



# Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Heikendorf

München Stuttgart Forchheim  
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

CIMA Beratung + Management GmbH  
Glashüttenweg 34 23568 Lübeck  
T 0451-389 68 0  
F 0451-289 68 21  
cima.luebeck@cima.de  
www.cima.de



Projektleitung: Julia Lemke  
Bearbeitung: Benjamin Kemper

Lübeck, 30. November 2016

Stadtentwicklung  
Marketing  
Regionalwirtschaft  
Einzelhandel  
Wirtschaftsförderung  
Citymanagement  
Immobilien  
Organisationsberatung  
Kultur  
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

Es wurden Fotos, Grafiken u.a. Abbildungen zu Layoutzwecken und als Platzhalter verwendet, für die keine Nutzungsrechte vorliegen. Jede Weitergabe, Vervielfältigung oder gar Veröffentlichung kann Ansprüche der Rechteinhaber auslösen.

Wer diese Unterlage -ganz oder teilweise- in welcher Form auch immer weitergibt, vervielfältigt oder veröffentlicht übernimmt das volle Haftungsrisiko gegenüber den Inhabern der Rechte, stellt die CIMA Beratung+ Management GmbH von allen Ansprüchen Dritter frei und trägt die Kosten der ggf. notwendigen Abwehr von solchen Ansprüchen durch die CIMA Beratung+ Management GmbH.

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut.

Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der CIMA Beratung+ Management GmbH in Lübeck.

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Auftrag und Aufgabenstellung.....</b>	<b>5</b>
<b>2 Einzelhandelsstandort Heikendorf – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen.....</b>	<b>7</b>
2.1 Makrostandort Gemeinde Heikendorf - Zentralörtliche Bedeutung.....	7
2.2 Sozioökonomische Strukturdaten.....	8
<b>3 Marktgebiet und Marktpotenziale .....</b>	<b>10</b>
3.1 Marktgebiet Gemeinde Heikendorf .....	10
3.2 Marktpotenzial Gemeinde Heikendorf.....	11
<b>4 Einzelhandelsstrukturdaten der Gemeinde Heikendorf.....</b>	<b>12</b>
4.1 Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Heikendorf.....	12
4.2 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Heikendorf.....	14
4.3 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in der Gemeinde Heikendorf .....	17
4.4 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Heikendorf.....	21
<b>5 Zentrenkonzept für die Gemeinde Heikendorf.....</b>	<b>23</b>
5.1 Zentraler Versorgungsbereich Heikendorf.....	23
5.1.1 Zum Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches.....	23
5.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Heikendorf.....	25
5.1.3 Entwicklungs- und Profilierungspotenziale für den Ortskern Heikendorf .....	28
5.1.4 Sicherung und Ausbau der Nahversorgung im Ortskern Heikendorf.....	30
5.2 Ergänzender Nahversorgungsstandort Tobringer.....	33
5.3 Sonderstandort Korügen.....	33
5.4 Übersicht Zentrenkonzept Heikendorf.....	34
<b>6 Ableitung der Sortimentsliste Heikendorf.....</b>	<b>35</b>
6.1 Vorbemerkung.....	35
6.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen .....	35
6.3 Zur Ableitung der Sortimentsliste Heikendorf.....	38
<b>7 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Heikendorf.....</b>	<b>45</b>
<b>8 Anhang.....</b>	<b>47</b>
8.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials.....	47
8.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation.....	48
8.3 Abgrenzung von Betriebstypen.....	49
8.4 Zur Definition Zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung .....	50
8.5 Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche .....	54

# Abbildungsverzeichnis

Abb. 1: Lage im Raum..... 7

Abb. 2: Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Heikendorf..... 8

Abb. 3: Marktgebiet Gemeinde Heikendorf.....10

Abb. 4: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Gemeinde Heikendorf.....11

Abb. 5: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Heikendorf.....12

Abb. 6: Verkaufsfläche je Einwohner in Heikendorf.....14

Abb. 7: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in Heikendorf.....15

Abb. 8: Ranking: Handelszentralität in Heikendorf.....17

Abb. 9: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Heikendorf.....17

Abb.10: Ranking: Kaufkraftzuflüsse in die Gemeinde Heikendorf .....18

Abb.11: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Heikendorf.....19

Abb.12: Datenblatt Gemeinde Heikendorf.....20

Abb.13: Einzelhandel in der Gemeinde Heikendorf.....20

Abb.14: Nahversorgungsstruktur in Heikendorf (500 m-Nahversorgungsradius) .....22

Abb.15: Zentraler Versorgungsbereich Heikendorf.....26

Abb.16: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Zentralen Versorgungsbereich Heikendorf .....26

Abb.17: Anteil Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Zentralen Versorgungsbereich Heikendorf .....27

Abb.18: Branchenmixanalyse für den Ortskern Heikendorf.....29

Abb.19: Entwicklungsflächen im Ortskern Heikendorf.....30

Abb.20: Zentrenkonzept Gemeinde Heikendorf.....34

Abb.21: Verkaufsflächenanteile des Ortskerns auf Sortimentsebene: nahversorgungsrelevante Sortimente .....39

Abb.22: Verkaufsflächenanteile des Ortskerns auf Sortimentsebene: zentrenrelevante Sortimente .....40

Abb.23: Heikendorfer Sortimentsliste ..... 43

Abb.24: cima Warengruppen..... 48

Abb.25: Hierarchie Zentraler Versorgungsbereiche ..... 52

# 1 Auftrag und Aufgabenstellung

## Auftrag und Zielsetzung

- Die Gemeinde Heikendorf mit knapp 8.250 Einwohnern<sup>1</sup> übernimmt im zentralörtlichen System des Landes Schleswig-Holstein die Funktion eines Stadtrandkerns I. Ordnung. Als zentraler Ort hat die Gemeinde Heikendorf die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Gemeindegebietes mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs.
- Ende 2015 wurde die Gemeinde Heikendorf in das Städtebauförderprogramm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren aufgenommen. Das Einzelhandelskonzept und die parallel zu erarbeitende vorbereitende Untersuchung gemäß § 141 BauGB sollen als Grundlage für das Integrierte Entwicklungskonzept (ISEK) dienen und Maßnahmen zur Qualifizierung des Ortszentrums von Heikendorf erarbeiten. Das hier vorgelegte Einzelhandelskonzept dient dabei als ein Orientierungsleitfaden und ein Handlungsprogramm für die zünftige Entwicklung des Einzelhandels in der Gemeinde Heikendorf.
- Wesentliche Bestandteile des Einzelhandelskonzeptes sind die die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Heikendorf und die Ableitung der Heikendorfer Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente.
- Darüber hinaus liefert das Einzelhandelskonzept die planungsrechtlichen Grundlagen für die strategische Steuerung des Einzelhandels im Gemeindegebiet auf Basis der aktuellen landesplanerischen Rahmenbedingungen.

## Auftraggeber

- Gemeinde Heikendorf

## Zeitraum

- Juni bis Dezember 2016

## Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung in der Gemeinde Heikendorf
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in Heikendorf und Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Heikendorf und der Ergänzungsstandorte
- Ableitung der Heikendorfer Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung
- Aufzeigen branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig an Heikendorf zu binden
- Darstellung der Entwicklungsspielräume des Einzelhandels im Ortskern; Bewertung der Entwicklungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgungssituation

---

<sup>1</sup> Quelle: Gemeinde Heikendorf, Stand: 30.06.2016

**Vorbemerkung zur Methodik**

- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Gemeinde Heikendorf basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im Juli 2016.
- Die Herleitung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weiterer Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Gemeinde Heikendorf beziehen sich auf das Jahr 2016.

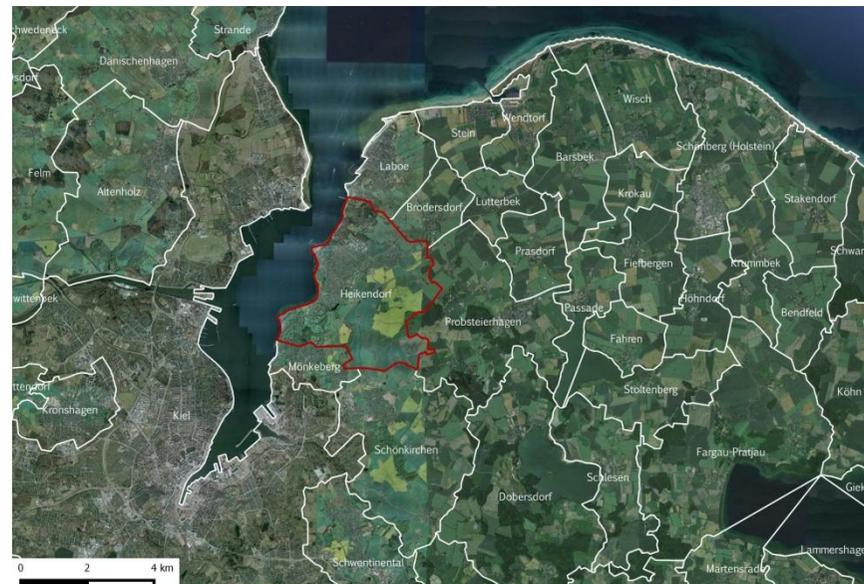
## 2 Einzelhandelsstandort Heikendorf – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

### 2.1 Makrostandort Gemeinde Heikendorf - Zentralörtliche Bedeutung

- In der Gemeinde Heikendorf leben 8.244 Einwohner.<sup>2</sup>
- Die Gemeinde Heikendorf ist im zentralörtlichen System des Landes Schleswig-Holstein als ein Stadtrandkern I. Ordnung definiert. Als zentraler Ort übernimmt die Gemeinde Heikendorf die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Gemeindegebietes mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs. Die Gemeinde Heikendorf ist zudem Verwaltungssitz des Amtes Schrevenborn (Heikendorf, Mönkeberg, Schönkirchen).
- Das Gemeindegebiet ist durch einen kompakten Siedlungskörper geprägt; einzig die Ortsteile Kitzberg im Südwesten des Kernortes und Neuheikendorf im Nordosten sind räumlich vom Kernort getrennt.
- An das regionale Straßennetz ist Heikendorf über die Schnellstraße B502 angebunden. Darüber hinaus bestehen regelmäßige Busverbindungen in das Oberzentrum Kiel (20 – 30 minütige Taktung) sowie eine Fährverbindung Richtung Westufer der Kieler Förde. Eine Anbindung der Gemeinde Heikendorf an das schienegebundene Netz der Bahn besteht nicht.

- Die Gemeinde Heikendorf befindet sich einerseits in einer ländlich geprägten und einwohnerschwachen Region, andererseits ist Heikendorf durch die unmittelbare Nähe zum Oberzentrum Kiel geprägt und gewinnt als Wohnstandort zunehmend an Beliebtheit. In einem starken Wettbewerbsumfeld und mit einem hohen Anteil an Auspendlern wird der Einzelhandelsstandort Heikendorf damit vor besondere Herausforderungen gestellt.

Abb. 1: Lage im Raum.



Kartengrundlage: Google Earth Pro  
Bearbeitung: cima 2016

<sup>2</sup> Quelle: Gemeinde Heikendorf (Stand: 30.06.2016)

## 2.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Abb. 2: Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Heikendorf<sup>3</sup>

Indikatoren		Gemeinde Heikendorf	Kreis Plön	Schleswig-Holstein	
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2013	8.141	126.643	2.815.955	
	31.12.2014	8.205	126.865	2.830.864	
	31.12.2015	8.247	128.304	2.858.714	
	+/- in % 2013-2015	1,3%	1,3%	1,5%	
Quelle: Gemeinde Heikendorf, Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein Stand: 31.12.2015, Basis: Zensus 2011					
Entwicklung der Sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort	30.06.2013	1.169	24.187	868.195	
	30.06.2014	1.153	24.983	897.092	
	30.06.2015	1.172	25.384	914.451	
	+/- in % 2013-2015	0,3%	4,9%	5,3%	
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2015					
Einpendler	30.06.2013	861	9.004	115.627	
	Auspendler	30.06.2013	1.962	26.118	207.897
		Saldo	-1.101	-17.114	-92.270
Einpendler	30.06.2014	860	9.129	117.774	
	Auspendler	30.06.2014	2.014	26.881	213.242
		Saldo	-1.154	-17.752	-95.468
Einpendler	30.06.2015	875	9.384	121.367	
	Auspendler	30.06.2015	2.047	27.268	218.482
		Saldo	-1.172	-17.884	-97.115
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2015					
Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt in Prozent	2013	k.A.	5,6	6,9	
	2014	k.A.	5,7	6,8	
	2015	k.A.	5,5	6,5	
	+/- in Prozentpunkten 2013-2015	k.A.	-0,1	-0,4	
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: Januar 2016					

Bearbeitung: cima 2016

- Die Gemeinde Heikendorf zeichnet sich im Betrachtungszeitraum 2013 bis 2015 durch eine positive Bevölkerungsentwicklung aus (+ 1,3 %). Der Kreis Plön sowie das Land Schleswig-Holstein können ebenfalls einen Bevölkerungsanstieg zwischen 2013 und 2015 verzeichnen (+ 1,3 % bzw. 1,9 %).
- Entgegen dem bundesdeutschen Trend, stagniert die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) in Heikendorf. Von 2013 bis 2015 konnte die Anzahl der Beschäftigten nur marginal gesteigert werden (+ 0,3 %). Eine deutlich positivere Entwicklung ist im Kreis Plön zu erkennen. Die Steigerung liegt im Beobachtungszeitraum bei + 4,9 %. Die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort konnte in Schleswig-Holstein sogar um 5,3 % gesteigert werden. D.h. die sich auf Bundesebene abzeichnende positive wirtschaftliche Entwicklung wird in Heikendorf noch nicht vollumfänglich sichtbar.
- Die negativen Pendlersalden begründen sich mit der erhöhten Arbeitsplatzzentralität des nahe gelegenen Oberzentrum Kiel. Zugleich verdeutlicht die hohe Zahl der Auspendler die starke Bedeutung der Gemeinde Heikendorf als Wohn- und Schlafstandort. Im Vergleich 2013-2015 ist allerdings ein positiver Anstieg der Zahl der Einpendler erkennbar (+ 5,4 %).

Die Indikatoren zum Wirtschaftsstandort Heikendorf sind als positiv zu bewerten. Trotz der z.T. negativen Entwicklungstrends bei den wirtschaftlichen Rahmendaten (Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, Einpendler und Auspendler) kann die Gemeinde Heikendorf auf einer sehr erfreulichen Entwicklung der Einwohnerzahlen in den vergangenen Jahren aufbauen.

<sup>3</sup> In diesem Kapitel werden die Einwohnerzahlen des Statistischen Landesamtes verwendet, um eine Vergleichbarkeit der Zahlen mit dem Landkreis Plön und dem Land Schleswig-Holstein zu gewährleisten. Im weiteren Verlauf werden die Einwohnerzahlen der Gemeinde Heikendorf verwendet (Statistik des Einwohnermeldeamtes).

Die beschriebenen sozioökonomischen Strukturdaten lassen die Schlussfolgerung zu, dass die Gemeinde Heikendorf in erster Linie die Funktion als Wohnstandort einnimmt. Von besonderer Bedeutung für die Wohnentwicklung sind die Entwicklung attraktiver und auf die Nachfrage zugeschnittener Wohngebietslagen sowie der Erhalt und die Schaffung wohnungsnaher Grundversorgung.

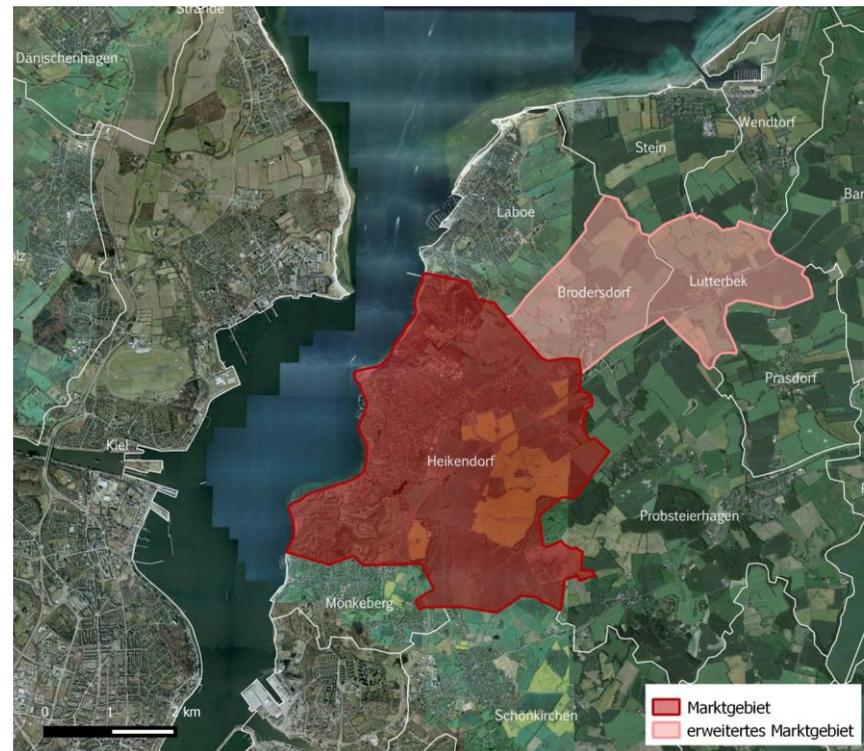
## 3 Marktgebiet und Marktpotenziale

### 3.1 Marktgebiet Gemeinde Heikendorf

Auf Basis des vorhandenen Einzelhandelsangebotes in der Gemeinde Heikendorf sowie unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in den umliegenden Gemeinden Laboe, Mönkeberg, Probsteierhagen etc. umfasst das direkte Marktgebiet in erster Linie das Heikendorfer Gemeindegebiet. Darüber hinaus werden die Gemeinden Brodersdorf (423 Einwohner<sup>4</sup>) und Lutterbek (368 Einwohner<sup>5</sup>) dem erweiterten Marktgebiet der Gemeinde Heikendorf zugeordnet. Da für die Bewohner der Gemeinden Brodersdorf und Lutterbek die Wahlmöglichkeit unterstellt werden kann, für Einkäufe entweder nach Heikendorf oder nach z.B. Laboe zu fahren; kann eine eindeutige Orientierung auf den Einzelhandelsstandort Heikendorf nicht unterstellt werden.

Aus Sicht der CIMA können die weiteren Umlandgemeinden eindeutig nicht dem Marktgebiet des Heikendorfer Einzelhandels zugeordnet werden. Die Küstenlage erschwert eine weitere Ausdehnung des Marktgebietes; zudem begrenzt die Ausweisung der Gemeinde Heikendorf als ein Stadtrandkern I. Ordnung die Entwicklungsmöglichkeiten des örtlichen Einzelhandels.

Abb. 3: Marktgebiet Gemeinde Heikendorf



Kartengrundlage: Google Earth Pro  
 Bearbeitung: CIMA 2016

<sup>4</sup> Quelle: Statistikamt Nord (Stand: 31.12.2015)

<sup>5</sup> Quelle: Statistikamt Nord (Stand: 31.12.2015)

## 3.2 Marktpotenzial Gemeinde Heikendorf

Die Berechnung des Nachfragepotenzials<sup>6</sup> in Heikendorf erfolgt auf der Basis der gemeindegrenzen Einwohnerzahl (8.244)<sup>7</sup> und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (117,9)<sup>8</sup>. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.828 € für das Jahr 2016 zugrunde gelegt, der an das Niveau der Gemeinde Heikendorf mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wird.

Der Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Gemeinde Heikendorf entspricht im Durchschnitt 6.871 € im Jahr 2016. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Heikendorf deutlich über dem Bundesdurchschnitt.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in der Gemeinde Heikendorf auf rd. 56,6 Mio. €. Davon entfallen etwa 30,5 Mio. € auf den täglichen/ periodischen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf 26,1 Mio. €.

Neben der örtlichen Nachfrage müssen jedoch auch die zusätzlichen Kaufkraftpotenziale und Kaufkraftzuflüsse aus dem erweiterten Marktgebiet berücksichtigt werden. In den Berechnungen wird zusätzlich eine Marktpotenzial i.H. von 4,9 Mio. € zu Grunde gelegt. Berechnungsgrundlage sind auch hier die Einwohnerzahlen (791 Einwohner in Brodersdorf und Lutterbek) und die örtliche Kaufkraftkennziffer (107,3).

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial im Marktgebiet auf rd. 61,6 Mio. €.

Abb. 4: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Gemeinde Heikendorf

Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Gemeinde Heikendorf in Mio. €			
CIMA Warengruppen	Gemeinde Heikendorf	erweitertes Marktgebiet (Gemeinden Brodersdorf, Lutterbek)	Marktgebiet insgesamt
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>30,5</b>	<b>2,7</b>	<b>33,2</b>
Lebensmittel und Reformwaren	20,8	1,8	22,6
Gesundheits- und Körperpflege	8,9	0,8	9,7
Zeitschriften, Schnittblumen	0,9	0,1	0,9
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>8,7</b>	<b>0,8</b>	<b>9,4</b>
Bekleidung, Wäsche	4,8	0,4	5,2
Schuhe, Lederwaren	1,6	0,1	1,7
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	2,3	0,2	2,5
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>5,5</b>	<b>0,5</b>	<b>6,0</b>
Bücher, Schreibwaren	1,0	0,1	1,1
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	4,5	0,4	4,9
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>2,8</b>	<b>0,2</b>	<b>3,1</b>
Sportartikel, Fahrräder	1,7	0,1	1,8
Spielwaren	0,5	0,0	0,6
Hobbybedarf, Zooartikel	0,6	0,1	0,7
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,8</b>	<b>0,1</b>	<b>0,9</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>3,8</b>	<b>0,3</b>	<b>4,2</b>
Möbel, Antiquitäten	3,1	0,3	3,4
Heimtextilien	0,7	0,1	0,7
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>4,4</b>	<b>0,4</b>	<b>4,8</b>
<b>SUMME</b>	<b>56,6</b>	<b>4,9</b>	<b>61,6</b>
<b>EINWOHNER</b>	<b>8.244</b>	<b>791</b>	<b>9.035</b>

Quelle: cima 2016

<sup>6</sup> Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung der Gemeinde Heikendorf, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

<sup>7</sup> Quelle: Gemeinde Heikendorf (Stand: 30.06.2016)

<sup>8</sup> Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2016

## 4 Einzelhandelsstrukturdaten der Gemeinde Heikendorf

### 4.1 Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Heikendorf

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Gemeinde Heikendorf im Juli 2016.

Die abgeleiteten Umsatzvolumina beruhen auf der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Heikendorf wurden 55 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 9.870 m<sup>2</sup> erhoben. Sie erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von 33,7 Mio. €.

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der nebenstehenden Abb. 5 dokumentiert.

Abb. 5: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Heikendorf

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

Quelle: cima 2016

\* Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Umsätze erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, sodass eine Dokumentation dennoch möglich wird. Die warengruppenspezifische Anzahl der Betriebe bezieht sich nur auf das Hauptsortiment.

**Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:**

- Die Warengruppe Lebensmittel, Reformwaren beherbergt 20 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 2.510 m<sup>2</sup>. Sie realisieren einen Umsatz von rd. 16,7 Mio. €. Der Verkaufsflächenanteil liegt damit nur bei rd. 25 % des gesamten Einzelhandels. Die Verkaufsflächenausstattung ist als unterdurchschnittlich zu bewerten; keiner der erfassten Lebensmittelmärkte im Heikendorfer Gemeindegebiet verfügt über moderne und marktgerechte Verkaufsflächenstrukturen.<sup>9</sup> Entsprechend sind Wettbewerbsnachteile gegenüber den großflächigen Nahversorgungsstandorten im Umland (u.a. Laboe, Mönkeberg) zu unterstellen. Das Fehlen einer ausreichenden Angebotskompetenz im Lebensmitteleinzelhandel ist ein erster Beleg für sortimentspezifische Angebotslücken.
- Die Hauptwarengruppe Gesundheits- und Körperpflege realisiert in der Gemeinde Heikendorf einen Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von 6 % bzw. 19 % am gesamten Heikendorfer Einzelhandel. Entsprechend der beschriebenen Angebotsstrukturen in der Branche Lebensmittel ist die Verkaufsflächenausstattung auch in dieser Warengruppe als eher unterdurchschnittlich zu bewerten. Der Umsatzanteil entfällt zudem in erster Linie auf die vorhandenen Apotheken. In der Branche der Drogerieartikel ist der ROSSMANN Drogeriefachmarkt zu nennen. Darüber hinaus werden Drogerieartikel heute ausschließlich als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten.
- In der Warengruppe Bekleidung, Wäsche, dem wichtigsten Leitortiment einer zentralen Ortskernlage ist nur ein Betrieb mit einer Verkaufsfläche von 125 m<sup>2</sup> vorhanden. Der Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von nur 1 % am gesamten Einzelhandel der Gemeinde Heikendorf entspricht ebenso einer vergleichsweise geringen Ausstattung.
- In der Warengruppe der Medien und Technik insgesamt wird ein Umsatzvolumen von 0,8 Mio. € generiert. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Gemeinde Heikendorf von 3 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt bei nur 2 % (245 m<sup>2</sup>). Sowohl die HEIKENDORFER BÜCHERINSEL als auch kleinteilige Facheinzelhandelsbetriebe aus dem Segment Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik prägen die dokumentierte Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Medien und Technik.
- In der Warengruppe der Spiel/ Sport/ Hobby sind die Sortimente Spielwaren, Sportartikel, Fahrräder, Musikinstrumente und Zooartikel/ Tierfutter zusammengefasst. Insgesamt 245 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche sind in dieser Warengruppe dokumentiert; der Gesamtumsatz liegt bei 0,7 Mio. €. Die Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteile entfallen maßgeblich auf die Fahrradfachgeschäfte ZWEIRAD BARG und FREILAUF. Sportartikel werden lediglich als Spezialsortiment im GOLF-CLUB KITZEBERG angeboten.
- Die Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat erreicht mit 565 m<sup>2</sup> einen Verkaufsflächenanteil von rd. 6 %. Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt bei 0,9 Mio. € (= 3 %). Sowohl die Umsatzanteile als auch die Verkaufsflächenanteile entsprechen der Versorgungsfunktion eines Unterzentrums. Die größten Verkaufsflächenanteile dieser Branche entfallen jedoch auf die Randsortimente in den Lebensmittelmärkten und den Gartenfachmarkt GESCHES GRÜN außerhalb der integrierten Ortskernlage. Das qualitativ hochwertige Segment ist im kleinteiligen Facheinzelhandel HUSET HANSEN, TEEKONTOR und KAUFHAUS DER KUNST etc. im Ortskern vorhanden.
- Die Hauptwarengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf generiert ein Umsatzvolumen von 3,9 Mio. €. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Gemeinde Heikendorf von 12 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt sogar bei sehr guten 43 % (4.210 m<sup>2</sup>). Diese überdurchschnittlichen Ausstattungswerte

<sup>9</sup> Sowohl der Lebensmittelfrischemarkt EDEKA als auch der Lebensmitteldiscounter ALDI planen eine Verkaufsflächenenerweiterung und Modernisierung des Standortes.

werden in maßgeblichem Umfang durch den Gartenmarkt GESCHES GRÜN am Standort Korügen geprägt. Der flächenintensive Baufachmarkt SCHRÖDER bietet darüber hinaus am Standort Korügen baumarktspezifische Sortimente an.

- Der Bau- und Gartenfachmarkt SCHRÖDER prägt ebenso die dokumentierte Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Einrichtungsbedarf. Die erfassten Verkaufsflächen entfallen fast ausschließlich auf den großflächigen Baumarkt.
- In den weiteren Warengruppen werden durchschnittliche Anteilswerte für ein Unterzentrum erreicht.

#### Verkaufsfläche je Einwohner

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 1,5 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner (inkl. ländlich geprägte Räume). In der Warengruppe Lebensmittel/ Reformwaren wird ein bundesdurchschnittlicher Wert von 0,35 – 0,45 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner als Vergleichswert angenommen.

Abb. 6: Verkaufsfläche je Einwohner in Heikendorf

Einwohner	8244
Verkaufsfläche je Einwohner in m <sup>2</sup>	1,20
im periodischen Bedarf	0,40
<i>in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren</i>	<i>0,30</i>
im aperiodischen Bedarf	0,80

Quelle: cima 2016

Die Verkaufsfläche je Einwohner im Segment Lebensmittel/ Reformwaren liegt mit 0,30 m<sup>2</sup>/ Einwohner deutlich unter dem Bundesdurchschnitt und ist als ein weiteres Indiz für eine unzureichende Nahversorgungssituation zu werten. Auch in Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche liegt die Gemeinde Heikendorf unter den Werten des Bundesdurchschnitts. Diese Kennziffer signalisiert insbesondere für den Ortskern z.T. Entwicklungspotenziale.

## 4.2 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Heikendorf

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage.

Handelszentralitäten von deutlich über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

Abb. 7: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in Heikendorf

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>24,0</b>	<b>30,5</b>	<b>79</b>
Lebensmittel, Reformwaren	16,7	20,8	80
Gesundheits- und Körperpflege	6,5	8,9	73
Zeitschriften, Schnittblumen	0,8	0,9	97
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>9,7</b>	<b>26,1</b>	<b>37</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>2,5</b>	<b>8,7</b>	<b>29</b>
Bekleidung, Wäsche	*	4,8	*
Schuhe, Lederwaren	*	1,6	*
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	1,8	2,3	77
<b>Medien und Technik insgesamt</b>	<b>0,8</b>	<b>5,5</b>	<b>15</b>
Bücher, Schreibwaren	*	1,0	*
Elektroartikel, Foto, Unterhaltungselektronik	*	4,5	*
<b>Spiel, Sport, Hobby insgesamt</b>	<b>0,7</b>	<b>2,8</b>	<b>24</b>
Sportartikel, Fahrräder	*	1,7	*
Spielwaren	*	0,5	*
Hobbybedarf, Zooartikel	*	0,6	*
<b>Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat</b>	<b>0,9</b>	<b>0,8</b>	<b>108</b>
<b>Einrichtungsbedarf insgesamt</b>	<b>0,8</b>	<b>3,8</b>	<b>22</b>
Möbel, Antiquitäten	*	3,1	*
Heimtextilien	*	0,7	*
<b>Baumarktartikel, Gartenbedarf</b>	<b>3,9</b>	<b>4,4</b>	<b>88</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>33,7</b>	<b>56,6</b>	<b>60</b>

Quelle: cima 2016

\* Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Umsätze erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, sodass eine Dokumentation dennoch möglich wird. Die warengruppenspezifische Anzahl der Betriebe bezieht sich nur auf das Hauptsortiment.

Insgesamt ist die Einzelhandelszentralität der Gemeinde Heikendorf als adäquat für ein Unterzentrum zu bewerten (60). Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität zwar deutliche Kaufkraftabflüsse in die umliegenden Städte, mit Blick auf die Pendlerverflechtungen sowie den oberzentralen Wettbewerbsstandort Kiel dürfte eine Steigerung der Zentralität dennoch nur in begrenztem Umfang möglich sein.

Die Gesamtzentralität für Heikendorf beruht auf den sortimentspezifischen Zentralitätswerten für die einzelnen Warengruppen. Hier ist festzuhalten, dass bei den Angeboten des täglichen Bedarfs eine Zentralität von 79 erreicht wird; für die Branche Lebensmittel/ Reformwaren wurde eine Handelszentralität von 80 ermittelt. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von 16,7 Mio. € ein lokales Nachfragevolumen von 20,8 Mio. € gegenüber. Die Werte veranschaulichen, dass in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren ein rechnerisches Angebotsdefizit vorhanden ist. Die Kaufkraftabflüsse per Saldo belaufen sich heute auf 4,1 Mio. €. Die Lebensmittelfrischemärkte SKY und EDEKA sowie der Lebensmitteldiscounter ALDI, ergänzt durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks können die lokale Nachfrage nicht vollumfänglich abdecken. Weder die Lebensmittelfrischemärkte noch der Lebensmitteldiscounter können moderne und marktgerechte Verkaufsflächenstrukturen vorhalten. Die bereits heute bestehenden Wettbewerbsnachteile gegenüber den umliegenden Gemeinden, könnten sich zukünftig verstärken, wenn keine Maßnahmen zur Modernisierung und Bestandsoptimierung des örtlichen Lebensmitteleinzelhandels eingeleitet werden. Ohne einen direkten Verdrängungswettbewerb zu befürworten, besteht somit ein zusätzlicher Flächenbedarf.<sup>10</sup>

<sup>10</sup> In Kap. 5.1.3 und 5.1.4 werden die Entwicklungsmöglichkeiten zur Verbesserung der Nahversorgungssituation im Ortskern Heikendorf beschrieben und bewertet.

Der warengruppenspezifische Zentralitätswert für die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege liegt bei 73; die Ansiedlung eines weiteren originären Drogeriefachmarkt erscheint jedoch nicht tragfähig. In den Branchen des aperiodischen Bedarfs wird eine Handelszentralität von 37 erzielt. Die Kernsortimente des persönlichen Bedarfs realisieren insgesamt eine Handelszentralität von 29. Es ist im Einzelfall zu prüfen, ob durch gezielte Ergänzungen und eventuelle Flächenerweiterungen die Zentralität noch gesteigert werden kann. Vor allem die vergleichsweise niedrigen Werte für die Warengruppe Bekleidung/ Wäsche (11) und Schuhe/ Lederwaren (15) sollten Anlass für eine gezielte Angebotserweiterung sein. Die Entwicklung sollte sich hierbei jedoch ausschließlich auf den Ortskern von Heikendorf konzentrieren. Das vorhandene Facheinzelhandelsangebot in der integrierten Ortskernlage sollte nicht durch Fachmarktsiedlungen in den Außenbereichen der Gemeinde Heikendorf gefährdet werden.

Die Warengruppe Medien und Technik setzt sich zusammen aus den Branchen Bücher/ Schreibwaren und Elektroartikel/ Foto/ Unterhaltungselektronik. Bücher werden aktuell in der Buchhandlung BÜCHERINSEL HEIKENDORF angeboten. In den Branchen Elektroartikel, Foto und Unterhaltungselektronik sind hingegen deutliche Angebotslücken zu identifizieren. Unter Berücksichtigung der aktuellen Betriebstypen- und Branchenentwicklungen ist die Ansiedlung eines Elektrofachgeschäftes im Heikendorfer Gemeindegebiet dennoch als eher unwahrscheinlich anzusehen.

Die Handelszentralität von 24 in der Warengruppe Spiel/ Sport/ Hobby entfällt in erster Linie auf das Sortiment Sportartikel/ Fahrräder und Fahrradzubehör (27). An der Dorfstraße ist der Fahrradfachhandel FREILAUF adressiert, am Möltenorter Weg findet sich das weitere Fahrradfachgeschäft ZWEIRAD BARG. Sportartikel im Sinne von Sportbekleidung konnten in der Gemeinde Heikendorf

nicht erfasst werden. Ausschließlich das Spezialsortiment Golfsportbedarf wird im GOLF-CLUB KITZEBERG angeboten.

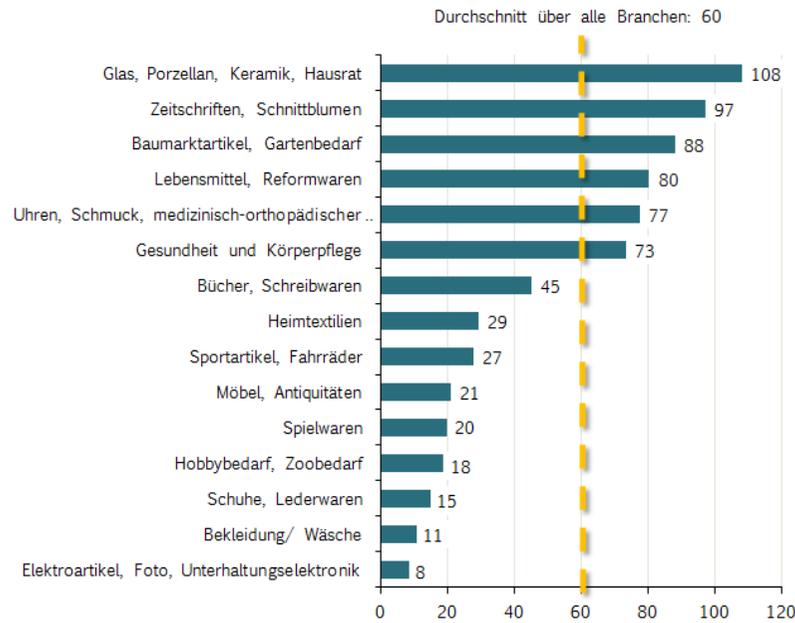
Ein sehr guter Zentralitätswert wird zudem in der Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat (108) erzielt. Das vorhandene Angebot wird einerseits durch den qualitätsorientierten Facheinzelhandel innerhalb der integrierten Ortskernlage (hier HUSET HANSEN, TEEKONTOR etc.) sowie das Randsortiment bei GESCHES GRÜN dargestellt. Ergänzend entfällt ein weiterer Anteil der vorhandenen Verkaufsflächen in der Branche Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte.

Im Segment der baumarktspezifischen Sortimente (einschließlich gartencenterrelevanter Sortimente) erreicht der Einzelhandel in der Gemeinde Heikendorf eine Handelszentralität von 88. Die bereits als überdurchschnittlich gut bewertete Verkaufsflächenausstattung in dieser Warengruppe findet sich auch in den Kennwerten zur Einzelhandelszentralität wieder.

Niedrige Zentralitätswerte werden darüber hinaus in den Sortimenten Möbel/ Antiquitäten (21), Spielwaren (20), Zooartikel (18) und Elektroartikel/ Foto/ Unterhaltungselektronik etc. (8) erzielt. In der Branche Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik sind kaum Angebote vorhanden; die Nachfrage wird hauptsächlich im nahe gelegenen Oberzentrum Kiel gedeckt. Die Branche Möbel wird in Heikendorf ausschließlich als Randsortiment angeboten (Bau- und Gartenfachmarkt SCHRÖDER). Der niedrige Zentralitätswert für die Warengruppe Möbel/ Antiquitäten begründet sich entsprechend durch das Fehlen eines qualifizierten Anbieters.

Die nachfolgende Abb. 8 zeigt die Rangfolge der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten des Einzelhandels in der Gemeinde Heikendorf.

Abb. 8: Ranking: Handelszentralität in Heikendorf



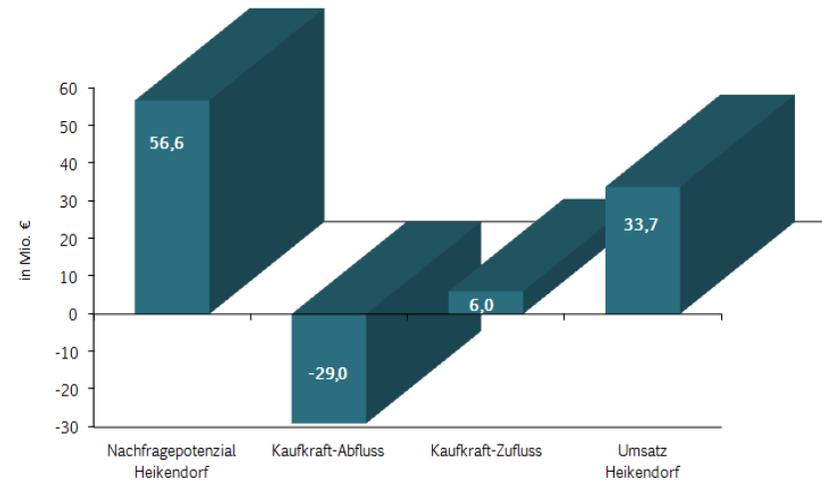
Quelle: cima 2016

### 4.3 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in der Gemeinde Heikendorf

Die nachfolgende Abbildung dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Gemeinde Heikendorf.

Die Kaufkraftbilanz verdeutlicht zusammenfassend über alle Sortimentsbereiche hinweg, in welchen Größenordnungen vorhandene Kaufkraft von außen abgezogen wird bzw. von außen zufließt.

Abb. 9: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Heikendorf

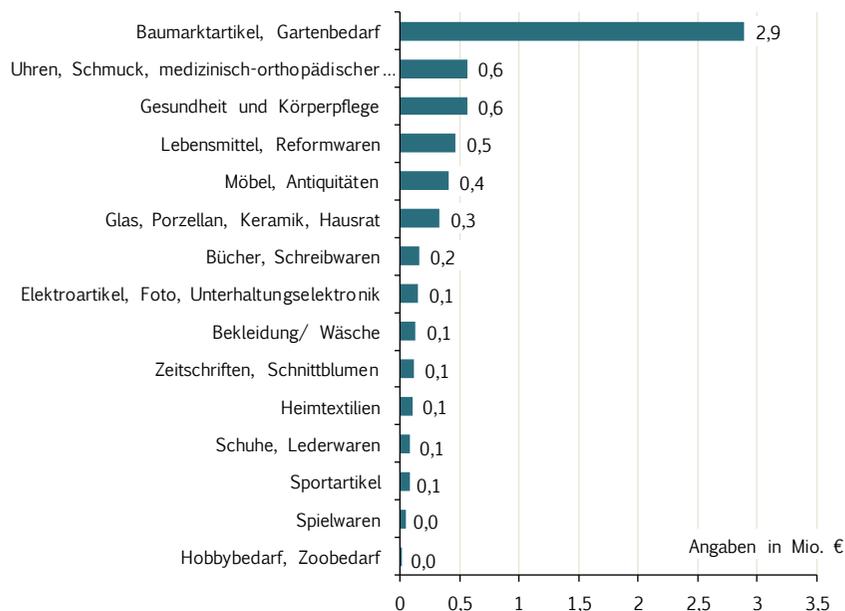


Quelle: cima 2016

Einem Kaufkraftzufluss von 6,1 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 29,0 Mio. € gegenüber. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 33,7 Mio. €. Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen liegt in der Gemeinde Heikendorf bei 56,6 Mio. €.

Die Kaufkraftzuflüsse generieren insgesamt rd. 18 % des in Heikendorf realisierten Einzelhandelsumsatzes. Berücksichtigt man die regionale Wettbewerbssituation (unmittelbare Nachbarschaft zum Oberzentrum Kiel) und die Funktion von Heikendorf als Unterzentrum (Stadttrandkerns I. Ordnung im Nahbereich des Oberzentrums Kiel) dürfte diese Kaufkraftzuflussquote nur sehr begrenzt zu steigern sein.

Abb.10: Ranking: Kaufkraftzuflüsse in die Gemeinde Heikendorf



Quelle: cima 2016

Die höchsten Kaufkraftzuflüsse werden in der Branche Baumarktartikel/ Gartenbedarf erzielt (2,9 Mio. €). Wie bereits die Dokumentation der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten verdeutlicht hat, ist mit dem Bau- und Gartenfachmarkt SCHRÖDER und dem

Gartenfachmarkt GESCHES GRÜN ein sehr gutes Angebotsniveau vorhanden.

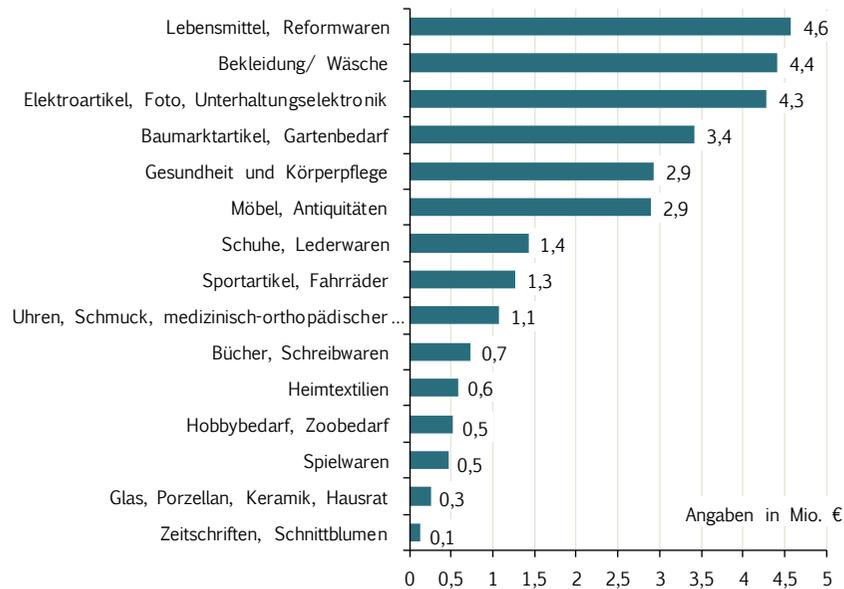
In den Branchen Uhren/ Schmuck und medizinisch/ orthopädischer Bedarf werden ebenso vergleichsweise gute Kaufkraftzuflüsse realisiert (0,6 Mio. €). Zwei Optiker, ein Hörgeräteakustiker, die GOLDSCHMIEDE MAREN VOEGE und UHREN UND SCHMUCK HARTWIG können ein gutes Angebot in dieser Warengruppe vorhalten.

In der Branche Gesundheit und Körperpflege liegt der Kaufkraftzufluss ebenso bei rd. 0,6 Mio. €. Die Zuflüsse werden in erster Linie durch die vorhandenen Apotheken und den Drogeriefachmarkt ROSSMANN im Ortskern der Gemeinde Heikendorf erzielt. Ferner werden Drogerieartikel als Randsortiment in den größeren Lebensmittelmärkten angeboten, diese Betriebe profitieren heute von den Mitnahmeeffekten im Bereich der Drogerieartikel.

In der Branche Lebensmittel/ Reformwaren werden Kaufkraftzuflüsse i.H. 0,5 Mio. € erzielt. Die Werte veranschaulichen, dass die Lebensmittelsupermärkte SKY und EDEKA sowie der Lebensmitteldiscounter ALDI nur sehr eingeschränkt einen Versorgungsauftrag für die Umlandgemeinden wahrnehmen können. Insbesondere in den Nachbargemeinden Laboe, Mönkeberg und Schönkirchen sind moderne und leistungsfähige Nahversorgungsstandorte vorhanden, die z.T. eine größere Kaufkraftbindung erzielen können als die Anbieter in der Gemeinde Heikendorf.

In allen weiteren Branchen liegen die Kaufkraftzuflüsse bei unter 0,5 Mio. €.

Abb.11: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Heikendorf



Quelle: cima 2016

Der Kaufkraftabfluss beläuft sich auf rd. 51 % des in der Gemeinde Heikendorf vorhandenen Nachfragevolumens; mit anderen Worten: "Jeder zweite Euro der eigenen Bevölkerung wird nicht in Heikendorf ausgegeben."

Die vergleichsweise hohe Kaufkraftabflussquote fußt zum einen auf den dokumentierten Angebotslücken in den Branchen des aperiodischen Bedarfs; zum anderen kommt es aber auch in der Branche Lebensmittel aufgrund der aufgezeigten qualitativen Angebotsdefizite (unmoderne und wenig marktgerechte Verkaufsflächenstrukturen) zu Kaufkraftabflüssen (4,6 Mio. €); diese werden auch nur sehr eingeschränkt durch die Zuflüsse aus den angrenzenden Gemeinden kompensiert (0,5 Mio. €).

Die bestehenden Kaufkraftabflüsse dürften dennoch nicht in vollem Ausmaß reaktivierbar sein; insbesondere die Branche Lebensmittel wird über Kopplungskäufe im Kontext von Pendlerverflechtungen an Wettbewerbsstandorten außerhalb des Gemeindegebietes gebunden.

Der Kaufkraftabfluss von 4,4 Mio. € in der Warengruppe Bekleidung/ Wäsche begründet sich mit Blick auf die Angebotssituation im Oberzentrum Kiel. Durch die gezielte Entwicklung von ergänzenden Angeboten im Bereich des Facheinzelhandels lassen sich die ermittelten Kaufkraftabflüsse z.T. verringern.

Darüber hinaus entfallen auf die Warengruppe Elektroartikel/ Foto/ Unterhaltungselektronik Kaufkraftabflüsse i.H. 4,3 Mio. €. Vor dem Hintergrund der erreichten Handelszentralität von nur 8 ist der ermittelte Kaufkraftabfluss mit den vorhandenen Angebotsdefiziten begründet. Die Kaufkraftabflüsse verdeutlichen die Einkaufsfahrten zu den leistungsstarken Anbietern in Kiel und Schwentinental (MEDIA MARKT, SATURN etc.).

In der Warengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf müssen ebenfalls Kaufkraftabflüsse (3,4 Mio. €) verzeichnet werden. Die Kaufkraftabflüsse spiegeln wie auch schon die dokumentierten Kaufkraftabflüsse in der Branche Elektroartikel/ Foto/ Unterhaltungselektronik die regionale Wettbewerbssituation wider. Das baumarktspezifische Sortiment im Bau- und Gartenfachmarkt SCHRÖDER kann die vorhandene Nachfrage in der Gemeinde Heikendorf nicht vollumfänglich binden.

Abb. 12 fasst die maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels auf der Ebene der Gemeinde Heikendorf zusammen.

Abb.12: Datenblatt Gemeinde Heikendorf

Gemeinde Heikendorf	2016
Anzahl Betriebe	55
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	9.870
Umsatz in Mio. €	33,7
Flächenproduktivität in € / m <sup>2</sup>	3.414
Nachfragepotenzial in Mio. €	56,6
Zentralität	60
Zentralität periodisch	79
<i>in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren</i>	<i>80</i>
Zentralität aperiodisch	37
Einwohner	8.244
Verkaufsfläche je Einwohner in m <sup>2</sup>	1,20
im periodischen Bedarf	0,40
<i>in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren</i>	<i>0,30</i>
im aperiodischen Bedarf	0,80
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer (2016)	117,9

Quelle: cima 2016

Abb.13: Einzelhandel in der Gemeinde Heikendorf



Fotos: cima 2016

## 4.4 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Heikendorf

Die dominierenden Nahversorgungsstrukturen in Heikendorf sind die zwei Lebensmittelfrischmärkte SKY und EDEKA und der ALDI Lebensmitteldiscounter. Betriebe des Lebensmittelhandwerks runden das Lebensmittelangebot ab. Insbesondere der SKY Markt in integrierter Ortskernlage profitiert maßgeblich von der fußläufigen Erreichbarkeit sowie den Kopplungspotenzialen mit den weiteren Facheinzelhandelsbetrieben und ergänzenden Nutzungen. Der Lebensmitteldiscounter ALDI und der Lebensmittelfrischmarkt EDEKA befinden sich außerhalb der integrierten Ortskernlage am Tobringer.<sup>11</sup>

Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Gemeinde Heikendorf getroffen werden:

- Die Gemeinde Heikendorf verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren von 2.510 m<sup>2</sup>.
- Für die Branche Lebensmittel/ Reformwaren hat die cima eine Handelszentralität von 80 ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von 16,7 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von 20,8 Mio. € gegenüber.

Die ermittelten Kaufkraftabflüsse in andere Wettbewerbsstandorte im Umland der Gemeinde Heikendorf belaufen sich auf 4,6 Mio. €. Nicht zuletzt die geringe Verkaufsflächenausstattung in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren begründet die Einkaufsfahrten ins Umland; nur 0,3 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche stehen pro Einwohner zur Verfü-

gung.<sup>12</sup> Ohne einen direkten Verdrängungswettbewerb zu befürworten, besteht ein zusätzlicher Flächenbedarf.

Neben den rein quantitativen Bewertungsmerkmalen sind jedoch auch qualitative Aspekte bei der gutachterlichen Bewertung der Nahversorgungssituation in Heikendorf zu berücksichtigen. Die cima vor-Ort-Begehungen haben aufgezeigt, dass keiner der erfassten Lebensmittelmärkte im Heikendorfer Gemeindegebiet über moderne und marktgerechte Verkaufsflächenstrukturen verfügt. Insbesondere der SKY Markt im Ortskern kann keine optimalen Standortbedingungen vorhalten. Aufgrund der beengten Grundstückssituation ist die Erreichbarkeit und die Stellplatzverfügbarkeit als unzureichend zu bewerten. Darüber hinaus entspricht die Immobilien- und Verkaufsflächenstruktur nicht den Anforderungen an einem modernen Lebensmittelfrischmarkt. Eine ausreichende Sichtbarkeit und Zuwegung von der Dorfstraße (Hauptfrequenzlage) ist zudem nicht gegeben. In den nachfolgenden Kapiteln werden die Entwicklungspotenziale zur Sicherung und zur Aufwertung der Nahversorgungssituation im Ortskern beschrieben.

In den nachfolgenden Kapiteln wird die Sicherung und der Erhalt der Nahversorgungssituation im Ortskern der Gemeinde Heikendorf thematisiert. Insgesamt stehen drei verschiedene Entwicklungsvarianten zur Diskussion, die den Ausbau und die Modernisierung der Nahversorgungsstrukturen im Ortskern zum Ziel haben.

Aus Sicht der cima müssen ferner für den Verbundstandort EDEKA/ ALDI am Tobringer Bedarfe zur Bestandsoptimierung beschrieben werden. Die Verkaufsflächen- und Immobilienstruktur der Lebensmittelmärkte entspricht nicht den aktuellen Betriebskonzepten der Unternehmen.

<sup>11</sup> Sowohl der Lebensmittelfrischmarkt EDEKA als auch der Lebensmitteldiscounter ALDI planen eine Verkaufsflächenenerweiterung und Modernisierung des Standortes.

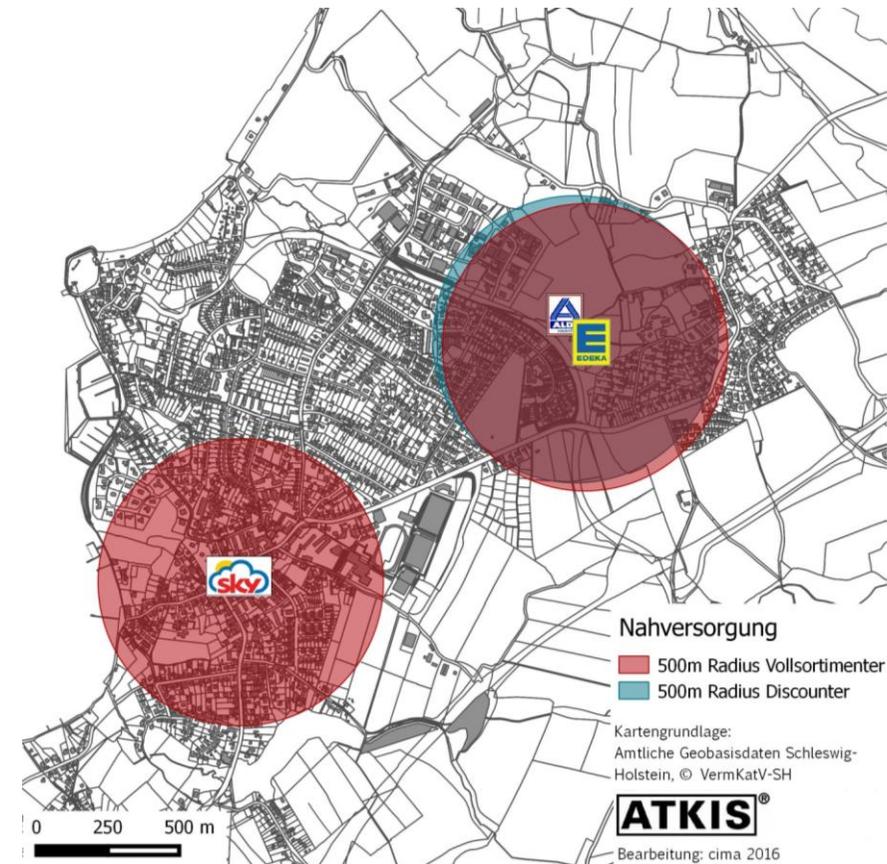
<sup>12</sup> Die Verkaufsfläche je Einwohner in der Branche Lebensmittel/ Reformwaren liegt im Bundesdurchschnitt zwischen 0,35 und 0,45 m<sup>2</sup>

Entsprechend sind für die Gemeinde Heikendorf Wettbewerbsnachteile gegenüber den großflächigen Nahversorgungsstandorten im Umland (u.a. Laboe, Mönkeberg) zu unterstellen. Aus Sicht der cima wird sich die Wettbewerbssituation gegenüber den umliegenden Gemeinden zukünftig weiter verschärfen, wenn keine Maßnahmen zur Modernisierung und Bestandsoptimierung des örtlichen Lebensmitteleinzelhandels eingeleitet werden.

Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger in der Gemeinde Heikendorf verdeutlicht zudem, dass in Teilen des Kernortes keine flächendeckend ausgeglichenen Nahversorgungsstrukturen vorgehalten werden können. Die diskutierte Entwicklung eines ergänzenden Nahversorgungsstandortes auf dem sogenannten Schulgrundstück<sup>13</sup> könnte die räumliche Nahversorgungssituation im zentralen Gemeindegebiet somit nachhaltig verbessern.

Unter Berücksichtigung des gesamten Heikendorfer Gemeindegebietes ist zudem festzustellen, dass sich das Angebot vollständig auf den Kernort Heikendorf konzentriert. In den peripheren Ortsteilen Möltenort und Kitzeberg fehlt ein qualifiziertes Nahversorgungsangebot vollständig. Aufgrund des geringen Bevölkerungspotenzials in den peripheren Ortschaften sind die Chancen zur Etablierung eines Nahversorgungsangebotes in diesen Siedlungsbereichen leider als sehr gering einzuordnen und kaum zu realisieren.

Abb.14: Nahversorgungsstruktur in Heikendorf (500 m-Nahversorgungsradius)



<sup>13</sup> In Kap. 5.1.4 wird die Entwicklung des Schulgrundstücks als Nahversorgungsstandort beschrieben und bewertet.

## 5 Zentrenkonzept für die Gemeinde Heikendorf

Auf Grundlage der beschriebenen Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Heikendorf lässt sich ein räumliches Zentrenkonzept des Einzelhandels ableiten. Während es sich in größeren Gemeinden und Städten um ein hierarchisches Netz verschiedener Standorte unterschiedlicher Wertigkeit handelt (Haupt-, Neben- und Nahversorgungszentren), beinhaltet das räumliche Einzelhandelskonzept der Gemeinde Heikendorf die planerische Zielvorstellung einer Konzentration der relevanten Potenziale auf den Ortskern von Heikendorf. Gerade in kleinen Städten und Gemeinden muss es das vorrangige Ziel sein, die vorhandenen und zukünftigen Nutzer räumlich zu bündeln und so die maximalen Synergieeffekte zwischen den Betrieben zu nutzen.

Dem Konzept liegen die folgenden Zielvorstellungen zugrunde:

- Der **Ortskern von Heikendorf ist Hauptzentrum und wichtigster Versorgungsstandort** für alle nahversorgungsrelevanten Waren (Lebensmittel/ Reformwaren, Drogeriewaren, Blumen, Arzneimittel etc.), aber auch für weitere ortskerntypische Angebote (u.a. Optik, Bekleidung, Schuhe, Bücher). Der als Zentraler Versorgungsbereich der Gemeinde Heikendorf definierte Bereich soll planerisch eine Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet übernehmen. Eine Erweiterung der Angebote wird sowohl bei den Waren des täglichen als auch des mittel- und langfristigen Bedarfs befürwortet. Die kleinräumige Abgrenzung des Ortskerns und die Handlungsmöglichkeiten zur Attraktivitätssteigerung der integrierten Ortskernlage werden in Kap. 5.1.3 und Kap. 5.1.4 ausführlich erläutert.

- Als **ergänzender Nahversorgungsstandort** ist der Standortbereich **Tobringer** ausgewiesen. Am Tobringer sind der Lebensmitteldiscounter ALDI und der Lebensmittelfrischemarkt EDEKA vorhanden. Eine Bäckerei ergänzt das Angebot.
- Der **Sonderstandort Korügen** ist eine Einzelhandelsagglomeration des vorwiegend großflächigen Einzelhandels. Der Sonderstandort nimmt eine ergänzende Versorgungsfunktion wahr, ist jedoch als nicht integrierte Standortlage aufzufassen. Neuansiedlungen des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels sollten hier ausgeschlossen sind. Eine ausführliche Beschreibung des Sonderstandortes liefert Kap. 5.3.

### 5.1 Zentraler Versorgungsbereich Heikendorf

#### 5.1.1 Zum Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches<sup>14</sup>

Der Begriff des „Zentralen Versorgungsbereiches“ ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

<sup>14</sup> Eine Ausführliche Definition des Begriffes Zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang

Was „Zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „Zentraler Versorgungsbereich“ in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandelserlässen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren Zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere Zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.<sup>15</sup>
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.<sup>16</sup>
- Für die Abgrenzung der Zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der An-

gebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass Zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als Zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.

- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines Zentralen Versorgungsbereiches ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierte Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Eindeutig nicht als Zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an

<sup>15</sup> Vgl. auch Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

<sup>16</sup> Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbesatzes,
- städtebaulich integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),
- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- heutige und geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Gemeinde.

### 5.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Heikendorf

Aus Sicht der cima liegt eine ausreichend städtebauliche Grundlage zur Abgrenzung eines Zentralen Versorgungsbereiches Heikendorf vor (vgl. Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches Abb. 15).

Mittels der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>, Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb des abgegrenzten Zentrums wird die Bedeutung des Zentralen Versorgungsbereiches für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt. In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur, Kindergärten etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.<sup>17</sup>

Der Zentrale Versorgungsbereich (ZVB) übernimmt die Funktion des Hauptzentrums der Gemeinde Heikendorf. Innerhalb des definierten Bereichs ist ein bedeutender Anteil des Einzelhandels- und Dienst-

leistungsbesatzes der Gemeinde Heikendorf vorhanden (rd. 64 % der Einzelhandelsbetriebe der Gemeinde Heikendorf befinden sich innerhalb des abgegrenzten Bereiches). Ergänzend finden sich in dem definierten Bereich soziale und freizeitbezogene Einrichtungen (Ärzte, Gastronomie etc.). Eine Anbindung an das ÖPNV-Netz ist ebenso gegeben wie eine Integration in die Wohngebiete von Heikendorf.

Alle innerhalb der Grenzen des Zentralen Versorgungsbereiches befindlichen Grundstücke bzw. Flurstücke sind in den Zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Der für den Einzelhandel relevante Bereich des Zentralen Versorgungsbereiches setzt sich aus dem gewachsenen Haupteinkaufsbereich entlang der Dorfstraße zwischen dem Lebensmittelsupermarkt SKY im Westen und dem Kreuzungsbereich Dorfstraße/ Laboer Weg/ Neuheikendorfer Weg im Osten zusammen. Hinzu kommt der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im Bereich der Hafenstraße; hier sind u.a. die HEIKENDORFER BÜCHERINSEL und das KAUFHAUS der KUNST sowie ergänzende kleinteilige Einzelhandelsnutzungen vorhanden. Das sogenannte „Gärtnergrundstück“ am Laboer Weg stellt den nördlichen Abschluss des Zentralen Versorgungsbereiches dar.

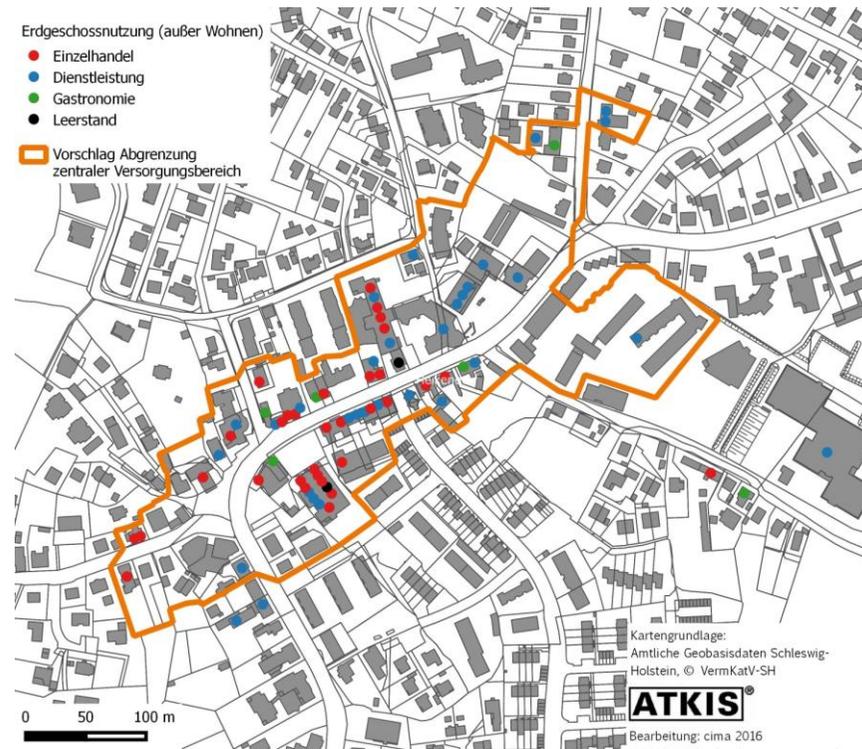
Darüber hinaus ist das sogenannte „Schulgrundstück“ als Entwicklungs- und Potenzialfläche in die Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches aufgenommen. Als Schulgrundstück wird die Fläche im Süden der Dorfstraße bzw. im Osten des Schulredders bezeichnet. Für diesen Standortbereich bestehen konkrete Planungen einen neuen Lebensmittelmarkt zu entwickeln.

In den abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich einbezogen ist zudem das Rathaus der Gemeinde Heikendorf mit der angrenzenden Gemeindebibliothek.

<sup>17</sup> Sowohl die dargestellten Kennziffern des Zentralen Versorgungsbereiches als auch die kartografische Darstellung beruhen auf den ermittelten Strukturdaten im Erhebungszeitraum Juli 2016.

Die räumliche Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches und die Verteilung des Handels sowie der Besatz an ergänzenden Nutzungen wird in Abb. 15 deutlich.

Abb.15: Zentraler Versorgungsbereich Heikendorf



Bearbeitung: cima 2016

Einzelhandelsstrukturen im Zentralen Versorgungsbereich Heikendorf  
 Im Rahmen der Bestandserhebung wurden in der abgegrenzten Ortskernlage der Gemeinde Heikendorf 35 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 2.875 m<sup>2</sup> erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 17,8 Mio. €.

Abb.16: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Zentralen Versorgungsbereich Heikendorf

Zentraler Versorgungsbereich Ortskern Heikendorf	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>16</b>	<b>1.805</b>	<b>13,8</b>
Lebensmittel, Reformwaren	11	1.200	7,3
Gesundheits- und Körperpflege	4	500	6,0
Schnittblumen, Zeitschriften	1	105	0,5
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>19</b>	<b>1.070</b>	<b>4,0</b>
<b>Persönlicher Bedarf insgesamt</b>	<b>8</b>	<b>380</b>	<b>2,2</b>
Bekleidung, Wäsche	1	95	*
Schuhe, Lederwaren	2	65	*
Uhren, Schmuck, medizinisch-orthopädischer Bedarf	5	220	1,6
Medien und Technik insgesamt	3	185	0,7
Spiel, Sport, Hobby insgesamt	2	210	*
Glas, Porzellan, Keramik ,Hausrat	5	245	0,5
<b>sonstiger aperiodischer Bedarf</b>	<b>1</b>	<b>50</b>	<b>*</b>
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>35</b>	<b>2.875</b>	<b>17,8</b>

Quelle: cima 2016

\* Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen dürfen Umsätze erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, sodass eine Dokumentation dennoch möglich wird. Die warengruppenspezifische Anzahl der Betriebe bezieht sich nur auf das Hauptsortiment.

Mit 16 Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 1.805 m<sup>2</sup> und einem Umsatz von 13,8 Mio. € entfällt auf die Anbieter von Waren des täglichen Bedarfs ein erheblicher Anteil des Einzelhandels in der integrierten Ortskernlage; es handelt sich in erster Linie um den Lebensmittelfrischemarkt SKY sowie Betriebe des Ladenhandwerks und Spezialitätenanbieter (Fleischerei, Tee, Süßigkeiten etc.). Ferner werden die vorhandenen Apotheken, das Reformhaus, die Parfümerie KOHN und ein kleinteiliges Blumengeschäfte (KOBS Florales und Gartenkultur) den Angeboten des täglichen Bedarfs zugeordnet; darüber hinaus ist der Drogeriefachmarkt ROSSMANN innerhalb der integrierten Ortskernlage vorhanden.

Bezogen auf die zentrenprägenden Sortimente des persönlichen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe etc.) sind nur wenige kleinteilige Fach Einzelhandelsbetriebe vorhanden (u.a. VESTITUM, EXQUISIT, GOLDSCHMIEDE MAREN VOEGE, DAS AUGEN, OPTIK HARTWIG, AMPLIFON).

Mit einer Buchhandlung und zwei kleinteiligen Fachgeschäften für Elektroartikel verfügt der Ortskern Heikendorf in der Warengruppe Medien und Technik zudem über ein beschränktes aber dennoch ausreichendes Angebot.

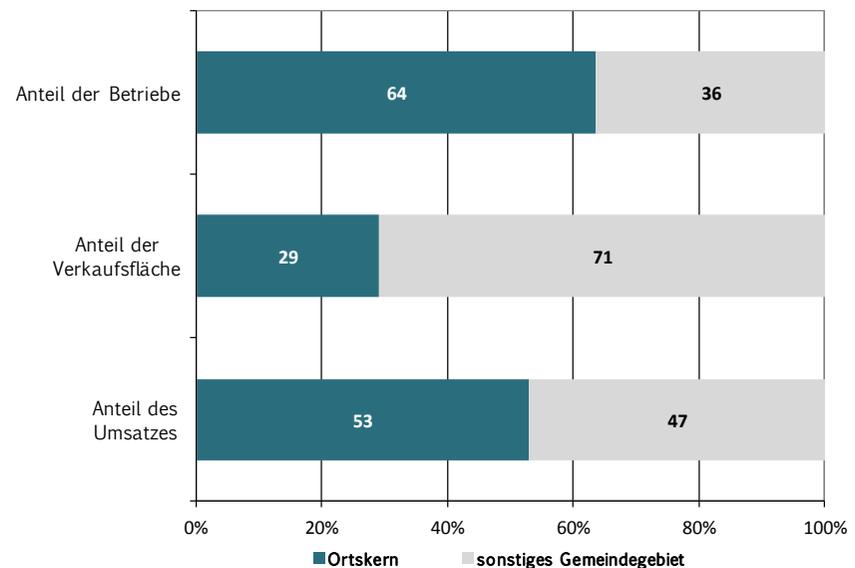
Positiv hervorzuheben ist ferner das qualifizierte Angebot in der Branche Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat. Insgesamt fünf Betriebe bieten diese Branche als Kernsortiment an. Beispielhaft genannt werden können hier Huset Hansen, Teekontor, Kaufhaus der Kunst.

Bei einer qualitativen Wertung des vorhandenen Geschäftsbesatzes ist hervorzuheben, dass eine zwar begrenzte aber für ein Unterzentrum wie Heikendorf nicht selbstverständliche Anzahl von Fachgeschäften mit einem qualitativ überzeugenden Marktauftritt vorhanden ist. Diese Anbieter stellen das wichtigste Potenzial der integrierten Ortskernlage als Einzelhandelsstandort dar.

Da die Ansiedlung nachgefragter Filialbetriebe nicht zu erwarten ist, kann eine Angebotserweiterung nur über weitere inhabergeführte

Betriebe erfolgen. Insbesondere die beschriebenen Angebotsdefizite in den Branchen Bekleidung/ Wäsche und Schuhe/ Lederwaren könnten als Anlass für eine gezielte, aber maßvolle Angebotserweiterung genommen werden. Grundsätzlich sollte das vorhandene Facheinzelhandelsangebot in der integrierten Ortskernlage nicht durch Fachmarktansiedlungen in den Außenbereichen der Gemeinde Heikendorf gefährdet werden.

Abb.17: Anteil Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im Zentralen Versorgungsbereich Heikendorf



Quelle: cima 2016

Bezogen auf die gesamten Einzelhandelsstrukturen finden sich im Ortskern der Gemeinde Heikendorf 64 % der Betriebe, die zwar nur 29 % der Gesamtverkaufsfläche darstellen, aber rd. 53 % des Gesamtumsatzes erzielen. Insbesondere aufgrund des umsatzstar-

ken Lebensmittelanbieters SKY liegt der Umsatzanteil im Zentralen Versorgungsbereich auf einem vergleichsweise guten Niveau.

Relevant sind in dieser Darstellung jedoch der hohe Anteil der Betriebe im Ortskern (64 %) und der vergleichsweise geringe Verkaufsflächenanteil in der integrierten Ortskernlage (29 %). Während zwei Drittel der Einzelhandelsbetriebe auf den Ortskern Heikendorf entfallen, stellen diese Betriebe nur weniger als ein Drittel der erfassten Verkaufsflächen. Dieses Missverhältnis verdeutlicht, dass die Ladenlokale innerhalb des Zentrale Versorgungsbereiches nur sehr kleinteilig sind. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße liegt gerade mal bei 40 m<sup>2</sup> je Betrieb. Jede großflächige Einzelhandelsansiedlung in den Außenbereichen der Gemeinde Heikendorf würde die Verkaufsflächenanteile des Ortskerns entsprechend weiter reduzieren und zu Lasten der Attraktivität des Einkaufsstandortes Ortskern Heikendorf gehen.

Hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe im Ortskern kann jedoch konstatiert werden, dass zum heutigen Zeitpunkt eine überdurchschnittlich starke Konzentration der Einzelhandelsbetriebe auf den Ortskern besteht und der Zentrale Versorgungsbereich damit eine erfreuliche Attraktivität und Anziehungskraft auf den Kunden entfalten kann.

### 5.1.3 Entwicklungs- und Profilierungspotenziale für den Ortskern Heikendorf

Alle Überlegungen zur nachhaltigen Weiterentwicklung und Profilierung des Einzelhandelsstandortes Heikendorf sollten auf dem zentralörtlichen Versorgungscharakter eines Unterzentrums mit der Funktion eines Stadtrandkerns I. Ordnung im Nahbereich des Oberzentrums Kiel aufbauen, d.h. es sollte das Ziel der Gemeinde- und Einzelhandelsentwicklung sein, eine ausreichende und vor allem flächendeckende Nahversorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs sicherzustellen und eine darüber hinaus gehende

Grundversorgung mit Gütern des aperiodischen Bedarfs zu erreichen.

Die Versorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs wird in der Gemeinde Heikendorf jedoch nur z.T. sichergestellt (Handelszentralität von 80, Kaufkraftabfluss 4,6 Mio. €).

Aus Sicht der cima besteht somit ein Gestaltungspotenzial im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels. Die bestehenden Potenziale sollten jedoch in erster Linie zur Sicherung und zur Aufwertung der Nahversorgungssituation innerhalb der definierten Ortskernlage genutzt werden (vgl. nachfolgende Ausführungen in Kap. 5.1.4). Unter Berücksichtigung der ergänzend geplanten Modernisierung und Erweiterung des Nahversorgungsstandortes Tobringer sollten keine weiteren Neuansiedlungen im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels möglich sein.

In den Bezug auf den aperiodischen Einzelhandel ist das bestehende Einzelhandelsangebot innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Heikendorf größtenteils durch kleinteilige Facheinzelhandelsbetriebe geprägt. Im Rahmen der IST-Analyse wurde bereits auf die relevante Anzahl von vorhandenen, qualitätsorientierten Geschäften hingewiesen. Als Profilierungsansatz sollte dieser Charakter aufgenommen und mit der Zielvorstellung verknüpft werden, den Facheinzelhandel zu stärken und auszubauen.

Gerade vor dem Hintergrund des intensiven Wettbewerbs mit dem benachbarten Oberzentrum Kiel muss es das Ziel des Heikendorfer Einzelhandels sein, die eigenen Stärken in Angebot und Service des Facheinzelhandels herauszustellen.

Aus gutachterlicher Sicht kann es damit sinnvoll erscheinen, weitere Facheinzelhandelsnutzungen für den Ortskern von Heikendorf zu gewinnen. Weitere inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe könnten das bestehende Angebot quantitativ und qualitativ ergänzen. Insbesondere das Angebot in den Branchen des persönlichen Bedarfs (Bekleidung, Schuhe) sollte ausgebaut werden.

Die nachfolgende tabellarische Darstellung stellt für ausgewählte Branchen Entwicklungspotenziale für den Ortskern der Gemeinde Heikendorf dar.

Abb.18: Branchenmixanalyse für den Ortskern Heikendorf

Warengruppe	heutiges Angebot im Ortskern Heikendorf	Chancen bestehen für ...
<b>Lebensmittel/ Reformwaren</b>	Bäckereien, Metzger, Tee, Wein, Obst und Gemüse, Lebensmittelfrischemarkt SKY	Ausbau und Sicherung des großflächigen Lebensmittelangebotes entweder im Bestand oder durch eine ergänzende Neuansiedlung
<b>Drogerie- und Parfümerieartikel, Apotheken</b>	Drogeriefachmarkt ROSSMANN, Parfümerie, zwei Apotheken	Ausbau nicht zu erwarten
<b>Bekleidung</b>	Facheinzelhandel vorhanden	Ergänzung durch kleinere Filialkonzept (sofern geeigneter Standort im Ortskern), zusätzliche Fachgeschäfte/ Boutiquen
<b>Schuhe, Lederwaren</b>	ein Schuhanbieter vorhanden	Ergänzung durch Fachgeschäfte möglich
<b>Uhren, Schmuck, Optik</b>	Ein Juwelier, zwei Optiker, ein Hörgeräteakustiker vorhanden	Ausbau nicht zu erwarten
<b>Bücher</b>	eine Buchhandlung vorhanden	Ausbau nur eingeschränkt und in Kombination mit anderen Angeboten (z.B. Kinderspielzeug, Kinderbekleidung) denkbar
<b>Schreibwaren</b>	Schreibwaren werden nur im Randsortiment angeboten	Ausbau nicht zu erwarten
<b>Elektroartikel, Unterhaltungselektronik etc.</b>	Zwei kleinteilige Anbieter für Elektroartikel vorhanden	Ausbau nicht zu erwarten, da keine Tragfähigkeit für einen Fachmarkt innerhalb des Ortskerns besteht
<b>Sportartikel, Fahrräder</b>	kein qualifizierter Sportanbieter vorhanden, zwei Fahrradläden in integrierter Ortskernlage	Weitere Ausbau nicht zu erwarten
<b>Spielwaren</b>	Spielwaren ausschließlich als Randsortiment vorhanden	Ausbau nur eingeschränkt und in Kombination mit anderen Angeboten (z.B. Kinderbekleidung, Kinderbücher) denkbar
<b>Möbel/ Einrichtungsbedarf</b>	kein Möbelgeschäft vorhanden	Ausbau nicht zu erwarten
<b>Heimtextilien</b>	Ein Fachgeschäft für Wolle vorhanden	Fachgeschäft für Innenausstattung und Heimtextilien möglich
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Hausrat</b>	qualitätsorientierte Anbieter für Geschenkartikel/ Dekorationsartikel vorhanden	Ausbau im Bereich der Dekorationsartikel/ Geschenkartikel möglich

### 5.1.4 Sicherung und Ausbau der Nahversorgung im Ortskern Heikendorf

Im Rahmen der Analyse möglicher Entwicklungs- und Profilierungspotenziale für den Ortskern der Gemeinde Heikendorf wurde aufgezeigt, dass die Potenziale zur Weiterentwicklung des Ortskerns in erster Linie in der Modernisierung und dem Ausbau der Nahversorgungsstrukturen liegen.

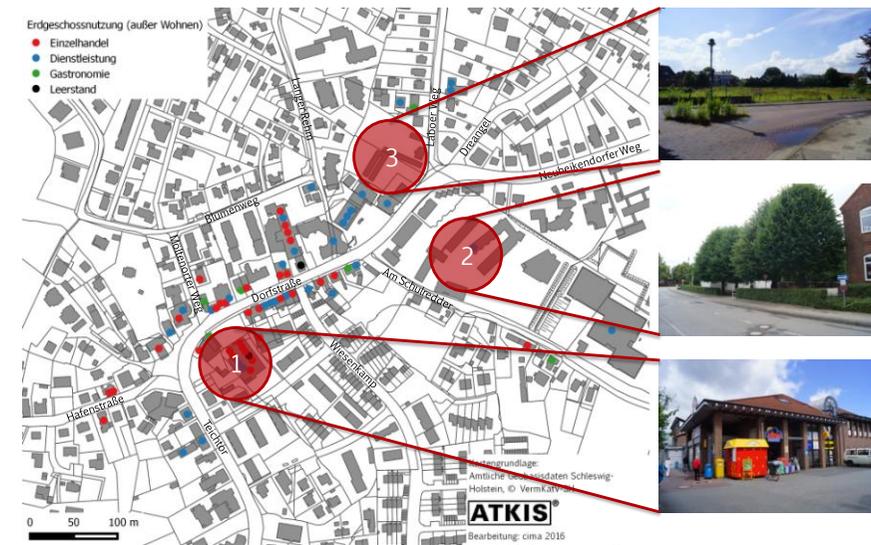
Die Gemeinde Heikendorf nimmt eine Versorgungsaufgabe für die eigene Bevölkerung mit Waren des täglichen Bedarfs wahr. Die Versorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs wird in der Gemeinde Heikendorf jedoch nur z.T. sichergestellt. Die Kaufkraftabflüsse belaufen sich unter Berücksichtigung der örtlichen Nachfrage auf rd. 4,6 Mio. €.

Grundsätzlich ist zwar davon auszugehen, dass die Bewohner der Gemeinde Heikendorf ihren Lebensmittelbedarf nicht nur beim nächst gelegenen Nahversorger decken, sondern auch Großeinkäufe oder Zieleinkäufe ergänzend in SB-Warenhäusern / Verbrauchermärkten (u.a. in Kiel-Diedrichsdorf) erledigen oder Kopplungseinkäufe bei Fahrten zur Arbeit bzw. Bildungsstätte (Pendlerverflechtungen) tätigen.

Aus Sicht der cima besteht dennoch ein Gestaltungspotenzial im Bereich des Lebensmitteleinzelhandels. Die bestehenden Potenziale sollten jedoch in erster Linie zur Sicherung und zur Aufwertung der Nahversorgungssituation innerhalb der definierten Ortskernlage genutzt werden.

Insgesamt konnten drei Standorte innerhalb der zentralen Ortskernlage als mögliche Potenzialflächen identifiziert werden.

Abb.19: Entwicklungsflächen im Ortskern Heikendorf



Bearbeitung: cima 2016

#### Entwicklungsfläche 1: Schmiedeplatz

Am Schmiedeplatz befindet sich der Lebensmittelfrischemarkt SKY. Der SKY Markt kann jedoch keine optimalen Standortbedingungen vorhalten. Aufgrund der beengten Grundstückssituation ist die Erreichbarkeit und die Stellplatzverfügbarkeit als unzureichend zu bewerten. Darüber hinaus entspricht die Immobilien- und Verkaufsflächenstruktur nicht den Anforderungen an einem modernen Lebensmittelfrischemarkt. Eine ausreichende Sichtbarkeit und Zuwegung von der Dorfstraße ist zudem nicht gegeben.

Aus diesem Grund bestehen Planungen die Verkaufsfläche zu erweitern und das Ladenlokal zu modernisieren. Mit der avisierten Standortoptimierung ist das Ziel verbunden auch zukünftig in einem stärker werdenden Wettbewerbsumfeld bestehen und sich insbesondere der regionalen Konkurrenzsituation entgegen stellen zu können. Geplant ist eine grundlegende Neustrukturierung des Nah-

versorgungsstandortes. Durch den Zukauf von Grundstücken kann der Standortbereich mit einer modernen Einzelhandelsimmobilie bebaut werden. Sowohl die Erreichbarkeit und Stellplatzsituation als auch die städtebauliche und funktionale Anbindung an die Dorfstraße als Haupteinkaufslage der Gemeinde Heikendorf könnte maßgeblich verbessert werden.

Aus Sicht der cima sind diese Planungen grundsätzlich positiv zu bewerten. Der SKY befindet sich innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches, sodass eine Stärkung der integrierten Ortskernlage zu erwarten ist.

Die Planungen sind jedoch derzeit noch sehr unkonkret; eine kurzfristige Umsetzung der Maßnahmen zur Bestandsoptimierung ist nicht zu erwarten. Aus Sicht der cima sollte die abwartende bzw. zögernde Haltung an diesem Standort sollte nicht zu Lasten einer Einzelhandelsentwicklung an anderen Potenzialstandorten im Ortskern von Heikendorf führen.

#### Entwicklungsfläche 2: Schulgelände

Das sogenannte Schulgelände befindet sich im Nordosten des Zentralen Versorgungsbereiches im Standortbereich Dorfstraße/Schulredder. Die potenzielle Entwicklungsfläche befindet sich im Eigentum der Gemeinde Heikendorf, sodass eine Entwicklung der Fläche grundsätzlich möglich ist. Für das Schulgelände liegen konkrete Planungen vor, den Standort für Einzelhandelsnutzungen zu entwickeln. Planungsinhalt ist die Neuansiedlung eines Lebensmittel-frischemarktes mit einer Gesamtverkaufsfläche von bis zu 1.700 m<sup>2</sup> und/ oder der Neuansiedlung des Lebensmitteldiscounters LIDL mit einer Gesamtverkaufsfläche zwischen 1.000 und 1.200 m<sup>2</sup>.

Insgesamt ist das Schulgelände sowohl hinsichtlich seiner Lage und Größe als auch der Verfügbarkeit für die geplanten Entwicklungen geeignet. Die Potenzialanalyse für den Ortskern der Gemeinde Heikendorf hat ergeben, dass im Segment der Lebensmitteleinzelhan-

dels Angebotsdefizite bestehen. In Bezug auf eine planerisch gewünschte und aus gutachterlicher Sicht sinnvollen Reduzierung der Kaufkraftabflüsse und einer Verbesserung der Angebotssituation in den nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten ist die Realisierung eines Lebensmittelmarktes auf dem Schulgelände entsprechend positiv zu beurteilen.

Ein wichtiges Ziel bei jedweder Entwicklung bzw. Ansiedlung sollte es jedoch sein, die positiven Auswirkungen auf die bestehenden Strukturen im Ortskern so groß wie möglich zu gestalten. Dazu müssen Kopplungspotenziale zu bestehenden Lagen genutzt werden. Diese Potenziale sind durch die direkte Anbindung an die Dorfstraße theoretisch gegeben. Damit sich diese Potenziale entfalten können, sollte sich die geplante Nutzung auf dem Schulgelände jedoch räumlich und funktional zur Dorfstraße orientieren.

Einschränkend muss jedoch erwähnt werden, dass die geplante Realisierung eines modernen Lebensmittelmarktes auf dem Schulgelände Umsatz- und Frequenzverluste für den bestehenden SKY Markt am Schmiedeplatz zur Folge hätte. Für den SKY Markt würden eindeutige Wettbewerbsnachteile gegenüber einem modernen und deutlich größeren Lebensmittelfrischemarkt auf dem Schulgelände bestehen.

Aus gutachterlicher Sicht ist daher darauf hinzuweisen, dass mit der Realisierung eines Lebensmittelfrischemarktes auf dem Schulgelände das Risiko verbunden ist, die vorhandenen Angebote am Schmiedeplatz (SKY) zu gefährden. Ein neuer Lebensmittelfrischemarkt würde in direkter Konkurrenz zu dem nahe gelegenen SKY Markt treten; langfristig ist nicht vom Bestehen beider Märkte auszugehen. Die Gefahr eines Leerstandes kann nicht verschwiegen werden.

Die Realisierung des alternativ geplanten LIDL Lebensmitteldiscounters würde im direkten Vergleich hingegen eher zu eine Ergänzung

des Lebensmittelangebotes im Ortskern führen und nur z.T. zu einer Verschärfung des Wettbewerbs.

Wir empfehlen der Gemeinde Heikendorf die Realisierung eines Lebensmittelfrischemarktes auf dem Schulgrundstück erst dann zu genehmigen, wenn sich die beschriebenen Planungen zur Aufwertung und Modernisierung des Schmiedeplatzes nicht weiter konkretisieren.

Das planerische Ziel ist in erster Linie das Sichern des Bestandes ohne dabei einen maßgeblichen Verdrängungswettbewerb anzustoßen. Diese gutachterliche Empfehlung der cima kann jedoch nicht als ein Legitimationsnachweis für positive oder negative Bauvorbescheide verstanden werden, sondern ausschließlich als eine Entscheidungs- und Abwägungshilfe im Rahmen der Bauleitplanung.

### Entwicklungsfläche 3: Gärtnereigrundstück

Das Gärtnereigrundstück stellt den nördlichen Abschluss des zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde Heikendorf dar. Das Gärtnereigrundstück am Laboer Weg wird schon seit einigen Jahren als mögliche Entwicklungsfläche für den Lebensmitteldiscounter LIDL diskutiert. Eine gutachterliche Stellungnahme der cima zur geplanten Ansiedlung des Lebensmitteldiscounters mit einer Verkaufsfläche von 1.000 m<sup>2</sup> liegt der Gemeinde Heikendorf vor (2012).

Mittlerweile favorisiert das Unternehmen LIDL jedoch das Schulgrundstück für die Entwicklung eines Lebensmitteldiscountmarktes in der Gemeinde Heikendorf. Darüber hinaus bestehen in der Gemeindevertretung der Gemeinde Heikendorf Überlegungen das Gärtnereigrundstück als Wohnstandort zu entwickeln.

Im direkten Vergleich der Entwicklungsfläche 2 (Schulgrundstück) und der Entwicklungsfläche 3 (Gärtnereigrundstück) ist das Schulgrundstück aus Gutachtersicht eher für die Entwicklung von Einzelhandel geeignet; die städtebauliche und funktionale Anbindung an die Hauptfrequenzlage des Ortskerns ist vom Schulgrundstück

deutlich besser darstellbar als vom Gärtnereigrundstück. Ebenso die positiven Synergieeffekte für den bestehenden Einzelhandel an der Dorfstraße dürften in Folge der Entwicklung des Schulgrundstücks stärker ausfallen.

Nach Abwägen der Chancen und Risiken empfehlen wir das Gärtnereigrundstück nur mit zweiter Priorität als Einzelhandelsstandort zu entwickeln.

**Das entwicklungspolitische Ziel der Gemeinde Heikendorf sollte es sein, die Nahversorgungssituation im Ortskern zu sichern und zu modernisieren.**

**Insgesamt stehen drei verschiedene Entwicklungsvarianten zur Diskussion: Variante 1 beinhaltet die Modernisierung des bereits bestehenden Nahversorgungsstandortes am Schmiedeplatz, Variante 2 beschreibt die Neuansiedlung eines Lebensmittelfrischemarktes und/ oder eines Lebensmitteldiscounters auf dem ehemaligen Schulgrundstück und die Entwicklungsvariante 3 plant die alternative Neuansiedlung eines Lebensmitteldiscounters auf dem sogenannten Gärtnereigrundstück (Laboer Weg).**

**Die geplante Modernisierung des SKY Marktes am Schmiedeplatz stellt zwar eine denkbare Option zum Abbau der qualitativen Angebotsdefizite dar; es besteht jedoch die Gefahr einer nicht marktfähigen Projektentwicklung; die Planungen sind bis heute sehr vage und hinsichtlich ihrer avisierten zeitlichen Umsetzung sehr unkonkret.**

**Auf dem Gelände des ehemaligen Schulgrundstückes könnte ebenso ein moderner und leistungsfähiger Nahversorgungsstandort entstehen. Einschränkend muss jedoch darauf hingewiesen werden, dass für die Entwicklung eines zweiten Lebensmittelfrischemarktes in unmittelbarer Nähe zum Schmiedeplatz kein ausreichendes Kaufkraftpotenzial besteht. Der Wettbewerbsdruck auf den benachbarten**

SKY Markt wäre massiv, es besteht die Gefahr eines Leerstandes in integrierter Ortskernlage.

Aus diesem Grund empfehlen wir eine Weiterverfolgung der Planungen für das Schulgrundstück nur dann, wenn sich die Planungen zur Modernisierung des SKY Standortes nicht kurzfristig konkretisieren.

Für den Standort des Schulgrundstückes eröffnen beide Varianten (Entwicklung eines Lebensmittelfrischemarktes/ Neuansiedlung des Lebensmitteldiscounters LIDL) die Chance die Nahversorgungssituation in der Gemeinde Heikendorf zu verbessern.

Eine attraktive städtebauliche Anbindung an den bestehenden Geschäftsbesatz entlang der Dorfstraße sollte jedoch sichergestellt werden. Die konkrete Festlegung der zukünftigen Nutzungen sollte im Rahmen eines Investorenwettbewerbs erfolgen.

Das Gärtnereigrundstück sollte im Gegenzug für moderne Wohnnutzungen entwickelt werden.

## 5.2 Ergänzender Nahversorgungsstandort Tobringer

Neben dem beschriebenen Zentralen Versorgungsbereich Heikendorf übernimmt der Nahversorgungsstandort Tobringer eine ergänzende Nahversorgungsfunktion.

Am Nahversorgungsstandort Tobringer sind der Lebensmittelvollsortimenter EDKEA (inkl. DALLMEYERS BACKHUS) und der Lebensmitteldiscounter ALDI an einem Verbundstandort am nordöstlichen Ortsausgang vorhanden.<sup>18</sup> Ergänzende Dienstleistungen konnten zum Zeitpunkt der Erhebung nicht erfasst werden.

Dieser ergänzende Nahversorgungsstandort nimmt eine bedeutende Versorgungsaufgabe für das nordöstliche Gemeindegebiet wahr und sollten nach Möglichkeit erhalten und/ oder in seiner Funktion gestärkt werden. Der ergänzende Nahversorgungsstandort Tobringer verfügt über kein erhöhtes baurechtliches Schutzbedürfnis entsprechend des eindeutig definierten Zentralen Versorgungsbereiches. Dennoch sollte dieser integrierte und wohnortnahe Nahversorgungsbereich bei zukünftigen Planungen berücksichtigt werden. Als Nahversorgungsstandorte in integrierter Lage ist auch der Standort Tobringer zu sichern.

## 5.3 Sonderstandort Korügen

Die Zentrenstruktur der Gemeinde Heikendorf beinhaltet zudem den Sonderstandort Korügen. Der bestehende und etablierte Einzelhandelsstandort zeichnet sich durch eine eindeutige Orientierung auf den PKW-Kunden aus. Der Einzelhandelsstandort Korügen umfasst in erster Linie Angebote des großflächigen und nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels; beispielhaft zu nennen sind der Bau- und Gartenfachmarkt SCHRÖDER und GESCHES GRÜN.

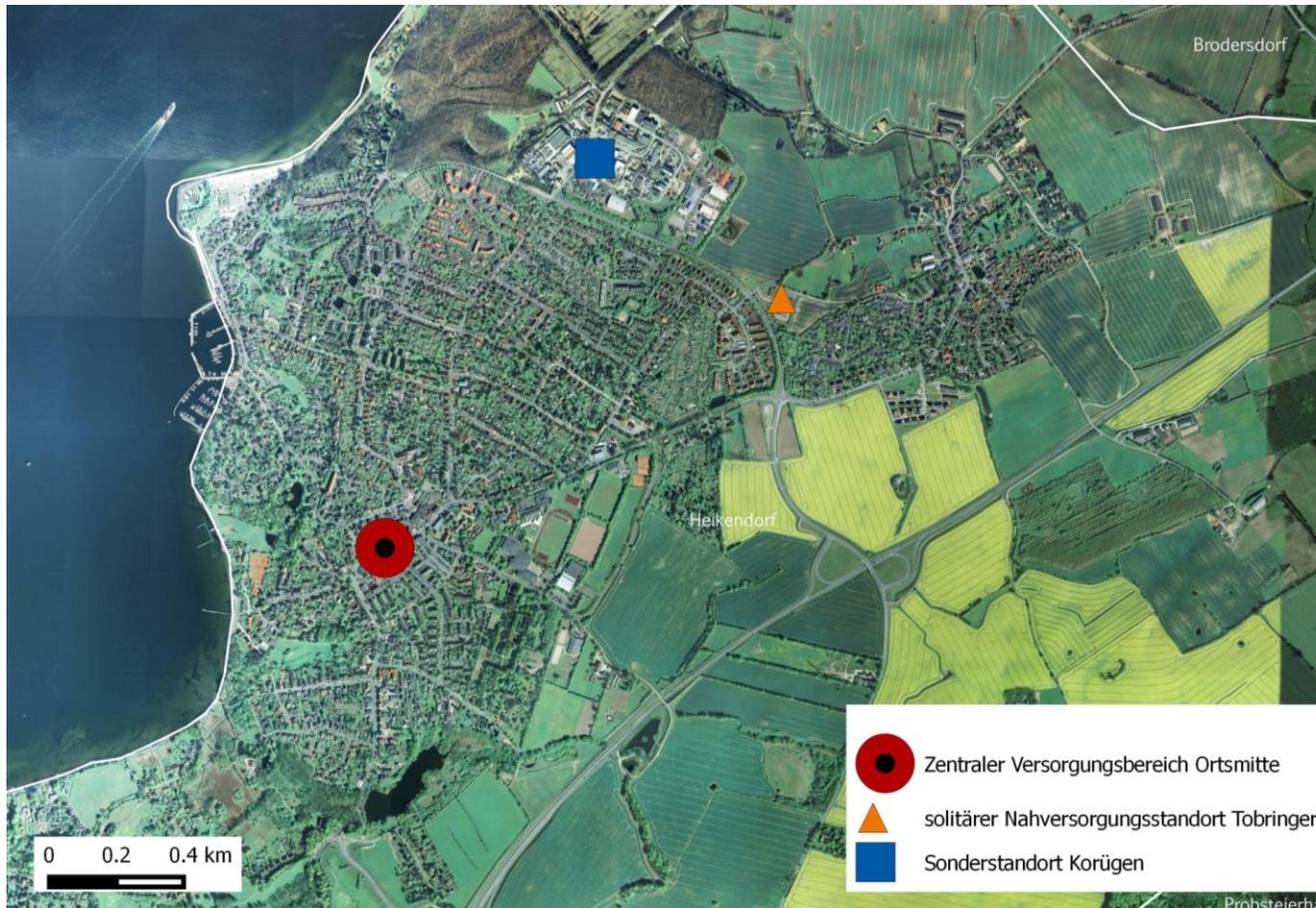
Für diesen Standortbereich gilt die Empfehlung, das Baurecht so zu gestalten, dass keine Konkurrenzen für den Ortskern Heikendorf geschaffen werden oder bestehende Wettbewerbsverhältnisse verschärft werden.

Aus Sicht der cima bestehen Potenziale zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes Korügen ausschließlich in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

<sup>18</sup> Sowohl der Lebensmittelfrischemarkt EDEKA als auch der Lebensmitteldiscounter ALDI planen eine Verkaufsflächenenerweiterung und Modernisierung des Standortes.

## 5.4 Übersicht Zentrenkonzept Heikendorf

Abb.20: Zentrenkonzept Gemeinde Heikendorf



c

Kartengrundlage: Google Earth Pro  
Bearbeitung: cima 2016

## 6 Ableitung der Sortimentsliste Heikendorf

### 6.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf allgemein gültige Sortimentslisten ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus. Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichmaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.<sup>19</sup>

Die Liste der zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Heikendorf dient dem Schutz und der Entwicklung des Zentralen Versorgungsbereiches sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll. Die Sortimentsliste regelt im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche): Auch wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf es z.B. in Mischgebieten außerhalb des Ortskerns in Form eines kleineren Fachgeschäftes angeboten werden.

### 6.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

#### Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.<sup>20</sup>

Auch andere Gerichtsurteile unterstreichen die Relevanz von ortsspezifischen Sortimentslisten, insbesondere vor dem Hintergrund zukünftiger Planungen: „Verfolgt die Gemeinde mit dem Ausschluss zentrenrelevanter Einzelhandelsortimente in einem Gewerbegebiet das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen zentrenrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind, deren Ansiedlung dort aber erwünscht ist.“ (VGH Mannheim; Urteil vom 30.01.2006 (3 S 1259/05))

Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein „(nahezu) voll-

<sup>19</sup> OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

<sup>20</sup> Siehe hierzu auch: OVG Lüneburg, Urteil vom 14. Juni 2006 – 1 KN 155/05: „§ 1 Abs. 4 – 9 BauNVO bietet eine Grundlage für den Ausschluss von Einzelhandel oder innenstadtrelevanten Sortimente auch dann, wenn das Plangebiet nicht unmittelbar an die Innenstadt oder den Bereich angrenzt, zu dessen Schutz die Gemeinde von dieser Feinsteuerungsmöglichkeiten Gebrauch macht.“

ständiger Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen“ werden kann. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den Zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen Zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (s. § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.<sup>21</sup>

Das OVG Münster weist zudem in einem Urteil vom 03. Juni 2002 (7 aD 92/99.NE) darauf hin, dass keine allgemeingültige Sortimentsliste besteht. „Es gibt keine Legaldefinition dafür, wann sich ein Warensortiment als „zentrenrelevant“ erweist. Das Gericht weist vielmehr auf die Notwendigkeit der individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation insbesondere bei vollkommenem Ausschluss der angeführten Sortimente hin.

#### **Grenzen einer Sortimentsliste**

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.<sup>22</sup> Dabei können bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen wer-

den und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

Grundsätzlich gilt, dass die Sortimentsliste nicht abschließend formuliert sein sollte, sondern einen Entwicklungsspielraum aufweisen um auch Sortimente zuordnen zu können, die nicht explizit erwähnt sind. Der Feindifferenzierung einzelner Sortimente sind zudem Grenzen gesetzt. Die Bildung unbestimmter Kategorien wie beispielsweise „Elektrokleingeräte“ oder „Sportgroßgeräte“ können nicht hinreichend definiert werden und die Reichweite des jeweiligen Sortimentsausschlusses kann nicht zweifelsfrei ermittelt werden. Zudem zeigt sich die Problematik im Bereich des generellen Ausschlusses von zentrenrelevanten Sortimenten. Da auch nicht-zentrenrelevante Betriebe als begleitendes Angebot (Randsortiment) zentrenrelevante Angebote führen, ist ein genereller Ausschluss aus Sicht der Rechtsprechung kritisch zu betrachten, da kaum Betriebsformen existieren, die ohne Randsortimente auskommen.

Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10% der Verkaufsfläche) sollte daher im Vordergrund stehen.<sup>23</sup>

Die Sortimentsliste muss politisch per Gemeinderatsbeschluss bestätigt werden, wenn diese in der Stadtplanung bauleitplanerische Anwendung finden soll. Dies nützt letzten Endes auch den Betroffenen (Investoren, Immobilienbesitzern, vorhandenen Einzelhandelsbetrieben), die sich aufgrund der Verbindlichkeit der Festsetzungen auf eine gewisse Investitionssicherheit (auch außerhalb des jeweiligen „beschränkten“ Gebietes) verlassen können.

<sup>21</sup> Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03.Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von Sortimenten

<sup>22</sup> vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

<sup>23</sup> Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

### Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

Die Entwicklung einer Sortimentsliste für Heikendorf soll transparent und nachvollziehbar sein. Dabei sind zum einen allgemeine Kriterien zu beachten und zum anderen ortsspezifische Entwicklungen bzw. Besonderheiten zu berücksichtigen. Die Einordnung der Sortimente hinsichtlich der Zentrenrelevanz kann auch vom Planungswillen der Gemeinde bzw. den Zielvorstellungen von Politik und Verwaltung geprägt sein. Die alleinige Betrachtung der aktuellen Situation und Verkaufsflächenverteilung in der Gemeinde Heikendorf kann lediglich als Anhaltspunkt dienen. Für die Zentrenrelevanz sind aus Sicht der cima folgende Faktoren mitentscheidend:

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Gemeinde Heikendorf sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Ortskernlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhe zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.

Darüber hinaus sollte der Branchenmix des Ortskerns attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Ortskernlage

vorbehalten sein, um einen für den Kunden attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.

- **Frequenzbringer:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem kleinen Unterzentrum sind die Frequenzbringer des Ortskerns in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bereiches (u.a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen des Ortskerns umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen Zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadtbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind beispielsweise nur selten geeignet für einen Zentralen Versorgungsbereich.

Auch die Flächenverfügbarkeit im Zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Ortskernlage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines Zentralen Versorgungsbereiches eingeschränkt.

- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstel-

lungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw. dem Ortskern erfüllt werden kann (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen so genannten „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z.B. Bekleidung, Schuhe).

- **Planungswille der Stadt:** Die aktuelle Rechtsprechung in Deutschland verlangt bei einer planungsrechtlichen Steuerung die Entwicklung einer ortsspezifischen Sortimentsliste. Der Planungswille der Stadt- oder Gemeindeverwaltung und Politik kann dabei ebenso Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz von Sortimenten haben.

## 6.3 Zur Ableitung der Sortimentsliste Heikendorf

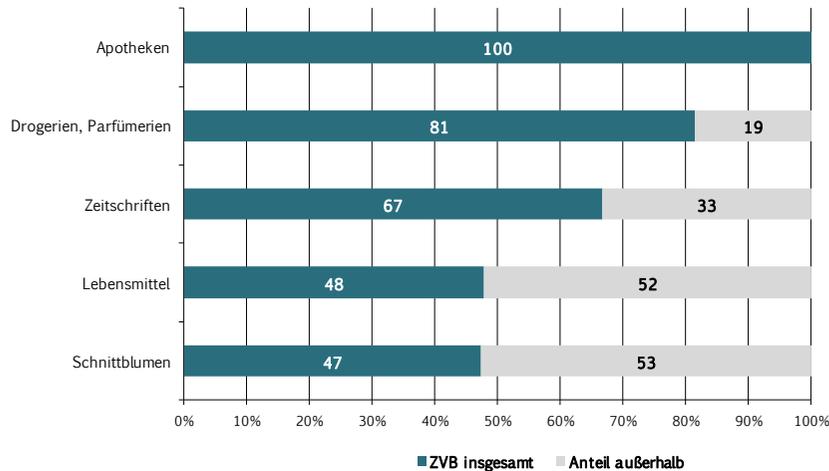
Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Heikendorf. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

### Definition der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Die Aufstellung berücksichtigt die nachfolgenden spezifischen Aspekte des Handels in Heikendorf sowie das allgemeine Verbraucherverhalten:

- Die angeführten Sortimente finden sich bereits heute im Ortskern der Gemeinde Heikendorf und tragen maßgeblich zur Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereiches bei.
- Die über die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel hinaus aufgeführten Warengruppen stellen Waren des täglichen Bedarfs dar, deren Kauf häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden wird. Die Aufstellung entspricht somit dem allgemeinen Verbraucherverhalten.
- Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorgenommen: Da Schnittblumen vielfach über Fachgeschäfte in integrierten Lagen verkauft werden, sind diese als nahversorgungsrelevantes Sortiment anzusehen. Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und -gefäße werden dagegen vor allem über Gartenmärkte verkauft, die u.a. aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfs in integrierten Lagen nicht rentabel zu betreiben sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft (z.B. GESCHES GRÜN).

Abb.21: Verkaufsflächenanteile des Ortskerns auf Sortimentsebene: nahversorgungsrelevante Sortimente



Quelle: cima 2016

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Heikendorf sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen:

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

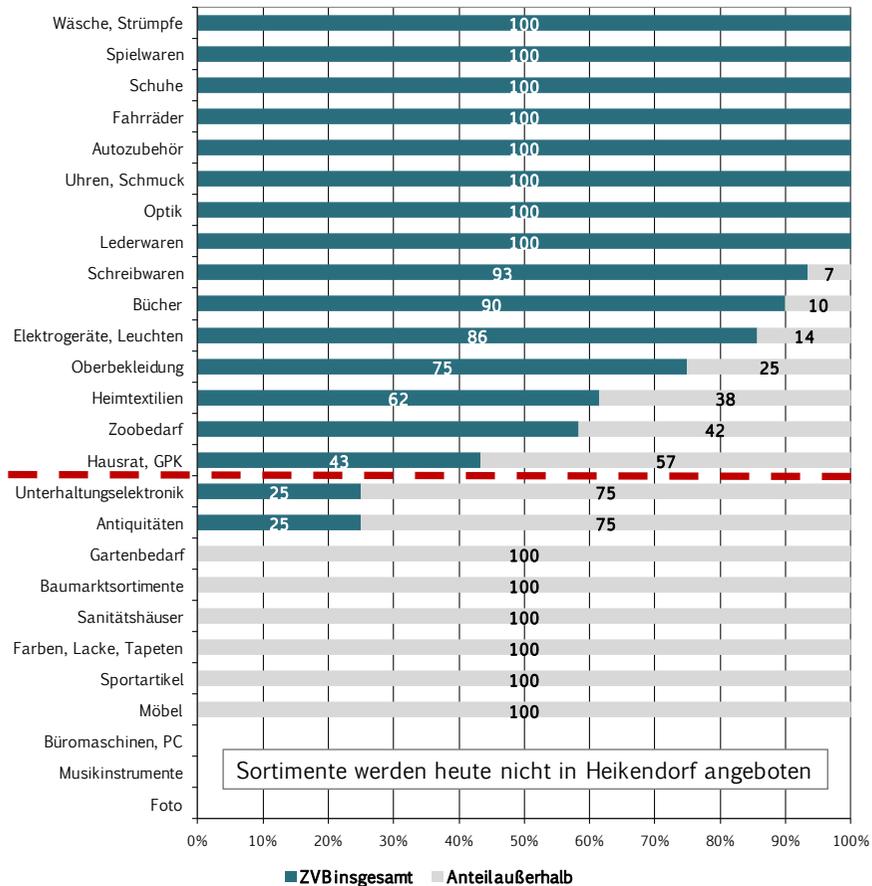
#### Definition der zentrenrelevanten Sortimente

In der nachfolgenden Abbildung werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels im Ortskern mit aperiodischen Sortimenten dokumentiert. Sortimente mit einem bedeutenden Verkaufsflächenanteil im Ortskern der Gemeinde Heikendorf sollten grundsätzlich den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, da sie zu den Kernsortimenten des mittelständischen, strukturprägenden Facheinzelhandels im Zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Heikendorf gehören.

Die als zentrenrelevant definierten Sortimente nehmen eine maßgebliche Bedeutung für den Einzelhandel in der integrierten Ortskernlage ein. Darüber hinaus wird die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente explizit begründet, wenn diese bisher nicht im Ortskern der Gemeinde Heikendorf bzw. nur mit einem sehr geringen Anteil vertreten sind, aber eine strategische Bedeutung für die Ortskernentwicklung und die Frequenzsicherung des Einzelhandels im Zentralen Versorgungsbereich übernehmen können. Darunter fallen Sanitätsartikel, Unterhaltungselektronik, Foto und -zubehör sowie Sportartikel im Sinne von Sportbekleidung, die heute nur z.T. im Ortskern der Gemeinde Heikendorf angeboten werden, zukünftig jedoch nach Möglichkeit ausschließlich im Zentralen Versorgungsbereich realisiert werden sollten.

Gleichzeitig sollten die Sortimente Zoobedarf und Tierfutter sowie Autozubehör trotz der Verkaufsflächenanteile von bis zu 100 % im Zentralen Versorgungsbereich als nicht-zentrenrelevant bewertet werden. In Kenntnis der heutigen Einzelhandelskonzepte und Betriebstypenentwicklung empfehlen wir hier die Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Abb.22: Verkaufsflächenanteile des Ortskerns auf Sortimentsebene: zentrenrelevante Sortimente



Quelle: cima 2016

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in Heikendorf sind folgende Sortimente als **zentrenrelevant** zu bezeichnen:

- Bekleidung, Wäsche
- Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
- Sportbekleidung und -schuhe
- Schuhe
- Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätshäuser)
- Bücher
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Spielwaren
- Geschenkartikel, 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
- Musikalien, Musikinstrumente
- Fahrräder und Zubehör

Die Zentrenrelevanz dieser Sortimente ist durch folgende Angebotsstrukturen in der Ortskernlage von Heikendorf begründet:

Die Sortimente Bekleidung und Wäsche sind in Heikendorf aufgrund der Angebote innerhalb der integrierten Ortskernlage (VESTITUM) als zentrenrelevant zu bewerten. In der Branche Wäsche sind 100

% der vorhandenen Verkaufsflächen im Ortskern der Gemeinde Heikendorf vorhanden; in der Branche Bekleidung entfallen 75 % der Verkaufsflächen auf den Ortskern.

Das Sortiment Heimtextilien wird im WOLLCENTER im Ortskern der Gemeinde Heikendorf angeboten; der Verkaufsflächenanteil der integrierten Ortskernlage liegt bei 62 %. Aus Gutachtersicht sollte den Heimtextilien eine entsprechende Zentrenrelevanz beigemessen werden. Die Realisierung eines weiteren Fachhandels für Heimtextilien im Ortskern der Gemeinde Heikendorf erscheint grundsätzlich möglich. Darüber hinaus bewahrt man sich durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung dieser Sortimente außerhalb des festgelegten Zentralen Versorgungsbereiches geht.

Aus Gutachtersicht sollten zudem die Sportartikel den zentrenrelevanten Sortimenten zugerechnet werden; da im Falle von Einzelhandelsneuansiedlungen mit Sportbekleidung und Sportschuhen der Zentrale Versorgungsbereich Heikendorf Priorität haben sollte. Sportartikel werden heute nur im GOLF-CLUB KITZEBERG auf sehr geringer Verkaufsfläche angeboten.

Im Segment Schuhe ist in der Heikendorfer Ortskernlage das Schuhfachgeschäft EXQUISIT ansässig. Der Verkaufsflächenanteil des Zentralen Versorgungsbereiches liegt bei 100 %. Schuhe sind somit den zentrenlevanten Sortimenten zuzuordnen.

Der medizinische und orthopädische Bedarf (Sanitätsartikel) sollte ebenfalls als zentrenrelevant eingestuft werden. Zurzeit ist dieses Segment in Heikendorf ausschließlich außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches vertreten, eine mögliche ergänzende Ansiedlung sollte jedoch mit Priorität im Zentralen Versorgungsbereich erfolgen; medizinische und orthopädische Artikel sind zudem Sortimentsbestandteil von Apotheken.

Das Sortiment Bücher ist aufgrund des Verkaufsflächenanteils von 90 % im Ortskern der Gemeinde Heikendorf den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. In diesem Segment ist im Ortskern die HEIKENDORFER BÜCHERINSEL vorhanden.

Ferner ist das Sortiment Schreibwaren aus Gutachtersicht den zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen; Schreibwaren werden in erster Linie im PRESSEZENTRUM HEIKENDORF in zentraler Ortskernlage angeboten. Darüber hinaus sind Schreibwaren als Randsortiment im Drogeriefachmarkt ROSSMANN vorhanden. Der Verkaufsflächenanteil im Ortskern liegt heute bei 93 %.

Auch Spielwaren sind als zentrenrelevant einzuordnen. In der Branche Spielwaren entfällt aktuell ein Anteil von 100 % der Verkaufsfläche auf den Ortskern der Gemeinde Heikendorf. Spielwaren werden allerdings nur als Randsortiment angeboten.

Das Sortiment Hausrat/ Glas/ Porzellan/ Keramik sollte trotz der vergleichsweise geringen Verkaufsflächenanteile von 43 % im Ortskern den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Das Angebot wird durch qualifizierte Facheinzelhandelsbetriebe geprägt (u.a. Huset Hansen, TEEKONTOR, KAUFHAUS DER KUNST). Mit der Festsetzung dieses Sortimentes als zentrenrelevante Branche bewahrt man sich planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die zukünftige Flächenbeschränkung dieses Sortimentes außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Heikendorf geht. Bereits heute werden Hausrat-/ Glas-/ Porzellan- und Keramikartikel u.a. in den Blumenfachgeschäften BLUMEN GRAMS und KLÜHN, im Gartenfachmarkt GESCHES GRÜN sowie bei der GLASEREI SCHULZ außerhalb der integrierten Ortskernlage angeboten.

Die cima empfiehlt ferner, die Branche der Elektrohausklein- und Elektrohaushaltsgroßgeräte sowie Lampen und Leuchten den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Mit dem beispielhaft aufgeführten Facheinzelhandelsbetrieb ELEKTRO REINACK befinden sich

86 % der erfassten Verkaufsflächen in diesem Sortiment im Ortskern der Gemeinde Heikendorf.

Wir empfehlen darüber hinaus das Sortiment Unterhaltungselektronik als zentrenrelevant zu bewerten. Unterhaltungselektronik wird häufig gemeinsam mit Elektroartikeln angeboten. Nur wenn auch die Branche Unterhaltungselektronik den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet wird, kann es auch weiterhin gelingen, die bestehenden Fachgeschäfte für Elektroartikel im Ortskern zu halten bzw. neue Betriebe anzusiedeln.

Das Sortiment Fotoartikel und Fotobedarf wird heute weder im Ortskern von Heikendorf noch in den Außenbereichen angeboten. Für eine zukunftsorientierte Bauleitplanung empfiehlt die cima dennoch auch dieses Sortiment den zentrenrelevanten Branchen zuzurechnen.

Die Warengruppe optische und akustische Artikel ist im Ortskern von Heikendorf durch drei Facheinzelhandelsbetriebe (OPTIK HARTWIG, DAS AUGEN, Hörgeräteakustiker AMPLIFON.) vertreten. Der Verkaufsflächenanteil des Ortskerns liegt bei 100 %.

Das Segment Uhren und Schmuck wird im Ortskern der Gemeinde Heikendorf durch die Fachgeschäfte UHREN SCHMUCK HARTWIG und GOLDSCHMIEDE MAREN VOEGE vertreten. Die cima empfiehlt auch dieses Sortiment als zentrenrelevant zu bewerten, um das heutige Angebot in der integrierten Ortskernlage zu erhalten; der Verkaufsflächenanteil des Ortskerns liegt ebenfalls bei 100 %.

Lederwaren/ Taschen/ Koffer werden ausschließlich als Randsortiment im Modegeschäft VESTITUM angeboten. Es sollte das Entwicklungsziel der Gemeinde Heikendorf sein, dieses Sortiment zukünftig ausschließlich innerhalb des definierten Ortskerns weiterzuentwickeln. Der Verkaufsflächenanteil des Ortskerns liegt bei 100 %.

Musikinstrumente und Musikalien konnten im Rahmen der Einzelhandelsbestandsanalyse in Heikendorf ebenfalls nicht erfasst werden. Wir empfehlen jedoch auch dieses Sortiment als

zentrenrelevant einzustufen. Noten und Bücher zum Thema Musik sind vielfach in Buchhandlungen zu beziehen.

Fahrräder und Fahrradzubehör sind aus Sicht der cima ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. In der Heikendorfer Ortsmitte sind die Fachgeschäfte ZWEIRAD BARG und FREILAUF ansässig. Der branchenspezifische Verkaufsflächenanteil der Ortsmitte liegt bei 100 %.

Die Branche der Baby- und Kleinkindartikel (hier nur Spielwaren und Bekleidung) sind entsprechend ihrer Sortimentszugehörigkeit den zentrenrelevanten Branchen Bekleidung und Wäsche sowie Spielwaren als zentrenrelevant zu bewerten.

#### Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Folgende Leitsortimente werden als nicht-zentrenrelevant eingeordnet, da auf Grundlage der dokumentierten Verkaufsflächenanteile bzw. der Angebotsstruktur keine Zentrenrelevanz und strukturprägende Bedeutung für den Ortskern Heikendorf nachgewiesen werden kann. Die städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen in der integrierten Ortskernlage von Heikendorf sind teilweise nur schwer bzw. nicht mit den Marktanforderungen entsprechender Anbieter und Betreiber in Einklang zu bringen.

- 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
- Auto und Autozubehör
- Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)

- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör
- Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse

Das Segment Tiernahrung/ Zooartikel wird aktuell ausschließlich als Randsortiment in den Lebensmittelbetrieben sowohl im Ortskern als auch in den Außenbereichen des Gemeindegebietes vorgehalten. Bei einer Berücksichtigung der aktuellen Betriebstypenentwicklung im Segment Zooartikel und Tierfutter sollte dieses Sortiment als nicht-zentrenrelevant bewertet werden.

Die Branche Möbel wird heute ausschließlich außerhalb der zentralen Ortskernlage von Heikendorf vorgehalten, sodass dieses Sortiment zweifelsfrei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet wird.

Die Sortimentsgruppe der Baumarktartikel (inkl. Farben, Lacken, Tapeten und Gartenbedarf) wird heute im BAU- UND GARTENFACHMARKT SCHRÖDER sowie im Gartenfachmarkt GESCHES GRÜN am Sonderstandort Korügen in nicht-integrierter Gewerbegebietslage angeboten. Darüber hinaus bieten BLUMEN GRAMS und das Blumenfachgeschäft KLÜHN Gartenbedarf an. Mit der Festsetzung dieser Sortimentsgruppe als nicht-zentrenrelevante Branche bewahrt man sich planungsrechtliche Freiheiten, wenn es um die Flächenentwicklung auch außerhalb des Heikendorfer Ortskerns geht. Die Schaffung eines ergänzenden Angebotes außerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches wird damit ausdrücklich ermöglicht.

Das Segment Auto- und Autozubehör wird zwar aktuell ausschließlich innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde Heikendorf vorgehalten. Aus Gutachtersicht stellt dieses Sortiment dennoch keine strukturprägende Relevanz für den Ortskern dar. Mit dieser Zuordnung erhält sich die Gemeinde Heikendorf die Möglich-

keit, dieses Sortiment auch in nicht-integrierten bzw. gewerblich geprägten Lagen anbieten zu können.

Zusammenfassend wird der Gemeinde Heikendorf die nachfolgende „Heikendorfer Sortimentsliste“ empfohlen:

Abb.23: Heikendorfer Sortimentsliste

Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren	▪ Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.11.1; WZ 47.11.2; WZ 47.21.0; WZ 47.22.0; WZ 47.23.0; WZ 47.24.0; WZ 47.25.0; WZ 47.26.0; WZ 47.29.0)
Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	▪ Einzelhandel mit Kosmetischen Erzeugnisse und Körperpflegemitteln (WZ 47.75.0) (ohne Parfümerie- und Kosmetikartikel)
Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel	▪ Apotheken (WZ 47.73.0)
Schnittblumen und kleinere Pflanzen	▪ Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (hier nur Schnittblumen und kleineren Pflanzen)
Zeitungen und Zeitschriften	▪ Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen (WZ 47.62.1)

Zentrenrelevante Sortimente	
Parfümerie- und Kosmetikartikel	▪ Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (WZ 47.75.0) (hier nur Parfümerie- und Kosmetikartikel)
Bekleidung, Wäsche	▪ Einzelhandel mit Bekleidung (WZ 47.71.0)
Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)	▪ Einzelhandel mit Heimtextilien (WZ 47.51.0), ▪ Einzelhandel mit Vorhängen, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten (WZ 47.53.0) (hier nur Vorhänge)
Sportbekleidung und -schuhe	▪ Bekleidung (WZ 47.71.0) (hier nur Sportbekleidung) ▪ Schuhe (WZ 47.72.1) (hier nur Sportschuhe)
Schuhe	▪ Einzelhandel mit Schuhen (WZ 47.72.1)
Medizinisch-orthopädischer Bedarf	▪ Einzelhandel mit medizinische und orthopädische Artikeln (WZ 47.74.0)
Bücher	▪ Einzelhandel mit Büchern (WZ 47.61.0)
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	▪ Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (WZ 47.62.2)
Spielwaren	▪ Einzelhandel mit Spielwaren (WZ 47.65.0)
Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat	▪ Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren (WZ 47.59.2) ▪ Einzelhandel mit Haushaltsgegenstände na. n. g. (WZ 47.59.9) ▪ Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (hier nur Geschenkartikel)

Elektrohaushaltsgeräte	▪ Einzelhandel mit elektrische Haushaltsgeräten (WZ 47.54.0) (Elektrohaushaltsgroßgeräte und Elektrohaushaltskleingeräte)
Lampen und Leuchten	▪ Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln und Haushaltsgegenstände a. n. g. (WZ 47.59.9) (hier nur Lampen und Leuchten)
Unterhaltungselektronik, Tonträger	▪ Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik (WZ 47.43.0) ▪ Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträger (WZ 47.63.0)
Foto und Zubehör	▪ Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) (WZ 47.78.2)
Optische und akustische Artikel	▪ Augenoptiker (WZ 47.78.1) ▪ Einzelhandel mit medizinische und orthopädische Artikeln (WZ 47.74.0) (hier nur akustische Artikel)
Uhren, Schmuck	▪ Einzelhandel mit Uhren und Schmuck (WZ 47.77.0)
Lederwaren, Koffer und Taschen	▪ Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2)
Musikalien, Musikinstrumente	▪ Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien (WZ 49.59.3)
Fahrräder und Fahrradzubehör	▪ Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteile und -zubehör (WZ 47.64.1)
Baby-/ Kleinkinderartikel (ohne Kinderwagen, Kindersitze)	▪ Einzelhandel mit Bekleidung (WZ 47.71.0) (nur Baby- und Kleinkinderartikel) ▪ Einzelhandel mit Spielwaren (WZ 47.65.0) (nur Baby-/ Kleinkinderartikel)

Baby- und Kleinkindbedarf (Kinderwagen, Kindersitze etc.)	▪ Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (WZ 47.78.9) (hier nur Kinderwagen, Kindersitze)
Motorenkraftstoffe	▪ Einzelhandel in fremdem/ eigenem Namen mit Motorenkraftstoffen (WZ 47.30.1; WZ 47.30.2)
Sonstiger Einzelhandel: Erotikartikel, Waffen...	▪ Sonstiger Facheinzelhandel a. n. g. (in Verkaufsräumen) (WZ 47.78.9)

Quelle: cima 2016

Für die textlichen Festsetzungen in Bebauungsplänen kann auf die Sortimentsliste in der vorliegenden Fassung zurückgegriffen werden. Sofern im Einzelfall eine differenziertere Festsetzung der zulässigen Sortimente erfolgen soll, empfiehlt die cima einen Rückgriff auf die Systematik der Wirtschaftszweige („WZ-Liste“). Eine Zuordnung der cima-Warengruppen zu den WZ-Gruppen wurde bereits vorgenommen.

nicht-zentrenrelevante und nicht-nahversorgungsrelevante Sortimente	
Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel	▪ Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ 47.76.2)
Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel)	▪ Einzelhandel mit Wohnmöbeln (WZ 47.59.1)
Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen	▪ Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) (hier nur Kunstgegenstände, Bilder und kunstgewerbliche Erzeugnisse) ▪ Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (WZ 47.79.1) ▪ Antiquariate (WZ 47.79.2)
baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)	▪ Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren (WZ 47.52.1) ▪ Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (ohne Farben, Lacke)
Farbe, Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge	▪ Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (WZ 47.53.0) (ohne Vorhänge), Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (hier nur Farben, Lacke)
Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör	▪ Einzelhandel mit Datenverarbeitung, peripheren Geräten und Software (WZ 47.41.0), Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten (WZ 47.42.0)
Auto und Autozubehör	▪ Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör (WZ 45.32.0)
gartenmarktspezifische Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-) Pflanzen und Pflanzgefäße)	▪ Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (außer Schnittblumen und kleinere Pflanzen)

## 7 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Heikendorf

Die größten Veränderungen im Einzelhandel gehen seit Jahren von der Entwicklung des großflächigen Einzelhandels aus. Der Gesetzgeber hat den Kommunen umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Ziele der Landesplanung Schleswig-Holstein sind u.a. die Erhaltung und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfs. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die dieser Zielsetzung widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

Das hier vorgelegte Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Heikendorf wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet. Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung im Gemeindegebiet mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben an den Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung bewertet und beurteilt werden.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne entsprechend der Zielvorstellungen (inkl. Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereiches und Sortimentsliste Heikendorf) angepasst werden.<sup>24</sup>

Mit der Orientierung an den folgenden Grundsätzen sollen unternehmerische Initiativen nicht aus Heikendorf getrieben und Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb der Gemeinde Heikendorf. Wenn es in Heikendorf gelingt, sich an den nachfolgend aufgeführten Grundsätzen zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen und Spielräume im Ortskern.

### Grundsatz 1:

Der Ortskern von Heikendorf genießt Entwicklungspriorität. Der Ortskern ist das Hauptzentrum und wichtigster Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort innerhalb des Gemeindegebietes. Der Zentrale Versorgungsbereich soll planerisch eine Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet übernehmen. Die kleinräumige Abgrenzung des Zentrums und die Handlungsmöglichkeiten zur Attraktivitätssteigerung des Ortskerns Heikendorf werden in dem Kap. 5.1 ausführlich erläutert.

Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollte ausschließlich innerhalb des Zentralen Versorgungsbereiches Heikendorf etabliert werden. Der Entwicklung nicht integrierter Standortagglomerationen sollte entgegen gewirkt werden.

<sup>24</sup> Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z.B. Rechtsanwälten) einzuholen.

#### Grundsatz 2:

Die Ansiedlung von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittelfrischemärkte, Lebensmitteldiscounter, Bio-märkte etc.) sollte nach Möglichkeit nur innerhalb des abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereiches realisiert werden.

Darüber hinaus ist der ergänzende Nahversorgungsstandort Tobringer definiert, der eine ergänzende Nahversorgungsfunktion innerhalb der Gemeinde Heikendorf übernimmt. Das Baurecht sollte so gestaltet sein, dass der Erhalt des Nahversorgungsstandortes gesichert ist.<sup>25</sup> Die Dimensionierung des Nahversorgungsstandortes sollte jedoch die Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereiches Heikendorf nicht gefährden.

Der Nahversorgungsstandort Tobringer ist im Sinne einer wohnort-nahen Versorgungssituation zu sichern, genießt aber im Gegensatz zu den Anbietern im Ortskern keinen erhöhten planungsrechtlichen Schutz.

Weitere Nahversorgungsstandorte sollen nur dann realisiert werden, wenn die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches und des ergänzenden Nahversorgungsstandortes nicht gefährdet wird.

#### Grundsatz 3:

Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortimenten kann sowohl im Ortskern als auch am Sonderstandort Korügen realisiert werden. Aufgrund der beschränkten Flächenverfügbarkeit am Sonderstandort Korügen sollte die Gemeinde Heikendorf maximal einen weiteren Sonderstandort für großflächigen Einzelhandel ausweisen. (Ziel: Bündelung der Einzelhandelsstandorte).

<sup>25</sup> Sowohl der Lebensmittelfrischemarkt EDEKA als auch der Lebensmitteldiscounter ALDI planen eine Verkaufsflächenenerweiterung und Modernisierung des Standortes.

#### Grundsatz 4:

Grundsätzlich ist bei Ansiedlungsvorhaben des großflächigen Einzelhandels abzuklären, dass die Versorgungsfunktion des Ortskerns Heikendorf nicht gefährdet wird. Dieser Grundsatz darf nicht als bloßer Wettbewerbsschutz verstanden werden, vielmehr geht es um eine qualitative Absicherung der Versorgungsstrukturen.

Zur Umsetzung der Grundsätze in der Praxis der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen empfiehlt die cima folgende grundsätzlichen Prinzipien anzuwenden:

- **Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten (auch nahversorgungsrelevanten) Kernsortimenten sind mit Priorität im Ortskern anzusiedeln.**
- **In den SO-Gebieten** sind die Bestandstrukturen sowie die Potenzial- und Entwicklungsflächen baurechtlichen abzusichern.
- **In GE- Gebieten sollte zukünftig die Neuansiedlung von Einzelhandel ausgeschlossen werden.** Ausnahmen bilden hier: Handwerksbetriebe mit Verkauf an letzte Verbraucher; Bestandschutz genießen vorhandene Betriebe, bei denen angemessene Erweiterungen und Erneuerungen zulässig sein sollten.
- **In MI-Gebieten ist in der Regel Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit zulässig.** In MI-Gebieten sollte Einzelhandel dort ausgeschlossen werden, wo die Versorgungsfunktion des Zentralen Versorgungsbereiches beeinflusst und gefährdet wird. Im Rahmen der Bauleitplanung kann die Verkaufsflächengröße in MI-Gebieten über die horizontale und vertikale Gliederung des Plangebietes gesteuert werden.

## 8 Anhang

### 8.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

Das Marktgebiet wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach HUFF berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindices der verschiedenen Bedarfsbereiche.
- Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:
  - der Attraktivität der Konkurrenzorte,
  - der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
  - der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
  - den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
  - den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffer berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von mb research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der cima mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

**5.828 €**

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Vorausberechnung für das Jahr 2016).

Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

## 8.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z.B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 32 Branchen und sieben Warengruppen, die in der folgenden Abbildung dokumentiert sind.

Abb.24: cima Warengruppen

<b>Periodischer Bedarf</b>	
▪ Lebensmittel	▪ Schnittblumen
▪ Reformwaren	▪ Kioske, Zeitschriften
▪ Apotheken	
▪ Drogerie- und Parfümerieartikel	
<b>Persönlicher Bedarf</b>	
▪ Bekleidung	▪ Medizinisch-orthopädischer Bedarf
▪ Wäsche	▪ Schmuck, Uhren
▪ Schuhe	▪ Koffer, Lederwaren
<b>Medien, Technik</b>	
▪ Bücher	▪ Unterhaltungselektronik
▪ Bürobedarf, Schreibwaren	▪ Foto
▪ Elektrogeräte, Leuchten	▪ Computer und Kommunikationselektronik
<b>Spiel, Sport, Hobby</b>	
▪ Sportartikel	▪ Musikinstrumente, Sammelhobbies,
▪ Spielwaren	Waffen
▪ Fahrräder	▪ Zooartikel
<b>Geschenke, Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat</b>	
▪ Glas, Keramik, Porzellan, Hausrat	
<b>Einrichtungsbedarf</b>	
▪ Heimtextilien, Teppiche	▪ Antiquitäten, Galerien, weiterer Einrichtungsbedarf
▪ Möbel	
<b>Baumarktspezifisches Sortiment</b>	
▪ Blumen (Großgebinde, Gartenmarktartikel)	▪ Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten
▪ Baumarktartikel	▪ Kfz-Zubehör

## 8.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Wir unterscheiden zwischen den folgenden Betriebstypen:

### Fachgeschäft

- Sehr unterschiedliche Verkaufsflächengrößen, branchenspezialisiert, tiefes Sortiment, in der Regel umfangreiche Beratung und Kundenservice.

### Fachmarkt

- Großflächiges Fachgeschäft mit breitem und tiefem Sortimentsangebot, in der Regel viel Selbstbedienung und Vorwahl, häufig knappe Personalbesetzung.

### Supermarkt

- Ca. 400 m<sup>2</sup> bis 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

### Lebensmitteldiscounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 m<sup>2</sup> und 1.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

### Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m<sup>2</sup> VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

### Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche ca. 1.500 m<sup>2</sup> bis 5.000 m<sup>2</sup>, Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

### SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m<sup>2</sup>, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Kundenparkplätzen.

### Warenhaus

- In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m<sup>2</sup>, Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

### Kaufhaus

- In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m<sup>2</sup>, breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

### Shopping-Center

- Großflächige Konzentration vieler Einzelhandelsfachgeschäfte diverser Branchen, Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe i.d.R. unter einem Dach, oft ergänzt durch Fachmärkte, Kaufhäuser, Warenhäuser und Verbrauchermärkte; großes Angebot an Kundenparkplätzen; i.d.R. zentrale Verwaltung und Gemeinschaftswerbung.

### Mall in einem Shopping-Center

- Zentraler, oft hallenartiger, überdachter Raum im Shopping-Center, von dem aus die einzelnen Betriebe zugänglich sind. Hier finden Aktionen und Veranstaltungen statt, Einzelhändler präsentieren ihre Waren in der Mall oft vor dem Geschäft.

## 8.4 Zur Definition Zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs wurde erstmals in die Fassung der BauNVO von 1977 aufgenommen. Für großflächige Einzelhandelsvorhaben gemäß § 11 Abs. 3 sind die Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich und die **Sicherung und Entwicklung der Zentralen Versorgungsbereiche** zu beurteilen. Dies gilt sowohl für die relevanten Zentralen Versorgungsbereiche in der Standortkommune des Projektvorhabens als auch für ggf. betroffene zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Kommunen.

Die Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche sind relevanter Gegenstand der abwägenden Prüfung des interkommunalen Abstimmungsgebotes. Eine Nichtberücksichtigung von Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche kann als Abwägungsfehler wirken (siehe § 2 Abs. 2 BauGB).

Darüber hinaus ist die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche ein Rechtfertigungsgrund und genereller abwägungserheblicher Belang für die Bauleitplanung (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.<sup>26</sup>

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der Zentralen Versorgungsbereiche stärker in den

Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

Schutzobjekt sind demnach ein oder mehrere Zentrale Versorgungsbereiche. Der Begriff des Zentralen Versorgungsbereichs ist somit von der Bundesgesetzgebung im Rahmen der Regelungen des § 34, Abs. 3 BauGB nachhaltig eingeführt und seine Bedeutung gestärkt worden.

Die Regelungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO oder § 34 Abs. 3 BauGB in Bezug auf den Schutz und die Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche haben keine wettbewerbliche Schutzfunktion sondern beziehen sich auf die dem Zentralen Versorgungsbereich insgesamt zugeordnete Versorgungsfunktion. Die Notwendigkeit zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden resultiert aus den Abwägungserfordernissen des BauGB (§ 2 Abs.2 BauGB; § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB).

Grenzt eine Kommune keine Zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische Zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden<sup>27</sup>. Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was Zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu Zentralen Versorgungsbereichen getroffen<sup>28</sup>:

<sup>27</sup> Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209,S.115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S.54

<sup>28</sup> Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

<sup>26</sup> Vgl. hierzu auch Einzelhandelserlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S.13

Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt“

„Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geographisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Zentralität kann durchaus auch kleinteilig sein...“

Vertiefend führt KUSCHNERUS hierzu aus<sup>29</sup>:

„Zentrale Versorgungsbereiche sind von besonderer Bedeutung für die Konzentrierung der städtebaulichen Zielsetzungen auf den Vorrang der Innenentwicklung. Zur Stärkung dieser Innenentwicklung und der Urbanität der Städte sowie zur Sicherung einer wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung, die auch wegen der geringeren Mobilität älterer Menschen besonderen Schutz bedarf, ist die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in Städten und Gemeinden von besonderem städtebaulichen Belang.“

Das BVerwG führt dazu weiter aus<sup>30</sup>:

„Zentrale Versorgungsbereiche sollen erhalten werden, weil Ihnen eine herausragende Bedeutung für Bestand und Entwicklung von Städten und Gemeinden zukommt. Bezweckt wird nicht der Schutz der vorhandenen Einzelhandelsbetriebe um ihrer selbst willen; schon gar nicht geht es um die Verhinderung von Konkurrenz...Vielmehr soll eine bestimmte städtebauliche Struktur erhalten

werden, die sich durch Zentralität auszeichnet und eine diffuse Verteilung von Einrichtungen vermeidet.“

Zentrale Versorgungsbereiche unterscheiden sich in der Tiefe und Breite der Versorgungsfunktion:

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden<sup>31</sup>.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale

---

<sup>31</sup> Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

---

<sup>29</sup> Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

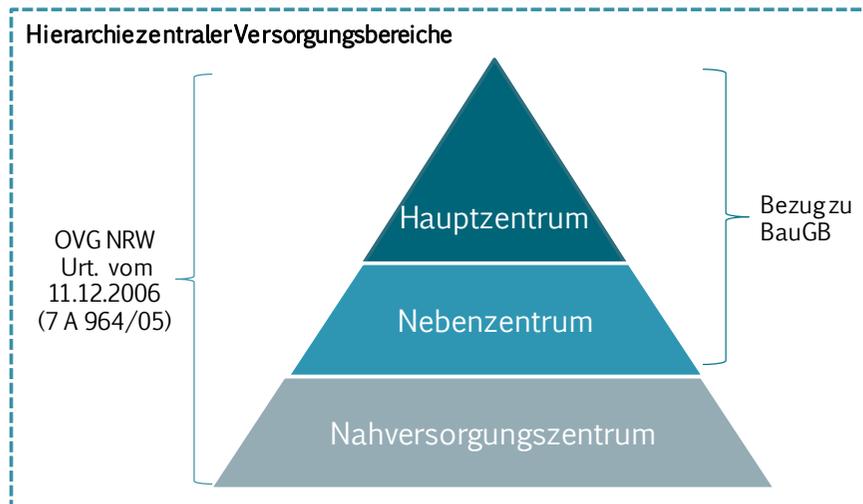
<sup>30</sup> BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die oben stehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt<sup>32</sup>.

In der Erstkommentierung des BauGB 2004 führen BERKEMANN und HALAMA als Kriterien zur Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche aus:

- Nachvollziehbare, eindeutige Festlegung und Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse,
- Darstellung und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. Raumordnungsplänen,
- Darstellung in sonstigen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (Zentrenkonzepte, Einzelhandelskonzepte).

Abb.25: Hierarchie Zentraler Versorgungsbereiche



<sup>32</sup> Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

Diese eher abstrakte, rechtsdeterministische Beschreibung, was Zentrale Versorgungsbereiche sein können, fordert in jedem Fall die umfassende Begründung der konkreten Abgrenzungen Zentraler Versorgungsbereiche. Die nachvollziehbare, eindeutige Festlegung mit einer Dokumentation der tatsächlichen Verhältnisse heißt auch, dass Angebotsqualitäten eines Zentralen Versorgungsbereichs standörtlich erfasst werden müssen. Eine bloße räumliche Abgrenzung mittels Abgrenzung eines möglichen Suchraumes eines Zentralen Versorgungsbereichs reicht nicht aus.

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und übrigen Siedlungsraum erkennen lassen.

Schwieriger bleibt die Abgrenzung von Nahversorgungszentren, wo von Natur aus die Breite des Angebots beschränkt bleibt. Oftmals verfügen historische oder ländliche Ortskernlagen nicht mehr über Zentrale Versorgungslagen, so dass auch teilintegrierte Versorgungsstandorte von Lebensmitteldiscountern und Verbrauchermärkten in der Diskussion um die Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen Berücksichtigung finden.

Zentrale Versorgungsbereiche können und sollen zukünftige Entwicklungsplanungen mit berücksichtigen. Diese Planungen müssen jedoch hinreichend konkret sein, z. B. durch absehbare Anpassungen in der Flächennutzungs- und Bauleitplanung oder eindeutige, fundierte Standortentwicklungsempfehlungen innerhalb eines Einzelhandelskonzeptes.

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als Zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung

des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,
- Ggf. optimale Einbindung des ‚Zentralen Versorgungsbereichs‘ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz Zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. Im § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG heißt es:

*„Die soziale Infrastruktur ist vorrangig in zentralen Orten zu bündeln; die Erreichbarkeits- und Tragfähigkeitskriterien des Zentrale-Orte-Konzepts sind flexibel an regionalen Erfordernissen auszurichten. Es sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.“*

Aus der Planungspraxis und aktuellen Rechtsprechung resultieren weitere Anforderungen an die Abgrenzung Zentraler Versorgungsbereiche:

**Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein.** Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im Zentralen Versorgungsbereich liegen und somit

schützenswert und entwicklungsfähig sind.<sup>33</sup> Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass Zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als Zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.<sup>34</sup>

**Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen.** Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte Zentrale Versorgungsbereiche.

Die Abgrenzung von Zentralen Versorgungsbereichen hat sich jedoch nicht ausschließlich an den Einzelhandelsnutzungen zu orientieren. Insbesondere bei Zentralen Versorgungsbereichen in der Funktion des Haupt- oder Nebenzentrums kommt es auf eine Funktionsvielfalt an. Die Standorte von kundenorientierten Dienstleistungen, Schulen und weiteren Bildungseinrichtungen, Kirchen und kirchlichen Einrichtungen, Dienststellen der öffentlichen Verwaltung sowie Seniorenwohnheime sollten bei der Abgrenzung berücksichtigt werden. In der aktuellen Rechtsprechung zeichnet sich ein Trend ab, dass multifunktional abgegrenzte und dezidiert in ihrer Abgrenzung begründete Zentrale Versorgungsbereiche nachhaltig rechtlichen Überprüfungen standhalten.

<sup>33</sup> Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

<sup>34</sup> Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besitz an Versorgungsfunktion vorliegen.

## 8.5 Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche

Vorhaben nach § 11 Abs. 3 BauNVO (insbesondere also Fachmärkte, Fachmarktzentren und Einkaufszentren) müssen baurechtlich in Sonder- oder Kerngebieten angesiedelt werden. Die Auswirkungen eines Projektvorhabens auf die Funktionsfähigkeit von Zentralen Versorgungsbereichen ist sorgfältig und umfassend abzuwägen (§ 2 Abs. 2 BauGB). Jedoch darf die kommunale Planungshoheit durch die Abwägung nicht unzumutbar oder rücksichtslos beeinträchtigt werden.

Als Auswirkungen zu begreifen sind gemäß des § 11 Abs. 3 Auswirkungen, die sich auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken. „Auswirkungen [...] sind insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen im Sinne des § 3 Bundes-Immissionsschutzgesetzes sowie Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich [...] auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden, auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt“.

Die Rechtsprechung ging bei der Frage, was unter negativen Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO zu verstehen ist, davon aus, dass in Bezug auf die Funktionsfähigkeit von Zentralen Versorgungsbereichen bei einer warengruppenspezifischen relativen Umsatzverlagerung im Einzelhandel von 10 % Auswirkungen anzunehmen sind. Dabei ist nicht Gegenstand der Bewertung, ob ein konkreter Wettbewerber betroffen ist, sondern ob die Versorgungsfunktion eines Zentralen Versorgungsbereichs in seiner Angebotsqualität und Multifunktionalität deutlich beeinträchtigt wird. Die Bewertungsmaßstäbe orientieren sich somit grundsätzlich an städtebaulichen Strukturen und in keinem Fall an wettbewerblichen Über-

legungen. Die 10 %-Schwelle wurde als eine vage Vermutungsgrenze formuliert. Sie ist nicht als eine fest stehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

Mit dem Prüftatbestand zum § 34 Abs. 3 BauGB ist der Begriff der schädlichen Auswirkungen auf die Erhaltung und Entwicklung Zentraler Versorgungsbereiche formuliert worden.

In der höchstrichterlichen Rechtsprechung zeichnet sich ab, dass die Schwelle zu schädlichen Auswirkungen bei deutlich über 10 % liegt. Einzelne Urteile gehen erst bei 20 % Umsatzverlagerung von schädlichen Auswirkungen aus.

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von Zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines Zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem Zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse<sup>35</sup>.

<sup>35</sup> Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des Zentralen Versorgungsbereichs mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potentiell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche sein.<sup>36</sup>

Die Praxis und zukünftige Rechtsprechung wird zeigen, welche Umsatzverlagerungen ‚wesentliche Beeinträchtigungen darstellen und welche städtebaulichen Folgewirkungen als Funktionsstörung Zentraler Versorgungsbereiche aufgefasst werden können.

---

<sup>36</sup> Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.