



## Einzelhandelskonzept Gemeinde Sande

Wesentliche Ergebnisse  
04.12.2013

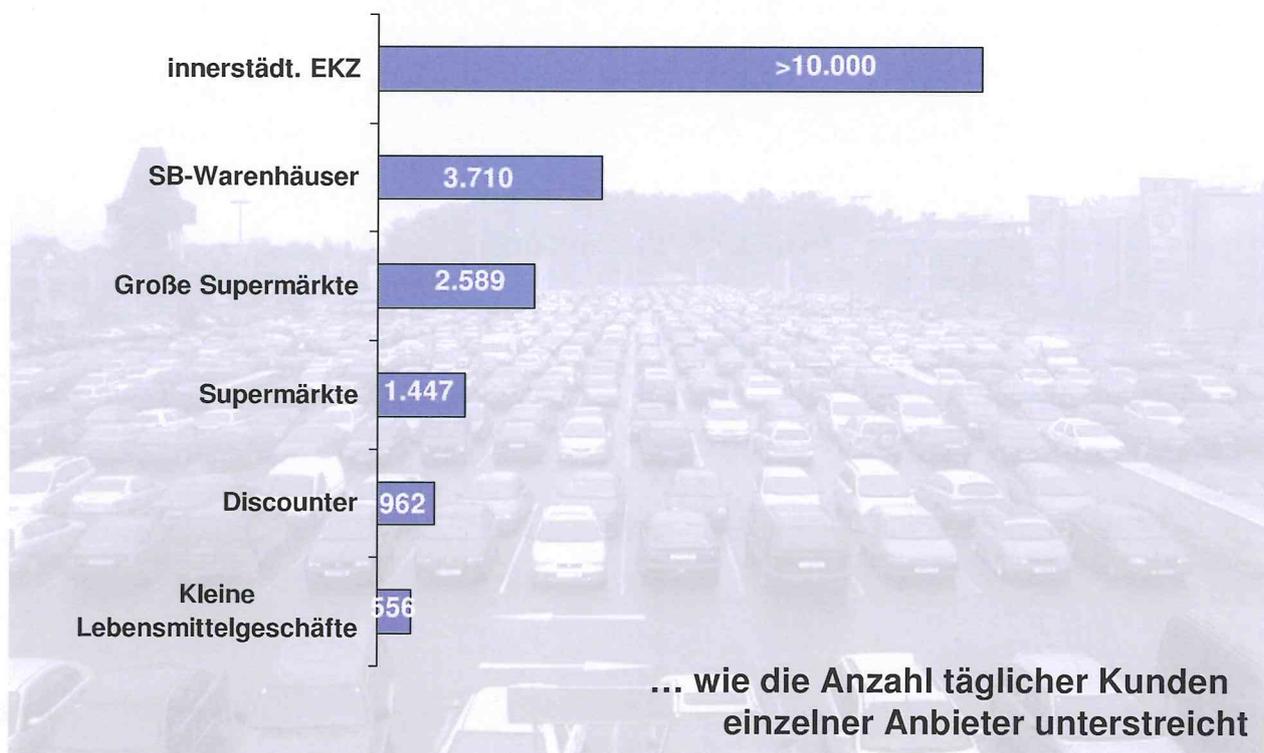
Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH  
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München  
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH.  
Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

## Der Einzelhandel ist täglich Ziel vieler Kunden ...



# Warum Steuerung des Einzelhandels?

## Einzelhandel ....

- .... beansprucht Flächen (Einzelhandelssteuerung ist Teil des Bodenrechtes)
- .... konkurriert mit anderen Nutzungen
- .... ein Frequenz- und Verkehrserzeuger
- .... benötigt Folgeinvestitionen (Verkehr)
- .... ist Investor oder Mieter von Immobilien
- .... gehört für Kunden in Deutschland zur Ortsmitte dazu

Einzelhandel und Stadtentwicklung  
stehen in enger Wechselwirkung!



Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH.  
Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

3

# Steuerung benötigt Ziele ...

- Bündelung der Versorgungsleistung für die Region in den zentralen Orten
- Stärkung der Ortskerne als Einkaufs-, Versorgungs- und Kommunikationsraum
- Sicherung / Weiterentwicklung der Nahversorgung in den Wohnquartieren
- gezielte Steuerung des dezentralen Einzelhandels auf wenige und gut erreichbare Standorte (Vermeidung von Verkehr und / oder Verkehrsbündelung)



Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH.  
Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

4

# Die Kommunen steuern den Einzelhandel in der Bauleitplanung ...



Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH. Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

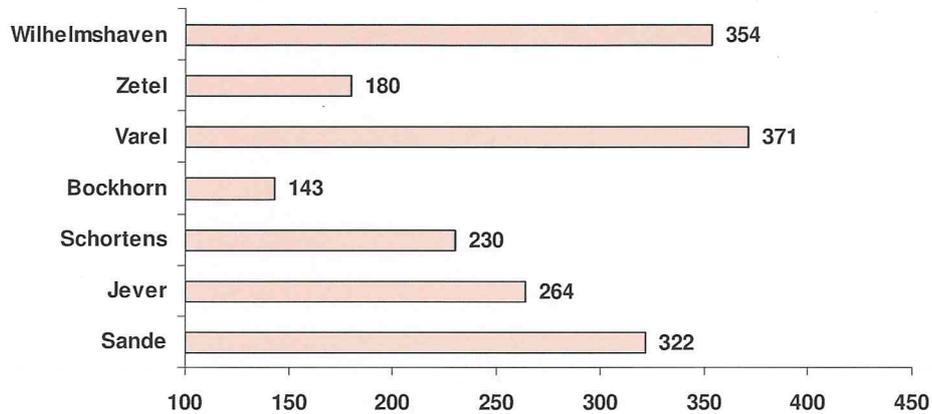
# Einwohnerentwicklung in Sande im Vergleich

| Daten               | Einwohner     |               | Veränderung 11 / 13 |              |
|---------------------|---------------|---------------|---------------------|--------------|
|                     | 30.06.2011    | 31.03.2013    | abs.                | in %         |
| Sande               | 9.213         | 9.043         | - 170               | - 1,8        |
| Jever               | 14.033        | 13.845        | - 188               | - 1,3        |
| Schortens           | 20.394        | 20.196        | - 198               | - 1,0        |
| Wangerland          | 9.291         | 9.158         | - 133               | - 1,4        |
| Wangerooge          | 1.324         | 1.274         | - 50                | - 3,8        |
| Bockhorn            | 8.444         | 8.454         | 10                  | 0,1          |
| Varel               | 23.792        | 23.570        | - 222               | - 0,9        |
| Zetel               | 11.703        | 11.637        | - 66                | - 0,6        |
| <b>LK Friesland</b> | <b>98.194</b> | <b>97.177</b> | <b>- 1.017</b>      | <b>- 1,0</b> |
| Wilhelmshaven       | 77.291        | 76.280        | - 1.011             | - 1,3        |

Quelle: LSKN, Basis Zensus 09.05.2011

## sozialversicherungspflichtig Beschäftigte in Sande im Vergleich

Beschäftigte je 1.000 Einwohner (2012)



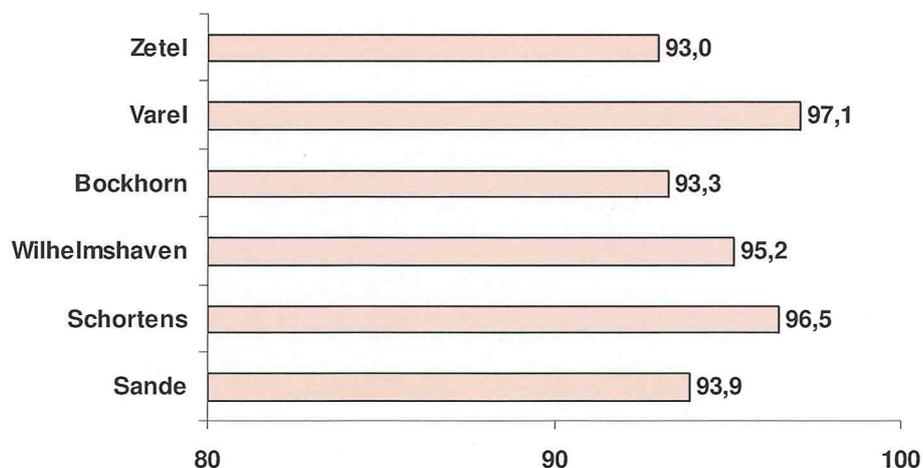
2.910 Besch.

Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2012

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH. Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

7

## Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Sande im Vergleich



Quelle: MBR Research 2012, Basis amtliche Steuerstatistik

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH. Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

8

|                                   | Kaufkraft in Mio. € |             |
|-----------------------------------|---------------------|-------------|
|                                   | Kernort             | Ortsteile   |
| <b>Nahrungs- und Genussmittel</b> | <b>10,5</b>         | <b>5,3</b>  |
| Gesundheit, Körperpflege          | 2,0                 | 1,0         |
| Blumen, zool. Bedarf              | 0,7                 | 0,4         |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren     | 1,5                 | 0,7         |
| Bekleidung, Schuhe, Sport         | 3,8                 | 1,9         |
| Elektrowaren, Medien, Foto        | 3,0                 | 1,5         |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel       | 3,3                 | 1,6         |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf   | 2,7                 | 1,3         |
| Optik / Uhren, Schmuck            | 0,6                 | 0,3         |
| Sonstige Sortimente               | 1,4                 | 0,7         |
| <b>Nichtlebensmittel insg.</b>    | <b>19,0</b>         | <b>9,4</b>  |
| <b>Einzelhandel insg.</b>         | <b>29,5</b>         | <b>14,7</b> |

## Wohnorterhebung der Kunden



Samstag, 31.08. von 9:00 bis 12:30 Uhr

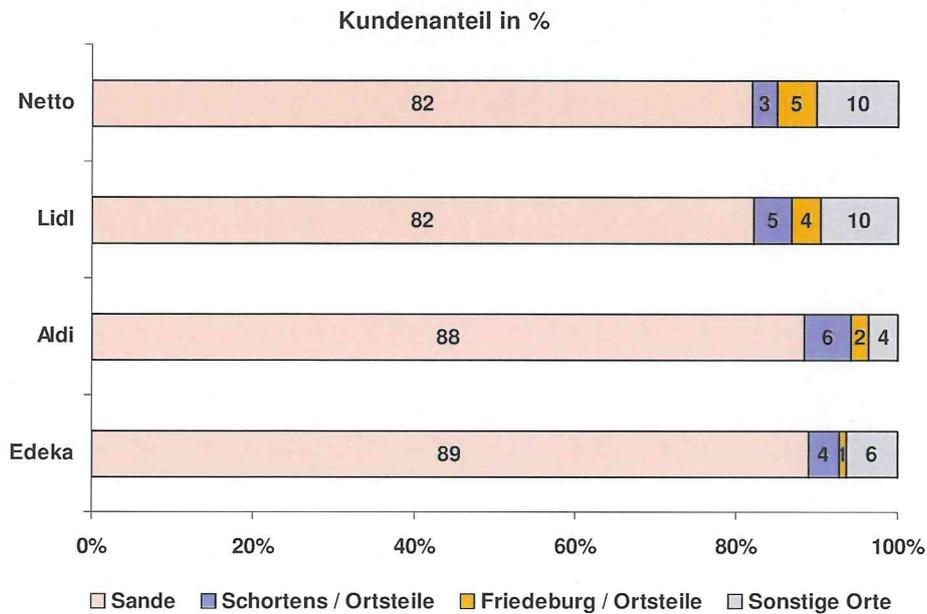
Edeka: 316 Kunden

Netto: 188 Kunden

Lidl: 280 Kunden

Aldi: 226 Kunden

## Kundenanteile nach Räumen und Standorten



## Verkaufsfläche im lokalen Einzelhandel

|                                   |           |               |
|-----------------------------------|-----------|---------------|
| <b>Nahrungs- und Genussmittel</b> | <b>18</b> | <b>4.370</b>  |
| Gesundheit, Körperpflege          | 2         | 110           |
| Blumen, zool. Bedarf              | 2         | 320           |
| Bücher, Schreib- / Spielwaren     | 1         | 100           |
| Bekleidung, Schuhe, Sport         | 2         | 730           |
| Elektrowaren, Medien, Foto        | 1         | 90            |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel       | 4         | 660           |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf   | 3         | 6.200         |
| Optik / Uhren, Schmuck            | 2         | 90            |
| Sonstige Sortimente               | 5         | 830           |
| <b>Nichtlebensmittel insg.</b>    | <b>22</b> | <b>9.130</b>  |
| <b>Einzelhandel insg.</b>         | <b>40</b> | <b>13.500</b> |

## Betriebstypen im Grundbedarf

### Supermarkt:

im Schnitt: ca. 7.000 EW / Supermarkt

→ gutes Angebot, durchschnittliche Ausstattung

Edeka mit ca. 1.500 m<sup>2</sup> VK (inkl. Getränkemarkt)

### Lebensmittel-Discounter:

im Schnitt: ca. 5.800 EW / Discounter

→ hohe Discountdichte → kein weiterer Discounter

→ Aldi zu geringe Einheit → Erweiterung (ca. 1.100 m<sup>2</sup> VK) auf marktgängiges Format

Lidl (ca. 1.000 m<sup>2</sup> VK) Netto (ca. 850 m<sup>2</sup> VK)

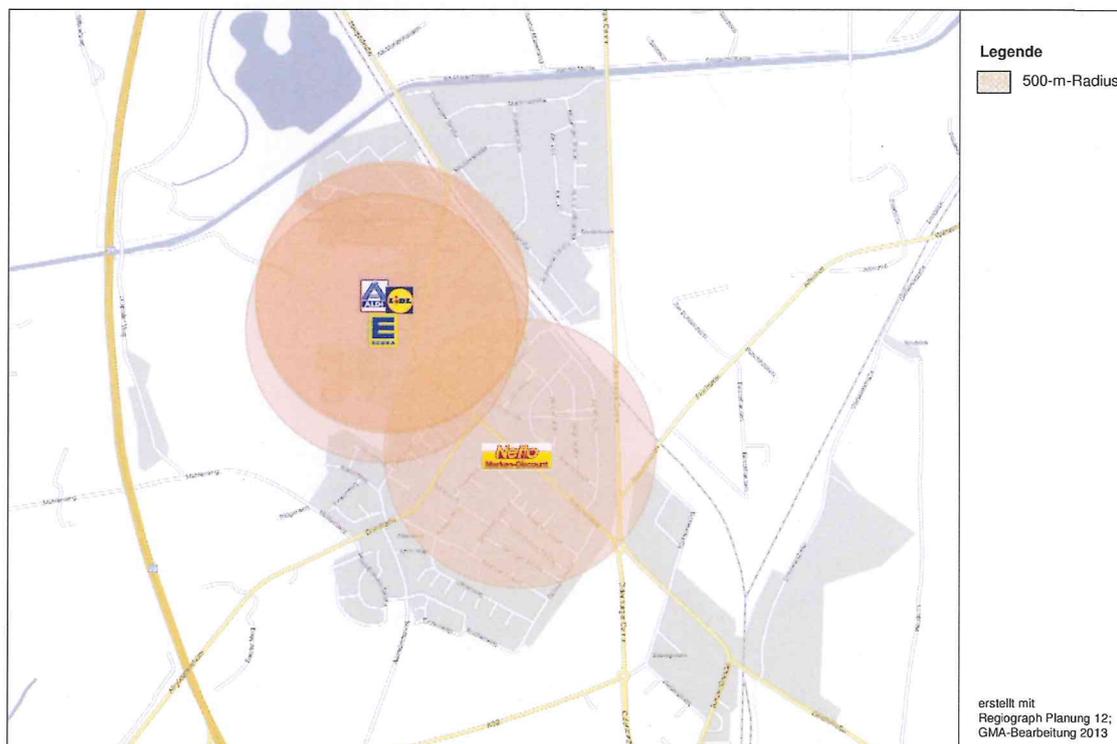
Aldi (ca. 680 m<sup>2</sup> VK)

ca. 3.000 EW / Discounter

### Weitere Anbieter:

Edeka Getränkemarkt, Bäcker, Fleischer, Tankstellenshop, Inas's Lädchen, Fischfeinkost

## Quartiersnahe Versorgungsstruktur



## Bewertung des Betriebstypen- und Branchenbesatzes

|                 |  |
|-----------------|--|
| zwei Apotheken: | durchschnittliche Ausstattung                                    |
| Schreibwaren:   | Teilsortiment in Lebensmittelmärkten,<br>Fachgeschäft (zu klein) |
| Blumen:         | zwei Fachgeschäfte, durchschnittlich                             |
| Tiernahrung:    | Teilsortiment in Lebensmittelmärkten                             |

### Fazit:

- gutes Angebot bei Nahrungs- und Genussmitteln
- fehlender Drogeriemarkt

## Daten zu Drogeriemärkten

| Betreiber                        |  | ROSSMANN |  |  |
|----------------------------------|---|----------|---|---|
| Anzahl Filialen (2011)           | 1.256   | 1.612    | 475   | 158   |
| Artikel (ca.-Werte)              | 13.000  | 17.500   | 25.000  | 20.000  |
| <i>Sortiment</i>                 |   |          |   |   |
| Drogerie/Kosmetik                | ✓   | ✓        | ✓   | ✓   |
| Lebensmittel                     | ✓   | ✓        | ✓   | ✓   |
| Tiernahrung                      | ✓   | ✓        | ✓   | ✓   |
| Geschenkartikel                  | ✓   | ✓        | ✓   | ✓   |
| Babybekleidung                   | ✓   | x        | x   | x   |
| Spielwaren                       | x   | ✓        | ✓   | x   |
| Haushaltswaren                   | x   | x        | ✓   | x   |
| Multimedia                       | x   | x        | ✓   | x   |
| Verkaufsfläche in m <sup>2</sup> | 700   | 500      | 800   | 500   |
| Einwohner im Einzugsgebiet       | 20.000  | 8.000    | > 20.000  | 15.000  |

## Bewertung des Betriebstypen- und Branchenbesatzes

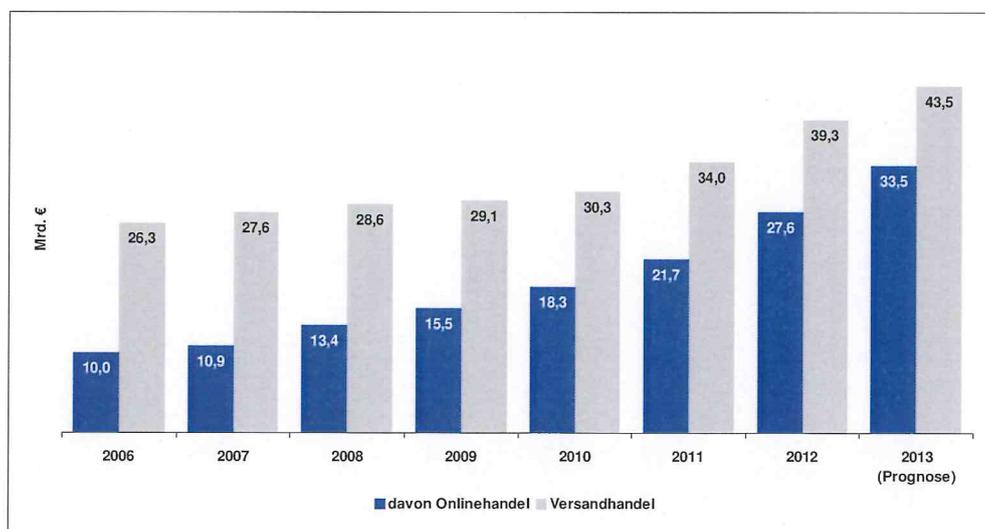
|                                  |  |
|----------------------------------|--|
| Bekleidung:                      | Mode Wübbenhorst, KIK Textildiscounter                 |
| Haushaltswaren:                  | GPK Schnarre   |
| Möbel:                           | Küchengalerie, Tasso Wasserbetten                      |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf: | Hagebau, Raiffeisenmarkt, MC Garden                    |
| Sonstige Sortimente:             | Fahrrad, Uhren / Schmuck / Optik, Reichelt, Modellbahn |

### Fazit:

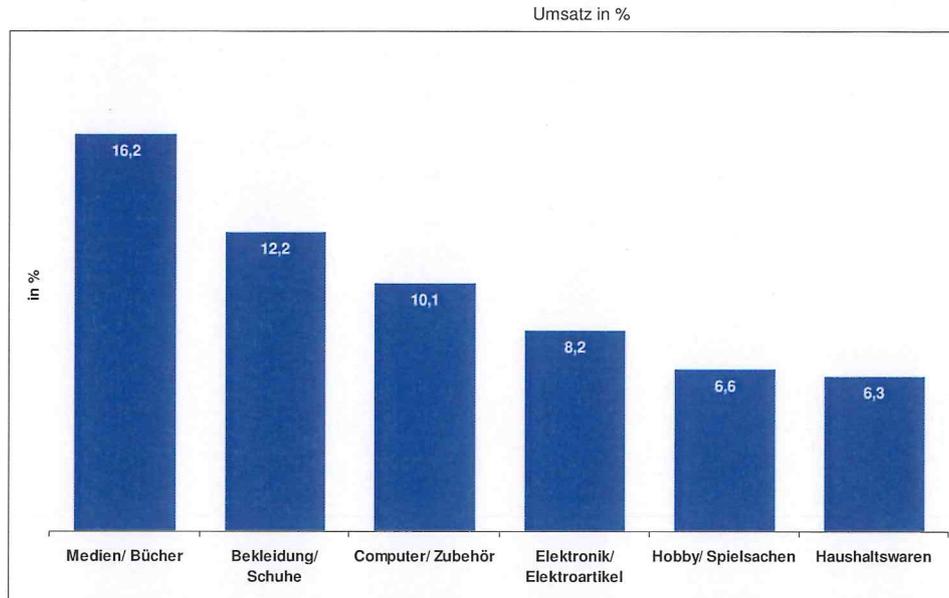
- Angebotslücken bei Schuhen, kaum Chancen für Schuhfachmarktbetreiber
- z.T. deutlicher Investitionsstau

## Entwicklung des Online-Handels in Deutschland

Umsatz in Mrd. €



## Anteil des Online-Handel am Einzelhandels- umsatz in Deutschland



Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH. Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

19

## Sortiments – und Standortkonzept



### Sortimentskonzept

- nahversorgungsrelevante Sortimente
- zentrenrelevante Sortimente
- nicht zentrenrelevante Sortimente

### Standortkonzept

- Zentren- und Standortstruktur
- Zentrale Versorgungsbereiche
- Steuerungsempfehlungen

### Basis zur Herleitung der ortsspezifischen Sortimentsliste

- Einzelhandelsbestand in den zentralen Versorgungsbereichen
- Entwicklungsziele für die zentralen Versorgungsbereiche

| nahversorgungsrelevant / zentrenrelevant   | nicht zentrenrelevant  |
|--|--|
| <p><b>nahversorgungsrelevante Sortimente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Nahrungs- und Genussmittel, Getränke</li> <li>▪ Tabakwaren, Reformwaren</li> <li>▪ Drogerie-/ Parfümerie- / Apothekerwaren</li> <li>▪ Schnittblumen</li> <li>▪ Schreib-, Papierwaren, Zeitschriften / Zeitungen</li> </ul> <p><b>zentrenrelevante Sortimente</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Sanitätswaren</li> <li>▪ Bücher, Spielwaren, Bastelartikel</li> <li>▪ Bekleidung, Wäsche</li> <li>▪ Schuhe, Lederwaren, Sportbekleidung</li> <li>▪ Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel, Kunstgewerbe, Bilder / Rahmen</li> <li>▪ Elektroklein- / Großgeräte, Foto / Zubehör</li> <li>▪ Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger</li> <li>▪ Computer / Zubehör, Telekommunikation</li> <li>▪ Kurzwaren, Stoffe, Handarbeitsartikel</li> <li>▪ Haus- Tischwäsche, Bettwaren</li> <li>▪ Uhren, Schmuck, Optik, Akustik</li> <li>▪ Musikalien, Münzen, Pokale</li> <li>▪ Baby-/ Kinderartikel</li> <li>▪ Fahrräder / Zubehör</li> <li>▪ Lampen, Leuchten</li> <li>▪ Reitsportartikel, Angel- / Jagdbedarf</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>▪ Lebende Tiere, Zooartikel, Tierpflegemittel, Tiernahrung</li> <li>▪ Arbeitsbekleidung</li> <li>▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Antiquitäten</li> <li>▪ Gartenmöbel</li> <li>▪ Matratzen, Gardinen / Zubehör</li> <li>▪ Teppiche, Bodenbeläge</li> <li>▪ Pflanzen / Zubehör</li> <li>▪ Eisenwaren, Werkzeuge, Bäder / Zubehör, Sanitär, Fliesen, Farben, Lacke, Tapeten</li> <li>▪ Rollläden, Rollos, Markisen</li> <li>▪ Holz, Bauelemente</li> <li>▪ Campingartikel</li> <li>▪ Sportgroßgeräte</li> <li>▪ Auto- / Motorradzubehör</li> </ul> |

GMA-Empfehlungen 11 / 2013

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH. Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

21

## Steuerungsschema

| Neuansiedlung / Erweiterung von Einzelhandel mit .....   |                   | Ortsmitte | Gewerbegebiete | Sonstige integrierte Lagen |
|--|-------------------|-----------|----------------|----------------------------|
| <b>nahversorgungsrelevantem Kernsortiment</b>  | großflächig*      | ✓         | ⚡              | ⚡                          |
|  | nicht großflächig | ✓         | ⚡              | ○                          |
| <b>zentrenrelevantem Kernsortiment</b>   | großflächig*      | ✓         | ⚡              | ⚡                          |
|  | nicht großflächig | ✓         | ⚡              | ⚡                          |
| <b>mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment</b>   | großflächig*      | ✓         | ✓              | ⚡                          |
|  | nicht großflächig | ✓         | ✓              | ○                          |
| <b>Schutzfunktion als zentraler Versorgungsbereich gemäß BauGB</b>   |                   | ja        | ja             | nein                       |
| <p>✓ Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht zu empfehlen<br/>                 ○ Einzelfallprüfung erforderlich<br/>                 ⚡ Ansiedlung aus städtebaulicher Sicht nicht zu empfehlen</p> <p>* großflächiger Einzelhandel ab 800 m² VK: mmer Prüfung der städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO und Ausweisung eines Sondergebietes erforderlich (Ausnahme: Kerngebiet)</p> |                   |           |                |                            |

GMA-Empfehlungen 10 / 2013

## Wozu zentrale Versorgungsbereiche ?

- zur **räumlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung** gemäß städtebaulicher Zielsetzungen
- Ausweisung **schutzwürdiger Bereiche** i. S. des Baugesetzbuches  
diese Bereiche dürfen in ihrer **Funktions- und Entwicklungsfähigkeit** durch Ansiedlungen / Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben in der Standortkommune / Nachbarkommunen nicht wesentlich beeinträchtigt werden

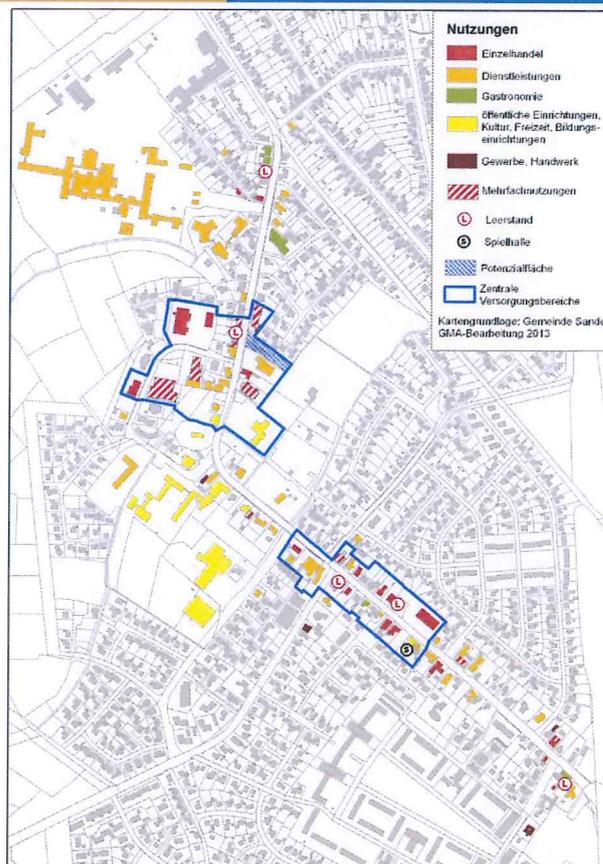
## Was sind zentrale Versorgungsbereiche ?

- **räumlich abgrenzbare Bereiche** einer Kommune, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus** zukommt
- nicht nur Innenstadt, Nebenzentren in Stadtteilen, sondern auch **Nahversorgungszentren**
- **nur städtebaulich integrierte Lagen** (BVerwG, Urteil vom 11. Okt. 2007, BVerwG, Urteil vom 17. Dez. 2009)

Das Dokument ist urheberrechtlich geschützt. Die Rechte liegen bei der GMA Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH. Die Folie ist Bestandteil einer Präsentation und ohne mündliche Erläuterung unvollständig. © GMA

23

# Zentrale Versorgungsbereiche



## „Fahrplan Einzelhandelskonzept“



- Präsentation im Rat der Gemeinde Sande
- **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes im Rat als Grundlage für zukünftige Bauleitplanung (vorher Trägerbeteiligung)**
  - Ziele für die Einzelhandelsentwicklung, Zentren- und Standortstruktur
  - Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs
  - Sortimentsliste für den Sandener Einzelhandel
  - Steuerungsschema Einzelhandelsentwicklung
- **Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung**
  - Prüfung bestehender Bebauungspläne
  - Prüfung zur Aufstellung neuer B-Pläne / Überplanung von Ausschlussflächen (§ 9 Abs. 2a BauGB)



Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!