtebaulichen Planung in der Innenstadt von Ribnitz. Hintergrund ist die Idee, die heute teilweise voneinander losgelösten Lagen Ribnitzer See, Lange Straße, Bernstein Museum durch attraktive Wegeachsen miteinander zu verbinden und somit neue Laufwege in der Innenstadt zu etablieren sowie bestehende Innenstadtlagen aufzuwerten.

Die im Masterplanprozess beteiligten Fachbüros halten die Grüne Straße sowie die Neue Klosterstraße hierfür am besten geeignet. Für die zukünftige

Entwicklung der beiden Geschäftsstraßen wird zudem die Ausarbeitung eines Leitbildes für sinnvoll erachtet, welches die Standortlage als wirtschaftlichen und sozialen Raum schärft (Identitätsbildung).

Die folgenden Maßnahmen wurden für das Oberthema „Bündelung von Nutzungen“ entwickelt:

- Gestaltungs- und Nutzungskonzept Grüne Straße – Neue Klosterstraße
- Förderung von kleinen Events in den beiden Straßenzügen
- Implementierung gestalterischer Elemente im öffentlichen Raum zur besseren Sichtbarkeit u. Wahrnehmung der Wegeachse

### 9.3 Maßnahmen für die Innenstadt von Damgarten

Dem Zielszenario entsprechend, wird durch die Maßnahmen für die Innenstadt von Damgarten auf eine zweipolige Ortskernstruktur abgestellt. Dabei liegt der Fokus der Nutzungen im Bereich Barther Str. / Schillerstraße sowie rund um den Netto-Markt. Durch eine gestalterische Aufwertung und einen neuen/zusätzlichen Anker im Gastronomiesegment im Bereich des Hafens kann es gelingen, einen Teil der Besucherströme des Bernsteinresorts anzusprechen.

Die folgenden Maßnahmen wurden für die Innenstadt von Damgarten entwickelt:

- Netto-Markt Modernisierung prüfen/ positiv begleiten
- Aufwertung und Gestaltung einer Platzsituation in der Innenstadt von Damgarten
- Ansiedlung eines größeren Cafés in der Innenstadt
- Erarbeitung eines Leerstandskatasters und aktives Leerstandsmanagement
- Unterstützung zur Umwandlung von Einzelhandels-/Gewerbeflächen zu Wohnflächen
- Immobilieneigentümer beim Abbau des Sanierungsstaus unterstützen
- Coaching zur Verbesserung des Marktauftritts und des Erscheinungsbilds
- Entwicklungskonzept zur städtebaulichen und funktionalen Aufwertung des Hafensareals
- „Saisonale“ Bespielung des Pavillons am Hafen
- Aufrechterhaltung und Qualifizierung des vielfältigen Veranstaltungsangebots in Damgarten

## 9.4 Maßnahmen für die weitere Entwicklung im Bereich Tourismus und Gesamtstadt

Der Tourismus nimmt in der Stadt Ribnitz-Damgarten eine zunehmend wichtigere Rolle ein. Der Tourismus stellt dabei die Summe verschiedener Einzelaktivitäten und Angebote dar (z.B. Infrastruktur, Beherbergungsgewerbe, Freizeitanbieter). Die Maßnahmen und Ziele im Bereich Tourismus und Gesamtstadt dienen der Profilierung von Ribnitz-Damgarten als Tourismusdestination nach Außen sowie der Kommunikation nach Innen.

Die folgenden Maßnahmen wurden für die weitere Entwicklung im Bereich Tourismus und Gesamtstadt entwickelt:

- Eine noch gezieltere Vermarktung der Stadt als „Bernsteinstadt“ nach Außen und Innen
- Stadtplan mit Sehenswürdigkeiten und POI pflegen („10 Gründe für den Besuch der Innenstadt“)
- Regelmäßige Durchführung einer Gästebefragung
- Regelmäßiges Monitoring der Online-Auftritte touristischer Anbieter initiieren (Online-Checks)
- Aufbau und Pflege einer Plattform zum regelmäßigen Erfahrungsaustausch
- Etablierung eines digitalen Feedback-Formulars

## 9.5 Empfehlungen zur allgemeinen Stadtentwicklung

Darüber hinaus sind Empfehlungen zur allgemeinen Stadtentwicklung abzugeben, die als handelsexogene Rahmenbedingungen die Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels positiv beeinflussen können.

- Sicherung und Ausbau der Stadt als **Arbeitsplatzstandort**; zielgerichtete Ansiedlung von Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben zur Erhöhung der Arbeitsplatz-Zentralität. Aktive Ansprache und Vermarktung von Ribnitz-Damgarten als Wirtschaftsstandort.
- Profilierung der Stadt als interessanten **Wohnstandort** auch für den höherwertigen, anspruchsvollen Wohnungsbau, um die positiven Tendenzen in der Bevölkerungsentwicklung zu stabilisieren.
- Schaffung/Sicherung eines **investitions- und wirtschaftsfreundlichen Klimas**, sodass im bestehenden Einzelhandel die Bereitschaft erhöht wird, notwendige Anpassungsmaßnahmen (z.B. Ladengestaltung,

Warenpräsentation) regelmäßig vorzunehmen, aber auch Planungssicherheit für mögliche Neuansiedlungen besteht.

- Auf Grundlage dieses Einzelhandelskonzepts **aktive Ansprache von möglichen Investoren und Handelsunternehmen.**

## 9.6 Aufbau eines kommunale gesteuerten Leerstands- und Ansiedlungsmanagements

Aufgrund vielerorts ansteigender Leerstandszahlen sowie vor dem Hintergrund der hohen Dynamik im Online-Handel, die weitere Leerstandszuwächse erwarten lässt, wird das **Leerstandsmanagement** in Innenstädten ein zunehmend wichtiges Thema, da Leerstände nicht nur das Stadtbild beeinträchtigen, sondern auch die wirtschaftliche Attraktivität und Lebensqualität der Innenstädte. Um aus Sicht einer Kommune aktiv gegensteuern zu können, ist es wichtig, sowohl den aktuellen Leerstand als auch den aktuellen Besitz zu kennen. Ein kommunal gesteuertes Leerstandsmanagement ist daher der erste Schritt hin zu einer resilient gestalteten und gut durchmischten Innenstadt. Aufbauend auf dem Leerstandsmanagement kommt dem **Ansiedlungsmanagement** ein zentraler Aspekt der städtischen Entwicklung, besonders im Hinblick auf die Revitalisierung von Innenstädten, zu. Kommunen treten dabei aktiv in die Suche nach innovativen Nachnutzungskonzepten ein, was eine gezielte Steuerung der städtischen Entwicklung entlang eines klar definierten Zielbildes ermöglicht. Eine kommunale Beteiligung am Ansiedlungsmanagement gewährleistet zudem, dass die neuen Nutzungen mit der städtischen Infrastruktur und den lokalen Gegebenheiten harmonieren, was langfristig die wirtschaftliche und soziale Stabilität der Innenstädte sichert.

Zwar weist Ribnitz-Damgarten keine strukturelle Leerstandsproblematik auf gesamtstädtischer Ebene auf. Angesichts der Rahmenbedingungen für den stationären Einzelhandel kann jedoch nicht ausgeschlossen werden, dass es perspektivisch zu vermehrter Leerstandsbildung kommt. Eine akute und strukturelle Leerstandsproblematik zeigt sich aktuell in Damgarten. Im Folgenden soll daher ein Tool zu einem kommunal gesteuerten Leerstands- und Ansiedlungsmanagements vorgestellt werden sowie hinsichtlich der Stadtgröße von Ribnitz-Damgarten bewertet werden.

Für ein professionelles Leerstands- und Ansiedlungsmanagement gibt es verschiedene Tools und digitale Plattformen. Besonders empfehlenswert ist die

Webanwendung **LeAn**, die aus einem Förderprojekt des BMWK entstanden ist.<sup>51</sup> Der Vorteil dieser Plattform ist, dass für die Anschaffung, die Implementierung und den Betrieb dieser Plattform verschiedene förderfähige Modell bereitstehen. Die Plattform wird zudem laufend entlang der Bedarfe der Kommunen weiterentwickelt. Viele deutsche Städte arbeiten bereits mit der Software und haben gute Erfahrungen damit gemacht, darunter auch kleinere Städte wie Bad Aibling, Bad Neuenahr-Ahrweiler, Gunzenhausen, Olten oder Schwandorf. Der Richtwert für die LeAn-Nutzung sind etwa 100 Gewerbeobjekte. Ab diesem Wert beginnt die volle Nutzenentfaltung von LeAn. Denkbar ist natürlich auch, dass das System auf Landkreisebene einzusetzen.

LeAn geht dabei weit über den Funktionsumfang von vorhandenen Systemen zur digitalen Leerstandserfassung wie z. B. aREAL hinaus. Neben einer Bestandsflächenverwaltung, die einen Überblick zu aktuellem Besatz und Leerstand bietet, enthält LeAn ein Dashboard mit umfangreichen relevanten Daten zu Umfeld und Nutzbarkeit der Immobilie und erfasst Ansiedlungsgesuche für eine stadtindividuelle Ansiedlungssteuerung. Für einen proaktiven Ansiedlungsprozess operiert LeAn unter Berücksichtigung des kommunalen Zielbildes zudem mit einer Matching-Funktion, die es ermöglicht, qualifizierte Exposés weiterzuleiten und den Dialog mit der Immobilienwirtschaft und Konzeptanbietenden zu steuern.

Ist das System aufgebaut und werden die Daten regelmäßig gepflegt, liefert die Datenbank einen vollständigen Überblick über den Immobilienbesatz und die leerstehenden Ladeneinheiten mit sämtlichen Informationen zur Fläche und ermöglicht damit ein umfängliches Monitoring der Flächenentwicklung. Daneben werden alle Ansiedlungsgesuche erfasst und in das System eingespielt. Über einen intelligenten **Matching-Algorithmus** werden dann passgenaue Angebote und Gesuche zusammengeführt. Dabei wird auf die **bundesweite Konzeptdatenbank** der Leerstandslosen zurückgegriffen, in der eine Vielzahl von Konzeptanbietenden als potenzielle Mieter enthalten sind. Auf Basis von Vorschlagslisten zu passenden Konzepten können dann Kommune, Immobilienwirtschaft und Anbieterseite im gemeinsamen Dialog entsprechend der Zielbilder des Masterplans Innenstadt zueinander finden.

Die Besonderheit bei LeAn gegenüber konventionellen Immobilienplattformen ist die **Implementierung eines Frühwarnsystems**, welches

---

<sup>51</sup> Die LeAn GmbH wurde im Jahr 2023 im Nachgang zum Projekt Stadtlabore für Deutschland: Leerstand und Ansiedlung als Tochterunternehmen des IFH KÖLN aus dem Bedarf heraus gegründet, die im Projekt entwickelte Softwarelösung LeAn® als Full-Service-Dienstleistung bereitzustellen und die Vernetzung unterschiedlicher Dienstleister und Partner rund um das Thema Vitalisierung von Innenstädten als zentraler Ansprechpartner für Kommunen zu organisieren.

drohende/perspektivische Leerstände aufzeigt, um bereits reagieren zu können, bevor der Leerstand überhaupt entsteht und das Erscheinungsbild der Einkaufsstraße belastet.

Der Erfolg des Leerstands- und Flächenmanagementsystems hängt dabei vom Dialog zwischen Kommune, Immobilienwirtschaft/Eigentümern und (potenziellen) Mietern ab. Zu Beginn des Prozesses sind daher insbesondere die Eigentümer und Vermieter zu informieren, von dem System zu überzeugen und gemeinsam mit allen Nutzergruppen der Innenstadt an einen „**digitalen Tisch**“ zu bringen. Denn ohne die Bereitschaft (möglichst vieler, im besten Falle aller) Eigentümer, ihre Daten in das System einzubringen, wird das Leerstands- und Flächenmanagementsystems nicht erfolgreich sein können. Hier empfiehlt es sich, in Kontakt mit anderen Kommunen zu treten, die LeAn erfolgreich einsetzen und ggf. schon eine Evaluation vorgenommen haben und von Ihren Erfahrungen berichten können.

Der Aufbau eines digitalen Flächen- und Leerstandsmanagements erfordert personelle Ressourcen und dies kontinuierlich über einen langen Zeitraum. Der größte Aufwand stellt sicherlich zu Beginn die systematische und vollständige Erfassung der Daten dar. Aber auch danach müssen das System betreut und die Daten gepflegt werden. Klassische Makler werden durch LeAn im Übrigen nicht ersetzt, sondern vielmehr in das System eingebunden, indem sie auf matchende Nutzungskonzepte je Fläche zurückgreifen können, was einen zielgerichteteren und beschleunigten Akquisitionsprozess ermöglicht. Die Erfahrungen aus anderen Städten zeigen jedenfalls eine grundsätzliche Akzeptanz der Makler.

Zur **Aufsetzung des Flächen- und Leerstandsmanagements** sind folgende Schritte notwendig:

1. Zunächst gilt es eine Verantwortlichkeit innerhalb der Stadtverwaltung für dieses Thema festzulegen, der mit dem Aufbau des Systems betreut wird. Hierfür bietet sich das Stadtmarketing an.
2. Ist die Verantwortlichkeit festgelegt, sollten weitere Informationen – insbesondere über die digitale Plattformlösung LeAn – eingeholt werden. Über die LeAn-Website finden regelmäßig Online-Termine statt, bei den die Software vorgestellt wird und Fragen gestellt werden können. Zudem sollte an einem der etwa vierteljährlich ausgerichteten Termine mit aktiven LeAn-Anwenderkommunen, die aus der Praxis berichten, teilgenommen werden. Ebenfalls empfiehlt es sich, Kontakt zur LeAn GmbH aufzubauen und die Service-

und Beratungsangebote in Anspruch zu nehmen, um Unterstützung beim Aufbau und der Implementierung des Systems zu bekommen.

3. Sind genügend Informationen eingeholt, sollte der Plan zur Einsetzung eines Flächen- und Leerstandsmanagements gemeinsam mit den Innenstadtakteuren diskutiert werden. Ohne die Bereitschaft der Eigentümer hierbei mitzuwirken, indem entsprechende Daten und Informationen in das System gegeben werden, erscheint der Aufbau eines Flächen- und Leerstandsmanagements nicht sinnvoll. Eine Veranstaltung unter Einbezug eines Praxisberichts aus einer Kommune, die mit LeAn arbeitet, kann hier sehr hilfreich sein.
4. Fällt das Stimmungsbild positiv aus, sind die Voraussetzungen zum Aufbau des Systems zu schaffen. Dies beinhaltet insbesondere die Klärung der administrativen Verantwortlichkeit, die Bereitstellung personeller Kapazitäten sowie die Finanzierung ggf. über Fördermittel.
  - a. Wie bereits ausgeführt, würden wir empfehlen, die administrative Verantwortung an das Stadtmarketing zu hängen, da es hier thematisch am besten hinpasst, da es im weiteren Sinne darum geht, die Stadt bzw. der Ladenlokale zu vermarkten.
  - b. Zudem ist zu prüfen, ob die Betreuung des Systems über das vorhandene Personal gewährleistet werden kann oder eine neue Stelle geschaffen werden muss. Angesichts der überschaubaren Größe von Ribnitz-Damgarten, dürfte für die Betreuung des Systems eine Drittel Stelle ausreichen, wenngleich in der Aufbauphase die personellen Kapazitäten zusammengezogen werden müssen. Grundsätzlich lässt sich die digitale Bestandserfassung auch auslagern, z.B. an einen Anbieter wie die SNP Innovation Lab GmbH, die mit LeAn zusammenarbeitet. Dann könnte der eigene personelle Aufwand noch geringer gehalten werden.
  - c. Erforderlich ist eine gute Budgetplanung. Zur Sicherstellung der Finanzierung muss sich zunächst ein Überblick über Fördermöglichkeiten verschafft werden und dann entsprechende Förderanträge gestellt werden. Sollte eine Förderung nicht möglich sein, sind im städtischen Haushalt die entsprechenden Budgets anzumelden.

Ferner ist abzuwägen, ob über das Basismodul hinaus noch **weitere Tools** erworben werden sollten. Als Grundvoraussetzung muss in jedem Falle die LeAn-Pro Software as a Service mit allen Basisfunktionalitäten erworben werden. Das

Basispaket inkl. regelmäßiger Updates und Backups gibt es ab ca. 350 € im Monat. Auch der Zugriff auf die bundesweite Konzeptanbieter-Datenbank für digitales Ansiedlungsmanagement der Leerstandslisten sollte in jedem Falle dazugebucht werden (ab ca. 600 € im Monat). Schon für etwa 1.000 € im Monat (ohne Personalkosten) lässt sich somit eine digitale Plattform auf der Basis von LeAn betreiben.

Grundsätzlich sinnvoll erscheint die Implementierung eines Frühwarnsystems, um frühzeitig erste Anzeichen von Attraktivitätsverlust und anfallendem Leerstand entgegenzuwirken. Mit Kosten ab ca. 420 € pro Monat ist dieses Frühwarnsystem jedoch nicht ganz günstig und ist angesichts der überschaubaren Größe von Ribnitz-Damgarten ggf. auch verzichtbar. Sofern die digitale Bestandserfassung ausgelagert werden sollte, werden hierfür Kosten ab ca. 400 € monatlich fällig. Sofern für das Ansiedlungsmanagement die Leerstände in einem stadteigenen, kommunalen Onlineportal suchwortoptimiert der lokalen Öffentlichkeit präsentiert werden sollen, gibt es hierfür mit der immovativ GmbH auch einen geeigneten Partner. Die monatlichen Kosten hierfür belaufen sich auf etwa 150 € im Monat. Dieses zusätzliche Tool ist für den Anfang sicherlich verzichtbar und könnte ggf. später noch aufgesattelt werden.

Wenngleich das Tool LeAn auch für die Stadt Ribnitz-Damgarten Potenziale birgt, so kann angesichts einer derzeit geringen Leerstandsquote, der Stadtgröße von Ribnitz-Damgarten sowie einer Kosten-Nutzen-Abwägung die Empfehlung ausgesprochen werden, dass der Aufbau einer eigenen Datenbank (bspw. in Form einer Excel-Tabelle) für die Stadt Ribnitz-Damgarten ausreichend ist. Diese sollte eine fortlaufende Erfassung der Leerstände beinhalten. Mit Hilfe einer aktuellen Datenbank können letztlich Flächensuche leichter koordiniert und Kontakte mit den Immobilieneigentümern hergestellt werden.

## 10 Zusammenfassung

Zusammenfassend lässt sich für das Nutzungs- und Einzelhandelskonzept der Stadt Ribnitz-Damgarten Folgendes festhalten:

Die **sozioökonomische Rahmenbedingungen** in Ribnitz-Damgarten sind differenziert zu bewerten: Während die aktuell als auch zukünftig positive Einwohnerentwicklung zusätzliche Impulse für die Einzelhandelsentwicklung auslösen wird, wirken sich die unterdurchschnittliche einzelhandelsrelevante Kaufkraft und der Auspendlerüberschuss eher restriktiv aus.

Die Bernsteinstadt Ribnitz-Damgarten verfügt aufgrund ihrer naturräumlichen Lage sowie der Nähe zur Region Fischland-Darß-Zingst über starke **touristische Verflechtungen**, von welchen bereits heute die Wirtschaft in der gesamten Stadt profitieren kann. Dies gilt nicht nur für das Beherbergungsgewerbe, sondern insbesondere auch für Einzelhandel und Gastronomie. Zukünftig ist **insbesondere mit dem touristischen Großprojekt auf der Halbinsel Pütznitz (Bernsteinresort) von einer starken Steigerung der touristischen Bedeutung und Nachfrage auszugehen**, welche sich wiederum auf die gesamte Wirtschaft in Ribnitz-Damgarten positiv auswirken wird.

Die Stadt Ribnitz-Damgarten ist landesplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesen und übernimmt somit eine Versorgungsfunktion für seinen festgelegten Nah- und Mittelbereich. Im **Marktgebiet** der Stadt Ribnitz-Damgarten leben im Jahr 2023 knapp 34.200 Personen. Aufgrund der prognostizierten abnehmenden Einwohnerzahl innerhalb des Umland-Marktgebiets wird das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial bis zum Jahr 2040 auf rd. 216,2 Mio. € (-0,6 Mio. € gegenüber 2023) leicht absinken. Das gastronomische Nachfragepotenzial beläuft sich im Jahr 2040 auf rd. 32,2 Mio. € im Marktgebiet. Hinzu kommen noch sog. Streupotenziale, welche insbesondere durch den Tourismus ausgelöst werden.

Das **Einzelhandelsangebot** der Stadt Ribnitz-Damgarten weist eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 35.000 qm bei einem Gesamtumsatz von rd. 131,5 Mio. € auf. Differenziert nach Branchen wird der Einzelhandel in Ribnitz-Damgarten neben dem kurzfristigen Bedarf vor allem durch die Segmente Bekleidung/Schuhe und Bau- und Gartenbedarf geprägt. Die **Verkaufsflächendichte** in Ribnitz-Damgarten liegt mit rd. 2.200 qm je 1.000 Einwohner zwar deutlich über dem Bundesdurchschnitt und leicht über dem Landesschnitt, ist jedoch vor dem Hintergrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion und des

Tourismuspotenzials zu relativieren. Im Mittelzentrenvergleich zeigen sich auch noch einige Angebotslücken.

Die **Zentralität des Einzelhandels** in Ribnitz-Damgarten liegt aktuell bei rd. 119 %. Per Saldo fließen dem Einzelhandel in der Stadt Ribnitz-Damgarten demnach rd. 19 % des Einzelhandelsumsatzes von außen zu. Dies ist vor allem auf die Angebote des kurzfristigen Bedarfs sowie auf die Segmente Bekleidung/ Schuhe, Bau- und Gartenbedarf, Hausrat/ GPK sowie Schmuck/ Uhren/ Optik zurückzuführen. Der niedrigste Zentralitätswert ist aufgrund lokaler Angebotsdefizite im Bereich Elektrobedarf zu konstatieren. Im mittelfristigen Bedarf lassen sich im Lichte der mittelzentralen Versorgungsfunktion noch leichte Steigerungspotenziale in den Bereichen Spielwaren/ Hobbybedarf sowie Sportbedarf/ Camping ableiten. Die Zentralitätsdefizite bei Elektrowaren und Möbel werden sich kaum signifikant ausgleichen lassen, da diese Sortimente i.d.R. von größeren Fachmärkten vorgehalten werden, die in Ribnitz-Damgarten jedoch kein ausreichendes Marktpotenzial besitzen. Zudem sind dies keine tourismusrelevanten Sortimente, so dass auch die Entwicklung der Halbinsel Pütznitz hierfür keine zusätzlichen Potenziale mit sich bringt.

Insgesamt kann der lokale Einzelhandel **rd. 75 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten** (rd. 83 Mio. €). Darüber hinaus fließen rd. 48 Mio. € von außen zu (Umland und Touristen). Nachfrageabflüsse resultieren u.a. aus Lücken im Angebotsprofil, den Einkaufsalternativen im Umland (vorwiegend den Oberzentren) und der steigenden Bedeutung des Online-Handels. Eine Stabilisierung der Nachfragebindung vor Ort sowie der Ausbau der überörtlichen Nachfrageabschöpfung im mittel- und langfristigen Bedarf sollte daher Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sein.

Im Bereich **Gastronomie** wurden zu Beginn des Jahres 2024 insgesamt 31 Betriebe erfasst. Der räumliche Fokus der Angebote liegt dabei in der Innenstadt von Ribnitz sowie an den Lagen des Ribnitzer Sees. Auch im Gastronomiebesatz zeigen sich noch einige Angebotslücken.

Mit Blick auf **leerstehende Ladengeschäfte** ist eine moderate Leerstandsquote von rd. 4 % der Verkaufsfläche und rd. 11 % der Betriebe zu konstatieren. Eine Ballung der Leerstände ist dabei insbesondere in der Innenstadt von Damgarten (Stralsunder Straße) ersichtlich.

Das **Zentren- und Standortkonzept** der Stadt Ribnitz-Damgarten umfasst neben der Innenstadt von Ribnitz und der Innenstadt von Damgarten auch die beiden fachmarktgeprägten Handelslagen Rostocker Landweg und Boddencenter. Diese Standorte werden als zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Darauf

aufbauend wurde anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets die Sortimentsliste für die Stadt Ribnitz-Damgarten (sog. „Ribnitz-Damgartener Liste“) erarbeitet.

Im Zusammenspiel mit der Steuerungsrunde wurden **Szenarien zur Innenstadtentwicklung von Ribnitz und Damgarten** entwickelt. Hierfür wurden zunächst die gesamtstädtischen **Entwicklungspotenziale** für die weitere Flächenentwicklung für Einzelhandel und Gastronomie bestimmt. Maßgeblicher Einflussfaktor für die Szenarien ist dabei das touristische Potenzial des Bernsteinresorts gewesen und die Frage, in welchem Umfang es gelingen wird, die zusätzlichen touristischen Nachfragepotenziale abzuschöpfen. Für das Zielszenario wird davon ausgegangen, dass jeder Besucher des Bernsteinresorts bei seinem Aufenthalt einmal nach Ribnitz-Damgarten kommen wird. Daraus resultiert ein Netto-Verkaufsflächenrahmen von in der Spitze bis zu 6.500 qm Einzelhandel und bis zu 4.000 qm Gastronomie bis zum Jahre 2040. Ohne das zusätzliche Tourismuspotenzial des Bernsteinresorts fällt das Expansionspotenzial geringer aus – in einigen onlineaffinen Branchen wie z.B. Bekleidung/Schuhe müsste dann sogar von signifikanten Flächenabschmelzungen ausgegangen werden.

Das auf dem Zielszenario basierende **Entwicklungskonzept sieht für die Innenstadt von Ribnitz** neben der Stärkung der Haupteinkaufslage Lange Straße die Etablierung einer weiteren kreuzenden Achse vom Bernsteinmuseum/Klosterwiesen über die Neue Klosterstraße und die Grüne Straße bis zum Hafen/Wasser vor, die insbesondere auch von hoher touristischer Relevanz sein sollte. Ein neuer Anziehungspunkt an der Wasserkante, z.B. eine Seebühne, wäre für die Ausbildung der neuen Wegeachse hilfreich. In diesem Zuge gilt es zudem den attraktiven Marktplatz als Kreuzungspunkt der beiden Achsen noch stärker in Szene zu setzen und die angrenzenden Bereiche mit (neuen) attraktiven Nutzungen zu belegen. Zudem sieht das Zielszenario eine verbesserte räumlich-funktionale Anbindung des Netto-Markts an die Lange Straße vor – in diesem Zusammenhang wird die Ansiedlung eines Drogeriemarkts als zusätzlicher Frequenzanker für die Innenstadt empfohlen.

Für die **Innenstadt von Damgarten** sieht das **Zielszenario** eine zweipolige Entwicklung vor. Die Kernbereiche rund um die Barther Straße – Schillerstraße – Stralsunder Straße sind konsequent auf Angebote zur Sicherung der örtlichen Nahversorgung zu fokussieren. Eine vollständige Wiederbelebung der Stralsunder Straße und deren Leerstände mit publikumsintensiven Nutzungen ist auch im Zielszenario kaum realistisch – hier sind durchaus auch Umnutzungen in

Richtung Wohnen zu forcieren. Im Bereich des Hafens sieht das Zielszenario die Etablierung eines touristischen Ankers vor, um die vom Bernsteinresort kommenden Radfahrer und auch die Hafennutzer anzusprechen. Der Hafen soll als attraktiver Ort zum Verweilen sowie als „Rastplatz“ profiliert werden, woraus sich zusätzliche Potenziale für publikumsintensive Nutzungen ergeben (v.a. Gastronomie).

Abschließend wurden für die beiden Zielszenarien umfangreiche **Maßnahmenkataloge** erarbeitet, deren Umsetzung der Zielerreichung dienen sollen. Die einzelnen Maßnahmen steuern darauf hin, die Bindungswirkung der Stadt zu festigen und insbesondere mit Blick auf das Tourismuspotenzial des Bernsteinresorts zielgerichtet auszubauen.

Hamburg, 10. Januar 2025

Boris Böhm

David Kamin

Dr. Lademann & Partner GmbH

# I Glossar<sup>52</sup>

## Betriebstypen im Einzelhandel:

### Food-Einzelhandel

#### ■ Lebensmitteldiscounter

Lebensmittelmarkt mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm (im Einzelfall auch höhere Verkaufsfläche), der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment sowie ein wöchentlich wechselndes Aktionssortiment (im Mittel 2.100 Artikel) mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

#### ■ Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und Drogeriewaren, Wasch-, Putz und Reinigungsmittel anbietet.

#### ■ Verbrauchermarkt, klein

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt „tägliches Bedarfs“, der überwiegend auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm geführt wird.

#### ■ Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt „tägliches Bedarfs“, der aufgrund der Flächenbedarfe meist an Pkw-orientierten Standorten auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm geführt wird.

#### ■ SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen (bis zu 50 % der Artikel), die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten angeboten werden.

#### ■ Vollsortimenter

Einzelhandelsbetrieb, welcher ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil von ca. 30 % anbietet und durch größere Bedienungstheken gekennzeichnet ist. Das Angebot konzentriert sind im

---

<sup>52</sup> Die Definitionen sind in Anlehnung an folgende Quellen formuliert:

Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft

Metro-Handlexikon 2009/2010

Definitionen zur Einzelhandelsanalyse der Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. 2014

Wesentlichen auf den Periodischen Bedarf (Lebensmittel) mit einem Umfang von mind. 12.000 Artikeln, ergänzt um ein Non-Food Sortiment von etwa 10 bis 15 %. SB-Warenhäuser und Verbrauchermärkte sind regelmäßig als Voll-sortimenter zu bezeichnen. Supermärkte erreichen dagegen oftmals nicht die nötige Sortimentstiefe und -breite.

### **Nonfood-Einzelhandel**

#### ■ Fachgeschäft

Einzelhandelsbetrieb mit i.d.R. deutlich weniger als 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbst-bedienung, Vorwahl) und oft weiteren Service- und Beratungsleistungen verkauft.

#### ■ Fachmarkt

Einzelhandelsbetrieb mit meist über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes, preisorientiertes Nonfood-Sortiment mit eingeschränkten Service- und Beratungsleistungen an Pkw-orientierten Standorten anbietet.

#### ■ Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird und sich in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren befindet.

#### ■ Kaufhaus

Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, der Waren aus mehreren Nonfood-Branchen, davon mindestens eine in tieferer Gliederung, und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten verkauft. Verortet sind Kaufhäuser in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (umfasst z.B. auch Textilkaufhäuser) befindet.

#### ■ Sonderpostenmarkt

Discountorientierter Fachmarkt, der nicht an spezielle Warengruppen oder Bedarfsbereiche ausgerichtet ist, sondern Waren aller Art für den discountorientierten Impulskauf anbietet. Die Waren werden zu niedrigen Preisen als Rest- und Sonderposten verkauft. Das Sortiment wechselt demnach häufig.

### **Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen**

#### ■ Fachmarkttagglomeration

Ansammlung von branchengleichen/branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

#### ■ Fachmarktzentrum

Funktionales Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement in einer meist überdachten Mall integriert.

#### ■ Einkaufszentrum/Shopping-Center

Einzelhandelsimmobilie mit i.d.R. mehr als 10.000 qm VKF, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit überwiegend Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs in einer meist überdachten Mall zusammenfasst.

#### ■ Outlet-Center (auch Factory Outlet Center oder Designer Outlet Center)

Eine besondere Form eines Einkaufszentrums, in der in einer Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängenden Anlage - meist an autoorientierten Standorten - Waren mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % direkt vom Hersteller verkauft werden. Der Schwerpunkt liegt auf Markenartikeln des gehobenen Bedarfs sowie auf dem Premium- und Luxussegment. Das Warenangebot umfasst dabei B-Ware, Überproduktionen, Retouren, Vorsaison-Ware und Produktmuster.

#### ■ Distanzhandel

Bestimmte Form des institutionellen Einzelhandels, bei dem der Käufer den Anbieter nicht in dessen Geschäft aufsucht, um einen Kauf auszulösen, sondern andere Formate gewählt werden, um die Ware zu präsentieren, die Bestellung vorzunehmen und die Ware zu übergeben. Unter Distanzhandel werden vor allem der Onlinehandel, der Kataloghandel sowie Teleshopping zusammengefasst.

#### ■ Filialbetrieb (Filialist)

Ein Filialbetrieb verfügt über mindestens fünf unter einheitlicher Leitung stehende Verkaufsfilialen an unterschiedlichen Standorten. Die einzelnen Filialen treten unter einheitlichem Namen auf und weisen in ihrem Erscheinungsbild starke Gemeinsamkeiten auf, ohne dass sie vollständig im Marketing-Mix

übereinstimmen müssen. Es gibt sowohl internationale und nationale Filialisten als auch regionale und lokale Filialisten.

### **Begriffe aus dem Bauplanungsrecht**<sup>53</sup>

#### ■ Großflächigkeit

Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet die Schwelle, ab der Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i.S.v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind, sofern die Vermutungsregel des § 11 (3) BauNVO nicht widerlegt werden kann, die von negativen Auswirkungen (u.a. auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche und die Versorgung der Bevölkerung) ausgeht. Die Rechtsprechung geht davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 qm beginnt.

#### ■ Zentraler Versorgungsbereich

Unter einem zentralen Versorgungsbereich ist nach der Rechtsprechung ein räumlich abgrenzbarer Bereich einer Gemeinde, dem aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen, häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote, eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Ein zentraler Versorgungsbereich kann sich sowohl aus planerischen Festsetzungen als auch aus den tatsächlichen Verhältnissen ergeben. Voraussetzung ist, dass dieser sich in einer städtebaulich integrierten Lage befindet. Isolierte Standorte bilden keinen zentralen Versorgungsbereich.

### **Differenzierung von Standortlagen**

#### ■ A-Lage

Standortlage, die innerhalb eines bestimmten Bezugsraums die höchste Passantenfrequenz und Passantenqualität (Passanten mit Kaufabsicht) aufweist. Weitere Merkmale sind ein dichter Geschäftsbesatz, ein hoher Filialisierungsgrad, ein hoher Anteil innenstadtypischer Sortimente sowie vergleichsweise hohe Einzelhandelsmieten.

#### ■ B-Lage

---

<sup>53</sup> Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.

Standortlage, die meistens einen Aus- und Zulauf einer A-Lage oder eine Solitärlage mit fehlender Anbindung an die A-Lage darstellt. Dieser Bereich wird im Wesentlichen durch eine mittlere Frequenz von Passanten innerhalb eines bestimmten Bezugsraumes gekennzeichnet. Im Gegensatz zu den A-Lagen sind die B-Lagen keine klassischen Konsumlagen, da Geschäfte hier oftmals gezielt aufgesucht werden und die Laufkundschaft von geringerer Bedeutung ist. Neben innenstadttypischen Sortimenten (mittelfristiger Bedarf) rücken auch Sortimente des kurzfristigen Bedarfs sowie Dienstleistungs- und Gastronomieangebote in den Vordergrund. Der Anteil inhabergeführter Läden ist deutlich höher als in der A-Lage und das Mietniveau ist geringer.

#### ■ C-Lage

Standortlage, die meistens einen Aus- und Zulauf einer B-Lage oder auch kleinere, aus Kundensicht weniger attraktive Seitenstraßen der A-Lage darstellt. Diese Lagen sind durch eine niedrige und unregelmäßige Fußgängerfrequenz gekennzeichnet und zählen nicht zu den Konsumlagen. Der Geschäftsbesatz ist deutlich ausgedünnt – teilweise dominieren Dienstleister und Gastronomiebetriebe. Mitunter zeigen sich auch Mindernutzungen. Die Sortimentsstruktur ist vor allem auf den kurzfristigen Bedarf fokussiert. Das Mietniveau liegt noch unter dem der B-Lagen.

### Sonstige Definitionen

#### ■ Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung der lokalen Nachfrage. Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell über oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

#### ■ Ausgabesatz

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung, bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen

Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich darüber das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

#### ■ Einzelhandelsrelevantes Kaufkraft-/Nachfragepotenzial

Als einzelhandelsrelevante Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht. Man unterscheidet dabei „Nachfragepotenzial im engeren Sinne“ (stationärer Einzelhandel inkl. Ladenhandwerk) und „Nachfragepotenzial im weiteren Sinne“ (inkl. Ausgaben im nicht-stationären Handel).

#### ■ Flächenproduktivität

Die Flächenproduktivität misst das Verhältnis zwischen dem erzielten Brutto-Umsatz zur eingesetzten Verkaufsfläche und kann als Durchschnittswert für ein Verkaufslokal insgesamt, aber auch für einzelne Sortimente ermittelt werden.

#### ■ Periodischer Bedarf

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren sowie Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

#### ■ Aperiodischer Bedarf

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.

#### ■ Nahversorgung

Unter Nahversorgung ist die wohnortnahe Versorgung mit Gütern des Periodischen Bedarfs zu verstehen. Damit sind Einkaufsmöglichkeiten in fußläufiger Entfernung zum Wohnstandort gemeint, häufig ergänzt um einzelhandelsnahe Dienstleistungen wie Post, Bank, Frisör, Ärzte etc. Was unter einer fußläufigen Entfernung zu verstehen ist, ist nicht einheitlich und verbindlich definiert. Häufig wird eine Entfernung von etwa 10 Gehminuten für angemessen erachtet, was ca. 500 bis 800m Laufweg entspricht.



**Dr. Lademann & Partner**  
Wissen bewegt.

# Einzelhandels- und Innenstadtentwicklungs- konzept für die Stadt Ribnitz-Damgarten Maßnahmenkatalog 2025



**Dr. Lademann & Partner**

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH  
Dresden · Düsseldorf · Hamburg

Friedrich-Ebert-Damm 311 • 22159 Hamburg

Telefon +49 40 6455770 • [info@dr-lademann-partner.de](mailto:info@dr-lademann-partner.de) • [www.dr-lademann-partner.de](http://www.dr-lademann-partner.de)



## Maßnahmenkatalog 2024 – Übersicht der Themenfelder





## Generelle Prämissen

	<b>Ziel</b>	Rechtssicheres und verbindliches Einzelhandelskonzept
<b>#1</b>	<b>Maßnahme</b>	Beschluss der Steuerungsempfehlungen des städtebaulichen Entwicklungskonzepts
<b>#2</b>	<b>Maßnahme</b>	Umsetzung der Ergebnisse des Konzeptes in die Bauleitplanung
	<b>Ziel</b>	Touristische Potenziale des Bernstein-Resorts für die Stadt vertraglich sichern
<b>#3</b>	<b>Maßnahme</b>	Erarbeitung eines städtebaulichen Vertrages mit dem Bernstein Resort (bzw. Center Parcs) sowie Steuerung über Bebauungsplan



#01

## Maßnahme: Beschluss der Steuerungsempfehlungen des städtebaulichen Entwicklungskonzepts

### Ziel: Rechtssicheres und verbindliches Einzelhandelskonzept

#### Beschreibung der Maßnahme

Verabschiedung des Einzelhandelskonzepts durch einen entsprechenden Stadtratsbeschluss zur Kommunikation und Festschreibung der angestrebten Entwicklungsziele und Leitlinien als Planungswille der Kommune

#### Hintergrund

- Aktuelles und verbindliches Einzelhandelskonzept zur gesamtstädtischen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung
- Entfaltung einer Schutz- und Steuerungswirkung gegenüber unerwünschten Einzelhandelsvorhaben

#### Aktueller Stand

Zeitnah nach Prüfung des Entwurfs

#### Voraussetzungen

Abgestimmter Entwurf des Einzelhandelskonzepts muss vorliegen

#### Zeitplan

kurzfristig

#### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten



## #02

### Maßnahme: Umsetzung der Ergebnisse des Konzeptes in die Bauleitplanung

#### Ziel: Rechtssicheres und verbindliches Einzelhandelskonzept

##### Beschreibung der Maßnahme

- Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB ist in der Bauleitplanung zu berücksichtigen.
- Stetige Prüfung der Bebauungspläne auf Anpassungsbedarfe sowie Überplanung unbepannter Innenbereiche nach Bedarf

##### Hintergrund

- B-Pläne zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung (z.B. EH-Ausschluss) können sich bei der Begründung der Festsetzungen auf Inhalte des Konzeptes beziehen

##### Aktueller Stand

Zeitnah nach Prüfung des Entwurfs

##### Voraussetzungen

Beschlossenes Einzelhandelskonzept muss vorliegen

##### Zeitplan

laufend

##### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten



#03

## **Maßnahme:** Erarbeitung eines städtebaulichen Vertrages mit dem Bernstein Resort (bzw. Center Parcs) sowie Steuerung über Bebauungsplan

### **Ziel:** Touristische Potenziale des Bernstein-Resorts für die Stadt vertraglich sichern

#### Beschreibung der Maßnahme

- Ausarbeitung eines städtebaulichen Vertrags mit dem Bernstein-Resort.
- Festlegung von Maßnahmen/ Attraktionen, welche außerhalb des Bernsteinresorts stattfinden sollten bzw. welche gemeinsam mit dem Bernstein-Resort geplant werden sollten.
- Bspw. gemeinsamer Kanuverleih/ Anlegestelle sowohl im Bernstein-Resort als auch in Ribnitz und Damgarten (Verknüpfung der jeweiligen Potenziale).

#### Hintergrund

Um die zukünftigen Maßnahmen in der Stadt Ribnitz-Damgarten insbesondere im Bereich der touristischen Entwicklung nicht durch die Planungen auf Pütnitz zu konterkarieren, sollte ein städtebaulicher Vertrag erarbeitet werden.

#### Aktueller Stand

Abstimmungen mit Bernstein Resort laufen

#### Voraussetzungen

- Vorliegen konkreter Maßnahmen seitens der Stadt
- Bereitschaft des Bernsteinresorts

#### Zeitplan

kurzfristig

#### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten; Ansprechpartner Bernstein Resort

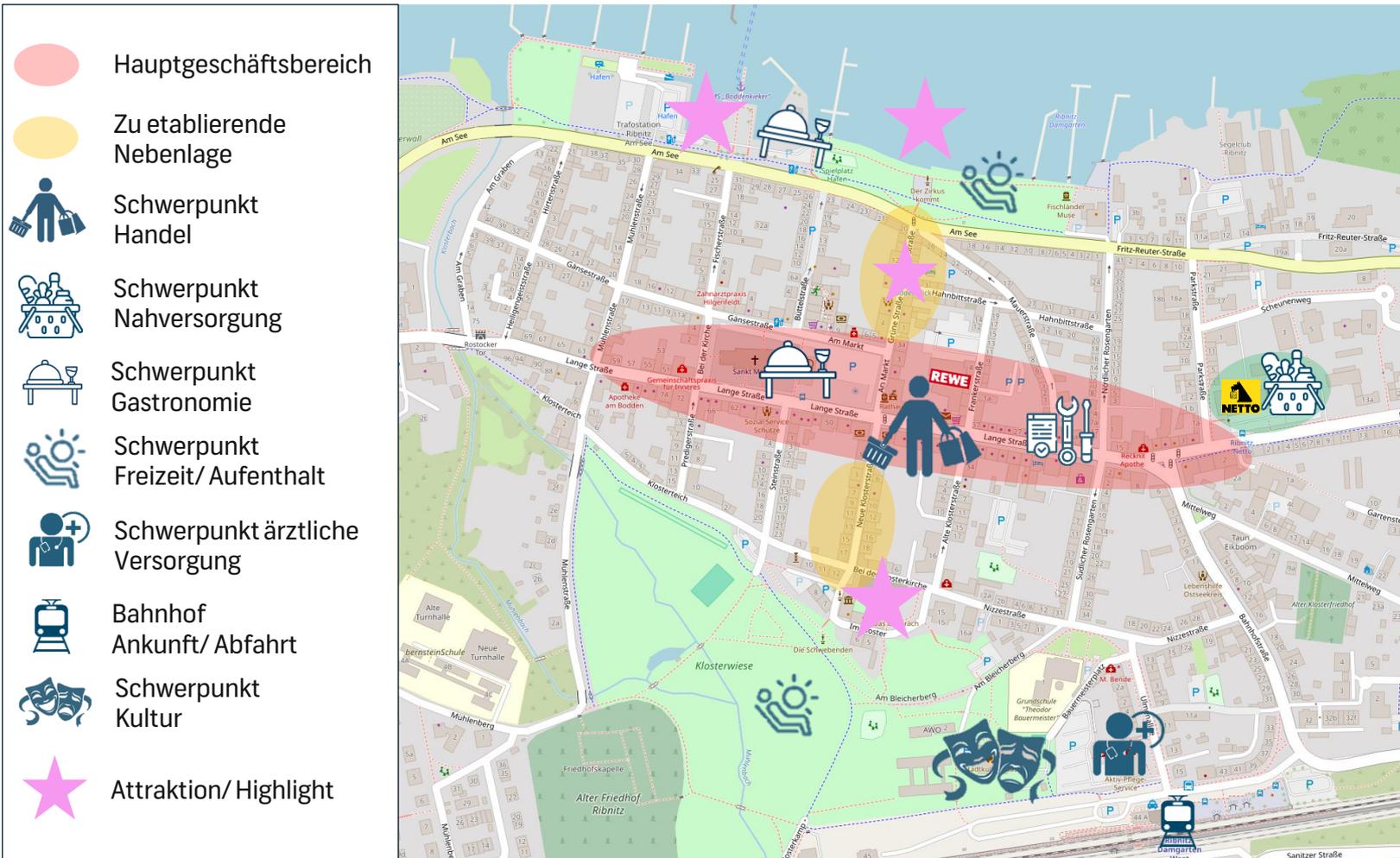


## Maßnahmenkatalog 2024 – Übersicht der Themenfelder



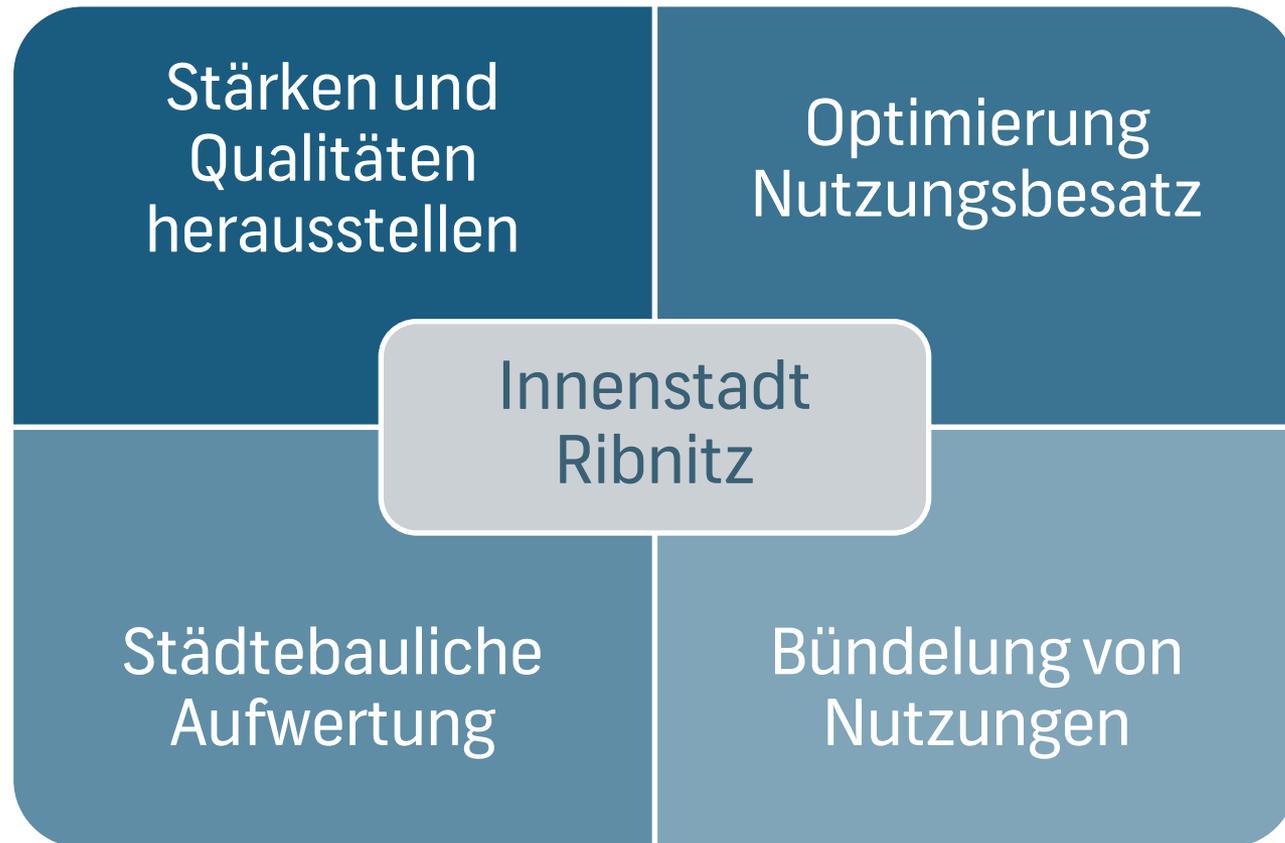


## Innenstadt Ribnitz – Vision 2040



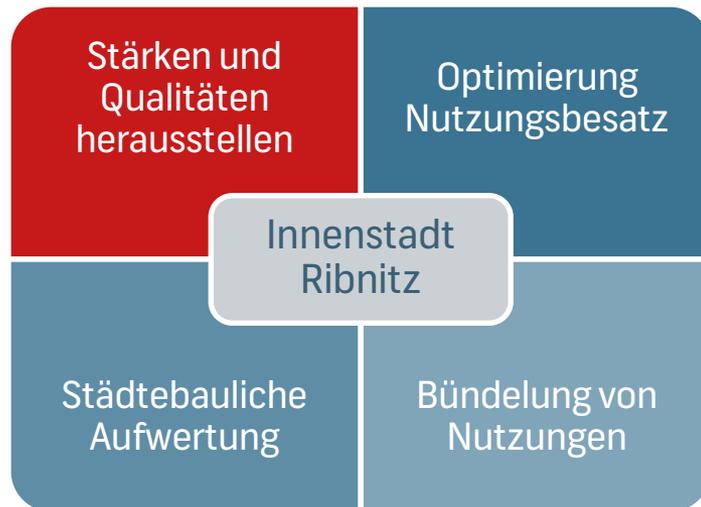


## Für die Entwicklung der Ribnitzer Innenstadt 2040 ergeben sich folgende übergeordnete Ziele und Handlungsfelder:





## Schwerpunkt: Stärken und Qualitäten herausstellen



Bereits heute zeichnet sich die Ribnitzer Innenstadt durch einen **vielfältigen Nutzungsmix** sowie einer damit einhergehenden **hohen Multifunktionalität** aus. Eingebettet in einen historischen Gebäudebestand findet sich entlang der zentralen Achse zudem ein nahezu durchgängiger Nutzungsbesatz mit einer geringen Leerstandsquote. Mit dem Thema Bernstein verfügt die Stadt zudem über ein Alleinstellungsmerkmal gegenüber anderen Städten, welches auch weiterhin mit einbezogen werden sollte.

Für den Erhalt sowie den Ausbau der Stärken sollten Maßnahmen ergriffen werden, um die Funktionsfähigkeit und Attraktivität der Innenstadt vor dem Hintergrund der wachsenden touristischen Bedeutung nachhaltig abzusichern.

Der Schwerpunkt „**Stärken und Qualitäten herausstellen**“ zielt im Wesentlichen darauf ab, die Anziehungskraft der Innenstadt zu festigen und zielgerichtet auszubauen. Dabei wird die Profilierung der Innenstadt in Bezug auf die Multifunktionalität (mit Schwerpunkt Einzelhandel) sowie einer Erhöhung der Passantenfrequenz in den Vordergrund gestellt. Darüber hinaus werden eine Reihe von einzelbetrieblichen Maßnahmen (u.a. Online-Präsenz, Öffnungszeiten, Service-Maßnahmen) sowie übergeordneten Zielen (u.a. Aktivierungsmaßnahmen) empfohlen, welche zu einer Stärkung der Innenstadt beitragen sollen.



## Schwerpunkt: Stärken und Qualitäten herausstellen

	<b>Ziel</b>	Profilierung der Innenstadt - Sicherung und gezielte Stärkung des Geschäftsbesatzes in der Innenstadt
<b>#04</b>	<b>Maßnahme</b>	Bedürfnisse der Geschäftsleute in der Innenstadt prüfen und Handlungsempfehlungen erarbeiten
<b>#05</b>	<b>Maßnahme</b>	Gründliche Analyse des innerstädtischen Immobilienbesatzes
<b>#06</b>	<b>Maßnahme</b>	Flächenoptimierung im Bestand
<b>#07</b>	<b>Maßnahme</b>	Erarbeitung eines Leerstandskatasters und aktives Leerstandsmanagement
	<b>Ziel</b>	Inhabergeführten Geschäftsbesatz in der Innenstadt sichern - Leerständen vorbeugen
<b>#08</b>	<b>Maßnahme</b>	Unterstützung der Einzelhändler beim Geschäftsübergang vor dem Hintergrund der „Nachfolgeproblematik“



**#09**

**Ziel**

Kundenkomfort erhöhen und bessere Verteilung der Passantenfrequenzen im Tagesverlauf

**Maßnahme**

Schaffung von einheitlichen Kern-Öffnungszeiten in der Innenstadt (Mindest-Konsens)

**Ziel**

Unterstützung bei der Stärkung der Kompetenzen der Einzelhändler, um die Kundenbindung zu erhöhen und neue Kunden zu gewinnen

**#10**

**Maßnahme**

Coaching zur Verbesserung des Marktauftritts und des Erscheinungsbilds

**Ziel**

Chancen des Internets als Absatz-, Marketing- und Kommunikationsmittel nutzen

**#11**

**Maßnahme**

Unterstützung zum Aufbau/Verstetigung einer zielgerichteten Digitalisierungsstrategie der Einzelhändler



#12

**Ziel**

Steigerung der Passantenfrequenz durch Erhöhung der Besuchsanlässe (Kopplungen)

**Maßnahme**

Erhalt und Ausbau der Multifunktionalität in der Innenstadt

**Ziel**

Etablierung der Bernstein-Thematik als besuchsanlassförderndes Leitmotiv der Ribnitzer Innenstadt

#13

**Maßnahme**

Leitmotiv Bernstein und dessen Potenziale noch stärker im Citymanagement und bei den Gewerbetreibenden verankern

**Ziel**

Attraktivität des Wochenmarkts weiter steigern

#14

**Maßnahme**

Monatlicher Feierabendmarkt und Stärkung des Wochenmarkts durch gastronomische Angebote (Food-Truck, Weinverkauf)



#04

## **Maßnahme:** Bedürfnisse der Geschäftsleute in der Innenstadt prüfen und Handlungsempfehlungen erarbeiten

**Ziel:** Profilierung der Innenstadt – Sicherung und gezielte Stärkung des Geschäftsbesatzes in der Innenstadt

**Hintergrund:** Zur Sicherung und Weiterentwicklung des Geschäftsbesatzes in der Innenstadt soll die Abwanderung von Betrieben verhindert werden. Hierfür ist ein frühzeitiges Verständnis für individuelle Probleme der ansässigen Betriebe notwendig, um auf die jeweiligen Bedürfnisse einzugehen und mögliche Geschäftsaufgaben zu verhindern. Zudem wird eine Vertrauensbasis mit den Geschäftsleuten aufgebaut/ verstärkt.

### Beschreibung der Maßnahme

- Fortlaufender regelmäßiger Austausch zwischen den Geschäftsleuten und der Stadt
- Gemeinsame Erarbeitung von individuellen Lösungsansätzen

### Aktueller Stand

Wird unregelmäßig und nicht flächendeckend durchgeführt

### Voraussetzungen

Bereitschaft der Geschäftsleute zur offenen Kommunikation

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing)



## #05

### Maßnahme: Gründliche Analyse des innerstädtischen Immobilienbesatzes

**Ziel: Profilierung der Innenstadt – Sicherung und gezielte Stärkung des Geschäftsbesatzes in der Innenstadt**

**Hintergrund:** Zur Sicherung und Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Innenstadt soll ein aktives Flächenmanagement betrieben werden, in dessen Rahmen es die jeweiligen Stärken und Schwächen der Immobilien zu erfassen gilt und mögliche Optimierungspotenziale zu benennen sind. Dabei sollte auch die generelle Verfügbarkeit von modernen Flächenangeboten mit Blick auf die Ansprache möglicher Investoren und Handelskonzepte ermittelt werden. Als ein mögliches Tool wird LeAn empfohlen (siehe Hauptbericht).

#### Beschreibung der Maßnahme

- Austausch mit d. Immobilieneigentümern
- Erfassen von Stärken u. Schwächen der jeweiligen Immobilien
- gemeinsame Erarbeitung von individuellen Lösungsansätzen

#### Aktueller Stand

Maßnahme bisher nicht durchgeführt

#### Voraussetzungen

Bereitschaft der Immobilieneigentümer;  
Kapazitäten der Stadt Ribnitz-Damgarten

#### Zeitplan

fortlaufend

#### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung); Immobilieneigentümer



## #06

### Maßnahme: Flächenoptimierung im Bestand

**Ziel: Profilierung der Innenstadt – Sicherung und gezielte Stärkung des Geschäftsbesatzes in der Innenstadt**

**Hintergrund:** Mit Blick auf die historische und kleinteilige Bausubstanz in der Ribnitzer Innenstadt entsprechen nicht alle Ladenlokale den aktuellen Anforderungen des Einzelhandels. Anpassungsbedarfe zeigen sich vor allem hinsichtlich der Ladengrößen, der Flächenzuschnitte und der Zugänglichkeiten (Barrierefreiheit). Um neue Handelsformate für die Innenstadt zu gewinnen, sind die Möglichkeiten zur Schaffung marktfähiger Ladenlokale mit den Immobilieneigentümer (z.B. Flächenzusammenlegungen) zu eruieren.

#### Beschreibung der Maßnahme

Prüfung verschiedener Areale in der Innenstadt hinsichtlich der Möglichkeiten zur Zusammenlegung von Ladenflächen bzw. Grundstücken und der Umsetzung neuer städtebaulicher Lösungen

#### Aktueller Stand

Maßnahme bisher nicht dauerhaft/nachhaltig durchgeführt

#### Voraussetzungen

Ansprache u. Bereitschaft von Grundstücks- u. Immobilieneigentümern

#### Zeitplan

fortlaufend

#### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung), Grundstücks- und Immobilieneigentümer



#07

## **Maßnahme: Erarbeitung eines Leerstandskatasters und aktives Leerstandsmanagement**

**Ziel: Profilierung der Innenstadt – Sicherung und gezielte Stärkung des Geschäftsbesatzes in der Innenstadt**

**Hintergrund:** Auch wenn aktuell keine strukturelle Leerstandsproblematik besteht, sollte die Stadt angesichts der Rahmenbedingungen für den stationären Nonfood-Einzelhandel auf Leerstände vorbereitet sein. Hierfür sollte eine fortlaufende Erfassung der Leerstände stattfinden und in einer Datenbank (bspw. einer Excel-Tabelle) hinterlegt werden. Mit Hilfe dieser Datenbank können Flächengesuche leichter koordiniert und Kontakte mit den Immobilieneigentümern hergestellt werden.

### Beschreibung der Maßnahme

- Erfassung der derzeitigen Leerstände (u.a. mit Eigentümer, Größe, Miete, Stärken/ Schwächen) in einem Kataster
- Aufbau einer Datenbank zum Flächen/Leerstandsmanagement
- Kontinuierliche Pflege des Leerstandskatasters

### Aktueller Stand

Maßnahme bisher nicht durchgeführt

### Voraussetzungen

Zeit/Personalbudget für die Ersterfassung und zum Aufbau/Pflege des Systems

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung)



#08

## **Maßnahme: Unterstützung der Einzelhändler beim Geschäftsübergang vor dem Hintergrund der „Nachfolgeproblematik“**

**Ziel: Inhabergeführten Geschäftsbesatz in der Innenstadt sichern – Leerständen vorbeugen**

**Hintergrund:** Kommen Geschäftsinhaber in das Rentenalter stellt sich die Frage der Nachfolge. Viele Läden schließen, weil sich kein Nachfolger findet – z.B. weil es Existenzgründern an Kapital und Know-how fehlt. Leerstände sind die Folge. Dabei gibt es Beratungsangebote und auch Förderkulissen zur Existenzgründung im Einzelhandel, die allerdings nicht immer bekannt sind. Als ein mögliches Tool wird LeAn empfohlen (siehe Hauptbericht).

### Beschreibung der Maßnahme

- Gezielte Ansprache von älteren Geschäftsinhabern mit Blick auf die Nachfolgefrage, um frühzeitig nach Lösungen zu suchen
- Erarbeitung eines Hand-Outs mit Auflistung von Beratungsangeboten und Förderkulissen für Existenzgründer im Handel

### Aktueller Stand

Keine Aktivitäten

### Voraussetzungen

Überblick über Förderinstrumente und Beratungsangebote verschaffen

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung); ggf. IHK



#09

## Maßnahme: Schaffung von einheitlichen Kern-Öffnungszeiten in der Innenstadt (Mindest-Konsens)

**Ziel: Kundenkomfort erhöhen und bessere Verteilung der Passantenfrequenzen im Tagesverlauf**

**Hintergrund:** Zur Erhöhung des Einkaufskomforts sollte auf die Einführung von einheitlichen Kernöffnungszeiten („verlässliches“ Einkaufen) sowohl an Wochentagen als auch an Samstagen mit besonderem Blick auf den Samstagnachmittag (mindestens bis 16 Uhr) hingearbeitet werden. Auch abgestimmte Sonderöffnungszeiten in den Sommermonaten, wie z.B. ein regelmäßiger Langer Freitag bis 20 Uhr, sollten angestrebt werden.

### Beschreibung der Maßnahme

- Eruiierung personeller Ressourcen der Gewerbetreibenden
- Überzeugungsarbeit bei den Gewerbetreibenden leisten
- Festlegung der Kernöffnungszeiten und Kommunikation im Rahmen des Stadtmarketings

### Aktueller Stand

Maßnahme bisher nicht (vollständig) durchgeführt

### Voraussetzungen

Bereitschaft der Gewerbetreibenden

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Gewerbetreibende in der Innenstadt; Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing)



## #10 **Maßnahme: Coaching zur Verbesserung des Marktauftritts und des Erscheinungsbilds**

**Ziel: Unterstützung bei der Stärkung der Kompetenzen der Einzelhändler, um die Kundenbindung zu erhöhen und neue Kunden zu gewinnen**

**Hintergrund:** Neben den angebotenen Sortimenten spielen vor allem auch qualitative Merkmale wie das Erscheinungsbild der Ladenlokale (u.a. Schaufenster- u. Innengestaltung), die Warenpräsentation oder Service/Beratung eine wichtige Rolle, um sich vom Online-Handel und interkommunalen Wettbewerbsstandorten abzuheben. Diese Qualitäten gilt es durch gezielte Coaching-Angebote für die Gewerbetreibenden zu stärken.

### Beschreibung der Maßnahme

- Händler in gemeinsamen Stadtrundgang oder Stadtexkursion für die Thematik sensibilisieren
- externe Impulsvorträge und Coaching-Angebote organisieren (z.B. Erfolgsfaktor Schaufenster, Verkaufsfördernde Ladengestaltung)

### Aktueller Stand

Viele Betriebe weisen einen guten Marktauftritt auf; dennoch kann ein Coaching-Programm mit Blick auf künftige Trends (z.B. KI) wichtig sein

### Voraussetzungen

Identifizierung von geeigneten Coaching-Programmen und Referenten

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung); Gewerbetreibende



#11

## **Maßnahme: Unterstützung zum Aufbau/Verstetigung einer zielgerichteten Digitalisierungsstrategie der Einzelhändler**

**Ziel: Chancen des Internets als Absatz-, Marketing- und Kommunikationsmittel nutzen**

**Hintergrund:** Der Online-Handel setzt den stationären Einzelhandel zunehmend unter Druck. Gleichzeitig bietet das Internet dem stationären Einzelhandel aber auch Chancen, die im Rahmen einer zielgruppenspezifischen und vom jeweiligen Geschäftsmodell abhängigen Digitalisierungsstrategie zu nutzen sind. Zwingende Mindestvoraussetzung ist eine ansprechende, aktuelle und informative Homepage. Aktivitäten in den Segmenten Social Media, Online-Marktplätze bis hin zu einem eigenem Online-Shop sind zu prüfen.

### Beschreibung der Maßnahme

Über Informationsveranstaltung die Händler auf die Herausforderungen und Potenziale der Digitalisierung aufklären und ggf. ein Coaching-Programm initiieren und organisieren.

### Aktueller Stand

Ein Großteil der Geschäfte in der Ribnitzer Innenstadt ist online gut auffindbar. Es bestehen aber Optimierungspotenziale hinsichtlich digitaler Angebote.

### Voraussetzungen

Bereitschaft der Geschäftsleute; Identifizierung von Coaching-Programmen

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung); ggf. IHK; Gewerbetreibende



## #12

### Maßnahme: Erhalt und Ausbau der Multifunktionalität in der Innenstadt

**Ziel:** Steigerung der Passantenfrequenz durch Erhöhung der Besuchsanlässe (Kopplungen)

**Hintergrund:** Der Einzelhandel wird und sollte auch künftig die Leitfunktion der Innenstadt sein. Eine hohe Nutzungsvielfalt sorgt jedoch für zusätzliche Besuchsanlässe und steigert die Passantenfrequenz, wovon wiederum der Handel profitiert. Konsumnahe und publikumsintensive Nutzungen (Dienstleistungen, Ärzte, Gastronomie, Kultur/Freizeit) gilt es somit zu stärken und insbesondere in den Nebenlagen noch stärker in den Fokus zu nehmen.

#### Beschreibung der Maßnahme

- Nicht mehr marktgängige Ladenflächen auch mit konsumnahen Nutzungen belegen (u.a. Lage zw. Netto u. Kaufhaus Stolz)
- Ansprache von alternativen Konzepten/Nutzungen
- Umbaumaßnahmen positiv begleiten (Auflagen, Genehmigungen)

#### Aktueller Stand

Die Innenstadt weist schon heute eine erhöhte Multifunktionalität auf, die es weiter auszubauen gilt.

#### Voraussetzungen

- Bereitschaft der Eigentümer/ Vermieter
- Alternative Konzepte recherchieren/ ansprechen

#### Zeitplan

fortlaufend

#### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten; Eigentümer/ Vermieter



#13

## **Maßnahme:** Leitmotiv Bernstein und dessen Potenziale noch stärker im Citymanagement und bei den Gewerbetreibenden verankern

**Ziel:** Etablierung der Bernstein-Thematik als besuchsanlassförderndes Leitmotiv der Ribnitzer Innenstadt

**Hintergrund:** Die Thematik der Bernstein-Stadt findet derzeit bei den Einzelhandelsbetrieben und Gewerbetreibenden in der Innenstadt kaum Berücksichtigung. Bernstein als gemeinsames Leitmotiv der Ribnitzer Innenstadt zu machen ist insbesondere mit Blick auf Touristen eine Chance fürs Stadtmarketing und schafft eine gemeinsame Identität. Die Gewerbetreibenden sollten prüfen, inwiefern sie das Thema für sich aufgreifen und nutzen können.

### Beschreibung der Maßnahme

- Strategie für den Aufbau des Leitmotivs entwickeln
- Integration in das Stadtmarketing
- Einzelbetriebliche Maßnahmen (z.B. Einbindung in Schaufenstergestaltung, Produkte) mit Händlern eruiieren

### Aktueller Stand

Bisher Bernstein-Card als gemeinsamer Nenner

### Voraussetzungen

- Bereitschaft der Einzelhändler

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (City-Management); Geschäftsleute



#14

## **Maßnahme: Monatlicher Feierabendmarkt und Stärkung des Wochenmarkts durch gastronomische Angebote (Food-Truck, Weinverkauf)**

### **Ziel: Attraktivität des Wochenmarkts weiter steigern**

**Hintergrund:** Der Wochenmarkt findet jeden Donnerstag (ca. 08-14 Uhr) nur einmal in der Woche statt\*. Für eine weitere Attraktivierung des Markts, ist zum Beispiel einmal im Monat (zw. April u. November) ein „Feierabendmarkt“ oder „Nachtmarkt“ bis 21 Uhr zu initiieren, um zusätzliche Kunden anzusprechen. Zudem ist der Markt durch gastronomische Angebote (Food-Truck, Weinverkauf) zu ergänzen, um zusätzliche Frequenzen zu generieren und den Markt zu einem Ort der Begegnung zu machen.

### **Beschreibung der Maßnahme**

- Eruierung bei Marktbesckern, ob ein Feierabend- oder Nachtmarkt möglich ist (personelle Ressourcen)
- Ansprache und Akquise zusätzlicher Marktbesckicker aus dem Segment Gastronomie

### **Aktueller Stand**

Markt findet derzeit einmal in der Woche auf dem Marktplatz statt.

### **Voraussetzungen**

- Bereitschaft Marktbesckicker
- Interesse von Anbietern aus dem Gastro-Segment

### **Zeitplan**

mittelfristig

### **Priorität**

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing); Marktbesckicker

\* In Ergänzung ist zudem noch samstags auf den sog. Grünen Markt zu Verweisen. Dieser hält allerdings nur ein rudimentäres Angebot vor.



## Schwerpunkt: Optimierung Nutzungsbesatz



Der Schwerpunkt „**Optimierung des Nutzungsbesatzes**“ hat die Entwicklung des Geschäftsbesatzes der Ribnitzer Innenstadt im Blick und zielt insbesondere auf die Schließung bestehender Angebotslücken ab.

So konnte die Analyse des **Einzelhandelsbesatzes** u.a. das Potenzial für einen weiteren Drogeriemarkt im Stadtgebiet aufzeigen. Eine etwaige Ansiedlung sollte im Sinne des Zentrenkonzeptes auf die Innenstadt von Ribnitz gerichtet sein, um zum einen die Nahversorgungsfunktion zu stärken sowie zum anderen einen weiteren Frequenzbringer zu etablieren. Weitere aktuelle Angebotslücken im städtischen Einzelhandelsbesatz betreffen u.a. die Bereiche Spielwaren und Sportartikel.

Ein weiterer wichtiger Baustein für die zukünftige Innenstadt von Ribnitz ist der Angebotsausbau im Bereich der **Gastronomie**, welche sich insbesondere auf die Lagen am Ribnitzer See, in der Grünen Straße sowie am Marktplatz beziehen. Das Angebot sollte dabei sowohl die Bewohner von Ribnitz-Damgarten als auch die Touristen/ Besucher ansprechen.





## Schwerpunkt: Optimierung Nutzungsbesatz

	<b>Ziel</b>	Profilierung der Innenstadt und Steigerung der Attraktivität durch Verbreiterung des Angebotsmixes
<b>#15</b>	<b>Maßnahme</b>	Schließung von Angebotslücken im Geschäftsbesatz durch aktive Ansprache von Händlern und Gastronomen
	<b>Ziel</b>	Zukunftsorientierte Absicherung der Nahversorgung in der Innenstadt
<b>#16</b>	<b>Maßnahme</b>	Erhalt der wichtigen Nahversorgungsanker REWE und NETTO (Modernisierungsanfragen positiv begleiten)
	<b>Ziel</b>	Verbreiterung des nahversorgungsrelevanten Angebotsmixes der Innenstadt zur Erhöhung der Sogkraft
<b>#17</b>	<b>Maßnahme</b>	Ansiedlung eines Drogeriemarkts als weiteren Magnetbetrieb und Frequenzbringer



## Schwerpunkt: Optimierung Nutzungsbesatz

	<b>Ziel</b>	Abbau von Leerständen zur Sicherung eines attraktiven Stadtbilds bei gleichzeitiger Erhöhung der Angebotsvielfalt
<b>#18</b>	<b>Maßnahme</b>	Innovative (Zwischen-) Nutzungen etablieren
<b>#19</b>	<b>Maßnahme</b>	Erscheinungsbild in Randlagen aufwerten und Leerstände vermeiden durch Wohn- und Büronutzungen
	<b>Ziel</b>	Ausbau des gastronomischen Angebots zur Steigerung der Anziehungskraft der Innenstadt
<b>#20</b>	<b>Maßnahme</b>	Bestehende Angebotslücken in der Gastronomie schließen (u.a. durch Cocktail-/ Weinbar am See und bürgerliche Küche)
<b>#21</b>	<b>Maßnahme</b>	Größeres Bistro in der Innenstadt initiieren
<b>#22</b>	<b>Maßnahme</b>	Außergastronomie bei den bestehenden Betrieben ermöglichen/ erweitern



#15

## **Maßnahme: Schließung von Angebotslücken im Geschäftsbesatz durch aktive Ansprache von Händlern und Gastronomen**

**Ziel: Profilierung der Innenstadt und Steigerung der Attraktivität durch Verbreiterung des Angebotsmixes**

**Hintergrund:** Zur Profilierung der Ribnitzer Innenstadt als wichtigster Handels- und Geschäftsstandort im Stadtgefüge ist die Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Gastronomieangebots von hoher Wichtigkeit. Aktuelle Angebotslücken bestehen insbesondere in den Segmenten Sportbedarf und Spielwaren. Aber auch im Modischen Bedarf bestehen vor dem Hintergrund der touristischen Potenziale noch Ausbaubedarfe. Die Angebotslücken gilt es in einem fortlaufenden Prozess stetig zu aktualisieren.

### Beschreibung der Maßnahme

- Fortlaufende Identifizierung von Angebotslücken und Potenzialen
- Aktive Ansprache von potenziellen Einzelhändlern/Gastronomen (Filialisten, regionale Franchisenehmer, selbstständige Gewerbetreibende in der Region) auf Basis eines Exposés

### Aktueller Stand

offen

### Voraussetzungen

- Erstellung eines Exposés zu den Stärken und Potenzialen von Ribnitz (+ Maßnahmen)

### Zeitplan

Zeitnah; fortlaufend

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung, Stadtmarketing)



#16

**Maßnahme:** Erhalt der wichtigen Nahversorgungsanker REWE, NETTO u. Kaufhaus Stolz (Modernisierungsanfragen positiv und konstruktiv begleiten)

**Ziel:** Zukunftsorientierte Absicherung der Nahversorgung in der Innenstadt

**Hintergrund:** Hinsichtlich einer flächendeckenden und fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern sind nahversorgungsrelevante Sortimente in städtebaulich-integrierten Lagen von hoher Bedeutung, welche darüber hinaus als wichtige Frequenzbringer für Zentren fungieren. Insofern sollte den beiden strukturprägenden Lebensmittelbetrieben die Möglichkeit für betriebsinterne Anpassungen eingeräumt und positiv begleitet werden.

Beschreibung der Maßnahme

- Mögliche Modernisierungsmaßnahmen/ -anfragen für die Lebensmittelbetriebe in der Innenstadt positiv begleiten;
- frühzeitig das Gespräch mit Betreibern zu den Standortperspektiven suchen, um Standorte langfristig abzusichern

Aktueller Stand

Keine aktuelle Anfrage seitens der Betreiber; daher kein akuter Handlungsbedarf

Voraussetzungen

- Bereitschaft der Geschäftsleute

Zeitplan

fortlaufend

Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten



#17

## Maßnahme: Ansiedlung eines Drogeriemarkts als weiteren Magnetbetrieb und Frequenzbringer

**Ziel: Verbreiterung des nahversorgungsrelevanten Angebotsmixes der Innenstadt zur Erhöhung der Sogkraft**

**Hintergrund:** Zur qualitativen als auch quantitativen Stärkung der Nahversorgung in der Stadt Ribnitz-Damgarten wird die Ansiedlung eines Drogeriemarkts empfohlen. Eine etwaige Ansiedlung sollte auf die Innenstadt von Ribnitz gerichtet sein, um die Potenziale des Drogeriemarkts für die Innenstadt nutzbar zu machen. Da eine Ansiedlung entlang der Lange Straße/ Am Markt aufgrund der Flächenverfügbarkeit schwierig zu realisieren ist, bietet sich der Standortbereich bei Netto an der Damgartener Chaussee an.

### Beschreibung der Maßnahme

- Ansprache von möglichen Betreibern/ Investoren
- Gespräche mit potenziellem Grundstückseigentümer führen
- Ansiedlungsprozess konstruktiv begleiten

### Aktueller Stand

offen

### Voraussetzungen

- Betreiber/ Investor finden
- Bebauungsplanaufstellung erforderlich

### Zeitplan

zeitnah

### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten



#18

## Maßnahme: Innovative (Zwischen-) Nutzungen etablieren

**Ziel: Abbau von Leerständen zur Sicherung eines attraktiven Stadtbilds bei gleichzeitiger Erhöhung der Angebotsvielfalt**

**Hintergrund:** Bei Leerständen, welche kurzfristig nicht beseitigt werden können, empfiehlt es sich mit Blick auf das Erscheinungsbild, über eine Zwischennutzung nachzudenken. Hierbei können auch innovative, bisher in Ribnitz-Damgarten nicht vorhandene Ansätze (z.B. Unverpackt-Laden) für Gründer, in der Innenstadt ausprobiert werden. Wichtig: Bewusstsein bei den Immobilieneigentümern schaffen sowie Möglichkeit der Zwischennutzung kommunizieren.

### Beschreibung der Maßnahme

- Innovative Ansätze für Zwischennutzungen identifizieren und kontaktieren (z.B. Vereine und Kulturschaffende)
- Vermieter und potenzielle Zwischennutzer zusammenbringen

### Aktueller Stand

offen

### Voraussetzungen

- Akquirierung von Nutzungen
- Akzeptanz bei Immobilieneigentümer/ Vermieter

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing, Citymanagement); Eigentümer/ Vermieter



#19

## **Maßnahme:** Erscheinungsbild in Randlagen aufwerten und Leerstände vermeiden durch Wohn- und Büronutzungen

**Ziel:** Abbau von Leerständen zur Sicherung eines attraktiven Stadtbilds bei gleichzeitiger Erhöhung der Angebotsvielfalt

**Hintergrund:** Die Nutzung von Handelsimmobilien in der Innenstadt sollte in erster Linie durch publikumsintensive Angebote wie Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie erfolgen. In den Randlagen der Innenstadt sowie in den Obergeschossen müssen jedoch alternative Nutzungen gefunden werden, um Leerstände zu vermeiden, da die Entwicklungspotenziale für eine flächendeckende Bespielung der Innenstadt nicht ausreichen. Hier stehen Büro- und Wohnnutzungen im Fokus.

### Beschreibung der Maßnahme

- Immobilieneigentümer für die Umnutzung in Büro und Wohnen sensibilisieren und überzeugen
- Fortlaufend über Fördermaßnahmen (z.B. bei denkmalgeschützten Gebäuden) informieren

### Aktueller Stand

offen

### Voraussetzungen

- Bereitschaft der Eigentümer/ Vermieter
- Genehmigungsrechtliche Voraussetzungen

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten; Eigentümer/ Vermieter



#20

**Maßnahme:** Bestehende Angebotslücken in der Gastronomie schließen (u.a. durch Cocktail-/ Weinbar am See und bürgerliche Küche)

**Ziel:** Ausbau des gastronomischen Angebots zur Steigerung der Anziehungskraft der Innenstadt

**Hintergrund:** Die Bestandsanalyse der Gastronomiebetriebe in der Stadt Ribnitz-Damgarten hat gezeigt, dass einige Betriebstypen in der Stadt fehlen. Hierzu gehören u.a. eine Cocktail-/Weinbar (idealerweise mit attraktiver Kulisse am Ribnitzer See; hier auch temporäre Lösungen wie Beach-Bar mit einbeziehen) sowie ein Restaurant mit bürgerlicher Küche (z.B. am Marktplatz). **Bei der Ansiedlung von neuen Gastronomiekonzepten ist insbesondere im Bereich des Marktplatzes der Außengastronomie eine hohe Bedeutung beizumessen.**

Beschreibung der Maßnahme

- Suche nach geeigneten Flächen in der Innenstadt
- Ansprache von potenziellen Gastronomen
- Gastronomen und Immobilieneigentümer zusammenbringen
- Schnelle Genehmigungen

Aktueller Stand

Aktuell besteht in Ribnitz-Damgarten kein Gastronomiebetrieb, welcher schwerpunktmäßig auf Getränke fokussiert ist.

Voraussetzungen

- In erster Linie geeignete Flächen und Betreiber

Zeitplan

mittelfristig

Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung), Eigentümer



#21

## Maßnahme: Größeres Bistro in der Innenstadt initiieren

**Ziel: Ausbau des gastronomischen Angebots zur Steigerung der Anziehungskraft der Innenstadt**

**Hintergrund:** Ein Bistro ist ein Konzept, das den Bedürfnissen einer breiten Zielgruppe gerecht wird und einen attraktiven Treffpunkt innerhalb der Innenstadt darstellt. Als ein idealer Ort stellt sich der Marktplatz als auch der Bereich am See dar. Auch die Alte Post in Ribnitz sollte – nachgeordnet – in die Überlegungen mit einbezogen werden. Zudem Verknüpfung mit Kunst-/Kulturinitiative für Ausstellungs-/ Veranstaltungsfläche prüfen.

### Beschreibung der Maßnahme

- Suche nach geeigneten Flächen
- Austausch über mögliche Konzepte
- Ansprache von Investoren
- Vermittlung mit Immobilieneigentümern

### Aktueller Stand

Keine Gespräche

### Voraussetzungen

- In erster Linie eine geeignete Fläche sowie ein Betreiber

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten; Eigentümer/ Vermieter



#22

## **Maßnahme:** Außengastronomie bei den bestehenden Betrieben ermöglichen/ erweitern

**Ziel:** Ausbau des gastronomischen Angebots zur Steigerung der Anziehungskraft der Innenstadt

**Hintergrund:** Außengastronomie trägt zu einer Belebung des öffentlichen Raums bei und fördert die soziale Interaktion. Zudem sind Orte mit Außengastronomie auch immer Anziehungspunkte für Touristen, welche das Flair der Stadt genießen möchten. Darüber hinaus bieten diese dem Gastronomen zusätzliche Einnahmemöglichkeiten (insbesondere während der Sommermonate). In Ribnitz bieten sich insbesondere der Marktplatz als auch der Bereich am See für einen Ausbau der Außengastronomie an.

### Beschreibung der Maßnahme

- Austausch mit Gastronomiebetrieben und Abfrage des Bedarfs
- Großzügiger Umgang mit Sondernutzungsrechten für Außengastronomie

### Aktueller Stand

Viele Gastronomiebetriebe verfügen bereits über Außenplätze. Dennoch besteht noch ein Ausbaubedarf

### Voraussetzungen

- Flächenzugeständnisse z.B. gegenüber Parkplätzen und Freiflächen

### Zeitplan

kurzfristig

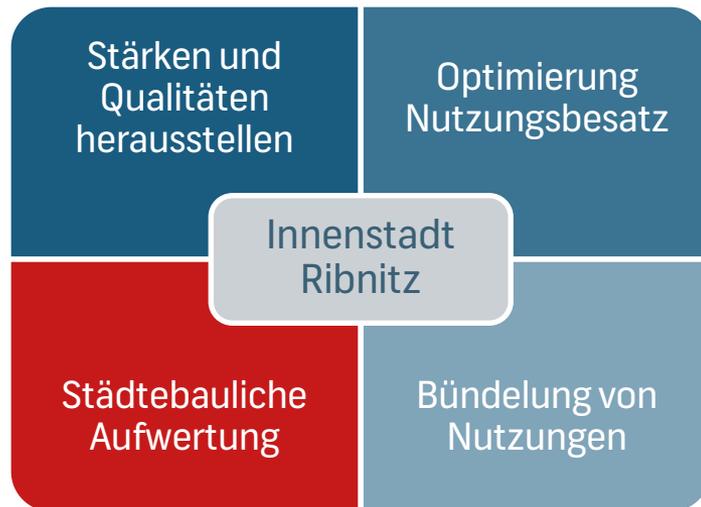
### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten



## Schwerpunkt: Städtebauliche Aufwertung



Empfehlungen und Maßnahmen zur „Städtebaulichen Aufwertung“ der Innenstadt zielen vor allem auf den Marktplatz sowie das Ufer am Ribnitzer See ab.

Zum anderen werden aber auch Maßnahmen empfohlen, welche u.a. die Wahrnehmung der Innenstadt mit Blick auf den demographischen Wandel sowie die Gestaltung von Straßenzügen in den Fokus rücken.

Die gezielte Weiterentwicklung durch eine städtebauliche Aufwertung trägt zur Sicherung eines attraktiven Stadtraums mit hoher Aufenthaltsqualität und positiver Ausstrahlungskraft bei. Gerade vor dem Hintergrund, dass der Einkauf im Internet für viele Menschen sehr bequem ist, ist der Aufenthaltsqualität einer Einzelhandelslage ein hoher Stellenwert beizumessen und kann als zusätzlicher Anziehungspunkt fungieren.





## Schwerpunkt: Städtebauliche Aufwertung

	<b>Ziel</b>	Erlebnisqualität der Innenstadt sichern und Marktplatz noch stärker als zentralen Treffpunkt der Innenstadt positionieren
<b>#23</b>	<b>Maßnahme</b>	Inhaltliche Aufwertung des Marktplatzes durch Verstetigung und Ausweitung von (hochwertigen) Veranstaltungen/Events
	<b>Ziel</b>	Den Innenstadtbesuch auch für ältere und gehandicappte Menschen attraktiv gestalten
<b>#24</b>	<b>Maßnahme</b>	Einzelbetriebliche Maßnahmen zur Barrierefreiheit unterstützen und Investitionen in den öffentlichen Raum (Stadtmöblierung) prüfen
	<b>Ziel</b>	Stärkere Einbindung/ Aufwertung des Ufers am Ribnitzer See
<b>#25</b>	<b>Maßnahme</b>	Ufer des Ribnitzer Sees durch gestalterische Maßnahme(n) weiter aufwerten (Erlebnisraum schaffen)
	<b>Ziel</b>	Verbesserte Verknüpfung von Hafen/Ribnitzer See mit der Innenstadt/Marktplatz
<b>#26</b>	<b>Maßnahme</b>	Übergang von Uferbereichen zur Innenstadt verbessern



## Schwerpunkt: Städtebauliche Aufwertung

**Ziel**

Attraktivierung des Marktplatzes

**#27**

**Maßnahme**

Langfristige Reduzierung des Marktplatzes von den PKW-Stellplätzen



#23

## **Maßnahme:** Inhaltliche Aufwertung des Marktplatzes durch Verstetigung und Ausweitung von (hochwertigen) Veranstaltungen/Events

**Ziel:** Erlebnisqualität der Innenstadt sichern und Marktplatz noch stärker als zentralen Treffpunkt der Innenstadt positionieren

**Hintergrund:** Der Marktplatz ist das Herzstück der Innenstadt von Ribnitz sowie aufgrund der Stellplätze auch einer der Ausgangspunkte für die ankommenden Besucher. Damit der Marktplatz auch zukünftig als gelebter Mittelpunkt von Ribnitz-Damgarten fungiert, gilt es diesen regelmäßig durch Veranstaltungen und Aktionen zu bespielen. Z.B. durch einen monatlich stattfindenden Feierabendmarkt (als Verlängerung zum Wochenmarkt bspw.) und/oder durch ansprechende Veranstaltungen/Events, die v.a. auf Familien, kaufkräftige Konsumenten und Touristen abzielen.

### Beschreibung der Maßnahme

- Bestehende Feste und Veranstaltungen auf dem Platz fortführen
- Zusätzliche Events entwickeln und imitieren (ggf. mit externem Betreiber) mit Blick auf das Touristenpotenzial Bernstein-Resort
- Temporäre Teil-Bespielung des Platzes durch kreative Aktionen

### Aktueller Stand

Mehrere Events im gesamten Jahresverlauf.

### Voraussetzungen

- Einbezug der Bürger, Nutzer und Anlieger

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten; evtl. externe Veranstalter



#24

## **Maßnahme:** Einzelbetriebliche Maßnahmen zur Barrierefreiheit unterstützen und Investitionen in den öffentlichen Raum (Stadtmöblierung) prüfen

**Ziel:** Den Innenstadtbesuch auch für ältere und gehandicapte Menschen attraktiv gestalten

**Hintergrund:** In der Innenstadt von Ribnitz sollen sich Menschen jeden alters wohlfühlen und gerne aufhalten. Um so wichtiger erscheint es im Lichte des demographischen Wandels, die Innenstadt alters-/ familien-/ und behindertengerecht zu gestalten. Als betriebliche Maßnahmen ist bspw. auf eine barrierefreie Eingangssituation sowie auf Übersichtlichkeit in der Ladengestaltung und Warenpräsentation zu achten. Auf städtischer Seite stehen genügend attraktive Sitzmöglichkeiten, Sonnen-/Regenschutz sowie ein Trinkwasserbrunnen im Fokus.

### Beschreibung der Maßnahme

- Austausch mit Geschäftsleuten, um auf Thematik aufmerksam machen; Aufzeigen von Lösungsansätzen und Fördermaßnahmen
- Kritische Bestandsaufnahme der Stadtmöblierung sowie Ermittlung und Umsetzung von Anpassungsbedarfen

### Aktueller Stand

- einige Betriebe ohne/ schlechten barrierefreien Zugang (u.a. REWE)
- Kein Trinkwasserbrunnen

### Voraussetzungen

- Bereitschaft der Geschäftsleute
- Finanzierung Stadtmöblierung

### Zeitplan

kurzfristig

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten; Geschäftsleute/ Immobilieneigentümer



#25

**Maßnahme:** Ufer des Ribnitzer Sees durch gestalterische Maßnahme(n) weiter aufwerten (Erlebnisraum schaffen)

**Ziel:** Stärkere Einbindung/ Aufwertung des Ufers am Ribnitzer See

**Hintergrund:** Das Ufer des Ribnitzer Sees hat das Potenzial, sowohl für die Bewohner als auch für die Touristen zu einem attraktiven Anziehungspunkt zu werden. Neben der Etablierung eines (weiteren) gastronomischen Konzepts sind weitere gestalterische Maßnahmen zu entwickeln. Als Beispiel ist hier eine Seebühne als Landmark aufzuführen. Dieses könnte zum einen als Ersatz für das ehemalige Kino sowie zum anderen als ein weiterer wichtiger Baustein im Bereich der kulturellen Angebote fungieren. Ferner ist auch die Nutzung für einen Tretbootverleih vorstellbar.

**Beschreibung der Maßnahme**

- Ideenkonzept mit Bürgern erarbeiten
- Bauliche Rahmenbedingungen schaffen
- Austausch/ Suchen von Betreibern/ Investoren z.B. für eine Seebühne

**Aktueller Stand**

Ein Spielplatz ist im Bereich des Hafens vorhanden.

**Voraussetzungen**

- Einbezug der Bürger, Nutzer und Anlieger

**Zeitplan**

mittel- bis langfristig

**Priorität**

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten



**Beispielhafte Darstellung/ Vision einer Seebühne auf dem Ribnitzer See**



Quelle: S/W – Eigenes Foto; Darstellung der Seebühne generiert mit OpenAI.



#26

## Maßnahme: Übergang von Uferbereichen zur Innenstadt verbessern

**Ziel:** Verbesserte Verknüpfung von Hafen/Ribnitzer See mit der Innenstadt/Marktplatz

**Hintergrund:** Um die am Hafen ankommenden Besuchern (via PKW, Rad als auch per Boot) in die Hauptlagen der Ribnitzer Innenstadt zu lenken, bedarf es baulicher Maßnahmen zur Akzentuierung der Wegeführung. Im Mittelpunkt steht dabei vor allem der Übergang vom Uferbereich in die Grüne Straße, da diese direkt auf den Marktplatz führt, über Potenziale für eine städtebauliche Aufwertung verfügt und bereits einige innenstadttypische Nutzungen vorhält, die es im Sinne der Etablierung einer attraktiven Lauf- und Wegeachse weiter auszubauen gilt.

### Beschreibung der Maßnahme

- Ideenkonzept mit Bürgern und Fachbüro unter Einbezug der Immobilieneigentümer erarbeiten
- Umsetzung von gestalterischen Maßnahmen zur Akzentuierung der Wegeachse

### Aktueller Stand

Keine gezielte Wegeführung in die Grüne Straße.

### Voraussetzungen

- Verkehrsberuhigung der Grünen Straße und Entfall von Parkplätzen

### Zeitplan

Mittel- bis langfristig

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten;



## #27 **Maßnahme: Langfristige Reduzierung des Marktplatzes von den PKW-Stellplätzen**

### Ziel: Attraktivierung des Marktplatzes

Hintergrund: Der Marktplatz in der Ribnitzer Innenstadt stellt den Mittelpunkt der Innenstadt dar. Ein (überwiegend) autofreier Marktplatz würde die Aufenthaltsqualität der Innenstadt signifikant erhöhen und zudem einen positiven Beitrag für eine ressourcenschonende Stadtentwicklung leisten und Lärm- und Abgasemissionen im innerstädtischen Bereich reduzieren. Ferner ergeben sich neue Möglichkeiten der Attraktivierung des Marktplatzes durch Events, Außengastronomie, Begegnungsort sowie eine damit einhergehende Qualitätssteigerung.

### Beschreibung der Maßnahme

- Aufstellung eines Verkehrs- und Parkraumkonzepts mit dem Ziel, den Autoverkehr auf dem Marktplatz zu reduzieren und alternative Lösungen zur Erreichbarkeit der Innenstadt zu entwickeln
- Gestaltungs- und Bespielungskonzept für den Marktplatz

### Aktueller Stand

Marktplatz zu einem Großteil als Stellplatz genutzt.

### Voraussetzungen

- Vorhandensein alternativer und gut zu erreichender Stellplätze am Innenstadtrand

### Zeitplan

langfristig

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten



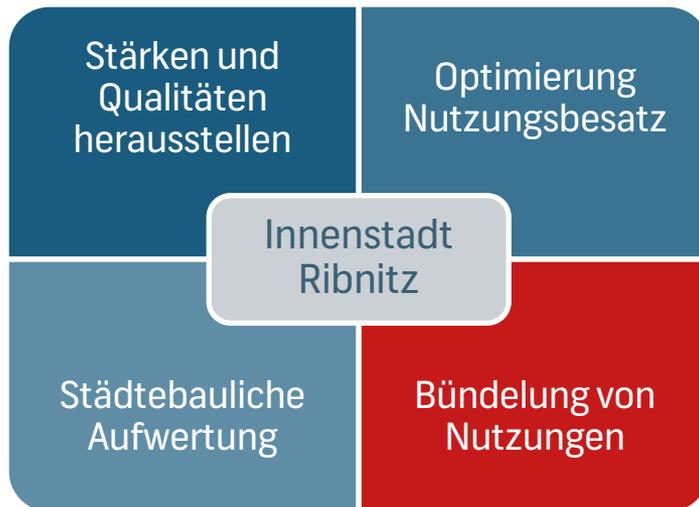
**Beispielhafte Darstellung/Vision eines autofreien Marktplatzes mit  
Begrünung und Flächen für Außengastronomie**

Quelle: S/W = Eigenes Foto; Darstellung des Marktplatzes generiert mit OpenAI.





## Schwerpunkt: Bündelung von Nutzungen



Die Entwicklung von neuen Handelslagen ist ein zentraler Bestandteil der zukünftigen städtebaulichen Planung in der Innenstadt von Ribnitz. Hintergrund ist die Idee, die heute teilweise voneinander losgelösten Lagen Ribnitzer See, Lange Straße, Bernstein Museum durch attraktive Handelslagen und Wegeachsen miteinander zu verbinden und somit neue Laufwege in der Innenstadt zu etablieren sowie bestehende Innenstadtlagen aufzuwerten.

Die im Masterplanprozess beteiligten Fachbüros halten die Grüne Straße sowie die Neue Klosterstraße hierfür am besten geeignet. Für die zukünftige Entwicklung der beiden Geschäftsstraßen wird zudem die Ausarbeitung eines Leitbildes für sinnvoll erachtet, welches die Standortlage als wirtschaftlichen und sozialen Raum schärft (Identitätsbildung).





## Schwerpunkt: Bündelung von Nutzungen

	<b>Ziel</b>	Entwicklung eines Leitbilds für die Grüne Straße und die Neue Klosterstraße als neue Wegeachse der Ribnitzer Innenstadt
<b>#28</b>	<b>Maßnahme</b>	Gestaltungs- und Nutzungskonzept Grüne Straße – Neue Klosterstraße
	<b>Ziel</b>	Langfristige Etablierung der Wegeachsen
<b>#29</b>	<b>Maßnahme</b>	Straßenräume attraktiv für Fußgänger gestalten
<b>#30</b>	<b>Maßnahme</b>	Förderung von kleinen Events in den beiden Straßenzügen
<b>#31</b>	<b>Maßnahme</b>	Implementierung gestalterischer Elemente im öffentlichen Raum zur besseren Sichtbarkeit u. Wahrnehmung der Wegeachse



## #28 **Maßnahme: Gestaltungs- und Nutzungskonzept Grüne Straße – Neue Klosterstraße**

**Ziel: Entwicklung eines Leitbilds für die Grüne Straße und die Neue Klosterstraße als neue Wegeachse der Ribnitzer Innenstadt**

**Hintergrund:** Ein Leitbild hilft, die Einzigartigkeit und den Charakter der Geschäftsstraße zu betonen. Es kann dazu beitragen, ein einheitliches Erscheinungsbild zu schaffen und die Straße als Marke zu positionieren, die sowohl Einheimische als auch Besucher anspricht. Darüber hinaus können Entwicklungsmaßnahmen und Investitionen zielgerichteter gesteuert werden. Es legt fest, welche Art von Geschäften, Dienstleistungen und Veranstaltungen gefördert werden sollen, um das gewünschte Image der Straße zu unterstützen.

### Beschreibung der Maßnahme

- Analyse der Ausgangslage (Bestands- u. Zielgruppenanalyse)
- Beteiligung der Stakeholder (u.a. Anwohner, Investoren) durch bspw. Workshops
- Festlegung von Zielen und Strategien zur Umsetzung

### Aktueller Stand

Derzeit noch keine (nachhaltige) Strategie für die Entwicklung der Straßenzüge zu neuen Wegeachsen

### Voraussetzungen

- Wille der Immobilieneigentümer/ Betreiber
- Unterstützung der Stadt

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten; Immobilieneigentümer/ Betreiber



#29

## Maßnahme: Straßenräume attraktiv für Fußgänger gestalten

**Ziel:** Langfristige Etablierung der Wegeachsen

**Hintergrund:** Diese Maßnahme dient der städtebaulichen Aufwertung der beiden Straßen und sollte das Ziel haben, einen möglichst hohe Aufenthaltsqualität zu erzielen. Die Steigerung der Attraktivität hat dabei zum einen positive Auswirkungen auf die Passanten und hilft zum anderen neue Geschäfte in diesen Lagen anzuziehen.

### Beschreibung der Maßnahme

- Konzept der Landschaftsplaner für die Grüne Straße sowie die Neu Klosterstraße abstimmen und anschließend umsetzen

### Aktueller Stand

Vereinzelte Qualitäten sind bereits heute ausgeprägt

### Voraussetzungen

- Einbezug der Bürger, Nutzer und Anlieger

### Zeitplan

langfristig

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten



#30

## Maßnahme: Förderung von kleinen Events in den beiden Straßenzügen

### Ziel: Langfristige Etablierung der Wegeachsen

Hintergrund: Um das Zusammengehörigkeitsgefühl zu forcieren und die Wahrnehmung der neuen Wegeachse zu fördern, ist die Initiierung von kleinen Straßenfesten/ Veranstaltungen sinnvoll. Darüber hinaus bieten kleine Straßenfeste/ Veranstaltungen eine Vielzahl von Vorteilen, die sowohl das soziale Miteinander als auch die kulturelle und wirtschaftliche Dynamik einer Nachbarschaft fördern. Sie sind eine effektive und relativ unkomplizierte Möglichkeit, Gemeinschaft zu stärken und positive Veränderungen im öffentlichen Raum zu bewirken.

### Beschreibung der Maßnahme

- Ideenwettbewerb unter Einbezug der dort ansässigen Geschäftsleute/ Bewohner für attraktive Feste und Veranstaltungen
- Vergabe von Verantwortlichkeiten und Durchführung der Veranstaltungen

### Aktueller Stand

Keine Straßenfeste in beiden Straßenzügen

### Voraussetzungen

- Einbezug der Bürger, Nutzer und Anlieger

### Zeitplan

langfristig

### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing, Citymanagement); ggf. Geschäftsleute



#31

## **Maßnahme:** Implementierung gestalterischer Elemente im öffentlichen Raum zur besseren Sichtbarkeit u. Wahrnehmung der Wegeachse

### **Ziel:** Langfristige Etablierung der Wegeachsen

**Hintergrund:** Für die bessere Wahrnehmung der beiden Lagebereiche (Grüne Straße/Neue Klosterstraße) können verschiedene künstlerische/ gestalterische Maßnahmen ergriffen werden (u.a. Gestaltung der Straße mit bunten Regenschirmen/ Laternen / Lampions; Ausstellung von Fotos/ Gemälden in Glasvitrinen bspw. zur Geschichte des Ortes). Neben einer gestalterischen Aufwertung sowie aus Gründen der Wahrnehmung bietet die Maßnahme auch die Möglichkeit der Kooperation mit dem Kunstverein von Ribnitz-Damgarten.

### Beschreibung der Maßnahme

- Ideenwettbewerb unter Einbezug der dort ansässigen Geschäftsleute/ Bewohner und ggf. des Kunstvereins
- Vergabe von Verantwortlichkeiten und Umsetzung der gestalterischen Maßnahmen

### Aktueller Stand

Keine gemeinsamen Gestaltungselemente

### Voraussetzungen

- Einbezug der Bürger, Nutzer und Anlieger

### Zeitplan

langfristig

### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing, Citymanagement); ggf. Geschäftsleute



**Beispielhafte Darstellung/ Vision eines kleinen Straßenfestes in der Klosterstraße**



Quelle: S/W – Eigenes Foto; Darstellung des Straßenfestes in der Klosterstraße generiert mit OpenAI.



## Maßnahmenkatalog 2024 – Übersicht der Themenfelder





## Innenstadt Damgarten – Vision 2040





## Schwerpunkt: Stärkung der Innenstadt von Damgarten

	<b>Ziel</b>	Aufrechterhaltung der Nahversorgung
<b>#32</b>	<b>Maßnahme</b>	Netto-Markt Modernisierung prüfen/ positiv begleiten
	<b>Ziel</b>	Etablierung eines attraktiven Treffpunkts in der Innenstadt von Damgarten
<b>#33</b>	<b>Maßnahme</b>	Aufwertung und Gestaltung einer Platzsituation in der Innenstadt von Damgarten
	<b>Ziel</b>	Ausbau des gastronomischen Angebots, um Frequenz in der Innenstadt zu erhöhen und einen Begegnungsort zu schaffen
<b>#34</b>	<b>Maßnahme</b>	Ansiedlung eines größeren Cafés in der Innenstadt



## Schwerpunkt: Stärkung der Innenstadt von Damgarten

**Ziel** Abbau von Leerständen

**#35**

**Maßnahme** Erarbeitung eines Leerstandskatasters und aktives Leerstandsmanagement

**Ziel** Aufwertung der Stralsunder Straße durch neue Profilierung

**#36**

**Maßnahme** Unterstützung zur Umwandlung von Einzelhandels-/Gewerbeflächen zu Wohnflächen

**#37**

**Maßnahme** Immobilieneigentümer für den Abbau des Sanierungsstaus unterstützen



## Schwerpunkt: Stärkung der Innenstadt von Damgarten

	<b>Ziel</b>	Kompetenzen der Einzelhändler stärken, um die Kundenbindung zu erhöhen und neue Kunden zu gewinnen
<b>#38</b>	<b>Maßnahme</b>	Coaching zur Verbesserung des Marktauftritts und des Erscheinungsbilds
	<b>Ziel</b>	Aufwertung der Hafenanlage zur Abschöpfung der Tourismus- und Naherholungspotenziale
<b>#39</b>	<b>Maßnahme</b>	Entwicklungskonzept zur städtebaulichen und funktionalen Aufwertung des Hafensareals
<b>#40</b>	<b>Maßnahme</b>	„Saisonale“ Bespielung des Pavillons am Hafen
	<b>Ziel</b>	Belebung der Innenstadt/ des Hafensareals
<b>#41</b>	<b>Maßnahme</b>	Aufrechterhaltung und Qualifizierung des vielfältigen Veranstaltungsangebots in Damgarten



#32

## Maßnahme: Netto-Markt Modernisierung prüfen/ positiv begleiten

**Ziel: Zukunftsorientierte Absicherung / Aufrechterhaltung der Nahversorgung**

**Hintergrund:** Hinsichtlich einer flächendeckenden und fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern sind nahversorgungsrelevante Sortimente in städtebaulich-integrierten Lagen von hoher Bedeutung, welche darüber hinaus als wichtige Frequenzbringer für zentrale Lagen fungieren. Insofern sollte dem strukturprägenden Lebensmittelbetrieb die Möglichkeit für betriebsinterne Anpassungen eingeräumt und positiv begleitet werden, sofern es hier Bedarfe gibt.

### Beschreibung der Maßnahme

- Mögliche Modernisierungsmaßnahmen/ -anfragen für den Lebensmitteldiscounter konstruktiv und positiv begleiten;
- ggf. bereits frühzeitig Gespräch mit Betreibern suchen und Entwicklungsperspektiven des Standorts diskutieren

### Aktueller Stand

Aktuelle keine Anfrage seitens des Betreibers;

### Voraussetzungen

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten;



#33

## **Maßnahme:** Aufwertung und Gestaltung einer Platzsituation in der Innenstadt von Damgarten

**Ziel:** Etablierung eines attraktiven Treffpunkts in der Innenstadt von Damgarten

**Hintergrund:** Innerhalb der Innenstadt fehlt es an einem attraktiven Treffpunkt, welcher die soziale Interaktion fördert und zur Steigerung der Lebens- und Wohnqualität beiträgt. Ein gut gestalteter öffentlicher Platz zieht zudem Menschen an, was die Besucherfrequenz in umliegenden Geschäften und Cafés erhöhen kann. Prädestiniert wäre der Kreuzungsbereich Barther Straße/ Stralsunder Straße, wo bereits erste gestalterische Element (Stadtmöblierung) umgesetzt worden sind. Zudem könnte ein größeres Café an dieser Stelle als attraktiver Treffpunkt für die Bewohner Damgartens etabliert werden.

### Beschreibung der Maßnahme

- Konzept zur Platzgestaltung und städtebauliche Aufwertung initiieren und Umsetzung des Konzepts
- Temporäre Teil-Bespielung und Kunst im öffentlichen Raum miteinbeziehen

### Aktueller Stand

Vereinzelte Stadtmöblierung vorhanden

### Voraussetzungen

- Einbezug der Bürger, Nutzer und Anlieger

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten



#34

## Maßnahme: Ansiedlung eines größeren Cafés in der Innenstadt

**Ziel: Ausbau des gastronomischen Angebots, um Frequenz in der Innenstadt zu erhöhen und einen Begegnungsort zu schaffen**

**Hintergrund:** Mit der Bäckerei Kröger sowie der Alten Dampfbäckerei (eingeschränkte Öffnungszeiten) gibt es zwar aktuell zwei Bäcker in der Innenstadt von Damgarten. Eine hohe Sogkraft entfalten die beiden Anbieter jedoch nicht. Ein größeres Café könnte sich als attraktiver Treffpunkt für die Bewohner Damgartens entwickeln und einen Frequenzanker ausbilden, von dem die sonstigen Nutzungen in der Innenstadt profitieren. Der Kreuzungsbereich Barther Straße/ Stralsunder Straße bietet sich aufgrund der zentralen Lage besonders dafür an.

### Beschreibung der Maßnahme

- Suche nach einer geeigneten Fläche und Ansprache von Immobilieneigentümern
- Identifizierung und Ansprache möglicher Betreiber
- Zügige Genehmigungserteilung mit Möglichkeit Außengastronomie

### Aktueller Stand

Keine Gespräche

### Voraussetzungen

- In erster Linie eine geeignete Fläche sowie ein Betreiber

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten; Eigentümer/ Vermieter; Betreiber



**Beispielhafte Darstellung eines kleinen Cafés am Kreuzungsbereich  
Barther Straße/ Stralsunder Straße**





#35

## **Maßnahme:** Erarbeitung eines Leerstandskatasters und aktives Leerstandsmanagement (siehe Innenstadt Ribnitz)

### Ziel: Abbau von Leerständen

Hintergrund: Bereits heute sind in der Innenstadt von Damgarten – insbesondere in der Stralsunder Straße – eine Reihe von leerstehenden Ladeneinheiten vorhanden. Weitere Leerstände können nicht ausgeschlossen werden. Vor diesem Hintergrund sollte der für die Ribnitzer Innenstadt vorgeschlagene Aufbau eines Flächen-/Leerstandsmanagements auf Basis eines digitalen Tools auch für die Innenstadt von Damgarten zum Tragen kommen, um Leerstände abzubauen und frühzeitig auf weitere Leerstände reagieren zu können.

### Beschreibung der Maßnahme

- Erfassung der derzeitigen Leerstände (u.a. mit Eigentümer, Größe, Miete, Stärken/ Schwächen) in einem Kataster
- Aufbau eines digitalen Tools zum Flächen/Leerstandsmanagement
- Kontinuierliche Pflege des Leerstandskatasters

### Aktueller Stand

Maßnahme bisher nicht durchgeführt

### Voraussetzungen

Zeit/Personalbudget für die Ersterfassung und zum Aufbau/Pflege des Systems

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung)



#36

## **Maßnahme: Unterstützung zur Umwandlung von Einzelhandels-/Gewerbeflächen zu Wohnflächen**

**Ziel: Aufwertung der Stralsunder Straße durch neue Profilierung**

**Hintergrund:** Da insbesondere in der Stralsunder Straße einige Ladeneinheiten schon länger leer stehen bzw. eine Nachnutzung nicht erfolgreich war und auch keine echte Nachnutzungsperspektive mehr in dieser Lage für Handelsbetriebe besteht, sollte für diese Gebäude eine Umwidmung der Erdgeschossflächen zu Wohnraum geprüft werden. Dies würde Leerstände beseitigen und das Erscheinungsbild der Straße aufwerten. Bsp. Stralsunder Straße 4

### **Beschreibung der Maßnahme**

- Immobilieneigentümer für die Möglichkeit einer Umnutzung in Wohnen sensibilisieren Fortlaufend über Fördermaßnahmen (z.B. bei denkmalgeschützten Gebäuden) informieren
- Bauplanungsrechtliche/genehmigungsrechtliche Themen lösen

### **Aktueller Stand**

Teilweise bereits umgesetzt

### **Voraussetzungen**

- Bereitschaft der Eigentümer/ Vermieter

### **Zeitplan**

fortlaufend

### **Priorität**

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten; Eigentümer/ Vermieter



## #37 **Maßnahme:** Immobilieneigentümer für den Abbau des Sanierungsstaus unterstützen

### Ziel: Aufwertung der Stralsunder Straße durch neue Profilierung

Hintergrund: In der Stralsunder Straße weisen einige Gebäude einen z.T. deutlichen Modernisierungs-/ Sanierungsstau (Abblätternde Farbe, bröckelnde Fassaden, defekte Fenster) auf. Dies schädigt nicht nur dem Erhalt und Wert der Immobilie, sondern auch der Wahrnehmung des gesamten Straßenbilds und wirkt sich restriktiv auf die Investitionsbereitschaft anderer Eigentümer aus, was den Verfall der gesamten Lage beschleunigen könnte.

### Beschreibung der Maßnahme

- Immobilieneigentümer von notwendigen Sanierungsmaßnahmen überzeugen (Bsp: Stralsunder Straße 4)
- über Fördermaßnahmen informieren
- Zügige Genehmigungen

### Aktueller Stand

Thema ist bekannt

### Voraussetzungen

- Bereitschaft der Eigentümer
- Einbezug Denkmalschutz

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten; Eigentümer/ Vermieter



#38

## **Maßnahme: Coaching zur Verbesserung des Marktauftritts und des Erscheinungsbilds (siehe Innenstadt Ribnitz)**

**Ziel: Kompetenzen der Einzelhändler stärken, um die Kundenbindung zu erhöhen und neue Kunden zu gewinnen**

**Hintergrund:** Neben den angebotenen Sortimenten spielen vor allem auch qualitative Merkmale wie das Erscheinungsbild der Ladenlokale (u.a. Schaufenster- u. Innengestaltung), die Warenpräsentation oder Service/Beratung eine wichtige Rolle, um sich vom Online-Handel und interkommunalen Wettbewerbsstandorten abzuheben. Diese Qualitäten gilt es durch gezielte Coaching-Angebote für die Gewerbetreibenden zu stärken.

### Beschreibung der Maßnahme

- Händler in gemeinsamen Stadtrundgang oder Stadtexkursion für die Thematik sensibilisieren
- externe Impulsvorträge und Coaching-Angebote organisieren (z.B. Erfolgsfaktor Schaufenster, Verkaufsfördernde Ladengestaltung)

### Aktueller Stand

Optimierungspotenziale sind vorhanden, Coaching-Programme bestehen nicht

### Voraussetzungen

Identifizierung von geeigneten Coaching-Programmen und Referenten

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Wirtschaftsförderung); Gewerbetreibende



#39

## Maßnahme: Entwicklungskonzept zur städtebaulichen und funktionalen Aufwertung des Hafensareals

### Ziel: Aufwertung der Hafenanlage zur Abschöpfung der Tourismus- und Naherholungspotenziale

Hintergrund: Der Hafen von Damgarten fungiert als ein wichtiger Naherholungsstandort für die Bewohner von Ribnitz-Damgarten. Im Zuge der Realisierung des Bernsteinresorts kommt dem Hafen zudem eine wichtige Transitfunktion für Radfahrer zu, da dieser zwischen dem Resort und der Ribnitzer Innenstadt liegt. Um diese Potenziale auch gewinnbringend zu nutzen, wird eine städtebauliche Neustrukturierung und funktionale Aufwertung des Areals empfohlen.

#### Beschreibung der Maßnahme

- Erarbeitung/ Abstimmung eines Konzepts für die städtebauliche Gestaltung und funktionale Aufwertung des Hafensareals

#### Aktueller Stand

Für die Umgestaltung der Stellplatzanlage am Hafen liegt bereits ein Konzept vor

#### Voraussetzungen

- Zur Verfügung stehende Fördergelder

#### Zeitplan

mittelfristig

#### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten



#40

## Maßnahme: „Saisonale“ Besspielung des Pavillons am Hafen

**Ziel:** Aufwertung der Hafenanlage zur Abschöpfung der Tourismus- und Naherholungspotenziale

**Hintergrund:** Zur weiteren Attraktivitäts- und Frequenzsteigerung des Hafensareals soll der bestehende Pavillon wieder intensiver genutzt werden. Der Standort als auch die Flächengröße bieten sich dabei für die Etablierung einer kleinen gastronomischen Einheit in Ergänzung zum bestehenden Angebot von Ronny`s an (bspw. eine Eisdiele oder ein Bäcker). Auch hier kann eine Außenbestuhlung die Aufenthaltsqualität deutlich steigern.

### Beschreibung der Maßnahme

- Ansiedlung eines weiteren Gastronomieankers unter Einbezug der örtlichen Gastronomie und des Bootsverleihs forcieren
- Ansprache eines Betreibers

### Aktueller Stand

Pavillon steht derzeit leer

### Voraussetzungen

- Es muss ein Betreiber für die Nutzung gefunden werden

### Zeitplan

kurzfristig

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten als Eigentümer des Pavillons



#41

## Maßnahme: Aufrechterhaltung und Qualifizierung des vielfältigen Veranstaltungsangebots in Damgarten

### Ziel: Belebung der Innenstadt/ des Hafenareals

Hintergrund: Auch wenn das Hauptaugenmerk bei größeren Veranstaltungen in der Stadt Ribnitz-Damgarten auf die Ribnitzer Innenstadt zu legen ist, können kleinere Veranstaltungen mit Bezug zur örtlichen Bevölkerung auch in der Innenstadt von Damgarten funktionieren und zur Belebung beitragen. Hierunter fallen z.B. Lesungen oder kleinere Konzerte von Nachwuchskünstlern. Als Veranstaltungsorte sind u.a. die Bibliothek sowie das Hafenareal sehr gut geeignet.

### Beschreibung der Maßnahme

- Identifizierung möglicher Veranstaltungsorte
- Ansprache von Künstlern, Autoren etc.
- Erarbeitung eines Veranstaltungsprogramms

### Aktueller Stand

Vielfältiges Veranstaltungsprogramm

### Voraussetzungen

- Verfügbarkeit von Räumlichkeiten

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

mittel

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing)



## Maßnahmenkatalog 2024 – Übersicht der Themenfelder





#42

**Ziel**

„Bernsteinstadt“ als Marke weiter profilieren

**Maßnahme**

Noch gezieltere Vermarktung der Stadt als „Bernsteinstadt“ nach Außen und Innen

**Ziel**

Bekanntheit der touristisch relevanten Angebote von Ribnitz-Damgarten erhöhen

#43

**Maßnahme**

Stadtplan mit Sehenswürdigkeiten und POI pflegen (10 Gründe für den Besuch der Innenstadt)



#44

**Ziel**

Bewertung touristischer Angebote aus Verbrauchersicht und Generierung neuer Impulse

**Maßnahme**

Regelmäßige Durchführung einer Gästebefragung

**Ziel**

Online-Auftritte der touristischen Leistungsträger analysieren und optimieren

#45

**Maßnahme**

Regelmäßiges Monitoring der Online-Auftritte touristischer Anbieter imitieren (Online-Checks)

**Ziel**

Zusammenarbeit und Austausch der relevanten Akteure im Tourismussegment von Ribnitz-Damgarten verstetigen

#46

**Maßnahme**

Aufbau und Pflege einer Plattform zum regelmäßigen Erfahrungsaustausch

**Ziel**

Zufriedenheit der Stadtbesucher sicherstellen und Image optimieren

#47

**Maßnahme**

Etablierung eines digitalen Feedback-Formulars



#42

## Maßnahme: Noch gezieltere Vermarktung der Stadt als „Bernsteinstadt“ nach Außen und Innen

**Ziel:** „Bernsteinstadt“ als Marke weiter profilieren

**Hintergrund:** Um sich im Wettbewerb mit anderen Städten abzugrenzen und um innerhalb der Stadt Ribnitz-Damgarten ein „Wir-Gefühl“ zu erzeugen, sollte Ribnitz-Damgarten als „Bernsteinstadt“ noch gezielter und stärker vermarktet werden („Alleinstellungsmerkmal“).

### Beschreibung der Maßnahme

- konsequentes Aufgreifen der Thematik in der Kommunikation und im Stadtmarketing
- Bürger sowie Händler, Dienstleister und Gastronomen sensibilisieren

### Aktueller Stand

Die Marke „Bernsteinstadt“ wird bereits im Stadtmarketing genutzt

### Voraussetzungen

- Bekanntheit der Inhalte und bisherigen Maßnahmen des Stadtleitbilds

### Zeitplan

fortlaufend

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing);



#43

## Maßnahme: Stadtplan mit Sehenswürdigkeiten und POI pflegen (10 Gründe für den Besuch der Innenstadt)

**Ziel:** Bekanntheit der touristisch relevanten Angebote von Ribnitz-Damgarten erhöhen

**Hintergrund:** Die Bewerbung und Auffindbarkeit der örtlichen Attraktionen und Sehenswürdigkeiten sind generell ein wichtiger Anker für Touristen. Im Falle von Ribnitz-Damgarten kommt es im Zuge des Bernstein-Resorts zu einer starken Steigerung des touristischen Aufkommens im Stadtgebiet. Damit auch Orte außerhalb des Ressorts in Ribnitz-Damgarten davon profitieren, müssen gezielte Marketingmaßnahmen zur Bekanntheit initiiert werden. Damit die Touristen positive Erinnerungen an die „Bernsteinstadt“ mit nach Hause nehmen und den Besuch von Ribnitz-Damgarten weiterempfehlen, bietet sich die Zusammenstellung eines erwerbbares „Bernstein“-Pakets an, welches typische regionale Produkte enthält.

### Beschreibung der Maßnahme

- Ausarbeitung/ Pflege eines ansprechenden Stadtplans mit Sehenswürdigkeiten und POI (physische und digitale Fassung)
- Auslegung im Bernstein Ressort!!!

### Aktueller Stand

Tourismus-Information und Wegeleitsystem in der Innenstadt, Stadtplan

### Voraussetzungen

- Verständigung auf die Inhalte

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing);



#44

## Maßnahme: Regelmäßige Durchführung einer Gästebefragung

**Ziel:** Bewertung touristischer Angebote aus Verbrauchersicht und Generierung neuer Impulse

**Hintergrund:** Grundsätzlich liefert eine Evaluierung der bestehenden Situation wichtige Erkenntnisse für die Zukunft. Über regelmäßige Befragungen der Touristen lassen sich Informationen über die Zufriedenheit, Wünsche, Nutzung von Angeboten und das Ausgabeverhalten generieren. Die Daten zeigen die Stärken und Schwächen der touristischen Angebote auf und machen Handlungsbedarfe erkennbar. Zudem können bisher umgesetzte Maßnahmen evaluiert und einer Erfolgskontrolle unterzogen werden.

### Beschreibung der Maßnahme

- Gästebefragung konzipieren und durchführen

### Aktueller Stand

Aktuell keine Befragungen

### Voraussetzungen

- Ausreichend große Stichprobe

### Zeitplan

mittelfristig

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing)



#45

## **Maßnahme:** Regelmäßiges Monitoring der Online-Auftritte touristischer Anbieter initiieren (Online-Checks)

**Ziel:** Online-Auftritte der touristischen Leistungsträger optimieren

**Hintergrund:** Im Vor dem Hintergrund der zunehmenden Bedeutung des Internets als Informationsquelle im Tourismus ist die Sichtbarkeit und Präsenz der touristischen Anbieter aus Ribnitz-Damgarten im Internet unerlässlich. Zur Überprüfung der Auffindbarkeit in Suchmaschinen und Portalen sollte ein regelmäßiges Monitoring durchgeführt, welches auch die Kundenbewertungen im Blick hat.

### Beschreibung der Maßnahme

- Sensibilisierung touristischer Anbieter
- Initiierung eines Monitoring-Prozesses
- Coaching-Angebote zur Optimierung der Webauftritte touristischer Leistungsträger identifizieren und vermitteln

### Aktueller Stand

Keine Prüfung

### Voraussetzungen

- Bereitschaft der Akteure teilzunehmen

### Zeitplan

kurzfristig

### Priorität

mittel

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten; touristische Anbieter



#46

## **Maßnahme:** Aufbau und Pflege einer Plattform zum regelmäßigen Erfahrungsaustausch

**Ziel:** Zusammenarbeit und Austausch der relevanten Akteure im Tourismussegment von Ribnitz-Damgarten verstetigen

**Hintergrund:** Erfahrungen und Wissen der örtlichen Akteure im Bereich Tourismus soll in Form von regelmäßigen Treffen ausgetauscht werden, um zukünftige Handlungsbedarfe frühzeitig ausfindig zu machen bzw. Lösungsansätze zu entwickeln. Themen können dabei u.a. die Angebotsvielfalt, neue Trends, Qualität der Angebote sein. Teilnehmer sind u.a. relevante Akteure im Bereich Tourismus, externe Experten, Verwaltung/Stadtmarketing.

### Beschreibung der Maßnahme

- Initiierung eines regelmäßigen Erfahrungsaustauschs
- Identifizierung relevanter Themen und externer Experten
- Organisation von Workshops zu relevanten Themen

### Aktueller Stand

Unregelmäßiger Austausch

### Voraussetzungen

- Bereitschaft der Akteure teilzunehmen

### Zeitplan

Kurzfristig, dann fortlaufend

### Priorität

hoch

Verantwortlich Stadt Ribnitz-Damgarten; Hoteliers, Gastronomen etc.



#47

## Maßnahme: Etablierung eines digitalen Feedback-Formulars

**Ziel:** Zufriedenheit der Stadtbesucher sicherstellen und Image optimieren

**Hintergrund:** Neben der Gästebefragung würde ein regionales digitales Bewertungsportal zusätzliche Informationen liefern. Die Besucher Ribnitz-Damgartens hätten zu jedem Zeitpunkt die Möglichkeit, Wünsche und Anregungen zu äußern, die von der Stadt aufgegriffen werden können. Es könnten zusätzliche wertvolle Informationen über Zielgruppen oder Quellmärkte erhoben werden.

### Beschreibung der Maßnahme

- Aufbau und Pflege einer Bewertungsplattform
- Bewerbung der Plattform

### Aktueller Stand

keine bestehende Bewertungsplattform

### Voraussetzungen

- Bereitschaft der Gäste teilzunehmen

### Zeitplan

Kurzfristig, dann  
fortlaufend

### Priorität

hoch

**Verantwortlich** Stadt Ribnitz-Damgarten (Stadtmarketing);



## Dieser Bericht wurde erstellt von:

Dr. Lademann & Partner

Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Friedrich-Ebert-Damm 311

22159 Hamburg

T +49 40 6455 77-0

[www.dr-lademann-partner.de](http://www.dr-lademann-partner.de)

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken – auch auszugsweise – nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.