

# Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Sulingen

- Endbericht -



**Auftragnehmer**

**Stadt + Handel**

**Stadt + Handel**

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR  
Huckarder Str. 12  
44147 Dortmund

Tel. 0 231. 8 62 68 90  
Fax. 0 231. 8 62 68 91  
info@stadt-handel.de  
www.stadt-handel.de

**Verfasser:**

Dipl.-Ing. Marc Föhler  
Bauassessor Dipl.-Ing. Jens Nyhues  
Wirtsch. Geogr. M. A. Sarah Philipp

**Dortmund, März 2009**

Abbildungen Titelblatt: Stadt + Handel

---

## Kurzfassung

Die Stadt Sulingen beabsichtigt, die Weiterentwicklung der gesamtstädtischen Einzelhandelsstruktur auf eine tragfähige und städtebaulich-funktional ausgewogene Gesamtkonzeption zu gründen. Hierdurch soll die „Leitfunktion Einzelhandel“ einerseits eine bestmögliche Vitalität und eine nachfragewirksame Attraktivität des Innenstadtzentrums gewährleisten. Andererseits wird es hierdurch möglich, konkrete Entwicklungsziele auch für die andere Einzelhandelsstandorte in Sulingen zu definieren. Nicht zuletzt soll durch die Gesamtkonzeption die alltägliche Lebensqualität in Sulingen durch eine funktionierende wohnortnahe Grundversorgung mit den Gütern des täglichen Bedarfs gesichert und ausgebaut werden.

Um eine solche ausgewogene Einzelhandelsstruktur zu sichern und dauerhaft strategisch zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept umfangreiche Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung zur Verfügung. Zudem enthält dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept Leistungsbausteine, die für weitere Adressaten von Interesse sein dürften: die Wirtschaftsförderung, die örtlichen Händlergemeinschaften und das Stadtmarketing, die Einzelhändler und Handelsunternehmen, Kunden bzw. Kundenvertreter, Immobilieneigentümer und Ansiedlungsinteressierte.

Im Einzelnen wird im Einzelhandelsentwicklungskonzept der aktuelle Zustand der Sulinger Einzelhandelsstruktur für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Warengruppen beschrieben und bewertet. Ausgehend von dieser empirisch-analytisch abgeleiteten Bewertung werden zukünftige absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume für alle Warengruppen aufgezeigt. In Verbindung mit empfohlenen strategischen räumlichen Entwicklungsleitlinien (Szenarien und die „Ziel-Prioritäten“) sowie dem gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzept werden darauf aufbauend Ansiedlungsleitsätze entwickelt, die vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten. Hierzu wird zudem die Sulinger Liste zentrenrelevanter Sortimente definiert.

Zusammengefasst stellen sich Angebots- und Nachfrageseite in Sulingen wie folgt dar:

- Von den 144 Einzelhandelsbetrieben sind über 58 % im Innenstadtzentrum angesiedelt, wodurch sich eine starke Einzelhandelsausstattung im Innenstadtzentrum ergibt.
- Die gute strukturelle Ausstattung spiegelt sich auch in einer sehr deutlichen Kundenzufriedenheit mit dem Innenstadtzentrum wider.
- Die ermittelte Einzelhandelszentralität von 178 % ist angesichts eines zwar weiten aber dünn besiedelten Einzugsbereichs als überdurchschnittlich hoch zu bewerten.

- Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich aus den Ausstattungsdaten kein aktuelles Optimierungserfordernis: es besteht eine sehr gute Eigenbindung nahe 100 % der vorhandenen Kaufkraft und eine kaum mehr steigerbare Zentralität von über 100 % im kurzfristigen Sortimentsbereich.

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Nicht nur das Innenstadtzentrum, sondern auch die städtebaulich nicht integrierten Lagen verfügen über ein deutliches Standortgewicht: 13% der Einzelhandelsbetriebe verfügen dort über 36 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- Die innere räumlich-funktionale Struktur des Innenstadtzentrums ist nicht grundlegend kritisch zu bewerten. Die insgesamt gute Ausgangslage gilt es daher vor städtebaulich-funktionalen Auswirkungen zu schützen. Die befragten Haushalte vermissen trotz der guten gesamtstädtischen Ausstattungsmerkmale einige Sortimente.
- Die flächendeckende Ausstattung mit Versorgungsmöglichkeiten im kurzfristigen Bedarfsbereich ist weitgehend gut gegeben. Diese gute Ausstattung gilt es zu sichern.

Hergeleitet aus der Bestandsanalyse sowie der Analyse zusätzlicher absatzwirtschaftlicher Ansiedlungsspielräume, verbunden mit räumlich-funktional erarbeiteten Entwicklungsszenarien, sollten in Sulingen die folgenden Ziele für eine Fortentwicklung der Einzelhandelsstruktur künftig zugrunde gelegt werden:

- der Schutz und die Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches
- die Sicherung und angemessene Ergänzung der wohnortbezogenen Nahversorgung
- die ausgewogene Entwicklung von ergänzenden Sonderstandorten

Aufgrund der Tragweite der strategischen Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden die Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen nicht allein zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt, sondern in einem breit besetzten begleitenden Arbeitskreis erörtert. Auf diese Weise wurde sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen Belange der Sulinger Händlerschaft Berücksichtigung finden.

## Inhalt

Kurzfassung	i
Inhalt	iii
Abkürzungsverzeichnis	v
<b>1 Aufgabenstellung und Methodik</b>	<b>1</b>
1.1 Ausgangslage und Problemstellung	1
1.2 Zielsetzung	4
1.3 Methodik	5
<b>2 Markt- und Standortanalyse</b>	<b>10</b>
2.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	10
2.2 Angebotsanalyse	13
2.3 Nachfrageanalyse	16
2.3.1 Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss	17
2.3.2 Kundenherkunft und Einzugsbereich von Sulingen	19
2.3.3 Umsatzermittlung, Zentralität und Einzugsbereich	21
2.3.4 Standortbewertungen aus Sicht der Kunden	23
2.4 Analyse und Bewertung der Zentrenstruktur	32
2.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Abgrenzungskriterien	32
2.4.2 Standortmerkmale des Innenstadtzentrums	35
2.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Sulingen	41
2.6 Analyse und Bewertung sonstiger Standortagglomerationen	45
2.7 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Sulingen	47
<b>3 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung</b>	<b>49</b>
3.1 Landes- und regionalplanerische Zielvorgaben für Sulingen	49
3.2 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	50
3.2.1 Vorbemerkungen zu dem ermittelten Entwicklungsrahmen	50
3.2.2 Methodik und Berechnungsgrundlagen	52
3.2.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Sulingen	58
3.3 Die Ziel-Trias: übergeordnete Entwicklungsziele für Sulingen	61

<b>4</b>	<b>Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept</b>	<b>62</b>
4.1	Das Zentrenkonzept	62
4.1.1	Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich in Sulingen	62
4.1.2	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum	62
4.2	Das Nahversorgungskonzept	67
4.3	Konzept für ergänzende Sonderstandorte	69
4.3.1	Übergeordnete Zielstellungen zu den ergänzenden Sonderstandorten	69
4.3.2	Empfehlungen zum Sonderstandort Gewerbegebiet Ost	71
4.3.3	Empfehlungen zum Sonderstandort Sun-Park	73
4.3.4	Weitere Sonderstandorte in Sulingen	75
4.4	Die Sortimentsliste für Sulingen	77
4.5	Ansiedlungsleitsätze	82
4.6	Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen	88
<b>5</b>	<b>Schlusswort</b>	<b>93</b>
	Anhang	I
	Literatur und sonstige Quellen	II
	Glossar	IV

## Abkürzungsverzeichnis

a.n.g. ....	anderweitig nicht genannt
Abb. ....	Abbildung
ASB .....	allgemeiner Siedlungsbereich (Regionalplan)
BAB .....	Bundesautobahn
BauGB.....	Baugesetzbuch
BauNVO .....	Baunutzungsverordnung
BGF.....	Bruttogeschosfläche
Bsp. ....	Beispiel
BVerwG.....	Bundesverwaltungsgericht
Drog.....	Drogeriewaren
EH .....	Einzelhandel
EHEK.....	Einzelhandelsentwicklungskonzept
EW.....	Einwohner
FNP .....	Flächennutzungsplan
FOC.....	Factory-Outlet-Center
FOS .....	Factory-Outlet-Shop
GEP .....	Gebietsentwicklungsplan
ggf.....	gegebenenfalls
GIB .....	Bereiche für gewerbliche und industrielle Nutzungen (Regionalplan)
GPK.....	Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik
i. d. R.....	in der Regel
inkl.....	inklusive
IZ.....	Innenstadtzentrum
Kap.....	Kapitel
km .....	Kilometer
KK.....	Kaufkraft
LEPro NS.....	Landesentwicklungsprogramm Niedersachsen
LM.....	Lebensmittel
m <sup>2</sup> .....	Quadratmeter
max. ....	maximal
min. ....	minimal
Mio.....	Millionen
MIV.....	motorisierter Individualverkehr

MZ.....	Mittelzentrum
niL .....	städtebaulich nicht integrierte Lage
NuG.....	Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
NV .....	Nahversorgung
NVK.....	Nahversorgungskonzept
ÖPNV .....	öffentlicher Personennahverkehr
OVG .....	Oberverwaltungsgericht
OZ .....	Oberzentrum
PBS.....	Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
rd.....	rund
ROG .....	Raumordnungsgesetz
SB (SB-Warenhaus...)	Selbstbedienung
siL .....	sonstige städtebaulich integrierte Lage
Tab. ....	Tabelle
U.....	Umsatz (als Brutto-Jahresumsatz)
u. a. ....	unter anderem
VGH.....	Verwaltungsgerichtshof
vgl. ....	vergleiche
VKF.....	Verkaufsfläche
WZ.....	Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes
ZVB.....	zentraler Versorgungsbereich
z. T. ....	zum Teil

# 1 Aufgabenstellung und Methodik

## 1.1 Ausgangslage und Problemstellung

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik. Dieser bundesweit zu verzeichnende Trend ist auch für den Einzelhandelsbestand der Stadt Sulingen zu erkennen. Ursachen dieser Dynamik bei Einzelhandelsansiedlungen, -verlagerungen und Betriebsaufgaben sind einerseits lokale Strukturmerkmale der Angebots- wie auch der Nachfrageseite, andererseits der bundesweit wirksame Strukturwandel im Einzelhandel mit den unvermindert zu beobachtenden Konzentrationsprozessen auf Unternehmerseite, der Entwicklung neuer Betriebstypen und vor allem den stetig veränderten Standortanforderungen.

Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbieter sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind. Auch die Stadt Sulingen möchte sich in den Stand versetzen, die vorhandenen Einzelhandelsstandorte und insbesondere die Innenstadt künftig vor unerwünschten städtebaulich-funktionalen Entwicklungen zu sichern, und Einzelhandelsvorhaben hierzu gezielt sortimentspezifisch, einheitlich und rechtssicher steuern zu können. Ein kommunales Einzelhandelsentwicklungskonzept bietet als Fachbeitrag zur städtischen Bauleit- und Stadtentwicklungsplanung hierzu gezielte Lösungsempfehlungen an.

Mit diesem Bericht liegt der Stadt Sulingen nunmehr ein solches Einzelhandelsentwicklungskonzept vor, das eine umfassende analytische Ebene – bezogen auf absatzwirtschaftliche Daten der Angebots- und Nachfrageseite wie auch städtebauliche und bauplanungsrechtliche Rahmenbedingungen – mit einer Herleitung der notwendigen räumlich-funktionalen Steuerungsinstrumente für einzelhandelsrelevante Nutzungen verknüpft. Es bezieht darüber hinaus auch die perspektivische Entwicklung sozioökonomischer Parameter in Analyse und Konzeption ein.

### **Städtebauliche Einordnung eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes**

Kein Stadtzentrum gleicht dem anderen. Jedes verfügt über eine eigene Geschichte, über spezifische städtebauliche Erkennungsmerkmale, über besondere kulturelle Angebote und auch über einen speziellen Mix an Einzelhandelsangeboten. Aus diesem Grunde reisen Menschen so gerne in andere Städte; sie nehmen diese Unterschiede als Erlebnis wahr.

Auch für die ortsansässige Bevölkerung hat das Innenstadtzentrum ganz besondere Funktion: ein Stadtzentrum bietet Versorgungsmöglichkeiten, Bildungsangebote und Dienstleistungen in einer Dichte und in einem atmosphärischen Umfeld an, die in anderen

Stadtbereichen in der Regel nicht zu finden sind. Diese Kopplungsattraktivität der Zentren gibt ihnen unter den Besuchsmotiven den Vorzug vor peripheren und weniger dicht genutzten Bereichen. Viele private und öffentliche Investitionen haben über Jahre dazu beigetragen, diese Attraktivität der Zentren – funktionell wie städtebaulich – zu erhalten und zu steigern.

Es besteht insgesamt also ein großes öffentliches wie auch privates Interesse daran, die Funktionsfähigkeit und die lebendige Nutzungsdichte der Innenstadt zu erhalten. Umgekehrt formuliert bedeutet dies, so genannte trading-down-Effekte, Leerstände und einen Attraktivitätsverlust des Zentrums zu vermeiden. Zugleich sollen auch weitere bedeutende Einzelhandelsstandorte im Stadtgefüge, etwa Sonderstandorte für großflächige nicht-zentrenschädigende Sortimente, einerseits anbieter- und kundengerecht sowie andererseits unter Berücksichtigung der allgemeinen stadtentwicklungspolitischen Ziele weiterentwickelt werden, sofern sie eine Ergänzung zum Stadtzentrum darstellen.

Ein Einzelhandelsentwicklungskonzept beinhaltet die hierzu erforderlichen Abwägungsgrundlagen und Steuerungsempfehlungen, die durch die kommunale Bauleitplanung und im Rahmen der örtlichen Baugenehmigungsverfahren aufgegriffen werden.

## **Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes**

Für die Aufgabe, die relevanten Einzelhandelsstandorte zu sichern und fortzuentwickeln, tragen viele Schultern die Verantwortung: Immobilienbesitzer, Händler, Gastronomen, Kulturschaffende, die Bürger. Insbesondere aber die Steuerung des Einzelhandels obliegt der Hoheit der Kommune: durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtisch gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger und Besucher interessanten Nutzungsmix des Innenstadtzentrums mit den Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da das Steuern im Einzelfall auch die Untersagung oder die Einschränkung eines Vorhabens bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. So ist zum Beispiel zur sortimentspezifischen Handhabung von Vorhaben ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentslisten nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Kommune sortimentspezifisch darzulegen, welche aktuellen und insbesondere örtlichen Gründe jeweils für oder gegen ein Einzelhandelsvor-

haben sprechen.<sup>1</sup> Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz eines zentralen Versorgungsbereiches (etwa die Sulinger Innenstadt) gehört.

Die empfohlenen Steuerungsinstrumente des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentslisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden. Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept sind schließlich die Anforderungen des BauGB, der BauNVO, des Landesraumordnungsprogramms Niedersachsen (LROP Niedersachsen) in der aktuellen Fassung sowie der aktuellen Rechtsprechung.

Der Bundesgesetzgeber hat mit der Novelle des BauGB zu Beginn des Jahres 2007 den Stellenwert kommunaler Einzelhandelsentwicklungskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung weiter gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie neuerdings auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar.

Auch im Landesraumordnungsprogramm des Landes Niedersachsen ergeben sich detaillierte Ziele etwa in Bezug auf zentrenrelevante Sortimente und den großflächigen Einzelhandel, um die zentralörtlichen Funktionen zu schützen und die flächendeckende Versorgung der Bevölkerung zu sichern. Einzelhandelsentwicklungskonzepte dienen den Kommunen zudem als Entscheidungsgrundlage zur Einzelhandelsentwicklung und raumordnerischen Beurteilung.

## **Wirtschaftliche Einordnung eines Einzelhandelsentwicklungskonzeptes**

Die wirtschaftliche Bedeutung eines kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes sollte nicht überschätzt werden; ein solches Konzept stellt überwiegend ein im Kern stadtplanerisches Instrument dar. Dennoch können Einzelaspekte eine besondere Grundlage für die kommunale Wirtschafts- und Standortförderung bilden. Hierzu enthält ein Einzelhandelsentwicklungskonzept beispielsweise Aussagen und Bewertungen zu einzelhandelsbezogenen Ansiedlungspotenzialen oder zur Optimierung der Standortqualität und -vermarktung. Nicht zuletzt bieten die erarbeiteten Inhalte und ihre konsequente Anwen-

---

<sup>1</sup> Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z.B. OVG Münster, Urteil 7A D 92/99.NE vom 03.06.2002, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg, Urteil 8 S 1848/04 vom 02.05.2005.

dung eine Erhöhung der Investitionssicherheit – sowohl für bereits langjährig ansässige Einzelhändler als auch für ansiedlungsinteressierte Investoren.

Aufgrund der beschriebenen Bedeutung für die Standortentwicklung ist es ein Hauptanliegen eines jeden qualitativen umsetzungsbezogenen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes, auch die relevanten Wirtschaftsakteure in den Erarbeitungsprozess frühzeitig einzubeziehen. Vertreter des Einzelhandels sind daher, wie angedeutet, in den ergänzend zur Analyse und Konzeption stattfindenden Diskussionsprozess zwischen Politik, Verwaltung und Fachgutachtern eingebunden.

## 1.2 Zielsetzung

Das Ziel des kommunalen Einzelhandelsentwicklungskonzeptes besteht darin, der Stadt Sulingen eine aktuelle, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Entscheidungsbasis sowie Empfehlungen zur planungsrechtlichen Beurteilung neuer Einzelhandelsvorhaben

- zur Sicherung und Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereiches zur Sicherung und Ergänzung der wohnortnahen Grundversorgung
- für künftige Bauleitplan-Aufstellungs- und Änderungsverfahren
- zur Steuerung und Begrenzung innenstadtrelevanter Randsortimente
- und nicht zuletzt für die interkommunale Abstimmung und die kommunale Abwägung

zur Verfügung zu stellen.

Hierzu ist es unter anderem notwendig, Leitlinien und Grundsätze der künftigen Einzelhandelsentwicklung zu erarbeiten, mit relevanten Vertretern zu erörtern und abzustimmen. Ebenso ist eine Sulinger Sortimentsliste zu erstellen. Alle Entscheidungsgrundlagen und Empfehlungen sind unter Berücksichtigung des BauGB, der BauNVO, des LROP Niedersachsen sowie der aktuellen Rechtsprechung zu entwickeln.

Im Einzelnen werden folgende Untersuchungsfragen verfolgt:

- Welche sozioökonomischen Kenngrößen sind für die künftige Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen? Wie stellt sich die aktuelle Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Sulingen sortiments- und standortspezifisch dar?
- Wie ist ein zentraler Versorgungsbereich als Schutzgut im Sinne des Planungsrechts für Sulingen räumlich-funktional herzuleiten und konkret abzugrenzen? Wie stellen sich die städtebaulich-funktionalen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel in diesem zentralen Versorgungsbereich sowie in den sonstigen integrierten sowie städtebaulich nicht integrierten Lagen dar?

- Welche städtebaulichen Potenziale und Defizite sind erkennbar, und welche Stärken und Schwächen weist Sulingen als Einkaufsstandort gesamtstädtisch sowie standortbezogen auf?
- Welche Perspektiven und Zielsetzungen sind für die Einzelhandelsstruktur zu entwickeln? Welche Entwicklungsleitbilder sollten mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept verfolgt werden? Welche Konsequenzen für die Stadtentwicklung sind damit jeweils verbunden? Welche Strategien und Maßnahmen können die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung von Sulingen mit Blick auf die Entwicklungsziele verbessern?
- Wie ist die Kommune hinsichtlich der bauleitplanerischen Instrumente aufgestellt? Welche bau- und planungsrechtlichen Aspekte und Regelungsvorschläge sollten künftig Berücksichtigung finden?

## 1.3 Methodik

Um diese Untersuchungsfragen zu beantworten, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische empirische Erhebungen zurückgreifen.

Die Herleitung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes gliedert sich in die drei Abschnitte „Analysephase“, „Erarbeitung von Leitlinien“ und „Konzeptphase“. Ein vierter Abschnitt („Prozessbegleitung“) findet kontinuierlich parallel statt. Die einzelnen Leistungsbausteine werden in der folgenden Abbildung grafisch veranschaulicht; die Grafik gibt gleichzeitig die Gliederung des vorliegenden Berichts wieder.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes folgende empirische Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

- Bestandserhebung Einzelhandel
- Bestandsanalyse Städtebau
- Telefonische Haushaltsbefragung
- weitere wie Passantenbefragung, Kundenherkunftserhebung, Einzelhändlerbefragung

Neben der flächendeckenden Erhebung aller Sulinger Einzelhandelsbetriebe standen auch die Sulinger Haushalte sowie die Haushalte der Umlandkommunen im Fokus der Erhebung; die relevanten Daten wurden anhand von Betriebsbegehungen und telefonischen Umfragen ermittelt. Alle Erhebungen wurden zwischen der 36. und 40. Kalenderwoche 2008

durchgeführt. Die tatsächlichen Angebots- und Nachfrageverhältnisse der Einzelhandelsbetriebe sind auf diese Weise detailliert abgebildet und ermöglichen eine genaue, sortimentspezifische Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Sulingen. Weiterhin wird durch die Aufnahme der städtebaulichen Struktur und Zuordnung der Betriebe zu städtebaulichen Lagen ein räumlicher Bezug hergestellt, der eine Lenkung der räumlichen Entwicklung von Einzelhandelsstandorten in Sulingen zulässt.

**Tabelle 1: Übersicht über die verwendeten empirischen Erhebungsbausteine**

	Bestandserhebung	Haushaltsbefragung	Händlerbefragung	Passantenbefragung	Kundenherkunfts-erhebung
Daten-grundlage	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch ein spezialisiertes Meinungsforschungsinstitut	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel und dem lokalen Einzelhandel
Zeitraum	36. KW 2008	36. – 37. KW 2008	38. KW 2008	39. – 40. KW 2008	39. KW 2008
Methode	flächendeckende Vollerhebung	telefonische Befragung (n = 280)	halbstandardisierter Fragebogen	Standardisierter Fragebogen (n = 400)	Standardisierter Fragebogen
Inhalt	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Betriebe, städtebauliche Analyse	Einkaufsort nach Sortiment, Angebotslücken, Veränderung bei der Wahl der Einkaufsorte	Angebotslücken und Umsatzherkunft Einschätzung zum Einzelhandelsstandort Erörterung von gesamtstädtischen Entwicklungszielen	Kundenherkunft nach Sortimenten Angebotslücken Einschätzung zum Einzelhandelsstandort	Kundenherkunft nach Sortimenten

Quelle: eigene Darstellung

## Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Stadt Sulingen flächendeckend durchgeführt worden; es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des Ladeneinzelhandels vor. Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebauli-

chen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Metzger, Bäcker) und Tankstellenshops erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden.

Bei der vom Büro Stadt + Handel durchgeführten Einzelhandelsbestandserhebung werden die Warensortimente differenziert aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels. Zum anderen werden die Verkaufsflächen der bestehenden Anbieter detailliert erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers oder die eigenständige Vermessung der VKF in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts<sup>2</sup> vom November 2005 findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z.B. bei Ladenleerständen wegen Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurden außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs sowie die Öffnungszeiten erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

## **Bestandsanalyse Städtebau**

Für das Innenstadtzentrum und die bedeutsamen sonstigen Standorte erfolgte eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen orientierte städtebauliche Analyse. Stärken und Schwächen sämtlicher relevanter Einkaufsstandorte werden dabei herausgestellt. Ein wesentlicher Aspekt ist angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung die räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches. Eine solche städtebaulich-funktional hergeleitete Abgrenzung ist die Basis der Sulinger Sortimentsliste und der zukünftigen räumlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen.

---

<sup>2</sup> Vgl. BVerwG, Urteil 4 C 10.04 vom 24.11.2005

Die Erfassung der Einzelhandelsbetriebe im Zusammenhang mit einer städtebaulich-funktional begründeten Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches bildet das Kernstück zukünftiger sortimentspezifischer räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

## **Telefonische Haushaltsbefragung**

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden telefonische Interviews mit 280 Bürgern in Sulingen und in den Umlandkommunen geführt. Die Bevölkerungsverteilung innerhalb von Sulingen ist dabei für die Befragungsstreuung äquivalent berücksichtigt worden. Die Befragung wurde von einem darauf spezialisierten Marktforschungsunternehmen mittels eines standardisierten Fragebogens durchgeführt.

Anhand der Haushaltsbefragung werden auf repräsentative Weise Daten des räumlichen Versorgungsverhaltens der Wohnbevölkerung nach Sortimenten differenziert gewonnen. So können Rückschlüsse hinsichtlich sortimentspezifischer örtlicher und überörtlicher Kaufkraftströme und ggf. deren Veränderungen in den letzten Jahren gezogen werden. Durch die Haushaltsbefragung werden insbesondere Aussagen zu aktivierbaren Kaufkraftpotenzialen aus Sulingen selbst getroffen und mit Blick auf die Nahversorgungsstruktur Kaufkraftflüsse innerhalb Sulingens ermittelt.

## **Prozessbegleitung durch einen Arbeitskreis**

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung wurde ein prozessbegleitender Arbeitskreis während der Erstellungsphase des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes eingerichtet. Diese enge Einbindung relevanter Akteure gewährleistet, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandelsentwicklungskonzept einfließen und sämtliche Zwischenschritte mit einem breit besetzten Gremium diskutiert wurden. Insgesamt hat der begleitende Arbeitskreis dreimal getagt. Vertreter folgender Institutionen wurden zur Teilnahme durch die Stadt Sulingen eingeladen:

- Bürgermeister der Stadt Sulingen
- Stadt Sulingen, Vertreter des FB 61 – Planung und Bauordnung
- Vertreter der einzelnen Ratsfraktionen
- Weitere Mitarbeiter der Sulinger Stadtverwaltung
- Vertreter der Initiative Sulingen
- Vertreter der Handwerkskammer

- Vertreter des Einzelhandelsverbandes
- Vertreter der Industrie- und Handelskammer Hannover

An jeder Sitzung haben zudem die zuständigen Vertreter des Gutachterbüros teilgenommen.

## 2 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus der flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte in Sulingen. Einführend werden zunächst die wesentlichen Standort-Rahmenbedingungen erörtert.

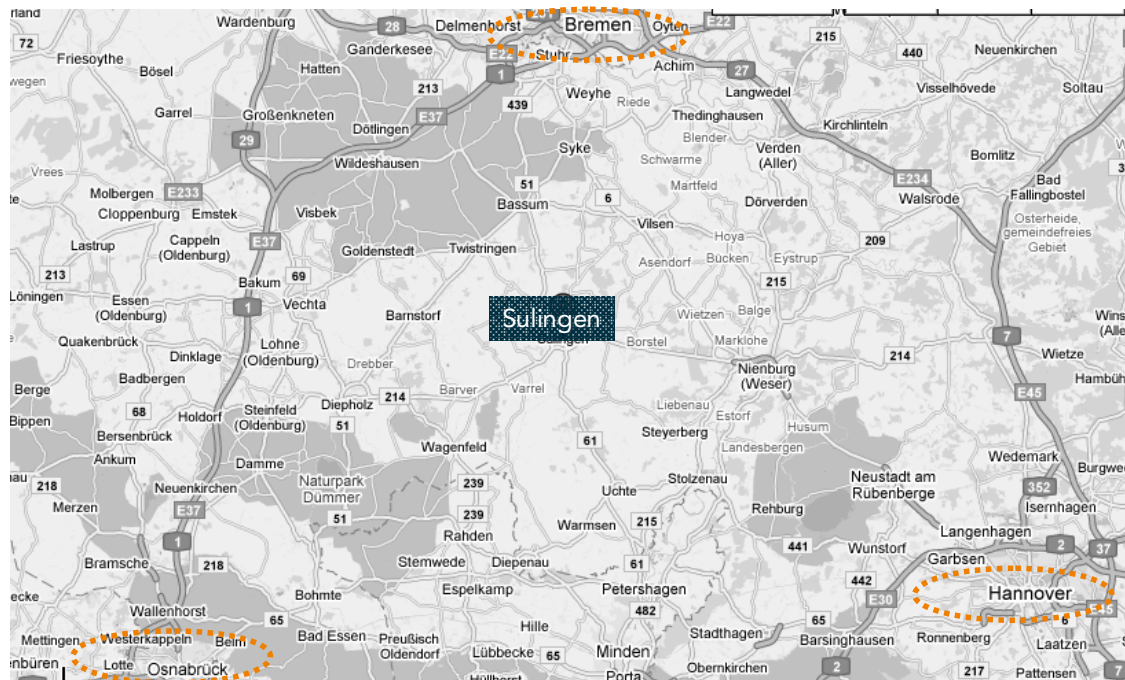
### 2.1 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgend vorgestellt. Weitere angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen und Entwicklungstrends, wie etwa die Bevölkerungsprognose und die Entwicklung der Kaufkraftgrößen, werden in Kapitel 3 näher erläutert.

#### Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Das Mittelzentrum Sulingen im Kreis Diepholz liegt rd. 80 km nordwestlich der niedersächsischen Landeshauptstadt Hannover und rd. 50 km südlich von Bremen.

Abbildung 1: Lage in der Region



Quelle: verändert auf Grundlage von ©Google-Grafiken ©2008 Terra-Metrics, Kartendaten ©2008 PPWK Teatlas)

Die Gesamtstadt Sulingen setzt sich aus der Kernstadt und den Ortsteilen Klein Lessen, Groß Lessen, Nordsulingen, Rathlosen und Lindern zusammen. Insgesamt beträgt die Bevölkerungszahl Sulingens rd. 12.900 Einwohner<sup>3</sup>, davon leben rd. 9.300 Einwohner in der Sulinger Kernstadt. Die am weitesten vom Innenstadtzentrum entfernten Ortsteile sind Groß Lessen und Rathlosen. Diese liegen in sechs bis acht Kilometern Distanz.

<sup>3</sup> Vgl. Website Stadt Sulingen 2008 (Stand der Daten: 31.12.2007)

**Tabelle 2: Die Bevölkerungsverteilung in Sulingen**

Stadtteil	Einwohner	Anteil
Kerngebiet	9.273	72 %
Nordsulingen	1.336	10 %
Groß Lessen	637	5 %
Klein Lessen	565	5 %
Rathlosen	536	4 %
Lindern	545	4 %
<b>Summe</b>	<b>12.892</b>	<b>100 %</b>

Quelle: Stadt Sulingen, Bevölkerungsstatistik Stand 31.12.2007

## Verkehrsinfrastruktur

Durch die Lage im eher dünnbesiedelten Raum befindet sich Sulingen in einer verkehrlich besonderen Lage. Sulingen ist zwar von Bundesautobahnen ringförmig umgeben. Diese befinden sich aber in relativ großer Entfernung und können nur über Land- und Bundesstraßen angefahren werden. Wichtig ist dabei die B 214, die eine Verbindung zur Autobahn 1 gewährleistet. Die Autobahn 1 stellt eine Nord-Süd-Verbindung zwischen Bremen und Osnabrück sicher. Was eine Nord-Süd-Verbindung zwischen Bremen und Osnabrück sicherstellt. Von Bedeutung ist außerdem die B 61, die Sulingen in Nord-Süd-Richtung kreuzt.

Sulingen ist nicht mehr an das regionale und überregionale Schienennetz angebunden. Die Strecke wurde stillgelegt. Einzige Einrichtung des öffentlichen Personennahverkehrs stellt das Busliniennetz der Weser-Ems-Busverkehr GmbH dar. Über die örtlichen Buslinien hinaus werden Verbindungen in die umliegenden Kommunen Bassum, Nienburg und Uchte angeboten.

## Zwischenfazit: Die wesentlichen Rahmenbedingungen

Sulingen zeichnet sich vor allem durch seine zentrale Lage im zwischen den Oberzentren Bremen, Hannover und Osnabrück und Oldenburg aus. Als wesentliche Rahmenbedingung ergibt sich zugleich, dass Sulingen als leistungsfähiger Einzelhandelsstandort eine Versorgungsfunktion für die benachbarten Mittel- und Grundzentren übernimmt.

Die verkehrliche Anbindung Sulingens ist insbesondere nach Norden und Süden für den motorisierten Individualverkehr (MIV) gut ausgebaut, wenngleich keine direkte Autobahn-anbindung besteht; dieses Grundgerüst fördert somit die Ausrichtung auf die nahe

gelegenen Oberzentren. Auch nach Westen und Osten besteht durch die vorhandene Bundesstraße eine gute Anbindung.

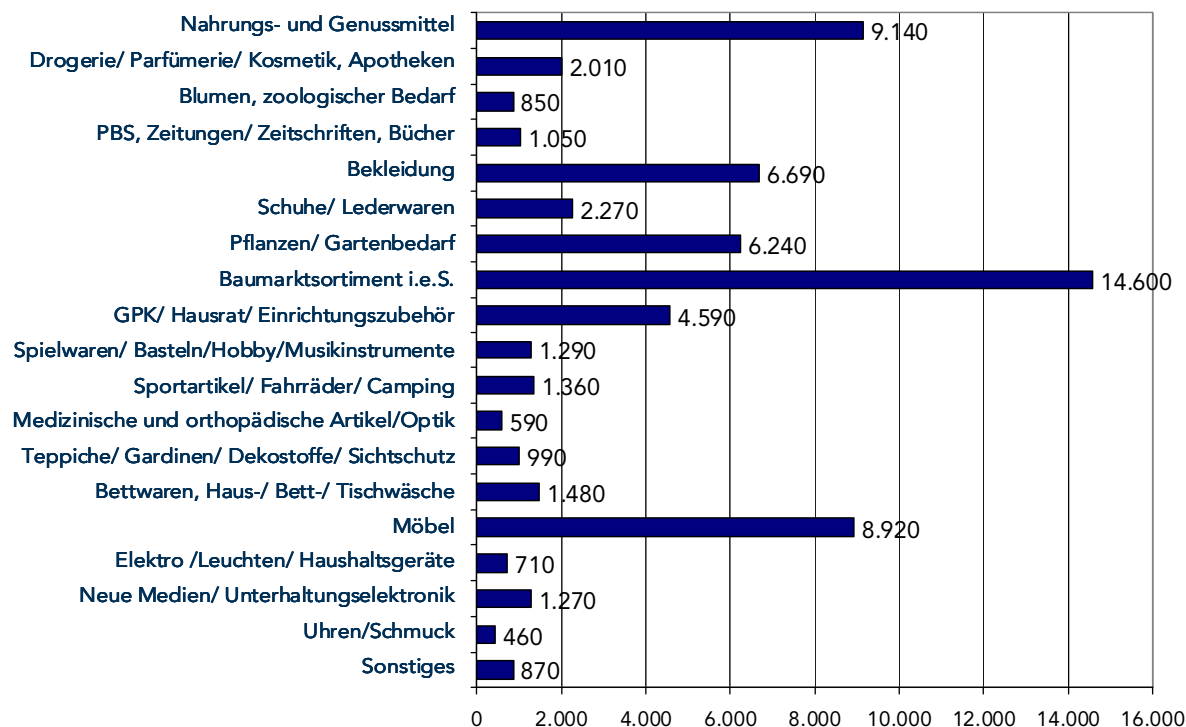
Den Siedlungsschwerpunkt innerhalb des gesamten Stadtgebietes bilden die zusammenhängend besiedelten Stadtteile des Kernstadtgebietes und Nordsulingens. Der überwiegende Anteil der Sulinger Bevölkerung ist dort ansässig.

## 2.2 Angebotsanalyse

Die insgesamt 144 Betriebe in Sulingen verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 65.400 m<sup>2</sup>. Die Anzahl der erfassten Betriebe ist gegenüber der letzten Erhebung im Jahr 2000 (BBE 2000) deutlich angestiegen von 131 auf 144 Betriebe.

Bei der Betrachtung des Verkaufsflächenbestandes (vgl. nachfolgende Abbildung) fällt insbesondere die starke Ausprägung der Sortimentsgruppe Baumarktsortiment auf, gefolgt von den Sortimenten Nahrungs- und Genussmittel und Möbel.

Abbildung 2: Verkaufsflächenbestand nach Sortimentsgruppen (in m<sup>2</sup>)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008

Das Innenstadtzentrum vereint mit einer Zahl von 84 Betrieben die mit Abstand meisten Einzelhandelsbetriebe (58 %) und weist damit mehr als ein Drittel der gesamten Verkaufsfläche auf (37 %). Mit 13 % der Betriebe und dem größten Anteil der Verkaufsfläche (36 %) erlangen die städtebaulich nicht integrierten Lagen gleichzeitig ein deutliches Gewicht.

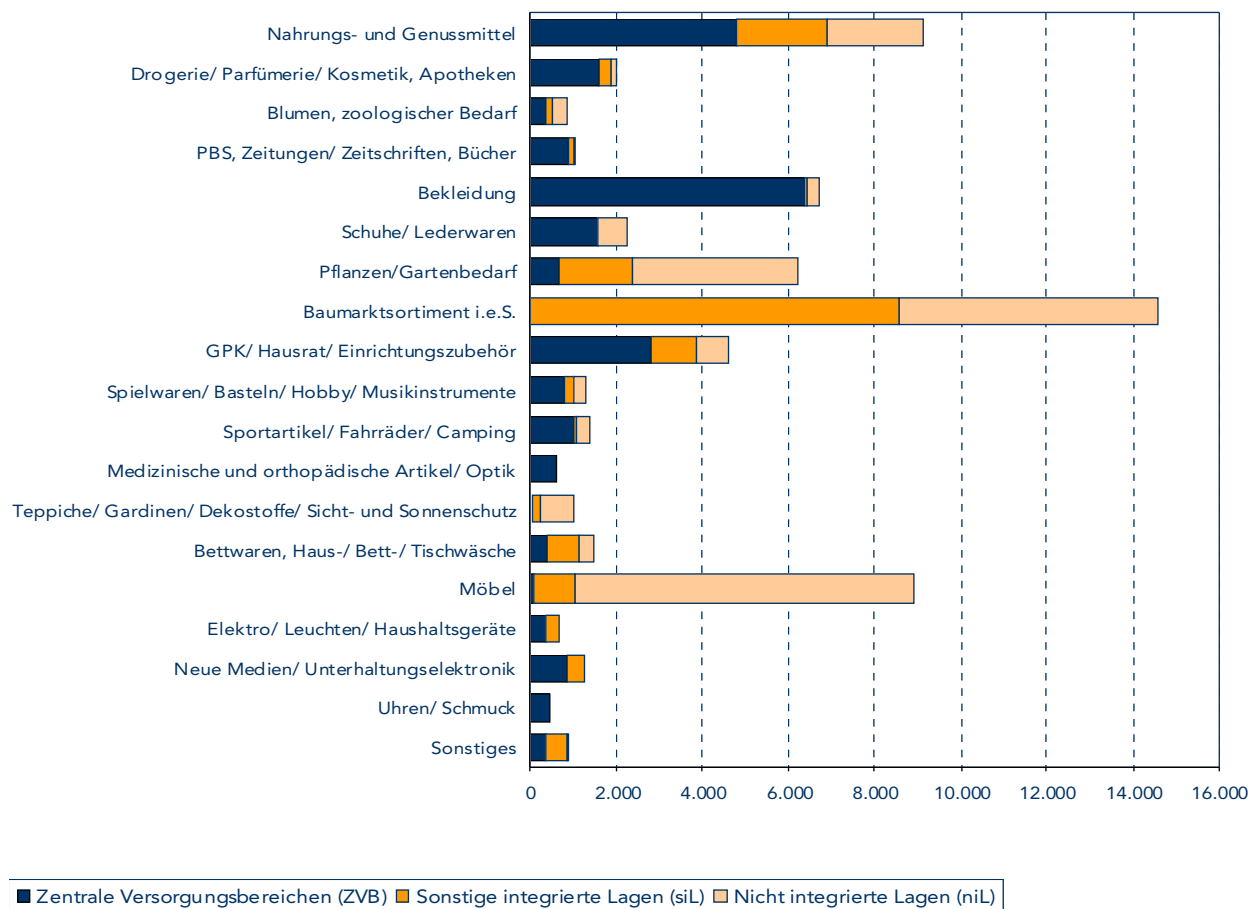
**Tabelle 3: Einzelhandelsstruktur nach städtebaulichen Lagebereichen**

	Innenstadt (IZ)	Integrierte Streulagen (siL)	Städtebaulich nicht integrierte Lagen (niL)
Anzahl der Betriebe	84	41	19
Anteil	58 %	28 %	13 %
Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	24.100	17.480	23.810
Anteil	37 %	27 %	36 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Werte der Verkaufsflächen gerundet; Abweichungen ergeben sich aus Rundungen

Die städtebaulich nicht integrierten Lagen ergänzen im Idealfall das Angebot des Innenstadtzentrums durch Sortimentsgruppen, die dort nicht sinnvoll untergebracht werden können (z. B. Möbel). In Sulingen weisen sie einen Großteil der Verkaufsfläche auf. An diesen Standorten werden allerdings ebenfalls Sortimente angeboten, wie Nahrungs- und Genussmittel, die zu den Zentren prägenden Sortimenten zählen (vgl. nachfolgende Abbildung). In diesem Zusammenhang ist eine genaue Analyse der Sulinger Sonderstandorte nötig, die in Kapitel 2.6 folgt.

Abbildung 3: Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Lagebereichen



Quelle: Einzelhandelsbestanderhebung Stadt + Handel 09/008; Erläuterung: GPK = Glas/Porzellan/Keramik, PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren

Im Ergebnis deutet die Angebotsverteilung auf durchaus vorhandene Wettbewerbsbeziehungen innerhalb des Stadtgebietes zwischen dem Innenstadtzentrum und den Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen hin.

## 2.3 Nachfrageanalyse

Sowohl zur Ermittlung absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der angebotsseitigen Rahmenbedingungen auch die örtlichen Merkmale der Nachfrageseite von Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung u. a. auf sekundärstatistische Rahmendaten der BBE zurückgegriffen.

Anhand eigener primärstatistisch erhobener Werte aus der Haushaltsbefragung können zudem einzelhandelsrelevante Kaufkraftflüsse aus Sulingen heraus dargestellt werden, so dass

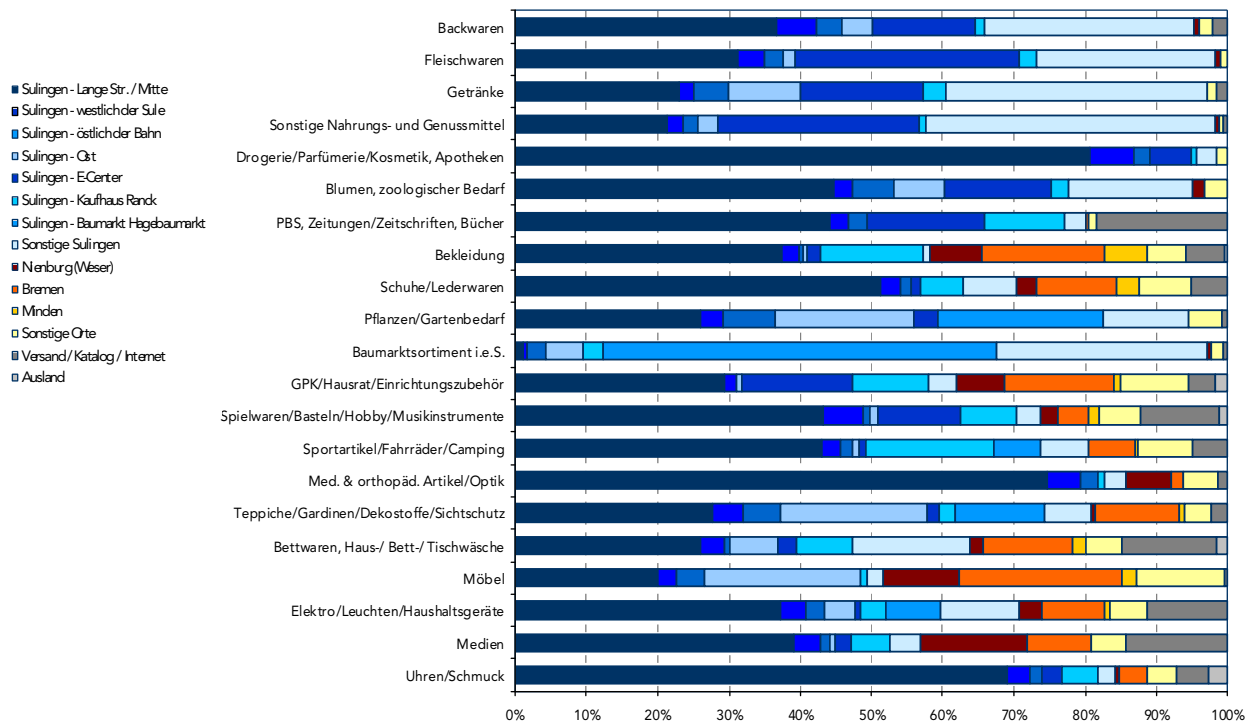
die Eigenbindung branchenspezifisch angegeben werden kann. Auch die Passantenbefragung und die Kundenherkunftserhebung dienen zur Berücksichtigung der Kaufkraftzuflüsse. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelsstandorts Sulingen durch die Kunden.

### **2.3.1 Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss**

Sulingen verfügt gemäß BBE über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. 5.383 € je Einwohner und Jahr. Gegenüber dem Bundesdurchschnitt von 5.521 € weist Sulingen daher eine leicht unterdurchschnittliche Kaufkraft auf. Der Schwerpunkt der Kaufkraft liegt mit etwa 1.700 € je Jahr in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

Die Einkaufsorientierung beschreibt den Anteil an lokal vorhandener Kaufkraft, die in Sulingen durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft wird. Diese Größe lässt - zunächst unabhängig von konkreten Standortstrukturen - Aussagen zur Attraktivität des Einzelhandelsstandorts zu. Zur Ermittlung dieser Kenngröße dient die telefonische Haushaltsbefragung, die Ergebnisse sind in der folgenden Abbildung ablesbar.

Abbildung 4: Einkaufsorientierung (gesamtstädtisch)



Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 09/2008; Erläuterung: GPK = Glas/Porzellan/Keramik, PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren; unter die Sortimentsgruppe „Medien“ fallen bspw. die Teilsortimente Unterhaltungselektronik, PC, Telekommunikationsgeräte sowie Foto und Zubehör

Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigen, dass ein Teil der Sulinger Kaufkraft in andere Gemeinden fließt, zum Beispiel in das benachbarte Mittelzentrum Nienburg und in das Oberzentrum Bremen. Der Umfang der Kaufkraftabflüsse variiert zwischen den untersuchten Warengruppen.

Es wird deutlich, dass Sulingen bei kurzfristigen Bedarfsgütern eine sehr hohe Kaufkrafteigenbindung erzielen kann: Bei den Warengruppen Backwaren, Fleischwaren, Getränke sowie sonstige Nahrungs- und Genussmittel liegt sie durchweg weit über 95 %. Auch bei den übrigen kurzfristigen Warengruppen liegt sie deutlich über 90 % (mit Ausnahme der Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher, die durch den Internethandel mit Büchern auf leicht unter 90 % fällt).

Bei zahlreichen mittel- und langfristigen Bedarfsgütern kommt es zu einem Kaufkraftabfluss in erwartungsgemäßer Größenordnung. Nennenswerte Bindungen erzielen Bremen im Bereich Bekleidung und Nienburg im Bereich Neue Medien. Eine vergleichsweise hohe Einkaufsorientierung wird in der Warengruppe Baumarktsortiment erreicht. Diese Warengruppe ist mit rd. 22 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche eine sehr bedeutende

Warengruppe in Sulingen In den Warengruppen des langfristigen Bedarfs liegt die Einkaufsorientierung vielfach noch deutlich über 50 % der Kaufkraft, so z.B. bei Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte oder Uhren/Schmuck, was in diesen Bedarfsbereichen sehr hohe Werte sind.

Der Verkauf via Internet oder Katalog fällt erfahrungsgemäß und so auch hier bei einzelnen Sortimenten wie etwa Büchern oder Haus-/Bett-/Tischwäsche ins Gewicht, ist aber insgesamt zu vernachlässigen.

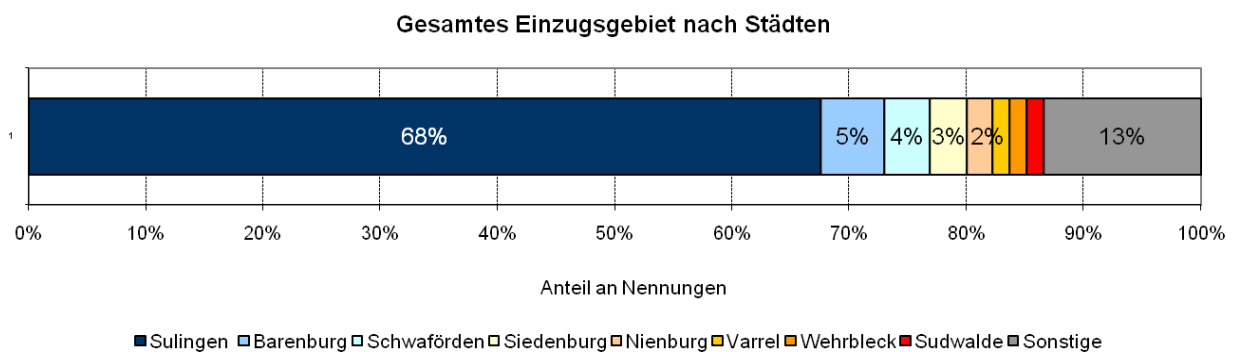
Neben dem überörtlichen Kaufkraftabfluss gibt die Abbildung auch Auskunft über die Relevanz einzelner innerstädtischer Einkaufsziele in Sulingen. Im kurzfristigen Bedarfsbereich, insb. bei den Nahrungs- und Genussmitteln fällt neben dem Innenstadtzentrum auch das Gewerbegebiet Ost als Einkaufsort ins Gewicht. Baumarktartikel werden ebenfalls im Gewerbegebiet Ost (Leymann) sowie im Sun-Park (Hagebaumarkt, Bau King Ranck) nachgefragt.

### **2.3.2 Kundenherkunft und Einzugsbereich von Sulingen**

Im direkten Umfeld der Stadt Sulingen sind die meisten Kommunen als Grundzentrum ausgewiesen, die sich somit auf Sulingen orientieren können. Es ist also nicht davon auszugehen, dass alle Nachbarkommunen die Bedürfnisse ihrer Bürger im mittel- und langfristigen Bedarf jeweils selber abdecken können.

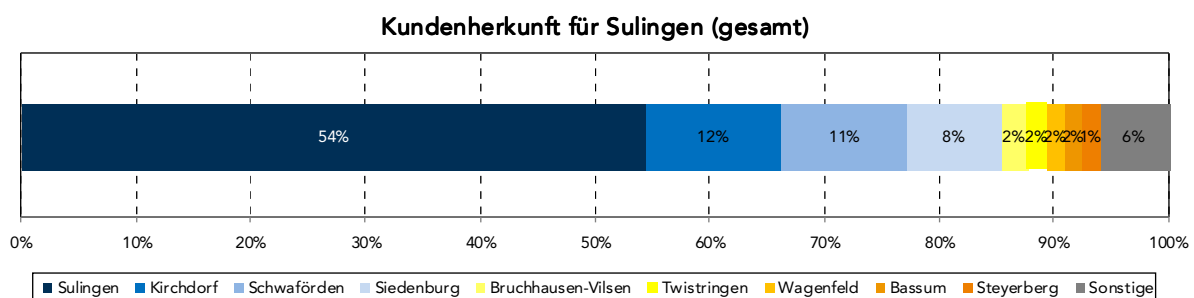
Durch die vorhandenen verkehrlichen Verbindungen – vorzugsweise für den motorisierten Individualverkehr – wird es den potenziellen Kunden aus den benachbarten Kommunen gut ermöglicht, zum umfassenden Einkauf in allen Bedarfsstufen in das Sulinger Innenstadtzentrum oder an andere Standortbereiche zu fahren. Sulingen weist in der dünn besiedelten Region keine Erreichbarkeits- oder Lagevorteile gegenüber den Oberzentren auf, ist durch den großen Einzugsbereich aber Anziehungspunkt für viele Menschen aus dem Umland (vgl. Abbildungen 5 und 6).Abbildung 6

Abbildung 5: Einzugsgebiet von Sulingen (Passantenherkunft)



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 09/2008

Abbildung 6: Einzugsgebiet von Sulingen (Kundenherkunft)



Quelle: Kundenherkunftserhebung Stadt + Handel 09/2008

Insgesamt weist Sulingen damit einen Einzugsbereich auf, der für ein landesplanerisch ausgewiesenes Mittelzentrum vergleichsweise viele Kommunen umfasst. Branchenspezifische Besonderheiten und/oder besondere Einkaufsqualitäten können in Einzelfällen somit zu überörtlichen Verflechtungen und damit zu Kaufkraftzuflüssen führen. Zu solchen Besonderheiten zählen

- Sortimente bzw. Branchen, die in Nachbarkommunen nicht oder nur in geringem Umfang angesiedelt sind
- bestimmte Betriebstypen, sofern sie in den Nachbarstädten unterrepräsentiert sind (z.B. Factory-Outlet-Shops usw.)
- ortsspezifische städtebauliche Qualitäten (Aufenthaltsqualität in der Innenstadt, Erlebniswert der Stadtstruktur)

Sofern solche Besonderheiten für die weiteren Analyse- und Empfehlungsbausteine relevant sind, werden sie nachfolgend gesondert hervorgehoben.

### 2.3.3 Umsatzermittlung, Zentralität und Einzugsbereich

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze<sup>4</sup> im Sulinger Einzelhandel basiert auf allgemeinen und für Sulingen spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zu Grunde gelegt: Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Sulingen und dem Einzugsbereich) eine Datenübersicht des Umsatzes im Sulingen Einzelhandel.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebs (Innenstadtzentrum, Gewerbegebiet, Streulage etc.).

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rund 112 Mio. € brutto je Jahr ermitteln. Rd. 40 % dieses Umsatzes wird durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt (vgl. nachfolgende Tabelle). Rund ein Drittel des Umsatzes entfällt auf mittelfristige Bedarfsgüter und rund ein Fünftel auf die langfristigen Bedarfsgüter.

Gemessen an der vorhandenen Kaufkraft ergibt sich gesamtstädtisch eine Zentralität von 178 %.<sup>5</sup>

---

<sup>4</sup> Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

<sup>5</sup> Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen zugunsten des Umlandes auszugehen.

Tabelle 4: Angebots- und Nachfragedaten für Sulingen in der Übersicht

Warengruppen	VKF (m <sup>2</sup> )	Brutto-Jahresumsatz (Mio. €)	Kaufkraft (Mio. €)	Zentralität	VKF (m <sup>2</sup> ) / Einwohner
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	9.150	35,2	25,1	140 %	0,71
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	2.030	5,8	3,8	151 %	0,16
Blumen, zoologischer Bedarf	890	1,1	0,9	118 %	0,07
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	1.020	3,1	2,4	129 %	0,08
<b>kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>13.090</b>	<b>45,2</b>	<b>32,3</b>	<b>140 %</b>	<b>1,02</b>
Bekleidung	6.850	12,3	5,8	213 %	0,53
Schuhe/Lederwaren	2.380	4,5	1,4	327 %	0,18
Pflanzen/Gartenbedarf	6.240	2,8	1,0	296 %	0,48
Baumarktsortiment i.e.S.	14.530	14,6	6,0	244 %	1,13
GPK/Hausrat/Einrichtungszu-behör	5.070	2,6	0,9	297 %	0,39
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	1.290	2,5	1,4	177 %	0,10
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	1.360	1,7	1,0	173 %	0,11
<b>mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>37.720</b>	<b>41,0</b>	<b>17,4</b>	<b>236 %</b>	<b>2,93</b>
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	590	1,7	0,9	182 %	0,05
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	690	1,4	0,8	184 %	0,05
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	1.480	1,9	0,7	269 %	0,11
Möbel	8.920	9,0	3,6	253 %	0,69
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	710	2,0	1,6	123 %	0,06
Neue Medien	1.320	5,9	4,6	130 %	0,10
Uhren/Schmuck	460	2,1	0,6	324 %	0,04
Sonstiges	870	1,6	0,5	290 %	0,07
<b>langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>15.040</b>	<b>25,6</b>	<b>13,3</b>	<b>192 %</b>	<b>1,17</b>
<b>Gesamt</b>	<b>65.850</b>	<b>111,8</b>	<b>62,9</b>	<b>178 %</b>	<b>5,11</b>

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008, eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 und 2006, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2008, Werte gerundet; Erläuterung: GPK = Glas/Porzellan/Keramik, PBS = Papier/Bürobedarf/Schreibwaren

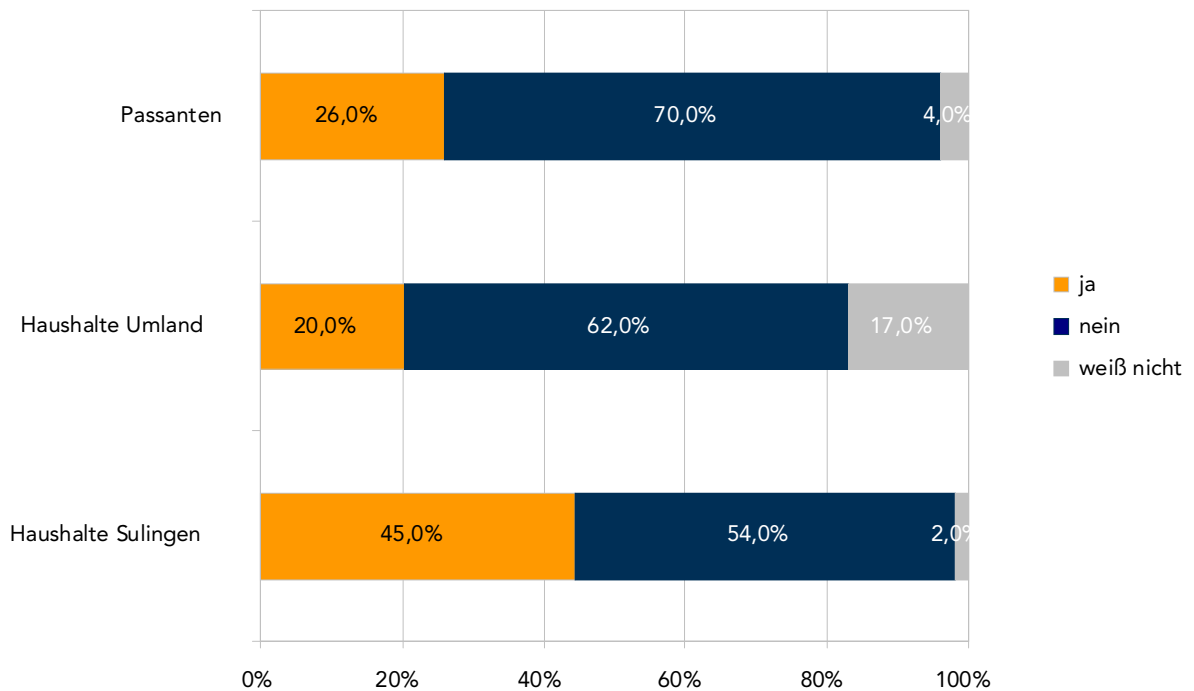
Sulingen kann im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von deutlich über 100 % erreichen. Auch in den übrigen Bedarfsgruppen werden durchweg Zentralitäten von über 100 % erreicht. Im mittelfristigen Bedarfsbereich werden sogar Zentralitäten zwischen 173 % (Sportartikel/Fahrräder/Camping) und 327 % (Schuhe/Lederwaren) erzielt. Die hohe Zentralität im Bereich Schuhe/Lederwaren ergibt sich durch den vorhandenen Fabrikverkauf des Schuhherstellers Lloyd. Dieser Fabrikverkauf im Gewerbegebiet Südwest weist ein spezifisches Einzugsgebiet auf, was weit über den unmittelbaren Nahbereich von Sulingen hinausgeht. Die Einkaufsorientierung gestaltet sich somit innerhalb ihrer Bedarfsgruppeneinteilung sehr unterschiedlich aber durchweg hoch. Insgesamt wird eine Zentralität im mittelfristigen Bedarfsbereich von 236 % erreicht. Im langfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralitätskennziffer bei 192 %. Die insgesamt hohe Zentralität von 178 % in Sulingen bedeutet hohe Kaufkraftzuflüsse für die Stadt und verdeutlicht ihre Funktion als Versorgungsort für das Umland mit einem hohen Bedeutungsüberschuss. Die Gründe liegen in der überdurchschnittlich hohen Verkaufsflächenausstattung je Einwohner, die bei 5, 1 m<sup>2</sup> pro Einwohner (Bundesdurchschnitt: 1, 4 m<sup>2</sup> pro Einwohner) und der guten Betriebsanzahl, die sich über alle Bedarfsbereiche und Sortimentsgruppen verteilt.

Die Zentralitätswerte sind eine wichtige Grundlage u. a. zur Ermittlung von absatzwirtschaftlichen Ansiedlungspotenzialen und werden im Kap. 3.2 daher vertieft wieder aufgegriffen.

#### **2.3.4 Standortbewertungen aus Sicht der Kunden**

In der telefonischen Haushaltsbefragung und in der Passantenbefragung und Händlerbefragung wurden neben den Kaufkraftströmen ergänzend Aspekte qualitativer Art abgefragt. Diese qualitativen Einschätzungen der befragten Haushalte aus Sulingen und den Umlandkommunen, Händler und Passanten runden die quantitativen Analysen u. a. hinsichtlich vermisser Sortimente und der Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Sulingen ab.

Abbildung 7: Vermisste Angebote in Sulingen



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; Passantenbefragung 09/2008; Frage: „Gibt es Sortimente, die Sie beim Einkauf in Sulingen vermissen?“

Es zeigt sich, dass der überwiegende Teil der Befragungsteilnehmer keine Artikel oder Angebote in Sulingen vermisst und mit der gesamtstädtischen Angebotssituation daher im Großen und Ganzen zufrieden ist. Am kritischsten äußern sich dabei im Vergleich zu den Haushalten der Umlandkommunen und den Passanten die Sulinger Haushalte. Hier geben rd. 45 % an etwas zu vermissen. Welche Angebote im Detail vermisst werden veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

**Tabelle 5: Vermisste Angebote in Sulingen (Haushalte Sulingen) im Detail**

Vermisste Angebote	Antworten (in %)
Bekleidung	41 %
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	16 %
Glas /Porzellan/Keramik, Hausrat und Einrichtungsgegenstände	21 %
Schuhe, Lederwaren	14 %

Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; Frage: „Welche Artikel oder Angebote vermissen Sie?“ Mehrfachnennungen möglich; Antworten beziehen sich auf diejenigen, die etwas vermissen

**Tabelle 6: Vermisste Angebote in Sulingen (Haushalte Umlandkommunen) im Detail**

Vermisste Angebote	Antworten (in %)
Bekleidung	44 %
Glas /Porzellan/Keramik, Hausrat und Einrichtungsgegenstände	19 %
Schuhe, Lederwaren	9 %
Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Bild-/Tonträger, PC	9 %

Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; Frage: „Welche Artikel oder Angebote vermissen Sie?“ Mehrfachnennungen möglich; Antworten beziehen sich auf diejenigen, die etwas vermissen

Zu den vermissten Artikeln zählt in erster Linie die Sortimentsgruppe Bekleidung/Wäsche die sowohl von den meisten Haushalten in den Umlandkommunen (44 %) als auch von den Sulinger Haushalten vermisst werden. Mit Abstand folgt der Wunsch nach den Sortimenten Schuhe/Lederwaren und Glas/Porzellan/Keramik, Hausrat und Einrichtungsgegenstände.

Bei einer näheren Bewertung der vermissten Artikel oder Angebote ist zu berücksichtigen, dass in den Nennungen weitere Kundenanforderungen enthalten sind, die aber durch diese Abfrage nicht offen gelegt werden können (z. B. bestimmte Teilsortimente innerhalb der als vermisst genannten Sortimente, ein bestimmter Zielgruppenbezug wie etwa Junge Mode/ Mode für Senioren, sowie bestimmte Ansprüche an Warenqualität, Bedienung, Service und Shopperlebnis). Aus den Nennungen zu vermissten Angeboten ergeben sich daher nicht unmittelbar Hinweise auf marktgerechte Ansiedlungspotenziale. Die Aussagen zu vermissten Angeboten stellen vielmehr einen ersten Hinweis auf eine Standort(un-)zufriedenheit sowie auf Handlungspotenziale dar, die im Weiteren näher überprüft werden müssen.

## **Bewertung des Innenstadtzentrums aus Kundensicht**

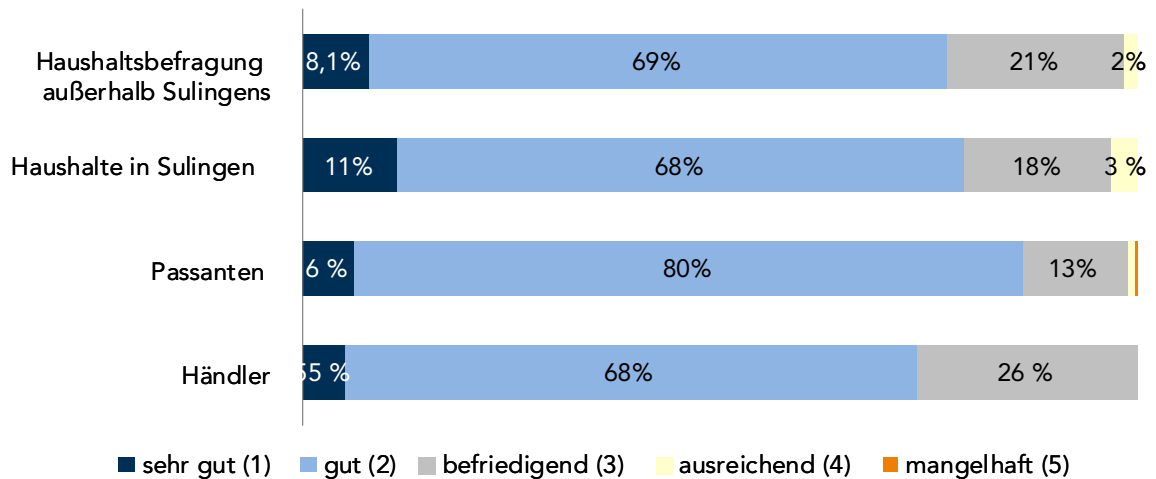
Im Folgenden soll ein genauerer Blick auf das Innenstadtzentrum Sulingens geworfen werden. Die Attraktivität des Innenstadtzentrums wird unter anderem durch folgende Faktoren aus Kundensicht mitbestimmt:

- die Zufriedenheit mit der Vielfalt und Qualität des Warenangebotes
- die Aufenthaltsqualität
- das Parkplatzangebot

Die Haushaltsbefragung endete stets mit einer Befragung zur Gesamtzufriedenheit mit dem Innenstadtzentrum.

Die Zufriedenheit der Kunden mit dem Warenangebot setzt sich aus der Bewertung der Warenvielfalt und der Warenqualität zusammen. Die Warenqualität wird durchweg positiv bewertet. Rd. 70 % der Händler und sogar 80 % der Passanten bewerten die Warenqualität in der Innenstadt als gut oder sogar besser.

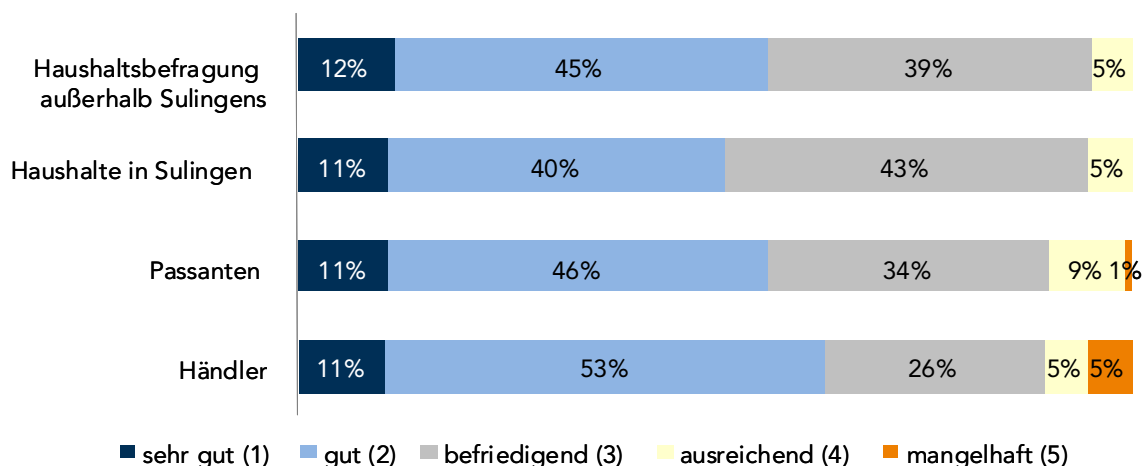
**Abbildung 8: Warenqualität im Innenstadtzentrum**



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; „Mit welcher Schulnote bewerten Sie...?“

Die Warenvielfalt im Innenstadtzentrum von Sulingen wird zwar nicht ganz so positiv bewertet, wie die Qualität. Es werden aber auch hier überwiegend gute Befragungsergebnisse erzielt.

**Abbildung 9: Angebotsvielfalt im Innenstadtzentrum**

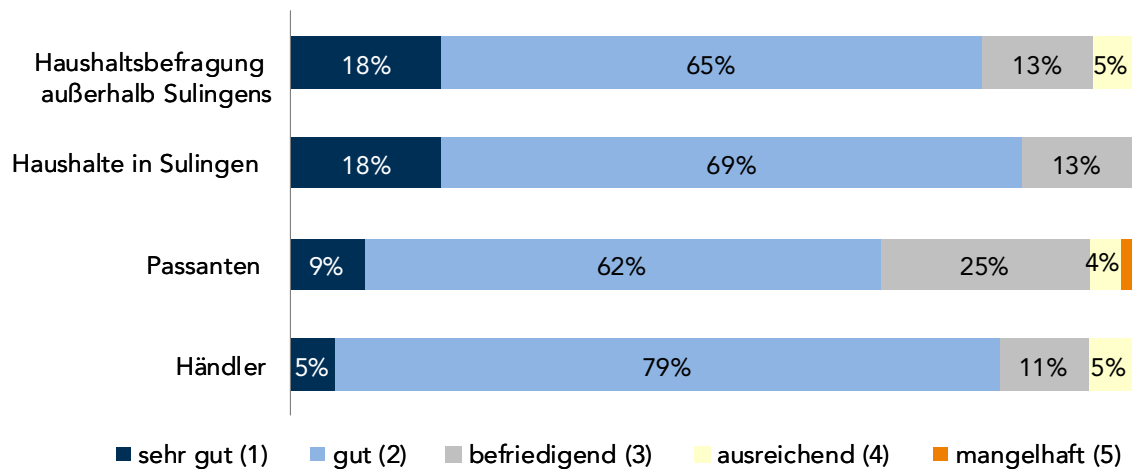


Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; „Mit welcher Schulnote bewerten Sie...?“

Die Attraktivität eines Innenstadtzentrums wird insb. auch durch das vorhandene Erscheinungsbild in Bezug auf die Sauberkeit ausgemacht. In Sulingen empfinden die meisten

Befragten die Innenstadt als sauber und gepflegt. Dies wird durch ein sehr eindeutiges Meinungsbild in der Auswertung deutlich. Mehr als zwei Drittel aller Befragten bewerten die Sauberkeit im Sulinger Innenstadtzentrum als sehr gut oder gut.

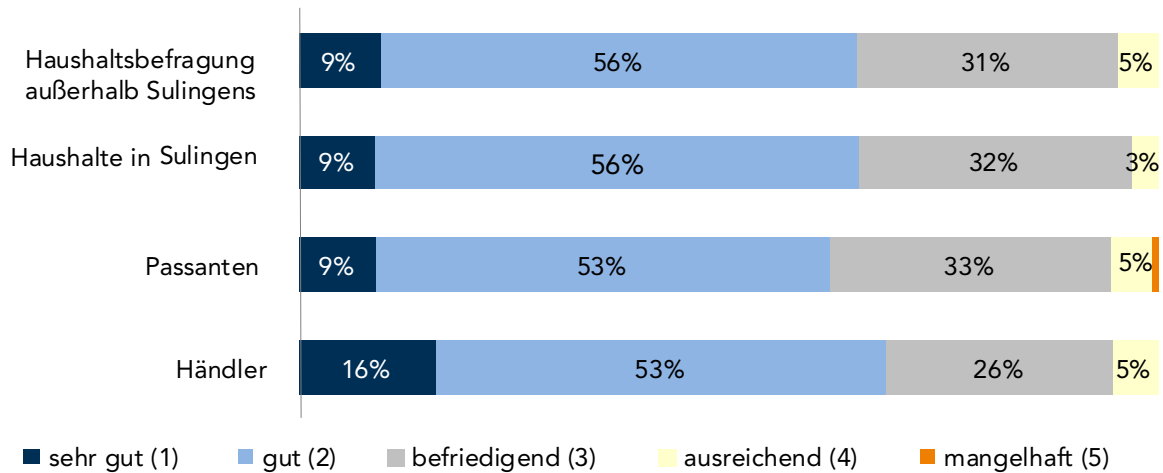
**Abbildung 10: Sauberkeit im Innenstadtzentrum**



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; „Mit welcher Schulnote bewerten Sie...?“

Das Dienstleistungsangebot von Sulingen wird von den befragten Haushalten deutlich positiv bewertet. Mehr als 60 % sagen, dass das Dienstleistungsangebot im Innenstadtzentrum ausreichend ist. Bei den Händlern sind sogar rd. 70 % dieser Meinung.

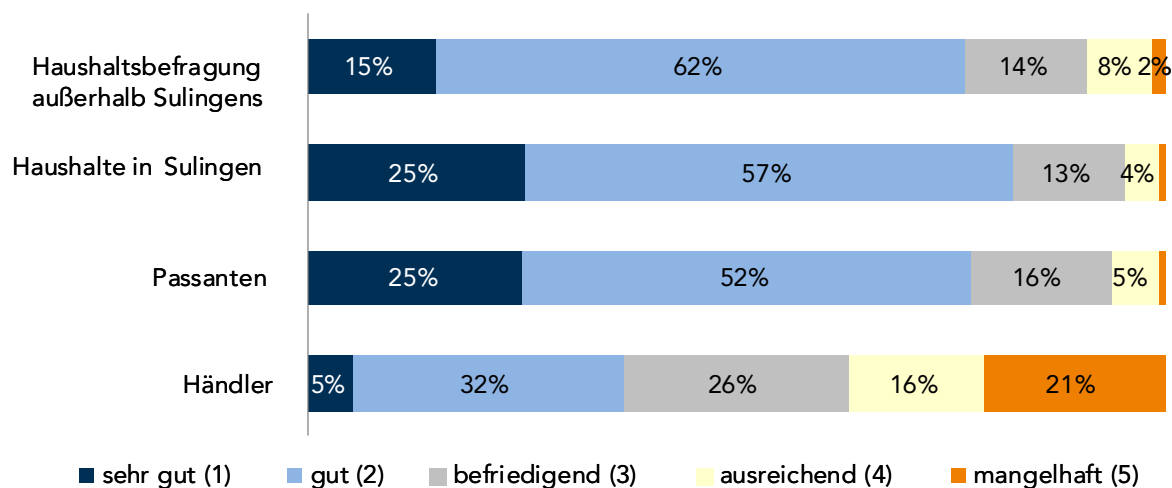
**Abbildung 11: Dienstleistungsangebot im Innenstadtzentrum**



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; „Mit welcher Schulnote bewerten Sie...?“

Bei der Frage nach den Ladenöffnungszeiten im Sulinger Innenstadtzentrum, werden die Aussagen zwischen den einzelnen Befragungsgruppen differenzierter. Während die Haushalte und Passanten auch hier gute Noten verteilen, sind die Sulinger Einzelhändler deutlich unzufriedener. Rd. ein Fünftel bezeichnet die Ladenöffnungszeiten sogar als mangelhaft. Nur etwa 5 % sagen aus, dass die Ladenöffnungszeiten im Zentrum sehr gut seien.

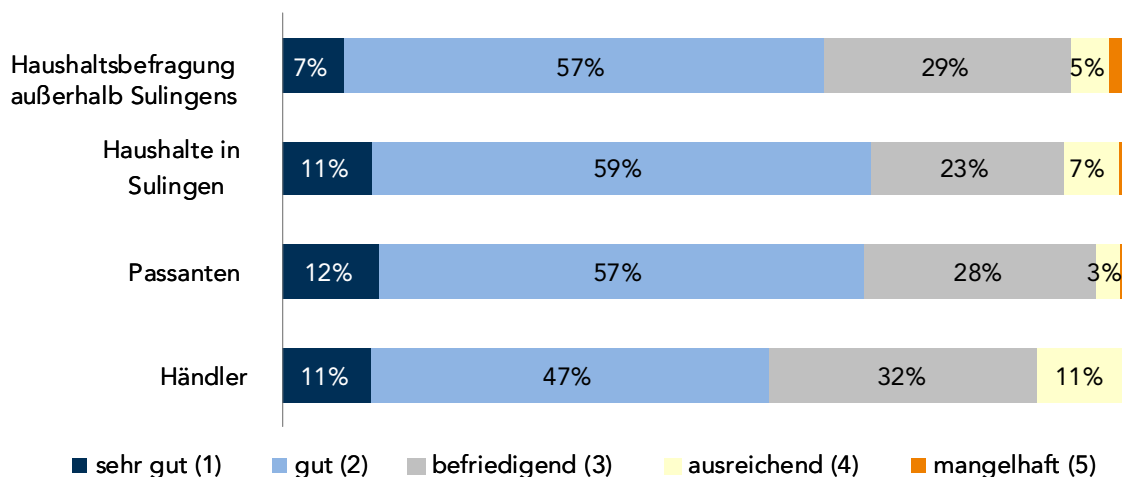
Abbildung 12: Ladenöffnungszeiten im Innenstadtzentrum



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; „Mit welcher Schulnote bewerten Sie...?“

Beim Serviceangebot im Innenstadtzentrum ist das Meinungsbild wieder einheitlich. Rd. 70 % der Sulinger Haushalte und der Passanten bezeichnen den Service als gut oder sehr gut. Bei den Haushalten, die außerhalb Sulingens befragt wurden, sind es 64 %, bei den Sulinger Händlern immerhin noch 58 %.

Abbildung 13: Service im Innenstadtzentrum

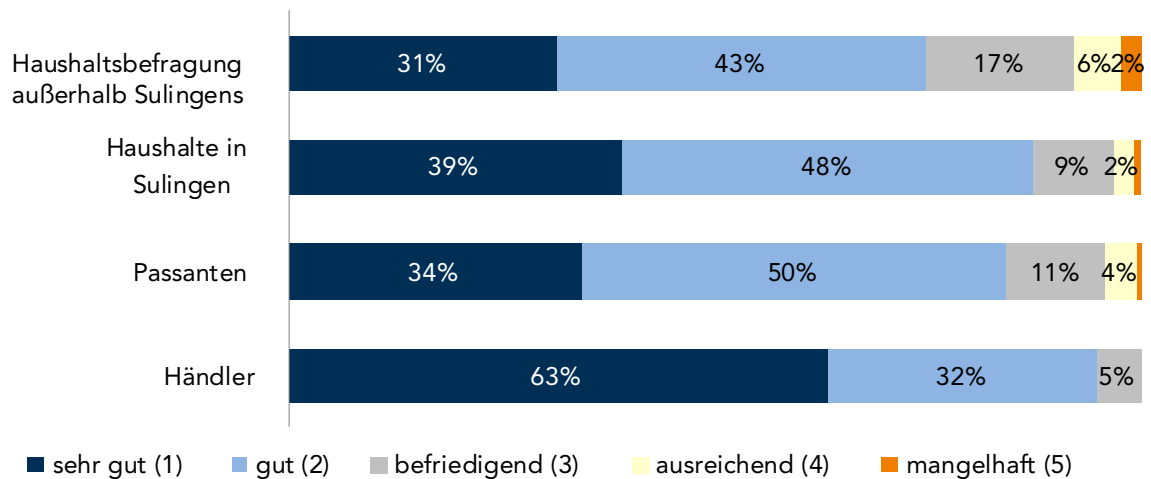


Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; „Mit welcher Schulnote bewerten Sie...?“

Das Parkplatzangebot – für gewöhnlich in Innenstadtzentren ein kontrovers diskutiertes Thema – wird in Sulingen herausragend gut bewertet. Mehr als zwei Drittel der befragten

Haushalte außerhalb Sulingens, 87 % der Sulinger Haushalte sowie 84 % der Passanten bewerten das Angebot als gut oder sehr gut. Bei den Händlern sind es sogar 95 %.

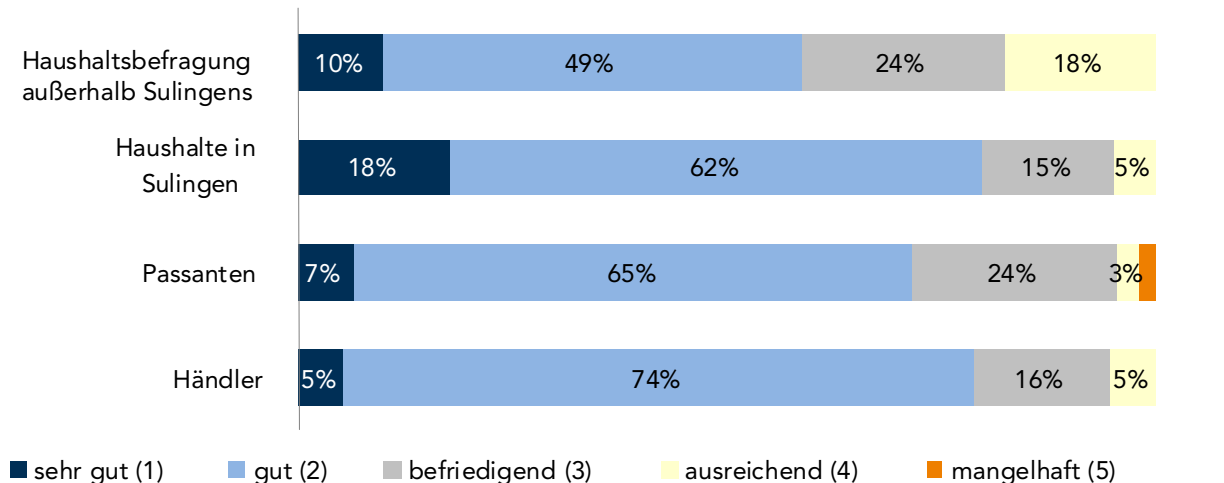
**Abbildung 14: Parkplatzangebot im Innenstadtzentrum**



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; „Mit welcher Schulnote bewerten Sie...?“

Zusammenfassend nach einem Gesamturteil befragt, äußern sich die Befragten bezüglich des Innenstadtzentrums mehrheitlich zufrieden. Es kristallisiert sich insgesamt also eine deutliche positive Kundenzufriedenheit heraus, die einzig im Teilaspekt Ladenöffnungszeiten noch verbessert werden könnte.

Abbildung 15: Gesamturteil Innenstadtzentrum



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 09/2008; „Mit welcher Schulnote bewerten Sie...?“

## 2.4 Analyse und Bewertung der Zentrenstruktur

In der nachfolgenden städtebaulichen Analyse wird das Einzelhandelszentrum Sulingens hinsichtlich städtebaulich-funktionaler Kriterien analysiert und in die Gesamtbewertung des Einzelhandels in Sulingen einbezogen. Wichtiger Bestandteil der städtebaulichen Analyse ist die Definition eines sog. zentralen Versorgungsbereiches in Sulingen zunächst bezogen auf den *vorhandenen* Bestand. An späterer Stelle werden – nach der Erörterung der übergeordneten Entwicklungsziele für den Einzelhandel – zusätzlich zielorientierte Empfehlungen für die *künftige Weiterentwicklung* des Zentrums wie auch der sonstigen Standorte vorgestellt (vgl. Kapitel 4).

Zuvor werden die aktuellen planungsrechtlichen Rahmenvorgaben und die erforderlichen Abgrenzungskriterien für einen zentralen Versorgungsbereich dargestellt.

### 2.4.1 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Abgrenzungskriterien

Die Innenstädte sind städtebaurechtlich und landesplanerisch ein Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen und der aktuellen Rechtsprechung ergeben.

## Neue Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die letzte Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB), und das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung vereinfachter Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Einerseits zeichnet sich durch die Gesetzesnovellen ein erheblicher Bedeutungszuwachs des Schutzes zentraler Versorgungsbereiche im Bundes- wie auch im Landesrecht ab. Andererseits waren viele mit diesen Rechtsnormen verbundene – insbesondere unbestimmte – Rechtsbegriffe noch durch Auslegungsunsicherheiten in der Praxis und der täglichen Anwendung geprägt<sup>6</sup>, die erst durch neuere relevante Urteile thematisiert und damit in Teilen deutlich konkretisiert wurden.<sup>7</sup>

## Kurzübersicht über die Festlegungskriterien

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu den zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelsentwicklungskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.<sup>8</sup>

In der städtebaulich-funktionalen Analyse dieses Konzeptes werden insgesamt folgende Aspekte berücksichtigt:

---

<sup>6</sup> Stadt + Handel 2005 und 2006

<sup>7</sup> z.B. OVG Lüneburg, Urteil 1 ME 172/05 vom 30.11.2005; OVG Münster, Urteil 7 A 964/05 vom 11.12.2006; VG Gelsenkirchen, Urteil 10 K 6950/04 vom 03.05.2006; BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007

<sup>8</sup> Deutscher Bundestag 2004: S. 54 (Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004)

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte, Funktion und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes
- Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Zentren- und Versorgungsfunktionen wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur
- städtebauliche Dichte sowie stadthistorische Aspekte
- Lage innerhalb des Siedlungsgebietes, die verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, die verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen für das Zentrum wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen
- sowie die Gestaltung und Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches kann zudem potenzielle und städtebaulich-funktional vertretbare Erweiterungsbereiche berücksichtigen.<sup>9</sup> Eine sinnvolle und notwendige Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfährt ein zentraler Versorgungsbereich allerdings stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen stehen und deren Entwicklungsoptionen nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen werden sollten.

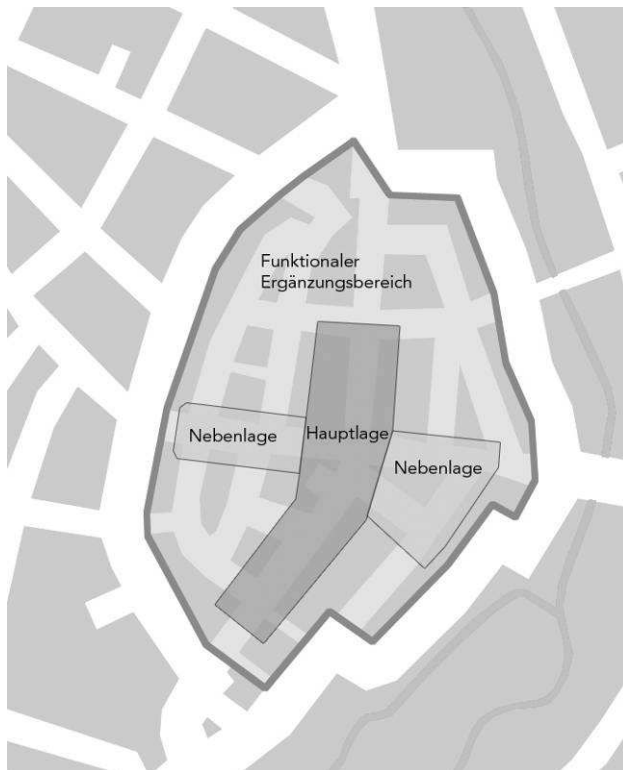
Der zentrale Versorgungsbereich (hier: das Innenstadtzentrum) sollten in innere Lagekategorien unterteilt werden, um die Zielgenauigkeit der Empfehlungen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes zu erhöhen (vgl. folgende Abbildung).

Wie in der Einleitung bereits angedeutet kommt dem Schutz des zentralen Versorgungsbereiches städtebaurechtlich, landesplanerisch und auch aus Gründen der Stadtentwicklungsziele eine hohe Bedeutung zu. Der räumlich abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich der Stadt Sulingen bildet daher die notwendige Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzungsempfehlungen in diesem Konzept.

---

<sup>9</sup> Die zukünftigen Entwicklungsoptionen und -empfehlungen für die den zentralen Versorgungsbereich werden im Zentren- und Standortkonzept (vgl. Kap. 5.1) erörtert.

**Abbildung 16: Modellhaftes Schema einer inneren Differenzierung von räumlich-funktional geprägten Lagen innerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs**



Quelle: eigene Darstellung

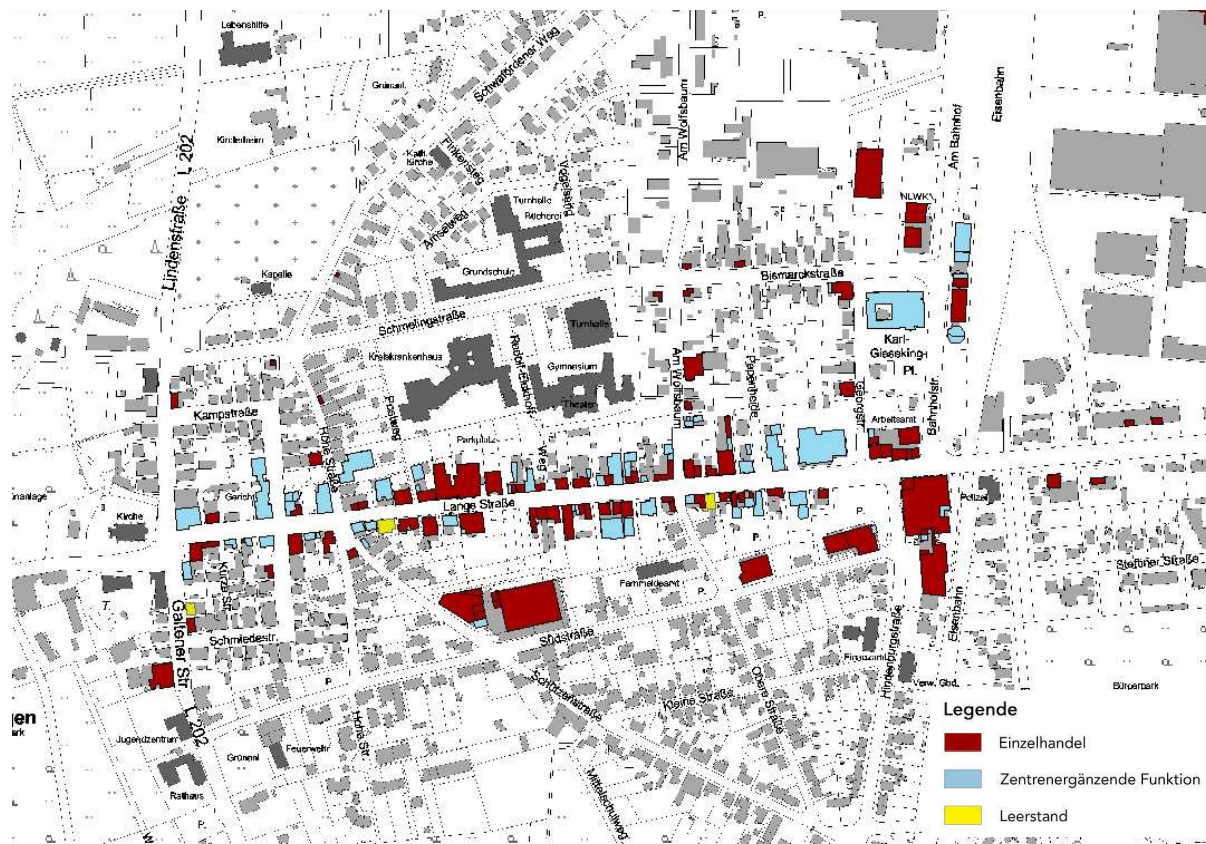
### 2.4.2 Standortmerkmale des Innenstadtzentrums

Das Innenstadtzentrum ist mit einem Anteil von rund 58 % aller Einzelhandelsbetriebe und 37 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der Einkaufsschwerpunkt im Stadtgebiet (vgl. Table 3). Das Innenstadtzentrum verfügt über eine große Angebotsvielfalt in allen Branchen, Betriebstypen und -größen. Städtebaulich weist es Zentrenmerkmale wie städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und gehobene Aufenthaltsqualität auf.

#### Räumliche Ausprägung und verkehrliche Anbindung des Innenstadtzentrums

Das Innenstadtzentrum bildet den Siedlungsschwerpunkt der Stadt. Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen erstreckt es sich hauptsächlich an der Lange Straße, die gekreuzt wird von der Galtener Straße im Westen. Im Osten wird sie von der Bahnhofstraße begrenzt. Die abwechslungsreiche Architektur bildet zusammen mit der ansprechenden Gestaltung des öffentlichen Raumes eine angenehme Einkaufsatmosphäre. Unterstützt wird diese durch die Ausweisung der Hauptlage als verkehrsberuhigte Straße.

Abbildung 17: Innenstadtzentrum (Bestandsstruktur)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Kartengrundlage: Stadt Sulingen

Für den motorisierten Individualverkehr besteht eine gute Anbindung durch die überörtlichen Verbindungsstraßen. Die Lange Straße als Hauptgeschäftsbereich kann von allen Seiten gut mit dem MIV angefahren werden. Größere ebenerdige Stellplatzanlagen befinden sich z. B. an der an den beiden Magnetbetrieben E-Center und Kaufhaus Ranck.

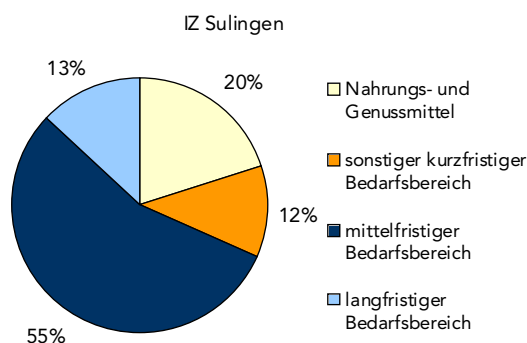
Das Innenstadtzentrum wird durch den öffentlichen Personennahverkehr im Bereich Bahnhofstraße durch den vorhandenen Busbahnhof leistungsfähig erschlossen. Im Wesentlichen kann das Innenstadtzentrum aus allen Stadtbereichen per Linienbus erreicht werden.

## Angebotschwerpunkte und Fristigkeitsstufen

Der Schwerpunkt des Einzelhandelsangebotes im Innenstadtzentrum liegt gemessen an der Verkaufsfläche mit rd. 6.360 m<sup>2</sup> im Bereich Bekleidung. Nachfolgend verzeichnet die Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel im Innenstadtzentrum eine Verkaufsfläche von rd. 3.620 m<sup>2</sup>. Die Verkaufsflächen der sonstigen Sortimentsgruppen betragen zwischen rd. 30 m<sup>2</sup> und 2.830 m<sup>2</sup>.

Das Angebot generiert sich in der Summe überwiegend aus Sortimenten des mittelfristigen Bedarfsbereichs (vgl. folgende Abbildung). Dieses Angebot wird neben Bekleidung insbesondere durch die Branchen Schuhe/Lederwaren und Glas/Porzellan/Keramik/Hausrat/Einrichtungszubehör gebildet. Aber auch Sortimente des langfristigen Bedarfsbereichs werden zu rd. 13 % der Gesamtverkaufsfläche angeboten. Der langfristige Bedarfsbereich wird durch die Warengruppe Neue Medien/Unterhaltungselektronik geprägt.

**Abbildung 18: Fristigkeitsstruktur nach Verkaufsfläche im Innenstadtzentrum**



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008

Die Ausstattung nach Fristigkeitsstufen ist gemessen an der landesplanerischen Zentralitätsstufe des Mittelzentrums insgesamt als der Funktion angemessen zu bewerten. Wie in vielen weiteren Mittelzentren stellt jedoch auch der kurzfristige Bedarfsbereich mit rund einem Drittel der Verkaufsflächen – davon wiederum rd. zwei Drittel Nahrungs- und Genussmittel – einen bedeutenden Angebotsfaktor im Innenstadtzentrum dar.

## Magnetbetriebe und Kundenläufe

Das Kaufhaus Ranck und das Textilkaufhaus Röhe sind die größten Innenstadtbetriebe der Warengruppe Bekleidung. Innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind zudem ein Supermarkt (K+K) und ein Verbrauchermarkt (E-Center) angesiedelt.

Ein Kundenlauf ergibt sich im Wesentlichen an der Lange Straße sowie an der kreuzenden Bahnhofstraße. An deren Schnittstelle befinden sich der Marktplatz und der innerstädtische Busbahnhof.

Der größte Magnetbetrieb Kaufhaus Ranck bildet zusammen mit dem E-Center eine „Knochenstruktur“. Zwischen diesen beiden Polen bildet sich der höchstfrequentierte Bereich des Sulinger Innenstadtzentrums heraus. Der Hauptlauf ist also eindeutig linear geprägt und bildet sich eher im östlichen Teil der Lange Straße ab. Der westliche Teil, zwischen Galtenener Straße und Schützenstraße ist eher durch zentrenergänzende Funktionen geprägt. Hier finden sich vornehmlich Gastronomie und Hotels.

Abbildung 19: Strukturelemente des Sulinger Innenstadtzentrums



Quelle: eigene Darstellung; Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Kartengrundlage Stadt Sulingen

Die Magnetbetriebe prägen nicht allein die Struktur der Hauptlage bzw. des Hauptlaufs, sondern sind wesentliche Frequenzbringer für das Innenstadtzentrum als Ganzes. Ihnen kommt im Einzelnen als auch im Verbund eine besonders hohe städtebaulich-funktionale Bedeutung zu.

Trotz der unstrittig erkennbaren Leitfunktion des Einzelhandels ist der analytische Blick ergänzend auf die weiteren Zentrenfunktionen im Innenstadtzentrum zu richten, wenn die Struktur und die Funktionsweise des Zentrums vollständig dargestellt und bewertet werden soll: die großen wie auch kleineren Verwaltungs- und Dienstleistungseinrichtungen, Banken, Kultur- und Bildungseinrichtungen sowie die Gastronomie- und Freizeitangebote übernehmen neben dem Einzelhandel selbst – wie oben bereits dargestellt – zusätzlich Magnetfunktionen. Nicht zuletzt fungieren auch die größeren Stellplatzanlagen und der Busbahnhof als Frequenzbringer, die Kunden in das Innenstadtzentrum leiten oder wieder abreisen lassen.

## Vielfalt und Qualität des Einzelhandelsangebotes

84 Einzelhandelsbetriebe stellen schon aufgrund der reinen Anzahl ein bedeutendes Angebot dar, das zu einem umfassenden Versorgungseinkauf und einem abwechslungsreichen Shopping-Erlebnis führt.

Trotz der bereits beschriebenen Verkaufsflächenschwerpunkte in bestimmten Branchen bietet das Innenstadtzentrum insgesamt eine sehr breite Angebotsvielfalt. In jeder einzelnen Warengruppe findet der Kunde ein Einzelhandelsangebot. Es gibt zum Beispiel 12 Betriebe mit der Hauptwarengruppe Bekleidung, 16 der Hauptwarengruppe Nahrungs- und Genussmittel und 6 der Warengruppe Medizinische und orthopädische Artikel /Optik.

## Verkaufsflächenstruktur

Das Sulinger Innenstadtzentrums ist auch hinsichtlich der Verkaufsflächenstruktur sehr ausgewogen. Es sind sowohl kleinflächige Fachgeschäfte als auch Discounter und Warenhäuser vorhanden.

Die Kleinteiligkeit (bzw. anders ausgedrückt Feingliedrigkeit) ist prinzipiell positiv zu bewerten, da sie auf gleicher Fläche zu einer größeren Sortimentsdichte und Angebotsvielfalt führt und daher aus Kundensicht einen überaus abwechslungsreichen Einkauf ermöglicht. Insofern ergänzt die Vielfalt der kleinen Fachgeschäfte städtebaulich-funktional die Bedeutung der großen Magnetbetriebe für die Funktionalität des Innenstadtzentrums.

Aus der Feingliedrigkeit ergibt sich ein Problem für die Innenstadt-Gesamtattraktivität erst dann, wenn

- den kleinen Fachgeschäften zu wenige große Anbieter gegenüberstehen oder die großen Magnetbetriebe gänzlich fehlen
- eine räumliche Unausgewogenheit von großen bzw. kleinen Ladeneinheiten vorherrscht, so dass sich attraktive Kundenläufe nicht optimal entwickeln können
- etwa aufgrund einer kleinteiligen historischen Bausubstanz bzw. Parzellenstruktur keine Ansiedlungsflächen für größere ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe zur Verfügung stehen<sup>10</sup>
- oder wenn aufgrund der je Laden zur Verfügung stehenden Verkaufsfläche insgesamt zwar eine breite, nicht aber eine tiefe Sortimentsstruktur angeboten werden kann

Diesen Problemen steht das Sulinger Innenstadtzentrum momentan nicht gegenüber.

---

<sup>10</sup> Auch nicht unter Berücksichtigung der Möglichkeit, Verkaufsflächen benachbarter Gebäude zusammenzulegen, vertikal (in die Höhe und in die Untergeschosse) und horizontal (auf rückwärtige oder andere benachbarte Bereiche) neue Geschossflächen zu gewinnen oder durch Nutzungsverlagerung und Neustrukturierung von Arealen neue Einzelhandelsflächen zu gewinnen

## Zentrenergänzende Funktionen

Zusätzlich zu den einzelhandelsrelevanten Nutzungen steigern Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen die Attraktivität eines Innenstadtzentrums. Daher sollte die städtebauliche Bewertung zentraler Versorgungsbereiche öffentliche und private Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen einbeziehen.

In Sulingen wurden neben 84 Einzelhandelsbetrieben ferner 82 ergänzende Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen allein in Erdgeschosslage im Innenstadtzentrum kartiert. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken, Reisebüros, Reinigungen, Schneidereien und wellnesorientierten Angeboten zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Wie oben bereits erörtert stellen größere Verwaltungsstellen, Schulen, Banken sowie eine Postagentur relevante Frequenzbringer für den Einzelhandel und alle übrigen Zentrennutzungen dar.

## Innere Organisation des Innenstadtzentrums: Hauptlage und Nebenlagen

Zur inneren Differenzierung des Sulinger Innenstadtzentrums werden die Bereiche mit höchster und hoher Funktionsdichte sowie die funktionalen Ergänzungsbereiche im zentralen Versorgungsbereich näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt anhand der städtebaulichen und der handelsprägenden Struktur. Als Bereich mit höchster Funktionsdichte wird kann die „beste Adresse“ eines Geschäftsbereichs bezeichnet werden. Eine hohe Handelsdichte sowie hohe Passantenfrequenzen sind charakteristisch.

## Ladenleerstand und Trading-down-Effekte

Im Innenstadtzentrum standen zum Zeitpunkt der Bestandsaufnahme insgesamt 3 Ladenlokale leer. Bezogen auf das Innenstadtzentrum ergibt sich hier eine Leerstandsquote von rd. 2 % an allen verfügbaren Ladenlokalen. Aufgrund dieser geringen Anzahl fallen die Leerstände somit aus Kundensicht kaum ins Auge.

## Zwischenfazit: Städtebaulich-funktionale Bewertung des Innenstadtzentrums

Das Innenstadtzentrum ist der Kern aller gesamtstädtischen Einzelhandelsaktivitäten und der bedeutendste Standort für viele weitere Aktivitäten (Inanspruchnahme von Verwaltungsdiensten, Bildung, Gastronomie, Freizeit, Kultur etc.). Aufgrund der Komplexität des innerstädtischen Nutzungsgefüges ist es überaus anspruchsvoll, eine städtebaulich-funktionale Gesamtbewertung des Zentrums vorzunehmen. Aus Sicht der Einzelhandelsanalyse und der Bewertung der vorgestellten Ausstattungskriterien lassen sich für das Innenstadtzentrum von Sulingen folgende Stärken festhalten:

- ein hohes Standortgewicht gemessen an der Zahl der Einzelhandelsbetriebe und am gesamtstädtischen Verkaufsflächenanteil

- eine überaus hohe Einzelhandelsdichte in der sich herausbildenden Knochenstruktur
- mehrere große Magnetbetriebe und gleichzeitig Abwechslungsreichtum durch die Anzahl und Branchenvielfalt kleiner Fachgeschäfte
- eine überwiegend sehr ansprechende Gestaltung der öffentlichen Räume, eine hohe Aufenthaltsqualität und eine vielfältige Gebäude- und Stadtstruktur
- zahlreiche bedeutende zentrenergänzende Funktionen in der Fußgängerzone oder in unmittelbarer Nähe

Gleichzeitig lassen sich einige Schwachpunkte erkennen:

- die Kundenläufe konzentrieren sich auf einen Teil der Langen Straße und sind somit sehr linear; außerdem erstreckt die Einkaufsstraße sich über eine sehr große Strecke
- die Öffnungszeiten der Betriebe sind in der Mittagszeit uneinheitlich

Wie bereits in Kapitel 2.2 dargestellt, wird das Innenstadtzentrum von den Sulinger Haushalten insgesamt überaus positiv bewertet. Die Haushalte bewerten die Angebotsvielfalt, die sich in der rein quantitativen Analyse nach Branchen und Betriebstypen deutlich darstellt, insgesamt sehr positiv. Aus Kundensicht ist – wie bereits dargestellt – das Thema Öffnungszeiten im Innenstadtzentrum nur heterogen bewertet worden.

Handlungsbedarfe für die künftige strategische Weiterentwicklung ergeben sich im Wesentlichen daraus, dass die genannten positiven Standortfaktoren im Einzelnen wie in der Summe für die Zukunft gesichert werden sollten.

Trotz der überwiegend positiven Gesamtbewertung aus Kundensicht wie aus fachgutachterlicher Sicht ergibt sich weiterer Handlungsbedarf auch aufgrund der Tatsache, dass die Konkurrenz (Nachbarstädte, Standorte in nicht integrierter Lage) aktiv ihre Standorte weiterentwickelt. Stillstand würde daher für das Innenstadtzentrum Rückschritt bedeuten. Im Einzelnen sollte z. B. überprüft werden,

- wie die Struktur der Magnetbetriebe für die Zukunft weiterzuentwickeln ist, ohne die kompakte Dichte des Einzelhandelsbesatzes im Innenstadtzentrum zu gefährden
- wie mikroräumliche Lagen (und auch einzelne Immobilien) in ihrer Attraktivität gesichert oder auch gesteigert werden können

## 2.5 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Sulingen

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Sulingen vertieft analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung insbesondere flächendeckend in den Wohngebieten gewährleistet wird.

Die Nahversorgungsangebote unterliegen bundesweit einem rasanten Strukturwandel, der verbunden ist mit Standortaufgaben bzw. -verlagerungen, Betriebserweiterungen und Veränderungen der Betriebstypen. Als Folge des Strukturwandels wächst zwar in der Regel die Verkaufsflächensumme insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, durch die Konzentrationsprozesse auf weniger Standorte reduziert sich allerdings gleichzeitig die flächendeckende Angebotsdichte. Neue strukturell unterversorgte Wohngebiete sind nicht selten eine stadtentwicklungspolitisch ungewünschte Auswirkung.

In diesem Leistungsbaustein wird insbesondere die Frage geklärt, welche Siedlungsbereiche aktuell bereits nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten versorgt werden bzw. in welchen Bereichen diese kurz- bis mittelfristig wegbrechen könnten. Im instrumentellen, umsetzungsbezogenen Teil dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes werden die konzeptionellen Empfehlungen zur Sicherung und Fortentwicklung der Nahversorgungsstruktur für Sulingen zusammengefasst (vgl. Kap. 4.2).

## **Gesamtstädtische Angebotsdaten zur Nahversorgung**

Sulingen verfügt gesamtstädtisch über eine sehr gute quantitative Ausstattung im Bereich Nahversorgung. So liegt z.B. die durchschnittliche Verkaufsfläche je Einwohner mit 0,71 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rund 0,35 m<sup>2</sup> (vgl. folgende Tabelle). Die erreichte Einkaufsorientierung auf Sulingen weist darauf hin, dass nur wenig Kaufkraft für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in umliegende Kommunen abfließt. Andersherum formuliert: das Warenangebot ist quantitativ und qualitativ derart gut, dass die Sulinger Bürger sich nicht im Umland versorgen müssen.

Die Zentralitätskennziffer von 140 % verdeutlicht zudem, dass Sulingen als Mittelzentrum über das Stadtgebiet hinaus auch eine weitere Versorgungsfunktion für das Umland einnimmt.

**Tabelle 7: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Sulingen gesamt**

<b>Einwohner</b>	12.892
<b>Verkaufsflächenausstattung NuG</b>	9.150 m <sup>2</sup> VKF
<b>VKF-Ausstattung je Einwohner</b>	0,71 m <sup>2</sup> VKF/EW <small>(im Bundesschnitt 0,35 m<sup>2</sup>)</small>
<b>Jahresumsatz NuG</b>	rund 35 Mio. €
<b>Eigenbindung NuG</b>	Rd. 98 %
<b>Zentralitätskennziffer NuG</b>	140 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk und Getränke; eigene Berechnungen auf Basis EHI 2005 bis 2007, IfH 2005, Lebensmittelzeitung 2007, BBE 2008; Umsatz auf 0,5 Mio. € gerundet

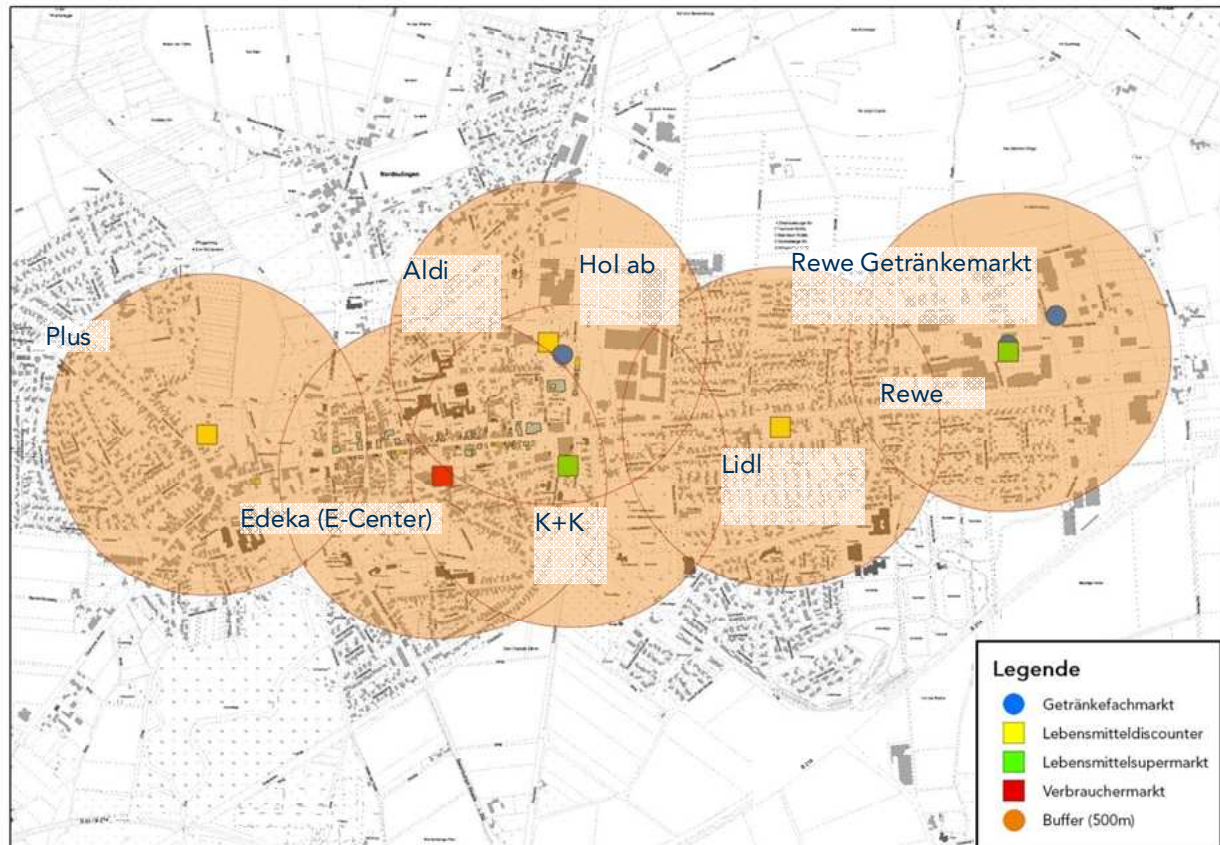
Trotz der sehr guten quantitativen Ausstattungsdaten wird nachfolgend ein genauerer Blick auf das gesamte Stadtgebiet geworfen, um die räumliche Versorgungsqualität stadtteilbezogen zu bewerten und um Versorgungslücken im Nahbereich zu identifizieren.

### Versorgungskriterien für die Nahversorgung

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte (incl. Getränkemärkte) mit über 300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann. Die nachfolgende Abbildung veranschaulicht das derzeitige Grundgerüst der Lebensmittel-Nahversorgung für das Stadtgebiet von Sulingen.

Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden. In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten. Nachstehende Abbildung gibt einen Überblick über die gesamtstädtische Nahversorgungsstruktur.

Abbildung 20: Die Nahversorgungsstruktur im Überblick



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; eigene kartografische Bearbeitung; Kartengrundlage: Stadt Sulingen

Abbildung 20 zeigt, dass das Nahversorgungsangebot in Sulingen trotz des erkennbaren Schwerpunktes im Innenstadtzentrum, vergleichsweise ausgewogen über das Stadtgebiet verteilt ist. Allenfalls in den kleineren Ortslagen außerhalb des Hauptsiedlungsbereiches ergeben sich Defizite der *nähräumlichen* Versorgung (z.B. Groß Lessen, Klein Lessen), die aber aufgrund der geringen Mantelbevölkerung in diesen Bereichen nicht über eine klassische Nahversorgung behoben werden können.

Weitere Entwicklungsmaßnahmen bezüglich der Nahversorgung werden sich also zukünftig weiterhin auf den Hauptsiedlungsbereich konzentrieren, der sowohl was die räumliche Verteilung als auch den Betriebstypenmix angeht sehr gut aufgestellt ist. Insgesamt ergibt sich – abgesehen von der Aufgabe der Sicherung dieser sehr guten Ausgangslage – kein aktueller stadtplanerischer Handlungsbedarf zur Optimierung der gesamtstädtischen Nahversorgungsstruktur in Sulingen.

## 2.6 Analyse und Bewertung sonstiger Standortagglomerationen

Neben dem beschriebenen Zentrum sind im Rahmen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes weitere Einzelhandelsstandorte zu berücksichtigen, sofern diese in der gesamtstädtischen Perspektive eine Bedeutung für das aktuelle und das potenzielle Nahversorgungsgerüst oder als Ergänzungsstandort zu den Zentren aufweisen.

Diesen Standorten ist gemeinsam, dass sie zwar eine gewisse Einzelhandelsagglomeration darstellen (ggf. auch ergänzt um weitere einzelhandelsnahe Dienstleistungen oder sonstige Einrichtungen), dass sie aber gleichzeitig jeweils nicht die notwendigen Kriterien erfüllen, um aus dem Bestand heraus als sog. zentraler Versorgungsbereich bewertet zu werden.

### Einzelhandelsagglomerationen in nicht integrierter Lage

Mehrere weitere Standorte sind gesamtstädtisch für den Einzelhandel von Bedeutung, die allerdings in überwiegend städtebaulich nicht integrierter Lage<sup>11</sup> liegen. Dabei handelt es sich in Sulingen um Einzelhandelsagglomerationen in Gewerbegebieten, die sich dadurch auszeichnen, dass sie

- nicht über die Ausstattungs- und Strukturmerkmale eines zentralen Versorgungsbereiches verfügen
- überwiegend durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt sind
- überwiegend nicht in Wohnsiedlungsbereiche unmittelbar eingebettet sind
- ganz überwiegend für den autoorientierten Großeinkauf genutzt werden
- nicht primär der Versorgung ihres Nahbereichs dienen, sondern wenn ihre Angebotsstruktur insbesondere auf größere Stadtbereiche oder gar die gesamtstädtische oder überörtliche Versorgung ausgerichtet ist

Ein Einzelhandelsentwicklungskonzept sollte klarstellen, welche Aufgabenzuweisung und Aufgabenteilung im Rahmen eines ausgewogenen gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzepts *künftig* sinnvoll erscheinen (dieses ist Teil der konzeptionellen Bausteine, vgl. Kapitel 4).

Nachfolgend sind die sonstigen Einzelhandelsagglomerationen in nicht-integrierten Lagen tabellarisch aufgeführt.

---

<sup>11</sup> Zu den städtebaulich nicht integrierten Lagen zählen insbesondere gewerblich geprägte Gebiete; vgl. Glossar.

**Tabelle 8: Einzelhandelsagglomerationen in nicht-integrierter Lage in Sulingen**

	Gewerbegebiet Ost	Gewerbegebiet West	Gewerbegebiet Südwest	Sun-Park
Anzahl EH-Betriebe	10	2	2	2
Anteil gesamtstädtisch	7 %	1 %	1 %	1 %
Verkaufsfläche [m <sup>2</sup> ]	21.500	240	1.050	10.110
Anteil gesamtstädtisch	33 %	< 1 %	1 %	15 %
Größte EH-Betriebe am Standort	Leymann Rewe Hammer	Star Tankstelle Aral Tankstelle	Lloyd Fischer Fine Sweets	Hagebaumarkt Bau King Ranck

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008

In der Zielperspektive zur weiteren Entwicklung dieser Standorte (hierzu Näheres in Kapitel 4.3) ist zu erörtern, welche räumlichen Entwicklungspotenziale diese Standort (noch) aufweisen, wie die Sortimentsstruktur im Sinne eines ausgewogenen gesamtstädtischen Zentren- und Standortkonzepts gewinnbringender aufgestellt werden könnte, und welche weiteren Entwicklungsempfehlungen auch im Sinne einer Arbeits- und Funktionsteilung dieser Standorte vor allem mit dem Innenstadtzentrum formuliert werden sollten.

## 2.7 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelsituation in Sulingen

Die derzeitige Einzelhandelssituation in Sulingen kann insgesamt als positiv bewertet werden. Daher fällt auch der erkennbare Handlungsbedarf entsprechend gering aus, wobei im Konzeptteil dieses Berichts die Abhängigkeiten, die zwischen den einzelnen Stellgrößen und Einflussfaktoren bestehen, nicht aus dem Auge gelassen werden dürfen.

Zu den für den Einzelhandel in Sulingen wesentlichen Rahmenbedingungen zählt:

- Die Kaufkraft in Sulingen liegt unter dem Bundesdurchschnitt
- Sulingen liegt in einem siedlungsstrukturell dünnbesiedelten Raum mit einem weiten Einzugsbereich
- Es gibt in der Umgebung eine Reihe ausgewiesener Grundzentren, die sich deutlich auf Sulingen ausrichten
- Sulingen ist geprägt durch ein mehrgliedriges Siedlungsgebiet, in dem aber rd. 81 % der Einwohner im Hauptsiedlungskörper wohnen und nur 19 % auf die äußeren Siedlungsbereiche verteilt sind

Als positiv zu bewertende Standortfaktoren können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Von den 144 Einzelhandelsbetrieben sind knapp 60 % im Innenstadtzentrum angesiedelt, wodurch sich eine starke Einzelhandelsausstattung im Innenstadtzentrum ergibt
- Das Innenstadtzentrum erreicht eine insgesamt gute strukturelle Ausstattung: mehrere Frequenz bringende Magnetbetriebe verschiedener Branchen, eine hohe Vielfalt der Fachgeschäfte, eine interessante, abwechslungsreiche städtebauliche Struktur mit guter Aufenthaltsqualität sowie nicht zuletzt viele weitere Zentrenfunktionen mit Bedeutung für die Kundenfrequenz und die Gesamtfunktionalität des Zentrums
- Diese gute strukturelle Ausstattung spiegelt sich auch in einer sehr deutlichen Kundenzufriedenheit mit dem Innenstadtzentrum wider
- Die ermittelte Einzelhandelszentralität von 178 % ist als überaus hoch zu bewerten
- Gleiches trifft auf Einkaufsorientierung in vielen Warengruppen zu.
- Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel ergibt sich rein aus den quantitativen Ausstattungsdaten kein stadtplanerisches Optimierungserfordernis: es besteht eine sehr gute Eigenbindung nahe 100 % und eine nicht mehr steigerbare Zentralität von über 140 % im kurzfristigen Sortimentsbereich

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- Nicht nur das Innenstadtzentrum, sondern auch die städtebaulich nicht integrierten Lagen verfügen über ein deutliches Standortgewicht – und zwar gemessen an den Verkaufsflächen: dort liegen zwar nur 13 % der Einzelhandelsbetriebe, diese verfügen aber über 36 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche
- Grundsätzlich lässt sich feststellen, dass überwiegend nicht-zentrenrelevante Sortimente in den nicht-integrierten Lagen zu finden sind, was überaus positiv bewertet werden kann. Ausnahmen bilden der Fabrikverkauf Lloyd (Bekleidung) und Rewe (Nahrungs- und Genussmittel).
- Handlungsbedarf ergibt sich zudem bei den vorhandenen Gewerbegebieten, die siedlungsräumlich sehr ungünstig eingebunden ist und dessen Funktion und Perspektive daher genauer betrachtet werden sollte
- Die flächendeckende Ausstattung mit Versorgungsmöglichkeiten im kurzfristigen Bedarfsbereich ist durch die gesamtstädtische Anzahl und Verteilung der Lebensmittelmärkte weitgehend gut gegeben.

### 3 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Bestandsanalyse und -bewertung konkrete Instrumente entwickelt und vorgestellt werden können, sind zunächst übergeordnete Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in Sulingen zu erörtern. Hierzu werden sowohl absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungsrahmen für Sulingen identifiziert als auch räumliche Entwicklungsmöglichkeiten in Form von Szenarien erörtert.

#### 3.1 Landes- und regionalplanerische Zielvorgaben für Sulingen

Eine nicht unbedeutende Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden trotz der kommunalen Planungshoheit die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend den lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Sulingen wesentlichen Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

##### Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008

Im Raumordnungsprogramm des Bundeslandes Niedersachsen finden sich zahlreiche Festlegungen zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben, die im Folgenden zusammenfassend dargestellt werden und die bei der Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für Sulingen Berücksichtigung finden müssen:

- (3) „<sup>1</sup>Verkaufsfläche und Warensortiment von Einzelhandelsgroßprojekten müssen der zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Verflechtungsbereich des jeweiligen zentralen Ortes entsprechen (Kongruenzgebot). Der Umfang neuer Flächen bestimmt sich auch aus den vorhandenen Versorgungseinrichtungen und der innergemeindlichen Zentrenstruktur.“
- (3) „<sup>5</sup>Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (Konzentrationsgebot).
- <sup>6</sup>Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot)
- <sup>8</sup>Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

- wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m<sup>2</sup> beträgt
- wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelsentwicklungskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumordnungsverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.“
- (3) „<sup>17</sup>Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind interkommunal abzustimmen (Abstimmungsgebot).“
- (3) „<sup>19</sup>Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).“<sup>12</sup>

## 3.2 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Die Ermittlung des Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. In dem Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht. Mit Blick auf die der Kommune zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarien wird der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen in Form von sortimentspezifischen Verkaufsflächenangaben aufbereitet.

### 3.2.1 Vorbemerkungen zu dem ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen stellt eine von insgesamt mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels dar.

---

<sup>12</sup> LROP Niedersachsen 2008

- Er kann und soll auch aufgrund seines naturgegeben mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich keine „Grenzen der Entwicklung“ (etwa als oberer oder als unterer Grenzwert) darstellen.
- Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, können im Einzelfall zur Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Sulingen korrespondieren und wenn sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten (vgl. Kap. 4.1) angesiedelt werden sollen.
- Vorhaben, die diesen Zielen und dem Standortkonzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den Rahmen des ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens einfügen, kann das städtebaulich präferierte Zentrum und Standorte durch Umverteilungseffekte im Einzelfall gefährden.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen zu sehen ist. Erst im Kontext des räumlich gefassten Entwicklungsleitbildes kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind Entwicklungen auch oberhalb der Verkaufsflächenangaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb Sulingens gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

## 3.2.2 Methodik und Berechnungsgrundlagen

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die gegenwärtigen (nunc), die vergangenen Entwicklungen (ex post) sowie die angebots- und nachfrageseitige Zielgrößen (ex ante) einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Sulingen werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt (vgl. auch nachstehende Abbildung):

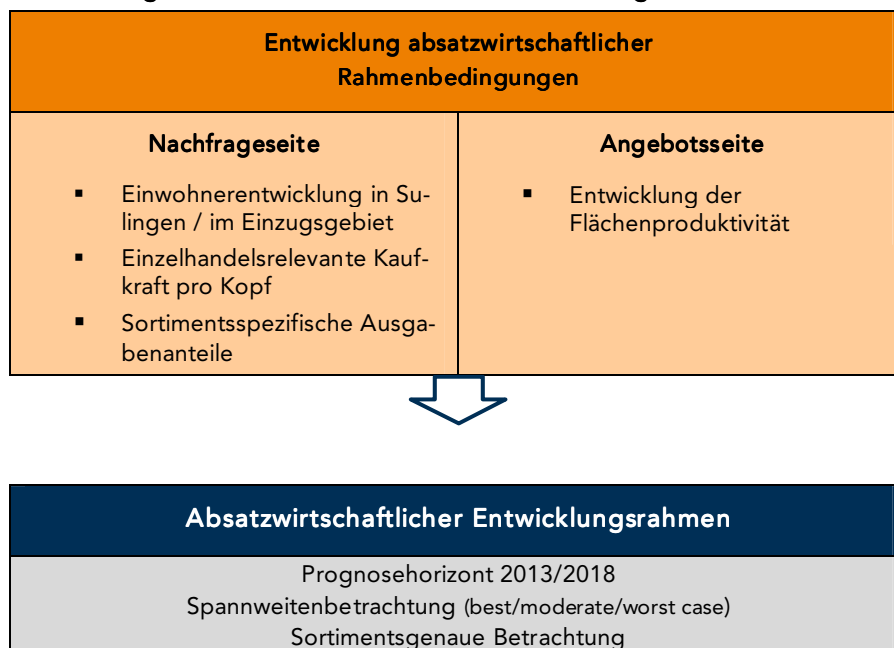
Nachfrageseite:

- Bevölkerungsentwicklung in Sulingen und im Einzugsbereich,
- Entwicklung der zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf (Entwicklung der Verbrauchsausgaben sowie Entwicklung des Anteils einzelhandelsrelevanter Ausgaben an den Verbrauchsausgaben),
- Entwicklung bzw. Verschiebung sortimentspezifischer Ausgabenanteile

Angebotsseite:

- Entwicklung der Flächenproduktivitäten.

**Abbildung 21: Methodik der Potenzialermittlung**



Quelle: eigene Darstellung

Durch die Darstellung von sowohl zeitlichen (Prognosejahre 2013 und 2018) und inhaltlichen angebots- und nachfrageseitigen Spannweiten (obere und untere Variante) wird ein Korridor eröffnet, der es der Stadt Sulingen ermöglicht, auf eine Daten- und Berechnungsbasis zurückgreifen zu können, die ein breites Spektrum an möglichen Entwicklungen aufzeigt. Somit können Politik und Verwaltung sowohl fachlich abgesichert als auch mit der

notwendigen Flexibilität – unter Berücksichtigung sich im Zeitverlauf verändernder, teilweise auch konkretisierender angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen – auf zukünftige Einzelhandelsentwicklungen reagieren.

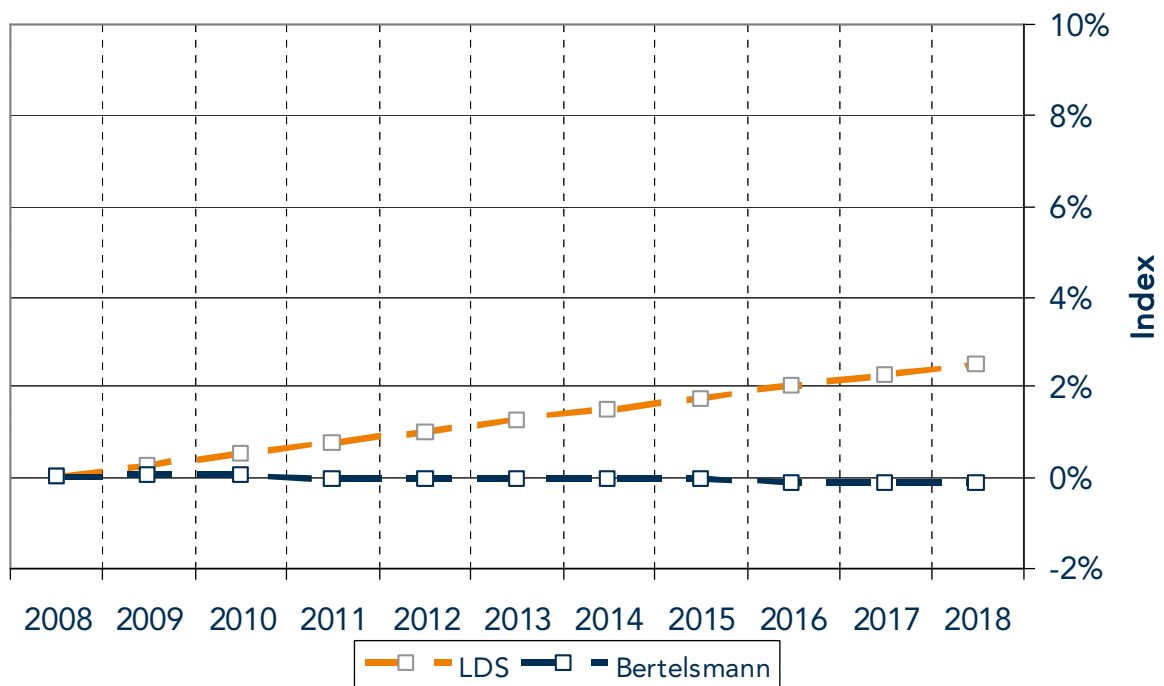
Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens einzeln erörtert und beschrieben.

## **Zukünftige Bevölkerungsentwicklung**

Zur Untersuchung der künftigen Kaufkraft in Sulingen wurden zwei vorhandene Bevölkerungsvorausberechnungen des Niedersächsischen Landesamtes für Statistik und der Bertelsmann Stiftung zugrunde gelegt, die für die Zwecke der absatzwirtschaftlichen Potenzialermittlung übernommen werden: im Ergebnis berücksichtigt das Statistische Landesamt eine Zunahme der Bevölkerungszahl bis 2013 um rd. 1,5 %, die bis 2018 weiter auf rd. 2,5 % der Einwohner des Ausgangsjahres zunimmt. In der Vorausberechnung der Bertelsmann Stiftung bleibt die Bevölkerungszahl nahezu konstant.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind daher insgesamt - unabhängig von der zugrunde gelegten Variante – keine deutlichen Impulse für die künftige Kaufkraft zu erwarten. Die nachstehende Abbildung verdeutlicht diese Entwicklung grafisch.

Abbildung 22: Zukünftige Bevölkerungsentwicklung in Sulingen

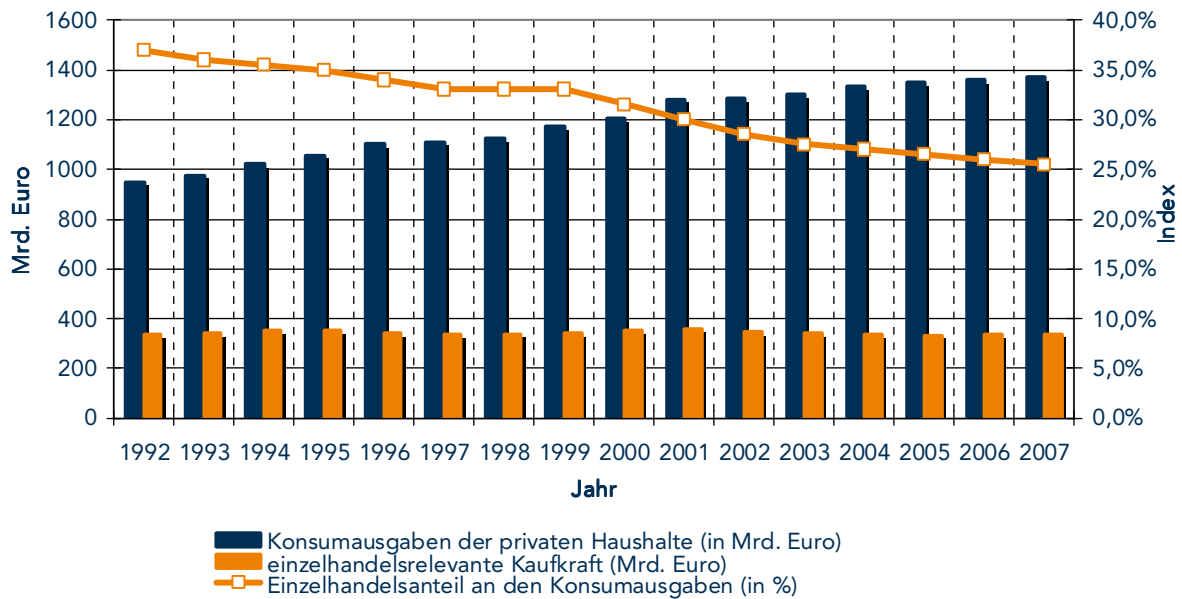


Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Bertelsmann Stiftung 2008

## Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf der Bevölkerung

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um insgesamt knapp 45 % (425 Mrd. Euro) auf rd. 1.375 Mrd. Euro gestiegen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft dagegen stagniert im gleichen Zeitraum bei etwa 350 bis 380 Mrd. Euro je Jahr. So lag der Einzelhandelsanteil an den Gesamtkonsumausgaben 1992 noch bei 37 %, während er 2007 nach stetigem Rückgang in den vergangenen Jahren nur noch 25 % ausmacht.

**Abbildung 23: Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft**

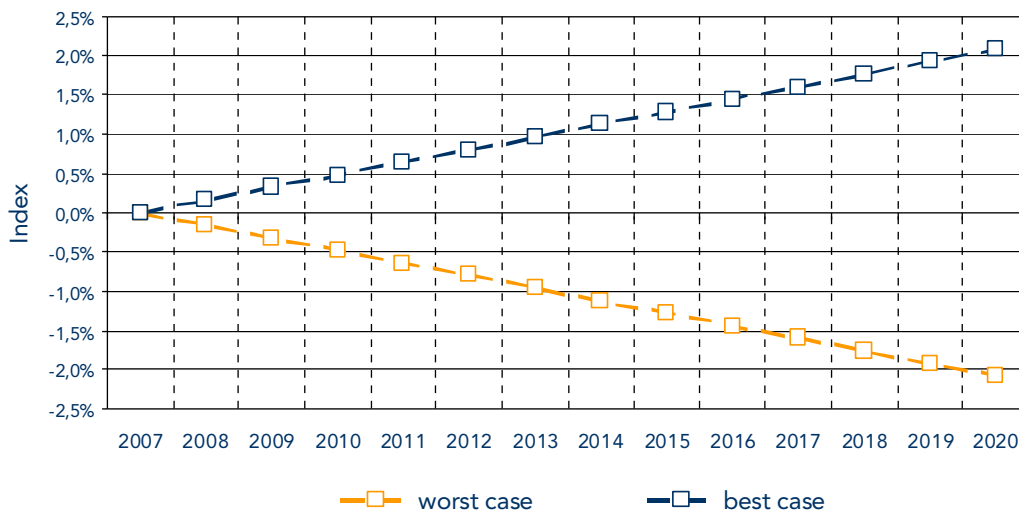


Quelle: Hahn-Immobilien: Real Estate Report 06; WABE-Institut: Einzelhandel Branchendaten 07

In der Summe stagnieren somit die realen einzelhandelsrelevanten Ausgaben<sup>13</sup> seit Jahren. Dieser Trend kann allerdings für die nächsten Jahre nicht fortgeschrieben werden. So verdeutlicht z. B. die positive einzelhandelsrelevante Kaufkraftentwicklung Ende der 1990er Jahre bis 2001, dass in Phasen des Wirtschaftswachstums auch die realen Einzelhandelsausgaben ansteigen. Aufgrund der aktuell unsicheren konjunkturellen Lage ist nicht von einem anhaltenden positiven Trend auszugehen. Für die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume werden daher sowohl eine moderat steigende als auch – in einer Variante – eine weiterhin stagnierende, also pessimistischere Entwicklung eingestellt (vgl. folgende Abbildung).

<sup>13</sup> Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Abbildung 24: Einzelhandelsrelevante Konsumausgaben pro Kopf in Sulingen (in %)

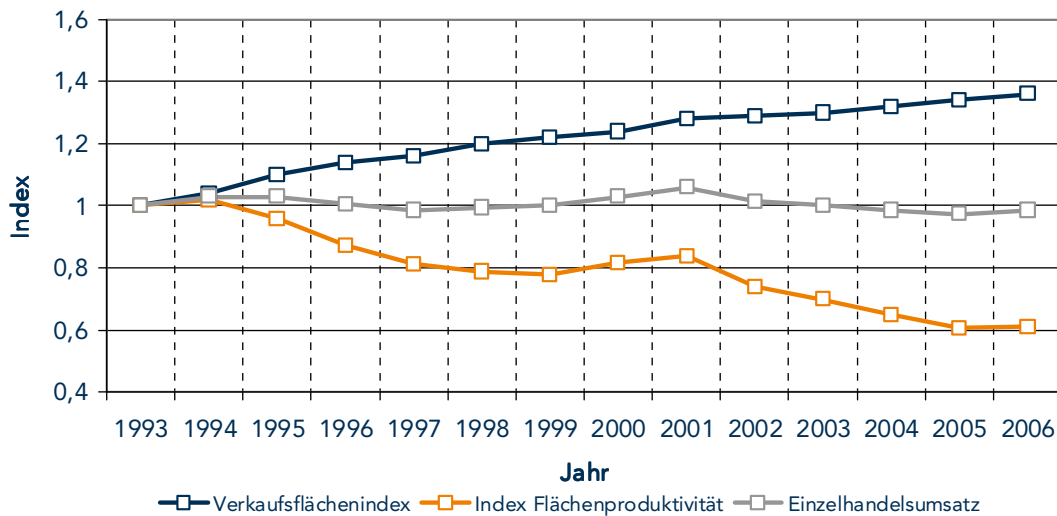


Quelle: eigene Annahmen

## Entwicklung der Flächenproduktivitäten

In der Zeit von 1993 bis 2006 erfolgte bundesweit ein stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben. Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung nahezu, sodass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm.

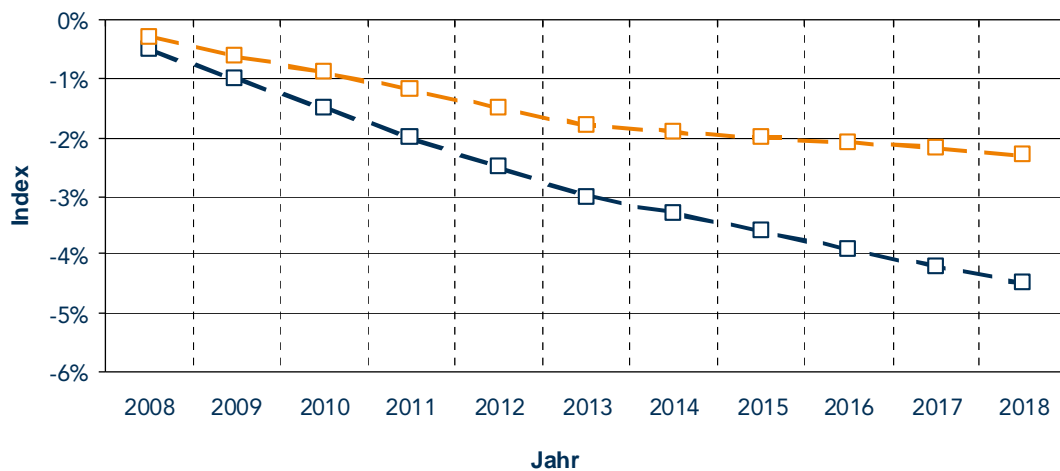
Abbildung 25: Entwicklungsindex der Flächenproduktivitäten von 1993 bis 2006



Quelle: Hahn-Immobilien: Real Estate Report 06; WABE-Institut: Einzelhandel Branchendaten 07

Die lineare Fortsetzung dieses Trends ist unwahrscheinlich. Die Flächenproduktivität ist in der Vergangenheit durch einen ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert und zum Teil abgeschwächt. Das Erreichen von Grenzrentabilitäten wird durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben unterstrichen. Dies geht mit Marktsättigungstendenzen einher, die in einem weiteren Fortschreiten von Konzentrationsprozessen münden werden. Konsequenterweise kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei der Abnahme der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Für die Entwicklung der Flächenproduktivitäten in Sulingen werden auf der erläuterten Ausgangsbasis mit einer Perspektive bis 2013 bzw. 2018 zwei Varianten entwickelt, die die genannten Trends widerspiegeln (vgl. folgende Abbildung).

Abbildung 26: Künftige Entwicklung der Flächenproduktivitäten Perspektive 2013/18



Quelle: eigene Annahmen

Beide Varianten gehen von einem zunächst – in unterschiedlich deutlicher Ausprägung – anhaltenden Rückgang der Flächenproduktivitäten aus. Aus dem Rückgang von rd. fünf Prozent bis 2018 (untere Linie) resultieren dauerhaft (bei der Annahme gleich bleibender Einzelhandelsumsätze) anbieterseitig größere neue Verkaufsflächenbedarfe als bei der oberen Linie, die bis 2018 nur noch von einem Flächenproduktivitätsrückgang von rd. Zwei Prozent ausgeht.

### 3.2.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Sulingen

Die nachstehende Tabelle zeigt den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen differenziert nach Warengruppen. Die Prognose ergibt sich aus den Annahmen der vorstehend dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen.

Nachfrageseitig wird die Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens in Sulingen bestimmt durch das Steigen bzw. (in der Variante) das Stagnieren der Bevölkerungszahl und der damit einhergehenden Entwicklung der zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf (Verbrauchsausgabenentwicklung / Anteil der einzelhandelsrelevanten Ausgaben an Verbrauchsausgaben). Die Prognose verdeutlicht, dass ein starker Entwicklungsimpuls im Bereich der Nachfrage nicht zu erwarten ist. Angebotseitig eröffnen sich in Sulingen durch weiter rückläufige Flächenproduktivitäten nur in begrenztem Maße zusätzliche absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenrahmen (vgl. folgende Abbildung).

**Tabelle 9: Absatzwirtschaftlich tragfähiger Entwicklungsrahmen für Sulingen**

Warengruppe	2013		2018	
	v	Δ	v	Δ
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	-	100	-	200
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	-	100	-	100
Blumen, zoologischer Bedarf	-	-	-	100
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	-	-	-	100
<b>kurzfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>-</b>	<b>200</b>	<b>-</b>	<b>500</b>
Bekleidung	-	200	-	300
Schuhe/Lederwaren	-	100	-	100
Pflanzen/Gartenbedarf	-	200	-	300
Baumarktsortiment i.e.S.	-	500	-	800
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	-	200	-	300
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	-	-	-	100
Sportartikel/Fahrräder/Camping	-	-	-	100
<b>mittelfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>-</b>	<b>1.200</b>	<b>-</b>	<b>2.000</b>
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	-	-	-	-
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sichtschutz	-	-	-	-
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	-	-	-	100
Möbel	-	100	-	100
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	-	-	-	-
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	-	100	-	100
Uhren/Schmuck	-	-	-	-
Sonstiges	-	-	-	100
<b>langfristiger Bedarfsbereich</b>	<b>-</b>	<b>200</b>	<b>-</b>	<b>400</b>
<b>Gesamt</b>	<b>-</b>	<b>1.600</b>	<b>-</b>	<b>2.900</b>

Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09 /2008; v = untere Variante, Δ = obere Variante; Werte in m<sup>2</sup> VKF

In der Zusammenschau ergibt die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens folgendes Potenzial für die Perspektive bis 2013: Es besteht rechnerisch ein Entwicklungsrahmen in einer Größenordnung von rd. 1.600 m<sup>2</sup>. Diese Größenordnung entspricht etwa 2 % der aktuell vorhandenen Gesamtverkaufsfläche in Sulingen. Der Schwerpunkt der Potenziale liegt im Bereich mittelfristiger Bedarfsgüter.

Bis 2018 besteht rechnerisch ein Entwicklungsrahmen in einer Größenordnung von rd. 2.900 m<sup>2</sup>. Der Schwerpunkt der Potenziale liegt wiederum im Bereich mittelfristiger Bedarfsgüter.

Für Sulingen bedeuten diese Prognoseergebnisse,

- dass die zugewiesene Versorgungsfunktion Sulingens in einigen Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen in geringfügigen Größenordnungen erweitert und verbessert werden kann,

- dass in den Warengruppen ohne nennenswerten Entwicklungsrahmen neue Angebote und Verkaufsflächen überwiegend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren wären (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern nur bedingt zu),
- dass bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens ein ruinöser Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für die Sulinger Zentrenstruktur resultiert,
- dass angesichts des äußerst begrenzten Entwicklungsrahmens für viele Warengruppen künftig der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein hohes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell muss dieser Entwicklungsrahmen stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen gespiegelt werden; nicht jedes rechnerische Ansiedlungspotenzial entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichen Fachgeschäft oder Fachmarkt. Umgekehrt können manche Warengruppen gleichwohl in der Addition der Sortimente zu einem für Anbieter attraktiven Gesamtbetrieb mit entsprechenden Haupt- und Nebensortimenten führen.

Wie vorausgehend bereits beschrieben, können und sollen die Prognosewerte grundsätzlich keine „Grenzen der Entwicklung“ etwa als oberer oder als unterer Grenzwert darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Sulingen korrespondieren und wenn sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

Beispielhaft wird im Folgenden der rechnerische Entwicklungsrahmen für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit den zu erwartenden Entwicklungen aufgezeigt und die daraus resultierenden Konsequenzen erläutert.

## **Nahrungs- und Genussmittel**

In dieser Warengruppe ist kein nennenswerter absatzwirtschaftlich tragfähiger Entwicklungsrahmen zum Ausbau der Nahversorgung gegeben (bis 2013 und 2018 etwa 100 bis 200 m<sup>2</sup> VKF). Demnach ist davon auszugehen, dass bei Erweiterungen und Neuansiedelungen überwiegend Umsatzumverteilungen zu Lasten des Sulinger Bestandseinzelhandels zu erwarten sind.

Sofern zudem der bis 2018 angegebene Entwicklungsrahmen durch Neubauvorhaben in nennenswerter Größenordnung zusätzlich überschritten wird, ist für den Bereich der kurzfristigen Warengruppen von intrakommunalen Umsatzumverteilungen auszugehen, die

mittelfristig zur Schließung von Nahversorgungsangeboten in der Fläche und/ oder in zentralen Versorgungsbereichen führen können.

Nähere Empfehlungen zur Verbesserung der Nahversorgungsstruktur werden in Kapitel 4.2 vorgestellt und begründet.

### 3.3 Die Ziel-Trias: übergeordnete Entwicklungsziele für Sulingen

In Sulingen sollen zukünftig folgende übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung verfolgt werden:

1. Zentrenstärkung: Erhaltung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches (also des Innenstadtzentrums),
2. Nahversorgung: die flächendeckende Nahversorgung in den Wohngebieten bestmöglich sichern und stärken, ohne hierbei die Entwicklung des Zentrums zu beeinträchtigen,
3. Sonderstandorte: ergänzend und im Rahmen eindeutiger Regelungen Standorte für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel bereitstellen, ohne hierbei die Entwicklung des Zentrums oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen.

Zwischen diesen je nach Sortimentsbereich (zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente) jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, so dass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet.

Einerseits ist für diese Form der ausgewogenen Zielumsetzung eine genaue Definition der zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimente erforderlich (vgl. Kap. 4.4). Des Weiteren muss auch das Zentren- und Standortkonzept (einschließlich der Aktualisierung des Nahversorgungskonzeptes) auf diese „Ziel-Trias“ näher eingehen und sie räumlich konkretisieren. Nicht zuletzt ist auch die Erarbeitung von auf diese Sortimentsgruppen bezogenen Ansiedlungsleitsätzen erforderlich, die in Kapitel 4.5 erfolgt.

## 4 Instrumentelles Umsetzungs- und Steuerungskonzept

Während im vorangegangenen Kapitel die übergeordneten Leitlinien erörtert werden, können im Folgenden konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente darauf aufbauend vorgestellt werden. Dieses sind neben dem Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 4.1), der Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Sulinger Liste“, Kapitel 4.4) auch die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze (Kapitel 4.5). Das Umsetzungs- und Steuerungskonzept wird komplettiert durch planungsrechtliche Festsetzungsempfehlungen für Sulingen (Kapitel 4.6).

### 4.1 Das Zentrenkonzept

Das Zentrenkonzept definiert für die zukünftige Entwicklung des Sulingen Einzelhandels die empfohlene Standort-Gesamtstruktur unter Berücksichtigung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale (vgl. Kapitel 3.2) und der „Ziel-Trias“ übergeordneter Entwicklungsziele (vgl. Kapitel 3.3). Es baut zugleich auf der städtebaulichen Bestandsbewertung der relevanten Einzelhandelsstandorte auf.

#### 4.1.1 Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich in Sulingen

Für den Aspekt der Zentrenstärkung beinhaltet der erste Schritt die genaue Zentrenfestlegung. In Sulingen wird das Innenstadtzentrum als zentraler Versorgungsbereich für die Zukunft empfohlen.

Neben dem Innenstadtzentrum werden keine weiteren Einzelhandelsstandorte als zentrale Versorgungsbereiche definiert. Obschon mehrere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen lassen, weisen sie nicht die genannten Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf.

#### 4.1.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

##### Entwicklungsziele und -empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Das Innenstadtzentrum ist der zentrale Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet von Sulingen. Als städtebauliches Zentrum einer regionalplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesenen Kommune soll es (wie bisher) auch künftig Angebotsschwerpunkte für kurzfristig sowie mittelfristig nachgefragte Bedarfsgüter verschiedener Qualität bereithalten, ergänzt auch um langfristig nachgefragte Bedarfsgüter.

Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein hohes Besucheraufkommen; er trägt somit erheblich zu einer vitalen kulturellen, handwerks- und dienstleistungsbezogenen sowie gastronomischen Nutzungsvielfalt bei, unterstützt auch durch das Wohnen, durch die angemessene Verkehrsstruktur sowie nicht zuletzt Bildungseinrichtungen und Freizeitangebote. Als vitaler und vielfältiger Mittelpunkt der Stadt soll das Innenstadtzentrum somit nicht nur Motor für die Versorgungsfunktion sein, sondern auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt fördern.

Zur Gewährleistung dieser Leitfunktion sollte die beschriebene und bewertete Einzelhandelsbestandsstruktur (vgl. Kap. 2) erhalten und fortentwickelt werden. Im Einzelnen sollten insbesondere folgende Erhaltungs- und Entwicklungsziele für das Innenstadtzentrum in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Sulingen, die einen Bezug zum Innenstadtzentrum aufweisen, berücksichtigt werden.

**Tabelle 10: Erhaltungs- und Entwicklungsziele für das Innenstadtzentrum**

Erhaltung und Fortentwicklung der städtebaulich-funktionalen Ausstattungsmerkmale durch...
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sicherung und Stärkung der Magnetbetriebe</li> <li>▪ Sicherung und Stärkung der bestehenden Vielfalt der kleineren Fachgeschäfte und Spezialangebote</li> <li>▪ Sicherung und Stärkung der für die Gesamtfunktionalität des Innenstadtzentrums bedeutenden Nahversorgungsfunktion</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung

Es können folgende Empfehlungen im Detail formuliert werden:

1. Sicherung der vorhandenen Magnetbetriebe und der vorhandenen Branchen- und Betriebsvielfalt auch der kleineren Einzelhandelsbetriebe durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb des Innenstadtzentrums resultieren könnten<sup>14</sup>
2. Stärkung der vorhandenen Magnetbetriebe (insbesondere auch der Lebensmittelmärkte) durch einen zeit- und nachfragegemäßen Ausbau der Ladenflächen (sofern die Angebotsstruktur dieser Magnetbetriebe nicht mehr den marktüblichen Anforderungen entspricht), und zwar unmittelbar am Objekt selbst oder – sofern die

<sup>14</sup> Hierbei – wie bei allen Empfehlungen im Rahmen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes – stehen nicht einzelne Anbieter im Fokus, sondern im Mittelpunkt der Ziele steht die unternehmens- und wettbewerbsneutrale *Funktion* der genannten Objekte für den Standort als Ganzes. Insofern ist es für die Empfehlungen und Ziele im Rahmen dieses Konzeptes irrelevant, ob bestimmte Anbieter im Einzelfall ihren Betrieb schließen, sofern sich funktionsgleiche oder -ähnliche Betriebe als Funktionsersatz oder -verbesserung ansiedeln.

verfügbaren Flächen hierzu nicht ausreichen sollten – in unmittelbarer räumlicher Nähe

3. Ergänzung des Betriebstypenmixes und der Angebotsvielfalt durch bislang unterrepräsentierte Betriebstypen und Angebote auch in Warengruppen, in dem die Ansiedlungspotenziale nur begrenzt sind
4. Ansiedlung von Vorhaben mit *nicht* zentrenrelevanten Sortimenten als Hauptsortiment, denn auch solche Sortimente können zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums beitragen

Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten „Ziel-Trias für Sulingen zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf die flächendeckende Nahversorgung führen. Die Ansiedlungsleitsätze für Sulingen berücksichtigen diese zugrunde liegende ausgewogene Zielstellung.

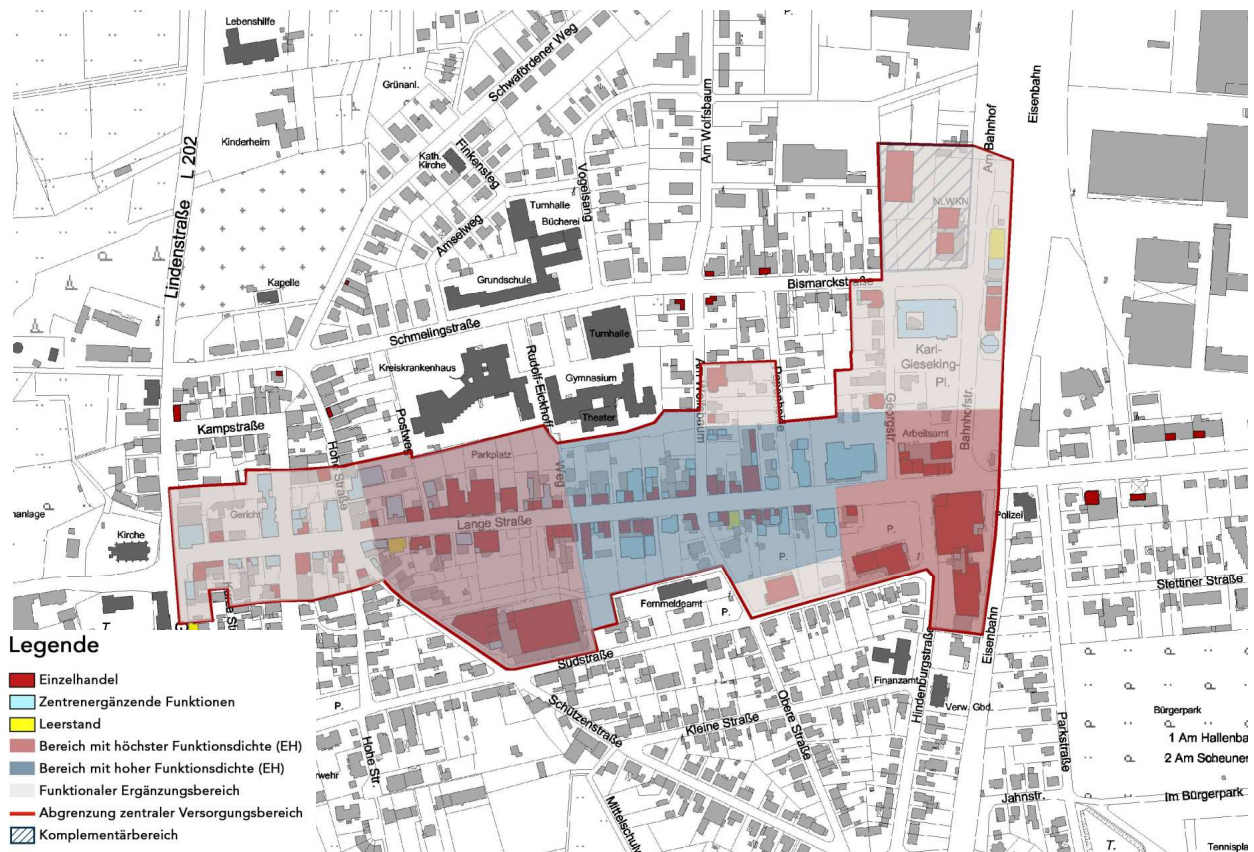
## **Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs**

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des Innenstadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich erforderlich.<sup>15</sup> Diese wird wie in der folgenden Abbildung dargestellt empfohlen.

---

<sup>15</sup> Die dargestellte Abgrenzung ist als gebietsscharfe, nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Eine parzellenscharfe Konkretisierung kann nachfolgend im Bauleitplanverfahren vorgenommen werden. Die in der Abbildung verdeutlichte Begrenzung bezieht sich auf städtebauliche Barrieren sowie auf die in der Realität ablesbare Gebäude- und Nutzungsstruktur.

Abbildung 27: Räumliche Festlegung des Innenstadtzentrums als zentraler Versorgungsbereich (Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Kartengrundlage: Stadt Sulingen 2008

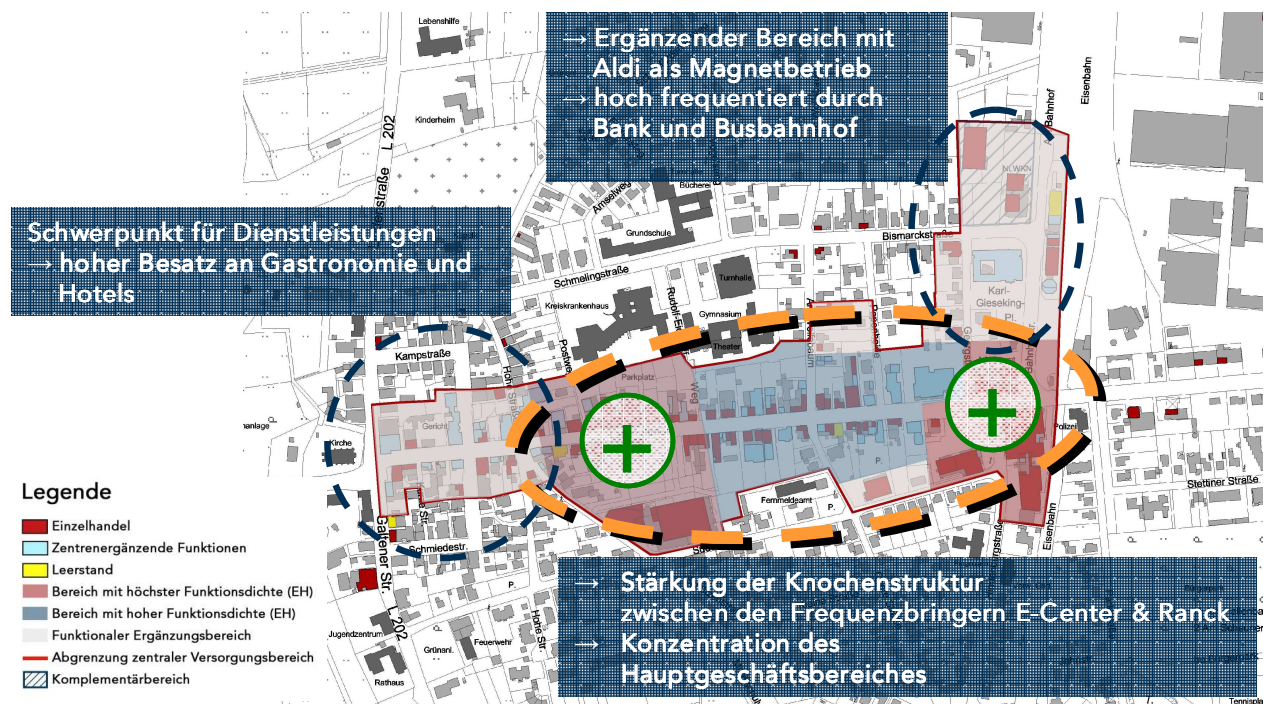
Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum umfasst verschiedene Bereiche unterschiedlicher Funktionsdichte, funktionale Ergänzungsbereiche in den äußeren Bereichen des Hauptgeschäftsbereichs sowie einen Komplementärbereich. Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die sich herausbildende Knochen- bzw. Polstruktur (vgl. folgende Abb.) mit ihren relevanten Kundenläufen und mit ihren Magnetbetrieben sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen.

Eine Begrenzung erfährt der zentrale Versorgungsbereich einerseits entweder durch städtebauliche Barrieren, durch Bereiche ohne eine hohe Nutzungsvielfalt, oder durch Bereiche, die einen eindeutigen funktionalen und fußläufig angemessenen erreichbaren Zusammenhang zum Kern des Innenstadtzentrums vermissen lassen.

Es ergeben sich im Einzelnen folgende anhand der vorgestellten Kriterien (vgl. Kap. 2.4.1) begründete Abgrenzungen des zentralen Versorgungsbereichs:

- Im Süden ist entlang der Lange Straße der gesamte dicht bebaute Bereich bis einschließlich des Supermarktes K+K innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches
- Im Osten kann die Bahnlinie als Begrenzung des zentralen Versorgungsbereichs angegeben werden. Wesentliche Ankerpunkte sind hier das Kaufhaus Ranck und der zentrale Busbahnhof der Stadt
- Eingeschlossen ist auch die mit einer hohen städtebaulichen Dichte neu bebaute Einzelhandelsfläche an der Bismarckstraße (u. a. sind dort Aldi, Deichmann und Holab). Dies ist zugleich die nördliche Grenze des zentralen Versorgungsbereiches.
- Westlich ist die Lange Straße bis zur Straßengabelung Galtener Straße aufgenommen, da hier noch eine gewisse Vielfalt von einzelhandelsnahen Dienstleistungen vorhanden sind, die einen deutlichen Bezug auf den Hauptgeschäftsbereich aufweisen.

Abbildung 28: Innenstadtzentrum Empfehlungen



Quelle: eigene Darstellung; Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Kartengrundlage Stadt Sulingen 2008

## 4.2 Das Nahversorgungskonzept

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wird in Kapitel 2.5 beschrieben und analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Stabilisierung und Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in Sulingen ausgesprochen. Diese Empfehlungen stehen im engen Zusammenhang mit

- den absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenzialen (Kapitel 3.2)
- den übergeordneten Zielen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung (Kapitel 3.3)
- dem empfohlenen Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 4.1)
- sowie den Ansiedlungsleitsätzen (Kapitel 4.5)

Die Ausgangslage ist, wie beschrieben, gekennzeichnet durch eine quantitative sehr gute gesamtstädtische Ausstattung mit Lebensmittel-Verkaufsflächen. Diese Ausstattung gilt es zu sichern und zu stabilisieren, insbesondere wenn die zu sichernden Lebensmittelmärkte zugleich wichtige Frequenzbringer und Magnetbetriebe im zentralen Versorgungsbereich sind. Die Analyse hat zudem gezeigt, dass aktuell kein stadtplanerischer Handlungsbedarf zur Verbesserung der flächendeckenden, wohngemeinschaftsbezogenen Nahversorgung erkennbar ist.

## Handlungsprioritäten

Da das Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente nicht unbegrenzt ist, und da mit zunehmendem Überschreiten dieses rechnerischen Potenzials die gesamtstädtischen oder kleinräumigen Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Sulingen aus einer nach folgenden Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

1. Bestehende Lebensmittelmärkte *im zentralen Versorgungsbereich* sollten vor Funktionsverlusten (Umsatzumverteilungen) durch potenziell mögliche Neuansiedlungen konkurrierender Betriebe jenseits des Zentrums aus städtebaulichen Gründen *geschützt* werden.
2. Bestehende Lebensmittelmärkte *im zentralen Versorgungsbereich* sollten nachfrage- und zeitgemäß ausgebaut werden, sofern die Märkte im Einzelnen nicht mehr den aktuellen Marktanforderungen entsprechen. Hierdurch kann gewährleistet werden, dass die Funktionalität des zentralen Versorgungsbereichs stabilisiert wird.
3. Letztlich sollten auch *nachrangig* diejenigen Standorte zeitgemäß gesichert und fortentwickelt werden, die zwar nicht in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt sind aber die Nahversorgung sichern.

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kap. 4.5); diese beinhalten ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl des Zentrums als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche.

Die wichtigste Aufgabe im Innenstadtzentrum ist die Sicherung des Lebensmittelangebotes, da dieses nicht nur die wohnortnahe Versorgung sicherstellt, sondern auch ein Frequenz erzeugendes Angebot mit wichtigen Magnetbetrieben die Funktionsstabilität des gesamten Innenstadtzentrums darstellt. Zur Sicherungsaufgabe zählt auch, dass vorhandene Märkte umgebaut und ggf. auch vergrößert werden sollten, sofern ihre Bestandsstruktur nicht mehr den aktuellen Anforderungen sowohl der Anbieter als auch der Nachfrager entspricht.

Ansiedlungsleitsatz III (vgl. Kap. 4.5) stellt Empfehlungen zu einer angemessenen Größenordnung für Lebensmittelmärkte jenseits des zentralen Versorgungsbereichs zur Verfügung, konkret in Form einer planerische Beschränkung möglicher Neuansiedlung auf eine für die Versorgung des engeren Gebiets bezogene Funktion. Dazu zählt auch, dass eine Standortagglomeration aus mehreren Einzelhandelsbetrieben (ggf. auch aus weiteren Versorgungsangeboten wie etwa Gastronomie) vermieden werden sollte, damit der neu zu besetzende Standort nicht zu attraktiv zulasten des nahe gelegenen Innenstadtzentrums wird. Aufgrund der quantitativ ausreichenden Gesamtausstattung des Bezirks sollte ein anzusiedelnder Lebensmittelmarkt die Grenze zur Großflächigkeit (800 m<sup>2</sup> VKF) nicht überschreiten. Lebensmittelmärkte, die die Grenze von 800 m<sup>2</sup> überschreiten, sollten und

können gem. Ansiedlungsleitsatz III im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum angesiedelt werden.

### **4.3 Konzept für ergänzende Sonderstandorte**

Neben dem zentralen Versorgungsbereich bestehen in Sulingen wie andernorts auch weitere Einzelhandelsagglomerationen mit einem deutlichen Standortgewicht (vgl. zur Bestandsanalyse und -bewertung dieser Standorte Kap. 2.6). Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für diese Standortbereiche grundsätzlich sowie im einzelnen erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind.

#### **4.3.1 Übergeordnete Zielstellungen zu den ergänzenden Sonderstandorten**

Im Sinne dieser gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Zielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Sulingen (vgl. Kap. 3.3) sind mehrere Zielstellungen mit der Weiterentwicklung der Sonderstandorte verbunden.

Sonderstandorte sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den *großflächigen* Einzelhandel mit *nicht* zentrenrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Innenstadteinzelhandels, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen und die in der Innenstadt oder anderen zentralen Versorgungsbereichen daher räumlich schlecht anzusiedeln wären und
- die Sortimente führen, die die Zentren in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen

Trotz dieser Ergänzungsfunktion zu den Zentren sollte dennoch zunächst der Stärkung des Innenstadtzentrums selbst die höchste Priorität städtischer Entwicklungsmaßnahmen und Planungen beigemessen werden – auch etwa durch die Ansiedlung nicht zentrenrelevanter Sortimente im zentralen Versorgungsbereich oder in unmittelbarer räumlicher Nähe dazu.

Die Entwicklungsmöglichkeiten von Sonderstandorten sind zudem vor dem Hintergrund ihrer Auswirkungen auf die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in den Wohnsiedlungsbereichen zu bemessen. Gemäß der übergeordneten Zielstellung sollen die Sonderstandorte zu keinen negativen Auswirkungen auf die flächendeckende und wohnortnahe Nahversorgungsstruktur führen.

Primär sollen an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung solcher

Sonderstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann
- ihre Leistungsfähigkeit optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumliche klare Fassung der jeweiligen Sonderstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenden Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden können, was insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugute kommen wird

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, dafür leistungsfähige Sonderstandorte ist sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im mittelzentralen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft.

Der Entwicklungsrahmen der Sonderstandorte ergibt sich aus einer Vielzahl von relevanten Faktoren, die bei der Erarbeitung von Empfehlungen zu berücksichtigen sind, unter anderem:

- heutige Angebotsmerkmale der Sonderstandorte, Strukturunterschiede zwischen ihnen sowie auch gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich
- Überlegungen zu einer künftigen ausgewogenen Aufgabenverteilung zwischen den Sonderstandorten untereinander sowie gegenüber den zentralen Versorgungsbereichen
- aktuelle Bedeutung der Sonderstandorte für die Nahversorgung sowie Auswirkungen auf die flächendeckende Versorgung in den Wohnsiedlungsbereichen
- die ermittelten gesamtstädtischen Entwicklungsrahmen (Größe, Branchenschwerpunkte etc.)
- Profilierungschancen der Sonderstandorte
- sowie nicht zuletzt die städtebaurechtlichen und landesrechtlichen Rechtsgrundlagen zur Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben

Für Sulingen werden aufgrund der vorgenannten Aspekte zwei Sonderstandorte empfohlen, die dauerhaften und in Teilbereichen spezifischen Versorgungsfunktionen – wie nachstehend näher beschrieben – übernehmen sollen:

1. Sonderstandort Gewerbegebiet Ost
2. Sonderstandort Sun-Park

Die beiden empfohlenen Sonderstandorte können im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze (vgl. dazu Kapitel 4.5) und der genannten tragfähigen Verkaufsflächenpotenziale zur Erweiterung oder Neuansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten genutzt werden.

Die Ansiedlungsleitsätze sehen zum *kleinflächigen* Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z.B. kleines Möbel-Spezialgeschäft, Anbieter von Baumarkt-Teilsortimenten wie Parkett etc.) keine Regelungen explizit vor. Daraus ergibt sich, dass diese aus fachgutachterlicher Sicht prinzipiell im gesamten Stadtgebiete zugelassen werden könnten. Dessen ungeachtet ist dennoch zu empfehlen, dass auch solche Betriebe gezielt zur Angebotsbereicherung im Innenstadtzentrum, dessen unmittelbar angrenzenden Randlagen, oder den beiden genannten Sonderstandorten angesiedelt werden sollten.

**Tabelle 11: Standortprioritäten für den nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel (gesamtstädtisch)**

Standortprioritäten für Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment	
großflächige Betriebe	kleinflächige Betriebe
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ im Innenstadtzentrum, unmittelbar räumlich ans Innenstadtzentrum angrenzend oder, sofern dort keine geeigneten Ansiedlungsflächen mobilisierbar sind, am Sonderstandort Gewerbegebiet Ost</li> <li>▪ eingeschränkt im nördlichen Teil des Sonderstandortes Sun-Park</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ im Innenstadtzentrum</li> <li>▪ sofern dort keine geeigneten Ansiedlungsflächen mobilisierbar sind: am Sonderstandort Gewerbegebiet Ost, am Sonderstandort Sun Park oder im sonstigen Stadtgebiet*</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung; \*sofern dort bauplanungsrechtlich im Einzelfall zulässig

### 4.3.2 Empfehlungen zum Sonderstandort Gewerbegebiet Ost

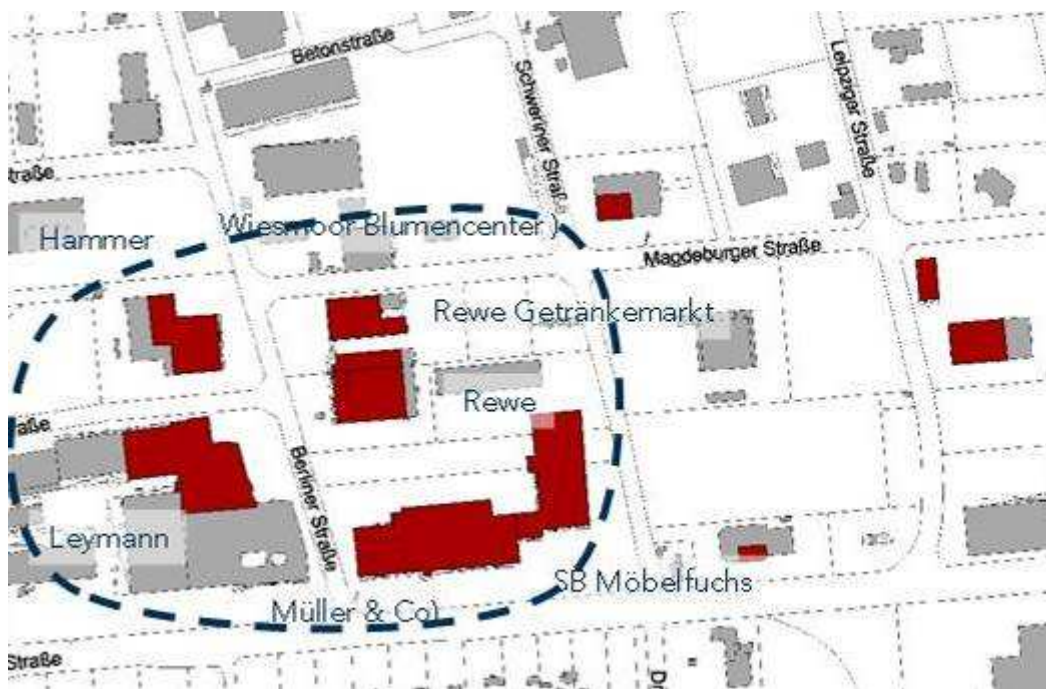
Der Sonderstandort Gewerbegebiet Ost ist gemessen an der Verkaufsfläche nach dem Innenstadtzentrum die größte Einzelhandelsagglomeration in Sulingen. Hinsichtlich seiner Verkehrsanbindung für den Pkw-Verkehr ist er durch die überörtliche und örtliche Verkehrsfunktion der umgebenden Straßen gut ausgestattet. Der Standort bietet sowohl zentren- und nahversorgungsrelevante als auch nicht-zentrenrelevante Sortimente an.

Auch wenn Einzelhandelsangebote aus den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen vorhanden sind, so stehen anteilig andere Sortimentsbereiche dennoch in deutlicher Konkurrenz zum Innenstadtzentrum. Damit die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs gewährleistet werden kann, sollte der Verkaufsflächenanteil für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente daher begrenzt und lediglich ein Bestandsschutz aufrecht erhalten werden.

## Empfehlungen zur räumlichen Ausprägung

Beim Sonderstandort Gewerbegebiet Ost keine eindeutige räumliche Abgrenzung vor allem gegenüber den übrigen gewerblich genutzten Bereichen erkennbar. Erweiterungsflächen sind nicht unmittelbar erkennbar, sind aber planungsrechtlich ausgeschlossen.

Abbildung 29: Räumliche Festlegungsempfehlung Gewerbegebiet Ost



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Kartengrundlage: Stadt Sulingen 2008

Dessen ungeachtet sollten mittel- bis langfristig neue Ansiedlungsflächen im oder unmittelbar am Sonderstandort ausgelotet werden.<sup>16</sup> Entwicklungsmöglichkeiten können ggf. auch dadurch erreicht werden, wenn Anbieter am Sonderstandort an andere Standorte innerhalb

<sup>16</sup> Etwa im Rahmen eines Standort-Entwicklungskonzepts

des Stadtgebietes umsiedeln und hierdurch Grundstücke oder Ladenimmobilien neu verfügbar werden.

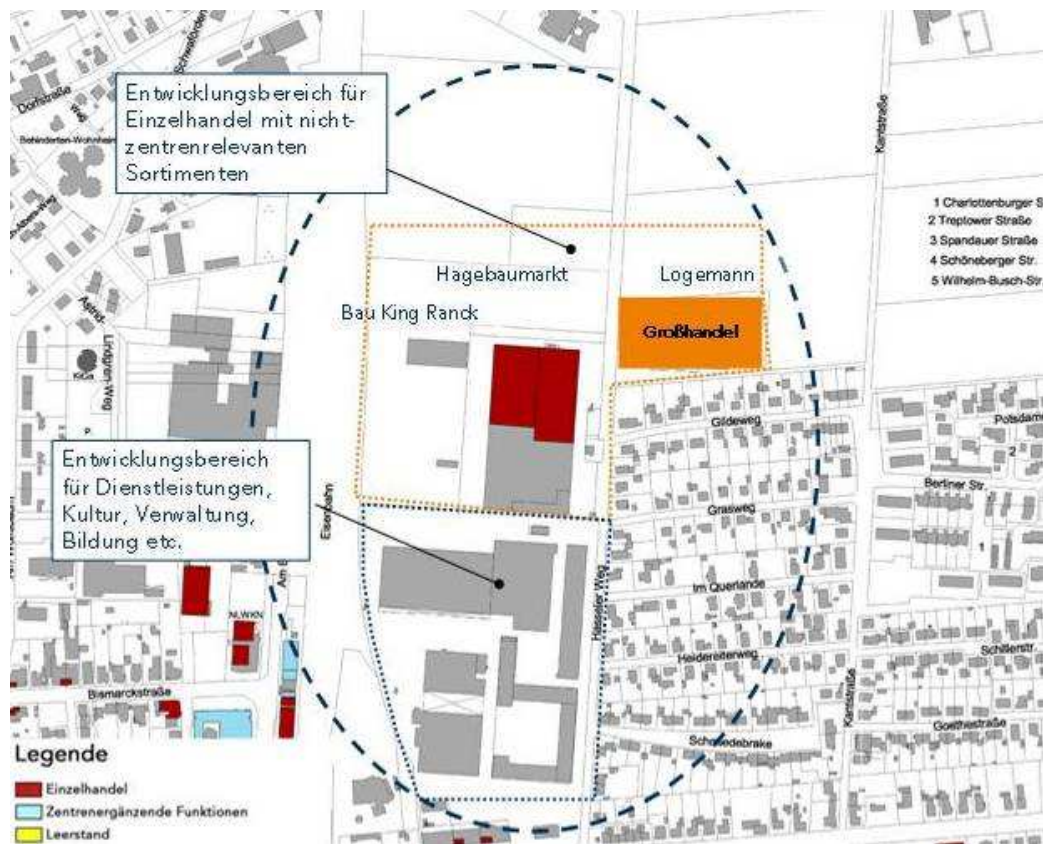
### **4.3.3 Empfehlungen zum Sonderstandort Sun-Park**

Der Sun-Park ist anders strukturiert als der Sonderstandort Gewerbegebiet Ost: es bestehen mit dem Hagebaumarkt und dem Bau King Ranck nur zwei Einzelhandelsbetriebe. Der Standort sollte primär bezogen auf diese bestehenden Eigenschaften gesichert werden.

#### **Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung**

Funktional ist daher zu empfehlen, dass der vorhandene Bestand am Standort Sun Park dauerhaft gesichert wird und zielgerichtet weiterentwickelt wird mit Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Außerdem sollte der Sun Park Standort sein für weitere einzelhandelsnahe Angebote (Dienstleistungen etc.), die sich mit dem vorhandenen Angebot im Zentrum ergänzen.

Abbildung 30: Räumliche Festlegungsempfehlung Sonderstandort



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Kartengrundlage Stadt Sulingen 2008

## Empfehlungen zur räumlichen Ausprägung

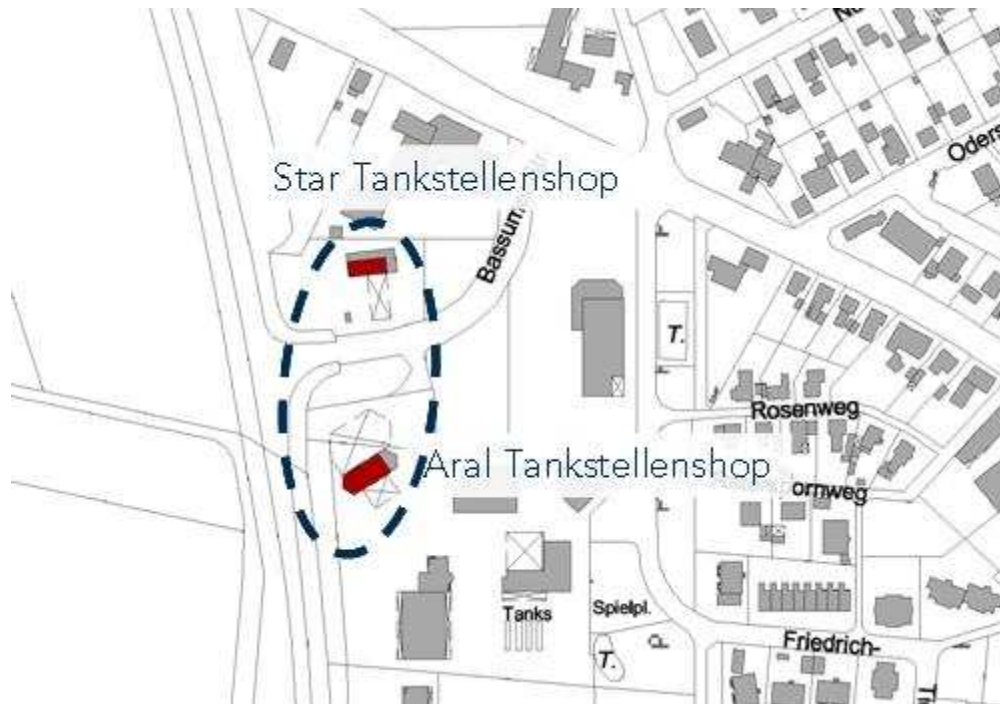
Der Sonderstandort ist durch die Gebäude- bzw. Grundstückskomplexe des Baumarktes sowie durch die beiden Fachgroßhandelsbetriebe eindeutig zu definieren (vgl. Abbildung oben). Insofern ist eine räumlich klare Festlegung dieses Sonderstandortes relativ einfach vorzunehmen.<sup>17</sup> Alle Weiterentwicklungsmaßnahmen, wie z.B. die Ansiedlung weiteren Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, sollten nur im gekennzeichneten nördlichen Teil des Sonderstandortes vorgenommen werden. Ebenso ist aber auch eine Weiterentwicklung des südlichen Teils ausdrücklich gewünscht. Hier sollte es zur Ansiedlung von Dienstleistungen, Bildungseinrichtungen, etc. kommen.

<sup>17</sup> Aus Anbietersicht ist der Großmarkt unstrittig zum Gebäudekomplex hinzu zu zählen, nachfrageseitig durch die Beschränkung des Großmarktes auf Weiterverkäufer jedoch nicht.

#### 4.3.4 Weitere Sonderstandorte in Sulingen

Neben den oben beschriebenen Sonderstandorten gibt es noch weitere Einzelhandelsagglomerationen, die zukünftig aber nicht als Sonderstandorte weiterentwickelt werden sollen (vgl. folgende Tabellen).

Abbildung 31: Gewerbegebiet West



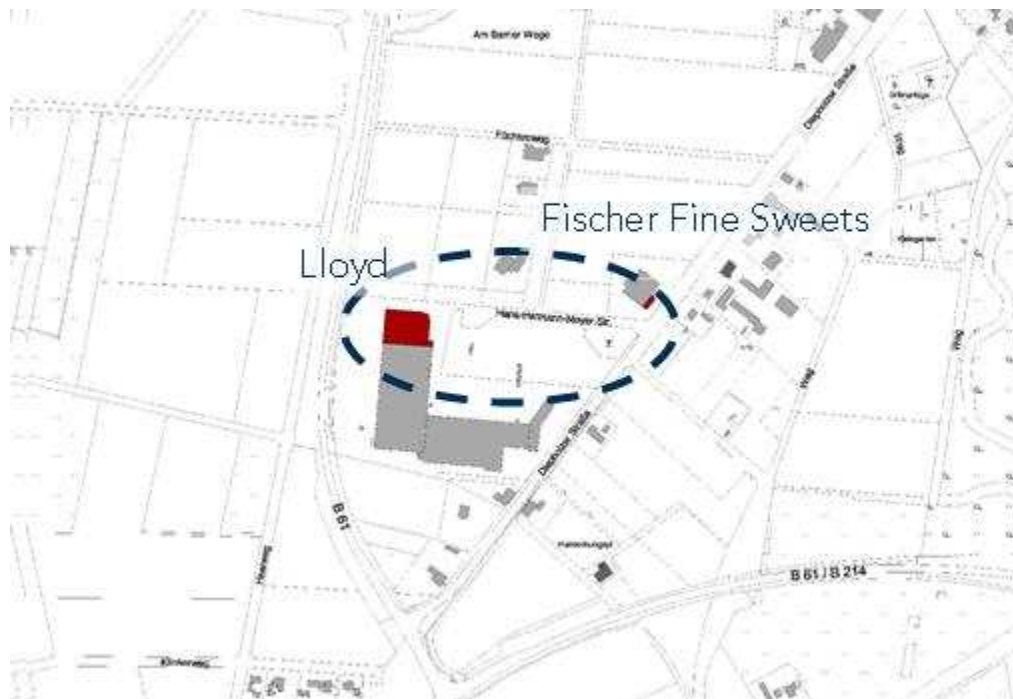
Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 09/2008; Kartengrundlage: Stadt Sulingen 2008

Tabelle 12: Gewerbegebiet West

Bestand	Entwicklungsziel
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Autoorientierter Standort</li> <li>▪ Keine Konkurrenz zu anderen Einzelhandelsstandorten</li> <li>▪ Aktuell: zwei Tankstellen und drei Autohändler</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Keine Einzelhandelsentwicklung</li> <li>▪ Ausnahme Kfz: weitere Autohändler und Gewerbe rund um das Thema „Kfz“</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung

Abbildung 32: Gewerbegebiet Südwest



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008; Kartengrundlage Stadt Sulingen 2008

Tabelle 13: Gewerbegebiet Südwest

Bestand	Entwicklungsziel
<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sonderstellung durch zwei Fabrikverkäufe</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Ggf. Bestandsschutz für die Verkaufsstellen, aber keine Verkaufsflächenerweiterungen und keine weiteren Einzelhandelsvorhaben</li> </ul>

Quelle: eigene Darstellung

#### 4.4 Die Sortimentsliste für Sulingen

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Sulingen als zentrenrelevant zu bewertenden Sortimente (Sortimentsliste) erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen „Sulinger Liste“ kann die Bauleitplanung oder kann im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes über zulässige, begrenzt zulässige oder nicht zulässige Vorhaben entschieden werden.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist die Einzelhandels-Bestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen im Zusammenhang mit der Zielperspektive zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Daher können auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen.<sup>18</sup> Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch zu erreichen sein muss. Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich alleine genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Koppelung mit anderen Sortimenten begründet.

Als rechtliche Vorgabe ist das Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen heranzuziehen. Das Landesraumordnungsprogramm unterscheidet zwischen „zentrenrelevanten“, nicht-zentrenrelevanten Sortimentsgruppen. Das Landesraumordnungsprogramm Nieder-

<sup>18</sup> Vgl. hierzu den Beschluss 4 BN 33.04 des BVerwG vom 10.11.2004 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg, Urteil 3 S 1259/05 vom 30.01.2006.

sachsen weist darauf hin, dass eine landesweit dauerhaft gültige Sortimentsliste nicht zu erstellen ist und es einer Betrachtung im Einzelfall bedarf, um zu bewerten ob in einer Kommune Sortimente als zentrenrelevant oder nicht eingestuft werden. Das Landesraumordnungsprogramm macht also Vorschläge für Sortimente, die in der Regel zentrenrelevant sind. Diese sind von der Gemeinde zu beachten, können aber begründet auch anders eingestuft werden.

**Tabelle 14: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten**

#### Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente, die...

- prägend für die Innenstadt und die nachgeordneten Zentren sind (Einzelhandelsstruktur)
- Besucher anziehen oder die selbst auf Frequenzbringer angewiesen sind und Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen (Besuchersfrequenz)
- überwiegend einen geringen Flächenanspruch haben (Integrationsfähigkeit)
- für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind (Kopplungsaffinität)
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können („Handtaschensortiment“/ Transportfähigkeit)

#### Nicht-zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente, die...

- zentrale Lagen nicht prägen
- aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit auch in nicht-integrierten Lagen angeboten werden (z. B. Baustoffe) bzw. aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z. B. Möbel)

Quelle: eigene Darstellung

Über die Benennung zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente hinaus hat sich im Rahmen der Planungspraxis die Konkretisierung nahversorgungsrelevanter Sortimente bewährt. Wenngleich diese aufgrund ihrer Charakteristik nahezu immer auch zentrenrelevant sind, kommt diesen Sortimentsgruppen eine besondere Aufgabe im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Gewährleistung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Zur Gewährleistung dieses Versorgungsziels werden im folgenden Kapitel konkrete Entwicklungsleitsätze für Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten formuliert.

Im Ergebnis der Sortimentsanalyse ergibt sich die folgende Liste zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Sulingen als sog. Sulinger Liste.

**Tabelle 15: Sortimentsliste für die Stadt Sulingen („Sulinger Liste“)**

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2003 <sup>19</sup>	Bezeichnung nach WZ 2003
<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>		
Augenoptik	52.49.3	Augenoptiker
Bekleidung	52.42	Einzelhandel mit Bekleidung
Bücher	52.47.2	Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften (NUR: Bücher)
Computer (PC-Hardware und –Software)	52.49.5	Einzelhandel mit Computern
Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte)	52.45.1	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten, anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Elektrohaushaltsgeräte (Großgeräte)	52.45.1	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten, anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten)
Fahrräder und Zubehör	52.49.7	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und –zubehör
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	52.49.4	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Glas/Porzellan/Keramik	52.44.4	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett- /Tischwäsche	52.41.1	Einzelhandel mit Haushaltstextilien (darunter NICHT: Einzelhandel mit Bettwaren und Matratzen)
Heimtextilien/Gardinen	52.44.7	Einzelhandel mit Heimtextilien
Hausrat/Haushaltswaren	52.44.3	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (darunter NICHT: Einzelhandel mit Bedarfsartikeln für den Garten, Möbeln und Grillgeräten für Garten und Camping, Kohle-, Gas- und Ölöfen)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche	52.41.2	Einzelhandel mit Kurzwaren, Schneidereibedarf, Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche
Kinderwagen	52.44.6	Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (daraus nur: Kinderwagen)
Med. und orthopädische Geräte (einschl. Hörgeräte)	52.32.0	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Geräten
Musikinstrumente und Musikalien	52.45.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien

<sup>19</sup> WZ 2003 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2003

Pa- pier/Büroartikel/Schreibwaren, Künstler- und Bastelbedarf	52.47.1	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Schuhe, Lederwaren	52.43	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	52.48.6	Einzelhandel mit Spielwaren
Sport- und Campingartikel	52.49.8	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln
Telekommunikationsartikel	52.49.6	Einzelhandel mit Telekommunikationsendgeräten
Uhren/Schmuck	52.48.5	Einzelhandel mit Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck
Unterhaltungselektronik	52.45.2	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	52.49.9	Sonstiger Facheinzelhandel a.n.g. (daraus nur: Einzelhandel mit Handelswaffen, Munition, Jagd- und Angelgeräten)
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	52.48.2 52.44.6	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (darunter NICHT: Möbel aus Holz, Kork, Flechtwerk oder Korbwaren)
<b>Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</b>		
Blumen	52.49.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen und Saatgut (NUR: Blumen)
Drogerie/Kosmetik/Parfümerie	52.33 aus 52.49.9	Einzelhandel mit Parfümeriewaren und Körperpflegemitteln Sonstiger Facheinzelhandel, anderweitig nicht genannt (NUG: Einzelhandel mit Waschmitteln für Wäsche, Putz- und Reinigungsmitteln, Bürstenwaren und Kerzen)
Nahrungs- und Genussmittel	52.11.1 52.2	Einzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren, ohne ausgeprägten Schwerpunkt Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln, Getränken und Tabakwaren
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	52.31.0	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	aus 52.47.2 52.47.3	Einzelhandel mit Büchern und Fachzeitschriften (NUR: Fachzeitschriften) Einzelhandel mit Unterhaltungszeitschriften
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	52.49.2	Einzelhandel mit zoologischen Bedarf und lebenden Tieren

Nicht zentrenrelevante Sortimente		
Baumarktsortiment	52.46	<i>Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus nicht: Garten- und Campingartikel, Kfz- und Fahrradzubehör)</i>
	52.44.3	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Kohle-, Gas- und Ölöfen)</i>
	52.48.1	<i>Einzelhandel mit Tapeten und Bodenbelägen (NICHT: Einzelhandel mit Teppichen)</i>
Bettwaren	52.41.1	<i>Einzelhandel mit Haushaltstextilien (daraus nur: Einzelhandel mit Bettwaren)</i>
Gartenartikel	52.44.3	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Bedarfsartikel und Grillgeräte für den Garten)</i>
	52.46.1	<i>Einzelhandel mit Eisen-, Metall- und Kunststoffwaren (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)</i>
Kfz-Zubehör	50.30.3	<i>Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör</i>
Leuchten/Lampen	52.44.2	<i>Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln</i>
Möbel	52.44.1	<i>Einzelhandel mit Wohnmöbeln</i>
	52.49.9	<i>Sonstiger Facheinzelhandel (daraus nur: Einzelhandel mit Büromöbeln)</i>
	52.44.3	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Möbel für Garten und Camping)</i>
	52.44.6	<i>Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Flecht- und Korbwaren (daraus nur: Einzelhandel mit Korbmöbeln)</i>
	52.50.1	<i>Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen</i>
Pflanzen/Samen	52.49.1	<i>Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus nur: Einzelhandel mit Pflanzen und Saatgut)</i>
Teppiche (ohne Teppichböden)	52.48.1	<i>Einzelhandel mit Tapeten und Bodenbelägen (daraus nur: Einzelhandel mit Teppichen)</i>

Quelle: eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 09/2008

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründung) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in

der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.<sup>20</sup> Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

## 4.5 Ansiedlungsleitsätze

Im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze soll die „Ziel-Trias“ zur künftigen Einzelhandelsentwicklung konkretisiert und so eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft sichergestellt werden. Die Ansiedlungsleitsätze enthalten Regelungen zu einem ausgewogenen Verhältnis der folgenden Ziele untereinander:

- Zentrenstärkung: Erhaltung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches (also des Innenstadtzentrums),
- Nahversorgung: die flächendeckende Nahversorgung in den Wohngebieten bestmöglich sichern und stärken, ohne hierbei die Entwicklung des Zentrums zu beeinträchtigen,
- Sonderstandorte: ergänzend und im Rahmen eindeutiger Regelungen Standorte für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel bereitstellen, ohne hierbei die Entwicklung des Zentrums oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen.

Zwar wurden bisher Entwicklungsleitlinien, absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, das künftige Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzept sowie nicht zuletzt die Spezifizierung zentrenrelevanter Sortimente vorgestellt. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Leistungsbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Ansiedlungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Diese Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Sulinger Einzelhandels insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sulinger Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsent-

---

<sup>20</sup> Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531

scheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in Sulingen ansässiger Einzelhandelsbetriebe.<sup>21</sup>

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

- zentrenrelevanten, zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Sortimentsstruktur)
- städtebaulichen Lagen bzw. Standorttypen
- Verkaufsflächenumfang
- Haupt- und Randsortimenten

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Sulingen empfohlen:

### **Ansiedlungsleitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment zukünftig nur im Innenstadtzentrum.**

- Im Innenstadtzentrum unbegrenzt<sup>22</sup>
- Primär innerhalb der Knochenstruktur
- Nachgeordnet: bei städtebaulich-funktionaler Weiterentwicklung der „Knochenstruktur“ ist zentrenrelevanter Einzelhandel auch im funktionalen Ergänzungsbereich empfehlenswert

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevanten Hauptsortiment sollen grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich des Innenstadtzentrums zulässig sein. Damit kann das Innenstadtzentrum in seiner heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird eine Streuung solcher wichtiger Einzelhandelsangebote, ein Ungleichgewicht der sonstigen Standorte gegenüber der Innenstadt sowie die potenzielle Gefährdung des Zentrums verhindert.

---

<sup>21</sup> Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potenziale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Sulingen, insbesondere des Innenstadtzentrums.

<sup>22</sup> Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtungsverbot) eine (Teil-)Begrenzung erforderlich werden lassen.

## Ansiedlungsleitsatz II: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Randsortiment an Sonderstandorten oder sonstigen Standorten

- Bis zu max. 10 % der VKF eines Vorhabens, max. 800 m<sup>2</sup> VKF
- Im Innenstadtzentrum keine Beschränkung des zentrenrelevanten Randsortimentes<sup>23</sup>
- Obergrenzen für die jeweiligen zentrenrelevanten Randsortimente an Innenstadtstruktur orientieren (abgeleitete Verkaufsflächenwerte je Sortimentsgruppe als Orientierungswerte)
- Deutliche Zuordnung des Randsortimentes zum Hauptsortiment

Zur Steigerung ihrer Attraktivität aus Kundensicht ergänzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment dieses häufig durch sog. Randsortimente, die oftmals auch zentrenrelevante Sortimente umfassen.

Diese zentrenrelevanten Randsortimente beinhalten jedoch je nach Verkaufsflächenumfang das Potenzial einer Gefährdung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere des Innenstadtzentrums, sowie das potenzielle Hemmnis einer Fortentwicklung dessen. Um den zentralen Versorgungsbereich vor diesen gemäß der Sulinger „Ziel-Trias“ unerwünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungspotenziale für den zentralen Versorgungsbereich nicht zu verringern und um gleichzeitig jedoch auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment auch jenseits der zentralen Versorgungsbereiche in begrenztem Umfang zugelassen werden.

Diese Begrenzung soll bei 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche für die zentrenrelevanten Randsortimente liegen<sup>24</sup>.

Zudem soll stets eine deutliche *Zuordnung* des Randsortiments zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungsgegenstände als Randsortiment zu Möbeln, Zooartikel als Randsortiment im Gartenmarkt, nicht jedoch z. B. Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits des zentralen Versorgungsbereiches vermieden.

Zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment in Vorhaben *im Innenstadtzentrum* sollen regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern Ansiedlungsleitsatz I gewahrt bleibt.

*Nicht* zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment sollen ebenfalls regelmäßig und ohne Verkaufsflächenbegrenzung zugelassen werden, sofern die übrigen Empfehlungen dieses

---

<sup>23</sup> Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) eine (Teil-)Begrenzung erforderlich werden lassen.

<sup>24</sup> Vgl. LROP Niedersachsen

Einzelhandelsentwicklungskonzeptes eingehalten werden (u. a. strategischer Einsatz auch nicht zentrenrelevanter Sortimente zur Stärkung der Innenstadt, Standortbündelung, Vermeidung einer Angebotsdiversität außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche).

### **Ansiedlungsleitsatz III: Nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment in den zentralen Versorgungsbereichen und zur Gewährleistung der Nahversorgung bedingt auch an sonstigen integrierten Standorten.**

- Aufgrund der hohen Bedeutung nahversorgungsrelevanter Sortimente als Frequenzbringer vorrangig Ansiedlung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels im Innenstadtzentrum
- Nachrangig an sonstigen städtebaulich integrierten Standorten, wenn negative Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum und die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen ausgeschlossen sind
  - ⇒ Lebensmittelmärkte jedoch nicht innerhalb eines Radius von 500 m um den zentralen Versorgungsbereich
  - ⇒ Lebensmittelmärkte: Begrenzung auf max. 800 m<sup>2</sup> VKF
  - ⇒ Ausschluss von Agglomerationen

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die nahversorgungsrelevanten Sortimente als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen haben, sowie mit Blick auf die begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment primär im zentralen Versorgungsbereich selbst angesiedelt werden.

In den übrigen Wohnsiedlungsgebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches (sonstige integrierte Standorte) kann ein Nahversorgungsangebot zugunsten der (engeren) Gebietsversorgung zugelassen werden. Hierdurch soll (gemäß der Ziel-Trias) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei den zentralen Versorgungsbereich zu schädigen oder in ihren Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

Allerdings sollen innerhalb eines (Schutz-)Radius von 500 m um den zentralen Versorgungsbereich keinerlei neue Lebensmittelmärkte zugelassen werden. Diese Empfehlung begründet sich daraus, dass solche Vorhaben besonders stark die Nahbereichskaufkraft derjenigen Lebensmittelmärkte, die im zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional strukturprägend sind, auf sich vereinigen würden. Anders ausgedrückt: ein neuer Lebensmittelmarkt würde die heute und die zu schützende Zentrenfunktion durch Umsatz-

umverteilungen aus dem Zentrum wesentlich schwächen. Zudem wäre kaum ein Vorteil für die flächendeckende Versorgung zu erkennen.<sup>25</sup>

In Sulingen sollten Lebensmittelmärkte, die außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs und dessen Schutzradius neu angesiedelt werden sollen, maximal 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche erreichen. Diese Empfehlung wiederum begründet sich aus einer näheren Untersuchung der Nahbereichsfunktion fiktiver neuer Lebensmittelmärkte in den Wohnsiedlungsbereichen (vgl. Rechenschema im Anhang). Diese Untersuchung stellt heraus, dass die Versorgungsfunktion marktüblicher neuer Märkte selbst bei annähernd 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche bereits über die Nahbereichsversorgung hinausgeht. Dies liegt zum einen in der ortstypischen vergleichsweise niedrigen Einwohnerdichte der Wohnsiedlungsbereiche begründet, wodurch entsprechend nur mäßig viel Kaufkraft im Nahbereich abzuschöpfen wäre. Zum anderen ist die hohe Flächenproduktivität neuer Märkte ausschlaggebend für die über die Gebietsversorgung hinausgehende Leistung. Um zu vermeiden, dass städtebaulich negative Auswirkungen auf die strukturprägenden Lebensmittelmärkte im Innenstadtzentrum (zentraler Versorgungsbereich) ausgelöst werden, soll die sog. Fernwirkung neuer Vorhaben dieser Art minimiert werden. Dies kann durch die Begrenzung auf 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche gewährleistet werden. Lebensmittelmärkte, die 800 m<sup>2</sup> überschreiten, sollten und können ggf. im zentralen Versorgungsbereich selbst angesiedelt werden.

Ebenfalls ist zur Vermeidung städtebaulich unerwünschter negativer Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich das Entstehen kleinerer Agglomerationen im sonstigen Stadtgebiet auszuschließen.<sup>26</sup> Solche wären geeignet, aufgrund der möglichen Kopplungseinkäufe in der Summe als Standortgemeinschaft aus Kundensicht attraktiver zu erscheinen als mehrere weit auseinanderliegende Einzelbetriebe. Folgende Standortbündelungen sollen aus städtebaulichen Gründen *vermieden* werden:

- Zwei Einzelhandelsbetriebe (oder mehr) mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment, die jeweils über 600 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche aufweisen und deren Grundstücke unter 200 m zueinander entfernt liegen.
- Mehr als drei Einzelhandelsbetriebe unabhängig vom Hauptsortiment und unabhängig von deren Gesamtverkaufsfläche, wenn deren Grundstücke unter 200 m zueinander entfernt liegen.
- Je nach Größe und Versorgungsfunktion sollte auch die Wirkung einzelhandelsnaher Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe in stadtplanerischen Erwägungen zum Ausschluss von Agglomerationen (jenseits des Zentrums) überprüft werden.

---

<sup>25</sup> Kartografisch ist der Schutzradius um den zentralen Versorgungsbereich in einer Abbildung im Anhang dargestellt.

<sup>26</sup> Ausgenommen von dieser Empfehlung sind die näheren Zielrichtungen und Empfehlungen zu den Sonderstandorten.

## **Ansiedlungsleitsatz IV: Großflächiger nicht-zentrenrelevanter Einzelhandel im Innenstadtzentrum und im Gewerbegebiet Ost und in Teilbereichen des Sun Park**

- ⇒ Primär im Innenstadtzentrum oder im Gewerbegebiet Ost und in Teilbereichen des Sun Park
- ⇒ Generell Bündelung an wenigen Standorten (auch kleinflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten)

*Großflächige* Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zur Angebotsbereicherung primär im Innenstadtzentrum (oder unmittelbar daran angrenzend) angesiedelt werden. Alternativ dazu sollen sie im Gewerbegebiet Ost und im Sun Park angesiedelt werden, um Angebote aus Kundensicht attraktiv räumlich zu bündeln und einer Dispersion des Einzelhandelsstandortgefüges auch im Interesse der Standortsicherung für produzierende und Handwerksbetriebe entgegenzuwirken.

*Nicht großflächige* Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen prinzipiell an allen Standorten im Stadtgebiet zugelassen werden, wobei zugunsten der oben genannten Faktoren ebenfalls die Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich (also: im Innenstadtzentrum) oder unmittelbar angrenzend zu diesem sowie eine Standortbündelung im Gewerbegebiet Ost und in Teilbereichen des Sun Park nahe zu legen ist.

Entwicklungsempfehlungen zu den einzelnen Gewerbegebieten als Sonderstandorte werden zudem in Kap. 4.3 formuliert.

## **Ansiedlungsleitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen Handwerksbetrieben sowie produzierenden oder weiterverarbeitenden Betrieben.**

Ausnahmsweise sollen Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zugelassen werden („Handwerkerprivileg“), wenn

- eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb
- die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang
- eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und
- wenn eine Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m<sup>2</sup> nicht überschritten wird

Die Zulässigkeit von Verkaufsstellen an landwirtschaftlichen Betrieben bemisst sich im Übrigen nach §§ 35 bzw. 201 BauGB.

## Zwischenfazit

In der Zusammenschau der aus der Sulinger „Ziel-Trias“ abgeleiteten Differenzierung innerhalb der Leitsätze ergibt sich ein Bewertungsinstrument für spezifizierte Einzelhandelsvorhaben sowie ein Anwendungsrahmen für die Bauleitplanung, und zwar bezogen auch auf die im Zentren- und Standortkonzept gekennzeichneten Standortziele. In der konsequenten Anwendung ergeben sich für geplante Einzelhandelsvorhaben je nach Sortiments- und Größenstruktur empfohlene oder abzulehnende Standorte sowie innerhalb möglicher Standorte eine teils mit Prioritäten versehene Empfehlung.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

## 4.6 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen

Im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in Sulingen werden in diesen Leistungsbaustein Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien sowie für Musterfestsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

### Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für entsprechende Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie andererseits „unerwünschte“ Standorte bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Hieraus begründen sich folgende kommunale Aufgaben:

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben z.B. im Innenstadtzentrum, an den Sonderstandorten oder – für die Nahversorgung – auch wohngebietsnah gemäß den im Konzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen Entwicklungsempfehlungen je Standort.
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Ansiedlungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für die-

se Gebiete unter Berücksichtigung der planungsrechtlichen Entschädigungsregelungen.

- Kurzfristiger Standortumbau an Standorten, die hierfür sofort in Frage kommen.
- Konsequenter, frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen, ggf. können handwerks- und produktionsbedingter Verkauf ausnahmsweise zugelassen werden.
- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung von verkaufsflächen- und sortimentsbezogen begrenzten, der Nahversorgung dienenden Lebensmittelmärkten an Standorten in den gekennzeichneten Suchräumen (oder daran angrenzend).
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar den eigenen zentralen Versorgungsbereich funktional zu schädigen drohen und die gewünschte zusätzliche Ansiedlungspotenziale im zentralen Versorgungsbereich im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Sulinger Liste zentrenrelevanter Sortimente.

## Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen

Die vorgenannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je nach Vorhaben und Standort weiter differieren. Insofern können und dürfen keine dauerhaft gültigen generellen Musterfestsetzungen entworfen werden. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept in Verbindung mit dem bestätigenden Beschluss des zuständigen politischen Gremiums bezieht. Dies sollte jedoch nicht als pauschales Zitat erfolgen, sondern als konkrete und standortbezogene Auseinandersetzung mit

- dem jeweils individuellen Planerfordernis,
- den Stärken- und Schwächen-Analysen zum zentralen Versorgungsbereich (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa prägende Sortimente und Betriebsgrößen),
- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs, der Nahversorgungsstruktur bzw. der ergänzenden Sonderstandorte sinnvoll erscheint und in welcher Weise dies geschehen soll<sup>27</sup> (hierzu hält dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept umfassende Einzelaspekte standortbezogen vor),

---

<sup>27</sup> Diese Empfehlung wird u.a. durch die Begründung zur BauGB-Novelle 2007 bezogen auf die neuen B-Pläne der Innenentwicklung nahe gelegt (vgl. BT-Drs. 16/2496: S. 11).

- der Lage des Planvorhabens innerhalb des beabsichtigten zukünftigen Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Sonderstandortkonzeptes dieses Gesamtkonzeptes,
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zur o. g. „Ziel-Trias“,
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Sortimentsstruktur begrenzt werden soll bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen.

Die Ansiedlungsleitsätze, die in diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept enthalten sind, sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden.

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes bereits aus §§ 1 Abs. 6 Nr. 4 und 2 Abs. 2 BauGB i.V.m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landesplanerischen Vorgaben.

Die Musterfestsetzungen selbst sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind. Sie sind als rein auf den Einzelhandel bezogene Empfehlungen zu verstehen, die weitere stadtentwicklungspolitische Abwägungserfordernisse sowie zu berücksichtigende weitere Aspekte der zu überplanenden Gebiete noch nicht enthalten. Für atypische Standorte und Vorhaben sollten diese Musterfestsetzungen nicht zugrunde gelegt werden.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen.<sup>28</sup>

Die Sulinger Liste sollte, damit sie Bestandteil der Planung wird, in den Festsetzungen (bzw. der Begründung) des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden.<sup>29</sup>

Sofern Bebauungspläne Standorte im zentralen Versorgungsbereich überplanen, so sollte in der Begründung zum Bebauungsplan der zentrale Versorgungsbereich namentlich und ergänzend ggf. zeichnerisch bezeichnet werden; die Planzeichnung selbst eignet sich

---

<sup>28</sup> Etwa die Wahrung der allgemeinen Zweckbestimmung des Baugebietes, vgl. hierzu u.a. Kuschnerus 2007: Rn. 509 ff., die Gewährleistung real existierender Betriebstypen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 C 77.84 vom 22.05.1987 bzw. Kuschnerus 2007: Rn. 519 ff., oder die Vermeidung des sog. „Windhundprinzips“ in gebietsbezogenen Sondergebietsfestsetzungen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008.

<sup>29</sup> Hierbei sollten die Sortimente mit den in der Sortimentsliste angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2003) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

aufgrund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

Der zentrale Versorgungsbereich kann zudem durch ein sinngemäß aus der Planzeichenverordnung abgeleitetes Zeichen im Flächennutzungsplan dargestellt werden.

## Empfohlene Musterfestsetzungen

### a) Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen

„Das Baugebiet \*Name\* wird festgesetzt als \*Gebietstyp nach BauNVO\*<sup>30</sup>. In diesem Baugebiet ist zulässig ein Einzelhandelsbetrieb \*Betriebstyp\* (z.B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmitteldiscounter, Kiosk usw.)\* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von \*xy\* m<sup>2</sup> und dem Hauptsortiment \*xy\* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Sulinger Sortimentsliste).“

Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Ansiedlungsleitsatz IV:

„Für diesen Einzelhandelsbetrieb werden die maximal zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente (gemäß Sulinger Sortimentsliste) \*(entweder)\* auf insgesamt \*xy\* % der Gesamtverkaufsfläche \*(oder)\* maximal \*xy\* m<sup>2</sup> begrenzt, wobei einzelne Sortimentsgruppen aufgrund der nach Sortimentsgruppe differenzierenden potenziellen Schädigungswirkung für den zentralen Versorgungsbereich weitergehend gemäß folgender aus den örtlichen Angebotsverhältnissen im zentralen Versorgungsbereich abgeleiteten Übersicht begrenzt werden (\*Verwendung der Orientierungswerte, vgl. Leitsatz IV bzw. Orientierungswerte im Anhang\*):

- Sortiment oder Sortimentsgruppe \*xy\* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Sulinger Sortimentsliste): maximal \*xy\* m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall abgeleiteter Wert einzufügen)
- \*weitere Sortimente analog\*“

Aus Gründen der im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Angebotsbündelung, und aufgrund der zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches sowie zur Wahrung der Entwicklungschancen sollen die zulässigen Randsortimente sich jeweils erkennbar auf das Hauptsortiment beziehen (vgl. Leitsatz IV).

### b) Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen

---

<sup>30</sup> Dieser Gebietstyp sollte i. d. R. ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchstrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden; vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008.

„Das Baugebiet \*Name\* wird festgesetzt als \*Gebietstyp nach BauNVO\*. In diesem Gebiet sind zulässig \*Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe\* [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe aller Art zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches in Sulingen sowie basierend auf den städtebaulichen Zielen zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels (\*in der Begründung näher zu benennen\*) nicht zulässig.“

Ggf. Anwendung des „Handwerkerprivilegs“ in gewerblichen genutzten Gebieten gemäß Ansiedlungsleitsatz V:

„Ausnahmsweise sind Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben zulässig, wenn eine unmittelbare räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb und die Errichtung im betrieblichen Zusammenhang gegeben ist, wenn zudem eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist, sowie wenn die Grenze der Großflächigkeit im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich erkennbar sind.“

## 5 Schlusswort

Die Stadt Sulingen verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über eine sehr gute Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des Innenstadtzentrums. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und durch den parallel einberufenen Arbeitskreis – Entwicklungsszenarien und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

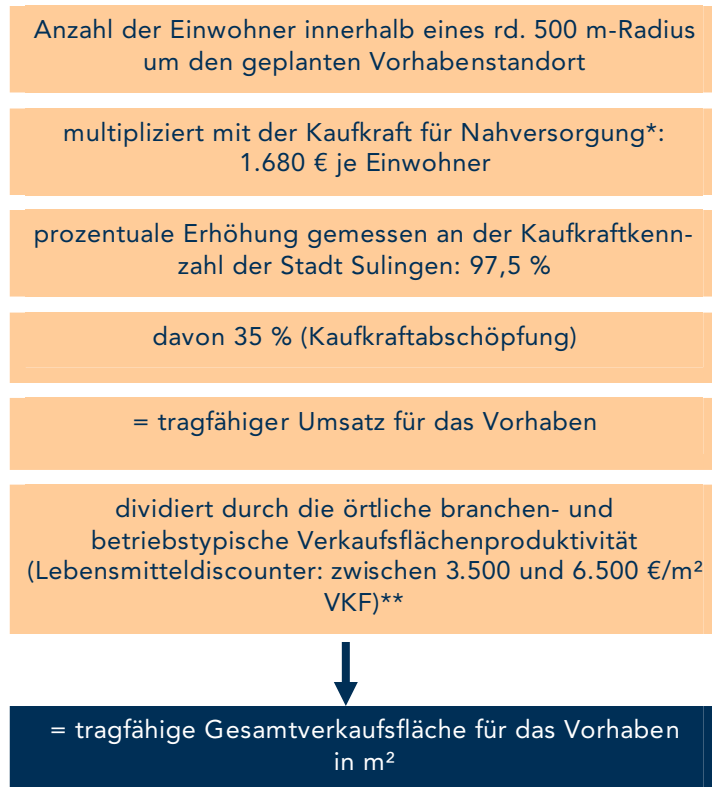
In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss dieses Einzelhandelsentwicklungskonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium werden die Empfehlungen für die Verwaltung bindend (als städtebauliches Entwicklungskonzept gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB); zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, dass die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen gewährleistet werden kann.

Obschon dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben, für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix, oder zur städtebaulichen Ausprägung der großen Sonderstandorte) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung.



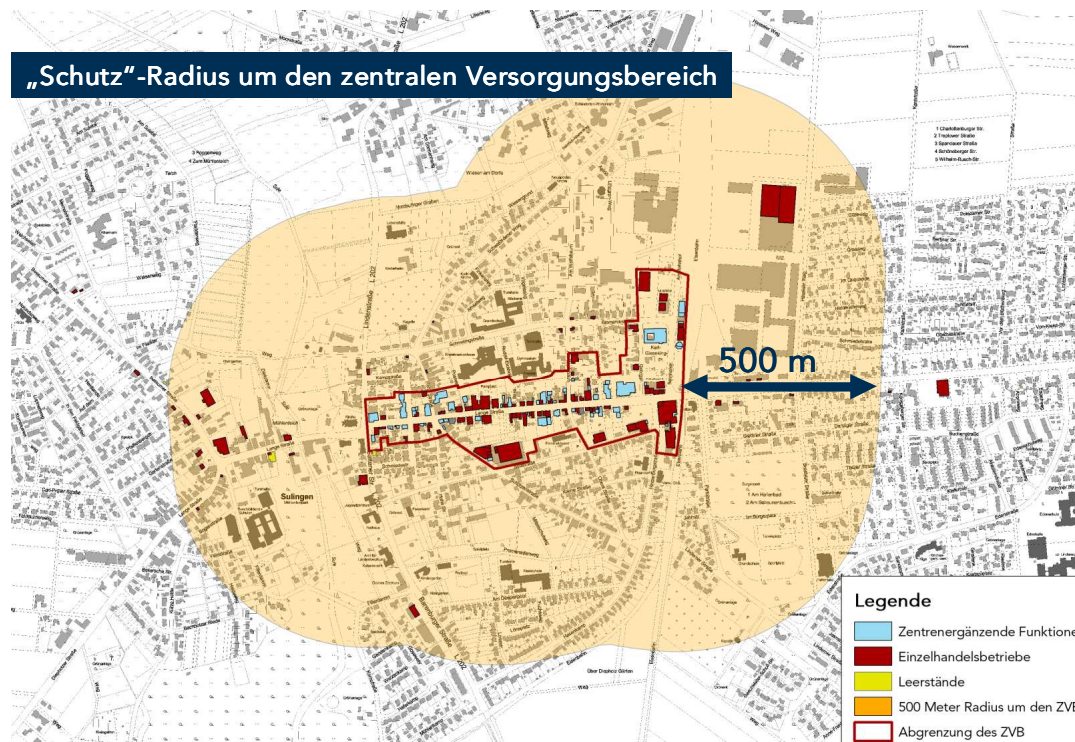
## Anhang

### Prüfschema zur Überprüfung der Nahversorgungsfunktion gem. Leitsatz III



Quelle: eigene Darstellung, \* Nahrungsmittel, Getränke, Tabakwaren, Wasch- Putz- und Reinigungs- sowie Pflegemittel, Bürstenwaren und Besen, Kerzen u. ä.); \*\*Werte angepasst an die örtlichen Verhältnisse

## Schutzradius von 500 m um den zentralen Versorgungsbereich gem. Leitsatz III



## Literatur und sonstige Quellen

### Literatur und Handelsfachdaten

BBE (2008): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2008. Köln

BMVBW (2002): Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO. Ohne Ort

Deutscher Bundestag (2004): Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Baugesetzbuchs an EU-Richtlinien (Europarechtsanpassungsgesetz Bau – EAG Bau). Bundestagsdrucksache 15/2250. Berlin

Deutsches Seminar für Städtebau und Wirtschaft (DSSW, 2007): Leitfaden Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen wegbrechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen. Berlin

EHI Retail Institute (2005): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2005/2006. Köln

EHI Retail Institute (2006): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Ausgabe 2006/2007. Köln

Hahn-Immobilien (2006): Real Estate Report 06. Ohne Ort

IfH Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln (2005): Branchendokumentation zum Betriebsvergleich Einzelhandel. Köln

Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn

Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft, Verbraucherschutz und Landesentwicklung (2008): Landesraumordnungsprogramm Niedersachsen 2008

Lebensmittelzeitung (2007): Ausgabe Nr. 13

Stadt Sulingen (2008): Bevölkerungsstatistik. Sulingen

Statistisches Bundesamt (2003): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2003. Wiesbaden

WABE-Institut (2007): Einzelhandel Branchendaten 2007. Ohne Ort

## **Sonstige Quellen**

Website Bertelsmann Stiftung, abgerufen 25.11.2008: [www.wegweiser-kommune.de/datenprognosen](http://www.wegweiser-kommune.de/datenprognosen)

Website des Landesbetriebs für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen, abgerufen 25.11.2008: [www.nls-niedersachsen.de](http://www.nls-niedersachsen.de)

Website Statistisches Bundesamt (Destatis), abgerufen 25.11.2008: [www.destatis.de](http://www.destatis.de)

## Glossar

### Betriebsform (Betriebstyp)

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Seit neuester Zeit wird auch von Formaten und Vertriebsschienen gesprochen. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

### Bindungsquote

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- (> 100 %) oder abfließt (< 100 %). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft)

### Business Improvement District (BID)

Ein Business Improvement District (BID) ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende mit dem Ziel zusammenschließen, das unmittelbare betriebliche und städtische Umfeld zu verbessern. Von einem derartigen Public-Private-Partnership-Modell, also der Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen und privaten Akteuren, können sowohl Städte und Gemeinden, als auch Verbraucher und Wirtschaft profitieren.

In Deutschland gibt es bislang noch keine bundesrechtliche Grundlage zur Gründung eines BID. Einige Länder haben jedoch den Ansatz aufgegriffen und als Lösungsansatz für Standorte diskutiert, die von trading-down-Prozessen betroffen sind. In Hamburg wurde das erste Landesgesetz zu der Einrichtung eines BID verabschiedet, in NRW wird die Gründung von so genannten Immobilien- und Standortgemeinschaften (ISG) gefördert.

### Einzelhandel

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie in der Regel nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen sind. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

## Einzelhandelsrelevante Nachfrage

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, die im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

## Fabrikladen (Factory Outlet)

Herstellereigenes Einzelhandelsgeschäft, in der Regel mit minimierter Ausstattung und Selbstbedienung, in dem ein Hersteller im Direktvertrieb vor allem seine Warenüberhänge und seine Zweite-Wahl-Ware verkauft. Standort für einen Fabrikladen sind entweder ein größerer Raum beim Hersteller selbst oder ein verkehrsgünstig gelegener Verkaufsraum in der Nähe.

## Fachdiscounter

Ein meist klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service anbietet. Das Sortiment ist dabei flach und schmal und wird oft zu den niedrigen Preisen angeboten.

## Fachgeschäft

Spezialisierte und branchengebundene Einzelhandelsbetriebe, die sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnen. Die Verkaufsfläche liegt meistens deutlich unter 800 m<sup>2</sup>. Entscheidend für die Abgrenzung zu Fachmärkten ist vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/Bedienung).

## Fachmarkt

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigen Betrieben mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche > 800 m<sup>2</sup>. Je nach Typ des Fachmarktes sind verschiedene Größenordnungen üblich (z. B. Drogeriefachmärkte mit ca. 800 m<sup>2</sup>, Elektrofachmarkt 2.000 - 4.000 m<sup>2</sup> (z. B. Saturn), Baumarkt 2.000 - 15.000 m<sup>2</sup>, Möbelmarkt bis zu 50.000 m<sup>2</sup>).

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittsortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

## Factory-Outlet-Center (FOC)

Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikladen) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion

und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

## Grenzrentabilität

Grenze der Einnahmen-Kosten-Relation, unterhalb derer ein Einzelhandelsbetrieb – unter Berücksichtigung lokaler Nachfrage- und Wettbewerbsbedingungen sowie zeitgemäßer, handelstypischer Betriebsgestaltung – nicht dauerhaft wirtschaftlich zu betreiben ist.

## Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

Modell zur Aufwertung von Handelsstandorten, das auf Grundlage der Idee der BID die Bildung von Gemeinschaften aus Grund- und Immobilienbesitzern und öffentlichen Planungsträgern fördert. Die Mitgliedschaft in einer ISG ist freiwillig und unterscheidet sich so maßgeblich vom amerikanischen Modell des BID.

## Innenstadt

Das Gebiet einer Stadt, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Institutionen konzentrieren. Der Begriff der Innenstadt ist in der Regel nicht mit demjenigen des Innenstadtzentrums (IZ) gleichzusetzen, da die Abgrenzung neben der baulichen Dichte und der Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen auch die historische Entwicklung und Bedeutung von Zentrenbereichen berücksichtigt, weniger als der Begriff des IZ jedoch auf dem Einzelhandel beruht.

## Innenstadtzentrum (IZ)

Einzelhandelsrelevante Lagebezeichnung für städtebaulich-funktionell abgegrenzte Innenstadtbereiche. Bei der Abgrenzung des IZ gegenüber weiteren Innenstadtbereichen wird die Konzentration gesamtstädtisch und überörtlich bedeutender Funktionen ebenso berücksichtigt wie die Dichte des bestehenden Handelsbesatzes oder städtebauliche Eigenschaften. Da das IZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Das IZ ist je nach örtlicher Ausprägung nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit dem historischen oder statistischen Zentrum.

## Katalogschauraum

Kleinflächige Ausstellungsläden, in denen nicht verkauft wird, sondern jeder Artikel meist nur einmal vorhanden ist und bestellt werden kann. Er verbindet Versandhauswerbung mit der Verkaufsstätte.

## Kaufhaus

Zentral gelegener großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und tiefen Non-Food-Sortiment, der meistens im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, davon wenigstens eine in tiefer Gliederung. Am weitesten verbreitet sind Kaufhäuser mit Bekleidung und Textilien oder verwandten Bedarfsrichtungen. Starke Konzentration auf bestimmte Warengruppen. Ein Lebensmittelangebot ist meistens nicht vorhanden. Verkaufsfläche > 1.000 m<sup>2</sup>

## Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommener

Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

## **Kaufkraftbindung**

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremdregionen einem Marktgebiet zufließen.

## **Kaufkraftkennziffer**

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Kaufkraft. Sie gibt an, wie viel Promille der gesamten Kaufkraft in Deutschland auf die betrachtete geographische Einheit entfällt. Errechnet wird sie durch Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebiets an der Gesamtbevölkerung mit einem Kaufkraftfaktor, der nur aus Nettoeinkommen der im Gebiet ansässigen Bevölkerung besteht. Sie gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.

## **Lebensmitteldiscounter**

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt zwischen 250 - 800 m<sup>2</sup>, in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 - 13 %.

## **Nahversorgungszentrum (NVZ)**

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist in der Regel innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

## **SB-Warenhaus**

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 3.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 - 75 % bei der Fläche (35 - 50 % des Umsatzes).

## **Sortiment**

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern.

Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsoriment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsoriment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

## **Städtebaulich integrierte Lage (siL)**

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reicht in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentraler Versorgungsbereich, d. h. Hauptgeschäftszentrum bzw. Stadtteil- oder Ortsteilzentrum einzuordnen. In der Regel sind Einzelhandelsnutzungen in der sonstigen integrierten Lage als Einzelbetrieb oder als Ansammlung einiger weniger Betriebe vorzufinden.

## **Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)**

Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. In der Regel trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

## **Stadtteilzentrum (STZ)/ Ortsteilzentrum (OTZ)**

Zum Stadtteil- bzw. Ortsteilzentrum zählen diejenigen sonstigen zentralen Bereiche einer Kommune, die wie das Innenstadtzentrum über einen hohen Besatz an Einzelhandelsbetrieben, über weitere Zentrenfunktionen sowie über städtebauliche Zentrenmerkmale verfügen. Hinsichtlich der Nutzungsdichte, der städtebaulichen Ausprägung und der Lage im Stadtgebiet bzw. der Verkehrsanbindungen ist das STZ/OTZ gegenüber dem Innenstadtzentrum allerdings als nachgeordnet zu bewerten. Da ein STZ/OTZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Ein Stadtteil- oder Ortsteilzentrum ist nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit einem historischen oder statistischen kommunalen Nebenzentrum.

## **Supermarkt**

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 1.500 m<sup>2</sup>, wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.

## **Trading down Prozess**

Ursprünglich die Bezeichnung einer sequentiellen Strategiealternative in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben.

Mit dieser Strategie versuchen z. B. Warenhäuser etablierten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern auf der „grünen Wiese“ Paroli zu bieten. Dies geschieht meistens durch den radikalen Abbau von Verkaufspersonal und die Ausweitung der Selbstbedienung und Vorwahl anstelle von Beratung und Bedienung.

Verbreiteter ist der Gebrauch des Begriffes „trading down“ im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen oder ganzen Innenstädten. Hier bezeichnet „trading down“ den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

## **Umsatz**

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz in der Regel als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

## **Urban Entertainment Center (UEC)**

Kombination von großflächigem Einzelhandel, Gastronomie und thematisch integrierte Freizeit und Unterhaltungsangebote (z. B. Multiplex Kino oder Musical Theater).

## **Verbrauchermarkt**

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Großflächig (ca. 1.500 - 5.000 m<sup>2</sup>), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60 %; Umsatz 20 - 40 %.

## **Warenhaus**

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleistungen (Gastronomie, Frisör, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m<sup>2</sup>, der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50 % aus.

## **Zentraler Versorgungsbereich**

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z.B.

nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

## Zentralitätskennziffer

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.