

Einzelhandelsstrukturelle Untersuchung
als Grundlage für eine Einschätzung zur
Randsortimentsplanung eines Jawoll
Sonderpostenmarkts in der Stadt Sulingen

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhler

Dortmund, 10. Oktober 2015

Im Auftrag:

Stadt Sulingen

Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhler GbR

Stadt + Handel

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund
fon 0 231. 8 62 68 90
fax 0 231. 8 62 68 91

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe
fon 0 721. 14 51 22 62
fax 0 721. 14 51 22 63

Markt 9
04109 Leipzig
fon 0341.92723942
fax 0341.92723943

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

1 Ausgangssituation und Zielstellung

Die J.A.Woll Handels GmbH erwägt die Ansiedlung eines Sonderpostenmarktes mit einer Verkaufsflächendimensionierung von rd. 2.700 m² (davon 750 m² Freiverkaufsfläche) in der Stadt Sulingen im Gewerbegebiet Ost an der Nienburger Straße in Teilbereichen der Räumlichkeiten von „Möbel Müller & Co.“.

Planerisch soll der Möbelmarkt mit dem Sonderpostenmarkt als ein Einzelhandelsvorhaben mit einem nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment mit einer Gesamtverkaufsfläche von 8.500 m² dargestellt werden.

Die Randsortimentsverkaufsfläche des Möbelmarktes soll zugunsten des J.A.Woll Marktes vollumfänglich zurückgenommen werden, so dass auf die anteiligen Flächen des J.A.Woll Marktes bis zu 800 m² VKF für zentrenrelevante Sortimente entfallen können.

Gemäß des aktuellen Plankonzepts der J.A.Woll Handels GmbH¹ sind derzeit jedoch rd. 1.200 m² der Verkaufsfläche entsprechend der Sulinger Sortimentsliste² im zentrenrelevanten³ Randsortimentsbereich geplant.

Gemäß LROP 2008 sind neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht innenstadtrelevanten Sortimenten außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebiets des Zentralen Ortes zulässig, wenn die Verkaufsfläche für innenstadtrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 v.H. der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt. Insofern bestünde hier ein Konflikt zu den landesplanerischen Zielstellungen.

Grundsätzlich erscheint eine solche Abweichung für den Planstandort aus kommunalpolitischer Sicht denkbar, da für das hier in Rede stehende Vorhaben im Einzelhandelskonzept bereits eine standortbezogene Ausnahme formuliert wurde, welche eine Entwicklung unter der Bedingung zulässt, wenn diese verträglich für die Sulinger Innenstadtentwicklung ist.⁴ Die Verträglichkeit wurde darauf aufsetzend im Rahmen einer standortbezogenen Verträglichkeitsanalyse⁵ nachgewiesen. Insofern sind sowohl die einzelhandelskonzeptionellen als auch die standortbezogenen kommunalplanerischen Voraussetzungen für den Standort gegeben.

Vor diesem Hintergrund wurden in einem gemeinsamen Abstimmungstermin mit der Stadt Sulingen, dem Landkreis und Stadt + Handel Handlungsoptionen für eine landesplanerisch konforme Umsetzung des Projektes erörtert. Im Ergebnis wurde deutlich, dass eine standort- und vorhabenbezogene, begründete Abweichung von der Sulinger Sortimentsliste vor

¹ Dieses wurde Stadt + Handel im August 2015 überlassen. Es orientiert sich an der Sulinger Sortimentsliste.

² Vgl. Stadt + Handel (2013): Teilfortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Sulingen, Dortmund, S. 36.

³ Dies umfasst auch sog. zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß Sulinger Sortimentsliste.

⁴ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 34.

⁵ Vgl. City Consult (2014): Verträglichkeitsanalyse Jawoll Sonderpostenmarkt GE Sulingen-Ost, Rosengarten.

dem Hintergrund der zuvor beschriebenen Rahmenbedingungen ggf. denkbar sei. Voraussetzung sei, dass sich über die bereits vorliegenden positiven Standorteinschätzungen (EHK und Verträglichkeitsanalyse) in einer einzelhandelsstrukturellen Analyse eine Rechtfertigung dafür ergäbe, einige der geplanten Randsortimente als nicht-zentrenrelevant im Sinne der landesplanerischen Bewertung zu bezeichnen. Durch eine intensive Begründung in Bezug auf das Planvorhaben ist dabei eine Präzedenzwirkung für andere Standortbereiche in Sulingen zu vermeiden.

In dem vorliegenden Gutachten werden folgende Fragestellungen erörtert:

- Welche der von dem Vorhaben geführten Randsortimente sind angesichts der Strukturen in Sulingen und der Sortimentseigenschaften als potenziell im Hinblick auf das Planvorhaben nicht zentrenrelevant einzuordnen und stellen somit die Liste der untersuchungsrelevanten Sortimente dar?
- Welche tatsächliche Bedeutung haben die geplanten zentrenrelevanten Sortimente für die zentralen Versorgungsbereiche bzw. das Innenstadtzentrum in der Stadt Sulingen, sowohl quantitativ als auch qualitativ?⁶
- Welche Sortimentsmerkmale sprechen für eine zentrenrelevante Einordnung/nicht zentrenrelevante Einordnung?
- Ergänzend: welche Auswirkungen auf die Innenstadt Sulingens stellt das Verträglichkeitsgutachten von City Consult (2014) für die untersuchten Sortimente dar?

Schlussendlich ist zu klären, ob sich rd. 400 m² VKF der gemäß Sulinger Sortimentsliste als zentrenrelevant eingestuften Sortimente für das Planvorhaben in städtebaulich-funktional begründeter Weise (temporär) als nicht-zentrenrelevant darstellen lassen und so die Grundlage für eine Zielkonformität zum LROP (max. 800 m² VKF für zentrenrelevante Sortimente) erreichbar ist.

⁶ Absprachegemäß wurde auf die im Jahr 2013 im Zusammenhang mit der Fortschreibung des EHZK erfassten Strukturdaten zurückgegriffen.

2 Flächenprogramm des Vorhabens

Das Flächenprogramm des Vorhabens stellt sich nach Sortimenten untergliedert wie folgt dar:

Tabelle 1: Sortimente und Verkaufsflächen des Vorhabens

Sortimente	Verkaufsfläche in m ²
Zentrenrelevante Sortimente gemäß Sulinger Sortimentsliste	
Bekleidung	130
Bücher	5
Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte)	15
Elektrohaushaltsgeräte (Großgeräte)	10
Telekommunikationsartikel	5
Unterhaltungselektronik	5
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)	20
Fahrräder und Zubehör	50
Glas/Porzellan/Keramik	50
Haus-/Bett-/Tischwäsche	30
Heimtextilien/Gardinen	50
Hausrat/Haushaltswaren	200
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten	10
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	25
Schuhe, Lederwaren	80
Spielwaren	30
Sport- und Campingartikel	55
Gesamt	770
Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß Sulinger Sortimentsliste	
Nahrungs- und Genussmittel	300
Drogerie/Kosmetik/Parfümerie	100
Gesamt	400

Nicht zentrenrelevante Sortimente gemäß Sulinger Sortimentsliste	
Baummarktsortiment	150
Bettwaren	15
Gartenartikel	100
KFZ-Zubehör	30
Leuchten/Lampen	10
Möbel	450
Pflanzen/Samen	10
Zoologischer Bedarf	20
Teppiche	10
Pflanzen/Gartenbedarf (außen)	750
Gesamt	1.545

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers.

3 Charakteristika der Zentrenrelevanz von Sortimenten

Für die Beantwortung der in Kapitel 1 aufgeworfenen Untersuchungsfragen werden die in Kap. 4 als untersuchungsrelevant eingeschätzten Sortimente nochmals vertiefend hinsichtlich ihrer faktischen Zentrenrelevanz in Sulingen bewertet. Diese Bewertung stellt – sofern hier eine faktische nicht-zentrenrelevante Einordnung im Ergebnis steht – keinen offensichtlichen Widerspruch zum Einzelhandelskonzept bzw. der dort vorgenommenen Einordnung der Sortimente dar, denn dieses beinhaltet über die Bestandssituation hinaus immer auch eine planerische Zielperspektive (auch wenn heute noch keine oder nur wenige Angebotsstrukturen im ZVB existieren soll deren Entwicklung angestrebt oder zumindest nicht durch unmaßstäbliche Entwicklungen außerhalb des ZVB verhindert werden). Eine entsprechende Prüfung, ob diese Entwicklung durch das Planvorhaben verhindert wird, wurde sowohl im Einzelhandelskonzept (standortbezogene Ausnahmeregelung) als auch im Rahmen der vorliegenden Verträglichkeitsanalyse bereits erbracht. Im Ergebnis werden keine Beeinträchtigungen des ZVB festgestellt.

Für eine kohärente Bewertung der spezifischen Sortimentseigenschaften, welche neben der tatsächlichen Bedeutung des Sortiments für die zentralen Versorgungsbereiche zu berücksichtigen sind, finden die in der nachfolgenden Tabelle dargestellten Beurteilungskriterien Anwendung.

Tabelle 2: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollten,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- und die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können.

Nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen,
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in zentralen Lagen eignen.

Quelle: Eigene Darstellung.

Im Rahmen der Prüfung der Zentrenrelevanz werden somit zunächst die Ergebnisse der Strukturanalyse vorgestellt, wobei insbesondere die Verkaufsflächenanteile innerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu untersuchen sind. Abschließend ist festzustellen, ob das jeweilige Sortiment **im Bestand** zur **Prägung des zentralen Versorgungsbereiches** beiträgt. Darauf aufbauend werden die spezifischen Sortimentseigenschaften Frequenzerzeugung, gute Integrationsfähigkeit, hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten und Transportfähigkeit geprüft.

Zusammenfassend wird im Anschluss eine fachgutachterliche Einschätzung formuliert, ob die Analyseergebnisse für eine im Hinblick auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung sprechen.

4 Herleitung untersuchungsrelevanter Sortimente

Zur Herleitung der untersuchungsrelevanten Sortimente müssen zunächst diejenigen Sortimente ausgeschlossen werden, die aufgrund eines hohen Verkaufsflächenanteils innerhalb des Innenstadtzentrums oder aufgrund bestimmter Sortimentseigenschaften (siehe Tabelle 2) als regelmäßig zentrenrelevant einzuordnen sind. Die entsprechenden Sortimente sind folgend dargestellt:

Tabelle 3: Nicht untersuchungsrelevante Sortimente des Vorhabens

Verkaufsfläche	VKF absolut in m ²	VKF-Anteil in %
Bekleidung		
Jawoll	130	2
IZ Sulingen	6.850	94
Sulingen gesamt	7.250	98
Sulingen gesamt inkl. Planung	7.380	100
Bücher		
Jawoll	5	5
IZ Sulingen	95	86
Sulingen gesamt	105	95
Sulingen gesamt inkl. Planung	110	100
Glas/Porzellan/Keramik		
Jawoll	50	11
IZ Sulingen	200	43
Sulingen gesamt	415	89
Sulingen gesamt inkl. Planung	465	100
Papier/Büroartikel/Schreibwaren		
Jawoll	25	4
IZ Sulingen	595	95
Sulingen gesamt	600	96
Sulingen gesamt inkl. Planung	625	100
Schuhe, Lederwaren		

Jawoll	80	3
IZ Sulingen	1.615	68
Sulingen gesamt	2.310	97
Sulingen gesamt inkl. Planung	2.390	100
Spielwaren		
Jawoll	30	4
IZ Sulingen	540	72
Sulingen gesamt	725	96
Sulingen gesamt inkl. Planung	755	100
Nahrungs- und Genussmittel		
Jawoll	300	3
IZ Sulingen	4.625	52
Sulingen gesamt	8.255	97
Sulingen gesamt inkl. Planung	8.555	100
Drogerie		
Jawoll	100	7
IZ Sulingen	1.080	72
Sulingen gesamt	1.395	93
Sulingen gesamt inkl. Planung	1.495	100

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Weiterhin untersuchungsrelevant sind somit die Sortimente

- Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte),
- Elektrohaushaltsgeräte (Großgeräte),
- Telekommunikationsartikel,
- Unterhaltungselektronik,
- Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel),
- Fahrräder und Zubehör,
- Haus-/Bett-/Tischwäsche,
- Hausrat/Haushaltswaren
- Heimtextilien/Gardinen,
- Kurzwaren/Schneiderbedarf/Handarbeiten
- Sport- und Campingartikel einzuschätzen,

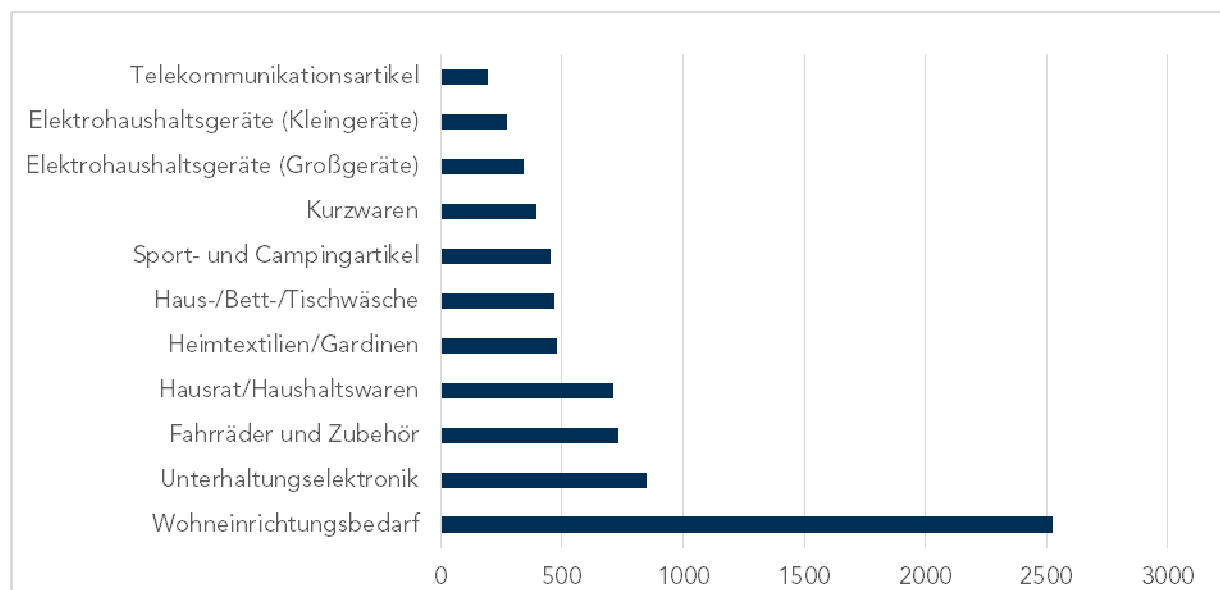
die in der Sortimentsliste Sulingens als zentrenrelevant eingeordnet sind.

5 Strukturanalyse ausgewählter Sortimente

Insgesamt sind im Zuge der Strukturanalyse 46 Betriebe mit für das Vorhaben untersuchungsrelevanten Sortimenten in der Stadt Sulingen untersucht worden. Dies entspricht rd. 34 % der ansässigen Einzelhandelsbetriebe.⁷ Davon entfallen 20 Betriebe, also rd. 43 %, auf Standorte im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum.

In der nachfolgenden Abbildung sind die untersuchungsrelevanten Sortimente in ihrem Bestand in Sulingen (VKF in m²) dargestellt.

Abbildung 1: Untersuchungsrelevante Sortimente im Bestand in Sulingen gesamt (in m²)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 2013.

Nachfolgend ist jedes der als untersuchungsrelevant eingestuften Sortimente separat untersucht worden. Dabei erfolgt sowohl eine betriebs- als auch eine verkaufsflächenbezogene Darstellung nach Lagebereichen, die Benennung strukturprägender Anbieter im Innenstadtzentrum von Sulingen sowie eine Einschätzung der spezifischen Sortimentseigenschaften. Ziel dieser einzelhandelsstrukturellen Analyse ist die Prüfung, ob unter Beachtung der sonstigen Rahmenbedingungen (Ausnahmeregelung im EHK, Verträglichkeitsanalyse City Consult) eine Rechtfertigung dafür vorliegt, die jew. Randsortimente als nicht-zentrenrelevant im Sinne der landesplanerischen Bewertung zu bezeichnen.

5.1 Heimtextilien/Gardinen

Im Rahmen der Analyse sind fünf Betriebe erhoben worden, welche das Sortiment Heimtextilien/Gardinen⁸ anbieten. Lediglich ein Betrieb, der das Sortiment mit rd. 20 m²

⁷ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 7.

⁸ In der Sulinger Sortimentsliste als „Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz“ bezeichnet.

Verkaufsfläche als Randsortiment führt, befindet sich im Innenstadtzentrum. Die anderen vier Betriebe verteilen sich auf städtebaulich nicht integrierte Lagen und das Gewerbegebiet Ost.

Als strukturprägend und mit vergleichsweise hoher Verkaufsflächendimensionierung innerhalb des Sortiments Heimtextilien/Gardinen ist der im Gewerbegebiet befindliche Fachmarkt Hammer sowie der in Einzellage ansässige Anbieter Dänisches Bettenlager aufzuführen. Diese verfügen jeweils über eine sortimentsbezogene Verkaufsfläche von mehr als 100 m² und vereinen damit rd. 84 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche in Sulingen auf sich.

Tabelle 4: Sortiment Heimtextilien/Gardinen

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (50 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	20	4	250
Sonstige Lagen Sulingen	460	96	11
Sulingen gesamt	480	100	10

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Dieses Ergebnis spiegelt sich auch innerhalb der Verkaufsflächenbedeutung für die einzelnen Lagen wider. So entfallen lediglich rd. 20 m² von insgesamt rd. 480 m² Verkaufsfläche auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum, so dass dem Sortiment eine untergeordnete Bedeutung zugesprochen werden muss.⁹

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Heimtextilien/Gardinen dargestellt und hinsichtlich der Zentrenrelevanz bewertet.

⁹ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 8.

Tabelle 5: Sortimentseigenschaften Heimtextilien/Gardinen

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	eingeschränkt gegeben		✓	
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	eingeschränkt gegeben		✓	
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	eingeschränkt gegeben		✓	
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	gegeben	✓		
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	nicht gegeben			✓

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Sortimentseigenschaften stellen sich zwar als uneinheitlich dar, allerdings ist eine strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich in Sulingen nicht ersichtlich. Insbesondere vor diesem Hintergrund lässt sich eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments vornehmen.

5.2 Fahrräder und Zubehör

Es sind insgesamt zwei untersuchungsrelevante Betriebe mit dem Sortiment Fahrräder und Zubehör erhoben worden. Dabei handelt es sich um einen städtebaulich nicht integrierten Baumarkt, der Fahrräder und Zubehör als Randsortiment führt, und um ein Fachgeschäft im Innenstadtzentrum, welches mit rd. 680 m² Verkaufsfläche als strukturprägend einzuordnen ist.

Die strukturelle Bedeutung des Sortiments Fahrräder und Zubehör in der Sulinger Innenstadt ist bedingt gegeben, da der Verkaufsflächenanteil an der gesamten Innenstadtverkaufsfläche bei rd. 3 % liegt.¹⁰

¹⁰ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 8.

Tabelle 6: Sortiment Fahrräder und Zubehör

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (50 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	680	74	7
Sonstige Lagen Sulingen	55	26	94
Sulingen gesamt	735	100	7

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Das Sortiment Fahrräder und Zubehör ist in Sulingen bisher auf rd. 735 m² Verkaufsfläche vertreten. Die Relation der im J.A.Woll geplanten Sortimentsverkaufsfläche ist dabei gegenüber der Innenstadt als eher gering zu bewerten (rd. 7 %).

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Fahrräder und Zubehör dargestellt und hinsichtlich der Zentrenrelevanz bewertet.

Tabelle 7: Sortimentseigenschaften Fahrräder und Zubehör

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	nicht gegeben			✓
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	eingeschränkt gegeben		✓	
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	nicht gegeben			✓
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	nicht gegeben			✓
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	gegeben	✓		

Quelle: Eigene Darstellung.

Insgesamt ergibt sich ein uneinheitliches Bild. Zwar ist in der Sulinger Innenstadt ein strukturprägender Anbieter vorhanden, gleichzeitig ist der Anteil des Sortiments an der Gesamtverkaufsfläche aber gering bis moderat einzustufen. Zudem sprechen die sortimentsbezogenen Eigenschaften für eine nicht zwingende zentrenrelevante Einordnung.

Grundsätzlich erscheint eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung denkbar, wenn die Auswirkungen auf die faktisch zumindest in Teilen bestehende

Bedeutung des Sortiments für das Innenstadtzentrum gering ausfallen. Diesbezüglich ist festzustellen, dass die zu erwartende Umsatzumverteilung von rd. 2 bis 3 % als gering zu bewerten ist und diese keine negativen städtebaulich relevanten Folgen erwarten lässt.¹¹

Die spezifischen Sortimentseigenschaften sowie die ausbleibende Beeinträchtigung der vorhandenen Strukturen durch das Planvorhaben liefern Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Fahrräder und Zubehör.

5.3 Kurzwaren

Im Sortiment Kurzwaren¹² sind insgesamt vier Betriebe in der Stadt Sulingen erhoben worden. Davon entfällt ein Geschäft auf das Innenstadtzentrum, die anderen drei befinden sich in Einzellagen und im Gewerbegebiet Ost. Als strukturprägender Anbieter mit mehr als 100 m² sortimentsbezogener Verkaufsfläche sind die Anbieter Hammer im Gewerbegebiet sowie das Fachgeschäft Stoff- und Wollparadies im Innenstadtzentrum zu nennen. Diese vereinen zudem rd. 94 % der Gesamtverkaufsfläche in dem Sortiment Kurzwaren.

Tabelle 8: Sortiment Kurzwaren

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (10 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	120	30	8
Sonstige Lagen Sulingen	275	70	4
Sulingen gesamt	395	100	3

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Bezogen auf die Verkaufsflächenbedeutung für die einzelnen Lagen lässt sich zwar eine gewisse Prägung des zentralen Versorgungsbereich feststellen, allerdings entfallen mit rd. 275 m² von 395 m² ein Großteil von rd. 70 % auf die sonstigen Lagen in Sulingen.

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Kurzwaren dargestellt und hinsichtlich der Zentrenrelevanz bewertet.

¹¹ Umsatzumverteilung für die Warengruppe Sportartikel, Fahrräder, Camping insgesamt; City Consult 2014, S. 16.

¹² In der Sulinger Sortimentsliste als „Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche“ bezeichnet.

Tabelle 9: Sortimentseigenschaften Kurzwaren

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	eingeschränkt gegeben		✓	
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	eingeschränkt gegeben	✓		
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	eingeschränkt gegeben		✓	
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	gegeben	✓		
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	Eingeschränkt gegeben		✓	

Quelle: Eigene Darstellung.

Die Sortimentseigenschaften stellen sich zwar als uneinheitlich dar, allerdings obliegt dem Sortiment nur eine eher untergeordnete strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich. Insbesondere vor diesem Hintergrund lässt sich eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments vornehmen.

5.4 Sport- und Campingartikel

Es sind insgesamt drei Betriebe mit dem Sortiment Sport- und Campingartikel in der Stadt Sulingen erhoben worden. Davon befindet sich einer im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum, die anderen Beiden sind in Einzellagen angesiedelt.

Als strukturprägender Anbieter mit mehr als 100 m² sortimentspezifischer Verkaufsfläche sind die Betriebe Kaufhaus Ranck im Innenstadtzentrum und Reitsport Gerlach in Einzellage zu nennen. Diese vereinen rd. 98 % der Gesamtverkaufsfläche in dem Sortiment Sport- und Campingartikel.

Tabelle 10: Sortiment Sport- und Campingartikel

Lage	Bestand		Relation des Plan- vorhabens (55 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	170	38	32
Sonstige Lagen Sulingen	280	62	20
Sulingen gesamt	450	100	12

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Die erhobenen rd. 450 m² Verkaufsfläche im Sortiment Sport- und Campingartikel verteilen sich auf einen Anteil von 38 % im Innenstadtzentrum und rd. 62 % in den sonstigen Lagen.

Mit einem Anteil von unter einem Prozent an der gesamten Innenstadtverkaufsfläche hat das Sortiment jedoch eine eher untergeordnete Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich.¹³

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Sport- und Campingartikel dargestellt und hinsichtlich der Zentrenrelevanz bewertet.

¹³ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 8.

Tabelle 11: Sortimentseigenschaften Sport- und Campingartikel

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	eingeschränkt gegeben		✓	
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	eingeschränkt gegeben		✓	
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	eingeschränkt gegeben		✓	
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	eingeschränkt gegeben		✓	
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	Eingeschränkt gegeben		✓	

Quelle: Eigene Darstellung.

Insgesamt ergibt sich ein sehr uneinheitliches Bild. Grundsätzlich erscheint eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung denkbar, wenn die Auswirkungen auf die faktisch zumindest in Teilen bestehende Bedeutung des Sortiments für das Innenstadtzentrum gering ausfallen.

Diesbezüglich ist festzustellen, dass die zu erwartende Umsatzumverteilung von rd. 2 - 3 % als gering zu bewerten ist und diese keine städtebaulich relevanten Folgen erwarten lässt.¹⁴

Die eher geringe strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich, die spezifischen Sortimentseigenschaften sowie die ausbleibende Beeinträchtigung der vorhandenen Strukturen durch das Planvorhaben liefern Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Sport- und Campingartikel.

5.5 Hausrat/Haushalt

Hinsichtlich des Sortiments Hausrat/Haushalt¹⁵ sind in der Stadt Sulingen insgesamt neun Betriebe in die Analyse eingeflossen. Davon befinden sich sieben Betriebe innerhalb des Innenstadtzentrums, einer im Gewerbegebiet Ost und einer im Sun-Park. Als strukturprägend mit mehr als 100 m² Verkaufsfläche lässt sich der im zentralen Versorgungsbereich gelegene Sonderpostenmarkt TEDI ausmachen.

¹⁴ Umsatzumverteilung für die Warengruppe Sportartikel, Fahrräder, Camping insgesamt; City Consult 2014, S. 16.

¹⁵ In der Sulinger Sortimentsliste als Hausrat/Haushaltswaren bezeichnet.

Tabelle 12: Sortiment Hausrat/Haushalt

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (200 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	590	83	34
Sonstige Lagen Sulingen	120	17	167
Sulingen gesamt	710	100	28

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Der Anteil des Innenstadtzentrums an der Gesamtverkaufsfläche im Sortiment Hausrat/Haushalt liegt mit rd. 590 m² bei rd. 83 %.

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Hausrat/Haushalt dargestellt und hinsichtlich der Zentrenrelevanz bewertet.

Tabelle 13: Sortimentseigenschaften Hausrat/Haushalt

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	eingeschränkt gegeben		✓	
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	gegeben	✓		
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	eingeschränkt gegeben		✓	
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	gegeben	✓		
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	eingeschränkt gegeben		✓	

Quelle: Eigene Darstellung.

Die strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich sowie die spezifischen Sortimentseigenschaften durch das Planvorhaben liefern kaum Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Hausrat/Haushalt.

Auch ist festzustellen, dass die zu erwartende Umsatzumverteilung von 8 bis 9 % als nennenswert zu bewerten ist.¹⁶

5.6 Haus-/Bett-/Tischwäsche

Das Sortiment Haus-/Bett-/Tischwäsche ist in insgesamt acht Betrieben erhoben worden. Davon sind lediglich zwei Betriebe im Innenstadtzentrum angesiedelt, die anderen sechs Betriebe verteilen sich auf Einzellagen und das Gewerbegebiet Ost.

Als strukturprägend und mit einer Verkaufsflächenausstattung von mehr als 100 m² sind die Betriebe Hammer und Dänisches Bettenlager, welche sich beide außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs befinden, zu nennen.

Tabelle 14: Sortiment Haus-/Bett-/Tischwäsche

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (30 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	30	6	100
Sonstige Lagen Sulingen	440	94	68
Sulingen gesamt	470	100	64

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Insgesamt befinden sich mit rd. 30 m² rd. 6 % der Verkaufsflächen im Innenstadtzentrum, wohingegen der überwiegende Teil in den sonstigen Lagen Sulingens angesiedelt ist. Eine strukturelle Prägung des zentralen Versorgungsbereichs durch das Sortiment Haus-/Bett-/Tischwäsche lässt sich also nicht feststellen.

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Haus-/Bett-/Tischwäsche dargestellt und hinsichtlich der Zentrenrelevanz bewertet.

¹⁶ Umsatzumverteilung für die Warengruppe Elektrogeräte, Unterhaltselektronik; City Consult 2014, S. 16.

Tabelle 15: Sortimentseigenschaften Haus-/Bett-/Tischwäsche

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	gegeben	✓		
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	eingeschränkt gegeben		✓	
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	gegeben	✓		
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	gegeben	✓		
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	nicht gegeben			✓

Quelle: Eigene Darstellung, Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 12/2014 - 01/2015.

Eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung scheint grundsätzlich denkbar.

Die kaum vorhandene strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich sowie die spezifischen Sortimentseigenschaften liefern Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Haus-/Bett-/Tischwäsche

5.7 Unterhaltungselektronik

Das Sortiment Unterhaltungselektronik ist in insgesamt acht Betrieben erhoben worden. Zwei der Betriebe führen das entsprechende Sortiment als Hauptsortiment. Auf das Innenstadtzentrum entfallen vier Anbieter von denen einer Unterhaltungselektronik als Hauptsortiment führt.

Als strukturprägend und mit vergleichsweise hoher Verkaufsflächendimensionierungen innerhalb des Sortiments Unterhaltungselektronik ist der Anbieter EP Kraus im ZVB Innenstadt aufzuführen. Dieser verfügt über eine Verkaufsfläche von mehr als 100 m² und vereint damit knapp 50 % der sortimentspezifischen Verkaufsfläche im ZVB auf sich.

Tabelle 16: Sortiment Unterhaltungselektronik

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (10 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	255	74	4
Sonstige Lagen Sulingen	90	26	11
Sulingen gesamt	345	100	3

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Das Sortiment Elektrogroßgeräte ist in Sulingen bisher auf rd. 345 m² Verkaufsfläche vertreten, wovon sich rd. 255 m² im Innenstadtzentrum befinden. Die Relation der im J.A.Woll geplanten Sortimentverkaufsfläche ist gegenüber der Innenstadt als sehr gering zu bewerten (4 %).

Das Sortiment Unterhaltungselektronik hat in der Innenstadt eine untergeordnete Bedeutung mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 1 % an der gesamten Innenstadtverkaufsfläche.¹⁷

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Unterhaltungselektronik dargestellt und hinsichtlich der vorhabenbezogenen Zentrenrelevanz bewertet.

¹⁷ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 8.

Tabelle 17: Sortimentseigenschaften Unterhaltungselektronik

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	gegeben	✓		
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	eingeschränkt gegeben		✓	
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	gegeben	✓		
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	eingeschränkt gegeben		✓	
Prägung eines zentralen Versorgungsbereichs	gegeben	✓		

Quelle: Eigene Darstellung.

Grundsätzlich erscheint eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung vor diesem Hintergrund kaum begründbar.

Die strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich, die spezifischen Sortimentseigenschaften liefern wenig Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Unterhaltungselektronik.

Allerdings ist festzustellen, dass die zu erwartende Umsatzumverteilung von 0,3 bis 0,6 % als sehr gering zu bewerten ist und diese keine städtebaulich relevanten Folgen erwarten lässt.¹⁸ Aus diesem Grunde ergibt sich für dieses Sortiment ungeachtet der zuvor aufgezeigten Eigenschaften ggf. die Möglichkeit einer von der zuvor dargestellten Einordnung abzuweichen.

5.8 Telekommunikationsartikel

Es sind insgesamt sechs untersuchungsrelevante Betriebe mit dem Sortiment Telekommunikationsartikel erhoben worden. Ein Anbieter führt das Sortiment als Randsortiment. Auf das Innenstadtzentrum entfallen fünf der sechs Betriebe.

Als strukturprägend und mit vergleichsweise hoher Verkaufsflächendimensionierungen innerhalb des Sortiments Telekommunikationsartikel ist das Fachgeschäft Heitmann zu nennen. Dieses verfügt über eine Verkaufsfläche von rd. 80 m² und vereint damit rd. 42 % der sortimentsbezogenen Gesamtverkaufsfläche auf sich.

¹⁸ Umsatzumverteilung für die Warengruppe Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik; City Consult 2014, S. 16.

Tabelle 18: Sortiment Telekommunikationsartikel

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (5 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	145	76	3
Sonstige Lagen Sulingen	45	24	11
Sulingen gesamt	190	100	3

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Das Sortiment Telekommunikationsartikel ist in Sulingen bisher auf rd. 190 m² Verkaufsfläche vertreten, wovon sich rd. 145 m² im Innenstadtzentrum befinden. Die Relation der im J.A.Woll geplanten Sortimentsverkaufsfläche ist gegenüber der Innenstadt als sehr gering zu bewerten (rd. 3 %). Zudem ist die Bedeutung des Sortiments in der Innenstadt mit einem Anteil von unter 1 % an der Gesamtverkaufsfläche als untergeordnet einzustufen.¹⁹

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Telekommunikationsartikel dargestellt und hinsichtlich der vorhabenbezogenen Zentrenrelevanz bewertet.

¹⁹ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 8.

Tabelle 19: Sortimentseigenschaften Telekommunikationsartikel

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	eingeschränkt gegeben		✓	
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	Gegeben	✓		
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	eingeschränkt gegeben		✓	
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	gegeben	✓		
Prägung eines zentralen Versorgungsbereichs	eingeschränkt gegeben		✓	

Quelle: Eigene Darstellung.

Grundsätzlich erscheint eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung vor diesem Hintergrund kaum begründbar.

Die strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich, die spezifischen Sortimentseigenschaften liefern wenig Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Telekommunikationsartikel.

Allerdings ist festzustellen, dass die zu erwartende Umsatzumverteilung von 0,3 bis 0,6 % als sehr gering zu bewerten ist und diese keine städtebaulich relevanten Folgen erwarten lässt.²⁰ Aus diesem Grunde ergibt sich für dieses Sortiment ungeachtet der zuvor aufgezeigten Eigenschaften ggf. die Möglichkeit einer von der zuvor dargestellten Einordnung abzuweichen.

5.9 Elektrogroßgeräte

Es sind insgesamt drei untersuchungsrelevante Betriebe mit dem Sortiment Elektrogroßgeräte²¹ erhoben worden. Alle drei Betriebe führen das entsprechende Sortiment als Hauptsortiment. Auf das Innenstadtzentrum entfallen zwei der drei Betriebe.

Als strukturprägend und mit vergleichsweise hoher Verkaufsflächendimensionierungen innerhalb des Sortiments Elektrogroßgeräte ist der Anbieter EP Kraus aufzuführen. Dieser

²⁰ Umsatzumverteilung für die Warengruppe Elektrogeräte, Unterhaltselektronik; City Consult 2014, S. 16.

²¹ In der Sulinger Sortimentsliste als „Elektrohaushaltsgeräte (Großgeräte)“ bezeichnet.

verfügt über eine Verkaufsfläche von mehr als 100 m² und vereint damit knapp 50 % der Gesamtverkaufsfläche auf sich.

Tabelle 20: Sortiment Elektrogroßgeräte

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (10 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	255	74	4
Sonstige Lagen Sulingen	90	26	11
Sulingen gesamt	345	100	3

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Das Sortiment Elektrogroßgeräte ist in Sulingen bisher auf rd. 345 m² Verkaufsfläche vertreten, wovon sich rd. 255 m² im Innenstadtzentrum befinden. Die Relation der im J.A.Woll geplanten Sortimentsverkaufsfläche ist gegenüber der Innenstadt als sehr gering zu bewerten (4 %).

Das Sortiment Elektrogroßgeräte hat in der Innenstadt eine untergeordnete Bedeutung mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 1 % an der gesamten Innenstadtverkaufsfläche.²²

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Elektrogroßgeräte dargestellt und hinsichtlich der vorhabenbezogenen Zentrenrelevanz bewertet.

²² Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 8.

Tabelle 21: Sortimentseigenschaften Elektrogroßgeräte

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	nicht gegeben			✓
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	eingeschränkt gegeben		✓	
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	nicht gegeben			✓
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	nicht gegeben			✓
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	eingeschränkt gegeben		✓	

Quelle: Eigene Darstellung.

Insgesamt ergibt sich ein eher uneinheitliches Bild. Grundsätzlich erscheint eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung denkbar, wenn die Auswirkungen auf die faktisch zumindest in Teilen bestehende Bedeutung des Sortiments für das Innenstadtzentrum gering ausfallen.

Diesbezüglich ist festzustellen, dass die zu erwartende Umsatzumverteilung von 0,3 bis 0,6 % als sehr gering zu bewerten ist und diese keine städtebaulich relevanten Folgen erwarten lässt.²³

Die eingeschränkte strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich, die spezifischen Sortimentseigenschaften sowie die ausbleibende Beeinträchtigung der vorhandenen Strukturen durch das Planvorhaben liefern Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Elektrogroßgeräte.

5.10 Elektrokleingeräte

Es sind insgesamt vier untersuchungsrelevante Betriebe mit dem Sortiment Elektrokleingeräte²⁴ erhoben worden. Drei der vier Betriebe führen das entsprechende Sortiment als Hauptsortiment. Auf das Innenstadtzentrum entfallen drei der vier Betriebe. Alle Anbieter im Innenstadtzentrum weisen eine ähnliche Verkaufsflächenausstattung zwischen 70-100 m² auf.

²³ Umsatzumverteilung für die Warengruppe Elektrogeräte, Unterhaltselektronik; City Consult 2014, S. 16.

²⁴ In der Sulinger Sortimentsliste als „Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte)“ bezeichnet.

Die Fachhändler im Innenstadtzentrum weisen allesamt Verkaufsflächen unter 100 m² auf, so dass einzelne Anbieter kein besonderes Gewicht entfalten.

Tabelle 22: Sortiment Elektrokleingeräte

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (15 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	250	93	2
Sonstige Lagen Sulingen	20	7	75
Sulingen gesamt	270	100	6

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandserhebung von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Das Sortiment Elektrokleingeräte ist in Sulingen bisher auf rd. 270 m² Verkaufsfläche vertreten, wovon sich rd. 250 m² im Innenstadtzentrum befinden. Die Relation der im J.A.Woll geplanten Sortimentsverkaufsfläche ist gegenüber der Innenstadt als gering zu bewerten (rd. 6 %).

Auch die Bedeutung des Sortiments an der gesamten Innenstadtverkaufsfläche ist mit rd. 1 % als untergeordnet zu bewerten.²⁵

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Elektrokleingeräte dargestellt und hinsichtlich der vorhabenbezogenen Zentrenrelevanz bewertet.

²⁵ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 8.

Tabelle 23: Sortimentseigenschaften Elektrokleingeräte

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	eingeschränkt gegeben		✓	
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	gegeben	✓		
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	eingeschränkt gegeben		✓	
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	eingeschränkt gegeben		✓	
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	eingeschränkt gegeben		✓	

Quelle: Eigene Darstellung.

Insgesamt ergibt sich ein eher uneinheitliches Bild. Grundsätzlich erscheint eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung denkbar, wenn die Auswirkungen auf die faktisch zumindest in Teilen bestehende Bedeutung des Sortiments für das Innenstadtzentrum gering ausfallen.

Diesbezüglich ist festzustellen, dass die zu erwartenden Umsatzumverteilung von 0,3 bis 0,6 % als sehr gering zu bewerten sind und diese keine städtebaulich relevanten Folgen erwarten lassen.²⁶

Die eher geringe strukturelle Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich, die spezifischen Sortimentseigenschaften sowie die ausbleibende Beeinträchtigung der vorhandenen Strukturen durch das Planvorhaben liefern Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Elektrokleingeräte.

5.11 Wohneinrichtungsbedarf

Hinsichtlich des Sortiments Wohneinrichtungsbedarf²⁷ sind in der Stadt Sulingen insgesamt 23 Betriebe als untersuchungsrelevant berücksichtigt. Das Sortiment kommt zum großen Teil als Randsortiment vor. 11 der 23 Betriebe, die das Sortiment führen befinden sich im Innenstadtzentrum.

²⁶ Umsatzumverteilung für Warengruppe Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik; City Consult 2014, S. 16.

²⁷ In der Sulinger Sortimentsliste als „Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände“ bezeichnet.

Als strukturprägend aufgrund ihrer Verkaufsflächenausstattungen sind das Möbelhaus Müller & Co. im Gewerbegebiet Ost, das Möbelfachgeschäft Wilhelm Müller an der Galtener Straße sowie das Fachgeschäft Glas Marner im Innenstadtzentrum anzuführen. Diese Betriebe verfügen mit jeweils über 200 m² sortimentspezifischen VKF über ein flächenmäßig größeres Angebot als die Betriebe in Sulingen im Durchschnitt (rd. 115 m² je Betrieb).

Tabelle 24: Sortiment Wohneinrichtungsbedarf

Lage	Bestand		Relation des Planvorhabens (20 m ²) zum Bestand in %
	VKF absolut in m ²	VKF Anteil in %	
IZ Sulingen	980	39	2
Sonstige Lagen Sulingen	1.560	61	1
Sulingen gesamt	2.540	100	1

Quelle: Angaben des Vorhabenträgers; Einzelhandelsbestandsaufnahme von Stadt + Handel 2013; Werte gerundet.

Das Sortiment Wohneinrichtungsbedarf ist in Sulingen bisher auf rd. 2.540 m² Verkaufsfläche vertreten, wovon sich rd. 980 m² (39%) im Innenstadtzentrum befinden.

Das Sortiment Wohneinrichtungsbedarf hat in der Innenstadt eine gewisse Bedeutung mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 4 % an der gesamten Innenstadtverkaufsfläche.²⁸

In der nachfolgenden Tabelle werden die weiteren spezifischen Sortimentseigenschaften des Sortiments Wohneinrichtungsbedarf dargestellt und hinsichtlich der vorhabenbezogenen Zentrenrelevanz bewertet.

²⁸ Vgl. Stadt + Handel 2013, S. 8.

Tabelle 25: Sortimentseigenschaften Wohneinrichtungsbedarf

Kriterium	Bewertung	Spricht für:		
		Zentrenrelevanz	Uneinheitliche Bewertung	Nicht-Zentrenrelevanz
Frequenzerzeugung	gegeben	✓		
gute Integrationsfähigkeit (geringe Flächeninanspruchnahme)	gegeben	✓		
hohe Kopplungswirkung mit anderen Sortimenten	eingeschränkt gegeben		✓	
„Handtaschensortiment“ (Transportfähigkeit)	eingeschränkt gegeben		✓	
Prägung des zentralen Versorgungsbereichs	teilweise gegeben		✓	

Quelle: Eigene Darstellung.

Grundsätzlich erscheint eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung schwer begründbar, denn auch die Auswirkungen auf die faktisch bestehende Bedeutung des Sortiments für das Innenstadtzentrum sind mit rd. 8 bis 9% (in der Kumulation mit weiteren artähnlichen Sortimenten) als durchaus nennenswert zu bewerten.²⁹

²⁹ Umsatzumverteilung für Warengruppe Elektrogeräte, Unterhaltungselektronik; City Consult 2014, S. 16.

6 Ergebniszusammenfassung

Für die einzelnen Sortimente des Planvorhabens ist folgende standort- und vorhabenbezogene Einordnung vor dem Hintergrund der sonstigen Rahmenbedingungen fachlich wie folgt begründbar. Die bereits vorliegenden positiven Standorteinschätzungen (EHK und Verträglichkeitsanalyse) wurden berücksichtigt und für die diskutablen Sortimente eine einzelhandelsstrukturellen Analyse durchgeführt.

Sortimente	Vorhabenbezogene Einordnung		
	Zentrenrelevant (geplant in m ² VKF)	Uneinheitliche Einordnung (geplant in m ² VKF)	Nicht- zentrenrelevant (geplant in m ² VKF)
Bekleidung	130		
Bücher	5		
Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte)			15
Elektrohaushaltsgeräte (Großgeräte)			10
Telekommunikation		5	
Unterhaltungselektronik		5	
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)	20		
Fahrräder und Zubehör			50
Glas/Porzellan/Keramik	50		
Haus-/Bett-/Tischwäsche			30
Heimtextilien/Gardinen			50
Hausrat/Haushaltswaren	200		
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten			10
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	25		
Schuhe, Lederwaren	80		
Spielwaren	30		
Sport- und Campingartikel			55
Nahrungs- und Genussmittel	300		
Drogerie/Kosmetik/Parfümerie	100		
Gesamt	940	10	210

Es zeigt sich, dass etwa 210 m² der geplanten VKF im Kontext der landesplanerischen Einordnung als nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden könnten. Rd. 10 m² sind diskutabel. Der VKF-Umfang zentrenrelevanter Sortimente liegt mit 940 m² VKF weiterhin oberhalb von 800 m² VKF. Insofern empfiehlt sich eine entsprechende Reduktion der Verkaufsflächen im Bereich der weiterhin als zentrenrelevant bewerteten Sortimente.

Vor diesem Hintergrund hat der Vorhabenträger das Flächenprogramm des Vorhabens überarbeitet und Stadt + Handel überlassen:

Die als zentrenrelevant eingeordneten Anteile wurden reduziert, die nicht-zentrenrelevanten Anteile dahingehend erhöht (siehe folgende Tabelle).

7 Bewertung eines modifizierten Flächenprogramms

Modifiziertes Flächenprogramm (von JAWOLL am 21.09.15 an Stadt + Handel übergeben)

Sortimente	Vorhabenbezogene Einordnung		
	Zentrenrelevant (geplant in m ² VKF)	Uneinheitliche Einordnung (geplant in m ² VKF)	Nicht- zentrenrelevant (geplant in m ² VKF)
Bekleidung	50		
Bücher	5		
Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte)			20 (+5)
Elektrohaushaltsgeräte (Großgeräte)			20 (+10)
Telekommunikation		5	
Unterhaltungselektronik		5	
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel)	20		
Fahrräder und Zubehör			70 (+20)
Glas/Porzellan/Keramik	50		
Haus-/Bett-/Tischwäsche			70 (+40)
Heimtextilien/Gardinen			70 (+20)
Hausrat/Haushaltswaren	195		
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten			10
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	20		
Schuhe, Lederwaren	70		
Spielwaren	20		
Sport- und Campingartikel			100 (+45)
Nahrungs- und Genussmittel	280		
Drogerie/Kosmetik/Parfümerie	90		
Gesamt	800	10	360 (+150)

Aufgrund der Verkaufsflächenerhöhungen in den (bisher) als nicht-zentrenrelevant klassifizierten Sortimenten wird folgend eine abschließende Prüfung vorgenommen, ob die nicht-zentrenrelevante Einordnung beibehalten werden kann:

Elektrohaushaltsgeräte (Kleingeräte)

Die Einordnung als bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevant wird angesichts der sehr geringen Verkaufsflächenausweitung (+ 5 m² VKF) im Planvorhaben beibehalten.

Elektrohaushaltsgeräte (Großgeräte)

Zwar findet eine Verdopplung der Verkaufsfläche statt, diese erfolgt jedoch auf einem sehr niedrigen Niveau (von 10 auf 20 m² VKF). Die Würdigung der für die nicht-zentrenrelevanten Einordnung relevanten Aspekte bleibt bestehen. Die Einordnung als bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevant wird beibehalten.

Fahrräder und Zubehör

Es findet eine geringe Verkaufsflächenausweitung um 20 m² VKF statt. Dadurch ist eine geringfügige Erhöhung der Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum anzunehmen. Die Umsatzumverteilungen dürften sich auf rd. 3 bis 4% erhöhen. Die spezifischen Sortimenteigenschaften sowie die auch bei der neu berechneten Umsatzumverteilung absehbar ausbleibende Beeinträchtigung der vorhandenen Strukturen durch das Planvorhaben liefern weiterhin Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Fahrräder und Zubehör.

Haus-, Bett-, Tischwäsche

Es findet eine moderate Verkaufsflächenausweitung um 40 m² VKF statt. Angesichts der sehr geringen Bedeutung des Sortiments für das Innenstadtzentrum bleibt die bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung bestehen.

Heimtextilen/Gardinen

Es findet eine geringe Verkaufsflächenausweitung um 20 m² VKF statt. Angesichts der geringen Bedeutung des Sortiments für das Innenstadtzentrum bleibt die bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung bestehen.

Sport- und Campinartikel

Es findet eine moderate Verkaufsflächenausweitung um 45 m² VKF statt. Dadurch ist eine Erhöhung der Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum anzunehmen. Die Umsatzumverteilungen dürften sich auf rd. 4 bis 5% erhöhen. Die spezifischen Sortimenteigenschaften sowie die auch bei der neu berechneten Umsatzumverteilung absehbar noch ausbleibende Beeinträchtigung der vorhandenen Strukturen durch das Planvorhaben liefern weiterhin Begründungsinhalte für eine bezogen auf das Planvorhaben nicht-zentrenrelevante Einordnung des Sortiments Fahrräder und Zubehör.

Fazit

Es zeigt sich, dass nunmehr etwa 350 m² der geplanten VKF im Kontext der landesplanerischen Einordnung als nicht-zentrenrelevant eingeordnet werden könnten. Rd. 10 m² sind diskutabel. Hier wäre eine kommunale Abwägung und sodann nicht-zentrenrelevante Ein-

ordnung im Rahmen des Planverfahrens erforderlich, um den bisher bei 800 m² VKF liegenden zentrenrelevanten VKF Anteil nicht zu erhöhen.

Dortmund, den 09.10.15



Dipl.-Ing. Marc Föhner