

# CIMA.

## Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Kropp



Projektleitung: Julia Lemke

Lübeck, 28. Januar 2019

München Stuttgart Forchheim  
Köln Leipzig Lübeck Ried(A)

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

Stadtentwicklung  
Marketing  
Regionalwirtschaft  
Einzelhandel  
Wirtschaftsförderung  
Citymanagement  
Immobilien  
Organisationsberatung  
Kultur  
Tourismus

© CIMA Beratung + Management GmbH

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

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

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

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

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

# Inhaltsverzeichnis

<b>1 Auftrag und Aufgabenstellung</b> .....	<b>5</b>
<b>2 Trends im Einzelhandel</b> .....	<b>7</b>
2.1 Konjunkturelle und soziodemografische Rahmenbedingungen des Einzelhandels.....	7
2.2 Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung des stationären Einzelhandels.....	8
2.3 Effekte des Online-Handels.....	10
<b>3 Einzelhandelsstandort Kropp – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen</b> .....	<b>13</b>
3.1 Makrostandort Gemeinde Kropp - Zentralörtliche Bedeutung.....	13
3.2 Sozioökonomische Strukturdaten.....	14
<b>4 Marktgebiet und Marktpotenziale</b> .....	<b>15</b>
4.1 Marktgebiet Gemeinde Kropp .....	15
4.3 Marktpotenzial Gemeinde Kropp.....	16
<b>5 Einzelhandelsstrukturdaten der Gemeinde Kropp</b> .....	<b>17</b>
5.1 Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Kropp .....	17
5.3 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Kropp .....	20
5.4 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in der Gemeinde Kropp .....	22
5.5 Fazit und Handlungsempfehlungen.....	25
<b>6 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Kropp</b> .....	<b>27</b>
<b>7 Zentrenkonzept für die Gemeinde Kropp</b> .....	<b>29</b>
7.2 Zentraler Versorgungsbereich Kropp .....	30
7.2.1 Zum Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches.....	30
7.2.2 Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Kropp .....	31
7.2.3 Entwicklungs- und Profilierungspotenziale für den Ortskern Kropp.....	34
7.2.5 Ergänzende qualitative Begleitmaßnahmen .....	36
7.3 Ergänzender Nahversorgungsstandort Industriestraße .....	37
7.4 Ergänzende Nahversorgungslage Rheider Weg .....	37
<b>8 Ableitung der Sortimentsliste Kropp</b> .....	<b>38</b>
8.1 Vorbemerkung .....	38
8.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen .....	38
8.3 Zur Ableitung der Sortimentsliste Kropp .....	41
<b>9 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Kropp</b> .....	<b>47</b>
<b>10 Anhang</b> .....	<b>49</b>
10.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials .....	49
10.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation .....	50
10.3 Abgrenzung von Betriebstypen.....	51
10.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung .....	52
10.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche.....	56

# Abbildungsverzeichnis

Abb. 1:	Bevölkerungsentwicklung in der Gemeinde Kropp 2009 – 2017.....	7
Abb. 2:	Anteil des Einzelhandels am privaten Verbrauch in % zwischen 2007 und 2016.....	8
Abb. 3:	Entwicklung des stationären Einzelhandelsumsatzes in Deutschland (netto).....	9
Abb. 4:	Verkaufsflächenentwicklung der Lebensmitteldiscounter in Deutschland 2006 – 2016.....	9
Abb. 5:	Gewinner und Verlierer im deutschen Einzelhandel .....	10
Abb. 6:	Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland.....	10
Abb. 7:	Onlineanteil am Einzelhandel insgesamt zwischen 2007 und 2017 .....	11
Abb. 8:	Umsatzanteil nach Branchen am Gesamtvolumen des Online-Handels 2017 nach Branchen .....	11
Abb. 9:	Umsatz-Veränderungsraten Offline & Online 2017 in %.....	12
Abb.10:	Lage im Raum.....	13
Abb.11:	Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Kropp.....	14
Abb.12:	Marktgebiet Gemeinde Kropp .....	15
Abb.13:	Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Gemeinde Kropp .....	16
Abb.14:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Kropp.....	17
Abb.15:	Verkaufsfläche je Einwohner in Kropp .....	18
Abb.16:	Einzelhandelsbesatz in Kropp .....	19
Abb.17:	Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in Kropp .....	20
Abb.18:	Ranking: Handelszentralität in Kropp.....	22
Abb.19:	Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Kropp.....	22
Abb.20:	Ranking: Kaufkraftzuflüsse nach Kropp .....	23
Abb.21:	Ranking: Kaufkraftabflüsse aus Kropp .....	24
Abb.22:	Datenblatt Gemeinde Kropp.....	26
Abb.23:	Einzelhandel in der Gemeinde Kropp.....	26
Abb.24:	Nahversorgungsstruktur in Kropp (Betriebe ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche).....	28
Abb.25:	Zentrenstruktur Gemeinde Kropp im Überblick.....	29
Abb.26:	Zentraler Versorgungsbereich Kropp .....	32
Abb.27:	Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Kropp .....	33
Abb.28:	Anteil Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Kropp .....	34
Abb.29:	Branchenmixanalyse für den Ortskern Kropp.....	35
Abb.30:	Eindrücke aus dem Kropper Ortskern.....	36
Abb.31:	Verkaufsflächenanteile des Ortskerns auf Sortimentsebene: nahversorgungsrelevante Sortimente .....	41
Abb.32:	Verkaufsflächenanteile des Ortskerns auf Sortimentsebene: zentrenrelevante Sortimente.....	42
Abb.33:	Sortimentsliste Kropp .....	46
Abb.34:	cima Warengruppen .....	50
Abb.35:	Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche .....	54

# 1 Auftrag und Aufgabenstellung

## Auftrag und Zielsetzung

- Die Gemeinde Kropp mit 6.568 Einwohnern<sup>1</sup> übernimmt im zentralörtlichen System des Landes Schleswig-Holstein die Funktion eines Unterzentrums. Als zentraler Ort hat die Gemeinde Kropp damit die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Gemeindegebietes und der Gemeinden des raumordnerischen Verflechtungsbereiches mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs.
- Der Einzelhandel hat für die Entwicklung der Gemeinde Kropp eine zweifelsfrei hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsfunktion trägt er entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion der Gemeinde bei. Daher ist auch die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen von besonderer großer Wichtigkeit.
- Die Gemeinde Kropp wurde in das Städtebauförderprogramm Aktive Stadt- und Ortsteilzentren Schleswig-Holstein aufgenommen. Das Einzelhandelskonzept und die parallel zu erarbeitende vorbereitende Untersuchung gemäß § 141 BauGB sollen als Grundlage für das Integrierte Entwicklungskonzept (ISEK) dienen und Maßnahmen zur Qualifizierung des Ortskerns von Kropp erarbeiten. Das hier vorgelegte Einzelhandelskonzept dient dabei als ein Orientierungsleitfaden und ein Handlungsprogramm für die zünftige Entwicklung des Einzelhandels in der Gemeinde Kropp.
- Wesentliche Bestandteile des Einzelhandelskonzeptes sind die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Kropp und die Ableitung der Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente.

- Darüber hinaus liefert das Einzelhandelskonzept die planungsrechtlichen Grundlagen für die strategische Steuerung des Einzelhandels im Gemeindegebiet auf Basis der aktuellen landesplanerischen Rahmenbedingungen.

## Auftraggeber

- Gemeinde Kropp

## Zeitraum

- November 2018 bis Januar 2019

## Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung in der Gemeinde Kropp
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in Kropp und Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Kropp und der Ergänzungsstandorte
- Ableitung der Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente
- Aufzeigen branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig an Kropp zu binden
- Darstellung der Entwicklungsspielräume des Einzelhandels im Ortskern

<sup>1</sup> Quelle: Statistikamt Nord, Stand: 01.04.2018

**Vorbemerkung zur Methodik**

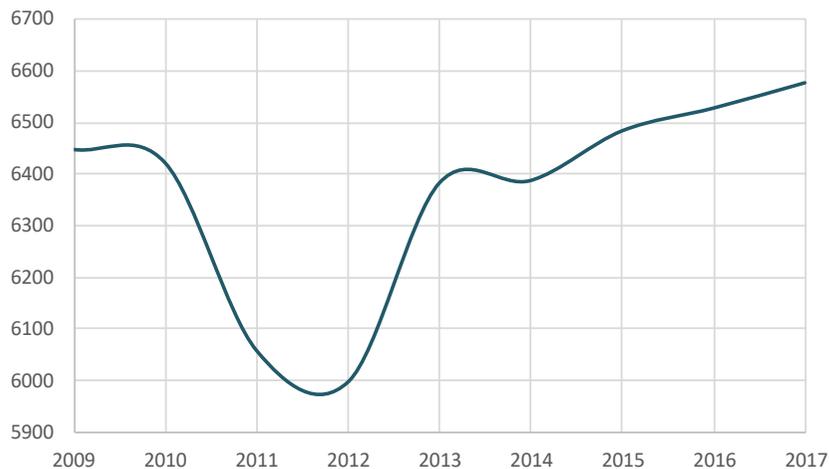
- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Gemeinde Kropp basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im November 2018.
- Die Herleitung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weiterer Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Gemeinde Kropp beziehen sich auf das Jahr 2019.

## 2 Trends im Einzelhandel

### 2.1 Konjunkturelle und soziodemografische Rahmenbedingungen des Einzelhandels

Der Einzelhandel ist als überwiegend konsumtive Wirtschaftsform in hohem Maße abhängig von den demographischen und sozioökonomischen Entwicklungen in unserem Land. In diesem Zusammenhang ist es als erfreulich anzusehen, dass sich die Einwohnerzahl in der Gemeinde Kropp in den vergangenen Jahren sehr positiv entwickelt.

**Abb. 1: Bevölkerungsentwicklung in der Gemeinde Kropp 2009 – 2017**



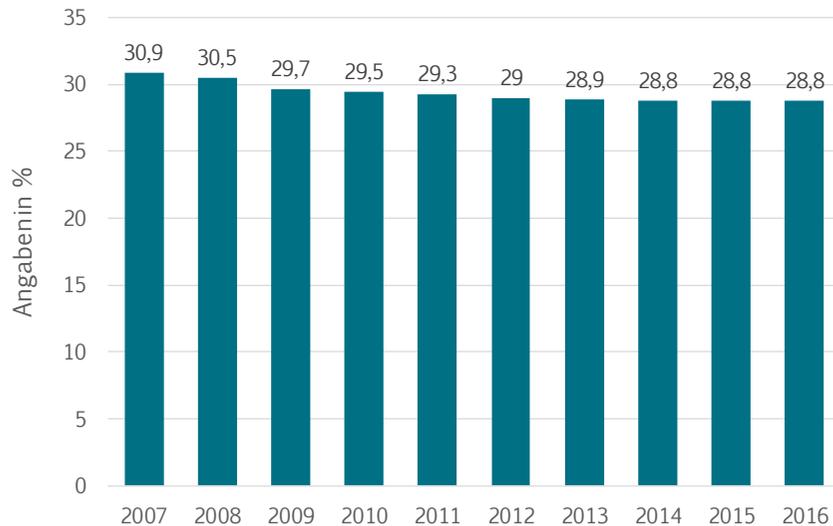
Quelle: Statistikamt Nord 2018; Stand jeweils 31.12.; ab 2011: Ergebnisse auf Grundlage des Zensus 2011

Auch insgesamt hat sich auch die allgemeine Konjunktur in Deutschland in den vergangenen Jahren positiv entwickelt. So stiegen die privaten Verbrauchsausgaben zwischen 2008 und heute um etwa 17 % an. Dieser hohe Wert ist auch deshalb bemerkenswert, weil die Sparquote in der Bevölkerung gleichzeitig mit etwa 9-10 % auf einem – im europäischen Vergleich – ungewöhnlich hohen Niveau verharrt.

Leider haben die Konsumausgaben im Einzelhandel dennoch nicht mit der positiven Konjunktorentwicklung Schritt gehalten. Vielmehr ging der Anteil der Wirtschaftsgruppe am privaten Verbrauch deutlich zurück. Während dem Einzelhandel im Jahr 2007 noch ca. 31 % der privaten Verbrauchsausgaben zuflossen, sank der Wert bis zum Jahr 2016 auf ca. 29 % ab (vgl. Abb. 2).

Ausschlaggebend für diese Entwicklung waren vor allem Kostenerhöhungen in anderen Lebensbereichen, wie zum Beispiel Energie, Mobilität, Versicherungswesen, Mieten, Lokalabgaben oder private Altersvorsorge.

**Abb. 2: Anteil des Einzelhandels am privaten Verbrauch in % zwischen 2007 und 2016**



Quelle: Statista GmbH 2017  
 Bearbeitung: cima 2019

Für Gesamtdeutschland wird bis zum Jahr 2025 ein Bevölkerungsanteil der über 65-jährigen von ca. 24 % prognostiziert. Dies bedeutet, dass sich der Einzelhandel zukünftig in besonderem Maße auf die speziellen Bedürfnisse einer älter werdenden Kundschaft einstellen muss. Als wesentliche Anforderungen der Senioren an den stationären Einzelhandel sind in diesem Zusammenhang folgende Punkte anzuführen:

- Problemlose Erreichbarkeit der Geschäfte
- Barrierefreie Ladengestaltung/ Rolltreppen/ Aufzüge
- Altengerechte Warenplatzierung/ übersichtliche Warenpräsentation
- Einrichtung von Ruhezonem/ Sitzmöglichkeiten.
- Kleine Verpackungseinheiten

- Altersaffine Serviceleistungen (z.B. Gepäckaufbewahrung, Warenzustellung)

Im Zuge des demographischen Wandels ergeben sich für den Einzelhandel somit neue Herausforderungen in den Bereichen Sortimentspolitik, Verkaufspersonal, Service, Ladenbau und Standortgestaltung.

## 2.2 Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung des stationären Einzelhandels

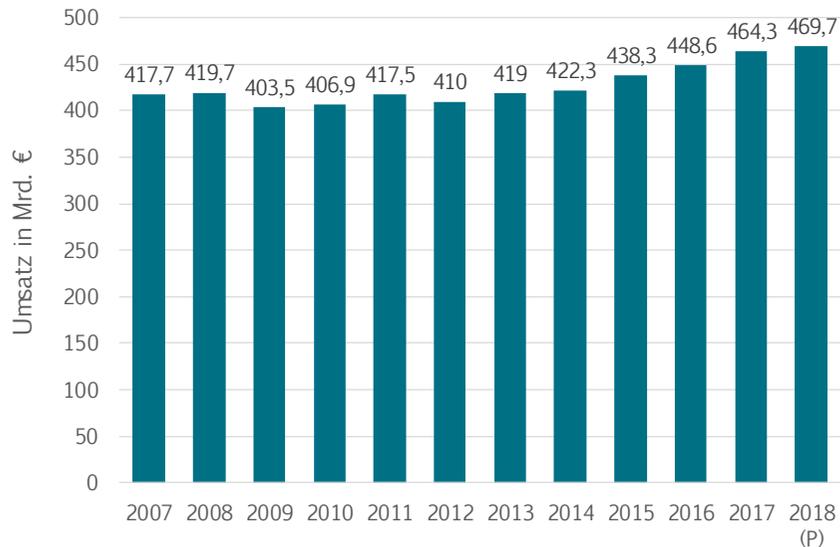
Die Umsatzleistungen des stationären Einzelhandels<sup>2</sup> in Deutschland haben sich in den vergangenen drei Jahren positiv entwickelt. Seit 2012 betrug die Erhöhung knapp 12 % (vgl. Abb. 3).

Bei der Interpretation von Umsatzangaben gilt es allerdings zu beachten, dass es sich um Daten handelt, in denen inflationäre Einflüsse noch nicht berücksichtigt sind. Der Geldwertverlust lag im Betrachtungszeitraum jährlich bei etwa 1,5 %. Rechnet man die Inflation also mit ein, ergibt sich letztlich eine negative Real-Umsatzentwicklung.

Ungeachtet des insgesamt eher unbefriedigenden Umsatztrends hat sich die Verkaufsflächenausstattung der Ladengeschäfte zwischen 2006 und 2016 von ca. 117 Millionen m<sup>2</sup> auf ca. 124 Millionen m<sup>2</sup> erhöht. Im Ergebnis dieser disparaten Entwicklung hat sich die ökonomische Auslastung der Betriebe geringfügig verschlechtert (= Umsatz je m<sup>2</sup> VKF/ Geschäftsjahr): Die Produktivität sank zwischen 2006 und 2016 leicht von ca. 3.470 €/m<sup>2</sup> VKF auf ca. 3.460 €/m<sup>2</sup> VKF ab.

<sup>2</sup> Umsatzleistung der Ladengeschäfte, ohne Online-Handel.

**Abb. 3: Entwicklung des stationären Einzelhandelsumsatzes in Deutschland (netto)**



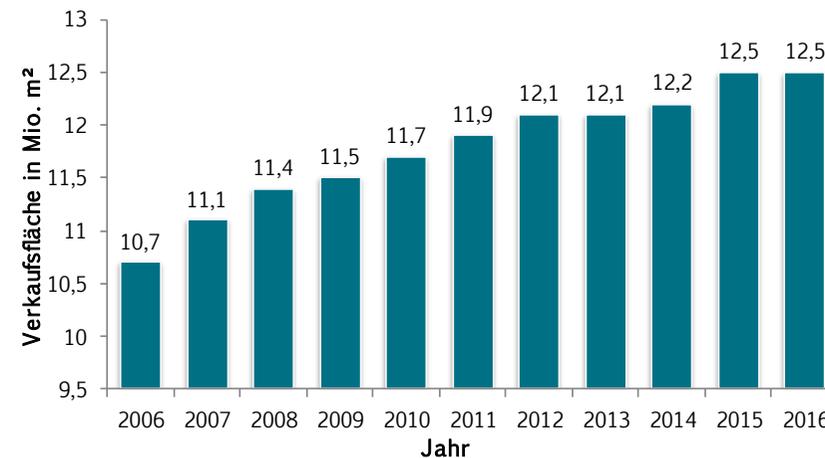
Quelle: Statista GmbH 2017, Angaben ohne Kfz-Handel, Tankstellen, Brennstoffhandel und Apotheken  
 Bearbeitung: cima 2019

Für die Flächenexpansion des Einzelhandels – trotz der unbefriedigenden Umsatzdaten – gibt es zahlreiche Gründe. Zu den wichtigsten zählen die gewachsenen Ansprüche der Konsumenten an die Breite und Tiefe des Warenangebotes (Stichwort: „One-Stop-Shopping“). Der Kunde bevorzugt großflächige Betriebe, wie z.B. Einkaufszentren oder Fachmärkte. Entsprechend positiv verlief die Entwicklung dieser Betriebstypen in den vergangenen Jahren.

Der rückläufige Anteil des Einzelhandels an den privaten Verbrauchsausgaben legt den Konsumenten zudem gewisse Sparzwänge auf, die sich wachstumsfördernd auf discountorientierte Betriebe auswirkten. Als Beleg für diesen Trend kann exemplarisch die dynamische Entwicklung der

Lebensmitteldiscounter angeführt werden: Ihre Verkaufsfläche stieg zwischen 2006 und 2016 um etwa 17 % an (vgl. Abb. 4).

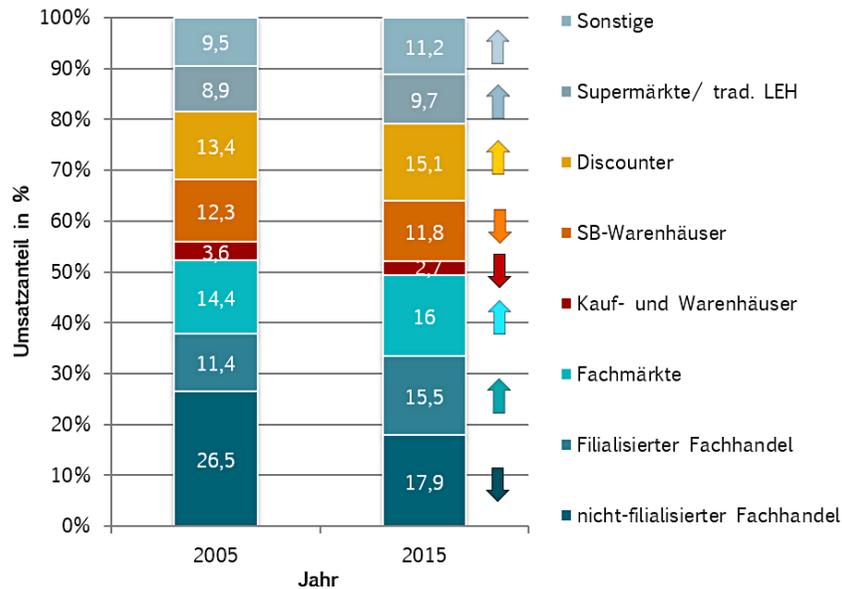
**Abb. 4: Verkaufsflächenentwicklung der Lebensmitteldiscounter in Deutschland 2006 – 2016**



Quelle: EHI Retail Institute 2017  
 Bearbeitung: cima 2019

Die an dieser Stelle nur verkürzt wiedergegebenen Trends im deutschen Einzelhandel haben sich ganz generell auf die Betriebstypenentwicklung ausgewirkt. Es kristallisierten sich Gewinner und Verlierer heraus. Zu den Profiteuren gehörten vor allem Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Einzelhandel. Auch Lebensmittelsupermärkte konnten ihren Marktanteil ausbauen. An Bedeutung eingebüßt haben hingegen Kauf- und Warenhäuser und der klassische inhabergeführte Fachhandel. Ihre Umsatzbedeutung und Kundenakzeptanz haben sich in den vergangenen zehn Jahren z.T. markant verringert (vgl. Abb. 5).

**Abb. 5: Gewinner und Verlierer im deutschen Einzelhandel**



Quelle: EHI Retail Institute 2017  
 Bearbeitung: cima 2019

Es ist im geschilderten Zusammenhang auch offensichtlich, dass die erläuterten Mechanismen, Effekte auf die unterschiedlichen Standortkategorien des Einzelhandels hatten. Die abnehmende Bedeutung von Kauf- und Warenhäusern und des unternehmergeführten Fachhandels wirkte sich hierbei negativ auf den Einzelhandelsbesatz innerstädtischer Einkaufslagen aus. Andererseits stärkte die dynamische Entwicklung der Discounter und Fachmärkte vor allem Standortagglomerationen in den Außenbereichen der Städte.

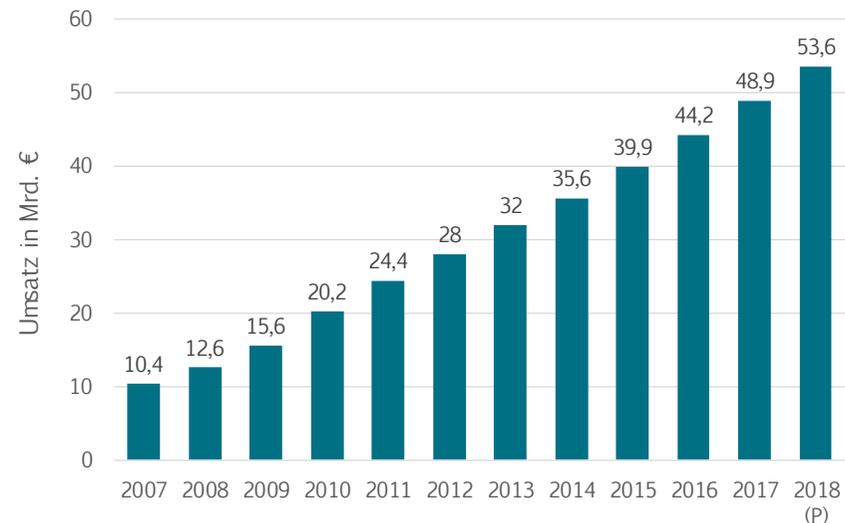
Aktuell sind im Durchschnitt bereits etwa 60 - 70 % aller Verkaufsflächen außerhalb der Innenstädte etabliert. In der Folge ist es im Zuge von Umsatzumlenkungsprozessen in vielen Hauptgeschäftslagen zu Leerstandsbildungen gekommen.

Überdurchschnittlich betroffen sind Klein- und Mittelstädte, und hier insbesondere Geschäftsflächen in 1b- und in Streulagen, mit ungünstiger verkehrlicher Anbindung, ungeeignetem Zuschnitt oder unzeitgemäßer Flächenausstattung. Ein Ende dieser Entwicklung ist momentan nicht absehbar.

### 2.3 Effekte des Online-Handels

Kaum ein Thema wird in den aktuellen Diskussionen häufiger und kontroverser angesprochen, als die Auswirkungen des Online-Handels auf den stationären Einzelhandel. Dies hängt vor allem mit der rasanten Umsatzentwicklung des E-Commerce zusammen (vgl. Abb. 6).

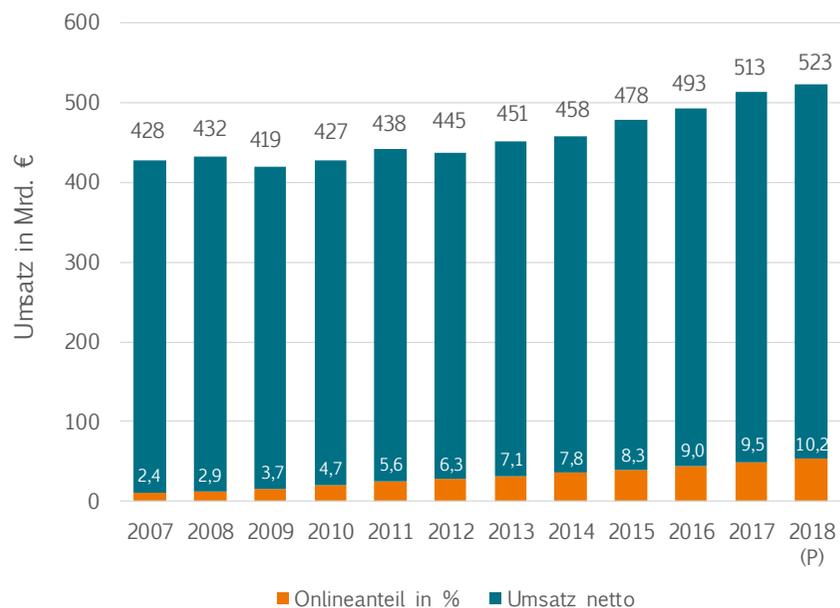
**Abb. 6: Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland**



Quelle: HDE Online Monitor 2018  
 Bearbeitung: cima 2019

Aktuell generiert der Online-Handel etwa 49 Milliarden € Umsatz, was einem Anteil von ca. 10 % am Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels<sup>3</sup> entspricht.

**Abb. 7: Onlineanteil am Einzelhandel insgesamt zwischen 2007 und 2017**



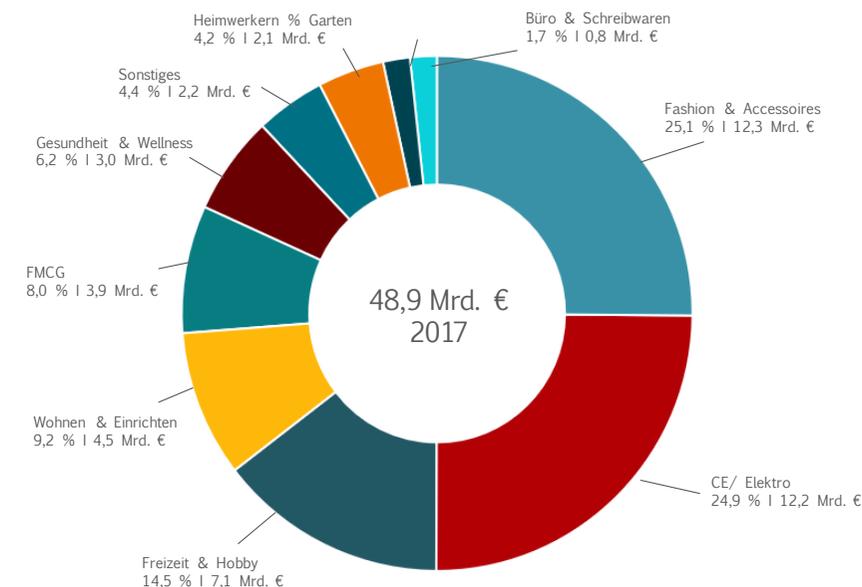
Quelle: HDE Online Monitor 2018  
 Bearbeitung: cima 2019

Die Marktbedeutung des Online-Handels stellt sich branchenbezogenen allerdings sehr unterschiedlich dar. Wichtigste Umsatzträger sind die Sortimentsbereiche Fashion & Accessoires (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren etc.), Unterhaltungselektronik/ Elektroartikel und Freizeit & Hobby

<sup>3</sup> Der Gesamtumsatz des deutschen Einzelhandels betrug im Jahr 2017 ca. 513 Milliarden €.

(u.a. Spielwaren, Bücher, Sportbedarf). Alle anderen Branchen spielen eine nachgeordnete Rolle (vgl. Abb. 8).

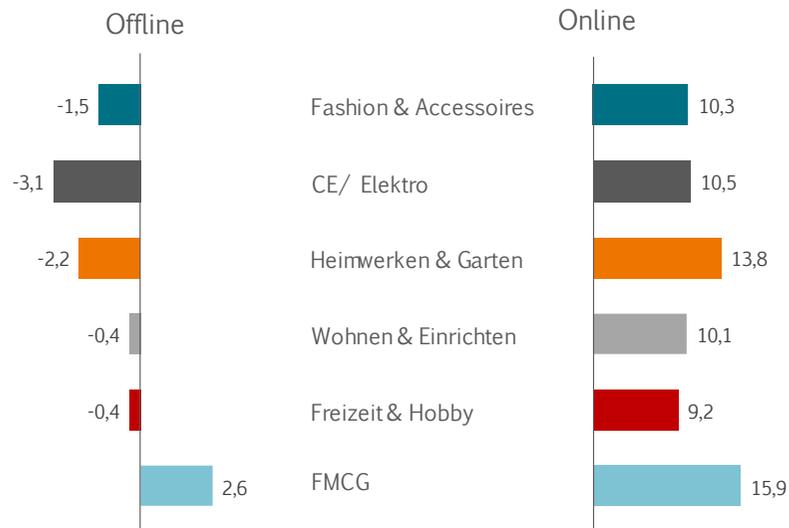
**Abb. 8: Umsatzanteil nach Branchen am Gesamtvolumen des Online-Handels 2017 nach Branchen**



Quelle: HDE Online Monitor 2018  
 Bearbeitung: cima 2019

Aus städtebaulicher Sicht bedenklich ist die Tatsache, dass die umsatzstärksten Branchen des Online-Handels allesamt als „zentrenrelevant“ zu klassifizieren sind, d.h. es handelt sich dabei um attraktivitätsbestimmende Sortimente unserer Einkaufsinnenstädte. Ein weiteres Anwachsen der Umsatzleistungen in diesen Branchen geht somit unmittelbar zulasten des Innenstadthandels und könnte in diesen sensiblen Standortbereichen zu einer weiteren Beschleunigung der Leerstandsentwicklung oder zumindest zu Trading-down-Prozessen führen.

Abb. 9: Umsatz-Veränderungsraten Offline & Online 2017 in %



Quelle: HDE Online Monitor 2018  
 Bearbeitung: cima 2019

Auch der logistische Aufwand des Internet-Handels ist enorm. So rühmt sich z.B. Amazon bis zu 5 Millionen Einzelartikel zu offerieren. Selbst unter Berücksichtigung der dezentralisierten Unternehmensstrukturen sind die Kosten für Beschaffung und Distribution dadurch entsprechend hoch. Der vorstehende Exkurs über die aktuellen Probleme des Online-Handels soll jedoch nicht den Eindruck erwecken, dass diese Wirtschaftsform keine Zukunft hat. Vielmehr ist davon auszugehen, dass sich der Markt sukzessive bereinigt. Die besonders internetaffinen Branchen werden jedoch auch weiterhin überdurchschnittlich wachsen.

Ob der E-Commerce auch in der absehbaren Zukunft seine Entwicklung in diesem atemberaubenden Tempo fortsetzen kann, ist nach Einschätzung der cima jedoch fraglich, auch weil der E-Commerce in den vergangenen Jahren z.T. Renditeprobleme hatte. Selbst Firmen wie Amazon oder Zalando wiesen trotz Milliarden-Umsätzen regelmäßig Verluste im dreistelligen Millionenbereich aus.

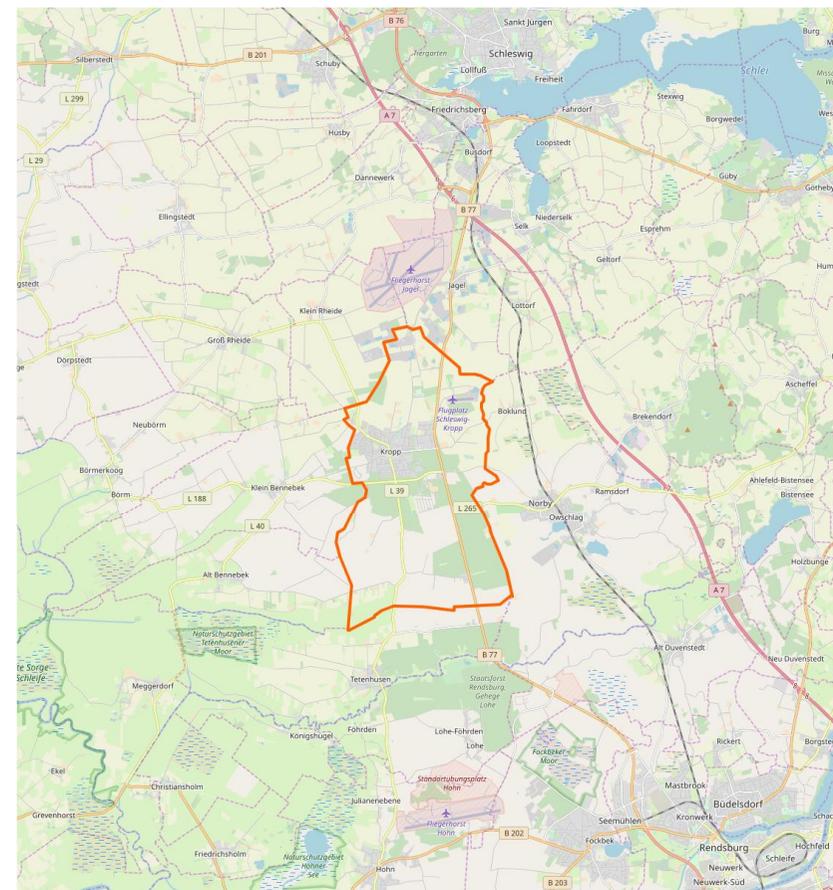
Die Geschäftsergebnisse sind vor allem auf die hohen Personal-, Logistik- und Distributionskosten des Online-Handels zurückzuführen. Eine Sonderproblematik sind dabei die Retouren. So werden beispielsweise im Textilbereich mehr als 60 % aller Waren von den potentiellen Kunden kostenfrei zurückgesandt. Sie müssen dann mit hohem personellem Aufwand wieder ausgepackt, gereinigt und versandfertig gemacht werden.

## 3 Einzelhandelsstandort Kropp – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

### 3.1 Makrostandort Gemeinde Kropp - Zentralörtliche Bedeutung

- In der Gemeinde Kropp leben 6.568 Einwohner.<sup>4</sup>
- Die Gemeinde Kropp ist im zentralörtlichen System des Landes Schleswig-Holstein als ein Unterzentrum definiert. Als zentraler Ort hat die Gemeinde Kropp damit die Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Gemeindegebietes und der Gemeinden des raumordnerischen Verflechtungsbereiches mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs. Die Gemeinde Kropp ist zudem Verwaltungssitz des Amtes Kropp-Stapelholm.
- Das Gemeindegebiet ist durch einen kompakten Siedlungskörper geprägt; einzig die Siedlungsbereiche Heidbunge und Kopperbusch an der B77 sind räumlich vom Kernort getrennt.
- An das regionale Straßennetz ist Kropp über die B77 angebunden. Darüber hinaus bestehen regelmäßige Busverbindungen in die Mittelzentren Rendsburg und Schleswig. Eine Anbindung an das schienengebundene Netz der Bahn besteht in der Nachbargemeinde Owschlag.
- Die Gemeinde Kropp befindet sich einerseits in einer ländlich geprägten und einwohnerschwachen Region, andererseits ist Kropp durch die unmittelbare Nähe zu den Mittelzentren Schleswig und Rendsburg geprägt und gewinnt als Wohnstandort zunehmend an Beliebtheit.

Abb.10: Lage im Raum.



Kartengrundlage: opentstreetmap  
 Bearbeitung: cima 2019

<sup>4</sup> Quelle: Statistikamt Nord (Stand: 01.04.2018)

## 3.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Abb.11: Sozioökonomische Rahmendaten der Gemeinde Kropp<sup>5</sup>

Indikatoren		Kropp	Landkreis Schleswig- Flensburg	Schleswig- Holstein	
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2013	6.382	195.135	2.815.955	
	31.12.2015	6.483	196.839	2.858.714	
	31.12.2017	6.576	199.503	2.889.821	
	+/- in % 2013 - 2017	3,0	2,0	2,6	
Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein 2019					
Sozialversicherungs- pflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort)	30.06.2013	2.335	49.292	884.789	
	30.06.2015	2.408	51.903	914.451	
	30.06.2017	2.524	54.683	964.957	
	+/- in % 2013 - 2017	8,1	10,9	9,1	
Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein 2019					
Einpendler	30.06.2013	1.698	8.559	87.939	
	Auspendler	30.06.2013	1.258	8.024	69.872
	Saldo	440	535	18.067	
Einpendler	30.06.2015	1.769	9.970	111.661	
	Auspendler	30.06.2015	1.350	7.906	74.317
	Saldo	419	2.064	37.344	
Einpendler	30.06.2017	1.896	9.899	96.375	
	Auspendler	30.06.2017	1.426	8.341	79.097
	Saldo	470	1.558	17.278	
Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein 2019					

Bearbeitung: cima 2019

- Die Gemeinde Kropp zeichnet sich im Betrachtungszeitraum 2013 bis 2017 durch eine sehr positive Bevölkerungsentwicklung aus (+ 3 %). Der Kreis Schleswig-Flensburg sowie das Land Schleswig-Holstein können ebenfalls einen Bevölkerungsanstieg zwischen 2013 und 2017 verzeichnen (+ 2 % bzw. 2,6 %).
- Dem bundesdeutschen Trend folgend, verläuft die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort) in Kropp ebenfalls sehr positiv. Von 2013 bis 2017 konnte die Anzahl der Beschäftigten deutlich gesteigert werden (+ 8,1 %). Eine noch positivere Entwicklung ist im Kreis Schleswig-Flensburg zu erkennen. Die Steigerung liegt im Beobachtungszeitraum bei + 10,9 %. In Schleswig-Holstein konnte die Anzahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort um gute 9,1 % gesteigert werden. D.h. die sich auf Bundesebene abzeichnende positive wirtschaftliche Entwicklung wird auch in Kropp vollumfänglich sichtbar.
- Die positiven Pendlersalden begründen sich in erster Linie mit der Kai-Uwe-von-Hassel Kaserne. Zugleich verdeutlicht die Zahl der Auspendler die starke Bedeutung der Gemeinde Kropp als Wohn- und Schlafstandort.

**Die Indikatoren zum Wirtschaftsstandort Kropp sind sehr positiv zu bewerten. Die Gemeinde Kropp kann sowohl positive Entwicklungstrends bei den wirtschaftlichen Rahmendaten (Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten, Einpendler und Auspendler) als auch auf einer sehr erfreulichen Entwicklung der Einwohnerzahlen in den vergangenen Jahren aufbauen.**

**Die beschriebenen sozioökonomischen Strukturdaten lassen die Schlussfolgerung zu, dass die Gemeinde Kropp auch weiterhin eine wichtige Funktion als Wohnstandort einnehmen wird. Von besonderer Bedeutung ist somit die Entwicklung attraktiver und auf die Nachfrage zugeschnittener Wohngebietslagen sowie der Erhalt und die Schaffung einer wohnungsnahen Grundversorgung.**

<sup>5</sup> Aus Vergleichszwecken werden hier die Einwohnerzahlen mit Stand 31.12. verwendet, diese weichen geringfügig von den Zahlen zum 31.03. ab.

## 4 Marktgebiet und Marktpotenziale

### 4.1 Marktgebiet Gemeinde Kropp

Das Marktgebiet spiegelt die aktuelle Anziehungskraft des Einzelhandels wieder. Auch wenn einzelne Betriebe ein größeres individuelles Einzugsgebiet aufweisen können, so stellt das Marktgebiet den Durchschnitt der einzelbetrieblichen Einzugsgebiete des Kropper Einzelhandels dar.

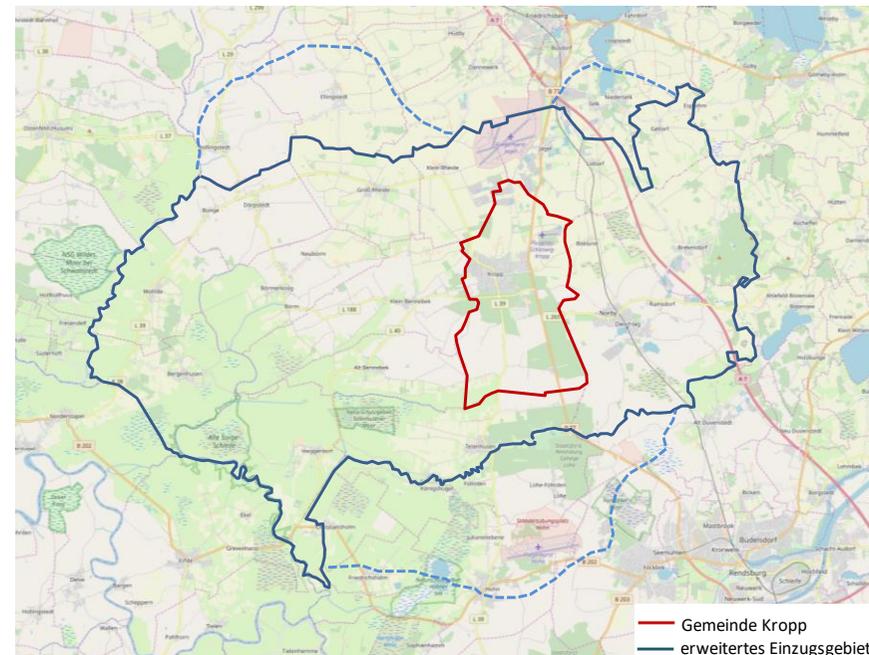
Auf Basis des vorhandenen Einzelhandelsangebotes in der Gemeinde Kropp sowie unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in den umliegenden Städten und Gemeinden (u.a. Schleswig, Rendsburg/Büdelndorf, Owschlag) umfasst das direkte Marktgebiet in erster Linie das Gemeindegebiet Kropp. Darüber hinaus werden die Gemeinden Alt Bennebek, Börm, Dörpstedt, Groß Rheide, Klein Bennebek, Klein Rheide, Tetenhusen, Meggerdorf, Bergenhusen, Wohlde, Jagel, Owschlag, Lottorf, Brekendorf, und Geltorf dem erweiterten Marktgebiet der Gemeinde Kropp zugerechnet.

Insgesamt leben somit 18.986 Einwohner im Marktgebiet des örtlichen Einzelhandels. Der Einflussbereich nimmt jedoch zu den Rändern des dargestellten Marktgebietes ab; im Norden und Süden begrenzen die Städte Schleswig und Rendsburg/ Büdelndorf eine weitere Ausdehnung des Marktgebietes.

Für die Bewohner der Gemeinden Ellingstedt, Hollingstedt und Selk im Norden sowie Lohe-Förden, Christiansholm und z.T. auch Hohn im Süden besteht die Wahlmöglichkeit, für Einkäufe entweder nach Kropp oder nach z.B. Schleswig, Rendsburg/ Büdelndorf oder Fockbek zu fahren; eine eindeutige Orientierung auf den Einzelhandelsstandort Kropp kann entsprechend nicht unterstellt werden. Aus Sicht der CIMA können diese Gemeinden nicht dem Marktgebiet des Kropper Einzelhandels zugerechnet

werden. Dennoch bestehen hier historisch gewachsene Einkaufsverflechtungen; die gestrichelte Grenzlinie würdigt einzelne Einkaufsfahrten.

Abb.12: Marktgebiet Gemeinde Kropp



Kartengrundlage: openstreetmap  
 Bearbeitung: cima 2019

### 4.3 Marktpotenzial Gemeinde Kropp

Die Berechnung des Nachfragepotenzials<sup>6</sup> in Kropp erfolgt auf der Basis der gemeindeschaffen Einwohnerzahl (6.658)<sup>7</sup> und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (93,7)<sup>8</sup>. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 5.366 € für das Jahr 2019 zugrunde gelegt, der an das Niveau der Gemeinde Kropp mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wird.

Der Ausgabesatz eines jeden Einwohners der Gemeinde Kropp entspricht im Durchschnitt 5.028 € im Jahr 2019. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Kropp unter dem Bundesdurchschnitt.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in der Gemeinde Kropp auf rd. 33,0 Mio. €. Davon entfallen etwa 16,4 Mio. € auf den täglichen/periodischen Bedarf und weiteren 16,7 Mio. € im aperiodischen Bedarf.

Neben der örtlichen Nachfrage müssen jedoch auch die Kaufkraftpotenziale und Kaufkraftzuflüsse aus dem erweiterten Marktgebiet berücksichtigt werden. In den Berechnungen wird ein zusätzliches Marktpotenzial i.H. von 64,1 Mio. € zu Grunde gelegt.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial im Marktgebiet auf rd. 97,1 Mio. €.

Abb.13: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Gemeinde Kropp

CIMA Warengruppen	Gemeinde Kropp	erweitertes Marktgebiet	Marktgebiet insgesamt
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>16,4</b>	<b>31,8</b>	<b>48,1</b>
Nahrung und Genussmittel	13,2	25,6	38,8
Gesundheit und Körperpflege	2,6	5,1	7,8
Zeitschriften, Schnittblumen	0,5	1,0	1,5
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>16,7</b>	<b>32,3</b>	<b>49,0</b>
Bekleidung, Wäsche	3,0	5,9	8,9
Schuhe, Lederwaren	1,0	1,9	2,9
Bücher, Schreibwaren	0,6	1,3	1,9
Spielwaren, Hobbybedarf	0,4	0,9	1,3
Sportartikel, Fahrräder	1,1	2,1	3,2
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	2,8	5,5	8,3
Uhren, Schmuck	0,5	0,9	1,4
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	1,0	1,9	3,0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	0,5	1,0	1,5
Einrichtungsbedarf	2,5	4,8	7,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	3,2	6,2	9,3
<b>SUMME</b>	<b>33,0</b>	<b>64,1</b>	<b>97,1</b>
<b>EINWOHNER</b>	<b>6.568</b>	<b>12.418</b>	<b>18.986</b>

Quelle: cima 2019

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

<sup>7</sup> Quelle: Statistikamt Nord (Stand: 01.04.2018)

<sup>8</sup> Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2018

## 5 Einzelhandelsstrukturdaten der Gemeinde Kropp

### 5.1 Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Kropp

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Gemeinde Kropp im November 2019.

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

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Gemeinde Kropp wurden 43 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 14.610 m<sup>2</sup> erhoben. Sie erwirtschafteten einen Einzelhandelsumsatz von 51,4 Mio. €.

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der nebenstehenden Abb. 14 dokumentiert.

Abb.14: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Kropp

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>16</b>	<b>6.490</b>	<b>34,7</b>
Nahrung und Genussmittel	11	5.480	29,1
Gesundheit und Körperpflege	4	880	5,0
Zeitschriften, Schnittblumen	1	130	0,6
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>27</b>	<b>8.120</b>	<b>16,7</b>
Bekleidung, Wäsche	4	885	2,0
Schuhe, Lederwaren	0	45	0,1
Bücher, Schreibwaren	1	205	0,6
Spielwaren, Hobbybedarf	0	200	0,4
Sportartikel, Fahrräder	1	220	0,7
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	1	615	2,7
Uhren, Schmuck	2	65	0,5
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	4	255	1,3
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	7	1.500	1,0
Einrichtungsbedarf	1	110	0,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	6	4.020	7,2
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>43</b>	<b>14.610</b>	<b>51,4</b>

Quelle: cima 2019

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

**Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:**

- Die Warengruppe Nahrung und Genussmittel beherbergt elf Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 5.480 m<sup>2</sup>. Sie realisieren einen Umsatz von rd. 29,1 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt bei rd. 38 % bzw. 57 % am gesamten Einzelhandel. Sowohl der Verkaufsflächenanteil als auch der Umsatzanteil entspricht der typischen Ausstattung eines Unterzentrums mit einem großen Marktgebiet.
- Die Hauptwarengruppe Gesundheit und Körperpflege realisiert in der Gemeinde Kropp einen Verkaufsflächen- und Umsatzanteil von 6 % bzw. 10 % am gesamten Einzelhandel. Auch diese Anteilswerte sind als gut zu bewerten. In der Branche der Drogerieartikel ist der ROSS-MANN Drogeriefachmarkt zu nennen. Darüber hinaus werden Drogerieartikel als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten. Zudem sind drei Apotheken im Gemeindegebiet vorhanden.
- In der Warengruppe Bekleidung, Wäsche, dem wichtigsten Leitsortiment einer zentralen Ortskernlage sind vier Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 880 m<sup>2</sup> vorhanden. Der Verkaufsflächen- bzw. Umsatzanteil von 6 % bzw. 4 % entspricht einer vergleichsweise guten Ausstattung.
- In der Warengruppe Elektroartikel, Unterhaltungselektronik wird ein Umsatzvolumen von 2,7 Mio. € generiert. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Gemeinde Kropp von 5 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt bei 4 % (615 m<sup>2</sup>). Das Fachgeschäft ELEKTRO HANSEN prägt die dokumentierte Verkaufsflächenausstattung.
- Die Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat erreicht mit 1.500 m<sup>2</sup> einen Verkaufsflächenanteil von 10 %. Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt jedoch nur bei 1,0 Mio. € (= 3 %). Die größten Verkaufsflächenanteile dieser Branche entfallen auf niedrigpreisige und discountorientierende Angebote in den Sonderpostenmärkten und Fachmarktkonzepten SCHAUEN UND KAUFEN und TEDI sowie auf Randsortimente in den Lebensmittelmärkten und beispielhaft im GRÜNEN WARENHAUS. Das qualitätsorientierte Segment ist im klein-

teiligen Facheinzelhandel DER WUNSCHERFÜLLER, EINE-WELT-LADEN etc. im Ortskern vorhanden.

- Die Hauptwarengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel generiert ein Umsatzvolumen von 7,2 Mio. €. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Gemeinde Kropp von 14 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt sogar bei sehr guten 28 % (4.020 m<sup>2</sup>). Diese überdurchschnittlichen Ausstattungswerte werden in maßgeblichem Umfang durch den flächenintensiven Baufachmarkt TEAM BAUCENTER am Standort Industriestraße geprägt.
- In den weiteren Warengruppen werden durchschnittliche Anteilswerte für ein Unterzentrum erreicht.

**Verkaufsfläche je Einwohner**

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnerzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 1,5 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner (inkl. ländlich geprägte Räume). In Bezug auf die Gesamtverkaufsfläche liegt die Gemeinde Kropp somit über den Werten des Bundesdurchschnitts.

**Abb.15: Verkaufsfläche je Einwohner in Kropp**

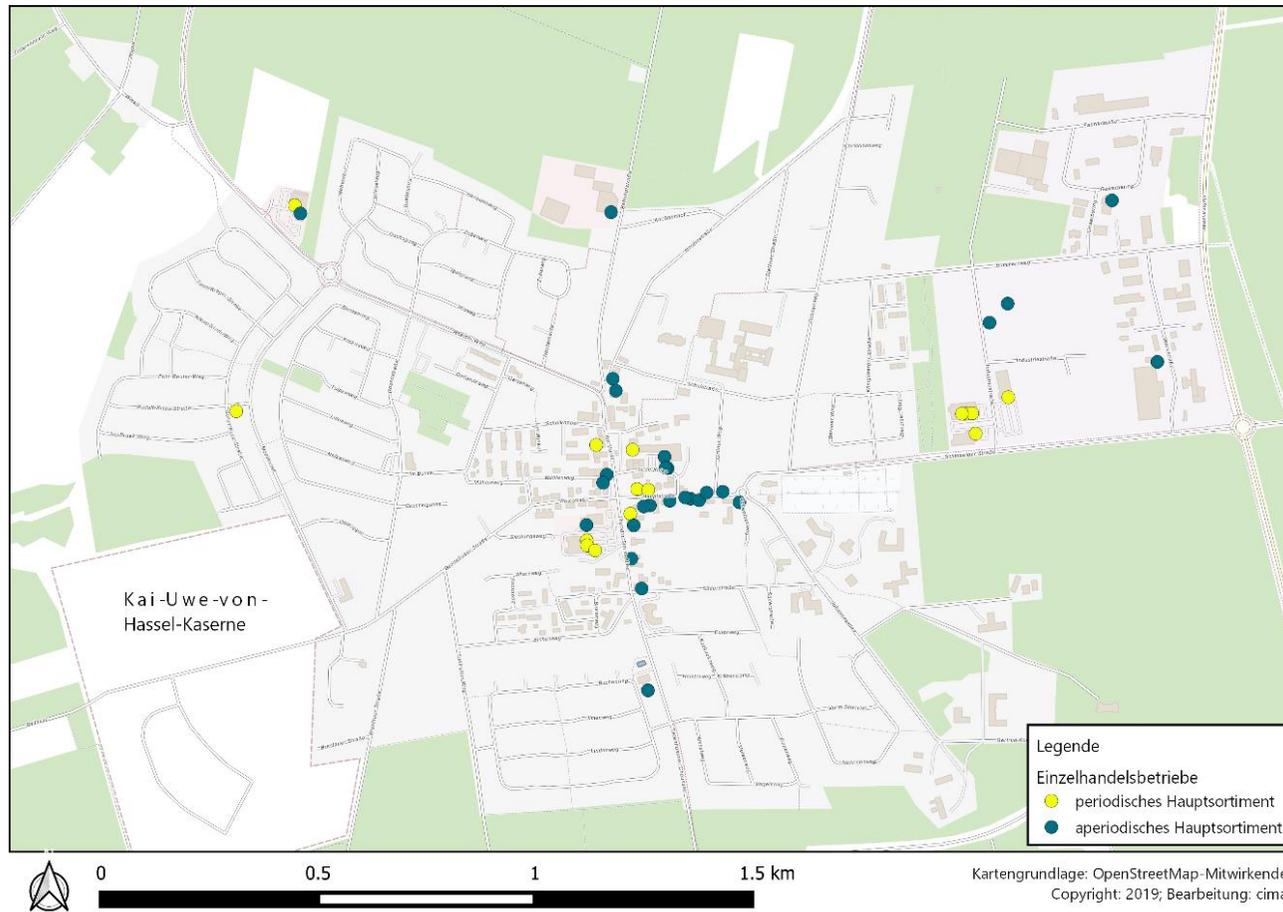
Einwohner	6.568
Verkaufsfläche je Einwohner in m <sup>2</sup>	2,22
im periodischen Bedarf	0,99
<i>in der Branche Nahrung und Genussmittel</i>	<i>0,83</i>
im aperiodischen Bedarf	1,24

Quelle: cima 2019

In der Warengruppe Nahrung und Genussmittel wird ein bundesdurchschnittlicher Wert von 0,35 – 0,45 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche je Einwohner als Vergleichswert angenommen. Mit 0,83 m<sup>2</sup>/ Einwohner liegt Kropp auch hier über dem Bundesdurchschnittswert; der Kennwert ist als ein weiteres Indiz für eine gute Nahversorgungssituation zu werten.

Auf Basis der Kennzahlen lassen sich entsprechend keine rechnerischen Entwicklungspotenziale für die Gemeinde Kropp beschreiben.

Abb.16: Einzelhandelsbesatz in Kropp



## 5.3 Einzelhandelszentralität in der Gemeinde Kropp

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

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

**Abb.17: Nachfragevolumen, Umsatz und Handelszentralität in Kropp**

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>34,7</b>	<b>16,4</b>	<b>212</b>
Nahrung und Genussmittel	29,1	13,2	221
Gesundheit und Körperpflege	5,0	2,6	188
Zeitschriften, Schnittblumen	0,6	0,5	121
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>16,7</b>	<b>16,7</b>	<b>100</b>
Bekleidung, Wäsche	2,0	3,0	66
Schuhe, Lederwaren	0,1	1,0	8
Bücher, Schreibwaren	0,6	0,6	92
Spielwaren, Hobbybedarf	0,4	0,4	80
Sportartikel, Fahrräder	0,7	1,1	65
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	2,7	2,8	96
Uhren, Schmuck	0,5	0,5	101
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	1,3	1,0	130
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,0	0,5	192
Einrichtungsbedarf	0,3	2,5	12
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	7,2	3,2	225
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>51,4</b>	<b>33,0</b>	<b>156</b>

Quelle: cima 2019

Insgesamt ist die Einzelhandelszentralität der Gemeinde Kropp für einen Unterzentrum als sehr gut zu bewerten (156). Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität deutliche Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Gemeinden. Mit Blick auf die Wettbewerbskulisse mit den benachbarten Mittelzentren Schleswig und Rendsburg dürfte eine weitere Steigerung der Zentralität nur sehr in begrenztem Umfang möglich sein.

Die Gesamtzentralität für die Gemeinde Kropp beruht auf den sortimentspezifischen Zentralitätswerten für die einzelnen Warengruppen. Hier ist festzuhalten, dass bei den Angeboten des periodischen Bedarfs insgesamt eine Zentralität von 212 erreicht wird. Für die Branche Nahrung und Genussmittel wird sogar eine Handelszentralität von 221 ermittelt. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von 29,1 Mio. € ein lokales Nachfragevolumen von 13,2 Mio. € gegenüber. Die Werte veranschaulichen, dass in der Branche Nahrung und Genussmittel ein überdurchschnittlich gutes Angebot vorhanden ist und Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland der Gemeinde Kropp (Marktgebiet) erzielt werden.

Die dominierenden Nahversorgungsstrukturen konzentrieren sich in Kropp fast vollständig auf zwei Lagebereiche im Gemeindegebiet: Im Ortskern der Gemeinde Kropp ist der Lebensmittelfrischemarkt REWE vorhanden. Am Standort Industriestraße sind der Lebensmittelfrischemarkt EDEKA und die Lebensmitteldiscounter LIDL und ALDI zu finden. Ferner ist am Rheider Weg ein NETTO Lebensmitteldiscounter vorhanden. Betriebe des Lebensmittelhandwerks ergänzen das Lebensmittelangebot im Gemeindegebiet von Kropp.

In der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege signalisiert die Handelszentralität von 188 ebenfalls ein sehr gutes Angebotsniveau. Am Markt ist der Drogeriefachmarkt ROSSMANN in zentraler Ortskernlage vorhanden. Darüber hinaus werden Drogerieartikel im Randsortiment der Lebensmittelmärkte angeboten. Ferner sind insgesamt drei Apotheken der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege zugeordnet. Eine originäre Parfümerie konnte in Kropp nicht erfasst werden. Insgesamt steht einem Nachfragevolumen von 2,6 Mio. € ein Umsatz von rd. 5 Mio. € gegenüber.

In den Branchen des aperiodischen Bedarfs wird eine Handelszentralität von 100 erzielt. Im Einzelfall ist zu prüfen, ob durch gezielte Ergänzungen die Zentralität noch gesteigert werden kann. Dies betrifft insbesondere den vergleichsweise niedrigen Zentralitätswert in der Warengruppe Schuhe/ Lederwaren (8). Die Entwicklung sollte sich hierbei jedoch mit erster Priorität auf den Ortskern Kropp konzentrieren.

In der Warengruppe Einrichtungsbedarf liegt die Zentralität zwar ebenfalls nur bei 12. Unter Berücksichtigung der aktuellen Betriebstypen- und Branchenentwicklungen ist die Ansiedlung eines modernen Möbelfachmarktes im Gemeindegebiet von Kropp jedoch als eher unwahrscheinlich anzusehen.

In der Branche Bekleidung/ Wäsche wird eine Handelszentralität von 66 erreicht. Die wichtigsten Anbieter sind die inhabergeführten Fachgeschäfte SCHÖNHEIT IM MITTELPUNKT und CREATIVE GLÜCKSMOMENTE im Ortskern. Als Bekleidungsfilialist im niedrigpreisigen Segment ist ERNSTINGS FAMILY an der Theodor-Storm-Allee aufzuführen. Im Fachmarktsegment ist der Textilfachmarkt KIK am Standort Rheider Weg zu nennen. Markenorientierte Angebote aus dem qualitativ höherwertigen Segment werden in Kropp nicht angeboten.

Der Facheinzelhandel in der Warengruppe Bücher und Schreibwaren realisiert eine Handelszentralität von 92. Bücher werden aktuell in der Buchhandlung KROPPER BUCH angeboten; im Segment Schreibwaren sind die Randsortimente bei ROSSMANN und TEDI sowie u.a. bei DER WUNSCHERFÜLLER und GESCHENKARTIKEL FÜR JEDERMANN aufzuführen.

Gute Zentralitätswerte werden ebenso in der Warengruppe Spielwaren und Hobbybedarf (Musikinstrumente, Waffen etc.) erzielt. Ein Spielwarenfachgeschäft ist in der Gemeinde Kropp zwar nicht vorhanden, Spielwaren werden jedoch als Randsortiment bei ROSSMANN, SCHAUEN UND KAUFEN und TEDI sowie in den Lebensmittelmärkten angeboten.

Die zusammengeführte Warengruppe Sportartikel/ Fahrrädern erreicht eine Handelszentralität von 65. Sportartikel im Sinne von Sportbekleidung konnten in der Gemeinde Kropp nicht erfasst werden. Fahrräder und

Fahradzubehör werden im Fahrradfachgeschäft FAHRRADWELT an der Industriestraße vorgehalten.

In der Warengruppe Elektroartikel und Unterhaltungselektronik wird eine Zentralität von 96 erzielt; die ermittelte Handelszentralität signalisiert auch in diesem Segment ein gutes Angebotsniveau. Der wichtigste Anbieter ist das Fachgeschäft für Elektroartikel und Unterhaltungselektronik ELEKTRO HANSEN an der Hauptstraße in integrierter Ortskernlage.

Insgesamt zwei Optiker und ein Hörgeräteakustiker sind in Kropp zu finden. Darüber hinaus ist das SANITÄTSHAUS KRÄMER an der Tetenhuser Chaussee vorhanden. In der Warengruppe Optik/ Akustik/ Sanitätsartikel wird eine Handelszentralität von 130 erzielt.

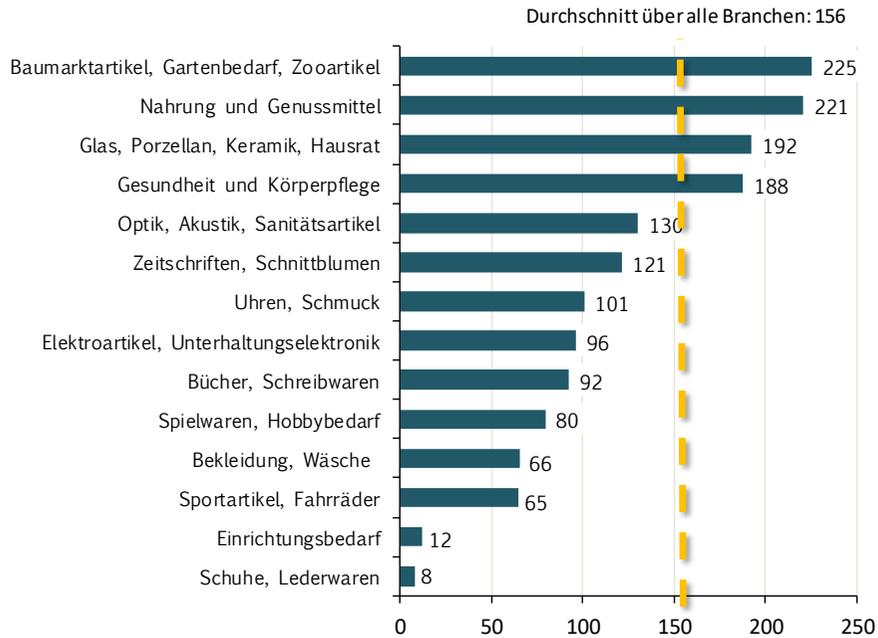
Die bereits beschriebene gute Verkaufsflächenausstattung begründet zugleich die Einzelhandelszentralität in der Branche Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat (192). Das vorhandene Angebot wird insbesondere durch die niedrigpreisigen und discountorientierenden Angebote in den Sonderpostenmärkten und Fachmarktsegmenten (SCHAUEN UND KAUFEN, TEDI) sowie durch die Randsortimente der Lebensmittelmärkten geprägt. Das qualitätsorientierte Segment ist im Facheinzelhandel im Ortskern vorhanden (DER WUNSCHERFÜLLER, EINE-WELT-LADEN etc.).

Die höchsten Zentralitätswerte werden in der Branche Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel (225) erzielt. Hier ist der Baufachmarkt TEAM BAUCENTER an der Bahnhofstraße zu nennen. Der Baufachmarkt kann einen Einflussbereich entfalten, der weit über das Kropper Gemeindegebiet hinausreicht.

Im Segment Einrichtungsbedarf (Möbel und Heimtextilien) erzielt der Einzelhandel in der Gemeinde Kropp eine Handelszentralität von nur 12. Ausschließlich das KÜCHENHAUS HOHE ist in Kropp vorhanden.

Die nachfolgende Abb. 18 zeigt die Rangfolge der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten des Einzelhandels in der Gemeinde Kropp.

Abb.18: Ranking: Handelszentralität in Kropp



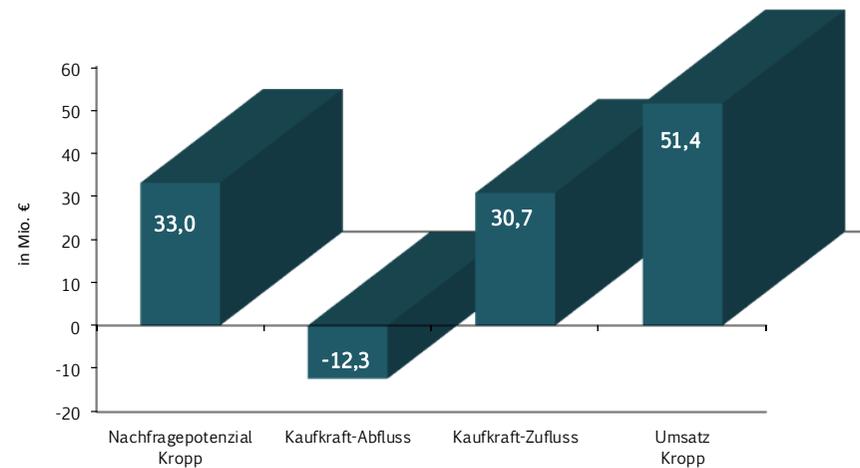
Quelle: cima 2019

## 5.4 Kaufkraftstromanalyse des Einzelhandels in der Gemeinde Kropp

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

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

Abb.19: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Kropp

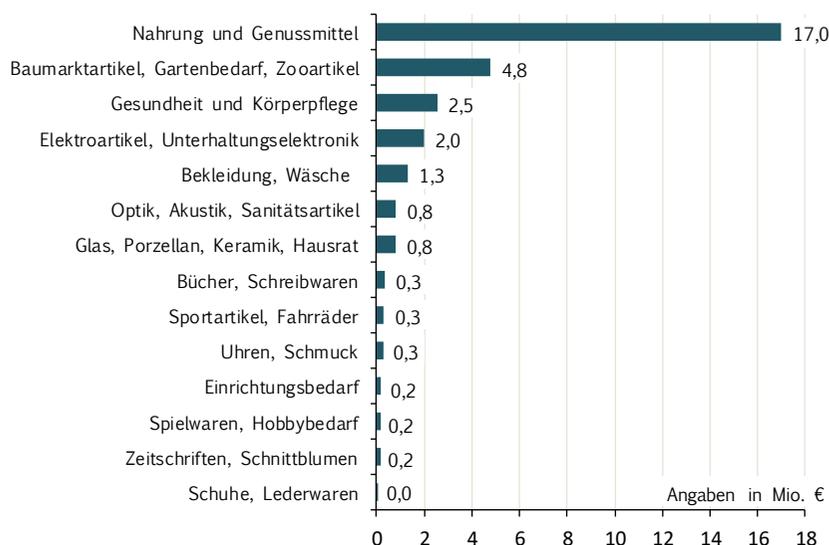


Quelle: cima 2019

Einem Kaufkraftzufluss von 30,7 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 12,3 Mio. € gegenüber. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 51,4 Mio. €. Das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen liegt in der Gemeinde Kropp bei ca. 33,0 Mio. €.

Die **Kaufkraftzuflüsse** generieren rd. 60 % des in der Gemeinde Kropp erzielten Einzelhandelsumsatzes. Die Kaufkraftzuflussquote basiert in erster Linie auf den Angebotskompetenzen im periodischen Bedarf sowie den großflächigen Fachmarktangeboten im Bereich Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel.

**Abb.20: Ranking: Kaufkraftzuflüsse nach Kropp**



Quelle: cima 2019

Die höchsten Kaufkraftzuflüsse werden in der Branche Nahrung und Genussmittel erzielt (17,0 Mio. €). Wie bereits die Dokumentation der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten verdeutlicht hat, ist mit den vorhandenen Lebensmittelfrischemärkten und Lebensmitteldiscountern ein sehr gutes Angebotsniveau vorhanden. Hier wird die Bedeutung der Gemeinde Kropp als Einzelhandelsstandort deutlich. Die Werte veranschaulichen, dass die Gemeinde Kropp ihren Versorgungsauftrag für die Umlandgemeinden wahrnehmen kann.

In der Branche Gesundheit und Körperpflege liegt der Kaufkraftzufluss bei rd. 2,5 Mio. €. Die Zuflüsse werden in erster Linie durch die vorhandenen Apotheken und den Drogeriefachmarkt ROSSMANN erzielt. Ferner werden Drogerieartikel als Randsortiment in den größeren Lebensmittelmärkten angeboten, diese Betriebe profitieren heute von den Mitnahmeeffekten im Bereich der Drogerieartikel.

In der Branche Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel werden ebenso vergleichsweise hohe Kaufkraftzuflüsse (4,8 Mio. €) realisiert. Am Standort Bahnhofstraße im nördlichen Kropp Gemeindegebiet ist der Baufachmarkt TEAM BAUCENTER vorhanden. Der Baufachmarkt spricht ein weites Einzugsgebiet an.

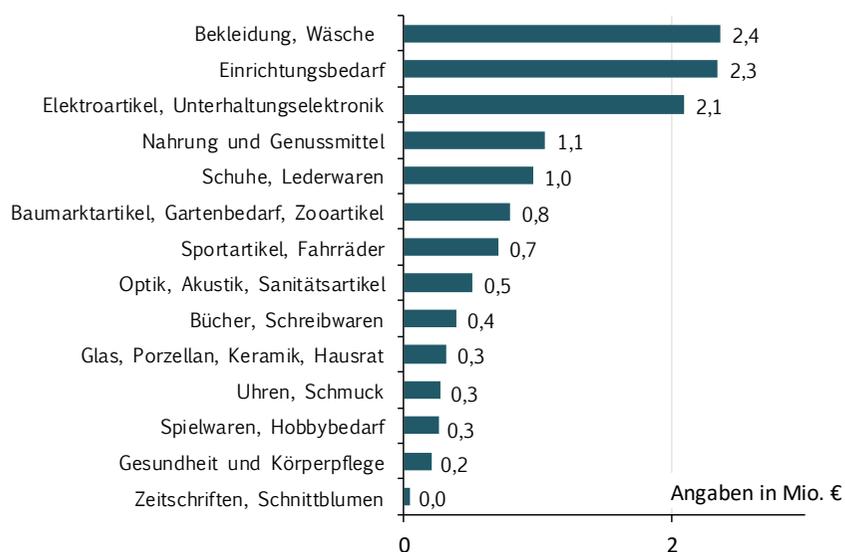
In der Branche Elektroartikel und Unterhaltungselektronik liegt der Kaufkraftzufluss bei rd. 2,0 Mio. €. Die Zuflüsse werden durch den Facheinzelhandel ELEKTRO HANSEN in integrierter Ortskernlage erzielt.

Erfreulich hohe Kaufkraftzuflüsse werden zudem in der ortskernprägenden Warengruppe Bekleidung/ Wäsche erzielt (1,3 Mio. €).

In allen weiteren Branchen sind die Kaufkraftzuflüsse deutlich geringer und liegen bei unter 1,0 Mio. €.

Der **Kaufkraftabfluss** beläuft sich auf 37 % des in der Gemeinde Kropp vorhandenen Nachfragevolumens. Die Kaufkraftabflussquote basiert auf der beschriebenen Angebotsstruktur und den dokumentierten Angebotsdefiziten in einzelnen Sortimenten.

**Abb.21: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus Kropp**



Quelle: cima 2019

Die höchsten Kaufkraftabflüsse aus der Gemeinde Kropp entfallen auf die Warengruppe Bekleidung/ Wäsche (2,4 Mio. €). Der Kaufkraftabfluss ist mit den Angebotslücken auf der Ebene des qualitativen Angebotsmix begründet und der beschriebenen Wettbewerbssituation mit den benachbarten Mittelzentren.

Vor dem Hintergrund der erreichten Handelszentralität von nur 12 ist der ermittelte Kaufkraftabfluss in der Warengruppe Einrichtungsbedarf mit den vorhandenen Angebotsdefiziten begründet. Der Kaufkraftabfluss liegt

bei 2,3 Mio. € Die Kaufkraftabflüsse verdeutlichen die Einkaufsfahrten zu den großflächigen Möbelhausstandorten (u.a. in Kiel).

Trotz der beschriebenen guten Angebotssituation in den Branchen Nahrung und Genussmittel werden auch hier Kaufkraftabflüsse i.H. 1,1 Mio. € dokumentiert. Die bestehenden Kaufkraftabflüsse dürften nicht in vollem Ausmaß reaktivierbar sein; insbesondere die Branche Lebensmittel wird z.T. über Kopplungskäufe im Kontext von Pendlerverflechtungen an Wettbewerbsstandorten außerhalb des Gemeindegebietes von Kropp gebunden.

Der Kaufkraftabfluss von 1,0 Mio. € in der Warengruppe Schuhe/ Lederwaren begründet sich mit Blick auf die unzureichende Angebotssituation in Kropp. Durch die gezielte Entwicklung von ergänzenden Angeboten lassen sich die ermittelten Kaufkraftabflüsse z.T. verringern.

In der Warengruppe Baumartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel müssen ebenfalls Kaufkraftabflüsse (0,8 Mio. €) verzeichnet werden. Die Kaufkraftabflüsse spiegeln die regionale Wettbewerbssituation wider und die Einkaufsfahrten zu Wettbewerbsstandorten in Rendsburg, Schleswig usw. Das baumarktspezifische Sortiment im Bau- und Gartenfachmarkt TEAM BAUCENTER kann die vorhandene Nachfrage in der Gemeinde Kropp nicht vollumfänglich binden.

In den übrigen Branchen Uhren liegen die ermittelten Kaufkraftabflüsse zwischen 0,7 und weniger als 0,1 Mio. €. Im Rahmen der Analyse der Handelszentralitäten konnten bereits sortimentspezifische Angebotsdefizite im Gemeindegebiet Kropp identifiziert werden, z.T. sind auch hier Mitnahmeeffekte im Kontext von Einkaufsfahrten in die nächstgelegenen Einkaufsstandorte Schleswig, Rendsburg oder Kiel zu verzeichnen.

## 5.5 Fazit und Handlungsempfehlungen

Alle Überlegungen zur nachhaltigen Weiterentwicklung und Profilierung des Einzelhandelsstandortes Kropp sollten auf dem zentralörtlichen Versorgungscharakter eines Unterzentrums aufbauen, d.h. es sollte das Ziel der Gemeinde- und Einzelhandelsentwicklung sein, eine ausreichende Nahversorgung der Bewohner mit Waren des täglichen Bedarfs sicherzustellen und eine darüber hinaus gehende Grundversorgung mit Gütern des aperiodischen Bedarfs zu erreichen.

Insgesamt ist die Einzelhandelssituation in der Gemeinde Kropp als sehr gut zu bewerten. Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität von heute 156 z.T. deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Marktgebiet sowie dem raumordnerischen Versorgungsgebiet.

Die Weichen zu einer nachhaltigen Absicherung der Versorgungsfunktion sind somit in den vergangenen Jahren richtig gestellt worden.

Aktuell verfügt die Gemeinde Kropp insbesondere im periodischen Bedarf über ein attraktives Angebot. Die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland basieren in erster Linie auf der Angebotskompetenz der großflächigen Lebensmittelmärkte an der Industriestraße. Das Angebot im Drogeriemarktsegment wird durch den ROSSMANN Drogeriefachmarkt in zentraler Ortskernlage geprägt. Darüber hinaus ist der Wochenmarkt im Ortskern der Gemeinde Kropp ein wichtiger Anziehungspunkt Besucher aus dem Umland und entsprechend ein bedeutender Frequenzbringer.

Aus Gutachtersicht sind im Segment des periodischen Bedarfs die marktseitigen Grenzen des in Kropp bindbaren Nachfragepotentials somit erreicht. Während Modernisierungen und Anpassungen an die aktuellen Marktbedingungen auch zukünftig möglich sein sollten, ist weiteres Gestaltungspotenzial für Neuansiedlungen auf Basis der ermittelten Kennzahlen nur in begrenztem Umfang abzuleiten.

Optimierungsbedarfe bestehen sowohl für den NETTO Lebensmitteldiscounter am Rheider Weg als auch z.T. für den Lebensmittelfrischemarkt REWE in integrierter Ortskernlage. Die vor-Ort-Begehungen haben aufge-

zeigt, dass insbesondere der NETTO Markt keine marktgerechten Verkaufsflächenstrukturen vorhalten kann; mit einer Gesamtverkaufsfläche von weniger als 800 m<sup>2</sup> entspricht der Markt nicht den aktuellen Standards eines modernen Lebensmitteldiscounters. Darüber hinaus kann der REWE Markt im Ortskern keine optimalen Standortbedingungen abbilden. Die Immobilien- und Verkaufsflächenstruktur entspricht nur eingeschränkt den Anforderungen an einem modernen Lebensmittelfrischemarkt. Eine ausreichende Sichtbarkeit und Zuwegung von der Theodor-Storm-Allee sind zudem nicht gegeben.

In Bezug auf den aperiodischen Einzelhandel kann es aus gutachterlicher Sicht zudem sinnvoll erscheinen, weitere Facheinzelhandelsnutzungen für den Ortskern von Kropp zu gewinnen. Weitere inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe könnten das bestehende Angebot quantitativ und qualitativ ergänzen (siehe Kap. 7.1.3 Chancen für den Ortskern).

Rechnerische Angebotslücken bestehen z.B. in der Warengruppe Schuhe und Lederwaren (Handelszentralität 8). Die Zentralitätskennziffer signalisiert Gestaltungsspielräume für ergänzende Facheinzelhandelsangebote bzw. kleinere Fachmarktkonzepte.

Darüber hinaus lassen sich Angebotsdefizite in der Warengruppe Einrichtungsbedarf ausmachen (Handelszentralität 12). Vor dem Hintergrund der intensiven Wettbewerbskulisse mit den benachbarten Mittelzentren und Oberzentren und nicht zuletzt der zentralörtlichen Versorgungsfunktion der Gemeinde Kropp als Unterzentrum ist die Ansiedlung eines Möbelmarktes in Kropp als unwahrscheinlich zu bewerten.

In allen weiteren Sortimenten ist ein sehr gutes Angebotsniveau für eine Gemeinde der Größe und der Struktur Kropps dokumentiert. Hier wird es in den nächsten Jahren in erster Linie die Aufgabe sein müssen, das vorhandene Angebotsniveau zu erhalten und im Bestand zu sichern. Eine weitere Steigerung der Zentralitätswerte ist nur sehr eingeschränkt zu erwarten. Das planerisch definierte Entwicklungsziel sollte somit die Absicherung der heutigen Angebotsstrukturen sein.

Abb. 22 fasst die maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels auf der Ebene der Gemeinde Kropp zusammen.

Abb.22: Datenblatt Gemeinde Kropp

Gemeinde Kropp	2019
Anzahl Betriebe	43
Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	14.610
Umsatz in Mio. €	51,4
Flächenproduktivität in € / m <sup>2</sup>	3.518
Nachfragepotenzial in Mio. €	33,0
Zentralität	156
Zentralität periodisch	212
<i>in der Branche Nahrung und Genussmittel</i>	<i>221</i>
Zentralität aperiodisch	100
Einwohner	18.986
Verkaufsfläche je Einwohner in m <sup>2</sup>	0,77
im periodischen Bedarf	0,34
<i>in der Branche Nahrung und Genussmittel</i>	<i>0,29</i>
im aperiodischen Bedarf	0,43
Umsatz je Einwohner in €	2.707
einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	93,7

\* Quelle: Statistisches Landesamt Nord (01.04.2018)

Quelle: cima 2019

Abb.23: Einzelhandel in der Gemeinde Kropp



Fotos: cima 2019

## 6 Nahversorgungssituation in der Gemeinde Kropp

Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels getroffen werden.

- Die Gemeinde Kropp verfügt über eine Gesamtverkaufsfläche in der Branche Nahrung und Genussmittel von 5.480 m<sup>2</sup>
- Für die Branche Nahrung und Genussmittel wird eine Handelszentralität von 221 ermittelt. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von 29,1 Mio. € ein lokales Nachfragevolumen von 13,2 Mio. € gegenüber.

In Bezug auf das quantitative Lebensmittelangebot kann die Nahversorgungssituation in der Gemeinde Kropp somit als sehr gut bezeichnet werden. Die Werte veranschaulichen, dass deutlich Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland erzielt werden.

Insgesamt konnten fünf Nahversorgungsbetriebe<sup>9</sup> in Kropp erfasst werden, die sich in zwei Lebensmittelfrischemärkte (EDEKA, REWE) und drei Lebensmitteldiscounter (ALDI, LIDL, NETTO) unterteilen lassen.

Die dominierenden Nahversorgungsstrukturen in Kropp konzentrieren sich auf drei Lagebereiche:

Am großflächigen Nahversorgungsstandort Industriestraße sind der Lebensmittelfrischemarkt EDEKA und die Lebensmitteldiscounter ALDI und LIDL vorhanden. Der Nahversorgungsstandort ist auf den PKW-Kunden ausgerichtet und kann eine Ausstrahlungskraft entfalten, die über die Gemeindegrenzen hinausreicht.

Als weiterer wichtiger Nahversorgungsstandort ist der Ortskern der Gemeinde Kropp aufzuführen, hier ist der Lebensmittelfrischemarkt REWE zu finden. Darüber hinaus ist der Wochenmarkt im Ortskern der Gemeinde

Kropp ein wichtiger Anziehungspunkt Besucher aus dem Umland und entsprechend ein bedeutender Frequenzbringer. Das weitere Nahversorgungsangebot im Ortskern beschränkt sich auf Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien).

Darüber hinaus ist am Rheider Weg ein solitärer NETTO Lebensmitteldiscounter vorhanden. Vor allem für die Bewohner der nordwestlichen Siedlungsbereiche übernimmt dieser Nahversorgungsstandort eine wichtige Versorgungsaufgabe.

Neben den rein quantitativen Bewertungsmerkmalen sind auch qualitative Aspekte bei der gutachterlichen Bewertung der Nahversorgungssituation in Kropp zu berücksichtigen. Die cima vor-Ort-Begehungen haben aufgezeigt, dass der NETTO Markt am Rheider Weg keine marktgerechten Verkaufsflächenstrukturen vorhalten kann; mit einer Gesamtverkaufsfläche von weniger als 800 m<sup>2</sup> entspricht der Markt nicht den aktuellen Standards eines modernen Lebensmitteldiscounters. Darüber hinaus kann der REWE Markt im Ortskern keine optimalen Standortbedingungen abbilden. Die Immobilien- und Verkaufsflächenstruktur entspricht nur eingeschränkt den Anforderungen an einem modernen Lebensmittelfrischemarkt. Eine ausreichende Sichtbarkeit und Zuwegung von der Theodor-Storm-Allee sind zudem nicht gegeben. Anfragen zur Modernisierung Optimierung sollten positiv begleitet werden.

Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger im Gemeindegebiet verdeutlicht, dass in nahezu allen Teilen des Kropper Gemeindegebietes flächendeckend ausgeglichenen Nahversorgungsstrukturen vorgehalten werden können (vgl. Abb. 24).

<sup>9</sup> Lebensmittelmärkte ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, keine Getränkemärkte oder Biomärkte

Abb.24: Nahversorgungsstruktur in Kropp (Betriebe ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche)



## 7 Zentrenkonzept für die Gemeinde Kropp

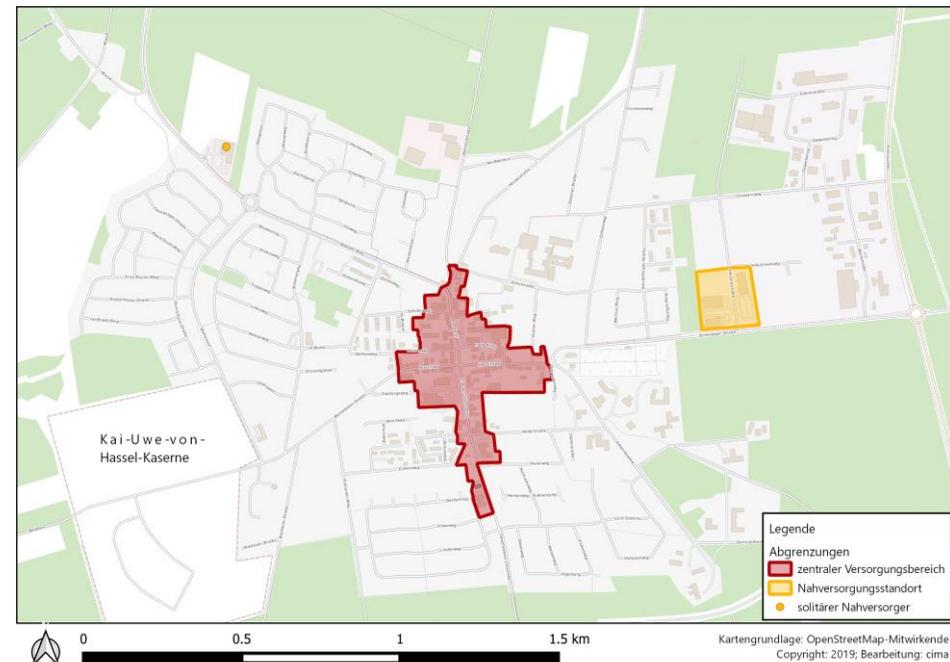
Auf Grundlage der beschriebenen Einzelhandelsstrukturen in der Gemeinde Kropp lässt sich ein räumliches Zentrenkonzept des Einzelhandels ableiten.

Das räumliche Einzelhandelskonzept der Gemeinde Kropp basiert auf dem planerischen Leitgedanken die weitere Einzelhandelsentwicklung auf die bereits heute vorhandenen Einzelhandelsstandorte im Gemeindegebiet konzentrieren. Gerade in kleinen Städten und Gemeinden muss es das vorrangige Ziel sein, die vorhandenen und zukünftigen Nutzer räumlich zu bündeln und so die maximalen Synergieeffekte zwischen den Betrieben zu nutzen.

Dem Konzept liegen die folgenden Zielvorstellungen zugrunde:

- Der **Ortskern von Kropp ist Hauptzentrum und wichtigster Versorgungsort** für alle nahversorgungsrelevanten Waren (Nahrung und Genussmittel, Drogeriewaren, Blumen, Arzneimittel etc.), aber auch für weitere ortskerntypische Angebote (Optik, Bekleidung, Uhren/ Schmuck, Glas/ Porzellan/ Hausrat, Bücher, Elektroartikel etc.). Der als zentraler Versorgungsbereich der Gemeinde Kropp definierte Bereich soll planerisch eine Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet übernehmen. Eine Erweiterung der Angebote wird sowohl bei den Waren des täglichen als auch des aperiodischen Bedarfs befürwortet. Die kleinräumige Abgrenzung des Ortskerns und die Handlungsmöglichkeiten zur Attraktivitätssteigerung der integrierten Ortskernlage werden in Kap. 7.1.3 und Kap. 7.1.4 erläutert.
- Als **ergänzender Nahversorgungsstandort** ist der Standortbereich **Industriestraße** ausgewiesen. Hier sind der Lebensmittelfrischemarkt EDEKA und die Lebensmitteldiscounter ALDI und LIDL vorhanden.
- Neben dem zentralen Versorgungsbereich Ortskern und dem großflächigen Nahversorgungsstandort an der Industriestraße ist eine ergänzende **Nahversorgungsstelle am Rheider Weg** identifiziert.

Abb.25: Zentrenstruktur Gemeinde Kropp im Überblick



## 7.2 Zentraler Versorgungsbereich Kropp

### 7.2.1 Zum Begriff des Zentralen Versorgungsbereiches<sup>10</sup>

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

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

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

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind die zentralen Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen; Rechtsurteile haben dabei klargestellt, dass eine Stadt/ Gemeinde mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann.

- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig festzulegen, welche Nutzungen oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen.<sup>11</sup>
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereiches ab. Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierte Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).

<sup>10</sup> Eine Ausführliche Definition des Begriffes Zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang

<sup>11</sup> Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt:

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

### 7.2.2 Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Kropp

Aus Sicht der cima liegt eine ausreichend städtebauliche Grundlage zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches für die Gemeinde Kropp vor (vgl. Abb. 26).

Mittels der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>, Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb des abgegrenzten Ortskerns wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches für die Versorgung der Bewohner und Besucher der Gemeinde Kropp dargestellt. In die Abgrenzung sind vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur, Kindergärten etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in das Gebiet einfügen.<sup>12</sup>

Der zentrale Versorgungsbereich Ortskern übernimmt die Funktion des Hauptzentrums der Gemeinde Kropp. Innerhalb des definierten Bereiches ist ein wesentlicher Anteil des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes der Gemeinde Kropp vorhanden (67 % der Kropper Einzelhandelsbetriebe befinden sich innerhalb des abgegrenzten Bereiches). Ergänzend finden sich in dem definierten Bereich soziale und freizeitbezogene Einrichtungen (Ärzte, Gastronomie etc.). In den abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich einbezogen ist zudem das Rathaus der Gemeinde Kropp. Eine Anbindung an das ÖPNV-Netz ist ebenso gegeben wie eine Integration in die Wohngebiete von Kropp.

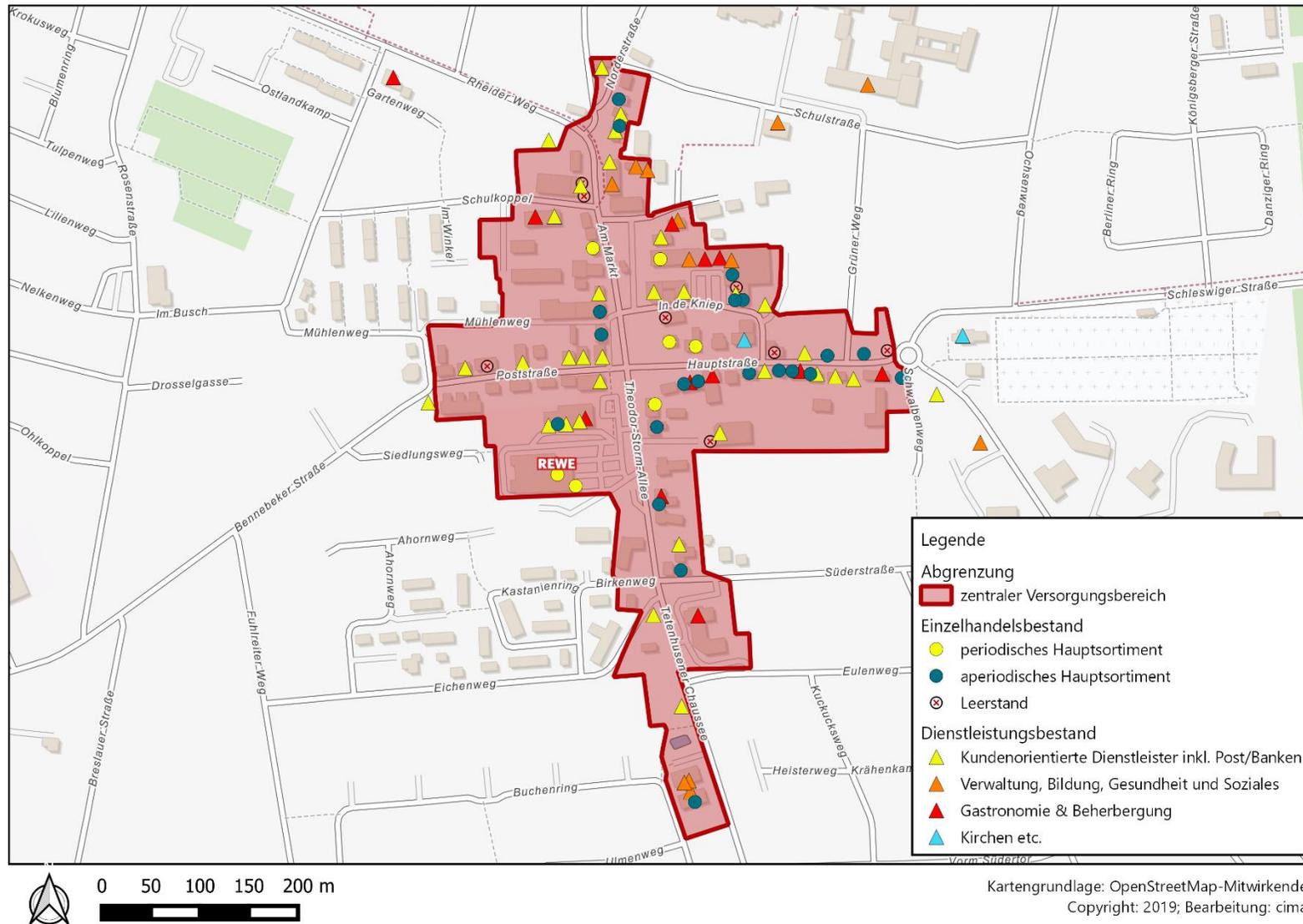
Alle innerhalb der Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches befindlichen Grundstücke bzw. Flurstücke sind in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen.

Der für den Einzelhandel relevante Bereich des zentralen Versorgungsbereiches umfasst den gewachsenen Haupteinkaufsbereich entlang der Hauptstraße zwischen dem Kreisverkehr im Osten und dem Kreuzungsbereich Am Markt, Theodor-Storm-Allee im Westen. Hinzu kommt der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im Bereich Am Markt sowie der Theodor-Storm-Allee bis zum Sanitätshaus KRÄMER im Süden. Die Kreuzung der Straßen Rheider Weg, Norderstraße, Bahnhofstraße stellt den nördlichen Abschluss des zentralen Versorgungsbereiches dar. Die Poststraße ist bis zur Einmündung der Mühlenstraße Bestandteil des zentralen Versorgungsbereiches; Einzelhandel ist hier jedoch nicht vorhanden.

Die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und die Verteilung des Handels sowie der Besatz an ergänzenden Nutzungen wird in Abb. 26 deutlich.

<sup>12</sup> Sowohl die dargestellten Kennziffern des Zentralen Versorgungsbereiches als auch die kartografische Darstellung beruhen auf den ermittelten Strukturdaten im Erhebungszeitraum November 2018.

Abb.26: Zentraler Versorgungsbereich Kropp



**Einzelhandelsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich Kropp**

Im Rahmen der Bestandserhebung wurden im Ortskern der Gemeinde Kropp 29 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 5.315 m<sup>2</sup> erhoben. Sie realisieren einen Einzelhandelsumsatz von 18,4 Mio. €.

**Abb.27: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Kropp**

Ortskern Kropp	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
<b>Periodischer Bedarf</b>	<b>9</b>	<b>2.275</b>	<b>11,2</b>
Nahrung und Genussmittel	5	1.575	7,2
Gesundheit und Körperpflege	3	630	3,7
Schnittblumen, Zeitschriften	1	70	0,3
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>	<b>20</b>	<b>3.040</b>	<b>7,2</b>
Bekleidung, Wäsche	3	315	0,8
Schuhe, Lederwaren	0	25	0,0
Bücher, Schreibwaren	1	190	0,6
Spielwaren, Hobbybedarf	0	190	0,3
Sportartikel, Fahrräder	0	5	0,0
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	1	420	2,0
Uhren, Schmuck	2	60	0,5
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	4	255	1,3
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	7	1.215	0,8
sonstiger aperiodischer Bedarf	2	365	0,8
<b>Einzelhandel insgesamt</b>	<b>29</b>	<b>5.315</b>	<b>18,4</b>

Quelle: cima 2019

Mit neun Betrieben bzw. einer Verkaufsfläche von 2.275 m<sup>2</sup> und einem Umsatz von 11,2 Mio. € entfällt auf die Anbieter von Waren des täglichen Bedarfs ein erheblicher Anteil des Einzelhandels in der integrierten Ortskernlage; es handelt sich in erster Linie um den Lebensmittelrischmarkt REWE sowie Betriebe des Ladenhandwerks. Ferner werden die vorhande-

nen Apotheken, das Blumengeschäft BLUMEN KUHN und der Drogeriefachmarkt ROSSMANN den Angeboten des täglichen Bedarfs zugeordnet.

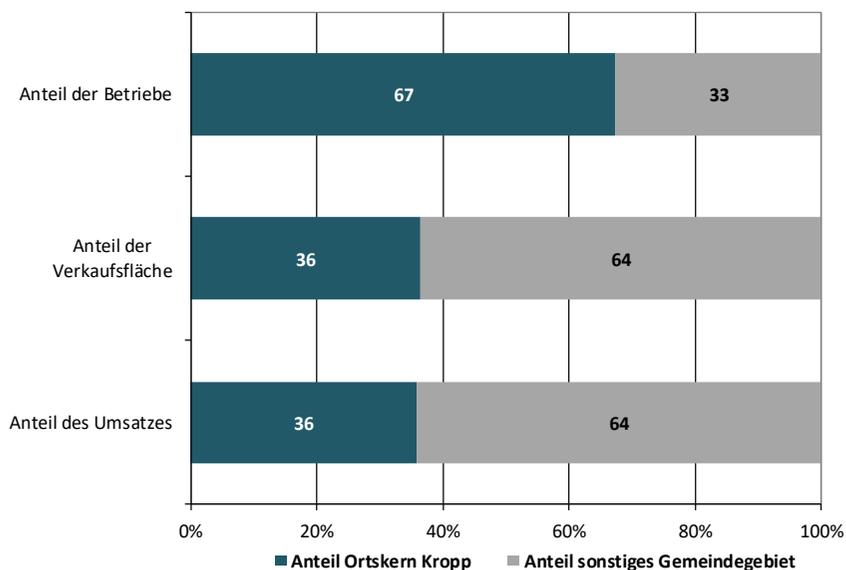
In den Branchen des aperiodischen Bedarfs ist das Einzelhandelsangebot im Ortskern von Kropp einerseits durch flächenintensive, niedrigpreisige Anbieter geprägt (SCHAUEN UND KAUFEN, TEDI) sowie andererseits durch inhabergeführte Facheinzelhandelsbetriebe.

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

Mit einer Buchhandlung, dem Fachgeschäft für Elektroartikel und Unterhaltungselektronik (EP HANSEN), insgesamt zwei Juwelieren, zwei Optikern und einem Hörgeräteakustiker sowie zwei Fachgeschäften für Glas/Hausrat und Geschenkartikel verfügt der Ortskern Kropp über ein ausreichendes Angebot.

Eine Angebotserweiterung kann in erster Linie über weitere inhabergeführte Betriebe erfolgen. Die ergänzende Neuansiedlung von kleineren Fachmarkt- und Filialkonzepten ist hingegen nur z.T. erwartbar. Insbesondere die beschriebenen Angebotsdefizite in der Branche Schuhe/ Lederwaren sollten als Anlass für eine gezielte, aber maßvolle Angebotserweiterung genommen werden. Grundsätzlich sollte das vorhandene Facheinzelhandelsangebot in der integrierten Ortskernlage nicht durch Fachmarktansiedlungen in den Außenbereichen der Gemeinde Kropp gefährdet werden.

Abb.28: Anteil Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Kropp



Quelle: cima 2019

Im Ortskern der Gemeinde Kropp befinden sich 67 % der Betriebe, auf die 36 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen und die rd. 36 % des Gesamtumsatzes in der Gemeinde Kropp erzielen.

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

Aufgrund der z.T. deutlich discountorientierenden Anbieter im Ortskern (SCHAUEN UND KAUFEN, TEDI) liegt der Umsatzanteil im zentralen Versorgungsbereich jedoch auf einem vergleichsweise niedrigen Niveau.

### 7.2.3 Entwicklungs- und Profilierungspotenziale für den Ortskern Kropp

Die Versorgung der Bewohner mit Waren des periodischen Bedarfs wird im Ortskern der Gemeinde Kropp durch den Lebensmittelfrischemarkt REWE, ergänzt durch Betriebe des Lebensmittelhandwerks und den Wochenmarkt sowohl quantitativen als auch qualitativen Aspekten sichergestellt. Weiteres Gestaltungspotenzial ist auf Basis der vorhandenen und beschriebenen Nahversorgungsstrukturen nur in begrenztem Umfang abzuleiten.

In Bezug auf die Versorgungsstrukturen mit Waren des aperiodischen Bedarfs ist ebenfalls ein gutes Angebotsniveau dokumentiert. Hier wird es in den nächsten Jahren in erster Linie die Aufgabe sein müssen, das vorhandene Angebotsniveau zu erhalten und im Bestand zu sichern.

Das Einzelhandelsangebot in integrierter Ortskernlage wird heute sowohl durch inhabergeführte Facheinzelhandelsbetriebe als auch niedrigpreisige Fachmarkt- und Filialkonzepte geprägt. Insbesondere der inhabergeführte Facheinzelhandel prägt in besonderem Maß die Attraktivität der Ortskernlage und entfaltet z.T. eine überörtliche Anziehungskraft.

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

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

Abb.29: Branchenmixanalyse für den Ortskern Kropp

Warengruppe	heutiges Angebot im Ortskern Kropp	Chancen bestehen für...
<b>Nahrung und Genussmittel</b>	Bäckereien, Wochenmarkt, Lebensmittelfrischemarkt (REWE)	Sicherung Nahversorgungssituation
<b>Drogerie- und Parfümerieartikel, Apotheken</b>	Drogeriefachmarkt ROSSMANN, zwei Apotheken	Ausbau nicht zu erwarten
<b>Bekleidung</b>	Filialkonzept ERNSTINGS FAMILY, Facheinzelhandel vorhanden	Ergänzung durch weitere Fachgeschäfte/ Boutiquen möglich
<b>Schuhe, Lederwaren</b>	Kein Angebot vorhanden	Ansiedlung eines kleinen Schuhfachmarktes wünschenswert
<b>Uhren, Schmuck, Optik</b>	zwei Juweliere, zwei Optiker, ein Hörgeräteakustiker im Ortskern vorhanden	Ausbau nicht zu erwarten
<b>Bücher, Schreibwaren</b>	eine Buchhandlung vorhanden, Schreibwaren im Randsortiment	Ausbau nicht zu erwarten
<b>Elektroartikel, Unterhaltungselektronik</b>	Im Bereich Elektroartikel, Unterhaltungselektronik EP HANSEN im Ortskern zu finden	Ausbau im Bereich Elektroartikel, Unterhaltungselektronik nicht zu erwarten, da keine Tragfähigkeit für einen Fachmarkt innerhalb der Gemeinde Kropp besteht
<b>Sportartikel, Fahrräder</b>	kein Sportanbieter und kein Fahrradladen vorhanden	FAHRRADWELT an der Industriestraße vorhanden; Ausbau im
<b>Spielwaren</b>	kein Spielwarenanbieter vorhanden, aber umfangreiches Randsortiment (ROSSMANN, TEDI)	Ausbau wünschenswert, jedoch nur eingeschränkt und in Kombination mit anderen Angeboten (z.B. Kinderbekleidung, Kinderbücher) denkbar
<b>Heimtextilien</b>	Heimtextilien nur im Randsortiment zu finden	Ausbau nicht zu erwarten
<b>Geschenke, Glas, Porzellan, Hausrat</b>	verschiedene Anbieter für Geschenkartikel/ Dekorationsartikel sowie niedrigpreisige Fachmarktkonzepte vorhanden	Ausbau im Bereich Dekorationsartikel/ Geschenkartikel und Glas/ Porzellan/ Hausrat nur eingeschränkt denkbar

Quelle: cima 2019

### 7.2.5 Ergänzende qualitative Begleitmaßnahmen

Die Qualitäten des Ortskerns liegen in erster Linie im Angebotsmix aus Einzelhandels- und Dienstleistungsangeboten sowie gastronomischen Nutzungen und öffentlichen Einrichtungen (Rathaus, Amtsverwaltung etc.). Im Bereich Am Markt entsteht derzeit der Rathaus Neubau und damit verbunden eine städtebauliche Aufwertung. Ein weiterer positiv hervorzuhebender Ort ist der Marktplatz, der ebenfalls städtebaulich attraktiv gestaltet wurde und mit dem Kropper Wochenmarkt als wichtiger Anziehungspunkt sowohl für die Bewohner als auch Besucher aus dem Umland im Ortskern fungiert.

Schwächen im Erscheinungsbild des öffentlichen Raums sind dagegen in der Straße In de Kniep festzustellen. Die Straße hat nur eine geringe Aufenthaltsqualität, begründet durch eine starke Verkehrsbelastung sowohl im ruhenden als auch im fließenden Verkehr. Die insgesamt beengte Straßenführung ist insbesondere für den Ortsunkundigen sehr unübersichtlich und birgt Gefahren für Fußgänger und Radfahrer. Hier sind entsprechende Beratungen im Rahmen des Verkehrskonzeptes notwendig.

Mittelfristig sollte eine verkehrliche Entlastung der Ortsmitte im Bereich Am Markt/ In de Kniep erfolgen. Die Straße In de Kniep wird heute zu wenig als Bindeglied zwischen der Straße Am Markt und der Hauptstraße wahrgenommen. Eine Entlastung bzw. Neuordnung des Verkehrs könnte zur nachhaltigen Belebung des Kropper Ortskerns beitragen.

Darüber hinaus stellt die Erreichbarkeit der Geschäfte eine der zentralen Rahmenbedingungen des Einzelhandels im Ortskern dar. Das Stellplatzangebot ist im Ortskern insgesamt als unzureichend zu bewerten. Mit Ausnahme der Stellplätze vor dem Rathausneubau sind alle weiteren Stellplatzflächen durch eine unkomfortable Sichtbarkeit und Zuwegung gekennzeichnet. Dazu sind auch die Parkflächen des REWE Lebensmittel-frischemarktes zu rechnen.

Ferner sollte der Aspekt der städtebaulichen Aufwertung des öffentlichen Raums diskutiert werden. Neben der Stadtmöblierung (Sitzgelegenheiten etc.) ist in diesem Zusammenhang u.a. das Thema Stadtbegrünung von Bedeutung.

Abb.30: Eindrücke aus dem Kropper Ortskern



Fotos: cima 2019

### 7.3 Ergänzender Nahversorgungsstandort Industriestraße

Die Zentrenstruktur der Gemeinde Kropp beinhaltet zudem den ergänzenden Nahversorgungsstandort Industriestraße. Der bestehende und etablierte Einzelhandelsstandort zeichnet sich durch eine eindeutige Orientierung auf den PKW-Kunden aus. Der Nahversorgungsstandort umfasst in erster Linie Angebote des großflächigen und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels. Die wichtigsten Anbieter sind derzeit der Lebensmittelfrischemarkt EDEKA und die Lebensmitteldiscounter LIDL und ALDI.

Mit der Definition des Ergänzungsbereiches an der Industriestraße wird dem bestehenden Flächenbedarf von Betrieben aus dem Lebensmittel Einzelhandel Rechnung getragen. Der Kropper Ortskern ist nur kleinteilig strukturiert, zudem sind keine Baulücken offensichtlich. Entsprechend sind die Entwicklungspotenziale im Ortskern nur sehr begrenzt.

Der ergänzende Nahversorgungsstandort befindet sich im östlichen Siedlungsrandgebiet. Vor dem Hintergrund der guten verkehrlichen Erschließung und der Anbindung an die B77 übernimmt der Nahversorgungsstandort eine wichtige Versorgungsaufgabe für die Gemeinde Kropp und das Umland (Marktgebiet).

Das Ziel jeglicher Einzelhandelsentwicklung am ergänzenden Nahversorgungsstandort sollte es jedoch sein, keine Konkurrenz zu den bestehenden Einzelhandelslagen im Kropper Ortskern zu schaffen, sondern Ergänzungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel zu entwickeln.

Potenziale zur Weiterentwicklung des Einzelhandels an der Industriestraße bestehen in einer Bestandsoptimierung und Modernisierung der bestehenden Anbieter.

Ferner ist der Standortbereich Industriestraße/ Gewerbering/ Werkstraße geeignet durch Fachmärkte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ergänzt zu werden. Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten nicht angesiedelt werden.

### 7.4 Ergänzende Nahversorgungslage Rheider Weg

Neben dem beschriebenen zentralen Versorgungsbereich und dem ergänzenden, großflächigen Nahversorgungsstandort Industriestraße ist im Gemeindegebiet von Kropp ein weiterer solitärer Nahversorgungsstandort am Rheider Weg vorhanden.

Der Lebensmitteldiscounter NETTO (mit benachbartem KIK Textilfachmarkt) nimmt eine wichtige Nahversorgungsaufgabe für die Siedlungsbereiche im Nordwesten der Gemeinde Kropp wahr.

Der NETTO Markt sollte nach Möglichkeit erhalten und/ oder in seiner Funktion als ergänzender Nahversorgungsstandort gestärkt werden. Insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels übernimmt dieser Lebensmittelbetrieb eine wichtige Nahversorgungsfunktion. „Kurze Wege“ werden in der nahen Zukunft ein immer wichtiger werdendes Kriterium für eine intakte Versorgungsfunktion mit Waren des täglichen Bedarfs sein.

Die Nahversorgungslage am Rheider Weg verfügt über kein erhöhtes baurechtliches Schutzbedürfnis entsprechend des eindeutig definierten zentralen Versorgungsbereiches Kropp. Dennoch sollte der wohnortnahe Nahversorgungsbereich bei zukünftigen Planungen berücksichtigt werden. Als Nahversorgungsstandorte sind sie als Standorte zu sichern; ggf. bestehende Gefährdungspotenziale sind auszuloten.

c

## 8 Ableitung der Sortimentsliste Kropp

### 8.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf allgemein gültige Sortimentslisten ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus. Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen. Gleichermaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.<sup>13</sup>

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

### 8.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

#### Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

Gemäß der Rechtsprechung der vergangenen Jahre (u.a. Urteil OVG Münster vom 22. April 2004 – 7a D 142/02 NE) kann eine Kommune unter anderem zur Verfolgung des Ziels „Schutz und Stärkung der Attraktivität und Einzelhandelsfunktion der Innenstadt“ den Einzelhandel mit bestimmten Sortimenten innerhalb eines Bebauungsplanes ausschließen.<sup>14</sup>

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

Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein „(nahezu) vollständiger Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem Gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen“ werden kann.

<sup>13</sup> OVG Münster vom 09.10.2003 AZ 10a D 76/01.NE. Nichtigkeit eines Bebauungsplanes aufgrund nicht konkreter Sortimentsfestsetzungen in der Gemeinde Rhede; OVG Münster vom 22.04.2004 AZ: 7a D 142/02.NE: Bestätigung der baurechtlichen Festsetzungen in der Stadt Sundern auf Basis eines nachvollziehbaren Einzelhandelskonzeptes.

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

Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den Zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen Zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

Der Rechtsprechung folgend müssen solche Ausschlüsse besonders städtebaulich gerechtfertigt sein (s. § 1 Abs. 9 BauNVO). Die Maßstäbe, die an eine solche Einzelhandelssteuerung von den Gerichten gestellt werden, implizieren jedoch auch, dass ohne vorliegendes aktuelles Einzelhandelskonzept eine städtebauliche Begründung nicht rechtssicher ist. Dies umfasst auch die Erarbeitung einer spezifischen, auf die jeweilige örtliche Situation angepassten Sortimentsliste, die es ermöglicht, die besondere Angebotssituation und ggf. zukünftige Planungsabsichten zu berücksichtigen.<sup>15</sup>

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

#### **Grenzen einer Sortimentsliste**

Die Differenzierung der einzelnen Sortimente muss jedoch marktüblichen Gegebenheiten entsprechen.<sup>16</sup> Dabei können bestehende Listen der Landesplanung als Orientierungshilfen herangezogen werden und auf deren Grundlage die ortsspezifische Sortimentsliste hergeleitet werden.

<sup>15</sup> Siehe hierzu auch: OVG Münster, Urteil vom 03. Juni 2002 – 7 A 92/99.NE; insbesondere bei vollkommenem Ausschluss von Sortimenten

<sup>16</sup> vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

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

Eine Festsetzung in Bebauungsplänen (GE, MI etc.) hinsichtlich des Ausschlusses zentrenrelevanter Kernsortimente und der Festsetzung maximaler Verkaufsflächen im Bereich der Randsortimente (z. B. max. 10% der Verkaufsfläche) sollte daher im Vordergrund stehen.<sup>17</sup>

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

<sup>17</sup> Vgl. OVG Münster 10 D 52/08.NE vom 04. Dezember 2009

### Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

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

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Gemeinde Kropp sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m<sup>2</sup>) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Ortskernlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhen zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.  
Darüber hinaus sollte der Branchenmix des Ortskerns attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundenfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Ortskernlage vorbehalten sein, um einen für den Kunden attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.

- **Frequenzbringer:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem kleinen Untzentrum sind die Frequenzbringer des Ortskerns beispielhaft in den folgenden Branchen zu finden: Nahrung und Genussmittel, Drogerieartikel, Bekleidung, Schuhe, Bücher.
- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen des Ortskerns umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die den Kunden einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadtbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind beispielsweise nur selten geeignet für einen zentralen Versorgungsbereich.  
Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Ortskernlage zu entwickeln bzw. vorhandenen Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereiches eingeschränkt.
- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw.

dem Ortskern erfüllt werden kann (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen so genannten „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformig und können leicht transportiert werden (z.B. Bekleidung, Schuhe).

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

### 8.3 Zur Ableitung der Sortimentsliste Kropp

Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Gemeinde Kropp. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung.

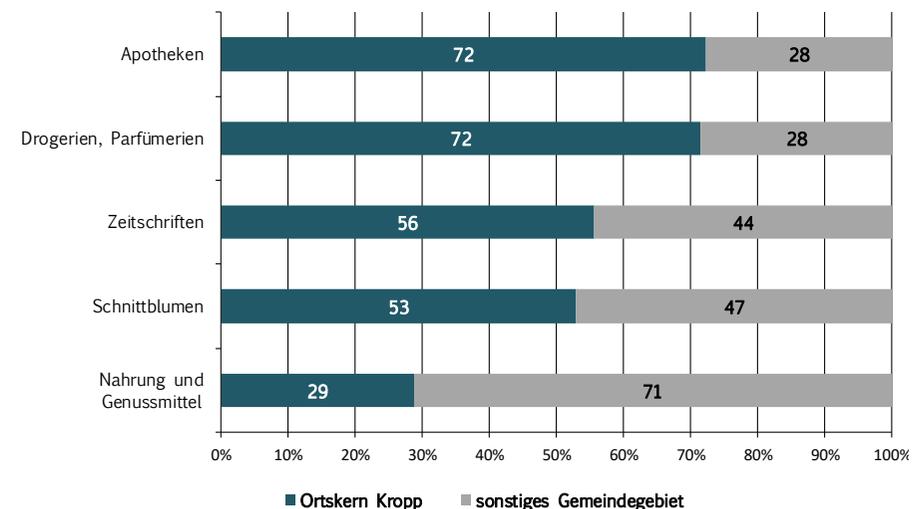
#### Definition der nahversorgungsrelevanten Sortimente

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

- Die angeführten Sortimente finden sich bereits heute im Ortskern der Gemeinde Kropp und tragen maßgeblich zur Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches bei.
- Die über die Warengruppe Nahrung und Genussmittel hinaus aufgeführten Warengruppen stellen Waren des täglichen Bedarfs dar, deren Kauf häufig mit dem Lebensmitteleinkauf verbunden wird. Die Aufstellung entspricht somit dem allgemeinen Verbraucherverhalten.

- Bei der Warengruppe „Blumen“ wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und gartenmarktspezifischen Sortimenten vorgenommen: Da Schnittblumen vielfach über Fachgeschäfte in integrierten Lagen verkauft werden, sind diese als nahversorgungsrelevantes Sortiment anzusehen. Waren des Gartenbedarfes (z.B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, Pflanzen und -gefäße werden dagegen vor allem über Gartenmärkte verkauft, die u.a. aufgrund ihrer geringen Flächenproduktivität und des Flächenbedarfs in integrierten Lagen nicht rentabel zu betreiben sind. Gartenmarktspezifische Sortimente werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft (z.B. BLUMENLADEN JASMIN an der Industriestraße).

Abb.31: Verkaufsflächenanteile des Ortskerns auf Sortimentsebene: nahversorgungsrelevante Sortimente



Quelle: cima 2019

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

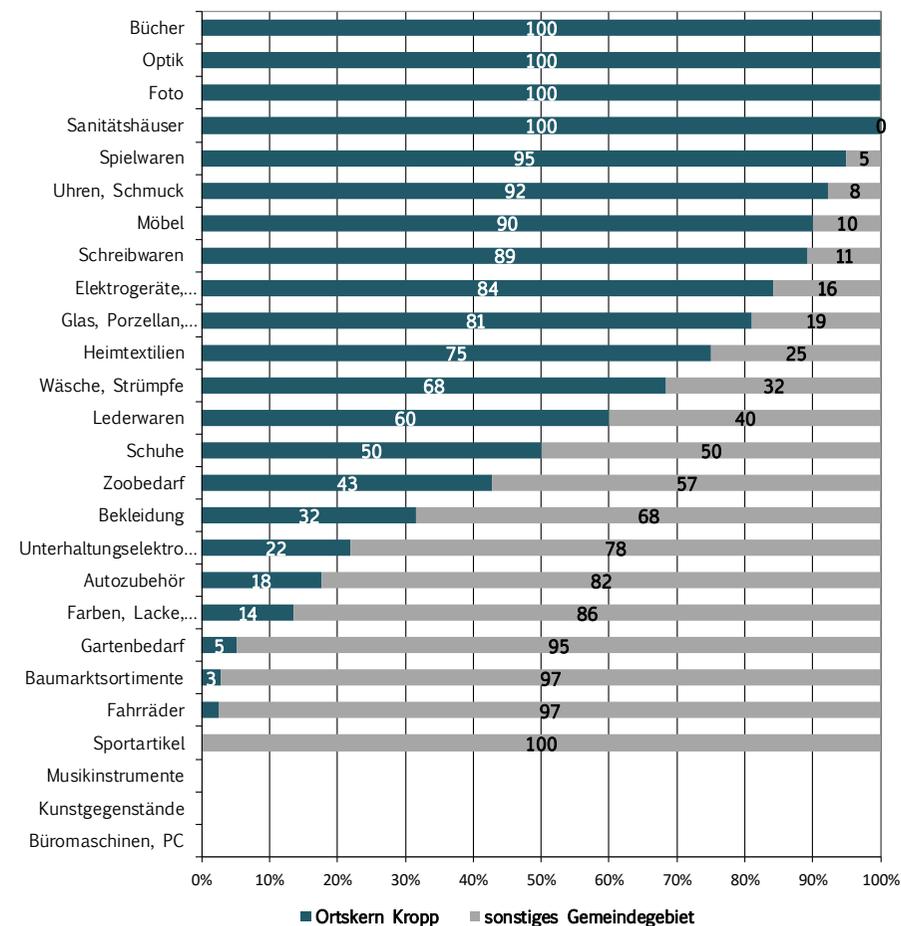
- Nahrung und Genussmittel
- Reformwaren
- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken)
- Schnittblumen und kleinere Pflanzen
- Zeitungen und Zeitschriften

**Definition der zentrenrelevanten Sortimente**

In der nachfolgenden Abbildung werden die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels im Ortskern mit aperiodischen Sortimenten dokumentiert. Sortimente mit einem Verkaufsflächenanteil von mindestens 20 % im Ortskern der Gemeinde Kropp sollten grundsätzlich den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden, da sie zu den Kernsortimenten des mittelständischen, strukturprägenden Facheinzelhandels im Ortskern der Gemeinde Kropp gehören. Ausnahmen möchten wir für die Sortimente Zoobedarf und Möbel formulieren. In Kenntnis der aktuellen Betriebstypenentwicklung im Bereich Möbel und Zoobedarf, empfehlen wir hier die Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Die als zentrenrelevant definierten Sortimente nehmen eine maßgebliche Bedeutung für den Einzelhandel in der integrierten Ortskernlage ein. Darüber hinaus wird die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente explizit begründet, wenn diese bisher nicht im Ortskern der Gemeinde Kropp bzw. nur mit einem sehr geringen Anteil vertreten sind, aber eine strategische Bedeutung für die Ortskernentwicklung und die Frequenzsicherung des Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich übernehmen können. Darunter fallen Musikinstrumente und Kunstgegenstände, die heute gar nicht in Kropp angeboten werden, zukünftig jedoch nach Möglichkeit ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich realisiert werden sollten.

**Abb.32: Verkaufsflächenanteile des Ortskerns auf Sortimentsebene: zentrenrelevante Sortimente**



Quelle: cima 2019

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

- Bekleidung, Wäsche
- Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)
- Sportbekleidung und -schuhe
- Schuhe
- Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätshäuser)
- Bücher
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Spielwaren
- Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen
- Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat
- Elektrohaushaltsgeräte (Elektroklein- und Elektrogroßgeräte, sog. „Weiße Ware“)
- Lampen und Leuchten
- Unterhaltungselektronik
- Foto und Zubehör
- Augenoptik und Hörgeräteakustik
- Uhren, Schmuck
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Musikalien, Musikinstrumente

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

Wir empfehlen die Sortimente Bekleidung und Wäsche den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Nur so können weitere Einzelhandelsansiedlungen auf den zentralen Versorgungsbereich konzentriert werden. In der Branche Bekleidung sind heute nur 32 % der Verkaufsflächen im Ortskern vorhanden; der flächenintensive KIK Textilfachmarkt befindet sich außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches am Rheider Weg.

Das Sortiment Heimtextilien wird im Ortskern der Gemeinde Kropp ausschließlich im Randsortiment von TEDI und SCHAUEN UND KAUFEN angeboten; der Verkaufsflächenanteil der integrierten Ortskernlage liegt dennoch bei 75 %. Aus Gutachtersicht sollte der Branche Heimtextilien eine Zentrenrelevanz beigemessen werden. Darüber hinaus bewahrt man sich durch die Zuordnung dieser Branche zu den zentrenrelevanten Sortimenten planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um die Flächenbeschränkung dieser Sortimente außerhalb des festgelegten zentralen Versorgungsbereiches geht.

Aus Gutachtersicht sollten zudem die Sportartikel den zentrenrelevanten Sortimenten zugerechnet werden; da im Falle von Einzelhandelsneuan-siedlungen mit Sportbekleidung und Sportschuhen der zentrale Versorgungsbereich Kropp Priorität haben sollte. Sportartikel werden heute nur im Sinne von Campingbedarf im Randsortiment des TEAM BAUCENTER auf sehr geringer Verkaufsfläche angeboten.

Im Segment Schuhe ist kein qualifiziertes Angebot in der Gemeinde Kropp vorhanden. Der Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereiches liegt bei 50 % und wird nur durch Randsortimente geprägt. Eine mögliche Neuansiedlung sollte ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich erfolgen.

Der medizinische und orthopädische Bedarf (Sanitätsartikel) sollte ebenfalls als zentrenrelevant eingestuft werden. Das Sanitätshaus KRÄMER befindet sich an der Tetehusener Chaussee innerhalb des zentralen Ver-

sorgungsbereiches; medizinische und orthopädische Artikel sind zudem Sortimentsbestandteil von Apotheken.

Das Sortiment Bücher ist aufgrund des Verkaufsflächenanteils von 100 % im Ortskern der Gemeinde Kropp den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Im Ortskern ist die Buchhandlung KROPPER BUCH vorhanden.

Ferner ist das Sortiment Schreibwaren aus Gutachtersicht den zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen; Schreibwaren werden u.a. bei TEDI, ROSSMANN und DER WUNSCHERFÜLLER in zentraler Ortskernlage angeboten. Der Verkaufsflächenanteil im Ortskern liegt heute bei 89 %.

Auch Spielwaren sind aus Sicht der cima als zentrenrelevant einzuordnen. In der Branche Spielwaren entfällt aktuell ein Anteil von 95 % der Verkaufsfläche auf den Ortskern der Gemeinde Kropp. Spielwaren werden beispielhaft im Randsortiment von TEDI, ROSSMANN und SCHAUEN UND KAUFEN angeboten.

Das Sortiment Hausrat/ Glas/ Porzellan/ Keramik sollte ebenso den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden; der Verkaufsflächenanteil liegt bei 81 %. Das Angebot wird sowohl durch niedrigpreisige und discountorientierende Fachmarktkonzepte (TEDI, SCHAUEN UND KAUFEN) und Filialisten (GRÜNES WARENHAUS), als auch inhabergeführte Facheinzelhandelsbetriebe (DER WUNSCHERFÜLLER, GESCHENKARTIKEL FÜR JEDERMANN) geprägt. Mit der Festsetzung dieses Sortimentes als zentrenrelevante Branche bewahrt man sich planungsrechtliche Eingriffsmöglichkeiten, wenn es um zukünftige Entwicklungen geht.

Die cima empfiehlt ferner, die Branche der Elektrohaushaltsgeräte sowie Lampen und Leuchten den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Mit dem Facheinzelhandelsbetrieb ELEKTRO HANSEN befinden sich 84 % der erfassten Verkaufsflächen in diesem Sortiment im Ortskern der Gemeinde Kropp.

Wir empfehlen darüber hinaus das Sortiment Unterhaltungselektronik als zentrenrelevant zu bewerten. Unterhaltungselektronik wird häufig gemeinsam mit Elektroartikeln angeboten. Planerisches Ziel sollte es sein,

das bestehende Fachgeschäfte für Elektroartikel im Ortskern zu halten und zu stärken.

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

Die Warengruppe Augenoptik und Hörgeräteakustik ist im Ortskern von Kropp durch drei Facheinzelhandelsbetriebe (OPTIK VOR AUGEN, AUGENOPTIK NICOLAI, HÖRGERÄTE KIND.) vertreten. Der Verkaufsflächenanteil des Ortskerns liegt bei 100 %.

Das Segment Uhren und Schmuck ist im Ortskern der Gemeinde Kropp durch die Fachgeschäfte UHREN SCHMUCK THIEL und UHREMMACHERMEISTER REIMER PETERS vertreten. Die cima empfiehlt auch dieses Sortiment als zentrenrelevant zu bewerten, um das heutige Angebot in der integrierten Ortskernlage zu erhalten; der Verkaufsflächenanteil des Ortskerns liegt ebenfalls bei sehr guten 92 %.

Lederwaren/ Taschen werden ausschließlich im Randsortiment angeboten (u.a. SCHAUEN UND KAUFEN). Es sollte das Entwicklungsziel der Gemeinde Kropp sein, dieses Sortiment auch zukünftig mit Priorität innerhalb des definierten Ortskerns weiterzuentwickeln. Der Verkaufsflächenanteil des Ortskerns liegt bei 60 %.

Musikinstrumente/ Musikalien und Kunstgegenstände konnten im Rahmen der Einzelhandelsbestandsanalyse in Kropp ebenfalls nicht erfasst werden. Wir empfehlen auch diese Sortimente als zentrenrelevant einzustufen.

### Definition der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

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

- Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel
- Möbel (inkl. Büromöbel, Küchen, Matratzen)
- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge)
- Farben und Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Fahrräder und Zubehör
- Auto und Autozubehör
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgefäße)
- Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör

Das Segment Tiernahrung/ Zooartikel wird aktuell im Randsortiment u.a. im GRÜNEN WARENHAUS, SCHAUEN UND KAUFEN sowie den Lebensmittelbetrieben im Gemeindegebietes vorgehalten. Bei einer Berücksichtigung der aktuellen Betriebstypenentwicklung im Segment Zooartikel und Tierfutter sollte dieses Sortiment als nicht-zentrenrelevant bewertet werden. Eine strukturprägende Relevanz für den Ortskern Kropp kann diesem Sortiment zudem nicht zugesprochen werden.

Die Branche Möbel wird im Ortskern im KÜCHEN HAUS HOHE vorgehalten; mit der Festsetzung dieser Sortimentsgruppe als nicht-zentrenrelevante Branche bewahrt man sich planungsrechtliche Freihei-

ten, wenn es um die Flächenentwicklung auch außerhalb des Kropper Ortskerns geht. Die Schaffung eines ergänzenden Angebotes außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wird damit ausdrücklich ermöglicht.

Die Sortimentsgruppe der Baumarktartikel (inkl. Farben, Lacken, Tapeten und Gartenbedarf) wird heute im TEAM BAUCENTER, in der FLIESENGALERIE sowie im Gartenmarkt BLUMEN JASMIN außerhalb der integrierten Ortskernlage angeboten, sodass diese Sortimente zweifelsfrei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zugerechnet werden sollten.

Fahrräder und Fahrradzubehör sind aus Sicht der cima ebenfalls den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. An der Industriestraße befindet sich der Fahrradfachhandel FAHRRADWELT.

Das Segment Auto- und Autozubehör wird in erster Linie in den Autohäusern außerhalb der integrierten Ortskernlage vorgehalten. Aus Gutachter-sicht stellt dieses Sortiment keine strukturprägende Relevanz für den Ortskern dar.

Zusammenfassend wird der Gemeinde Kropp die nachfolgende „Sortimentsliste“ empfohlen:

Abb.33: Sortimentsliste Kropp

Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Nahrungs- und Genussmittel,	▪ Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.11.1; WZ 47.11.2; WZ 47.21.0; WZ 47.22.0; WZ 47.23.0; WZ 47.24.0; WZ 47.25.0; WZ 47.26.0; WZ 47.29.0)
Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)	▪ Einzelhandel mit Kosmetischen Erzeugnisse und Körperpflegemitteln (WZ 47.75.0) (ohne Parfümerie- und Kosmetikartikel)
Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel	▪ Apotheken (WZ 47.73.0)
Schnittblumen und kleinere Pflanzen	▪ Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (hier nur Schnittblumen und kleineren Pflanzen)
Zeitungen und Zeitschriften	▪ Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen (WZ 47.62.1)
Zentrenrelevante Sortimente	
Bekleidung, Wäsche	▪ Einzelhandel mit Bekleidung (WZ 47.71.0)
Schuhe	▪ Einzelhandel mit Schuhen (WZ 47.72.1)
Sportbekleidung und -schuhe, Sportgeräte	▪ Bekleidung (WZ 47.71.0) (hier nur Sportbekleidung) ▪ Schuhe (WZ 47.72.1) (hier nur Sportschuhe) ▪ Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (WZ 47.64.2)
Haus- und Heimtextilien (u.a. Stoffe, Kurzwaren, Gardinen und Zubehör)	▪ Einzelhandel mit Heimtextilien (WZ 47.51.0), ▪ Einzelhandel mit Vorhängen, Teppiche, Fußbodenbeläge und Tapeten (WZ 47.53.0) (hier nur Vorhänge)
Bücher	▪ Einzelhandel mit Büchern (WZ 47.61.0)
Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf	▪ Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (WZ 47.62.2)
Spielwaren	▪ Einzelhandel mit Spielwaren (WZ 47.65.0)
Kunstgegenstände, Bilder, Bilderrahmen	▪ Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern kunstgewerbliche Erzeugnisse, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikel (WZ 47.78.3) ▪ Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen (WZ 47.79.1) ▪ Antiquariate (WZ 47.79.2)
Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat	▪ Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren (WZ 47.59.2) ▪ Einzelhandel mit Haushaltsgegenstände na. n. g. (WZ 47.59.9)
Elektrohaushaltsgeräte	▪ Einzelhandel mit elektrische Haushaltsgeräten (WZ 47.54.0) (Elektrohaushaltskleingeräte und -großgeräte)
Lampen und Leuchten	▪ Einzelhandel mit Beleuchtungsartikeln und Haushaltsgegenstände a. n. g. (WZ 47.59.9) (hier nur Lampen und Leuchten)
Unterhaltungselektronik, Tonträger	▪ Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik (WZ 47.43.0) ▪ Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträger (WZ 47.63.0)
Foto und Zubehör	▪ Foto- und optische Erzeugnisse (ohne Augenoptiker) (WZ 47.78.2)
Augenoptik und Hörgeräteakustik	▪ Augenoptiker (WZ 47.78.1) ▪ Einzelhandel mit medizinische und orthopädische Artikeln (WZ 47.74.0) (hier nur akustische Artikel)
Uhren, Schmuck	▪ Einzelhandel mit Uhren und Schmuck (WZ 47.77.0)

Lederwaren, Koffer und Taschen	▪ Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck (WZ 47.72.2)
Musikalien, Musikinstrumente	▪ Einzelhandel mit Musikinstrumente und Musikalien (WZ 49.59.3)
nicht-zentrenrelevante Sortimente	
Sanitätswaren	▪ Einzelhandel mit medizinische und orthopädische Artikeln (WZ 47.74.0)
Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel	▪ Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ 47.76.2)
Möbel (inkl. Küchen, Matratzen, Büromöbel)	▪ Einzelhandel mit Wohnmöbeln (WZ 47.59.1)
baumarktspezifisches Kernsortiment (u.a. Bad-, Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)	▪ Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren (WZ 47.52.1) ▪ Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (ohne Farben, Lacke)
Farbe, Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge	▪ Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (WZ 47.53.0) (ohne Vorhänge), Einzelhandel mit Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (WZ 47.52.3) (hier nur Farben, Lacke)
Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör	▪ Einzelhandel mit Datenverarbeitung, peripheren Geräten und Software (WZ 47.41.0), Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten (WZ 47.42.0)
Fahrräder und Fahrradzubehör	▪ Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteile und -zubehör (WZ 47.64.1)
Auto und Autozubehör	▪ Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör (WZ 45.32.0)
Computer und Kommunikationselektronik, einschließlich Zubehör	▪ Einzelhandel mit Datenverarbeitung, peripheren Geräten und Software (WZ 47.41.0), Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten (WZ 47.42.0)
gartenmarktspezifische Kernsortiment (u. a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-) Pflanzen und Pflanzgefäße)	▪ Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (WZ 47.76.1) (außer Schnittblumen und kleinere Pflanzen)

Quelle: cima 2019

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

## 9 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung für die Gemeinde Kropp

Der Einzelhandel hat für den Städtebau und die Stadtentwicklung einer Gemeinde wie Kropp eine hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsfunktion für die Bevölkerung trägt er entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion des Ortskerns bei, sodass diese ihrer Aufgaben im Gefüge der Gemeinde als attraktiver Aufenthaltsort, als Ort der Kommunikation und als identifikationsbildender Bereich der Gemeinde gerecht werden können. Daher ist auch die Sicherung der lokalen Versorgungsstrukturen so wichtig. Dies gilt insbesondere vor dem Hintergrund des Strukturwandels im Handel und der Verlagerung der Handelsstandorte an die Peripherie.

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

Zu berücksichtigen ist jedoch, dass grundsätzlich alle Investitions- und Sachentscheidungen im Einzelhandel in privater Hand liegen. Die Gemeinde Kropp kann nur die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung als Planungsgrundlage vorgeben. Steuernd darf die Kommune mit den ihr zur Verfügung stehenden, planungsrechtlichen Mitteln nur dann eingreifen, wenn anderenfalls negative Auswirkungen auf die Ver-

sorgung der Bevölkerung oder die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches zu befürchten sind.

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

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne entsprechend der Zielvorstellungen (inkl. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches und Sortimentsliste Kropp) angepasst werden.<sup>18</sup>

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

---

<sup>18</sup> Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern (z.B. Rechtsanwälten) einzuholen.

### **Grundsatz 1: Entwicklung des Ortskerns**

Der Ortskern von Kropp genießt Entwicklungspriorität. Der Ortskern ist das Hauptzentrum und wichtigster Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort innerhalb des Gemeindegebietes. Der zentrale Versorgungsbereich soll planerisch eine Versorgungsfunktion für das gesamte Gemeindegebiet übernehmen.

Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollte ausschließlich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches etabliert werden. Gleichzeitig sollte der Entwicklung nicht integrierter Standortagglomerationen entgegengewirkt werden.

### **Grundsatz 2: Entwicklung der Nahversorgung**

Neuansiedlungen von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittelfrischemärkte, Lebensmitteldiscounter, Biomärkte etc.) sollte nach Möglichkeit nur innerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches realisiert werden.

Darüber hinaus ist der ergänzende Nahversorgungsstandort an der Industriestraße definiert, der eine ergänzende Nahversorgungsfunktion innerhalb der Gemeinde Kropp übernimmt. Der ergänzende Nahversorgungsstandort ist im Sinne einer nachhaltigen und zukunftsfähigen Versorgungssituation zu sichern. Potenziale zur Weiterentwicklung des Einzelhandels an der Industriestraße bestehen in einer Bestandsoptimierung und Modernisierung der bestehenden Anbieter. Die Dimensionierung der Betriebe sollte jedoch die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Ortskern Kropp nicht gefährden. Für den REWE Markt in integrierter Ortskernlage bestehen z.T. Wettbewerbsnachteile gegenüber dem ergänzenden Nahversorgungsstandort an der Industriestraße.

Darüber hinaus nimmt die Nahversorgungslage am Rheider Weg eine bedeutende Versorgungsaufgabe für das Wohnumfeld wahr und sollte nach Möglichkeit erhalten und/ oder in ihrer Funktion gestärkt werden.

Weitere Nahversorgungsstandorte sollten nur dann realisiert werden, wenn eine wohnortnahe Versorgung der Bewohner im Nahbereich des Planvorhabenstandortes nicht gewährleistet ist und die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches nicht gefährdet wird.

### **Grundsatz 3: Entwicklung des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels**

Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortimenten kann sowohl im Ortskern als auch am Sonderstandort Industriestraße/ Gewerbering/ Werkstraße realisiert werden. Ein weiterer Standort für großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel sollte nicht ausweisen werden. (Ziel: räumliche Bündelung der Angebote).

### **Grundsatz 4: Zentrenverträglichkeit**

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

## 10 Anhang

### 10.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

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

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

Die Kaufkraftkennziffer berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland. Die verwendeten Kaufkraftkennziffern

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

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

**5.366 €**

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Vorausberechnung für das Jahr 2019).

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

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

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

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

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

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

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 14 Warengruppen.

Abb.34: cima Warengruppen

CIMA Warengruppen
<b>Periodischer Bedarf insgesamt</b>
Nahrung und Genussmittel
Gesundheit und Körperpflege
Zeitschriften, Schnittblumen
<b>Aperiodischer Bedarf insgesamt</b>
Bekleidung, Wäsche
Schuhe, Lederwaren
Bücher, Schreibwaren
Spielwaren, Hobbybedarf
Sportartikel, Fahrräder
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
Uhren, Schmuck
Optik, Akustik, Sanitätsartikel
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Einrichtungsbedarf
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel

Quelle: cima 2019

## 10.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Wir unterscheiden zwischen den folgenden Betriebstypen:

### **Fachgeschäft**

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

### **Fachmarkt**

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

### **Supermarkt**

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

### **Lebensmitteldiscounter**

Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 500 m<sup>2</sup> und 1.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

### **Fachmarktzentrum**

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

### **Verbrauchermarkt**

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

### **SB-Warenhaus**

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

### **Warenhaus**

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

### **Kaufhaus**

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

### **Shopping-Center**

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

### **Mall in einem Shopping-Center**

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

## 10.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

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

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

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

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.<sup>19</sup>

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der zentralen Versorgungsbereiche stärker in den Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von

Einzelhandelsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

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

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

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden<sup>20</sup>. Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen<sup>21</sup>:

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

<sup>19</sup> Vgl. hierzu auch Einzelhandelsertlass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S.13

<sup>20</sup> Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209,S.115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S.54

<sup>21</sup> Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08.

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

Vertiefend führt KUSCHNERUS hierzu aus<sup>22</sup>:

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

Das BVerwG führt dazu weiter aus<sup>23</sup>:

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

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

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,
3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereich des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden<sup>24</sup>.

Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt<sup>25</sup>.

<sup>24</sup> Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

<sup>25</sup> Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

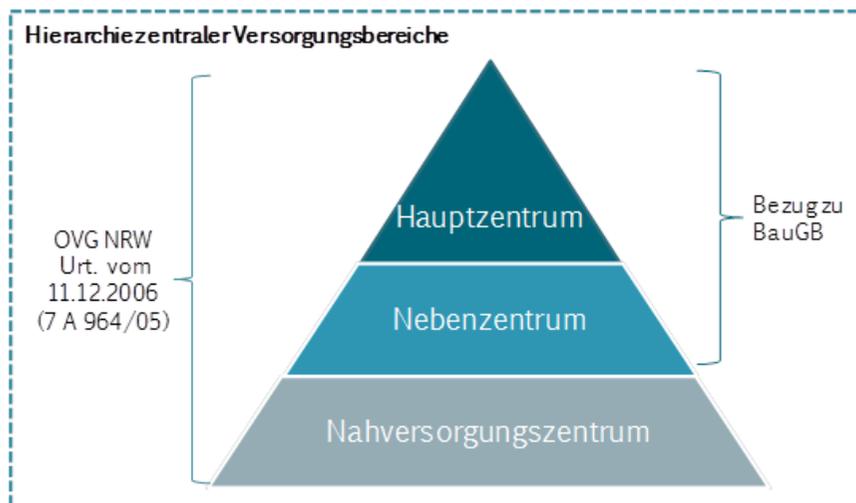
<sup>22</sup> Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

<sup>23</sup> BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

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

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

Abb.35: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



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

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

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

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

Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, orientiert sich die cima an den Kernaussagen des BVerwG und der aktuellen Rechtsprechung des OVG Münster und relevanten Kommentierungen zum BauGB. Dementsprechend werden folgende Kriterien für eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche herangezogen:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbestandes und Bedeutung der bestehenden Versorgungsfunktion,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbestandes und zu berücksichtigender öffentlicher Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte Lage (fußläufige Erreichbarkeit),
- Einheitlichkeit der funktionalen, städtebaulichen und räumlichen Struktur,

- Ggf. optimale Einbindung des ‚zentralen Versorgungsbereichs‘ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

Die landesplanerische Relevanz zentraler Versorgungsbereiche ist bereits im ROG der Bundesrepublik Deutschland als Grundsatz der Raumordnung angelegt. In § 2 Abs. 3 Satz 2 und 3 ROG wird ausgeführt:

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

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

**Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein.** Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.<sup>26</sup>

Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.<sup>27</sup>

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

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

<sup>26</sup> Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

<sup>27</sup> Zum Begriff „zentral“ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besatz an Einzelhandelsnutzungen vorliegen.

## 10.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

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

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

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

Zukunft werden sich diesbezüglich die die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

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

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

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse<sup>28</sup>.

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen

<sup>28</sup> Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs mittels Passantenfrequenzen dokumentiert und ein potentiell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf Zentrale Versorgungsbereiche sein.<sup>29</sup>

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

---

<sup>29</sup> Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363.