

Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Heikendorf



Öffentliche Informationsveranstaltung
18.02.2017, 16:00 Uhr in der Offenen Ganztagschule
Heikendorf

Benjamin Kemper und Carita Pech

Stadtentwicklung

Marketing

Regionalwirtschaft

Einzelhandel

Wirtschaftsförderung

Citymanagement

Immobilien

Organisationsberatung

Kultur

Tourismus

1. Einführung Einzelhandelskonzepte / Methodik
2. Analyseergebnisse
3. Zentraler Versorgungsbereich
4. Heikendorfer Sortimentsliste
5. Entwicklungspotenziale

Ein Einzelhandelskonzept ...

- eröffnet den Blick auf den Einzelhandel aus **kommunaler Perspektive**, nicht aus der Perspektive des einzelnen Betriebes
- soll **nicht den Wettbewerb verhindern**, sondern diesen auf gewollte Standorte konzentrieren
- schafft **kein Baurecht** oder lässt dieses automatisch ableiten
- kann keine Lücken im Baurecht schließen
- hebt nicht den **Bestandsschutz** existierender Betriebe auf
- ist **nicht in Stein gemeißelt** und muss fortgeschrieben werden, wenn es nicht mehr aktuell ist

Analyse des Einzelhandels

Einzelhandelsbestandserhebung

Angebots- und Nachfrageanalyse

Bewertung der Einzelhandelssituation

Entwicklungs- und Profilierungspotenziale

Einzelhandelskonzept

Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Heikendorf

Heikendorfer Sortimentsliste

Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

Empfehlungen zur Umsetzung

Beschluss →
Grundlage für
die Planung

- Aufnahme des Einzelhandelsbestandes im gesamten Gemeindegebiet
- Begehung und städtebauliche Bewertung der Ortsmitte
- Analyse und Bewertung der solitären Nahversorgungsschwerpunkte und Ergänzungsstandorte



Fotos: cima 2016

Einzelhandelskonzept Heikendorf

Nachfragepotenzial in Mio. €

cima Warengruppe	Heikendorf
Periodischer Bedarf insgesamt	30,5
Lebensmittel, Reformwaren	20,8
Gesundheit und Körperpflege	8,9
Zeitschriften, Schnittblumen	0,9
Aperiodischer Bedarf insgesamt	26,1
Persönlicher Bedarf insgesamt	8,7
Bekleidung, Wäsche	4,8
Schuhe, Lederwaren	1,6
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	2,3
Medien und Technik insgesamt	5,5
Bücher, Schreibwaren	1,0
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	4,5
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	2,8
Sportartikel, Fahrräder	1,7
Spielwaren	0,5
Hobbybedarf, Zooartikel	0,6
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,8
Einrichtungsbedarf insgesamt	3,8
Möbel, Antiquitäten	3,1
Heimtextilien	0,7
Baumarktartikel, Gartenbedarf	4,4
Einzelhandel insgesamt	56,6

← Periodischer Bedarf für Stadtrandkern von besonderer Bedeutung

← Aperiodischer Bedarf ergänzt das Angebot des periodischen Bedarfs; Nähe zum Oberzentrum Kiel

Bearbeitung: cima 2016

Quelle Kaufkraftkennziffer: MB Research 2016

Quelle Einwohnerdaten: Gemeinde Heikendorf, Stand: 30.06.2016

Einzelhandelskonzept Heikendorf

Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz

cima.

cima Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	25	3.295	24,0
Lebensmittel, Reformwaren	20	2.510	16,7
Gesundheit und Körperpflege	4	600	6,5
Zeitschriften, Schnittblumen	1	185	0,8
Aperiodischer Bedarf insgesamt	30	6.575	9,7
Persönlicher Bedarf insgesamt	9	455	2,5
Bekleidung, Wäsche	1	125	0,5
Schuhe, Lederwaren	2	65	0,2
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	6	265	1,8
Medien und Technik insgesamt	3	235	0,8
Bücher, Schreibwaren	1	125	0,5
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	2	110	0,4
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	3	245	0,7
Sportartikel, Fahrräder	3	145	0,5
Spielwaren	0	40	0,1
Hobbybedarf, Zooartikel	0	60	0,1
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	8	565	0,9
Einrichtungsbedarf insgesamt	3	865	0,8
Möbel, Antiquitäten	1	800	0,7
Heimtextilien	2	65	0,2
Baumarktartikel, Gartenbedarf	4	4.210	3,9
Einzelhandel insgesamt	55	9.870	33,7

- je Warengruppe mindestens ein Betrieb
- in jeder Sortimentsgruppe Verkaufsflächen

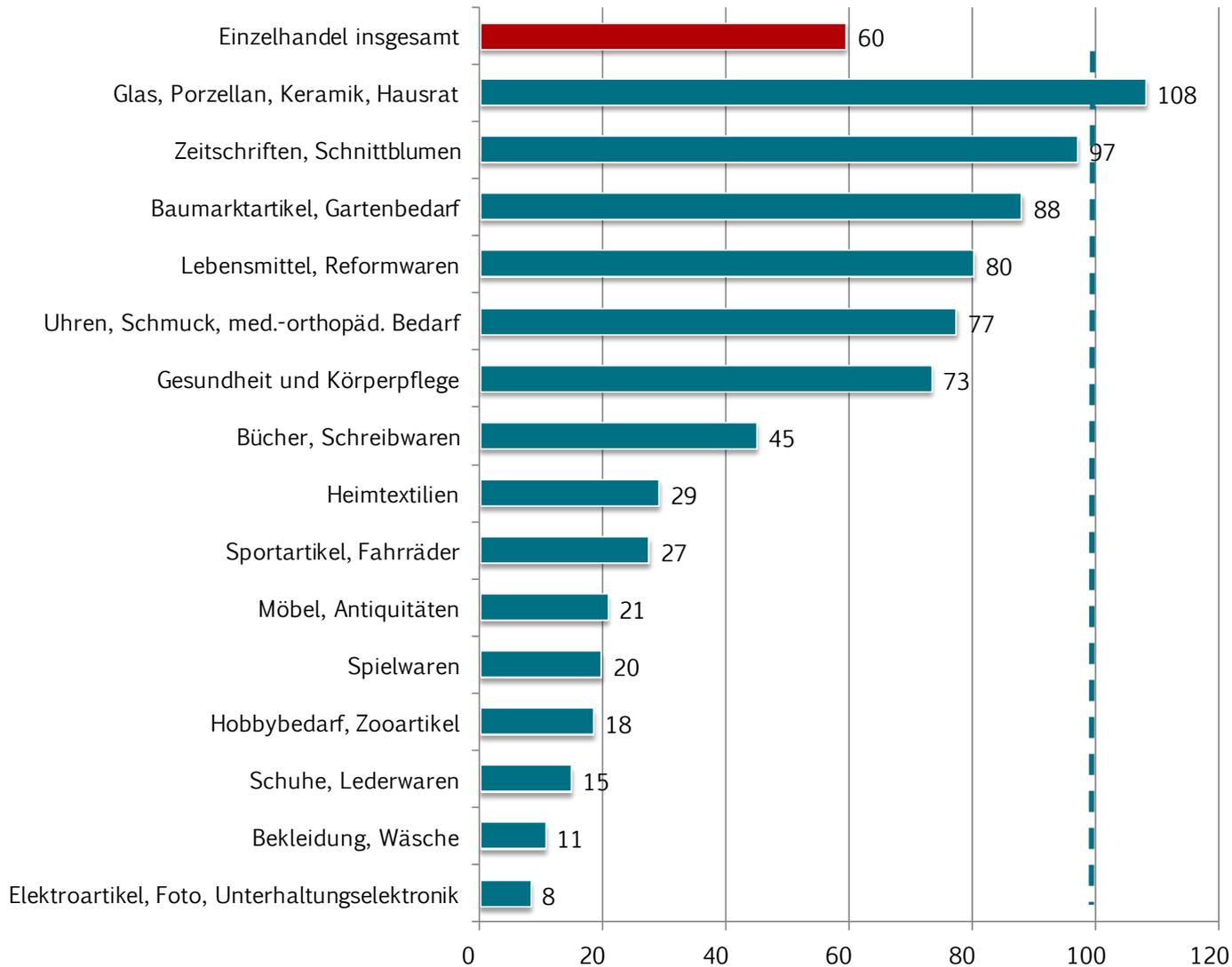
← Warengruppe Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat mit 8 Betrieben sehr gut vertreten

← Möbel lediglich als Randsortiment
Gartenmöbel

← Gute Ausstattungswerte im
bau- und gartenmarktspezifischen
Sortiment

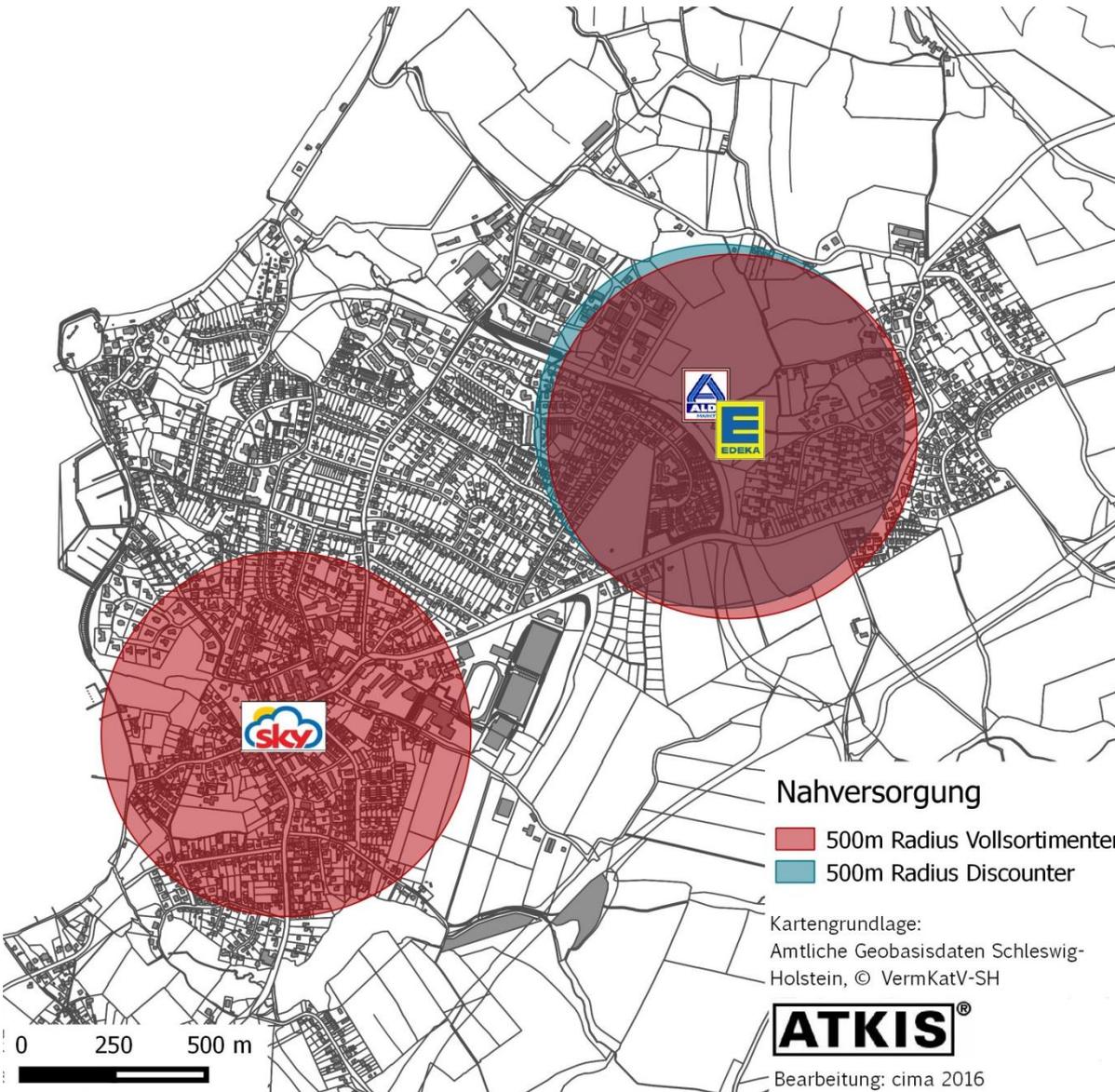
Einzelhandelskonzept Heikendorf

Einzelhandelszentralität nach Warengruppen



Einzelhandelskonzept Heikendorf

Nahversorgung



- Mit 0,4 m² je Einwohner für einen zentralen Ort quantitativ leicht unterdurchschnittliche Ausstattung im periodischen Bedarf
- 1 Lebensmitteldiscounter + 2 Vollsortimenter
- In Möltenort und Kitzberg bestehen räumliche Versorgungslücken
- Durchschnittliche Ausstattung im Bereich Drogerie-/Parfümeriewaren und Apotheken

Einzelhandelskonzept Heikendorf

Fazit und qualitative Bewertung

cima.



Periodischer Bedarf:

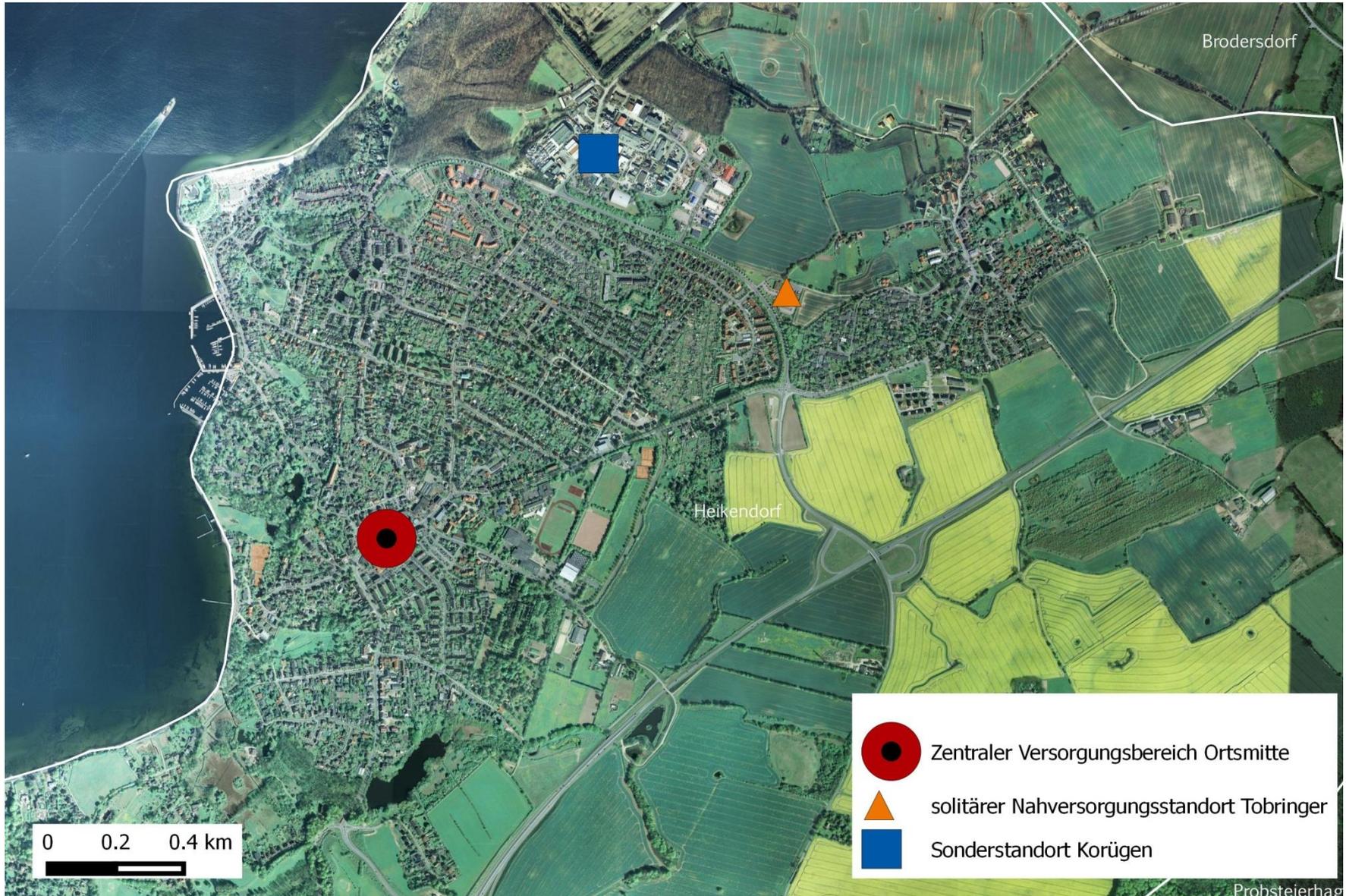
- + Wochenmarkt
- o 3 Lebensmittelmärkte im Kernort Heikendorf, darunter zwei Vollsortimenter
- o Ein Drogeriefachmarkt
- Fußläufige Nahversorgungsdefizite in Ortsteilen Kitzeberg und Möltenort

Aperiodischer Bedarf:

- + Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat und bau- und gartenmarktspezifisches Sortiment
- o In jeder Warengruppe sind Angebote - mind. als Randsortimente vorhanden
- Niedrige Zentralitäten mit Entwicklungspotenzialen insb. in Sortimenten Schuhe, Bekleidung, Spielwaren

Einzelhandelskonzept Heikendorf

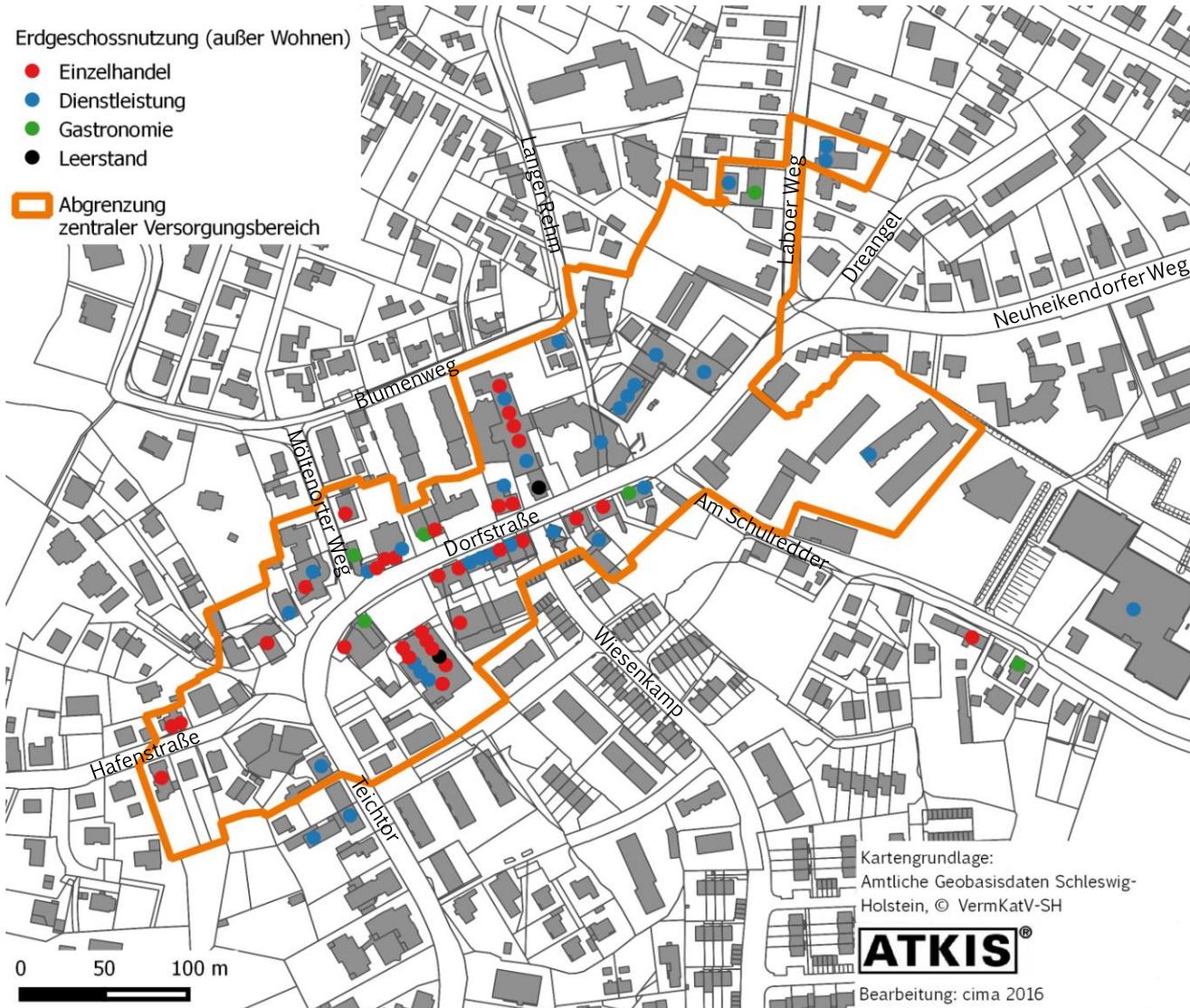
Zentrenkonzept Heikendorf



Einzelhandelskonzept Heikendorf

Zentraler Versorgungsbereich Heikendorf

cima.



- ➔ positive Konzentration der Betriebe auf die Ortsmitte Heikendorf: 35 von 55 Betrieben
- Gesamtverkaufsfläche Ortsmitte: 2.875 m²
- Gesamtumsatz: ca. 17,8 Mio. €. (brutto p.a.)

Nahversorgungs- relevante Sortimente

- Werden täglich oder wöchentlich nachgefragt



Zentrenrelevante Sortimente

- erfüllen am Standort eine Funktion als Frequenzbringer
- können vom Kunden i.d.R. ohne Probleme transportiert werden
- bedürfen i.d.R. einer zentralen Lage, da sie auf eine gewisse Kundenfrequenz angewiesen sind
- benötigen Konkurrenz, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen
- werden vorwiegend in den Ortskernen angeboten
- werden typischerweise als zentrenrelevant eingestuft
- ziehen i.d.R. Erlebniseinkauf nach sich



Nicht zentren- relevante Sortimente

- sind aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet
- sind i.d.R. nur schwer zu transportieren / bedürfen eines zusätzlichen Transportmittels
- werden überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten
- die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, verfügen auf den jeweiligen Verkaufsflächen nur über eine vergleichsweise geringe Flächenproduktivität
- eher Versorgungs- als „Erlebniseinkauf“



Nahversorgungsrelevante Sortimente

- Nahrungs- und Genussmittel
- Reformwaren
- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken)
- Schnittblumen und kleinere Pflanzen
- Zeitungen und Zeitschriften

Zentrenrelevante Sortimente

- Bekleidung, Wäsche
- Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
- Sportbekleidung und -schuhe
- Schuhe
- Medizinisch-orthopädischer Bedarf, Sanitätsartikel
- Bücher
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Spielwaren
- Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektroklein- und Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“)
- Lampen und Leuchten
- Unterhaltungselektronik
- Foto und Zubehör
- Optische und akustische Artikel
- Uhren, Schmuck
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Fahrräder und Zubehör
- Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel
- Möbel (inkl. Büromöbel, Küchen, Matratzen)
- Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen
- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge)
- Farben und Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Musikalien, Musikinstrumente
- Auto und Autozubehör
- Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen etc.

- **Grundsatz 1:** Die Ortsmitte Heikendorf genießt Entwicklungspriorität. Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollte ausschließlich innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden
- **Grundsatz 2:** Die Ansiedlung von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten nach Möglichkeit nur innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches und in siedlungsstrukturell integrierten Lagen, wenn eine wohnortnahe Versorgung der Bewohner im Nahbereich des Planvorhabenstandortes nicht gewährleistet ist und die Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereiches nicht gefährdet wird
- **Grundsatz 3:** Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortimenten kann sowohl in der Ortsmitte als auch am verkehrsorientierten Standort Korügen realisiert werden. Empfehlung: nur einen Sonderstandort für großflächigen Einzelhandel (Ziel: Bündelung der Einzelhandelsstandorte)
- **Grundsatz 4:** Grundsätzlich ist bei Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels abzuklären, dass die Versorgungsfunktion der Ortsmitte Heikendorf nicht gefährdet wird. Dieser Grundsatz darf nicht als bloßer Wettbewerbsschutz verstanden werden, vielmehr geht es um eine qualitative Absicherung der Versorgungsstrukturen.

Einzelhandelskonzept Heikendorf

Entwicklung der Ortsmitte

cima.

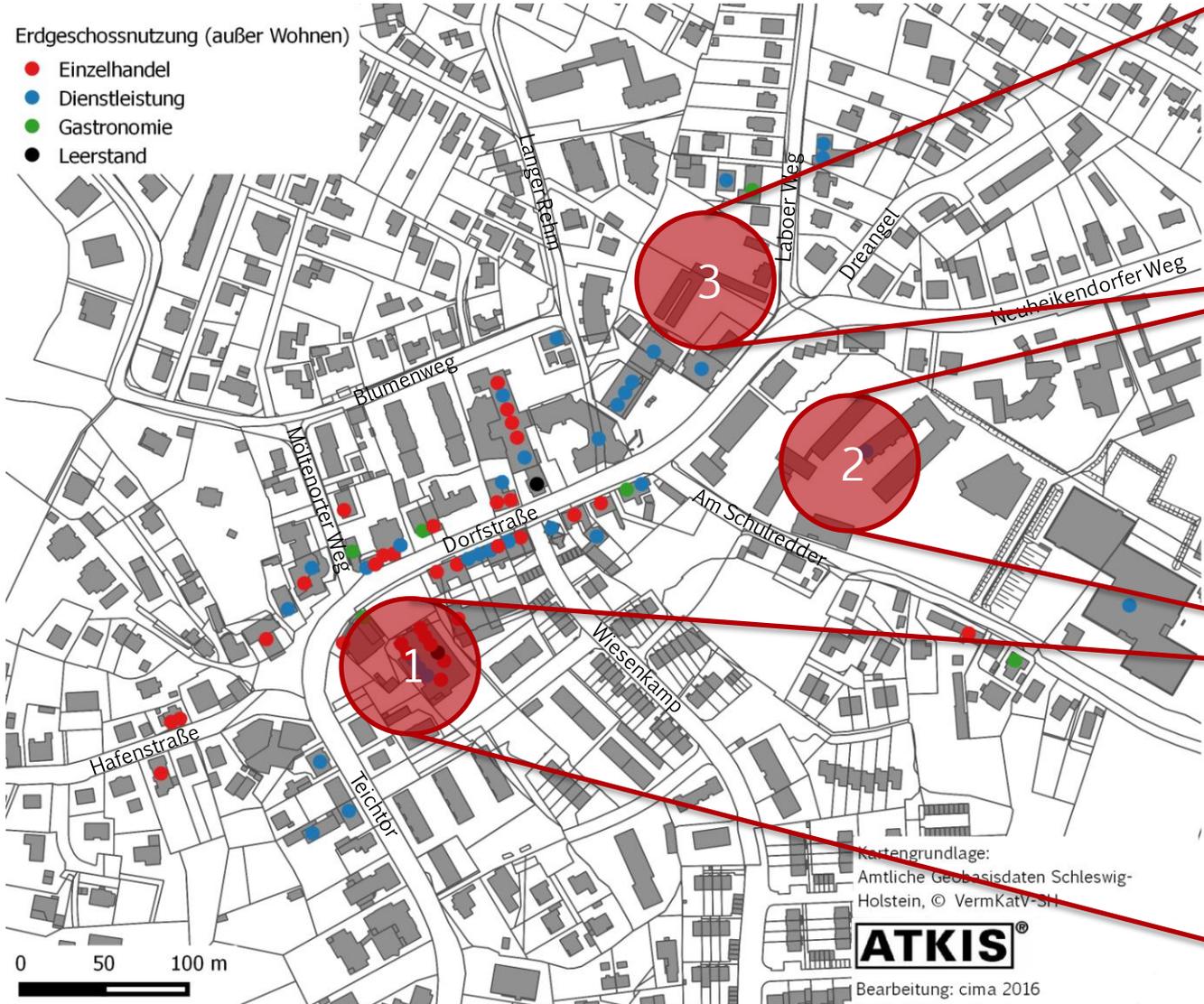
- Versorgungsaufgabe der Gemeinde Heikendorf: Versorgung der Bewohner mit Waren des Grundbedarfs
 - 3 Nahversorger, aber: nicht marktgerecht aufgestellt
 - Rechnerische Kaufkraftabflüsse per Saldo von 4,1 Mio. € in der Branche Lebensmittel aus Heikendorf
 - Mögliche weitere Kaufkraftabflüsse zu erwarten; Ausbau der Nahversorgung im Umland (Laboe)
- Optimierung und Modernisierung der Nahversorgungssituation
- Entwicklung der Ortsmitte



Fotos: cima 2016

Einzelhandelskonzept Heikendorf

Entwicklung der Ortsmitte



Fotos: cima 2016

Ihre Ansprechpartner:

Benjamin Kemper (Berater)

T 0451 389 68 0, kemper@cima.de

Julia Lemke (Projektleiterin)

T 0451 389 68 0, lemke@cima.de

Weitere Informationen zur cima und unseren
Projekten finden Sie auf unserer Homepage

www.cima.de