



# Stadt-Umland-Konzept (SUK) Heide Einzelhandelskonzept als Baustein des SUK für die Region Heide – Umland



**Erläuterungsband**

**ENTWURF**

**Junker und Kruse**  
Dortmund, 2012



# Stadt-Umland-Konzept (SUK) Heide Einzelhandelskonzept als Baustein des SUK für die Region Heide-Umland

Im Auftrag der Stadt Heide und des Amtes KLG Heider Umland

## Entwurf

Stefan Kruse  
Eva Stubert  
Sven Laakmann

Junker und Kruse  
Stadtforschung ■ Planung  
Markt 5 44137 Dortmund  
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de) [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

August 2012

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

## Inhaltsverzeichnis

<b>1</b>	<b>AUSGANGSLAGE UND ZIELSETZUNG DER UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>9</b>
<b>2</b>	<b>ALLGEMEINE RAHMENBEDINGUNGEN UND TRENDS IN DER EINZELHANDELSENTWICKLUNG .....</b>	<b>14</b>
<b>3</b>	<b>METHODIK DER UNTERSUCHUNG .....</b>	<b>16</b>
3.1	Angebotsanalyse .....	16
3.2	Nachfrageanalyse .....	23
<b>4</b>	<b>ÜBERGEORDNETE STANDORTRELEVANTE RAHMENBEDINGUNGEN DER EINZELHANDELS- UND ZENTRENSTRUKTUR IN DER REGION HEIDE.....</b>	<b>27</b>
4.1	Lage und verkehrliche Anbindung .....	27
4.2	Landesplanerische Einordnung.....	29
4.3	Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung.....	30
4.4	Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur.....	32
<b>5</b>	<b>ANGEBOTSSITUATION DES EINZELHANDELS IN DER REGION HEIDE - EINZELHANDELSRELEVANTES STANDORTPROFIL .....</b>	<b>35</b>
5.1	Struktur des Einzelhandels in der Region Heide.....	35
5.2	Struktur des Einzelhandels in der Kreisstadt Heide und den übrigen Umlandgemeinden des SUK-Gebietes .....	43
5.2.1	Kreisstadt Heide .....	44
5.2.2	Hemmingstedt .....	51
5.2.3	Lieth.....	53
5.2.4	Lohe-Rickelshof .....	55
5.2.5	Neuenkirchen.....	57
5.2.6	Norderwöhrden .....	59
5.2.7	Nordhastedt.....	61
5.2.8	Ostrohe.....	62
5.2.9	Stelle-Wittenwurth.....	64
5.2.10	Weddingstedt.....	65
5.2.11	Wesseln .....	67
5.2.12	Wöhrden.....	69
<b>5.3</b>	<b>Räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels in der Region Heide .....</b>	<b>72</b>
5.3.1	Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Kreisstadt Heide .....	73
5.3.1.1	Zentraler Bereich Innenstadt Heide.....	73
5.3.1.2	Sonderstandort „Heide-Ost“ (Hamburger Straße / Schanzenstraße) .....	88

5.3.1.3	Sonderstandort „Heid-Süd“ (Fritz-Tiedemann-Ring).....	93
5.3.1.4	Zusammenfassung.....	96
5.3.2	Räumliche Angebotsschwerpunkte im Heider Umland.....	98
5.3.2.1	Sonderstandort „Waldstraße“ (Waldstraße / von-Humboldt-Straße).....	98
5.3.2.2	Zusammenfassung.....	101
<b>5.4</b>	<b>Struktur und räumliche Verteilung der Grundversorgung in der Region Heide.....</b>	<b>104</b>
5.4.1	Quantitative Betrachtung des Grundversorgungssituation im Stadt-Umland-Gebiet.....	104
5.4.2	Qualitative Betrachtung des Grundversorgungssituation im Stadt-Umland-Gebiet.....	107
<b>5.5</b>	<b>Zusammenfassung der Angebotsanalyse.....</b>	<b>112</b>
<b>6</b>	<b>NACHFRAGESITUATION DES EINZELHANDELS IN DER REGION HEIDE.....</b>	<b>117</b>
<b>6.1</b>	<b>Nachfragepotenzial in der Region Heide .....</b>	<b>117</b>
<b>6.2</b>	<b>Einzugsgebiet des Einzelhandels der Region Heide.....</b>	<b>119</b>
<b>6.3</b>	<b>Ergebnisse der Haushaltsbefragung in der Region Heide.....</b>	<b>123</b>
6.3.1	Kaufkraftbindung und –abfluss in der Region Heide.....	124
6.3.2	Räumliche Einkaufsorientierung der Bevölkerung in der Region Heide.....	129
6.3.3	Bewertung des Einzelhandelsstandortes Kreisstadt Heide aus Sicht der Kunden.....	136
<b>6.4</b>	<b>Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in der Region Heide .....</b>	<b>144</b>
<b>6.5</b>	<b>Fazit der Nachfrageanalyse.....</b>	<b>151</b>
<b>7</b>	<b>ENTWICKLUNGSSPIELRÄUME UND STEUERUNGSMODELLE DER EINZELHANDELS- UND ZENTRENENTWICKLUNG IN DER REGION HEIDE.....</b>	<b>153</b>
<b>7.1</b>	<b>Ökonomische Rahmenbedingungen.....</b>	<b>153</b>
<b>7.2</b>	<b>Zielzentralitäten für das Jahr 2025 / Entwicklungsperspektiven / Entwicklungsflächen.....</b>	<b>154</b>
<b>7.3</b>	<b>Räumliche Entwicklungsszenarien .....</b>	<b>159</b>
7.3.1	Szenario I: „Freies Spiel der Kräfte“ .....	159
7.3.2	Szenario II: „Restriktion“.....	161
7.3.3	Szenario III: „Steuerung mit Ausnahmen“ .....	163
7.3.4	Fazit Szenarien .....	165
<b>7.4</b>	<b>Übergeordnete Entwicklungsstrategie für die Region Heide: „Räumlich funktionale Gliederung“ (Leitbild).....</b>	<b>166</b>
<b>8</b>	<b>EINZELHANDELSKONZEPT FÜR DIE REGION HEIDE .....</b>	<b>169</b>
<b>8.1</b>	<b>Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Region Heide.....</b>	<b>170</b>
<b>8.2</b>	<b>Standortstrukturmodell .....</b>	<b>175</b>
8.2.1	Zentraler Versorgungsbereich der Region Heide .....	179
8.2.1.1	Begriffsdefinition.....	179
8.2.1.2	Abgrenzungskriterien.....	181
8.2.1.3	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Heide.....	184

8.2.2	Solitäre Nahversorgungsstandorte – ergänzende Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung in der Region Heide .....	189
8.2.3	Ergänzungsstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels in der Region Heide.....	192
8.2.3.1	Perspektivischer Ergänzungsstandort „Heide-Ost“.....	192
8.2.3.2	Perspektivischer Ergänzungsstandort „Heide-Süd“ .....	193
8.2.3.3	Perspektivischer Ergänzungsstandort „Waldstraße (Wesseln)“ .....	194
8.2.4	Tabubereiche für Einzelhandel in der Region Heide .....	196
<b>8.3</b>	<b>Sortimentsliste Region Heide.....</b>	<b>196</b>
8.3.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste.....	196
8.3.2	Herleitung der Sortimentsliste für die Region Heide.....	199
<b>8.4</b>	<b>Grundsätze der Entwicklung des Einzelhandels in der Region Heide .....</b>	<b>204</b>
8.4.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (Grundsatz 1) .....	207
8.4.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment (Grundsatz 2) .....	209
8.4.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Grundsatz 3) .....	213
8.4.4	Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben .....	216
<b>VERZEICHNISSE.....</b>		<b>218</b>
<b>GLOSSAR – DEFINITION EINZELHANDELSRELEVANTER FACHBEGRIFFE .....</b>		<b>223</b>



## 1 Ausgangslage und Zielsetzung der Untersuchung

---

Seit mehr als drei Jahrzehnten dauert der Strukturwandel im Einzelhandel an und hat, angesichts der angekündigten Expansionsbestrebungen einiger Konzerne, anscheinend noch nicht seinen Höhepunkt erreicht. Dieses Phänomen trifft auf fast alle Branchen und Betriebsformen zu, wobei dem Lebensmittelsektor und hier insbesondere den Lebensmitteldiscountern, eine besondere Bedeutung zukommt. Lebensmitteldiscounter verfolgen gleich mehrere Strategien in ihren Betriebskonzepten. Sie

- bevorzugen autokundenorientierte Standorte (z. B. Standortbereich Heide-Ost) mit einer ausreichenden Anzahl an Stellplätzen,
- sind preisaggressiv im Hauptsortiment Lebensmittel,
- bieten gezielte (wöchentlich wechselnde) Sortimentsergänzungen mit Non-Food-Artikeln (Aktionswaren) an, die dann nicht selten Marktanteile von bis zu 50 % für den Angebotszeitraum erreichen und
- treten somit in einen starken Wettbewerb zu anderen örtlichen Anbietern, vor allem in gewachsenen zentralen Strukturen, in den betroffenen Hauptbranchen.

Der Trend zu größer werdenden Betriebsformen und der damit einhergehenden Ausdifferenzierung des Warenangebotes (auch in Richtung Non-Food-Artikel) sowie die in vielen Regionen deutlich angestiegene Anzahl konzernabhängiger Einzelhandelsbetriebe führt zudem bei einem nahezu gleichbleibenden (und teilweise sogar rückläufigen) Nachfragepotenzial, u. a. aufgrund rückgängiger Bevölkerungszahlen, zu einem verschärften Konkurrenzettbewerb, der in vielen Fällen bereits „kannibalöse Ausmaße“ annimmt.

Der Druck auf die (auf Expansion ausgerichteten) Konzerne und Betriebe wächst zunehmend, was sich insbesondere in neuen Betriebskonzepten und –strategien ausdrückt, allerdings auch mit erheblichen potenziellen Folgewirkungen für Städte, Gemeinden und Regionen einhergeht. Diese Neuorientierung ist für die raumbezogene Planung auch mit neuen Standortanforderungen und –mustern verbunden. Dies ist auch in der Region Heide-Umland (im Folgenden „Region Heide“<sup>1</sup>) festzustellen: Integrierte, in der Regel den Nachfrageschwerpunkten zugeordnete Standorte werden bzw. wurden zunehmend in Frage gestellt, Anfragen zu Einzelhandelsansiedlungen zielen bevorzugt auf dezentrale Standorte (Gewerbegebiete wie z. B. den Standortbereich Heide-Ost oder Waldstraße in Wesseln, sowie auch Hauptverkehrsachsen und städtische Ausfallstraßen) außerhalb der oftmals historisch begründeten Stadt- und Versorgungsstrukturen. Die Folge solcher Entwicklungen besteht darin, dass vor dem Hintergrund einer aus quantitativer Sicht ausreichenden Versorgungssituation ehemals funktionierende Nahversorgungsnetze und insbesondere gewachsene Nahversorgungszentren in ihrer Versorgungsfunktion geschwächt werden. Zudem erhalten derartige „neue“ Standorte in der Regel eine stark autokundenorientierte Ausrichtung, wodurch insbesondere nicht-Pkw-mobile Menschen in ihrer Grund- bzw. Nahversorgung und somit auch in ihrer Lebensqualität eingeschränkt werden.

---

1 Das Begriffspaar „Region Heide“ wird im Rahmen des vorliegenden Erläuterungsberichts zudem synonym zu der Bezeichnung „Stadt-Umland-Gebiet Heide“ bzw. „SUK-Gebiet Heide“ für den Untersuchungsraum verwendet

Ähnliche Probleme sind bei Fachmärkten festzustellen, wenngleich ihr Expansionsverhalten nicht ganz so aggressiv ist wie das der Lebensmitteldiscounter. Sie rangieren i. d. R. unterhalb der Großflächigkeit (800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>2</sup>) und unterliegen damit nicht den Steuerungsmechanismen des § 11 (3) BauNVO. Die von ihnen ausgehenden Gefahren für gewachsene Zentren in Form von negativen städtebaulichen Auswirkungen werden dabei i. d. R. erst bei einer auf die Gesamtstadt bezogenen summarischen Betrachtung – insbesondere der induzierten Umsatzumverteilungen – deutlich. Die Konsequenzen konzentrieren sich auf gewachsene Versorgungsbereiche, die in Folge drohender Kunden- und somit Umsatzverluste deutlich an Prosperität verlieren können. Hierdurch kann letztlich der gesamte Standortbereich (Zentrum) gefährdet sein. Parallel zu dieser Entwicklung ist ein immer größer werdender Leerstand von kleinen und großen Ladenlokalen zu beobachten. Traf dieses Phänomen bis Mitte der 90er Jahre zumeist auf Rand- oder Streulagen des Einkaufsangebots zu, so gehören „zugeklebte Schaufenster“ mittlerweile in einigen Städten auch zum Erscheinungsbild der zentralen Geschäftslagen.

Diesen betrieblichen bzw. konzernimmanenten Entwicklungen stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen und gesetzliche Grundlagen auf Bundes- bzw. Landesebene gegenüber, die nicht immer mit den Vorstellungen der Ansiedlungsinteressenten in Einklang zu bringen sind. So steht auch die Region Heide vor der Aufgabe, im Spannungsfeld zwischen betrieblermotivierten Standortwünschen auf der einen und volkswirtschaftlichen bzw. städtebaulichen und stadtentwicklungspolitisch motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite einen auf die spezifische regionale Situation ausgerichteten, konstruktiven Umgang mit den beschriebenen Strukturentwicklungen zu finden. Hier kann ein Einzelhandelskonzept einen hilfreichen Beitrag leisten.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) der Erstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, das ein städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB darstellt, ist in verschiedenen Urteilen z. B. des OVG Nordrhein-Westfalen nochmals ausdrücklich hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“<sup>3</sup> Die Verbindlichkeit eines solchen Konzeptes ist dabei durch einen entsprechenden Ratsbeschluss unbedingt herbeizuführen.

Aber auch für die Steuerung in – bisher – unbeplanten Innenbereichen ist ein solches Einzelhandelskonzept eine bedeutsame Grundlage. Denn nach der „neuen“ Vorschrift des § 9 Abs. 2a BauGB kann für „im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) [...] zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen

---

2 Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) BauNVO ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>; dies entspricht in etwa einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m<sup>2</sup>. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreitet (BVerwG, Urteile v. 24.11.2005: 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05)

3 Vgl. hierzu das Urteil des OVG NRW (Urt. v. 30.01.2006 – 7 D 8/04.NE), sowie zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzeptes auch das Urteil des OVG NRW (Urt. v. 28.08.2006 – 7 D 112/05.NE)

zulässig oder nicht zulässig sind oder ausnahmsweise zugelassen werden können; [...] Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. [...]"

Vor diesem Hintergrund hat die Region Heide, bestehend aus der Kreisstadt Heide sowie den elf Gemeinden des Amtes KLG Heider Umland<sup>4</sup> Hemmingstedt, Lieth, Lohe-Rickelshof, Neuenkirchen, Norderwörden, Nordhastedt, Ostrohe, Stelle-Wittenwuth, Weddingstedt, Wesseln und Wörden, Ende des Jahres 2010 beschlossen, im Rahmen der Fortschreibung ihres bestehenden Gebietsentwicklungsplans aus dem Jahr 2000 zu einem Stadt-Umland-Konzept (SUK), durch das Planungsbüro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung aus Dortmund das bestehende Einzelhandelskonzept als Baustein des SUK an die aktuellen Vorschriften anzupassen und aktualisieren zu lassen. Diese Untersuchung soll Strategien zur Einzelhandels- und letztlich auch zur Stadtentwicklung in der Region Heide unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen aufzeigen. Sie stellt darüber hinaus – unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung<sup>5</sup> – insbesondere für Verwaltung und Politik eine empirisch abgesicherte Grundlage für künftige einzelhandelsrelevante und stadtentwicklungspolitische Entscheidungen dar.

*„Sofern ein Gesamtkonzept in der Lage ist, die Einzelhandelsentwicklung im gesamten Stadtgebiet nachvollziehbar und widerspruchsfrei zu ordnen, bedarf es jedenfalls auf der Ebene des Bebauungsplans, der dieses Konzept für einen bestimmten Bereich umsetzt, keiner weiteren Differenzierung unter dem Gesichtspunkt der Zentrenplanung“*  
(BVerwG, Urt. v. 26.3.2009 – 4 C 21.07)

Das Konzept dient dabei sowohl als fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle Planvorhaben als auch dem Aufzeigen möglicher Entwicklungsperspektiven und erforderlicher (insbesondere baurechtlicher) Handlungsnotwendigkeiten. Der Stadtverwaltung, Amtsverwaltung und Politik soll es mit Hilfe eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erleichtert werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen zu treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen in der Region Heide einschätzen zu können. In diesem Zusammenhang entfaltet ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept als neutrale, unabhängige und fachbezogene Diskussionsgrundlage seine Steuerungswirkung über die Kombination aktueller bauplanungsrechtlicher Gesetzeslagen mit den lokalen Gegebenheiten und Möglichkeiten. Einerseits können politisch-fachliche Auseinandersetzungen in Fragen der Einzelhandelsentwicklung unterstützt und die Schaffung von städtebaulichen Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung gefördert werden. Andererseits kann die Akzeptanz zukünftiger einzelhandelsrelevanter Planungsentscheidungen in der Öffentlichkeit der Region Heide erhöht werden. Damit die entscheidende Rechtswirkung als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des BauGB erreicht wird, ist allerdings ein Ratsbeschluss für die konzeptionellen Aussagen zwingend erforderlich.

---

<sup>4</sup> Amt Kirchspielslandgemeinde Heider Umland

<sup>5</sup> vgl. hierzu: z. B. die Urteile des BVerwG (Urt. v. 26.3.2009 – 4 C 21.07); OVG NRW (Urt. v. 6.8.2010 – 2 A 1445/09; Urt. v. 25.7.2007 – 7a 1059/06)

### **Anforderungen an ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept**

Für die Steuerung des Einzelhandels auf Basis eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes ist nicht das „OB“ entscheidend, sondern vielmehr das „WIE“. Soll in der Region Heide im Sinne einer positiven und in die Zukunft gerichteten Entwicklungspolitik Einzelhandel in ihren Regionsgrenzen an die städtebaulich gewünschten Standorte gelenkt und damit auch (vorhandene wie perspektivische) städtebauliche Missstände vermieden werden, sind sowohl die raumordnungs- als auch die bauplanungsrechtlichen Vorgaben zu verinnerlichen und die planerischen Steuerungsmöglichkeiten auszuloten.

Vorschriften und Anforderungen im Hinblick auf das „WIE“ der Steuerung formuliert insbesondere:

- das Baugesetzbuch (BauGB) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.09.2004 zuletzt geändert am 22.07.2011,
- die Baunutzungsverordnung (BauNVO) in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990,
- der Landesentwicklungsplan Schleswig Holstein 2010 sowie
- die verwaltungs- und auch verfassungsgerichtliche Rechtsprechung im Rahmen diverser einschlägiger Entscheidungen z. B. des BVerwG, des NWVerfGH des OVG NRW oder auch des OVG Schleswig-Holstein.

Im Rahmen des planerischen Beurteilungs- und Abwägungsprozesses im Zusammenhang mit der Umsetzung von Einzelhandelsvorhaben, sind klare Anforderungen an ein sachdienliches Einzelhandelskonzept zu stellen. Auf Basis einer dezidierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Analyse sind folgende Bausteine **unabdingbare Pflichtelemente eines Einzelhandelskonzeptes**<sup>6</sup> und daher auch wesentliche Bestandteile des Einzelhandelskonzepts als Baustein des SUK für die Region Heide:

- die Beschreibung des zentralen Versorgungsbereichs nach seiner
  - exakten räumlichen Lage und Ausdehnung sowie
  - konkreten Versorgungsfunktion
- die Darstellung der möglichen Weiterentwicklungen des zentralen Versorgungsbereichs
- die Entwicklung eines räumlichen Standortstrukturmodells mit Darstellung der einzelnen Standorte und entsprechenden Funktionszuweisungen
- die Darstellung sonstiger Einzelhandelsfunktionsstandorte ohne umfassende Versorgungsfunktion (Sonderstandorte)
- die Ermittlung der ortstypischen Sortimentsverteilungen und daraus abgeleitet der Vorschlag für eine ortstypische Sortimentsliste

Darüber hinaus ist auch ein wichtiges Augenmerk auf die künftige bauleitplanerische Umsetzung der konzeptionellen Zielsetzungen zu richten. Im Rahmen des vorliegenden Einzelhandelskon-

---

<sup>6</sup> vgl. hierzu: Bunzel, Janning, Kruse, Kühn (2009): Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. S. 183ff; sowie Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S. 239ff

zepts werden daher **drei Grundsätze zur Umsetzung** bzw. zur Steuerung des nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Einzelhandels formuliert. Diese berücksichtigen den aktuellen gesetzlichen Rahmen (BauGB, BauNVO, LEP 2010) und spiegeln die darüber zum Ausdruck gebrachten Steuerungsanforderungen angemessen wider.

Wie die Erfahrungen gerade in jüngster Vergangenheit zeigen, ist nunmehr nicht nur die Erarbeitung eines guten Konzepts der alleinige „Schlüssel zum Erfolg“. Immer mehr muss – schon während der Erarbeitung – auch die spätere Umsetzung bedacht werden. Aus diesem Grund ist das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept auf der Basis eines breit angelegten **Kommunikations- und Beteiligungsprozesses** erarbeitet worden. Neben der Berichterstattung (z. B. Pressearbeit) wurden entsprechende Zwischenergebnisse in einem regelmäßig stattfindenden Arbeitskreis rückgekoppelt.

Mit Blick auf die Ausgangssituation und die untersuchungsrelevanten Fragestellungen wurden im Rahmen des Erarbeitungsprozesses folgende maßgebliche Arbeitsschritte durchgeführt:

- Vollerhebung und Aktualisierung des Einzelhandelsbestandes in der Region Heide
- Ermittlung übergeordneter standortrelevanter Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur im Stadt-Umland-Gebiet
- Erstellung eines einzelhandelsrelevanten Standortprofils / Analyse der Angebotsseite des Einzelhandels im SUK-Gebiet
- Analyse der Nachfrageseite
- Überprüfung der bisherigen, übergeordneten Zielsetzungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Region Heide / Formulierung zeitgemäßer Entwicklungsziele und -grundsätze
- Ableitung einer Zentrenhierarchie im Rahmen eines Standortstrukturmodells für das SUK-Gebiet / Identifikation von Entwicklungs- und Tabubereichen für die Einzelhandelsentwicklung
- Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und der Sonderstandorte
- Erarbeitung einer ortstypischen Heider Sortimentsliste

Zur Überprüfung der Einzelhandelsentwicklung vor dem Hintergrund der Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird im SUK-Gebiet Heide zudem der Aufbau eines Monitoring-Systems als übergeordnetes Ziel verfolgt. Dadurch sollen Erfolge und Abweichungen in der Konzeptumsetzung deutlich gemacht und evtl. Zielkorrekturen fundiert abgeleitet werden.

## 2 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends in der Einzelhandelsentwicklung

---

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Sowohl das Erscheinungsbild als auch die Funktionsbedingungen im Einzelhandelsbereich und die räumliche Struktur stellen sich in diesem Wirtschaftssektor heute nachhaltig anders dar. Verantwortlich für diese Entwicklungen sind handelsendogene Veränderungen auf der Angebots- und handelsexogene Veränderungen auf der Nachfrageseite, die in einem wechselseitigen Wirkungszusammenhang stehen. Nachstehend werden diese Entwicklungen und aktuellen Trends zusammengefasst dargestellt.

Auf der **Angebotsseite** zeigen sich folgende Tendenzen:

- Eine fortschreitende Unternehmenskonzentration.
- Damit eng verbunden ein anhaltendes **Verkaufsflächenwachstum** bei sinkenden Flächenproduktivitäten und Rentabilitäten.
- Eine **sinkende Zahl von Einzelhandelsbetrieben**, nicht zuletzt bedingt durch Nachfolgeprobleme.
- Ein **Wandel der Betriebsformen und Konzepte** gekennzeichnet durch zunehmende **Großflächigkeit** und **Discountorientierung** bei gleichzeitig steigendem Druck auf inhabergeführte Geschäfte in Folge der Konzernstrategien.
- Eine **zunehmende Konkurrenz** zwischen den einzelnen Betrieben und Branchen.
- Eine Zunahme **neuer Vertriebs- und Absatzschienen**.
- Ein **Wandel der Standortpräferenzen**.

Auf der **Nachfrageseite** sind zudem folgende Entwicklungen zu beobachten:

- Eine in den nächsten Jahren weiterhin tendenziell **sinkende Bevölkerungszahl** mit erheblichen regionalen Unterschieden.
- Eine **Zunahme der Mobilitätsmöglichkeit und -bereitschaft**.
- Eine **Aufspaltung des Einkaufs** in die Segmente „Erlebniskauf“ und „Versorgungskauf“.
- Ein zunehmendes **Preisbewusstsein** (Stichwort: Schnäppcheneinkauf), wovon insbesondere discountorientierte Anbieter profitieren.
- Ein Wandel der Kunden hin zu **multioptionalen Konsumenten** mit nicht mehr klar für den Einzelhandel nachzuvollziehenden Handlungsmustern und zunehmend individualisiertem Konsum.

Für die **Stadt- und Regionalentwicklung** resultieren daraus, zusätzlich zu den vorstehend genannten Aspekten, bei einer ungesteuerten Entwicklung weitere Konsequenzen und Entwicklungen. Dazu zählen u. a.:

- Ein verstärkt zu beobachtender **Funktionsverlust gewachsener zentraler Bereiche**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel umfasst.
- Eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten insbesondere in ländlich strukturierten Räumen, worunter auch das Heider Umland zu summieren ist.
- Eine **sinkende Individualisierung** des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Ein zunehmender Konflikt zwischen den **Flächenansprüchen der Einzelhandelsbetriebe** und den vorhandenen, meist kompakten und kleinteiligen Siedlungsstrukturen in den zentralen Lagen der Städte mit der Folge zunehmender Diskrepanzen zu den landesplanerischen und kommunalen Zielvorstellungen und Leitbildern.
- **Wachsende Umweltbeeinträchtigungen**, die aus dem Flächenverbrauch sowie aus Lärm- und Abgasemissionen durch ein erhöhtes Verkehrsaufkommen resultieren.
- Des Weiteren ist eine **steigende Fluktuation im Einzelhandel** zu beobachten, mit der Folge häufiger Neu- und Umnutzungen.
- Ein **zunehmender Konkurrenzettbewerb** zwischen (Innen-)Städten aufgrund der anhaltenden Dynamik im Einzelhandel.
- Eine steigende Bedeutung **spektakulärer, großer Vorhaben** (u. a. FOC = Factory Outlet Center, große Einkaufszentren) vor allem in größeren bzw. Großstädten mit negativen Folgewirkungen für Klein- und Mittelzentren.
- Eine **zunehmende Regionalisierung von Einzelhandelsentwicklungen** bei gleichzeitiger Reduzierung der politischen Entscheidungen auf den kommunalen Raum. In der Folge entsteht eine räumliche Diskrepanz von Wirkungs- und Entscheidungsebene.
- **Einzelhandel** zunehmend als scheinbar **einzigste Entwicklungsoption** für einzelne Standortbereiche, insbesondere im Zusammenhang mit der Revitalisierung von Gewerbebereichen.
- Eine häufig einseitig in den Vordergrund gestellte **Bedeutung der PKW-Erreichbarkeit** von Einkaufsbereichen.
- Eine insgesamt zu beobachtende **Politisierung** von Entscheidungen zur Standortentwicklung.

### 3 Methodik der Untersuchung

---

Das vorliegende Einzelhandelskonzept als Baustein des SUK für die Region Heide stützt sich auf die Ergebnisse aus sowohl primär- wie sekundärstatistischen Erhebungen.

Für die **primärstatistischen Erhebungen** wurde eine **Vollerhebung aller Betriebe des Einzelhandels im engeren Sinne**<sup>7</sup> und der Leerstände sowie **der Dienstleistungsbetriebe in den zentralen Bereichen** innerhalb der Region Heide durchgeführt.

Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Daten, Gutachten) zurückgegriffen, die in erster Linie dem intertemporären und interregionalen Vergleich der für das Stadt-Umland-Gebiet Heide gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln.

Zudem wurde eine auf einzelhandelsspezifische Aspekte und für die Untersuchung relevante Bereiche ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte** vorgenommen. Diese stellt unter anderem wesentliche Kriterien für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO dar und ist somit auch aus planungsrechtlicher Sicht erforderlich. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation im Stadt-Umland-Gebiet ergibt. Dieses bildet die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine.

#### 3.1 Angebotsanalyse

---

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im **Februar 2011** eine **Vollerhebung des Einzelhandelsbestands im SUK-Gebiet Heide** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung des Heider Stadtgebietes sowie der Ortschaften des Amtes KLG Heider Umland bei gleichzeitiger lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der lokalen Einzelhandelsbetriebe. Dabei wurde die Verkaufsfläche der Betriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin erfolgte durch die Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung der Betriebe.

Der Erhebung liegt dabei folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

*„Zur Verkaufsfläche gehören selbstverständlich alle Bereiche des Betriebs, die von **Kunden betreten** werden können und in denen ihnen Waren zum Kauf angeboten werden. Dabei ist es unerheblich, ob diese innerhalb oder außerhalb von Gebäuden liegen. Auch die Flächen mit Warenangeboten im Freien sind der Verkaufsfläche zuzurechnen. Damit hat es jedoch nicht sein Bewenden. Namentlich die Organisation von Selbstbedienungsläden hat der Rechtsprechung Anlass gegeben, die der Verkaufsfläche zuzurechnenden Bereich zu präzisieren [vgl. insb.*

---

<sup>7</sup> Der Einzelhandel im engeren Sinne (auch funktionaler Einzelhandel genannt) umfasst den Absatz von Waren an Endverbraucher, ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Schmier- und Kraftstoffhandel sowie rezeptpflichtiger Apothekenwaren. Aufgrund ihrer z. T. nicht unerheblichen Relevanz für die Versorgungssituation wurden sowohl das Lebensmittelhandwerk als auch Tankstellenshops und Kioske in der Untersuchung berücksichtigt.

BVerwG, Urt. v. 24.11.2005 – 4 C 10.04 & 4 C 14.04]. Hiernach gehören zur Verkaufsfläche auch:

- die sog. ‚**Kassenzone**‘ von Selbstbedienungsläden, also der Bereich, in dem sich die Kassen und die Durchgänge befinden;
- die sog. ‚**Pack- und Entsorgungszone**‘, in der Kunden die erworbenen Waren ggf. selbst einpacken und Verpackungsmaterial entsorgen können und in denen häufig auch Automaten zur Entgegennahme von Leergut aufgestellt sind;
- die sog. ‚**Käse-, Fleisch- und Wursttheke**‘, die von den Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für sie sichtbar ausliegt und in denen das Personal die Waren den Wünschen der Kunden entsprechend zerkleinert, abwiegt und abpackt;
- ein ‚**Windfang**‘, der die Kunden dadurch schützt, dass diese bei ihrem Aufenthalt in dem der Verkaufsfläche zuzurechnenden Bereich nicht den Auswirkungen eines ständigen Öffnens und Schließens der Eingangstüren ausgesetzt wird.

**Kein Bestandteil der Verkaufsfläche** sind hingegen:

- die dem Personal des Einzelhandelsbetriebs vorbehaltenen **Büro-, Sozial- und sonstigen** Zwecken dienenden **Aufenthaltsräume**,
- die Bereiche, in denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige **Vorbereitung** der Ware (z. B. ihre Portionierung) erfolgt sowie
- die **reinen Lagerflächen**.<sup>8</sup>

Der Verkaufsfläche liegt somit folgende, auch höchstrichterlich anerkannte Definition zugrunde:

**„Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient; einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen (inkl. Windfang), Bedienungstheken und die dahinter befindlichen Flächen, Schaufenster und sonstige Flächen, die dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden“<sup>9</sup>.**

Von der Verkaufsfläche zu unterscheiden und damit nicht zu dieser hinzu zu rechnen sind Lagerflächen oder auch Vorbereitungsräume (z. B. zur Portionierung von Fleisch für die Selbstbedienungstheke). Hinsichtlich des Umgangs mit **Pfandraumen** ist eine einschlägige Entscheidung der jüngeren Rechtsprechung des OVG NRW (Urt. v. 6.2.2009 – 7 B 1767/08) zu berücksichtigen. Danach ist nicht der gesamte Pfandraum (mithin auch die Fläche, die für die Lagerung der Pfandflaschen benötigt wird) der Verkaufsfläche hinzuzurechnen, sondern nur die Fläche, die auch tatsächlich vom Kunden begangen werden kann. Dieser Raum kann unter funktionalen Gesichtspunkten als Pfandabgaberaum bezeichnet werden und sollte von dem eigentlichen Pfand(lager)raum auch begrifflich klar getrennt werden.

Streitgegenständlich ist häufig die Berücksichtigung der Aufstellflächen für Einkaufswagen. Hierzu hat sich das OVG NRW ebenfalls in der vorstehenden Entscheidung geäußert. Danach zählen

<sup>8</sup> Vgl. hierzu Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S. 29f

<sup>9</sup> Diese Definition wurde durch das Bundesverwaltungsgericht höchstrichterlich anerkannt und bestätigt (vgl. BVerwG, Urt. v. 24.11.2005 – 4 C 10.04).

**außerhalb des Gebäudes befindliche Aufstellflächen für Einkaufswagen** nicht zur Verkaufsfläche.

Die primärstatistische Vollerhebung des Einzelhandelsbestands in der Region Heide ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine dezidierte Bestandserfassung unabdingbar. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten zentralprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweiligen Verkaufsflächen ermittelt. In der Auswertung wurden die Einzelsortimente den in der folgenden Tabelle 1 dargestellten 17 (Haupt-)Branchen bzw. Warengruppen zugeordnet.

**Tabelle 1: Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in der Region Heide**

Hauptwarengruppen	Sortimente (Erhebungsgrundlage)
<b>Überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe</b>	
<b>Nahrungs- und Genussmittel</b>	Nahrungs- und Genussmittel inkl. Tabakwaren Bäckerei- / Konditoreiwaren Metzgerei- / Fleischereiwaren Getränke
<b>Blumen (Indoor), Zoo</b>	Blumen Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen zoologische Artikel
<b>Gesundheit und Körperpflege</b>	Drogerie- und Körperpflegeartikel Parfümerie- und Kosmetikartikel Wasch-, Putz- und Reinigungsartikel Apotheke
<b>Papier-, Büro-, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher</b>	Bücher Papier, Schreibwaren, Büroartikel Zeitungen / Zeitschriften
<b>Überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe</b>	
<b>Bekleidung / Textilien</b>	Damen-, Herren- und Kinderbekleidung Bekleidung und Textilien allgemein Meterware, Kurzwaren, Handarbeitswaren
<b>Schuhe / Lederwaren</b>	Lederwaren (Taschen, Koffer, Regenschirme) Schuhe
<b>Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel</b>	Haushaltswaren Glas, Porzellan, Keramik Geschenkartikel
<b>Spielwaren / Hobbyartikel</b>	Hobbyartikel Musikinstrumente und Zubehör Spielwaren
<b>Sport und Freizeit</b>	Anglerartikel und Waffen Campingartikel Fahrräder und technisches Zubehör Sportartikel Sportbekleidung und Sportschuhe Sportgroßgeräte
<b>Überwiegend langfristige Bedarfsstufe</b>	
<b>Wohneinrichtung</b>	Bettwaren / Matratzen Heimtextilien Teppiche (Einzelware) Wohneinrichtungsgegenstände
<b>Möbel</b>	Badmöbel Büromöbel Gartenmöbel / Polsterauflagen Küchenmöbel Wohnmöbel Antiquitäten
<b>Elektro / Leuchten</b>	Elektrogroßgeräte Elektrokleingeräte Lampen / Leuchten / Leuchtmittel

<b>Elektronik / Multimedia</b>	Elektro und Multimedia (Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Foto, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör)
<b>Medizinische und orthopädische Artikel</b>	Augenoptik Hörgeräte Sanitätsartikel
<b>Uhren / Schmuck</b>	Uhren / Schmuck
<b>Baumarktsortimente</b>	Bauelemente / Baustoffe (Baumaterialien, Dämmstoffe, Holz, Fenster, Türen, Tore) baumarktspezifisches Sortiment (Bodenbeläge, Eisenwaren, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Kamine, Maschinen / Werkzeuge, Rollläden, Sanitärartikel, Tapeten)
<b>Gartenmarktsortimente</b>	Gartenartikel und Geräte Pflanzen / Samen
<b>Sonstiges</b>	Aktionswaren Erotikartikel Kinderwagen

Quelle: eigene Darstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte Vollerhebung des Einzelhandels im SUK-Gebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf regionaler als auch auf Ebene einzelner Standortbereiche dar. Die Erhebung wurde dabei zunächst – gemäß den Kommunalgrenzen innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes – räumlich differenzierend durchgeführt. Das SUK-Gebiet Heide wurde demzufolge in folgende zwölf Erhebungseinheiten unterteilt:

- |                           |                   |
|---------------------------|-------------------|
| ■ <b>Kreisstadt Heide</b> | ■ Hemmingstedt    |
| ■ Lieth                   | ■ Lohe-Rickelshof |
| ■ Neuenkirchen*           | ■ Norderwörden*   |
| ■ Nordhastedt             | ■ Ostrohe         |
| ■ Stelle-Wittenwurth*     | ■ Wörden*         |
| ■ Weddingstedt            | ■ Wesseln         |

\*waren bei der Erstellung des GEP 2000 noch nicht Teil des Amtes KLG Heider Umland

Weitergehend wurde eine räumliche Differenzierung des Einzelhandels unter städtebaulichen Gesichtspunkten hinsichtlich drei möglicher Lagekategorien durchgeführt. Auf Grundlage der Daten zu den Verkaufsflächen der Einzelhandelsbetriebe innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes sowie der im Rahmen der städtebaulichen Betrachtung relevanten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden. Diese fließen in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen ein. Die Einordnung nach Lagekategorien stellt im Weiteren eine wichtige Grundlage zur Erarbeitung der Heider Sortimentsliste (vgl. dazu Kapitel 0) dar.

Im Rahmen der Einzelhandelserhebung in der Region Heide wurden die Einzelhandelsbetriebe deshalb folgenden **Lagekategorien** zugeordnet, deren Merkmale in Tabelle 2 erläutert werden:

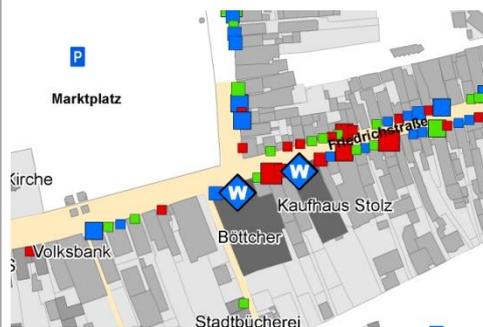
- Zentraler Bereich / Zentrum / Innenstadt
- sonstige städtebaulich integrierte Lage
- städtebaulich nicht integrierte Lage

**Tabelle 2: Definition von Lagekategorien**

**Zentraler Bereich / Zentrum / Innenstadt**

Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. In Abhängigkeit von ihrer teil- oder gesamtstädtischen bzw. überörtlichen Versorgungsfunktion werden sie in die Kategorien Haupt-, Neben-, bzw. Nahversorgungszentrum eingestuft. Neben der Bestandsdichte des Einzelhandels sind unter dem Gesichtspunkt der Multifunktionalität unterschiedliche Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit, sowie städtebauliche Merkmale (u. a. Bebauungsstruktur, Gestaltung des öffentlichen Raumes, verkehrliche Gestaltung) kennzeichnend.

**Beispiel: Textilhaus Böttcher und Kaufhaus Stolz an der Friedrichstraße in der Heider Innenstadt**



**Sonstige städtebaulich integrierte Lage**

Dazu zählen Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als zentraler Bereich / Zentrum zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen die Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.

**Beispiel: Edeka an der Hauptstraße in Nordhastedt**



**Städtebaulich nicht integrierte Lage**

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten.

**Beispiel: Fachmarkt HAMMER-Heimtex an der Waldstraße in Wesseln**



Quelle: eigene Zusammenstellung

### **Städtebauliche Analyse**

Ergänzt werden die in erster Linie quantitativen einzelhandelsrelevanten Betrachtungen der Angebots- und Nachfrageseite durch eine auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtete städtebauliche Analyse. Im Rahmen dieser Analyse werden die einzelhandelsrelevanten Funktionen des gesamten Stadt-Umland-Gebietes – also des Geschäftszentrums sowie der übrigen für die Zentrenstruktur relevanten Einzelhandelsstandorte – bezüglich ihrer räumlichen Lage, der Versorgungsfunktion und der funktionalen Vernetzung untersucht. Folgende Kriterien sind Bestandteile der städtebaulichen Analyse:

- Lage im Stadt-Umland-Gebiet
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Struktur und Ausdehnung der Einzelhandelslagen
- Erhebung der Einzelhandelsdichte
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr
- Bebauungsstruktur
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Gestaltung des öffentlichen Raumes / der Eingangssituationen
- Einkaufsatmosphäre
- Nutzungsmischung insbesondere mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen

Die städtebauliche Analyse und darüber hinaus die Erhebung der Einzelhandelsdichte bilden wesentliche Grundlagen zur Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Sinne des Bauplanungsrechts. Die Einzelhandelsdichte beschreibt den Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Verhältnis zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss der Gebäude. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

Es ist allgemein darauf hinzuweisen, dass die Fixierung und räumliche Bestimmung eines zentralen Versorgungsbereichs vor dem Hintergrund der aktuellen Gesetzgebung und insbesondere unter Rückgriff auf die jüngste Rechtsprechung der bundesdeutschen Verwaltungsgerichtsbarkeit keine planerische „Abgrenzungsübung“ ist. Vielmehr ist sie ein notwendiger Schritt, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

## 3.2 Nachfrageanalyse

---

Die zweite Säule der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie muss ein umfassendes Bild über die spezifischen Einkaufsgewohnheiten und -präferenzen der Bevölkerung des Stadt-Umland-Gebietes Heide liefern und auf diese Weise Rückschlüsse auf den Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels ermöglichen. Empirische Grundlagen stellen einerseits die im April 2011 durchgeführte telefonische Haushaltsbefragung ausgewählter Haushalte in der Region Heide sowie andererseits die im Juni / Juli 2011 durchgeführte Kundenherkunftserhebung in ausgewählten Einzelhandelsbetrieben im Stadt-Umland-Gebiet dar.

### **Haushaltsbefragung**

Um einen umfassenden Einblick in das räumliche und branchenspezifische Versorgungsverhalten und die daraus resultierende Orientierung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Bevölkerung im SUK-Gebiet zu erhalten, wurde eine über das Untersuchungsgebiet gewichtete, nach Einwohnern der Stadt Heide und den weiteren Gemeinden des SUK-Gebietes differenzierte, telefonische Haushaltsbefragung durchgeführt. Hieraus lassen sich die für die Region Heide spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftbindungs- und Kaufkraftabflussquoten ermitteln. Neben diesen Kenngrößen dient die Befragung auch der Erschließung von Gründen und Motiven für Einkaufsgewohnheiten in der Heider Innenstadt bzw. den umliegenden Einzelhandelsstandorten.

Die Haushaltsbefragung wurde im Zeitraum von Montag, den 04.04. bis Freitag, den 08.04.2011 von der Firma marketing consulting systems GmbH, Erfurt (mcs GmbH) im Auftrag des Büros Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund durchgeführt. Dabei wurde für alle Interviews ein identischer Fragebogenleitfaden zugrunde gelegt, der für außerhalb der Stadt Heide lebende Personen um einige zusätzliche Fragen erweitert wurde. Insgesamt sind 400 Haushalte telefonisch befragt worden. Diese Stichprobe repräsentiert etwa 1,1 % der Einwohner des SUK-Gebietes. Eine gleichmäßige Verteilung der Interviews entsprechend der räumlichen Verteilung der Wohnbevölkerung nach Ortschaften wurde dabei berücksichtigt (vgl. dazu Tabelle 3).

Die Befragung erfolgte mit Hilfe einer computergestützten Fragebogenmethodik (Computer-Assisted-Telephone-Interviewing (CATI), die es ermöglicht, bereits während der Interviewdurchführung eine analoge Datensatzspeicherung vorzunehmen (Eingabe während der Befragung in eine Datenbank). Um sicherzustellen, dass während der Befragung keine Fehler unterlaufen, erfolgt eine regelmäßige Evaluation der Ergebnisse.

Die Telefonnummern der Haushalte werden nach einem statistischen Zufallsprinzip aus einer zugrundeliegenden Datenbank ausgewählt. Die Telefondaten unterliegen zur zusätzlichen Kontrolle einer Geocodierung, die auch eine Filterfunktion nach Kommunen und Postleitzahlen zulässt.

Um die Geduld der befragten Haushaltsmitglieder nicht übermäßig zu strapazieren und die Verweigerungsquote im Rahmen des Üblichen zu halten (auf 5 Interviews entfallen i. d. R. etwa 4 Verweigerungen), ist der Fragebogen bewusst so kurz wie möglich gehalten worden. Adressat der Befragung ist jeweils das für den Einkauf verantwortliche Haushaltsmitglied.

Die folgenden Tabellen verdeutlichen die räumliche Verteilung der Interviews sowie Alter und Geschlecht der Befragten.

**Tabelle 3: Struktur der Haushaltsbefragung**

Stadt / Gemeinde	Einwohner	Interviews	
		in %	Anzahl
Kreisstadt Heide	20.900	57,0	228
Hemmingstedt	2.900	7,9	32
Lieth	400	1,1	4
Lohe-Rickelshof	2.010	5,5	22
Neuenkirchen	940	2,8	11
Norderwörden	1.020	0,8	3
Nordhastedt	2.740	7,5	30
Ostrohe	950	2,6	10
Stelle-Wittenwuth	490	1,3	5
Weddingstedt	2.280	6,2	25
Wesseln	1.380	3,8	15
Wörden	1.330	3,6	15
<b>Region Heide - gesamt</b>	<b>36.670</b>	<b>100</b>	<b>400</b>

Quelle: eigene Zusammenstellung; Haushaltsbefragung SUK-Gebiet Heide, mcs GmbH im Auftrag von Junker und Kruse, Dortmund, April 2011

**Tabelle 4: Alter der Befragten**

Alter	Anzahl Kreisstadt Heide		Anzahl Heider Umland		Anzahl SUK-Gebiet	
	Anzahl	in %	Anzahl	in %	Anzahl	in %
Unter 20 Jahre	3	1,3	3	1,7	6	1,5
21 – 30 Jahre	14	6,1	8	4,7	22	5,5
31 – 40 Jahre	20	8,8	21	12,2	41	10,3
41 – 50 Jahre	36	15,8	39	22,7	75	18,8
51 – 60 Jahre	59	25,9	34	19,8	93	23,2
Über 60 Jahre	96	42,1	67	39,0	163	40,7
<b>Region Heide - gesamt</b>	<b>228</b>	<b>100,0</b>	<b>172</b>	<b>100,0</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Zusammenstellung; Haushaltsbefragung SUK-Gebiet Heide, mcs GmbH im Auftrag von Junker und Kruse, Dortmund, April 2011

**Tabelle 5: Geschlecht der Befragten**

Geschlecht	Anzahl Kreisstadt Heide	in %	Anzahl Heider Umland	in %	Anzahl SUK-Gebiet	in %
männlich	69	30,3	48	27,9	117	29,2
weiblich	159	69,7	124	72,1	283	70,8
<b>Region Heide - gesamt</b>	<b>228</b>	<b>100,0</b>	<b>172</b>	<b>100,0</b>	<b>400</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Zusammenstellung; Haushaltsbefragung SUK-Gebiet Heide, mcs GmbH im Auftrag von Junker und Kruse, Dortmund, April 2011

Insgesamt liegt mit der stadträumlichen Differenzierung sowie der Alters- und Geschlechtsstruktur der Haushaltsbefragung eine notwendige und zugleich ausreichende Repräsentativität vor. Auffällig ist die überdurchschnittliche Zahl weiblicher befragter Personen, die die generell zu beobachtende Zuständigkeit dieses Bevölkerungsanteils für den Einkauf im Rahmen familiärer Aufgabenteilung widerspiegelt, denn als Zielperson wurde dasjenige Haushaltsmitglied angesprochen, welches die Einkäufe hauptsächlich tätigt.

### Kundenherkunftserhebung

Zum Zweck der weitergehenden Ermittlung der Einkaufsgewohnheiten und im Speziellen der räumlichen Einkaufsorientierung der Bevölkerung im überregionalen Einzugsgebiet des SUK-Gebietes, wurde im Juni / Juli 2011 eine Kundenherkunftserhebung unter Mitwirken einzelner Einzelhandelsbetriebe in der Region Heide durchgeführt. Die Kundenherkunftserhebung gibt Auskunft über die Ausstrahlungskraft des lokalen Einzelhandels und stellt somit eine empirische Basis für die Abgrenzung des einzelhandelsbezogenen Einzugsgebietes des Stadt-Umland-Gebietes – und hier insbesondere der Kreisstadt Heide – dar. Dieses dient wiederum als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials.

Im Rahmen der vorliegenden Untersuchung wurden in einem zweiwöchigen Zeitraum (27. Juni bis 09. Juli 2011) bei Einzelhändlern unterschiedlicher Branchenzugehörigkeit in der Region Heide Listen ausgelegt, in die der Wohnort der zahlenden Kunden eingetragen wurde. Um eine repräsentative Datenbasis zu erhalten, wurde in den einzelnen Erhebungseinheiten – abhängig von ihrer Einwohnerzahl und ihrer Relevanz als Einzelhandelsstandort – jeweils eine bestimmte Anzahl an Einzelhandelsbetrieben ausgewählt. Der räumliche Schwerpunkt lag entsprechend des quantitativen Schwerpunktes des Einzelhandelsangebots in der Kreisstadt Heide und hier vor allem in der Heider Innenstadt.

Die Kundenherkunft wurde jeweils von dem für den Zahlvorgang zuständigen Personal in den einzelnen Betrieben für das Stadt-Umland-Gebiet differenziert nach den jeweiligen Erhebungseinheiten aufgenommen. Die übrigen Kunden (aus den Nachbarkommunen und darüber hinaus) wurden anhand ihrer Postleitzahl dem Herkunftsort zugeordnet.

### **Sekundärstatistische Daten**

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Schritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

In diesem Zusammenhang wird u. a. auf Werte der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen. Diese veröffentlicht jährlich einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern, die das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Stadt oder Gemeinde) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes (Indexwert 100) ermitteln. Liegt die errechnete Kaufkraftkennziffer unter dem Wert 100, so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau vor.

Ergänzend zu den beschriebenen primärstatistischen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Urteile, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

## 4 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Einzelhandels- und Zentrenstruktur in der Region Heide

---

Um die Region Heide hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation besser einordnen zu können, werden im Folgenden einige allgemeine Rahmenbedingungen dargestellt. Diese können sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, die kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des lokalen Einzelhandels in der Stadt Heide sowie in den Umlandgemeinden auswirken.

### 4.1 Lage und verkehrliche Anbindung

---

Zunächst wird auf die geographische Einordnung der Region sowie auf die verkehrliche Einbindung in den regionalen und überregionalen Kontext Bezug genommen.

#### **Räumliche Lage der Region Heide**

Der Untersuchungsraum „Region Heide“ liegt im westlichen Küstengebiet Schleswig-Holsteins innerhalb des Landkreises Dithmarschen. Er besteht aus der Kreisstadt Heide sowie den elf angrenzenden Gemeinden Hemmingstedt, Lieth, Lohe-Rickelshof, Neuenkirchen, Norderwöhrden, Nordhastedt, Ostrohe, Stelle-Wittenwuth, Weddingstedt, Wesseln und Wöhrden. Die elf umliegenden Gemeinden bilden zusammen das Amt Kirchspielslandgemeinde Heider Umland<sup>10</sup>. Gemeinsam mit der Kreisstadt Heide stellen sie einen Stadt-Umland-Bereich dar. Der Stadt Heide ist dabei innerhalb der zentralörtlichen Gliederung des Landes Schleswig-Holstein die Funktion eines Mittelzentrums zugewiesen. Den Umlandgemeinden kommt keine zentralörtliche Funktion zu. Durch ihre hohe raumordnerische Zentralität kommt der Kreisstadt Heide innerhalb der Untersuchungsregion eine Mittelpunktfunktion zu.

Größere Städte im überregionalen Umland des Stadt-Umland-Gebietes sind im Süden die Mittelzentren Itzehoe und Brunsbüttel in ca. 50 km Entfernung, im Norden das Mittelzentrum Husum in ca. 40 km Entfernung sowie im Osten das Mittelzentrum Rendsburg in ca. 40 km Entfernung. Die Metropole Hamburg ist als Oberzentrum mit internationalem Verkehrsflughafen mit einer Entfernung von ca. 100 km gut erreichbar, ebenso die Landeshauptstadt Kiel, in ca. 80 km Entfernung und das Oberzentrum Neumünster in ca. 70 km Entfernung.

Flächenmäßig erstreckt sich die Region Heide auf ca. 189 km<sup>2</sup>, wobei rd. 32 km<sup>2</sup> auf die Stadt Heide und rd. 157 km<sup>2</sup> auf das Amt KLG Heider Umland entfallen<sup>11</sup>. Im Dezember des Jahres 2010 zählt der Stadt-Umland-Bereich insgesamt rund 36.630 Einwohner<sup>12</sup>. Davon leben ca. 20.900 Personen in der Stadt Heide.

Landschaftlich grenzt die Stadt Heide an die touristisch bedeutsame Naturlandschaft der Marsch mit der nahen Nordsee bzw. der Geest<sup>13</sup>, die über ausgedehnte Wald- und Mooregebiete, wie

---

<sup>10</sup> Im Folgenden: Amt KLG Heider Umland

<sup>11</sup> Vgl. Stadt Heide (Hrsg.): Heide, Informationen von A-Z. Heide, Ausgabe 1996/97. S. 5.

<sup>12</sup> Vgl. Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Hrsg.): Statistische Berichte. Bevölkerung der Gemeinden in Schleswig-Holstein am 31.12.2010. Kiel.

<sup>13</sup> vgl. Stadt Heide (Hrsg.): Heide, Informationen von A-Z. Heide, Ausgabe 1996/97. S. 4.

z. B. das Landschaftsschutzgebiete Ostroher / Süderheider Moor (als attraktives Ausflugs- und Naherholungsziele) verfügt. Nördlich und östlich der Stadt Heide verläuft die Eider, deren Flusslauf das Landschaftsbild prägt.

### **Verkehrliche Anbindung**

Die Stadt Heide liegt am vorläufigen Ende der Westküstenautobahn A 23 (Hamburg – Heide). Die Bundesstraße 5 (Brunsbüttel – Husum) führt von Süden nach Norden durch den Untersuchungsraum und bildet die Fortsetzung der Autobahn. Über die von Westen nach Osten verlaufenden B203 (Büsum – Rendsburg) ist zudem die A 7 (Hamburg – Dänemark) sowie die A 210 (Rendsburg – Kiel) zu erreichen. Somit ist die Region Heide gut an das übergeordnete Straßenverkehrsnetz angebunden.

Darüber hinaus bestehen folgende überregionale Bundesstraßenanbindungen:

- B5 Husum-Brunsbüttel,
- B5a/ B202 Heide-Husum,
- B203 Büsum-Rendsburg, sowie
- B204 Heide-Itzehoe.

Ein direkter Anschluss an das Schienennetz des Fernverkehrs ist durch die IC/EC-Verbindungen

- Heide-Hamburg,
- Heide-Neumünster/ Kiel/ Lübeck,
- Heide-Husum/ Westerland, sowie
- Heide-Büsum

gegeben. Weiterhin bestehen regionale Bahnverbindungen in Richtung Husum, Neumünster, Elmsholm, Itzehoe, Hamburg-Altona und Büsum, sodass die Stadt Heide insgesamt sehr gut an das Regional- und Fernverkehrsnetz des Schienenverkehrs angebunden ist. Ergänzend ist die Region Heide über regionale Buslinienverbindungen in die Nachbarstädte sowie durch überregionale Fernverbindungen an das landesweite Busliniennetz angeschlossen. Lokaler Knotenpunkt ist der zentrale Omnibusbahnhof (ZOB) in der Stadt Heide. Die Heider Stadtverkehr GmbH betreibt zudem ein aus vier Linien bestehendes Stadtbusnetz, sodass auch regionsintern ein sehr gutes Netzwerk des ÖPNV zu bescheinigen ist.

Die verkehrliche Anbindung der Region Heide hat mit Blick auf die Erschließung des mittelzentralen Einzugsbereiches der Kreisstadt Heide und dem dort vorhandenen Kaufkraftpotenzial eine große Bedeutung für den Einzelhandel.

Insgesamt lässt sich eine sehr gute Erreichbarkeit der Region Heide sowohl durch den Individual- als auch durch den Schienenverkehr feststellen. Ebenso ist ein ausgeprägtes regionsinternes ÖPNV-Angebot vorhanden. Im Umkehrschluss sichert die sehr gute verkehrliche Anbindung darüber hinaus, dass auch die Einwohner des Stadt-Umland-Gebietes die nächstgelegenen Oberzentren Hamburg, Kiel und Neumünster gut erreichen können.

## 4.2 Landesplanerische Einordnung

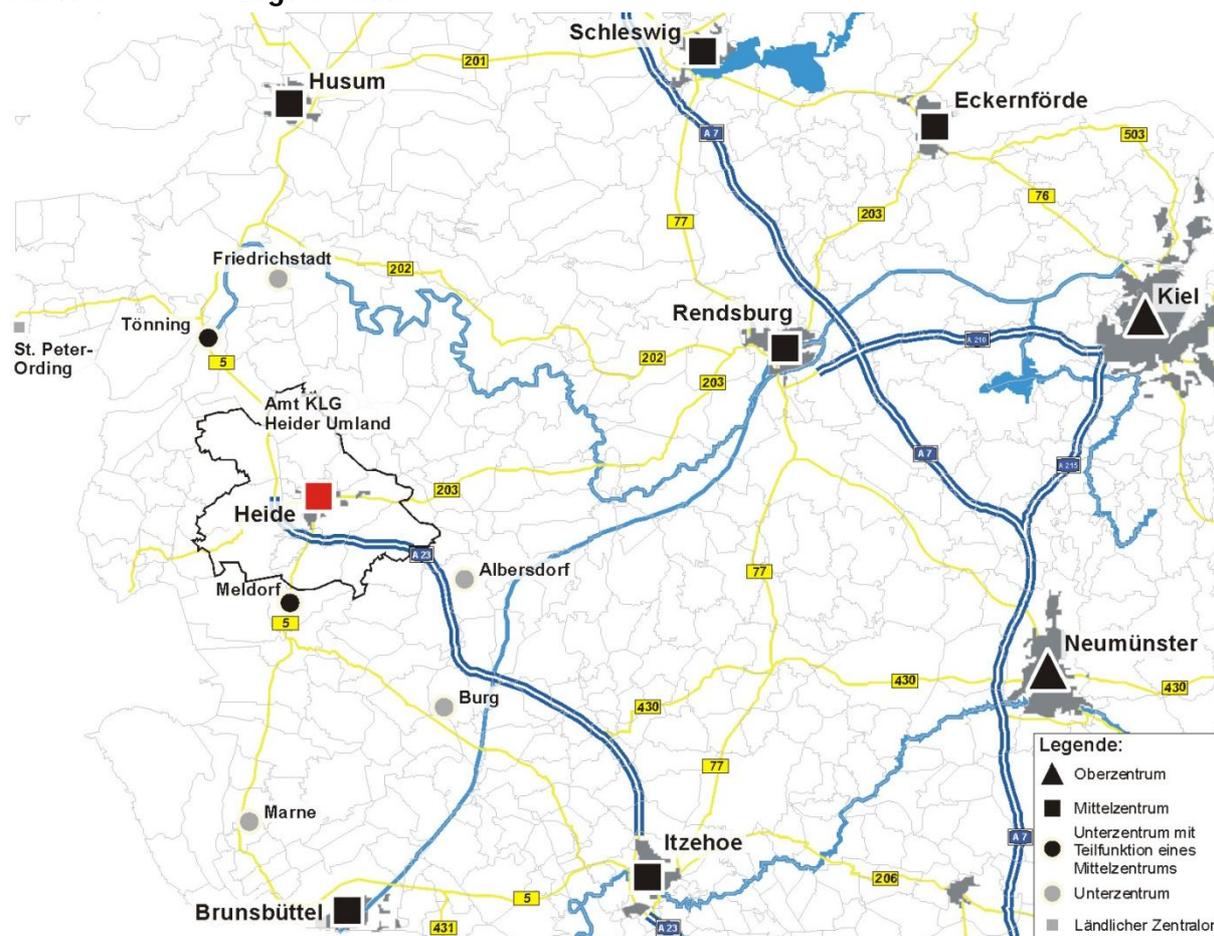
---

Im Rahmen der schleswig-holsteinischen Landesplanung ist der Stadt Heide die Funktion eines Mittelzentrums im westlichen Küstengebiet zugewiesen. Den deutlich kleineren Gemeinden des Amts KLG Heider Umland ist raumordnerisch keine zentralörtliche Funktion zuerkannt. Die nächstgelegenen Mittelzentren sind im Norden die Stadt Husum, im Osten die Stadt Rendsburg und im Süden die Städte Itzehoe und Brunsbüttel (alle in rd. 40-50 km Entfernung). Oberzentrale Standortbereiche bilden die jeweils rd. 70-80 km entfernten Städte Kiel und Neumünster sowie das 100 km entfernte Hamburg.

Im unmittelbaren regionalen Umfeld des SUK-Gebietes stellt die Stadt Heide den Standort mit höchster Zentralität dar. In der fünfstufigen zentralörtlichen Gliederung Schleswig-Holsteins steht der Zentralitätsstatus „Mittelzentrum“ an zweithöchster Stelle. Als weitere zentralörtliche Gemeinden befinden sich im näheren regionalen Kontext des SUK-Gebietes die „Unterzentren mit Teilfunktion eines Mittelzentrums“ (Stufe 3) Meldorf im Süden sowie Tönning im Norden. Darüber hinaus bestehen die südöstlich gelegenen „Unterzentren“ (Stufe 4) Albersdorf und Burg, sowie das nördlich gelegene Friedrichstadt.

In Karte 1 sind die geografische Lage der Region Heide sowie die landesplanerische Einordnung der Städte und Gemeinden nach zentralörtlicher Funktion im überregionalen Kontext dargestellt.

Karte 1: Lage im Raum



Quelle: eigene Darstellung

### 4.3 Einzelhandelsrelevante, sekundärstatistische Einordnung

Eine erste einzelhandelsrelevante Einordnung der Region Heide geschieht über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau. Ein Vergleich, wie sich die Gemeinden des SUK-Gebietes im Hinblick auf das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau zu ihren regionalen Nachbargemeinden darstellen, wird in Karte 2 aufgezeigt. In Abhängigkeit von der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer ergeben sich unterschiedliche, einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale für die jeweiligen Städte und Gemeinden.

Mit einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer von 95,6 liegt die Stadt Heide unterhalb des bundesdeutschen Durchschnittswert von 100. Demgegenüber kennzeichnen sich die Umlandgemeinden Lohe-Rickelshof (102,5), Norderwörden (103,7) und Ostrohe (101,7) durch eine überdurchschnittlich hohe Kaufkraft. Stelle Wittenwurth stellt mit einer Kaufkraftkennziffer von 86,5 – auch im überregionalen Kontext – die Gemeinde mit der geringsten Kennziffer dar. Insgesamt ergibt sich für die **Region Heide** eine **gewichtete einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** von **96,2**. Die höchsten Kaufkraftkennziffern im unmittelbaren Umfeld der Region Heide weisen die nördlich gelegene Gemeinde Karolinenkoog (111,5) und das östlich gelegene Westerborstel (111,0) auf (vgl. Karte 2).

Im regionalen sowie überregionalen Vergleich positioniert sich die Stadt Heide bezogen auf die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer im Mittelfeld. Es wird festgehalten, dass sowohl die Region Heide als auch die Gemeinden im näheren räumlichen Umland größtenteils über eine im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt von 100, unterdurchschnittliche Kaufkraftkennziffer verfügen.

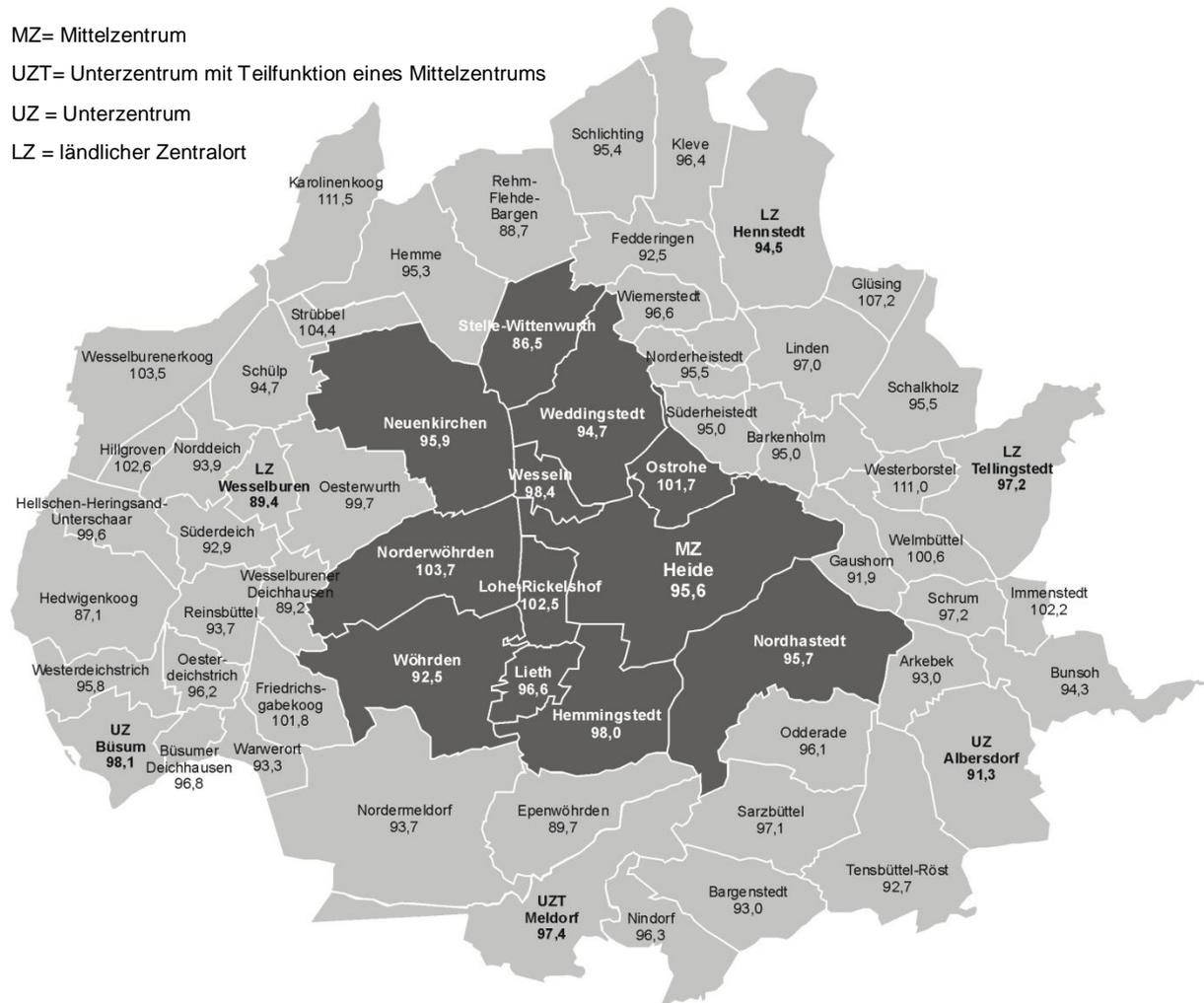
**Karte 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2011**

MZ= Mittelzentrum

UZT= Unterzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums

UZ = Unterzentrum

LZ = ländlicher Zentralort



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von IBH Retail Consultants GmbH & Co. KG, Köln, 2011

Basierend auf der das lokale Kaufkraftniveau widerspiegelnden einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer, lässt sich in Abhängigkeit der Einwohnerzahl einer Gemeinde das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotential quantifizieren. Tabelle 6 gibt einen Überblick über die Kaufkraftpotentiale der Stadt Heide sowie exemplarisch ausgewählter zentralörtlicher Gemeinden im regionalen und überregionalen Umland.

**Tabelle 6: Sekundärstatistische Einordnung der Region Heide**

Kommune	Einwohner	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial <sup>14</sup> in Mio. Euro	Landesplanerische Einordnung
<b>Kreisstadt Heide</b>	<b>20.890</b>	<b>95,6</b>	<b>104,7</b>	<b>Mittelzentrum</b>
<b>Region Heide</b>	<b>36.630</b>	<b>96,2</b>	<b>184,9</b>	<b>Stadt- Umland-Bereich</b>
Albersdorf	3.450	91,3	16,4	Unterzentrum
Brunsbüttel	13.320	96,4	66,9	Mittelzentrum
Hamburg	1.774.200	104,9	9.842,0	Oberzentrum
Husum	22.600	95,8	111,6	Mittelzentrum
Itzehoe	32.580	97,0	165,9	Mittelzentrum
Kiel	238.280	95,4	1.191,5	Oberzentrum
Meldorf	7.430	97,4	38,0	Unterzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums
Rendsburg	28.190	92,9	137,0	Mittelzentrum

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von IBH Retail Consultants GmbH & Co. KG, Köln, 2011

Auf der Basis eines einzelhandelsrelevanten jährlichen Pro-Kopf-Verbrauchs im Bundesdurchschnitt von 5.813 Euro / Kopf, ergibt sich für die **Stadt Heide** in Abhängigkeit der Einwohnerzahl und dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau **ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 105 Mio. Euro**. Für die gesamte **Region Heide** ergibt sich auf gleicher Basis **ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential von rd. 185 Mio. Euro** (Stand 2011).

#### 4.4 Bevölkerungsverteilung und Siedlungsstruktur

Die Region Heide besteht aus der Kreisstadt Heide sowie den elf Umlandgemeinden, die gemeinsam das Amt KLG Heider Umland bilden. Der Siedlungs- sowie der Bevölkerungsschwerpunkt des Untersuchungsgebietes liegt in der Stadt Heide.

##### Bevölkerungsverteilung in der Region Heide

Insgesamt leben in der Region Heide im Dezember 2010 etwa 36.630 Menschen auf einer Fläche von etwa 189 km<sup>2</sup>. Hieraus lässt sich eine Bevölkerungsdichte von rd. 194 Einwohnern pro km<sup>2</sup> errechnen. Diese Einwohnerdichte fällt im Vergleich zu der des Kreises Dithmarschen mit 96 Einwohnern pro km<sup>2</sup> überdurchschnittlich hoch aus, was sich über die Zentralität der Region

<sup>14</sup> Die dargestellten Daten können sich im Einzelnen von denen der von IBH Retail Consultants GmbH & Co. KG ausgewiesenen Zahlen unterscheiden, da sie in Teilen modifiziert wurden und dabei an die Untersuchungsmethodik sowie den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

gegenüber dem verstärkt ländlich geprägten Umland plausibel begründen lässt<sup>15</sup>. Mit rund 20.900 Einwohnern wohnen rund 57 % der Gesamtbevölkerung der Region Heide in der Kreisstadt Heide. Die übrigen Ortschaften des Amtes KLG Heider Umland sind deutlich kleiner und weisen alle weniger als 3.000, z. T. weniger als 1.000 Einwohner auf. Die mit Abstand bevölkerungsärmsten Gemeinden sind Norderwörden (rd. 280 Einwohner), Lieth (rd. 390 Einwohner) und Stelle-Wittenwurth (rd. 490 Einwohner) (vgl. Tabelle 7).

**Tabelle 7: Einwohner nach Gemeinden**

Stadt / Gemeinde	Einwohner	In %
<b>Kreisstadt Heide</b>	<b>20.890</b>	<b>57,0</b>
Hemmingstedt	2.900	7,9
Lieth	390	1,1
Lohe-Rickelshof	2.020	5,5
Neuenkirchen	1.010	2,8
Norderwörden	280	0,8
Nordhastedt	2.750	7,5
Ostrohe	940	2,6
Stelle-Wittenwurth	490	1,3
Weddingstedt	2.260	6,2
Wesseln	1.380	3,8
Wörden	1.330	3,6
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>100 %</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Statistischen Amtes für Hamburg und Schleswig-Holstein, Stand: Dezember 2010; gerundete Zahlen

### Siedlungsstruktur der Region Heide

Innerhalb der Region Heide bildet die Stadt Heide mit einer Fläche von 3.190 ha<sup>16</sup> nicht nur den räumlichen Mittelpunkt sondern gleichzeitig den Bereich mit der baulich höchsten Dichte. Sie übernimmt für den gesamten Stadt-Umland-Bereich, der sich – wenn überhaupt – nur durch rudimentäre Versorgungsstrukturen kennzeichnet, wichtige zentrale Funktionen der Daseinsvorsorge. Neben einer Konzentration von öffentlichen, kulturellen und sozialen Angeboten sowie dem Geschäftszentrum der Heider Innenstadt, sammeln sich insbesondere zahlreiche Dienstleistungsanbieter in der mittelfentralen Kreisstadt Heide. Diese ist über mehrere Buslinien mit den Gemeinden des SUK-Gebietes verknüpft.

Die Umlandgemeinden des Amtes KLG Heider Umland ordnen sich weitestgehend kreisförmig um das Stadtgebiet Heides an, wobei Hemmingstedt, Lieth, Neuenkirchen Nordhastedt, Norderwörden, Ostrohe, Stelle-Wittenwurth Weddingstedt und Wörden abgesetzte Siedlungskörper mit deutlicher Abgrenzung zum Stadtgebiet Heide bzw. zur offenen Landschaft

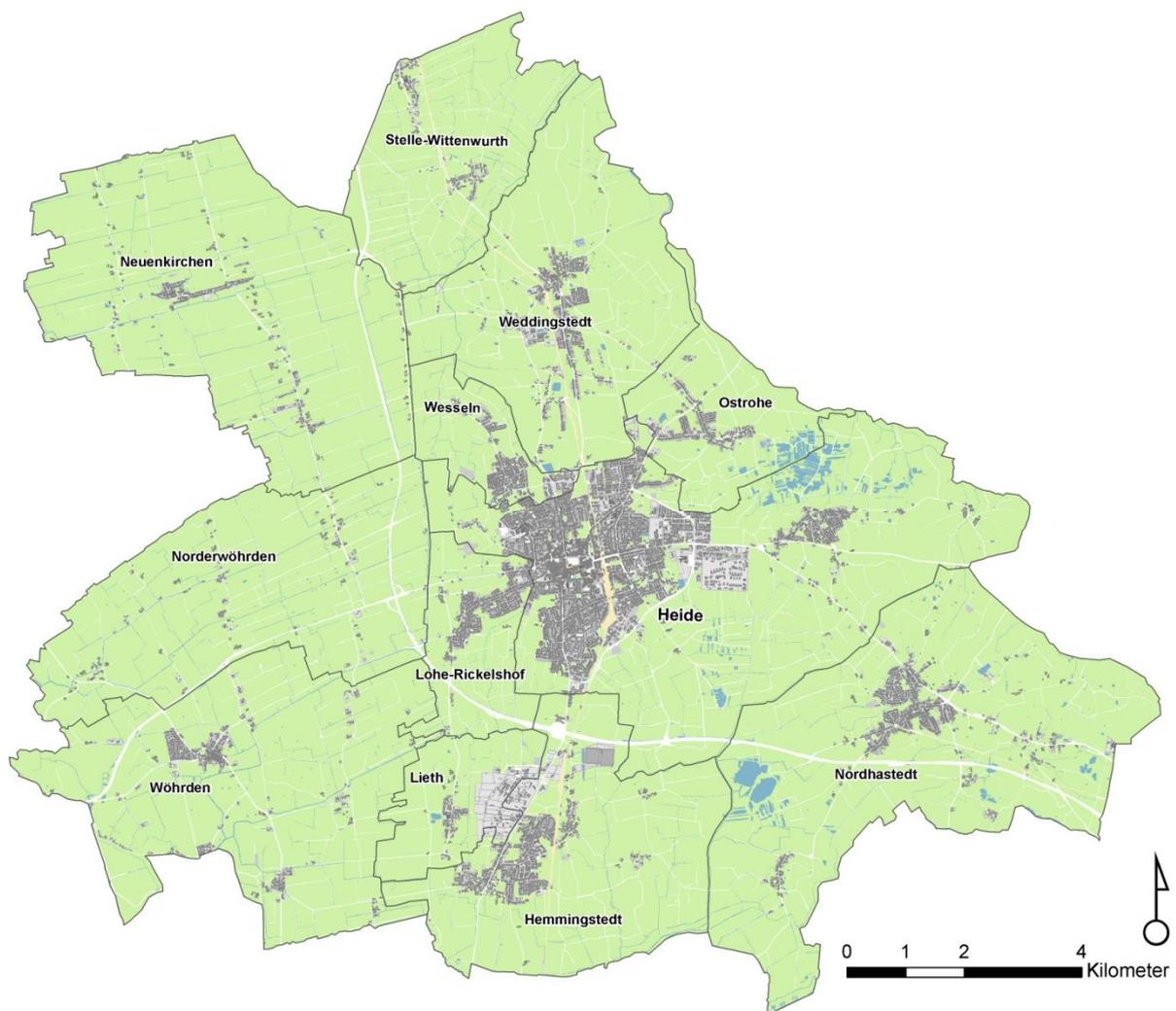
<sup>15</sup> Vgl. Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Hrsg.): Statistische Berichte. Bevölkerung der Gemeinden in Schleswig-Holstein am 31.12.2010. Kiel.

<sup>16</sup> Vgl. Stadt Heide (Hrsg.): Heide, Informationen von A-Z. Heide, Ausgabe 1996/97. S. 5.

darstellen. Demgegenüber gliedern sich die Siedlungsbereiche Lohe-Rickelshof und Wesseln an das Heider Stadtgebiet an, so dass siedlungsstrukturell fließende Übergänge vorliegen.

Die dörflich geprägten Gemeinden, die seit den 50er Jahren hauptsächlich durch Wohnbebauung ergänzt wurden, verfügen nur teilweise über eine Zentrenbildung. Die Schwerpunktfunktion der aufgelockerten und stark durchgrünten Siedlungsbereiche liegt somit deutlich im Bereich Wohnen, was sich auch in der vornehmlich durch 1<sup>1</sup>/<sub>2</sub> bis 2<sup>1</sup>/<sub>2</sub> geschossige, freistehende Einfamilien- bzw. Doppelhausbebauung widerspiegelt. Als ergänzende Nutzung bestehen in vereinzelt Gemeinden Versorgungseinrichtungen für den täglichen Bedarf bzw. Gastronomiebetriebe. Strukturprägender Einzelhandel ist in den Umlandgemeinden jedoch nicht vorhanden, was eine Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die Kreisstadt Heide deutlich hervorhebt.

### Karte 3: Siedlungsstruktur der Region Heide



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

## 5 Angebotssituation des Einzelhandels in der Region Heide - Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen übergeordneten standortrelevanten Rahmenbedingungen wird im Folgenden die Einzelhandelsstruktur in der Region Heide unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten dargestellt. Auf Grundlage der im Februar 2011 durchgeführten sortimentspezifischen, flächendeckenden Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe im SUK-Gebiet sowie der städtebaulichen und einzelhandelsbezogenen Beurteilung der Versorgungsstandorte und -bereiche, werden die Angebots- und Nachfrageseite des Einzelhandels in der Stadt Heide sowie den Umlandgemeinden analysiert. Dabei wird in der Analyse zwischen Aussagen zur gesamten Region Heide, Aussagen zur Kreisstadt Heide und analytischen Betrachtungen zum Heider Umland (ohne Stadt Heide) unterschieden. Des Weiteren wird die folgende Betrachtung differenziert zunächst für die gesamte Region, die einzelnen Gemeinden des Stadt-Umland-Gebietes sowie abschließend für die einzelnen räumlichen Angebotsschwerpunkte vorgenommen.

### 5.1 Struktur des Einzelhandels in der Region Heide

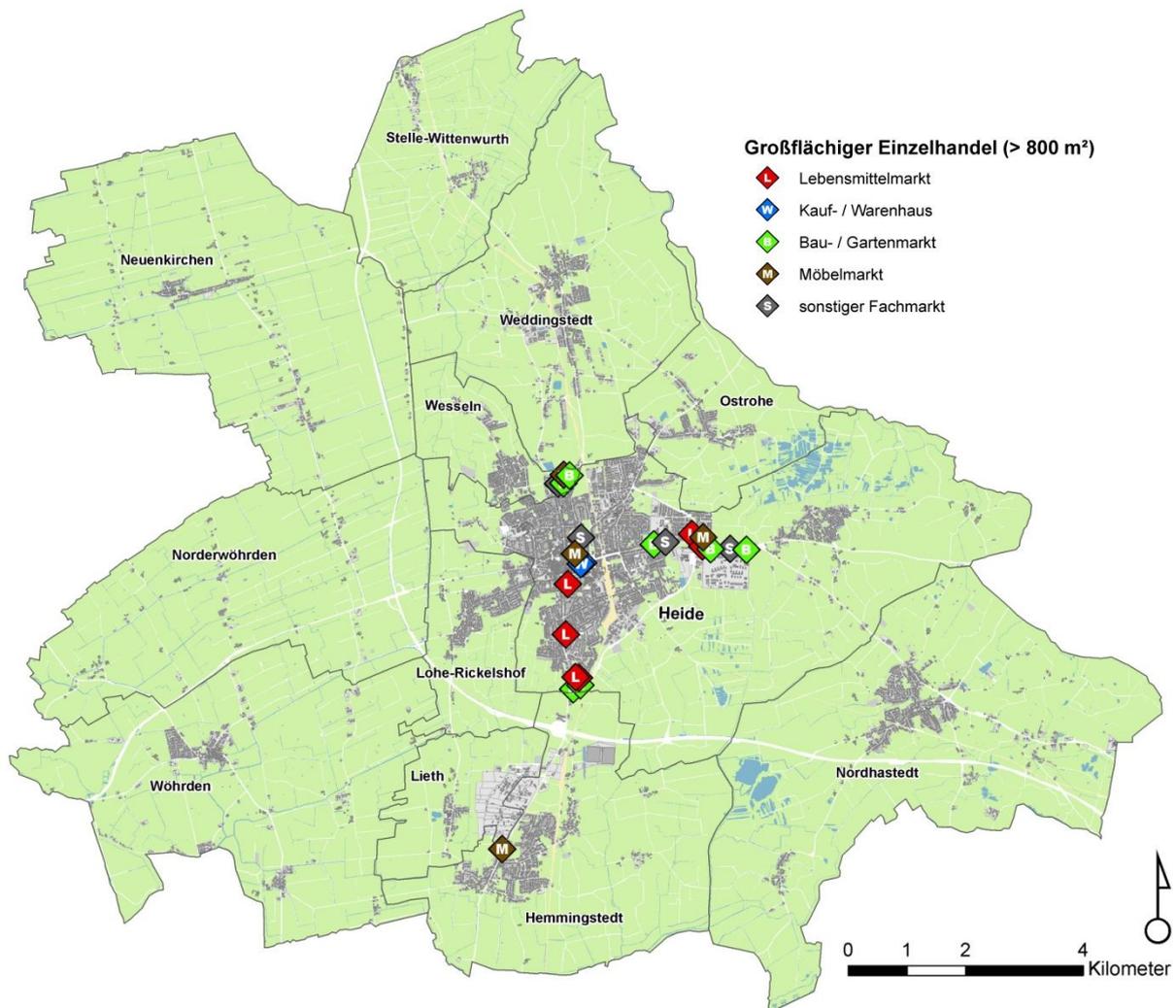
In der Region Heide stellt sich zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung im Februar 2011 folgendes Bild der Einzelhandelssituation dar:

- Insgesamt bestehen in der **Region Heide-Umland 266 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **108.000 m<sup>2</sup>**.
- Das Angebot ist mit **218 Betrieben** und einer Gesamtverkaufsfläche von rund **87.000 m<sup>2</sup>** auf die **Kreisstadt Heide** konzentriert. In den übrigen Umlandgemeinden bestehen insgesamt 48 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 21.000 m<sup>2</sup>.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt in der Region Heide etwa **407 m<sup>2</sup>**. Sie liegt damit deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m<sup>2</sup>, was insgesamt auf einen verhältnismäßig erhöhten Anteil großer bzw. großflächiger Ladeneinheiten schließen lässt.
- Innerhalb der Einzelhandelslandschaft des SUK-Gebietes befinden sich **23 großflächige Einzelhandelsbetriebe**<sup>17</sup> mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **72.000 m<sup>2</sup>**. Das entspricht einem prozentualen Anteil von etwa zwei Dritteln der gesamtstädtischen Einzelhandelsverkaufsfläche. Die Angebotsschwerpunkte im großflächigen Einzelhandel liegen insbesondere in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Nahrungs- und Genussmittel. Die räumliche Lage der großflächigen Anbieter innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes wird in Karte 4 dargestellt. Es lässt sich eine räumliche Konzentration des großflächigen Einzelhandels auf die Kreisstadt Heide feststellen. Zudem sind vier

<sup>17</sup> Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) BauNVO ab einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>; dies entspricht in etwa einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m<sup>2</sup>. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> überschreitet (BVerwG Urt. v. 24.11.2005 – 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05)

großflächige Anbieter in der Umlandgemeinde Wesseln und ein weiterer in Hemmingstedt ansässig.

**Karte 4: Großflächige Betriebe in der Region Heide**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

- Die **drei größten Betriebe** in der Einzelhandelslandschaft des SUK-Gebietes liegen alle in der Kreisstadt Heide. Es sind mit rund 10.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der toom Baumarkt am Standort „Heide-Ost“, mit etwa 7.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche der Hagebaumarkt am Standort „Heide-Süd“ und mit rd. 6.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche das SB-Warenhaus Marktkauf am innerstädtischen Standort „Koopmannshof“.
- Die **leerstehende Einzelhandelsverkaufsfläche** beträgt in der **Region Heide** etwa **12.600 m<sup>2</sup>**, verteilt auf **53 Ladenlokale**. Daraus resultiert eine Leerstandsquote im gesamten Stadt-Umland-Gebiet von rd. **10 %** bezogen auf die **Verkaufsfläche** und von rd. **17 %** bezogen auf die **Betriebe**.
- Den mit Abstand größten Leerstand bildet dabei der rund 4.000 m<sup>2</sup> große ehemalige Verbrauchermarkt Sky (Wandmaker) in der Innenstadt an der Marktwestseite. Dieser großflächige Leerstand relativiert die Quote auf ein Maß, welches der üblichen Fluktuationsrate von bis zu 10 % entspricht.

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels im SUK-Gebiet, untergliedert nach den verschiedenen Warengruppen, wie folgt dar:

**Tabelle 8: Verkaufsflächenangebot des Einzelhandels in der Region Heide nach Warengruppen**

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche
	in m <sup>2</sup>	in %
Nahrungs- und Genussmittel	18.350	16,9
Blumen (Indoor) / Zoo	4.660	4,3
Gesundheit und Körperpflege	4.020	3,7
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.030	1,9
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>29.060</b>	<b>26,8</b>
Bekleidung / Textilien	14.860	13,7
Schuhe / Lederwaren	3.230	3,0
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	3.080	2,8
Spielwaren / Hobbyartikel	3.110	2,9
Sport und Freizeit	3.310	3,1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>27.600</b>	<b>25,5</b>
Wohneinrichtung	7.740	7,1
Möbel	9.340	8,6
Elektro / Leuchten	1.890	1,7
Elektronik / Multimedia	4.210	3,9
Medizinische und orthopädische Artikel	630	0,6
Uhren / Schmuck	430	0,4
Baumarktsortimente	17.850	16,5
Gartenmarktsortimente	9.060	8,4
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>51.160</b>	<b>47,2</b>
Sonstiges	520	0,5
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

Unter rein **quantitativen Gesichtspunkten** sind zum Bild des Einzelhandels **im Stadt-Umland-Gebiet** folgende strukturelle Merkmale festzuhalten:

- Mit rund **29.100 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa **27 %** an der Gesamtverkaufsfläche sind die **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** in der regionalen Einzelhandelslandschaft vertreten. Weitere rund **27.600 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche und damit ein Anteil von rd. **26 %** an der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf die **Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs**. Auf den übrigen etwa **47 %** des Gesamtverkaufsfläche – rd. **51.200 m<sup>2</sup>** – werden **Warengruppen des überwiegend**

**langfristigen Bedarfs** bereitgehalten (vgl. Tabelle 8). Der Angebotsschwerpunkt des lokalen Einzelhandels liegt damit in den Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe.

- Entsprechend der typischen Aufteilung auch in anderen Regionen, Städten und Gemeinden tritt innerhalb der **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** das Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel quantitativ hervor. Mit rund 18.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche – verteilt auf 83 Anbieter – und einem prozentualen Anteil von rd. 17 % an der Verkaufsfläche im SUK-Gebiet, ist diese in der Heider Einzelhandelslandschaft vertreten. Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in dieser Warengruppe liegt mit einem Wert von **0,50 m<sup>2</sup>** deutlich über dem bundesdeutschen Orientierungswert von 0,35 – 0,40 m<sup>2</sup> und deutet auf ein quantitativ überdurchschnittliches Nahrungs- und Genussmittelanangebot in der Region Heide hin. Dieses muss jedoch, neben der rein quantitativen Betrachtung, auch in einen räumlichen sowie strukturellen Zusammenhang gestellt werden, um auch die Qualität der Versorgungssituation beurteilen zu können (vgl. dazu Kapitel 5.4).
- Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufe** werden auf rund 27.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten, was einem Anteil von etwa einem Viertel an der regionalen Gesamtverkaufsfläche entspricht. Dabei entfallen auf die Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels **Bekleidung / Textilien** rund 14.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (ca. 14 % der Gesamtverkaufsfläche in der Region Heide) verteilt auf 43 Betriebe, womit diese in der mittelfristigen Bedarfsstufe am stärksten präsent ist. Die übrigen Warengruppen innerhalb dieser Bedarfsstufe sind in geringerem, jedoch immer noch quantitativ umfangreichem Maß vorhanden.
- Mit rund 51.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (rd. 47 % der regionalen Gesamtverkaufsfläche) sind die **Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe** im regionalen Heider Einzelhandel vertreten. Quantitativ treten insbesondere die Warengruppen der **Bau- und Gartenmarktsortimente** (rd. **26.900 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche) und ferner die Warengruppen Möbel (rd. 9.300 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Wohneinrichtung (rd. 7.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) hervor. Diese werden typischerweise in flächenintensiven Betriebsformen angeboten.

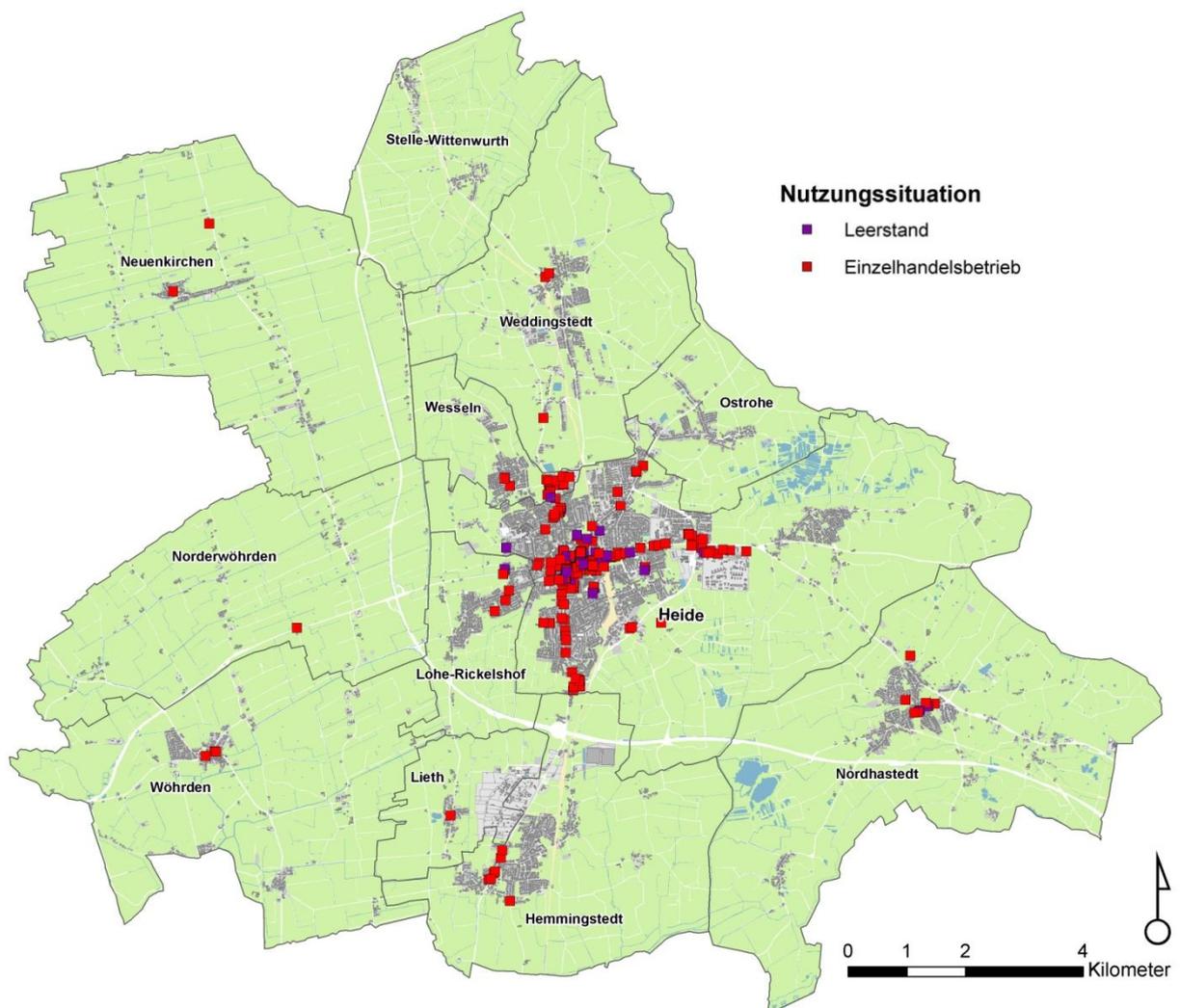
### **Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in der Region Heide nach Erhebungseinheiten**

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes ist insbesondere mit Blick auf strukturelle Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung und zu möglichen Handlungsbedarfen z. B. in den Themenfeldern „wohnungsnaher Grundversorgung der Bevölkerung“ und „Vitalität der städtebaulich-funktionalen Zentren“ von grundlegender Bedeutung. Deshalb ist in einem ersten Arbeitsschritt eine räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in Form einer Betriebs- und Verkaufsflächenzuordnung einerseits nach Erhebungseinheit bzw. Umlandgemeinde und andererseits nach Lagekategorien vorzunehmen. Diese Unterscheidung bildet die Grundlage für die gemeindespezifischen Betrachtungen und die darin inbegriffenen Definitionen funktional zusammenhängender Einzelhandelsbereiche in Kapitel 5.2

In Karte 5 wird ein Überblick über die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe im Stadt-Umland-Gebiet Heide dargestellt. Es ist zu konstatieren, dass das Einzelhandelsangebot in den

Gemeinden des SUK-Gebietes in unterschiedlichem Maße ausgeprägt ist. Eine **räumliche Konzentration** des Einzelhandels ist sehr deutlich in der **Kreisstadt Heide** zu erkennen. Hier befinden sich mit 218 Betrieben etwa 82 % aller Einzelhandelsbetriebe des SUK-Gebietes, die rd. 81 % der regionalen Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen. Darüber hinaus sind rd. 15 % der Verkaufsflächen des Stadt-Umland-Gebietes in der Gemeinde Wesseln lokalisiert, wobei sich diese lediglich auf etwa 7 % aller Betriebe verteilen. Auf die übrigen zehn Gemeinden des Heider Umlandes entfallen insgesamt etwa 4 % der regionalen Gesamtverkaufsfläche und 11 % der Betriebe des SUK-Gebietes. Dies verdeutlicht einen marginalen Einzelhandelsbesatz mit stark eingeschränkter Angebotsbreite und -tiefe in diesen Gemeinden und unterstreicht eine Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage der dort lebenden Bevölkerung auf die Kreisstadt Heide.

**Karte 5: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Region Heide**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Zahlenmäßig stellt sich die räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots nach Erhebungseinheiten bzw. Gemeinden des Stadt-Umland-Gebietes wie in folgender Tabelle 9 aufgelistet dar:

**Tabelle 9: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots nach Erhebungseinheiten**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Kreisstadt Heide	20.890	218	87.310	80,6
Hemmingstedt	2.900	7	2.210	2,0
Lieth	390	1	20	< 0,1
Lohe-Rickelshof	2.020	5	930	0,9
Neuenkirchen	1.010	2	20	< 0,1
Norderwörden	280	1	100	< 0,1
Nordhastedt	2.750	7	850	0,8
Ostrohe**	940	-	-	-
Stelle-Wittenwurth**	490	-	-	-
Weddingstedt	2.260	3	580	0,5
Wesseln	1.380	19	16.220	15,0
Wörden	1.330	3	100	< 0,1
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

\*\* kein Einzelhandel in Ostrohe und Stelle-Wittenwurth vorhanden

Zusammengefasst ergibt sich für die Kreisstadt Heide sowie das gesamte Heider Umland folgendes Bild:

**Tabelle 10: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots nach Erhebungseinheiten**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Kreisstadt Heide	20.890	218	87.310	80,6
Heider Umland	15.700	48	21.030	19,4
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

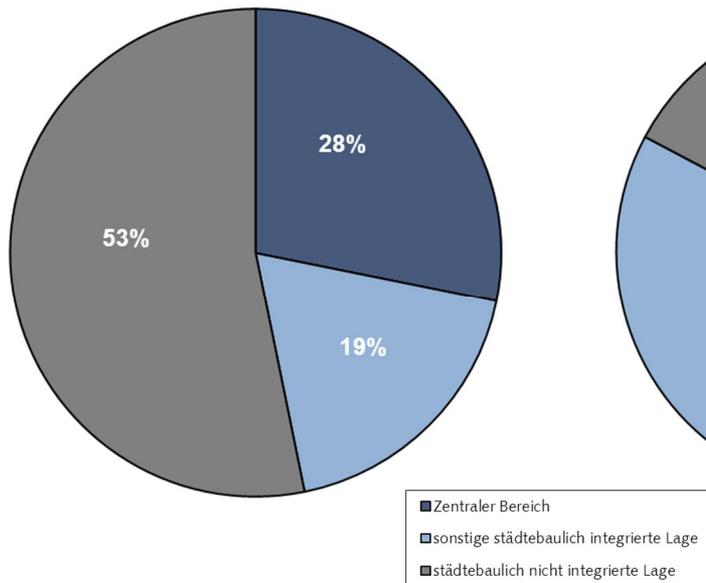
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

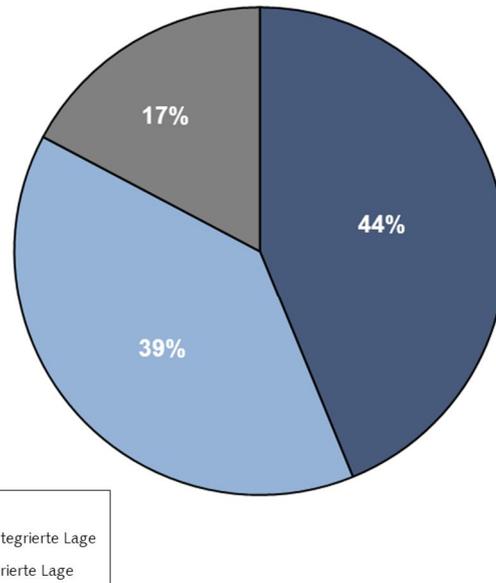
## Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in der Region Heide nach Lagekategorien<sup>18</sup>

Zum Zeitpunkt der flächendeckenden Einzelhandelsvollerhebung im Stadt-Umland-Gebiet Heide im Februar 2011 stellt sich die Verteilung der warengruppenspezifischen Verkaufsflächen sowie die Verteilung der Betriebe differenziert nach den einzelnen Lagekategorien in der **Region Heide** wie folgt dar:

**Abbildung 1: Verkaufsfläche in der Region Heide nach Lagen (in m<sup>2</sup>)**



**Abbildung 2: Anzahl der Betriebe in der Region Heide nach Lagen**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; gerundete Werte

- Insgesamt werden im SUK-Gebiet etwa **28 %** aller Verkaufsfläche in **zentralen Bereichen** vorgehalten. Dies entspricht einer quantitativen Ausprägung von **rd. 30.500 m<sup>2</sup>** verteilt auf **116 Betriebe**. Damit liegen etwa 45 % aller Einzelhandelsbetriebe der Region Heide in zentralen Lagen.
- Auf sonstige **städttebaulich integrierte Lagen** in der Region Heide entfallen mit **rd. 20.300 m<sup>2</sup>** weitere rd. 19 % der regionalen Gesamtverkaufsflächen, die sich auf **104 Einzelhandelsbetriebe** aufteilen. Rund 39 % aller Einzelhandelsbetriebe im Stadt-Umland-Gebiet liegen städtebaulich integriert und dienen damit – neben den zentralen Bereichen – vornehmlich der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung.
- In den städtebaulich **nicht integrierten Lagen** werden etwa **57.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** vorgehalten, was einem Anteil von rd. 53 % an der regionalen Gesamtverkaufsfläche entspricht. Mit **46 Einzelhandelsbetrieben** sind allerdings nur etwa 17 % aller Betriebe des Stadt-Umland-Gebietes in dieser Lagekategorie lokalisiert, womit sich für die nicht integrierten Lagen eine **durchschnittliche Verkaufsfläche von rd. 1.300 m<sup>2</sup> pro Be-**

<sup>18</sup> Zur Definition der relevanten Lagekategorien vgl. Tabelle 2 auf S. 21

**trieb** ergibt. Dieser Wert liegt deutlich über dem Bundesdurchschnitt von etwa 230 m<sup>2</sup> pro Betrieb und ist ein Indiz dafür, dass die Anbieter in den städtebaulich nicht integrierten Lagen überwiegend große Verkaufsflächen aufweisen. Grundsätzlich sind in nicht integrierten Lagen regelmäßig solche großflächigen Anbieter ansässig, die ihren Betrieb aufgrund flächenintensiver Sortimentsstruktur und oftmals geringer Flächenproduktivitäten in zentralen Lagen nicht rentabel aufrechterhalten könnten. In besonderem Maße trifft dies auf den Möbeleinzelhandel sowie auf Fachmärkte mit dem Kernangebotsbereich der Bau- und Gartenmarktsortimente zu.

**Tabelle 11: Verkaufsflächenangebot des Einzelhandels in der Region Heide nach Warengruppen und Lagekategorien**

Warengruppe	Verkaufsfläche nach Lagen			
	ZB*	int*	niL*	gesamt
	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>
Nahrungs- und Genussmittel	4.650	4.630	9.070	18.350
Blumen (Indoor) / Zoo	240	1.410	3.010	4.660
Gesundheit und Körperpflege	1.740	510	1.770	4.020
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.390	270	360	2.030
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.020	6.830	14.210	29.060
Bekleidung / Textilien	9.950	1.590	3.320	14.860
Schuhe / Lederwaren	1.780	540	910	3.230
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	1.710	210	1.160	3.080
Spielwaren / Hobbyartikel	1.640	1.290	180	3.110
Sport und Freizeit	1.230	1.290	790	3.310
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	16.300	4.920	6.370	27.600
Wohneinrichtung	2.220	2.180	3.340	7.740
Möbel	600	2.530	6.220	9.340
Elektro / Leuchten	280	330	1.290	1.890
Elektronik / Multimedia	710	830	2.660	4.210
Medizinische und orthopädische Artikel	610	20	-	630
Uhren / Schmuck	280	90	70	430
Baumarktsortimente	1.170	2.070	14.610	17.850
Gartenmarktsortimente	60	270	8.730	9.060
Überwiegend langfristiger Bedarf	5.930	8.310	36.910	51.160
Sonstiges	280	120	130	520
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>30.540</b>	<b>20.290</b>	<b>57.510</b>	<b>108.340</b>

Quelle: Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011, eigene Berechnung, gerundete Werte

\* ZB = zentraler Bereich; int = sonstige städtebaulich integrierte Lage; niL = städtebaulich nicht integrierte Lage

- Insgesamt werden im SUK-Gebiet etwa **51 % der Verkaufsflächen** von **Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** in zentralen Bereichen und sonstigen städtebaulich integrierten Lagen vorgehalten. Dieser Wert ist als vergleichsweise gering einzuordnen und zeigt auf, dass nahezu die Hälfte des Angebots dieser überwiegend nahversorgungsrelevanten Warengruppen an Standorten in der Region Heide angeboten wird, die keine Relevanz für die fußläufige Erreichbarkeit durch die Bevölkerung haben. In besonderem Maße trifft diese Problematik auf das Angebot im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Gesundheit und Körperpflege** zu. 49 % bzw. 44 % der Verkaufsflächen liegen hier in nicht integrierten Lagen.
- **Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe** werden zu annähernd **80 %** in zentralen Bereichen oder sonstigen integrierten Lagen der Region Heide angeboten. Der Großteil des Angebots entfällt hier auf die zentralen Bereiche. Auffällig ist, dass mit rd. 3.300 m<sup>2</sup> etwa 22 % der Verkaufsflächen der innerstädtischen Leitbranche **Bekleidung / Textilien** auf nicht integrierte Standortbereiche entfallen.
- Naturgemäß werden die **Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs** prioritär in den städtebaulich nicht integrierten Lagen vorgehalten. Dies ist insbesondere darauf zurückzuführen, dass zu dieser Bedarfsstufe flächenintensive Angebote wie Möbel oder Bau- und Gartenmarktsortimente zählen, die aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs, ihrer geringen Flächenproduktivitäten sowie ihres großen Bedarfs an direkt zugeordneten Stellplatzflächen in der Regel auf verkehrsgünstige Standorte auf der grünen oder grauen Wiese angewiesen sind. Dies bestätigt sich auch im Stadt-Umland-Gebiet Heide. Rund 64 % der Verkaufsflächen in der langfristigen Bedarfsstufe liegen in städtebaulich nicht integrierter Lage. Auffällig ist allerdings, dass die typischerweise zentrenbedeutsame Warengruppe **Elektronik / Multimedia** ihren Angebotsschwerpunkt im SUK-Gebiet mit etwa 63 % außerhalb zentraler Bereich sowie sonstiger integrierter Lagen besitzt.

**Insgesamt** ergibt sich für die Region Heide, dass rd. 83 % aller Einzelhandelsbetriebe in zentralen Bereichen oder sonstigen städtebaulich integrierten Lagen liegen. Dieser Wert fällt grundsätzlich positiv auf, wobei in Relation dazu konstatiert werden muss, dass die 17 % der Einzelhandelsbetriebe außerhalb des städtebaulich integrierten Siedlungszusammenhangs etwa 53 % der regionalen Gesamtverkaufsfläche auf sich vereinen. Damit liegen mehr als die Hälfte aller Verkaufsflächen im SUK-Gebiet in städtebaulich nicht integrierter Lage und sind damit ohne Relevanz für eine fußläufige Erreichbarkeit durch die Bevölkerung der Region Heide. Besonders problematisch stellt sich dar, dass auch auf typischerweise nahversorgungsrelevante (Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege) oder innenstadtprägende (Bekleidung / Textilien, Elektronik / Multimedia) Angebotsbereiche große Verkaufsflächenanteile in städtebaulich nicht integrierten Lagen entfallen.

## 5.2 Struktur des Einzelhandels in der Kreisstadt Heide und den übrigen Umlandgemeinden des SUK-Gebietes

---

In Konkretisierung der angebotstechnischen Gesamtbetrachtung der Region Heide wird im Folgenden gesondert auf die einzelhandelsbezogene Angebotssituation in den einzelnen Erhebungseinheiten des Stadt-Umland-Gebietes eingegangen. Hierzu wird die Kreisstadt Heide sowie jede Umlandkommune einer kurzen, gesonderten Betrachtung unterzogen.

### 5.2.1 Kreisstadt Heide

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Kreisstadt Heide zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 12: Angebotssituation in der Kreisstadt Heide**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
<b>Kreisstadt Heide</b>	<b>20.890</b>	218	87.310	80,6
<b>Region Heide - gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

- Insgesamt bestehen in der **Kreisstadt Heide 218 Betriebe** des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **87.000 m<sup>2</sup>**. Damit entfallen rd. 80 % aller Verkaufsflächen des Stadt-Umland-Gebietes auf die mittelzentrale Kreisstadt, der damit unter einzelhandelsrelevanten Gesichtspunkten in der Region Heide eine Mittelpunktfunktion zukommt.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt in der Stadt Heide etwa **401 m<sup>2</sup>**. Sie liegt damit deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m<sup>2</sup>, was insgesamt auf einen verhältnismäßig erhöhten Anteil großer bzw. großflächiger Ladeneinheiten schließen lässt.
- Für die Kreisstadt Heide ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung** von **rd. 4,2 m<sup>2</sup> pro Einwohner<sup>19</sup>**. Diese liegt deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rd. 1,4 m<sup>2</sup>/Einwohner und ist als Indiz auszulegen, dass in der Stadt Heide eine **quantitativ überdurchschnittlich** aufgestellte Einzelhandelsstruktur vorhanden ist, welcher auch im regionalen Kontext eine hohe Versorgungsbedeutung zukommt.
- Die **leerstehende Einzelhandelsverkaufsfläche** beträgt in der **Stadt Heide** etwa **11.200 m<sup>2</sup>**, verteilt auf **49 Ladenlokale**. Daraus resultiert eine gesamtstädtische Leerstandsquote von rd. **11 %** bezogen auf die **Verkaufsfläche** und von rd. **18 %** bezogen auf die **Betriebe**. Auf die Heider Innenstadt entfallen mit rd. 7.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche etwa 67 % der gesamtstädtisch leerstehenden Verkaufsflächen. Darin inbegriffen ist jedoch auch ein großer zentrumsnaher Leerstand (ehemaliger Wandmarker / Sky-Supermarkt am Heider Marktplatz mit rd. 3.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), dem perspektivisch eine Neunutzung zugeführt werden soll.
- Im Heider Stadtgebiet sind **drei räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels** zu identifizieren. Hierunter fallen einerseits die Heider Innenstadt in zentraler Lage des Siedlungskörpers und andererseits zwei Sonderstandorte („Heide-Ost“ und „Heide-Süd“) des überwiegend großflächigen Einzelhandels in städtebaulich nicht integrierter Lage. Eine nähere Betrachtung dieser Standortbereiche erfolgt in Kapitel 5.3.

<sup>19</sup> Vgl. hierzu auch Tabelle 14 auf S. 47

Differenziert nach Warengruppen schlüsseln sich die rd. 87.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche in der Kreisstadt wie in folgender Tabelle 13 dargestellt auf:

**Tabelle 13: Verkaufsflächenangebot des Einzelhandels in der Kreisstadt Heide nach Warengruppen**

Warengruppe	Verkaufsfläche	Anteil an der Gesamtverkaufsfläche
	in m <sup>2</sup>	in %
Nahrungs- und Genussmittel	15.140	17,3
Blumen (Indoor) / Zoo	4.110	4,7
Gesundheit und Körperpflege	3.460	4,0
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.800	2,1
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>24.490</b>	<b>28,0</b>
Bekleidung / Textilien	11.730	13,4
Schuhe / Lederwaren	2.460	2,8
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	2.770	3,2
Spielwaren / Hobbyartikel	3.050	3,5
Sport und Freizeit	2.710	3,1
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>22.720</b>	<b>26,0</b>
Wohneinrichtung	5.900	6,8
Möbel	5.400	6,2
Elektro / Leuchten	1.820	2,1
Elektronik / Multimedia	4.030	4,6
Medizinische und orthopädische Artikel	630	0,7
Uhren / Schmuck	300	0,3
Baumarktsortimente	13.060	15,0
Gartenmarktsortimente	8.440	9,7
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>39.570</b>	<b>45,3</b>
Sonstiges	520	0,6
<b>Kreisstadt Heide – gesamt</b>	<b>87.310</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

Unter rein **quantitativen Gesichtspunkten** sind zum Bild des Einzelhandels **in der Kreisstadt Heide** folgende strukturelle Merkmale festzuhalten:

- Mit rund **24.500 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa **28 %** an der Gesamtverkaufsfläche sind die **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** in der gesamtstädtischen Einzelhandelslandschaft vertreten. Weitere rund **22.700 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche und damit ein Anteil von rd. **26 %** an der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf die **Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs**. Auf den übrigen etwa

**45 %** des Gesamtverkaufsfläche – rd. **39.600 m<sup>2</sup>** – werden **Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs** bereitgehalten (vgl. Tabelle 13).

- Entsprechend der typischen Aufteilung auch in anderen Städten und Gemeinden tritt innerhalb der **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** das Angebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel quantitativ hervor. Mit rund 15.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche – verteilt auf 60 Anbieter – und einem prozentualen Anteil von rd. 17 % an der Verkaufsfläche der Kreisstadt Heide, ist diese in der örtlichen Einzelhandelslandschaft vertreten. Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in dieser Warengruppe liegt mit einem Wert von **0,72 m<sup>2</sup>** sehr deutlich über dem bundesdeutschen Orientierungswert von 0,35 – 0,40 m<sup>2</sup> und deutet – auch vor dem Hintergrund des raumordnerischen zuerkannten Versorgungsauftrags – auf ein quantitativ überdurchschnittliches Lebensmittelangebot in der mittelzentralen Kreisstadt hin. Dieser Teil der Angebotsstrukturen verdeutlicht zudem die einzelhandelsbezogene Mittelpunktfunktion der Stadt Heide innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes. Um die Qualität des quantitativ umfangreich vorhandenen Angebots, insbesondere vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten SUK-Gebiet, beurteilen zu können, muss der Wert jedoch in einen räumlichen sowie strukturellen Zusammenhang gestellt werden (vgl. dazu Kapitel 5.4).
- Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsstufe** werden auf rund 22.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche angeboten, was einem Anteil von etwa einem Viertel an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Heide entspricht. Der größte Anteil dieser Verkaufsflächen entfällt dabei mit rd. 11.730 m<sup>2</sup> auf die innerstädtische Leitbranche Bekleidung / Textilien.
- Mit rd. 45 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sind die **Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe** in der Kreisstadt vertreten. Quantitativ treten insbesondere die Warengruppen der **Bau- und Gartenmarktsortimente** (rd. **21.500 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche) hervor.

Aus den warengruppenspezifischen Verkaufsflächenausstattungen in der Kreisstadt Heide lassen sich unter Berücksichtigung der aktuellen Einwohnerzahl Verkaufsflächenausstattungsgrade pro Einwohner bestimmen. Diese werden in folgender Tabelle 14 im interkommunalen Vergleich mit Kommunen ähnlicher Struktur und Größenordnung bzw. räumlicher Lage verglichen, um die quantitativ überdurchschnittliche Aufstellung des Heider Einzelhandels zu verifizieren.

**Tabelle 14: Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner ausgewählter Warengruppen in der Kreisstadt Heide im interkommunalen Vergleich**

Einwohner	Kreisstadt Heide	Husum	Neu-münster	Quickborn
	20.890	22.500	76.960	22.000
in m <sup>2</sup> / Einwohner				
Nahrungs- und Genussmittel	0,72	0,92	0,54	0,46
Gesundheit- und Körperpflege	0,17	0,17	0,09	0,07
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	0,09	0,11	0,05	0,03
Bekleidung / Textilien	0,56	0,69	0,36	0,06
Schuhe / Lederwaren	0,12	0,16	0,06	0,02
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	0,13	0,25	0,13	0,04
Spielwaren / Hobbyartikel	0,15	0,11	0,04	0,02
Sport und Freizeit	0,13	0,20	0,06	0,03
Möbel	0,26	0,54	0,48	0,04
Elektronik / Multimedia	0,19	0,14	0,08	0,02
Bau- und Gartenmarktsortimente	1,03	1,58	0,89	0,25
<b>gesamt</b>	<b>4,18</b>	<b>5,52</b>	<b>3,10</b>	<b>1,14</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Einzelhandelserhebungen des Büros Junker & Kruse (Heide: Februar 2011; Husum: 2007; Neumünster: 2007; Quickborn: 2006)

- Im interkommunalen Vergleich kennzeichnet sich das Angebot der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** durch einen **hohen Ausstattungsgrad**. In Relation zum bundesdeutschen Mittelwert von 0,35-0,40 m<sup>2</sup> pro Einwohner in dieser Warengruppe, ist der Heider Ausstattungsgrad als **überdurchschnittlich** einzuordnen.
- Die Warengruppe **Bekleidung / Textilien** des überwiegend mittelfristigen Bedarfs markiert eine innerstädtische Leitbranche, da sie maßgeblich das Einzelhandelsgebot in zentralen Bereichen prägt. Mit einer einwohnerbezogenen Verkaufsfläche von 0,56 m<sup>2</sup> kennzeichnet sich die Kreisstadt Heide im interkommunalen Vergleich durch einen **hohen Ausstattungsgrad**, der zwar geringer ist als jener der ebenfalls mittelzentralen Stadt Husum, jedoch deutlich über dem Ausstattungsgrad des schleswig-holsteinischen Oberzentrums Neumünster rangiert. Dies deutet in einer ersten Einschätzung auf eine quantitativ gute Angebotsausstattung der Stadt Heide in Bezug auf diese Warengruppe hin.
- Auch in den Warengruppen des langfristigen Bedarfs kann sich die Stadt Heide im interkommunalen Vergleich durch durchschnittliche bis überdurchschnittliche Ausstattungsgrade profilieren. Hervorzuheben ist hier insbesondere der Ausstattungsgrad im Bereich der Bau- und Gartenmarktsortimente. Lediglich das Angebot im Bereich Möbel rangiert deutlich unter den Ausstattungsgraden der Vergleichskommunen Husum und Neumünster, was darauf zurückzuführen ist, dass in der Einzelhandelslandschaft der Kreisstadt kein regional bedeutsamer, namhafter großer Möbelmarkt vertreten ist.

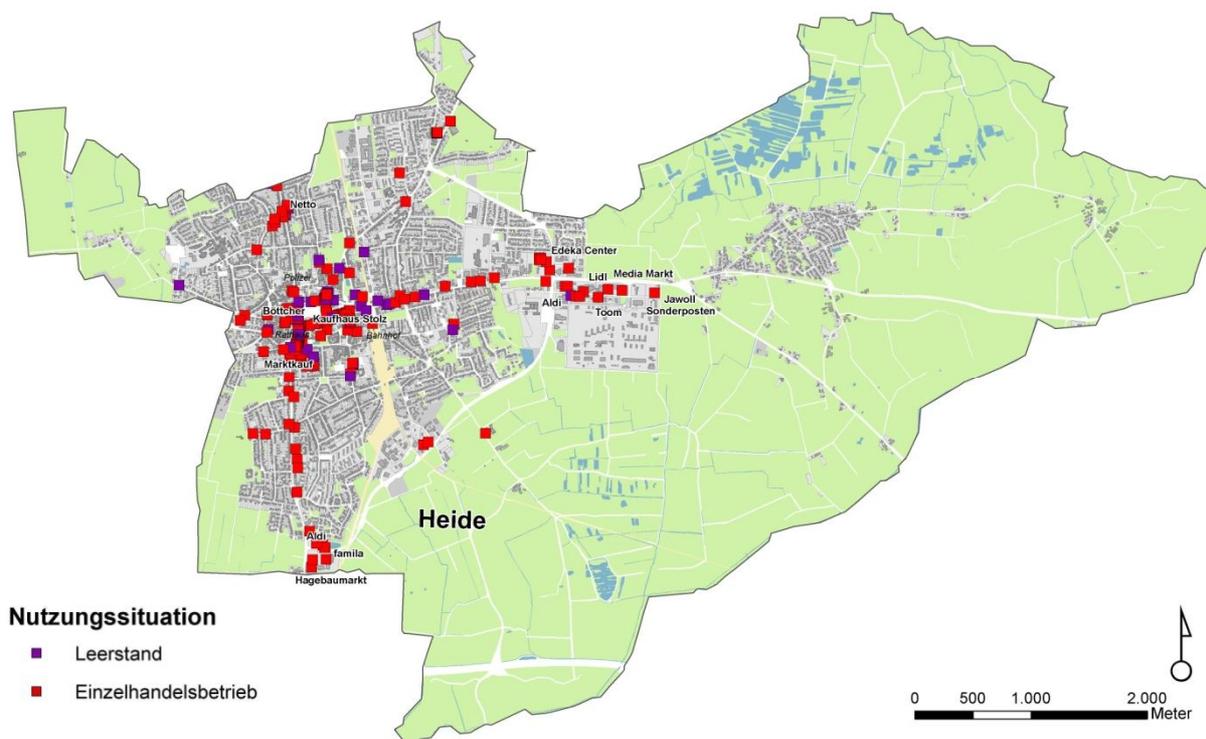
**Insgesamt** ergibt sich für das Heider Einzelhandelsangebot ein **hoher gesamtstädtischer Ausstattungsgrad** von ca. **4,2 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche pro Einwohner. Die quantitative Betrachtung der Verkaufsflächenausstattungen lassen – auch im interkommunalen Vergleich – über alle Warengruppen keine relevanten Angebotsdefizite erkennen, die einen akuten Handlungs- oder Nachholbedarf folgern ließen. Somit kann als Fazit der rein quantitativen Betrachtung der Einzelhandelsstruktur in der Kreisstadt Heide festgehalten werden, dass diese ihrem raumordnerisch zuerkannten Versorgungsauftrag als Mittelzentrum im Stadt-Umland-Gebiet gerecht wird und sich im überörtlichen Kontext durch ein quantitativ gut bis überdurchschnittlich gut strukturiertes Einzelhandelsangebot profilieren kann. Im weiteren Verlauf müssen diese quantitativen Ergebnisse allerdings in einen räumlichen sowie strukturellen Zusammenhang gestellt werden.

### Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in der Kreisstadt Heide

Da in der Kreisstadt Heide insgesamt rund vier Fünftel der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche des SUK-Gebietes lokalisiert sind und sich damit eine einzelhandelsbezogene Dominanz des Mittelzentrums in der eher ländlich geprägten Region ergibt, wird auch für das dortige Einzelhandelsangebot eine räumliche Differenzierung vorgenommen. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund struktureller Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung in der Region sowie für die Definition funktional zusammenhängender Einzelhandelsbereiche von grundlegender Bedeutung.

In Karte 6 ist die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Kreisstadt Heide dargestellt. Es sind **drei räumliche Konzentrationen** von Einzelhandelsbetrieben auszumachen, die als funktional zusammenhängende Handelsbereiche identifiziert werden. Dies sind die **Heider Innenstadt** sowie die beiden Sonderstandorte „**Heide-Ost**“ und „**Heide-Süd**“. Eine detaillierte Betrachtung dieser räumlichen Angebotsschwerpunkte wird in Kapitel 5.3 vorgenommen.

**Karte 6: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Kreisstadt Heide**

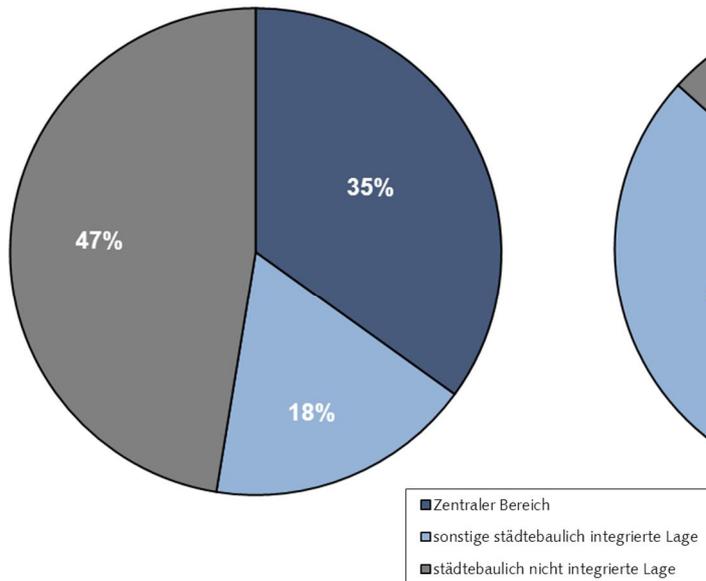


Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

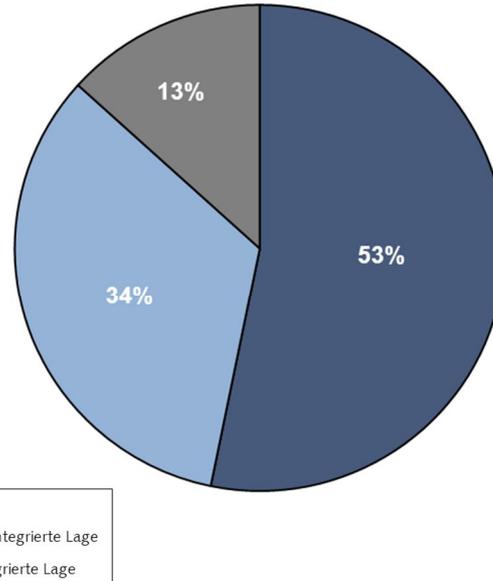
### Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots in der Kreisstadt Heide nach Lagekategorien<sup>20</sup>

Zum Zeitpunkt der flächendeckenden Einzelhandelsvollerhebung im Stadt-Umland-Gebiet Heide im Februar 2011 stellt sich die Verteilung der warengruppenspezifischen Verkaufsflächen sowie die Verteilung der Betriebe differenziert nach den einzelnen Lagekategorien in der **Stadt Heide** wie folgt dar:

**Abbildung 3: Verkaufsfläche in der Kreisstadt Heide nach Lagen (in m<sup>2</sup>)**



**Abbildung 4: Anzahl der Betriebe in der Kreisstadt Heide nach Lagen**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; gerundete Werte

- Insgesamt werden im Mittelzentrum Heide etwa **35 %** aller Verkaufsfläche in **zentralen Bereichen** vorgehalten. Dies entspricht einer quantitativen Ausprägung von **rd. 30.500 m<sup>2</sup>** verteilt auf **116 Betriebe**. Damit liegen etwa 53 % aller Einzelhandelsbetriebe der Stadt Heide in zentralen Lagen.
- Auf sonstige **städtebaulich integrierte Lagen** in der Kreisstadt entfallen mit **rd. 15.400 m<sup>2</sup>** weitere rd. 17 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die sich auf **73 Einzelhandelsbetriebe** aufteilen. Rund 33 % aller Heider Einzelhandelsbetriebe liegen somit städtebaulich integriert und dienen damit – neben den zentralen Bereichen – vornehmlich der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung.
- In den **städtebaulich nicht integrierten Lagen** werden **etwa 41.400 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche vorgehalten, was einem Anteil von rd. 47 % an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt Heide entspricht. Mit **29 Einzelhandelsbetrieben** sind allerdings nur etwa 13 % aller Heider Betriebe in dieser Lagekategorie lokalisiert, womit sich für die nicht integrierten Lagen eine durchschnittliche Verkaufsfläche von rd. 1.430 m<sup>2</sup> pro Betrieb ergibt. Dieser Wert

<sup>20</sup> Zur Definition der relevanten Lagekategorien vgl. Tabelle 2 auf S. 21

rangiert über jenem für die Region Heide und liegt ebenfalls deutlich über dem Bundesdurchschnitt von etwa 230 m<sup>2</sup> pro Betrieb. Er ist ein Indiz dafür, dass die Anbieter in den städtebaulich nicht integrierten Lagen der Stadt Heide überwiegend große Verkaufsflächen aufweisen und vergleichsweise größer sind als die Betriebe in nicht integrierten Lagen des Heider Umlands.

**Tabelle 15: Verkaufsflächenangebot des Einzelhandels in der Kreisstadt Heide nach Warengruppen und Lagekategorien**

Warengruppe	Verkaufsfläche nach Lagen			
	ZB*	int*	niL*	gesamt
	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>	in m <sup>2</sup>
Nahrungs- und Genussmittel	4.650	2.810	7.680	15.140
Blumen (Indoor) / Zoo	240	1.310	2.560	4.110
Gesundheit und Körperpflege	1.740	390	1.320	3.460
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.390	220	180	1.800
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>8.020</b>	<b>4.740</b>	<b>11.730</b>	<b>24.490</b>
Bekleidung / Textilien	9.950	1.050	730	11.730
Schuhe / Lederwaren	1.780	460	220	2.460
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	1.710	100	960	2.770
Spielwaren / Hobbyartikel	1.640	1.290	120	3.050
Sport und Freizeit	1.230	1.260	230	2.710
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>16.300</b>	<b>4.160</b>	<b>2.260</b>	<b>22.720</b>
Wohneinrichtung	2.220	2.160	1.530	5.900
Möbel	600	920	3.870	5.400
Elektro / Leuchten	280	290	1.250	1.820
Elektronik / Multimedia	710	740	2.580	4.030
Medizinische und orthopädische Artikel	610	20	-	630
Uhren / Schmuck	280	20	-	300
Baummarktsortimente	1.170	1.930	9.960	13.060
Gartenmarktsortimente	60	260	8.110	8.440
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>5.930</b>	<b>6.340</b>	<b>27.300</b>	<b>39.570</b>
Sonstiges	280	120	130	520
<b>Kreisstadt Heide – gesamt</b>	<b>30.540</b>	<b>15.480</b>	<b>41.300</b>	<b>87.310</b>

Quelle: Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011, eigene Berechnung, gerundete Werte

\* ZB = zentraler Bereich; int = sonstige städtebaulich integrierte Lage; niL = städtebaulich nicht integrierte Lage

- Insgesamt werden in der Kreisstadt Heide etwa **52 % der Verkaufsflächen** von **Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** in zentralen Bereichen und sonstigen städtebaulich integrierten Lagen vorgehalten, wobei auf die zentralen Bereiche lediglich 33 % der Ver-

kaufsf lächen entfallen. Dieser Wert ist als vergleichsweise gering einzuordnen und zeigt auf, dass nahezu die Hälfte des Angebots dieser überwiegend nahversorgungsrelevanten Warengruppen an Standorten im Heider Stadtgebiet angeboten wird, die keine Relevanz für die fußläufige Erreichbarkeit durch die Bevölkerung haben. In besonderem Maße trifft diese Problematik auf das Angebot im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** zu. Annähernd **50 %** der **gesamstädtischen Verkaufsflächen** liegen hier in **nicht integrierten Lagen**.

- **Rund 90 %** der **Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe** werden in zentralen Bereichen oder sonstigen integrierten Lagen des Mittelzentrums Heide angeboten, wobei der Großteil des Angebots auf die zentralen Bereiche entfällt.
- **Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs** werden zu etwa 70 % in den städtebaulich nicht integrierten Lagen des Heider Stadtgebietes vorgehalten. Auffällig ist, dass die typischerweise zentrenbedeutsame Warengruppe **Elektronik / Multimedia** ihren gesamstädtischen Angebotsschwerpunkt mit etwa 64 % außerhalb zentraler Bereiche sowie sonstiger integrierter Lagen besitzt.

**Insgesamt** ergibt sich für die mittelzentrale Kreisstadt des SUK-Gebietes, dass annähernd 90 % aller Einzelhandelsbetriebe in zentralen Bereichen oder sonstigen städtebaulich integrierten Lagen liegen. Dieser Wert fällt grundsätzlich positiv auf, wobei in Relation dazu konstatiert werden muss, dass die etwa 13 % der Einzelhandelsbetriebe außerhalb des städtebaulich integrierten Siedlungszusammenhangs nahezu die Hälfte der gesamstädtischen Einzelhandelsverkaufsfläche auf sich vereinen. Dies weist darauf hin, dass die Anbieter in den städtebaulich nicht integrierten Lagen der Stadt Heide überwiegend große Verkaufsflächen aufweisen bzw. großflächig sind und der innerstädtische Einzelhandelsbestand in zentralen Bereichen bzw. sonstigen städtebaulich integrierten Lagen eher kleinteilig strukturiert ist. Besonders problematisch stellt sich dar, dass die Angebotsschwerpunkte der typischerweise nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie die innenstadtprägende Warengruppen Elektronik / Multimedia auf nicht integrierten Lagen im Heider Stadtgebiet entfallen.

### 5.2.2 Hemmingstedt

---

Die Gemeinde Hemmingstedt ist mit einer Bevölkerung von rd. 2.900 Menschen die einwohnerstärkste Gemeinde im Heider Umland. Sie ist südlich der Stadt Heide gelegen und über die Meldorfer Straße (B5) direkt mit dem Siedlungskörper der Kreisstadt verbunden. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 5,5 Kilometer. Insbesondere der Sonderstandort „Heide-Süd“ ist aus dem Hemmingstedter Gemeindegebiet verkehrlich gut erreichbar.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Hemmingstedt zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 16: Angebotssituation in Hemmingstedt**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Hemmingstedt	2.900	7	2.210	2,0
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

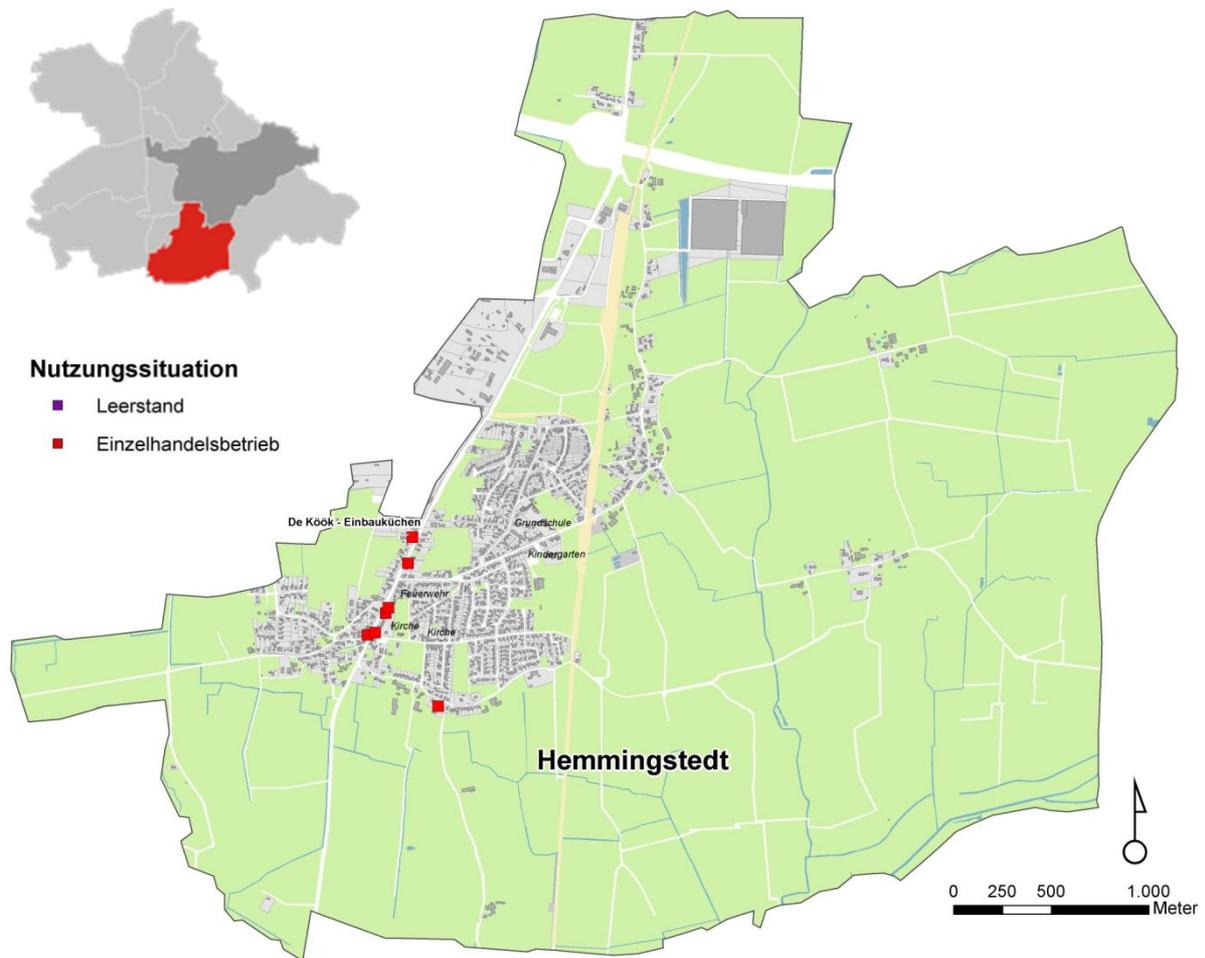
\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

Das Einzelhandelsangebot in der Umlandgemeinde Hemmingstedt beschränkt sich auf sieben Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.210 m<sup>2</sup> und charakterisiert sich somit durch eine vergleichsweise rudimentär ausgeprägte Struktur. Mit etwa 1.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche entfallen nahezu drei Viertel der Hemmingstedter Verkaufsfläche auf den Anbieter „De Köök – Einbauküchen“. Daneben existieren ein Modegeschäft (Giesow Moden mit rd. 350 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), ein Rollladenfachgeschäft (Rollo Möller mit rd. 120 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und vier weitere, kleinteilig strukturierte Betriebe mit Kernsortimenten im kurzfristigen Bedarfsbereich. Die Einzelhandelsnutzungen konzentrieren sich entlang der Meldorfer Straße, der zentralen Erschließungsstraße des Siedlungskörpers der Gemeinde Hemmingstedt (vgl. Karte 7).

Insgesamt ist das lokale Angebot in der Gemeinde Hemmingstedt damit nicht in der Lage, die innergemeindlich vorhandene Einzelhandelsnachfrage – insbesondere im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung<sup>21</sup> – zu befriedigen. Dies signalisiert eine primäre Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die mittelzentrale Kreisstadt Heide.

<sup>21</sup> Vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 7: Hemmingstedt – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.2.3 Lieth

Das Straßendorf Lieth ist mit einer Bevölkerung von etwa 390 Menschen die Gemeinde mit den zweitwenigsten Einwohnern im SUK-Gebiet. Sie ist südlich der Stadt Heide gelegen, grenzt jedoch nicht direkt an den Siedlungskörper der Kreisstadt an. Im Osten des Liether Gemeindegebietes, in östlicher Nachbarschaft des Siedlungskörpers, befindet sich eine Erdölraffinerie der Shell AG, die das Erscheinungsbild der Gemeinde prägt. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 5 Kilometer.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Lieth zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 17: Angebotssituation in Lieth**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Lieth	390	1	20	< 0,1
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

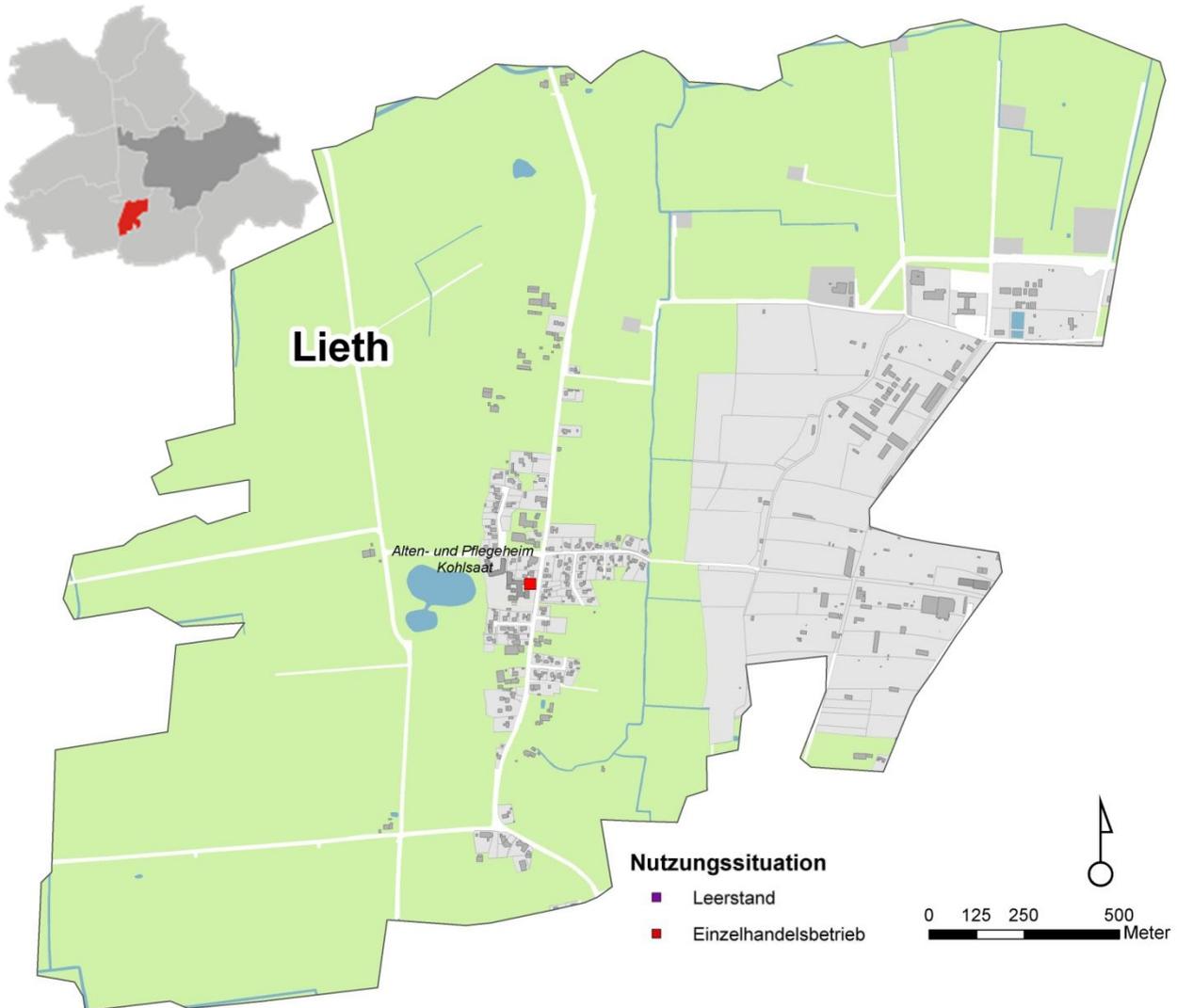
\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

In der Gemeinde Lieth besteht lediglich ein einziger Einzelhandelsbetrieb mit marginaler Verkaufsfläche. Dieser liegt an der Dorfstraße und ist in das Senioren- und Pflegeheim Kohlsaar integriert (vgl. Karte 8). Hier werden – nicht nur für Besucher oder Bewohner des Pflegeheims – in geringem Umfang Waren des täglichen Bedarfs angeboten.

Insgesamt ist das lokale Angebot in der Gemeinde Lieth nicht in der Lage, die innergemeindlich vorhandene Einzelhandelsnachfrage – insbesondere im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung<sup>22</sup> – zu befriedigen. Dies signalisiert eine primäre Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die mittelzentrale Kreisstadt Heide.

<sup>22</sup> Vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 8: Lieth – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

#### 5.2.4 Lohe-Rickelshof

Die Gemeinde Lohe-Rickelshof ist südwestlich der Kreisstadt Heide gelegen und weist eine Einwohnerzahl von etwa 2.000 Menschen auf. Das Gemeindegebiet grenzt direkt an jenes der Stadt Heide. Auch der Siedlungskörper geht fließend in die bebaute Struktur des Mittelzentrums über. Über den Loher Weg ist das Zentrum von Heide direkt erreichbar. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 2 Kilometer.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Lohe-Rickelshof zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 18: Angebotssituation in Lohe-Rickelshof**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Lohe-Rickelshof	2.020	5	930	0,9
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011;  
eigene Berechnung

\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

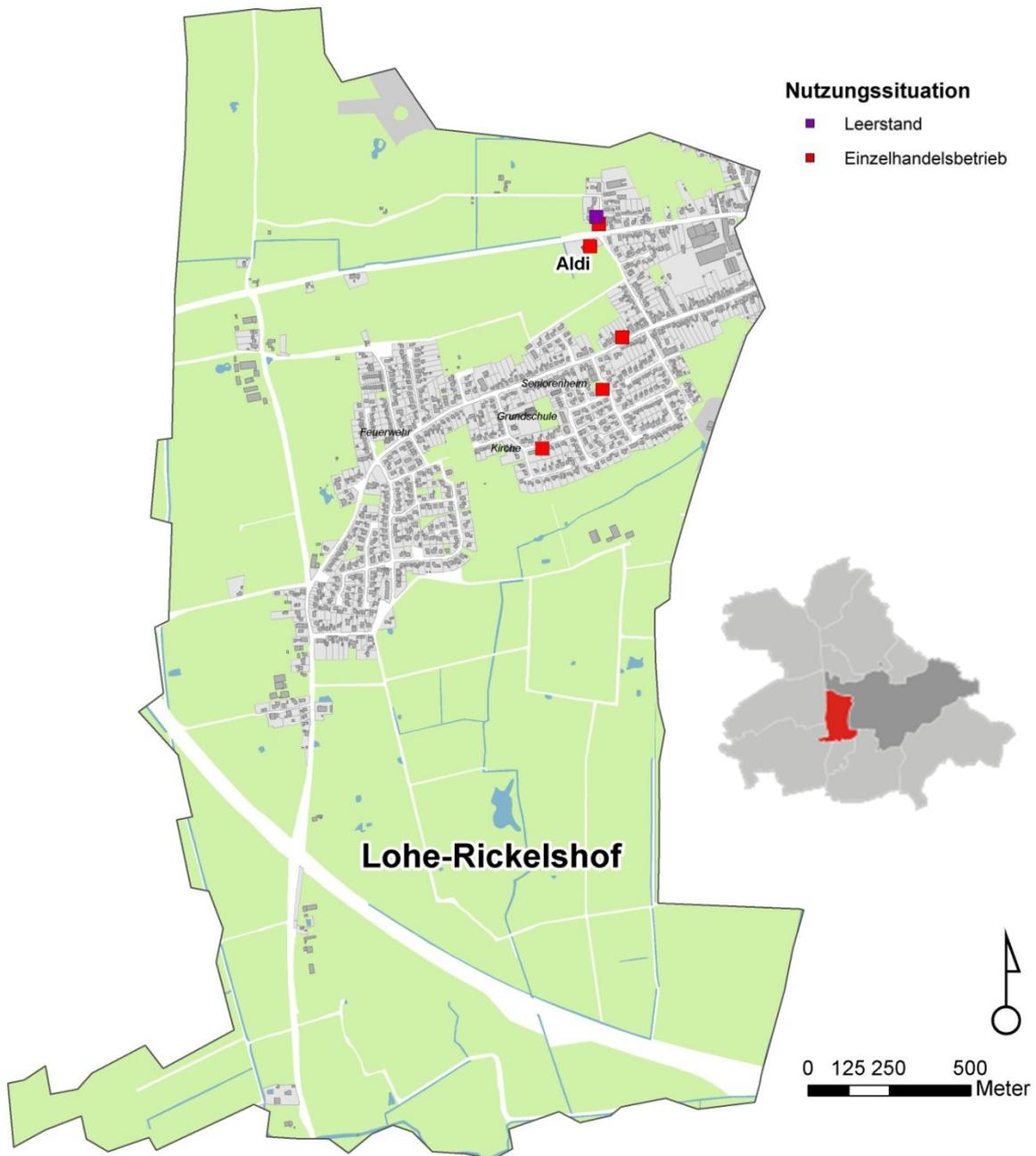
Das Einzelhandelsangebot in der Umlandgemeinde Lohe-Rickelshof verteilt sich auf fünf Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 930 m<sup>2</sup>. Zentraler Anbieter in Lohe-Rickelshof ist der Lebensmitteldiscounter Aldi am Friedrichswerk mit einer Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup>. Des Weiteren existieren vier kleinteilig strukturierte Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im kurzfristigen Bedarfsbereich, die sich im Siedlungsbereich Loher Weg verteilen (vgl. Karte 9).

In Lohe-Rickelshof befindet sich zudem ein durch Einzelhandelsnutzung vorgeprägtes, leerstehendes Gebäude, welches sich – in Relation zum örtlichen Verkaufsflächenumfang – mit 500 m<sup>2</sup> durch eine stattliche Größe kennzeichnet.

Insgesamt weist das lokale Angebot in der Gemeinde Lohe-Rickelshof einen vergleichsweise geringen Umfang und eine eingeschränkte Breite auf, sodass die Einzelhandelsnachfrage der Lohe-Rickelshofer Bevölkerung nur ansatzweise befriedigt und eine Hauptausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die Stadt Heide unterstellt werden kann. Durch den ortsansässigen Aldi ist jedoch ein Lebensmittelanbieter in heute marktüblicher Größenordnung ansässig, der ein Versorgungsangebot im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung<sup>23</sup> bietet. Dieser liegt allerdings in Siedlungsrandlage der Gemeinde Lohe-Rickelshof in direktem Übergang zum Stadtgebiet der Kreisstadt Heide an einer städtischen Ausfallstraße, was eine primäre Orientierung auf den Autokunden vermuten lässt.

<sup>23</sup> Vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 9: Lohe-Rickelshof – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.2.5 Neuenkirchen

Die größere Flächengemeinde Neuenkirchen befindet sich im Nordosten des SUK-Gebietes. Sie umfasst rd. 1.000 Einwohner und kennzeichnet sich durch eine disperse Siedlungsstruktur und einen kleinen Siedlungsschwerpunkt. Die Dorfmitte markiert die im 14. Jahrhundert errichtete

Sankt-Jacobi-Kirche, die eines der ältesten Kulturdenkmäler im Landkreis Dithmarschen darstellt. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 8 Kilometer.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Neuenkirchen zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 19: Angebotssituation in Neuenkirchen**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Neuenkirchen	1.010	2	20	< 0,1
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

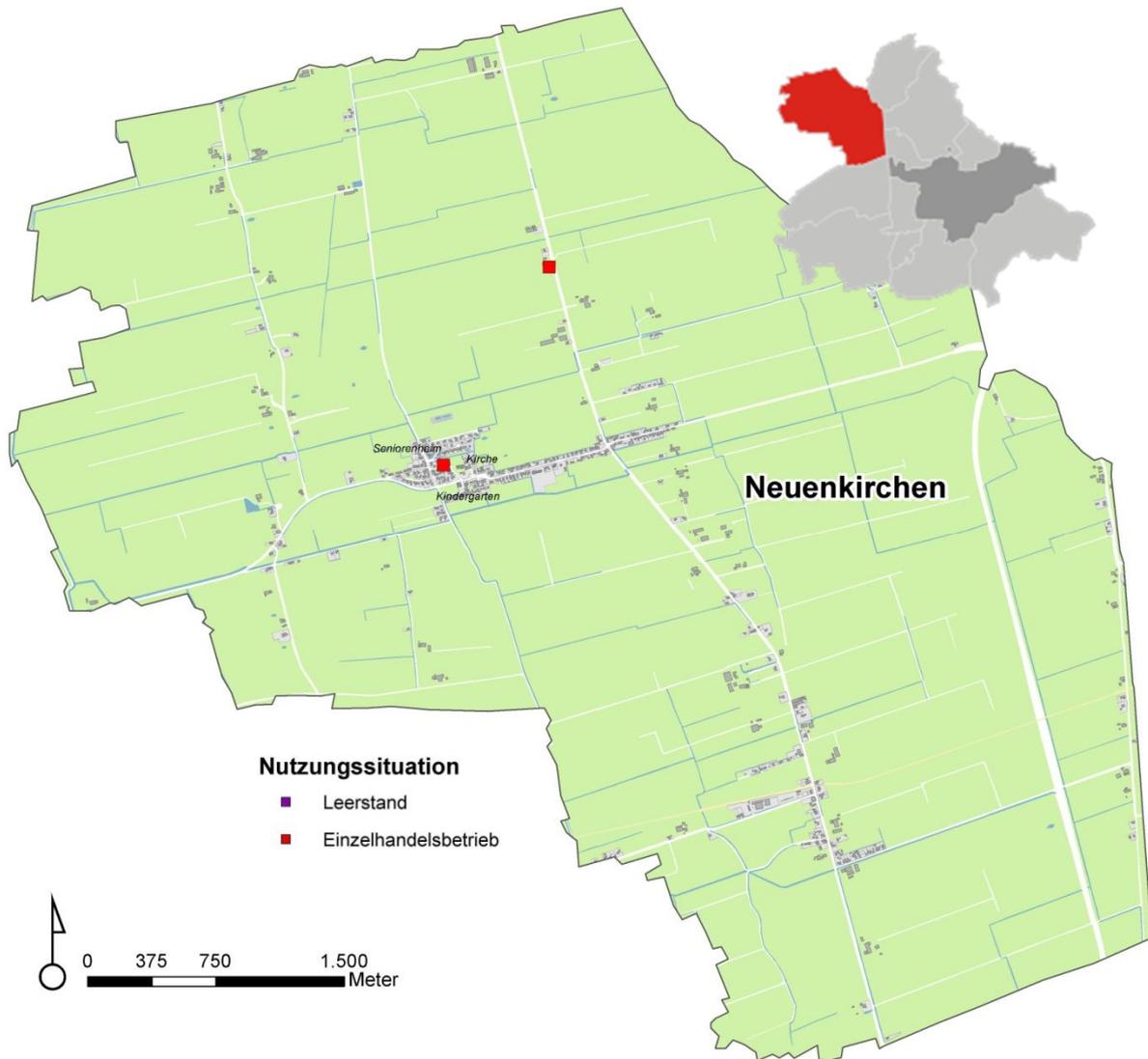
\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

Neuenkirchen verfügt lediglich über zwei kleine Einzelhandelsbetriebe. In der Dorfmitte besteht eine Bäckerei mit rd. 15 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und im Norden des Gemeindegebietes, an der Blankenmoorer Straße, liegt ein Bauernhofverkauf von frischen Eiern (vgl. Karte 10).

Insgesamt ist das lokale Angebot in der Gemeinde Neuenkirchen nicht in der Lage, die innergemeindlich vorhandene Einzelhandelsnachfrage – insbesondere im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung<sup>24</sup> – zu befriedigen. Dies ist ein Indiz für eine primäre Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die nahegelegene mittelzentrale Kreisstadt Heide.

<sup>24</sup> Vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 10: Neuenkirchen – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.2.6 Norderwörden

Die Ortschaft Norderwörden ist mit einer Einwohnerzahl von rd. 280 Menschen die kleinste Gemeinde des Stadt-Umland-Gebietes. Das Gemeindegebiet liegt im Osten der Stadt Heide. Siedlungsstrukturell lässt sich keine räumliche Schwerpunktbildung ausmachen. Es bestehen mehrere dezentrale Splittersiedlungen, die keinen geschlossenen Siedlungskörper bilden. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 4 Kilometer.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Norderwörden zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 20: Angebotssituation in Norderwörden**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Norderwörden	280	1	100	< 0,1
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

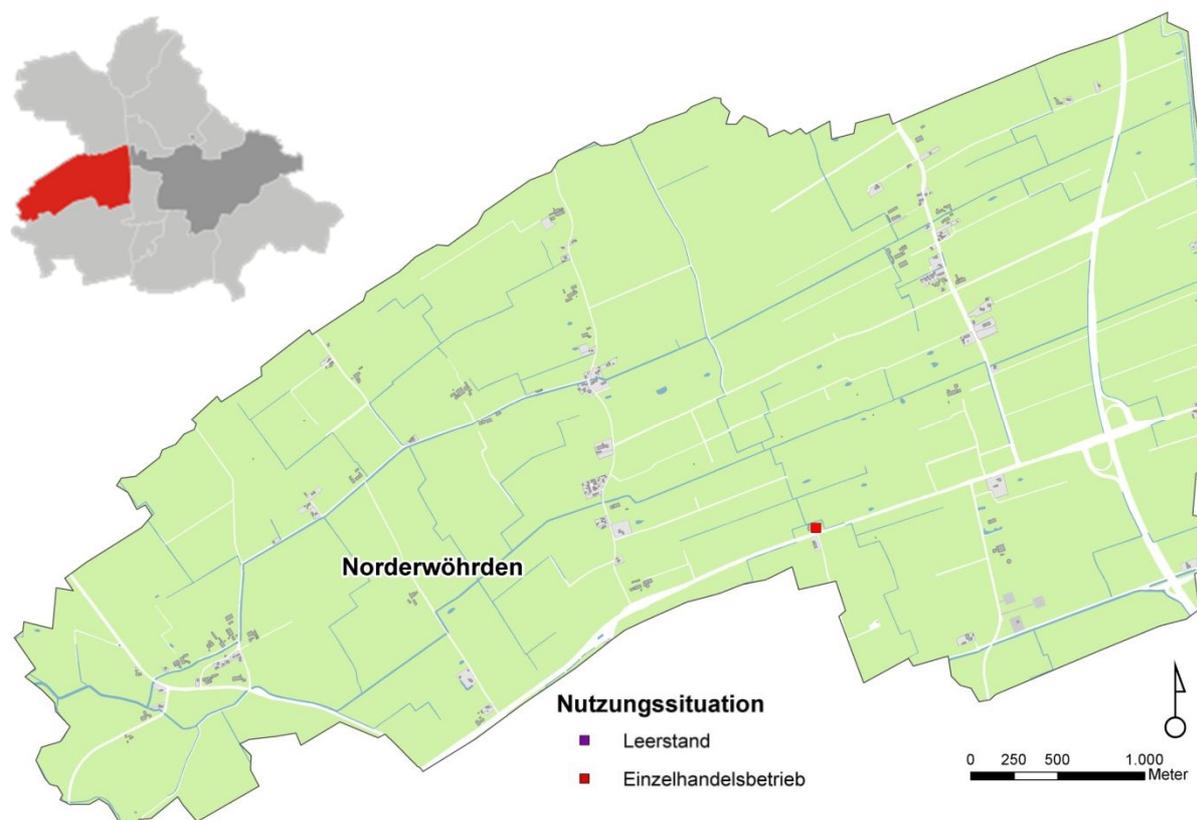
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

In der Gemeinde Norderwörden existiert zum Erhebungszeitpunkt ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von rd. 100 m<sup>2</sup>. Hierbei handelt es sich um einen Hofladen mit einem Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich an der Straße Överwisch (vgl. Karte 11).

Insgesamt ist das lokale Angebot in der Gemeinde Norderwörden nicht in der Lage, die inner-gemeindliche Einzelhandelsnachfrage – insbesondere im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung<sup>25</sup> – zu befriedigen. Dies ist ein Indiz für eine primäre Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die nahegelegene mittelzentrale Kreisstadt Heide.

**Karte 11: Norderwörden – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

<sup>25</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

### 5.2.7 Nordhastedt

Die Umlandgemeinde Nordhastedt liegt im Südosten des Stadt-Umland-Gebietes in direktem Anschluss an das Stadtgebiet von Heide. Rd. 2.750 Menschen leben hier. Die Gemeinde kennzeichnet sich durch eine Siedlungsstruktur mit klar ablesbarem Ortskern entlang der Hauptstraße. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 6,5 Kilometer.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Nordhastedt zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 21: Angebotssituation in Nordhastedt**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Nordhastedt	2.750	7	850	0,8
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

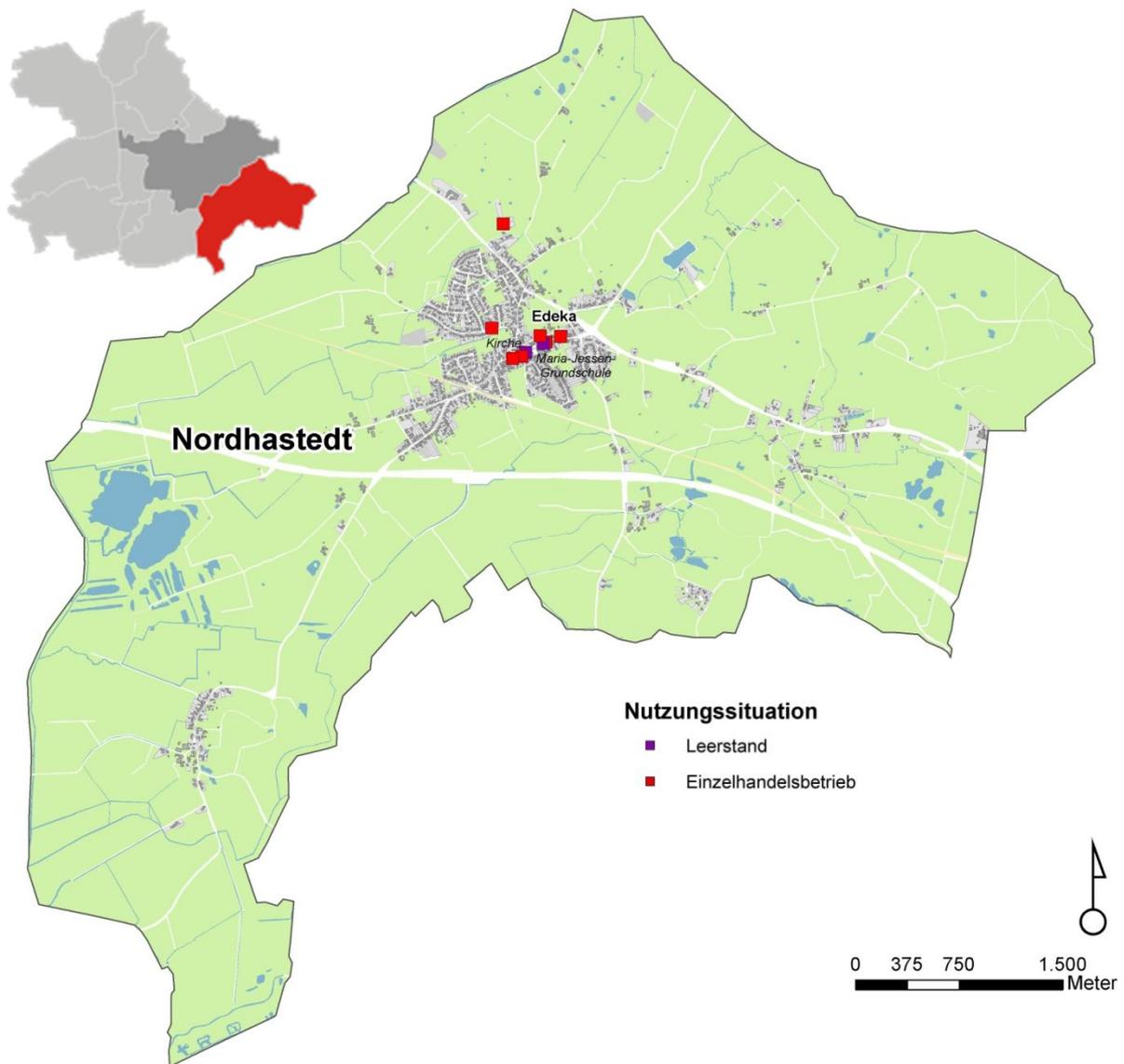
\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

Das Einzelhandelsangebot in der Umlandgemeinde Nordhastedt verteilt sich auf sieben Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 850 m<sup>2</sup>. Zentraler Anbieter ist der kleine Supermarkt Edeka an der Hauptstraße mit einer Verkaufsfläche von etwa 460 m<sup>2</sup>. Daneben existieren ein Fachgeschäft für Berufsbekleidung (Textilhaus Maaßen mit rd. 170 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), ein Elektronikfachgeschäft (Euronics Paulmann mit rd. 100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und vier weitere, kleinteilig strukturierte Betriebe mit Kernsortimenten im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Die Einzelhandelsnutzungen befinden sich schwerpunktmäßig an der Hauptstraße (vgl. Karte 12). Dort sind auch weitere zentrale Nutzungen lokalisiert, wie z. B. die örtliche Polizeistation, eine Sparkasse, diverse Dienstleistungseinrichtungen und Gastronomien sowie eine Schule. Darüber hinaus weist Nordhastedt zwei durch Einzelhandel vorgenutzte, leerstehende Ladenlokale mit einer Gesamtfläche von etwa. 110 m<sup>2</sup> auf (vgl. Karte 12).

Insgesamt weist das Einzelhandelsangebot in der Umlandgemeinde Nordhastedt einen vergleichsweise geringen Umfang und eine eingeschränkte Breite auf, sodass die Einzelhandelsnachfrage der örtlichen Bevölkerung nur ansatzweise befriedigt und eine Hauptausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die Stadt Heide unterstellt werden kann. Durch den kleinen Supermarkt Edeka ist jedoch ein Lebensmittelanbieter im Ortskern ansässig, der einen Teil der Grundversorgung für die Nordhastedter Bevölkerung wohnungsnah übernehmen kann<sup>26</sup>. Dieser präsentiert sich allerdings in einer heute nicht mehr marktüblichen, unterdurchschnittlichen Größenordnung.

<sup>26</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 12: Nordhastedt – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.2.8 Ostrohe

Die Ortschaft Ostrohe ist nordöstlich der Stadt Heide gelegen. In ihr leben derzeit rund 940 Einwohner. Früher stark bäuerlich geprägt, ist Ostrohe heute zu einer Wohngemeinde mit einer im Laufe der Zeit nachverdichteten Siedlungsstruktur geworden. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 4,5 Kilometer.

**Tabelle 22: Angebotssituation in Ostrohe**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Ostrohe	940	-	-	-
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

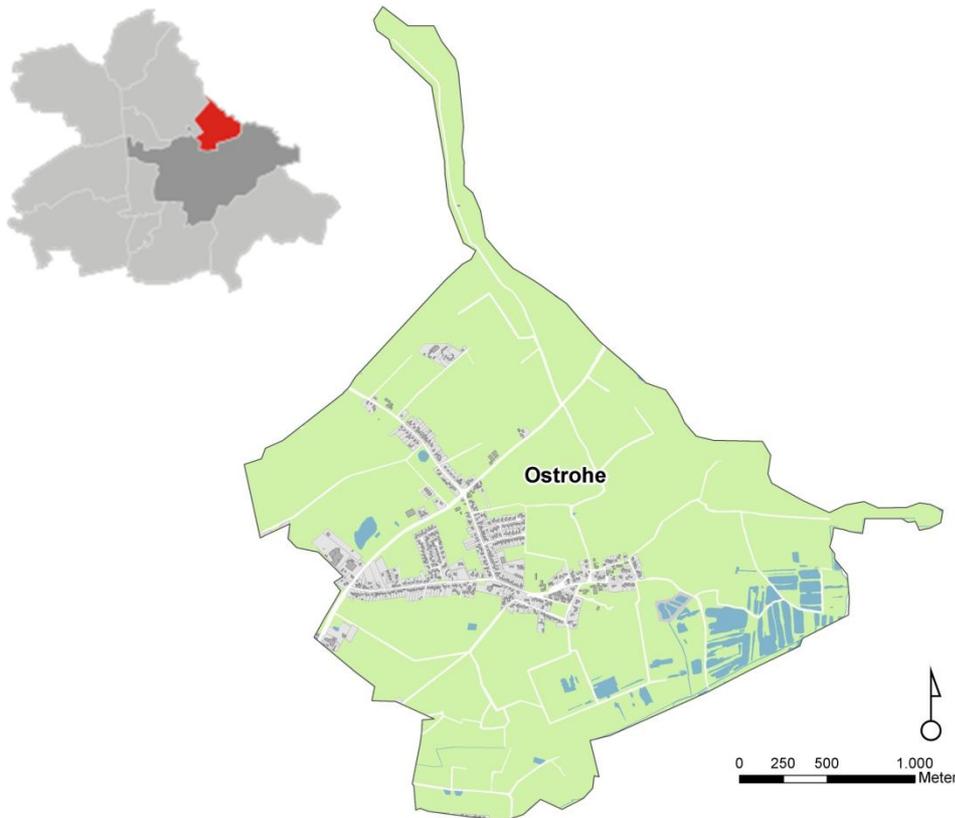
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

Einzelhandel ist in der Umlandgemeinde Ostrohe derzeit nicht vorhanden (vgl. Karte 13). Eine relativ neue Rettungs- und Feuerwehrwache ist jedoch als zentrale Nutzung im Ostroher Stadtgebiet lokalisiert.

Durch das nicht vorhandene Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Ostrohe kann die innergemeindliche Einzelhandelsnachfrage – insbesondere im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung<sup>27</sup> – nicht befriedigt werden. Dies ist ein Indiz für eine primäre Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die nahegelegene mittelzentrale Kreisstadt Heide.

**Karte 13: Ostrohe – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



<sup>27</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.2.9 Stelle-Wittenwurth

Stelle-Wittenwurth ist die nördlichste Umlandgemeinde im SUK-Gebiet. Derzeit leben etwa 500 Menschen in der dörflich strukturierten Ortschaft. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt etwa 6,7 Kilometer.

**Tabelle 23: Angebotssituation in Stelle-Wittenwurth**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Stelle-Wittenwurth	490	-	-	-
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

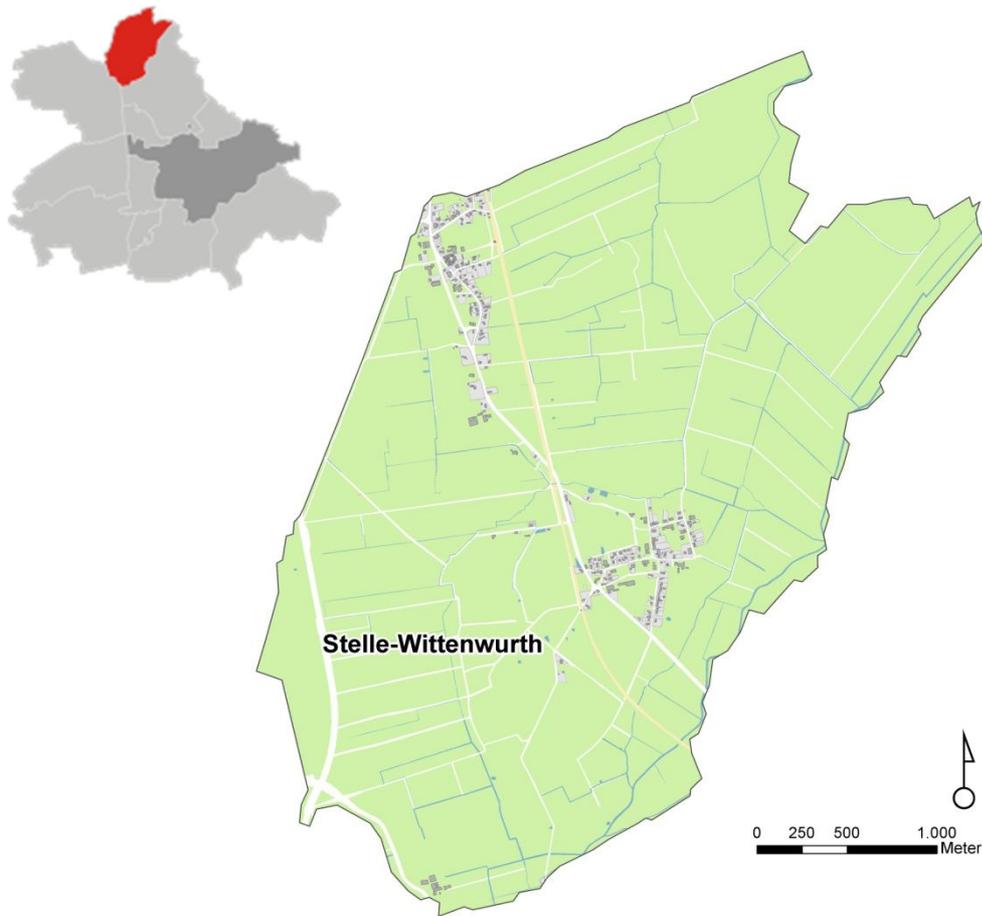
\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

Einzelhandel ist in der Umlandgemeinde Stelle-Wittenwurth derzeit nicht vorhanden (vgl. Karte 14). Es befindet sich aber ein Senioren- und Pflegeheim „Haus Landblick“ in der Ortschaft.

Durch das nicht vorhandene Einzelhandelsangebot in der Umlandgemeinde Stelle-Wittenwurth kann die innergemeindliche Einzelhandelsnachfrage – insbesondere im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung<sup>28</sup> – nicht befriedigt werden. Dies ist ein Indiz für eine primäre Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die nahegelegene mittelzentrale Kreisstadt Heide.

<sup>28</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 14: Stelle-Wittenwuth – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.2.10 Weddingstedt

Die Gemeinde Weddingstedt befindet sich im Norden des Stadt-Umland-Gebietes. In ihr leben etwa 2.260 Menschen. Die Siedlungsstruktur der Gemeinde Weddingstedt kennzeichnet sich durch einen klar ablesbaren Ortskern entlang der Bundesstraße 5 / Ostroher Straße und eine im Süden stark ausgedünnte, disperse Besiedlung. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 5,0 Kilometer. Über die Bundesstraße 5 ist eine direkte Anbindung an das Stadtgebiet der Kreisstadt Heide gegeben.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Weddingstedt zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 24: Angebotssituation in Weddingstedt**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Weddingstedt	2.260	3	580	0,5
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

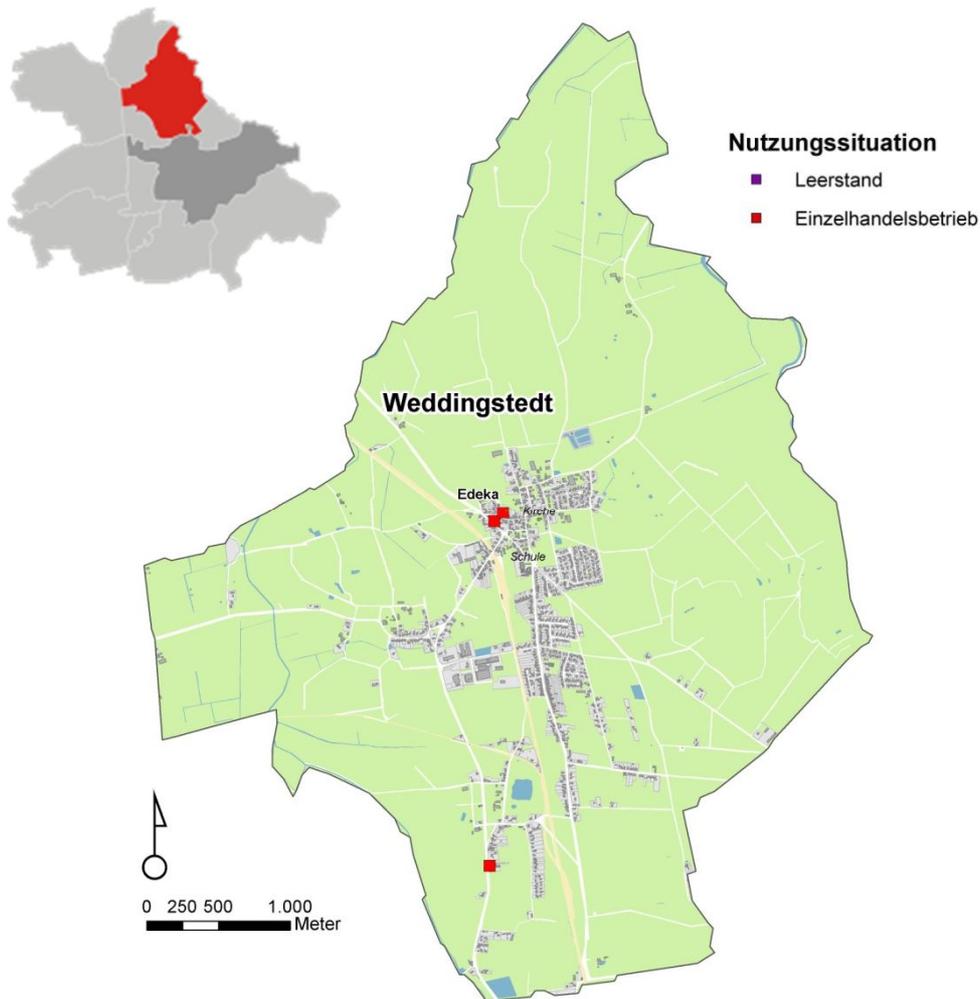
\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

Das Einzelhandelsangebot in der Ortschaft Weddingstedt besteht aus drei Betrieben mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 580 m<sup>2</sup>. Zentraler Anbieter ist der kleine Supermarkt Edeka am Steller Weg mit einer Verkaufsfläche von etwa 530 m<sup>2</sup>. Daneben existieren ein kleiner Konditoreibetrieb sowie eine Metzgerei (vgl. Karte 15). Als weitere zentrale Nutzungen befinden sich im Weddingstedter Ortskern die St.-Andreas-Kirche und eine Grundschule.

Insgesamt weist das Einzelhandelsangebot in der Umlandgemeinde Weddingstedt einen vergleichsweise geringen Umfang und eine sehr eingeschränkte Breite auf, sodass die Einzelhandelsnachfrage der örtlichen Bevölkerung nur ansatzweise befriedigt und eine Hauptausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die Stadt Heide unterstellt werden kann. Durch den kleinen Supermarkt Edeka ist jedoch ein Lebensmittelanbieter im Ortskern ansässig, der einen Teil der Grundversorgung für die Bevölkerung der Gemeinde Weddingstedt wohnungsnah übernehmen kann<sup>29</sup>. Dieser präsentiert sich allerdings in einer heute nicht mehr marktüblichen, unterdurchschnittlichen Größenordnung.

<sup>29</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 15: Weddingstedt – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.2.11 Wesseln

Die Umlandgemeinde Wesseln liegt im Zentrum des SUK-Gebietes, im Nordosten der Kreisstadt Heide. Die Ortschaft weist derzeit eine Einwohnerzahl von Rd. 1.380 Menschen auf. Das Wesseler Siedlungsgebiet schließt unmittelbar an jenes der Stadt Heide an, so dass nahezu ein fließender siedlungsräumlicher Übergang vorhanden ist. Die Siedlungsstruktur lässt sich grob in drei Bereiche gliedern: den Wesseler Ortskern, in dem auch die Kreuzkirche sowie die Grundschule lokalisiert sind, die zwei kleinen, nördlich des Ortskerns gelegenen Siedlungen Wesselerbrook und Wildpfal sowie das Gewerbegebiet Waldstraße, das direkt an die Wohnbebauung des Heider Quartiers Apenrader Straße / Tondernstraße anschließt. Über die Holstenstraße / Husumer Straße ist eine gute Anbindung an das Stadtgebiet der Kreisstadt Heide gegeben. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt ca. 1,5 Kilometer.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Wesseln zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 25:      Angebotssituation in Wesseln**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Wesseln	1.380	19	16.220	15,0
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

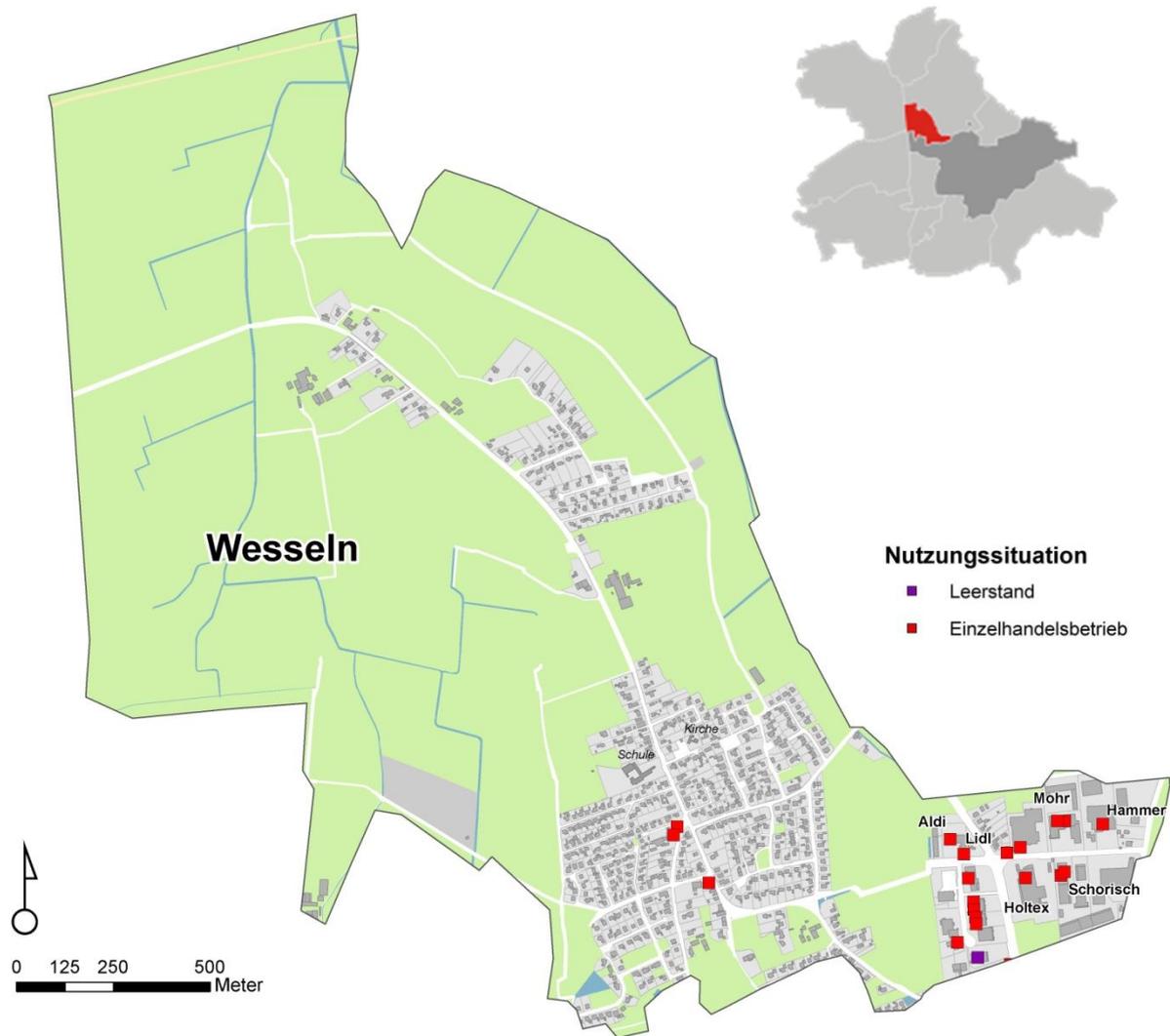
Die Gemeinde Wesseln weist nach der Kreisstadt Heide den höchsten Verkaufsflächenumfang im SUK-Gebiet auf. Die Struktur des lokalen Einzelhandels präsentiert sich heterogen und unterscheidet sich grundlegend von den Strukturen in den übrigen Umlandgemeinden. Während der Wesseler Ortskern über drei Einzelhandelsbetriebe (Bäcker, Fischräucherei und ein Schuhgeschäft) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 110 m<sup>2</sup> verfügt – und sich damit in die typischerweise im Heider Umland vorherrschenden Einzelhandelsstrukturen einfügt – konzentrieren sich am städtebaulich nicht integrierten Gewerbestandort Waldstraße im Südosten des Gemeindegebietes mit rd. 16.100 m<sup>2</sup> nahezu 100 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche<sup>30</sup> (vgl. Karte 16). Hier wird ein Angebot über alle Bedarfsstufen vorgehalten – insbesondere auch nahversorgungsrelevante Güter des täglichen Bedarfs.

Insgesamt weist das Einzelhandelsangebot in der Gemeinde Wesseln einen quantitativ hohen Umfang auf. Dieser muss jedoch vor dem Hintergrund der siedlungsräumlichen Situation betrachtet werden. Zwar ergibt sich eine hohe Angebotsausstattung – auch im Bereich des Angebots von Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs – jedoch besitzt diese nahezu keine Relevanz für die fußläufige Nahversorgung der Wesseler Bevölkerung, da sich der Standort Waldstraße in siedlungsräumliche abgesetzter Lage vom Wesseler Ortskern sowie von den Siedlungen Wesselerbrook und Wildpfal befindet<sup>31</sup>. Eine vorrangige Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die Stadt Heide dürfte auch für die Einwohner der Umlandgemeinde nicht von der Hand zu weisen sein.

<sup>30</sup> vgl. hierzu die detaillierte Betrachtung des räumlichen Angebotsschwerpunkts Waldstraße (Wesseln) in Kapitel 5.3.

<sup>31</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 16: Wesseln – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.2.12 Wöhrden

Die Umlandgemeinde Wöhrden ist im Südwesten des SUK-Gebietes lokalisiert und umfasst eine Bevölkerung von rd. 1.330 Menschen. Siedlungsräumlich ist die Bebauung auf einen kleinen, kompakten Ortskern konzentriert. Es gibt allerdings auch diverse z. T. sehr kleine Splittersiedlungen. Die Heider Innenstadt ist über die Bundesstraße 203 in einer Entfernung von ca. 7 Kilometern erreichbar.

Die quantitative Gesamtangebotssituation stellt sich in der Umlandgemeinde Wöhrden zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 wie folgt dar:

**Tabelle 26: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots nach Erhebungseinheiten**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an Gesamtverkaufsfläche (in %)
Wöhrden	1.330	3	100	0,1
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>266</b>	<b>108.340</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung

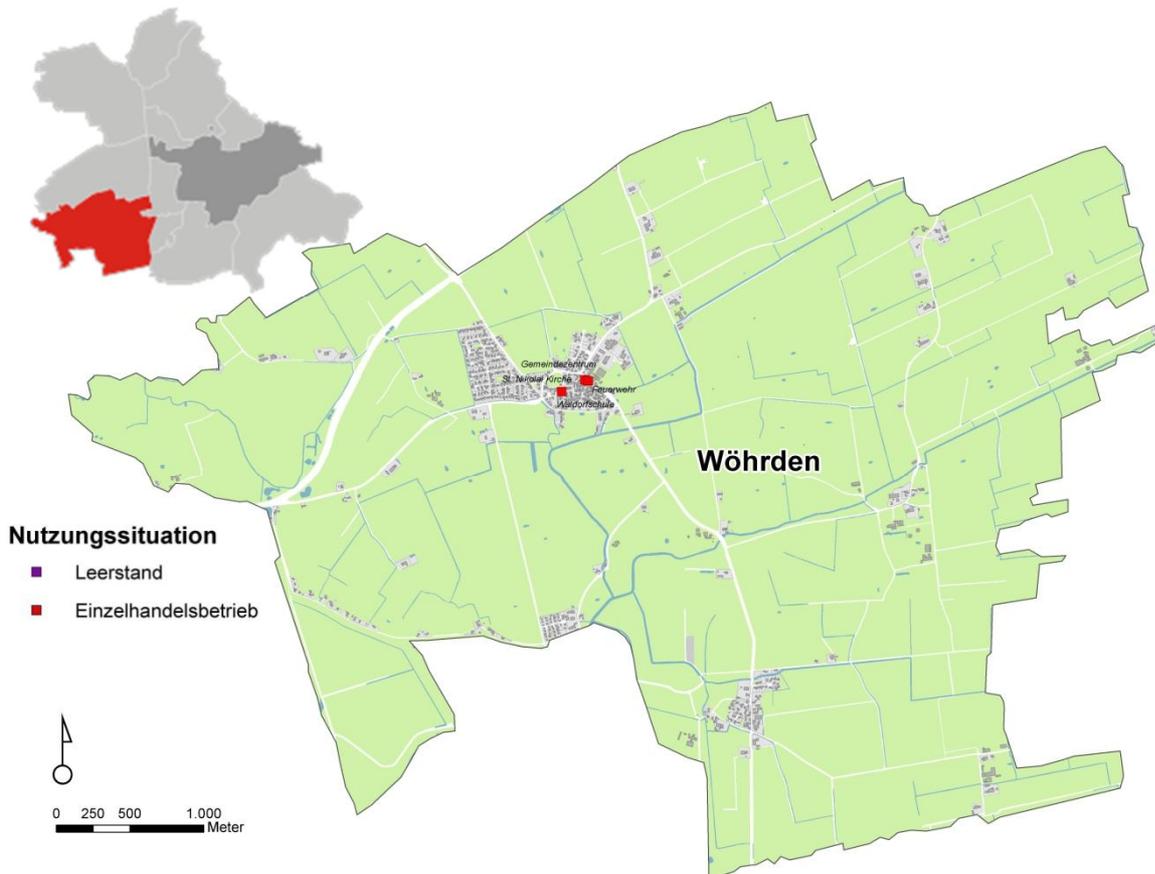
\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

Wöhrden verfügt lediglich über drei kleine Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 100 m<sup>2</sup>. In der Dorfmitte besteht ein Dorfladen mit rd. 50 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, ein Pferdesportgeschäft mit etwa 30 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und eine Bäckerei mit rd. 20 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche (vgl. Karte 17). Daneben existieren weitere zentrale Nutzungen, wie die historische St. Nicolai Kirche mit angegliedertem Gemeindezentrum, eine Waldorfschule sowie eine Feuerwache.

Insgesamt ist das lokale Angebot in der Gemeinde Wöhrden nicht in der Lage, die innergemeindlich vorhandene Einzelhandelsnachfrage – insbesondere im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung<sup>32</sup> – zu befriedigen. Dies ist ein Indiz für eine primäre Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage auf die mittelzentrale Kreisstadt Heide.

<sup>32</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 5.4

**Karte 17: Wöhrden – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### Fazit

**Insgesamt** ist in Bezug auf die separierte Betrachtung der Angebotssituation in der Kreisstadt Heide sowie den übrigen Umlandgemeinden des SUK-Gebietes festzuhalten, dass sich das regionale Einzelhandelsangebot mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 81 % und einem Anteil von etwa 82 % bezogen auf die Anzahl der Betriebe im Stadt-Umland-Gebiet auf das Mittelzentrum Heide konzentriert. In den Umlandgemeinden sind vorwiegend rudimentäre Einzelhandelsstrukturen vorhanden, die eine Versorgung der jeweils gemeindeeigenen Bevölkerung – insbesondere mit Waren des kurzfristigen Bedarfs zur täglichen, wohnungsnahen Grundbedarfs-sicherung – nicht gewährleisten können. Zwar ist in den Gemeinden Lohe-Rickelshof, Nordhastedt und Weddingstedt ein kleiner Supermarkt bzw. Lebensmitteldiscounter vorhanden, jedoch kann dieser allein keine umfassende Versorgungsfunktion ausüben. Auch die Konzentration von Einzelhandelsbetrieben in der Umlandgemeinde Wesseln am nicht integrierten Gewerbestandort Waldstraße bescheinigt der Gemeinde in der rein quantitativen Betrachtung zwar eine hohe Verkaufsflächenausstattung, jedoch liegt diese in abgesetzter Lage vom Wesseler Ortskern sowie von den Siedlungen Wesselerbrook und Wildpfal, in direktem Übergang zum Heider Stadtgebiet und besitzt somit keine Relevanz für die fußläufige Erreichbarkeit durch die Wesseler Bevölkerung.

Resümierend ist damit festzuhalten, dass die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots im Stadt-Umland-Gebiet in Bezug auf die quantitative Ausstattung den Schluss zulässt, dass sich die einzelhandelsrelevante Nachfrage in der Region Heide stark auf den Einzelhandelsstandort Kreis-

stadt Heide fokussiert. Dies unterstreicht die Mittelpunktfunktion, die der mittelzentrale Ort innerhalb des SUK-Gebietes einnimmt.

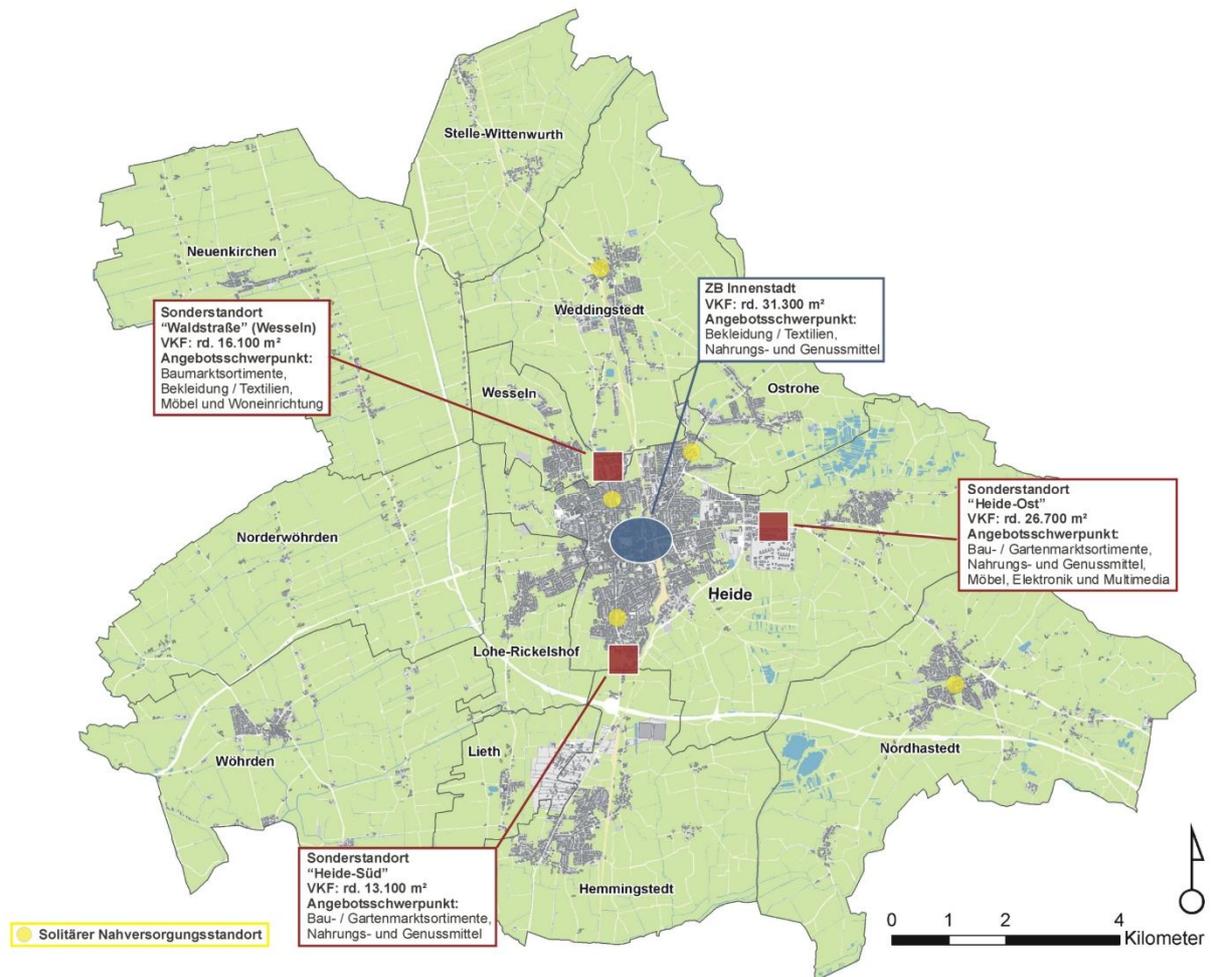
### 5.3 Räumliche Angebotsschwerpunkte des Einzelhandels in der Region Heide

---

Als nächste Konkretisierungsebene der quantitativen Angebotsanalyse in der Region Heide sind die räumlichen Angebotsschwerpunkte einer detaillierten Betrachtung zu unterziehen. Diese zeichnen sich durch eine starke räumliche Konzentration des Einzelhandelsangebots aus. Die Analyse der jeweiligen Angebotsstandorte wird sowohl hinsichtlich städtebaulicher als auch funktionaler Kriterien vorgenommen, die ihrerseits wichtige Bestandteile des Einzelhandelskonzepts sind und die Grundlage zur Ableitung der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche bilden.

Innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes Region Heide sind insgesamt vier räumliche Angebotsschwerpunkte erfasst worden, die sich einerseits als zentrale Bereiche im historisch bedingten städtebaulichen Kontext einordnen lassen. Andererseits bestehen gewachsene Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der zentralen Bereiche, die hinsichtlich der handelsbezogenen Versorgungsfunktion einen räumlichen Angebotsschwerpunkt in Form von städtebaulich nicht integrierten Sonderstandorten darstellen. Karte 18 gibt einen kartographischen Überblick über die räumlichen Angebotsschwerpunkte. Als wichtigster Standorte ist der zentrale Bereich der Innenstadt der mittelzentralen Kreisstadt Heide auszumachen. In der Lagekategorie zentraler Bereich bildet die Heider Innenstadt den einzigen räumlichen Angebotsschwerpunkt. Weitere drei Konzentrationen des Einzelhandelsangebots in der Region Heide befinden sich in städtebaulich nicht integrierten Lagen in Form von Sonderstandorten des überwiegend großflächigen Einzelhandels. Hierunter fallen die beiden Standortbereiche „Heide-Ost“ und „Heide-Süd“, die jeweils im Stadtgebiet der Kreisstadt Heide liegen, sowie der Standortbereich „Waldstraße“ in der Umlandgemeinde Wesseln.

**Karte 18: Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Region Heide**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 5.3.1 Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Kreisstadt Heide

Drei der vier räumlichen Angebotsschwerpunkte des Stadt-Umland-Gebietes befinden sich innerhalb der politisch-administrativen Grenzen der Kreisstadt Heide. Hierbei handelt es sich einerseits um den zentralen Bereich der Heider Innenstadt und andererseits um die beiden Sonderstandorte „Heide-Ost“ und „Heide-Süd“ in städtebaulich nicht integrierter Lage.

#### 5.3.1.1 Zentraler Bereich Innenstadt Heide

In der Region Heide besteht **ein Standortbereich**, der hinsichtlich des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes, der vorherrschenden Einzelhandelsdichte sowie der ergänzenden, funktionalen Nutzungsstruktur die Kriterien eines zentralen Bereichs erfüllt. Hierbei handelt es sich um die Innenstadt der Kreisstadt Heide.

#### Innenstadt Heide

Die Innenstadt der Kreisstadt Heide befindet sich im westlichen Teil des Kernsiedlungsbereichs des Mittelzentrums. Nach Osten hin – im Bereich des Bahnhofs – markiert die räumliche Zäsur der Bahntrasse eine klare Grenze. Ausgehend vom Heider Bahnhof – im Uhrzeigersinn – wird

der Innenstadtbereich durch den Verlauf der Straßen Wulf-Isebrand-Platz, Neue Anlage, Süderstraße, Mühlenstraße, Büsumer Straße, Marschstraße, Markt und Bahnhofstraße gefasst. Innerhalb der Innenstadt, die bis heute durch den historischen Stadtgrundriss geprägt ist, stellt der in seiner Ausdehnung historisch begründete, ca. 4,7 ha große Marktplatz das dominierende städtebauliche Element dar. Die ebenfalls noch stark historische Bezüge aufweisende Bebauung, deren Ursprünge bis ins Spätmittelalter zurück reichen, wird weitgehend durch die Formensprache der Gründerzeit geprägt. In diese Baustruktur sind neuzeitliche Baukörper, wie Klinkergebäude der 20er und 30er Jahre, die insbesondere am Markt, in der Friedrichstraße und in der Süderstraße aufzufinden sind, sowie Gebäude der 50er bis 70er Jahre gesetzt. Wohngebiete unterschiedlichen zeitlichen Ursprungs schließen unmittelbar an den Innenstadtbereich an.

### **Zentraler Bereich Innenstadt Heide**

Hauptimageträger und Aushängeschild einer Innenstadt sind ihre städtebaulich und funktional abgrenzbaren, zusammenhängenden zentralen Bereiche.

Der Kern dieser Bereiche wird durch das **Geschäftszentrum** gebildet, welches sich durch eine Vielzahl und räumliche Dichte von Einzelhandelsnutzungen – vorrangig innerhalb der Erdgeschosse – kennzeichnet. Aus der Dichte der Einzelhandelsnutzungen lässt sich ein System funktional und räumlich miteinander verbundener Lagen mit verschiedenen Nutzungsintensitäten ableiten, die das Geschäftszentrum charakterisieren. Für die Lagequalitäten ist jedoch nicht nur die Dichte des Geschäftsbesatzes von Bedeutung, sondern auch die Kontinuität der Lauflagen (doppelte Lauflage, einseitige Lauflage, versetzte Lauflage), die Qualität bzw. Quantität des Warenangebotes und die Qualität der Außendarstellung der Geschäfte. Neben der Bestandsdichte des Einzelhandels innerhalb des Geschäftszentrums sind unter dem Gesichtspunkt der Multifunktionalität unterschiedliche Nutzungen wie Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit, sowie städtebauliche Merkmale (u. a. Bauungsstruktur, Erhaltungszustand der Gebäude, Gestaltung und Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raumes, verkehrliche Gestaltung) kennzeichnend.

Die zentralen Bereiche einer Innenstadt umfassen jedoch nicht nur das Geschäftszentrum. Denn auch Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Arbeiten sowie Freizeit, Kultur und Erholung in Lagen, die nicht vornehmlich durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind, definieren die urbane Mittelpunktfunktion mit. Diese Bereiche sind als **Ergänzungs-** oder **Streulagen** zum Geschäftszentrum zu verstehen.

Insgesamt stellt eine Innenstadt – und insbesondere ihre zentralen Bereiche – den Mittelpunkt städtischen Lebens dar und ist der wichtigste Kristallisations- und Identifikationspunkt einer Stadtgesellschaft.

### **Nutzungsstruktur im zentralen Bereich Innenstadt Heide**

Ein wichtiges Kriterium für die Abgrenzung des Geschäftszentrums, die interne Differenzierung des Geschäftszentrums in Haupt- und Nebenlagen sowie die Definition von innerstädtischen Ergänzungs- und Streulagen ist die Nutzungsstruktur innerhalb des zentralen Bereichs der Heider Innenstadt. Die Darstellung der Einzelhandelsdichten, der relevanten Magnetbetriebe sowie der räumlichen Verteilung der Dienstleistungsbetriebe ergibt dabei ein anschauliches und vergleichbares Bild des Zentrums und seiner unterschiedlich geprägten Teilbereiche. Die Einzelhandelsdichte beschreibt das Verhältnis von Einzelhandelsnutzungen zu anderen Nutzungen wie Dienstleistungen, Wohnen oder auch Leerständen in den Erdgeschossen der straßenbegleitenden Be-

bauung. Mit diesem Gradmesser lassen sich nutzungsrelevante Unterschiede, Lagewertigkeiten und Konzentrationspunkte des Einzelhandels einfach und plakativ herausarbeiten.

Das **Heider Geschäftszentrum** weißt **Haupt- und Nebenlagen** auf, die sich nach folgenden Merkmalen und Charakteristika ableiten lassen:

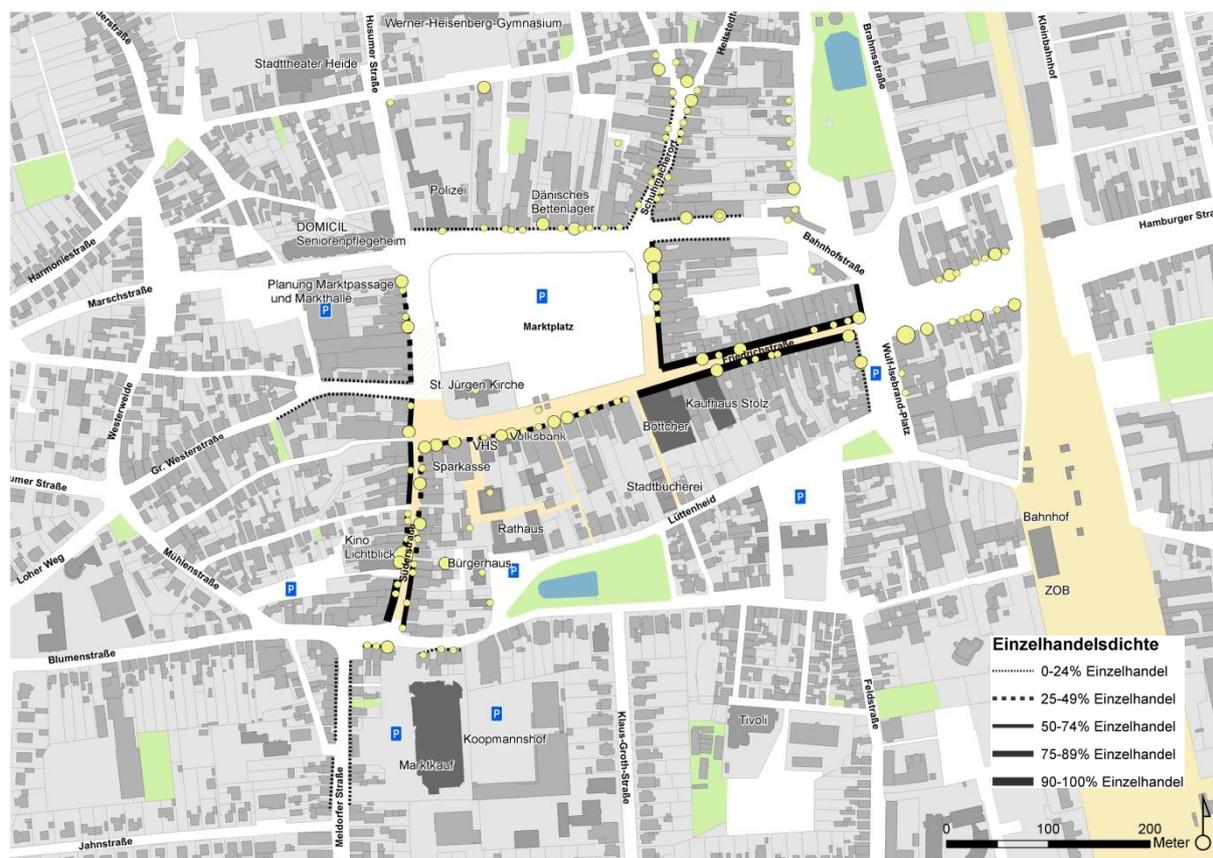
- Die **Hauptlage** ist die „beste Adresse“ und das Aushängeschild eines Geschäftszentrums. Sie zeichnet sich grundsätzlich durch eine hohe Einzelhandelsdichte und das Vorhandensein von Magnetbetrieben des lokalen Einzelhandels aus. In Toplagen größerer Städte und in Einkaufszentren beträgt diese meist zwischen 90 und 100 %. Als gut sind auch Werte zwischen 75 und 90 % einzustufen, die in vielen Geschäftszentren mittlerer und größerer Städte vorzufinden sind. Die Zentren vieler kleinerer Städte, Stadtteilzentren oder auch die Randbereiche der Hauptlagen weisen Einzelhandelsdichten von 50 - 75 % auf. Darüber hinaus sind an Hauptlagen hohe Anforderungen an Qualität und Darstellung der Einzelhandelsbetriebe und des öffentlichen Raums zu stellen.
- Auch in **Nebenlagen** stellt der Einzelhandel in der Regel noch die Leitnutzung dar. Sie stehen in deutlichem funktionalem und städtebaulichem Zusammenhang mit der Hauptlage. Gute Nebenlagen weisen Einzelhandelsdichten von über 50 % auf und ermöglichen damit noch einen Einkaufsbummel entlang von Geschäftsauslagen. Die Qualität des Einzelhandels und des öffentlichen Raumes lassen meist – im Vergleich zur Hauptlage – nach, es gelten diesbezüglich weniger „strenge“ Anforderungen. Vor allem in größeren, teilweise auch in stark touristisch geprägten Geschäftszentren existieren Nebenlagen mit hohen Einzelhandelsdichten und teilweise hochwertigen Spezialanbietern.

Darüber hinaus bestehen im zentralen Bereich der Heider Innenstadt auch **Ergänzungs-** bzw. **Streulagen** in zum Geschäftszentrum benachbarten räumlichen Teilbereichen. Diese werden nicht mehr durch Einzelhandelsnutzungen dominiert; vielfach existiert allerdings ein dichter Dienstleistungsbesatz. Dementsprechend liegen die Werte für die Einzelhandelsdichte unter 50 %. Teilweise weisen Streulagen nur noch vereinzelte oder gar keine Einzelhandelsnutzungen auf und sind ausschließlich durch Dienstleistungsanbieter geprägt. Die Qualität der Angebote sowie des öffentlichen Raums lässt in der Regel deutlich nach. Wichtige „Ergänzungslagen“ von Geschäftszentren sind u. a. gastronomisch geprägte Abschnitte oder auch Altstadtbereiche.

Generell gilt es, möglichst hohe Einzelhandelsdichten in einer kompakten Anordnung anzustreben. Insbesondere die Hauptlagen der gewachsenen Geschäftszentren sollten sich dabei an den hohen Werten der Toplagen und Einkaufszentren orientieren.

Vor diesem Hintergrund gibt Karte 19 einen Überblick über die Dichte des Einzelhandelsbesatzes, wichtige Magnetbetriebe sowie die räumliche Verteilung des Dienstleistungsangebotes im zentralen Bereich Innenstadt Heide. Auf dieser Basis kann im Folgenden eine Abgrenzung des Geschäftszentrums und seiner internen Differenzierung sowie der Ergänzungs- und Streulagen vorgenommen werden.

## Karte 19: Einzelhandelsdichte und Magnetbetriebe im zentralen Bereich Innenstadt Heide



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

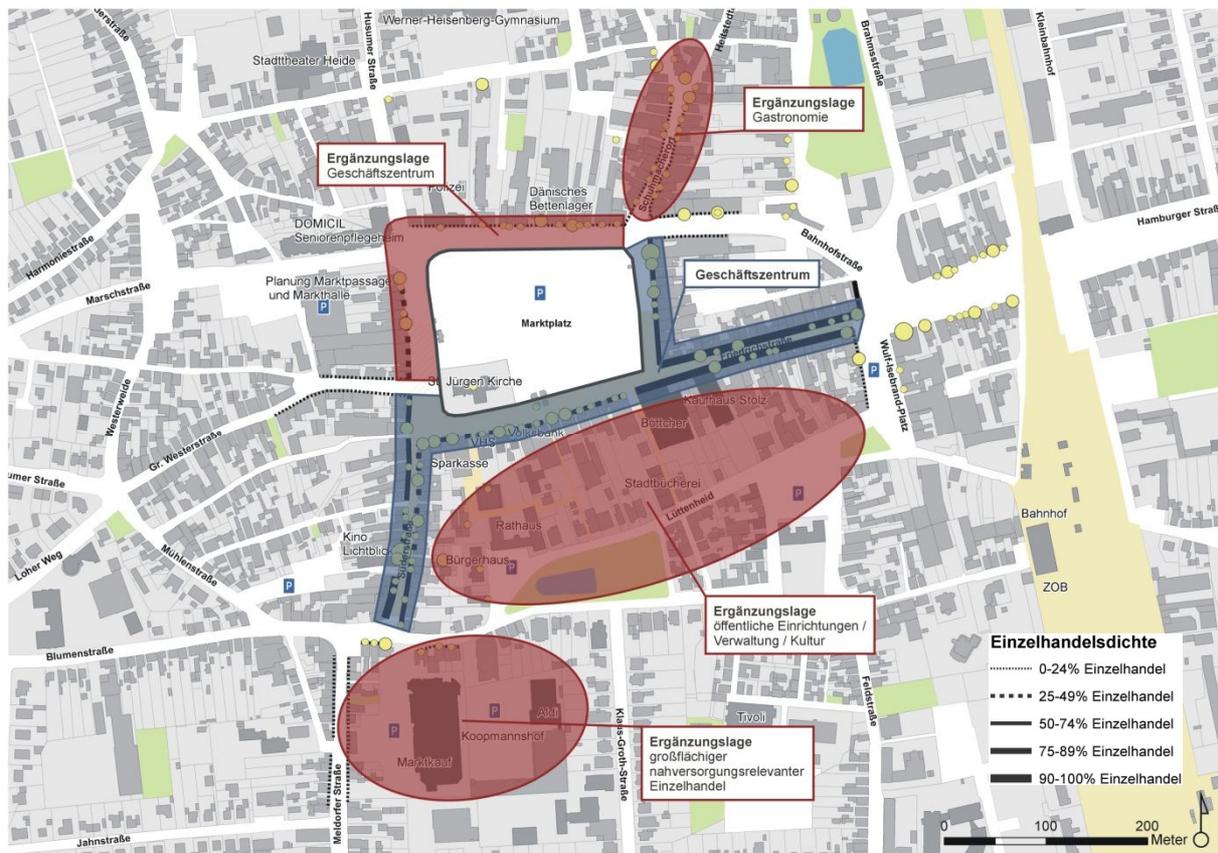
### Geschäftszentrum und Ergänzungs- / Streulagen im zentralen Bereich Innenstadt Heide – Städtebaulicher Check

Der zentrale Bereich der Heider Innenstadt weist in funktionaler Hinsicht verschiedene, nachvollziehbar gegliederte Quartiere auf. Als „Motor“ prägt das Geschäftszentrum mit dichten Einzelhandelsnutzungen zentrale Lagen. Dort findet sich auch ein dichtes Angebot an zentrenrelevanten Dienstleistern, Gastronomiebetrieben, Büros und Wohnnutzungen. Dabei entsteht ein bunter Nutzungsmix, der ein lebendiges Zentrum prägt. Das Geschäftszentrum der Stadt Heide kennzeichnet sich derzeit durch eine bandartige Struktur entlang der Hauptachse Friedrichstraße / Markt Südseite mit abzweigenden Querachsen an der Markt Ostseite und an der Süderstraße. Dabei bildet die Friedrichstraße die Hauptlage des Geschäftszentrums aus, die sich durch durchgängig hohe Einzelhandelsdichten in doppelter Auflage sowie durch integrierte Magnetbetriebe (z. B. Böttcher und Modekaufhaus Stolz) kennzeichnet. Die Marktsüd- und Markttostseite sowie die Süderstraße sind als Nebenlagen des Geschäftszentrums anzusehen. Hier ist eine wesentlich geringer ausgeprägte Einzelhandelsdichte festzustellen. Das stadträumlich prägende Element des Marktplatzes in zentraler Innenstadtlage stellt eher einen den zentralen Bereich zergliedernden Zwischenraum dar, als dass er eine Scharnierfunktion innerhalb des Geschäftszentrums mit deutlich verbindendem Charakter wahrnimmt. Folglich können sich die Markt West- Nordseite durch die vorherrschende Nutzungssituation und Nutzungsdichte nicht mehr als Bestandteile des Geschäftszentrums qualifizieren. Dieser Bereich charakterisiert sich als Ergänzungslage zum Geschäftszentrum. Des Weiteren bestehen Ergänzungs- bzw. Streulagen, die als vorrangige Stand-

orte von Behörden und öffentlichen Einrichtungen dienen (Neue Anlage) sowie Bereichen mit vorrangig gastronomischer Prägung (Schuhmacherort) in benachbart zum Geschäftszentrum liegenden Innenstadtbereichen. In leicht abgesetzter Randlage befindet sich zudem der Geschäftsbereich „Einkaufszentrum Koopmannshof“ mit direkt zugeordneten, großmaßstäblichen Stellplätzen. An diesem Standort ist u. a. der innerstädtische Magnetbetrieb Marktkauf verortet, womit sich dieser Standort als Ergänzungslage des großflächigen nahversorgungsrelevanten Einzelhandels qualifiziert.

Eine schematische Darstellung der unterschiedlichen Geschäftslagen im zentralen Bereich der Heider Innenstadt findet sich in folgender Karte 20.

**Karte 20: Geschäftszentrum und Ergänzungs- / Streulagen im zentralen Bereich Innenstadt Heide**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Detaillierter betrachtet stellen sich die unterschiedlichen Geschäftslagen wie folgt dar:

### ***Friedrichstraße (Hauptlage)***

Die Friedrichstraße bildet die Hauptauflage des Heider Geschäftszentrums und ist als in sich kompakt organisierte Fußgängerzone ausgebaut. Die Bebauungsstruktur ist hauptsächlich historisch geprägt, weist darüber hinaus aber auch einige Gebäude neuzeitlichen Ursprungs auf. Die Höhenstafflung der den Straßenraum fassenden Bebauung präsentiert sich heterogen, was jedoch insgesamt eine belebende Wirkung in den Straßenraum projiziert.

Der Handel weist im Verlauf der Friedrichstraße einen dichten Besatz auf, der sich aus Filialisten (z. B. New Yorker, Vero Moda, Rossmann oder Douglas) mit eingestreuten regionalen Anbietern

sowie diversen Fachgeschäften zusammensetzt und sich durch eine insgesamt eher kleinteilige Struktur kennzeichnet. Die innerstädtischen Magnetbetriebe Modekaufhaus Stolz (rd. 3.200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Textilhaus Böttcher (rd. 5.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sind hier ansässig. Insgesamt konzentrieren sich an der Friedrichstraße rd. 13.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche. Der Schwerpunkt im Einzelhandelsangebot liegt deutlich im mittelpreisigen Sektor und wird durch vereinzelte qualitativ hochwertige Geschäfte ergänzt. Insgesamt entsteht dadurch eine attraktive und zudem belebte Geschäftsstraße mit weiträumiger Strahl- und Anziehungskraft.



Im Hinblick auf die Außendarstellung des Einzelhandels weist die Friedrichstraße ein hochwertiges und insgesamt freundliches Bild auf, welches allerdings durch eine Vielzahl an – zum Teil ungepflegt erscheinenden – Werbeanlagen beeinträchtigt wird. Die öffentlichen Räume sind nach neueren Umgestaltungsmaßnahmen modern gestaltet und mit hochwertigem Mobiliar ausgestattet. So wird eine insgesamt hohe Aufenthaltsqualität generiert, die zum Flanieren einlädt.

### **Marktplatz Süd (Nebenlage)**

Die Markt Südseite ist durch einen – im Vergleich zur Friedrichstraße – deutlich geringeren Einzelhandelsbesatz gekennzeichnet. Dienstleistungseinrichtungen sind die dominierenden Nutzungen; insbesondere Banken sind hier vornehmlich ansässig. Die Lage Marktplatz Süd ist deshalb als Nebenlage des Heider Geschäftszentrums zu deuten, der jedoch innerhalb des Geschäftszentrums eine Schanierfunktion in Bezug auf die Vernetzung von Friedrich- und Süderstraße zukommt. Die Südseite des Heider Marktplatzes ist als Weiterführung der Friedrichstraße ebenfalls als Fußgängerzone organisiert. Die wenigen Einzelhändler, die in diesem Bereich vorhanden sind, setzen durch eine adrette Außendarstellung positive Akzente. Hier ist die Geschäftsfassade stimmig in das baulich ansprechende, hochwertige Gesamtensemble der historisch geprägten Baustruktur integriert worden. Zudem kann auch die Gestaltung des öffentlichen Raumes in dieser Geschäftslage überzeugen. Das an historische Vorgaben angelehnte Pflaster unterstützt das altstädtische Ambiente und Gestaltungselemente wie kleinkronige Bäume und historisch gestaltete Lampen verleihen der Markt Südseite eine positive Gesamterscheinung. Ergänzende gastronomische Nutzungen, die in Pavillons im südlichen Marktplatzbereich untergebracht sind, komplettieren die Nutzungsstruktur in diesem Teilbereich des Heider Geschäftszentrums. Hier werden auch Außengastronomische Angebote vorgehalten, die zum Verweilen einladen und den

Aufenthaltswert der Markt Südseite steigern. Nach Süden hin ist eine gewisse Durchlässigkeit der Baustruktur zu erkennen, so dass öffentliche Einrichtungen und soziale Infrastruktureinrichtungen, die sich in der südlich anschließende Lage „Neue Anlage“ konzentrieren, durch den Innenstadtbesucher erreicht werden können.



### **Marktplatz Ost (Nebenlage)**

Die Ostseite des Marktplatzes präsentiert sich als Nebenlage des Geschäftszentrums der Heider Innenstadt, die allerdings im Übergangsbereich zur Friedrichstraße Hauptlagenqualitäten verzeichnet. Ein attraktiver, eher kleinteilig strukturierter Einzelhandelsmix, eingebunden in eine historische, gut erhaltene Bausubstanz, ist charakteristisch für diese Geschäftslage. Der südliche Bereich der Markt Ostseite ist als Fußgängerzone ausgewiesen. Hier entsteht durch einen umgestalteten Fußgängerbereich und eine hochwertige Natursteinpflasterung ein ansprechender Eindruck des öffentlichen Raumes. Der nördliche Teilbereich ist für den Autoverkehr geöffnet und dient als eine der Zufahrten für die auf dem Marktplatz befindlichen Stellplätze. Die Aufenthaltsqualitäten sind dementsprechend geringer, wobei die Außendarstellung des Einzelhandels durchgängig hoch bleibt.



### ***Süderstraße (Nebenlage)***

Die Süderstraße bildet den südwestlichen Abschluss des Heider Geschäftszentrums. Sie verbindet den Marktplatzbereich sowie die Hauptlage an der Friedrichstraße mit dem südlich gelegenen Standortbereich „Koopmannshof“. Die Bebauungsstruktur der Süderstraße ist deutlich neuzeitlicher geprägt als jene in der Friedrichstraße und im Bereich der Markt Süd- und Ostseite, weist jedoch tendenziell denselben guten Erhaltungszustand auf. Das Straßenraumprofil präsentiert sich darüber hinaus wesentlich schmäler und baulich enger gefasst.

Die Nutzungsstruktur ist durch einen dichten und vergleichsweise kleinteiligen Besatz an zentrenprägenden Nutzungen in den Erdgeschossen geprägt. Einzelhandelsbetriebe bestehen ebenso wie Dienstleistungen und Gastronomien. Verstärkt sind allerdings auch Leerstände wahrzunehmen. Der Einzelhandel nimmt in der Geschäftslage Süderstraße eher eine untergeordnete Funktion ein. Der Geschäftsbesatz ist wesentlich geringer ausgeprägt als die Einzelhandelsdichte in der Hauptlage. Dementsprechend ist auch weniger Publikumsverkehr als in der Friedrichstraße festzustellen. Die Angebotsgestaltung kennzeichnet sich durch einen eher einfachen, preisorientierten Standard mit nur wenigen hochwertigen Bausteinen. Insgesamt ergibt sich damit für die Süderstraße ein unstrukturiertes und unklares Angebotsprofil, so dass sie in der Gesamtschau eher einen Nebenlagencharakter aufweist.



Die Gestaltung des öffentlichen Raums sowie die Außendarstellung des Handels gestaltet sich – im Vergleich zur Hauptlage – sehr zurückhaltend, was auf die nachträgliche Ausweisung als Fußgängerzone zurückzuführen ist.

### ***Marktplatz West und Nord (Ergänzungslage)***

Die West- und Nordseite des Heider Marktplatzes kennzeichnen sich durch eine insgesamt geringe Nutzungsdichte und einen einfachen Angebotsstandard. Sowohl die Baustruktur als auch die Gestaltung des öffentlichen Raums ist hier eher zweckmäßig und kann wenig positive Akzente setzen, weswegen diese Geschäftslagen als Ergänzungslage zum Geschäftszentrum einzuordnen ist. Insbesondere das Gebäude des ehemaligen SB-Warenhauses sky (Wandmaker) an der Marktwestseite fällt aufgrund seiner derzeit fehlenden Nutzung sowie seiner einfachen und schlichten Fassadengestaltung negativ auf. Zeitnah wird dieses Areal jedoch einer Neunutzung zugeführt werden. Realisiert werden sollen hier eine Passage mit kleinteiligem, vornehmlich zentrenrelevantem Einzelhandel sowie ein großflächiger Lebensmittelanbieter als Ankerbetrieb.

Problematisch an der Marktwestseite ist zudem die deutliche Überprägung des Bereichs durch den fließenden Verkehr.

Die Nordseite des Heider Marktplatzes besitzt – bis auf das dort ansässige Dänische Bettenlager – keine handelsbezogene Bedeutung. Hier dominieren insbesondere Wohn- aber auch Dienstleistungsnutzungen. Des Weiteren wird diese abgesetzte Lage durch die verkehrliche Zäsur der Bundesstraße B 203 verstärkt



### ***Neue Anlage (Ergänzungslage)***

Der Bereich „Neue Anlage“, der südlich des Geschäftszentrums lokalisiert ist, ist als Ergänzungslage öffentliche Einrichtungen / Verwaltung und Kultur zu charakterisieren. Hier konzentrieren sich insbesondere Angebote der öffentlichen Hand und soziale Einrichtungen wie z. B. das Rathaus, die Stadtbücherei oder das Bürgerhaus. Darüber hinaus sind diverse kulturelle bzw. freizeitorientierte Nutzungen wie z. B. das Brahmshaus, die Museumsinsel Lüttenheid, das Klaus-Groth-Museum oder der Tivoli vorhanden. Vielfältige Grünbereiche runden den Gesamteindruck der „Neuen Anlage“ ab. Das Quartier kennzeichnet sich damit insgesamt durch eine attraktive und vielfältige Nutzbarkeit, wodurch eine hohe Anziehungskraft für unterschiedliche Nutzergruppen generiert wird.



### **Schuhmacherort (Ergänzungslage)**

Der Schuhmacherort bietet dem Heider Innenstadtbesucher, in nördlich zum Geschäftszentrum abgesetzter Lage, den gastronomischen Schwerpunkt des zentralen Bereichs. Einzelhandelsnutzungen spielen in dieser Lage nahezu keine Rolle. Vermehrt sind hier leerstehende Ladenlokale wahrzunehmen<sup>33</sup>. Insgesamt kommt dem Schuhmacherort damit der Charakter einer das Geschäftszentrum im Bereich Gastronomie ergänzenden Lage zu.

Die Bebauungsstruktur setzt sich im Gros aus kleinteiliger, giebelständiger Bebauung mit historischen Bezügen zusammen, welche in dichter, geschlossener Abfolge den engen Straßenraum fassen. Es bestehen aber auch Gebäude neueren Ursprungs, die sich in ihrer Geschossigkeit und Außendarstellung gut in das Gesamtensemble des Standortes einfügen. Durch zeitlich zurückliegende, umfangreiche Sanierungsarbeiten präsentiert sich die Bausubstanz in einem guten Erhaltungszustand.



Die Gestaltung des öffentlichen Raums vermittelt – insbesondere durch die außergastronomische Ergänzung – eine hohe Aufenthaltsqualität. Natursteinpflaster und Klinker prägen die Pflasterung des Schuhmacherorts. Insgesamt ergibt sich damit ein attraktiver, das Geschäftszentrum funktional ergänzender Altstadtbereich.

### **Einkaufszentrum Koopmannshof (Ergänzungslage)**

Das Einkaufszentrum Koopmannshof liegt im Süden des zentralen Bereichs der Heider Innenstadt. Es schließt an den südlichen Ausgang des Geschäftszentrums an der Süderstraße an. Durch die Hafenstraße als räumliche Zäsur ist der Standortbereich leicht abgesetzt – es mangelt an einer funktionalen Anbindung an die Strukturen des Geschäftszentrums. Am Koopmannshof sind vorwiegend großformatige Einzelhandelsbausteine ansässig, so z. B. das SB-Warenhaus Marktkauf oder der Textildiscounter Kik. Daraus resultiert eine Verkaufsflächenkonzentration an diesem Standort, so dass hier – neben der Hauptlage an der Friedrichstraße – ein zweiter innerstädtischer Einzelhandelspol ausgebildet wird. Der warengruppenspezifische Angebotsschwerpunkt liegt im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Die übrigen am Standort vorhandenen Angebote sind vorrangig im Niedrigpreissektor anzusiedeln. Die Ausrichtung und Bauweise der Baukörper sowie die Integration großer Stellplatzflächen deuten darauf hin, dass sich der Standort in seiner Zielgruppenansprache deutlich auf den Autokunden ausrichtet. Auch die Außendar-

---

<sup>33</sup> vgl. hierzu auch Karte 21 auf S. 83

stellung der vorwiegend eingeschossigen Handelsbauten ist einfach und wirkt schwach. Qualitäten im öffentlichen Raum sowie eine Anbindung an das Fußwegenetz des Geschäftszentrums sind nicht vorhanden. Vor dem Hintergrund dieser Faktoren ist das Einkaufszentrum Koopmannshof als Ergänzungslage für großflächigen nahversorgungsrelevanten Einzelhandel zu kategorisieren.



### **Fazit: städtebaulicher Check**

Insgesamt kennzeichnet sich der zentrale Bereich der Heider Innenstadt durch eine weitläufige Struktur, die jedoch in sich kompakt organisierte und klar strukturierte Teilbereiche aufweist. Diese bilden in der Friedrichstraße und am Koopmannshof zwei Pole aus. Die Hauptlage am südöstlichen Marktplatzbereich und entlang der Friedrichstraße zeichnet sich durch einen sehr dichten Einzelhandelsbesatz aus. Ein gut strukturierter Mix aus inhaber- und regionalgeführten Magnetbetrieben, Filialisten, Fachgeschäften und ergänzendem kleinteiligen Einzelhandelsbesatz ist kennzeichnend. Die attraktive und zeitgemäße Gestaltung des öffentlichen Raums sowie eine hochwertige Außendarstellung der Ladenlokale wirken zusätzlich positiv auf das Gesamterscheinungsbild dieses Teilbereichs. Hier befindet sich zudem das „Markenzeichen“ der Stadt Heide, der größte unbebaute Marktplatz Deutschlands mit einer Gesamtfläche von rd. 4,7 ha. Er wird heute jedoch – neben der Ausrichtung des traditionellen Wochenmarktes – in erster Linie als Parkplatz genutzt und wirkt allein für diese Nutzungsart deutlich überdimensioniert. Durch diese Unternutzung fehlt es an möglichen Synergien zwischen den Marktrandbereichen und ihren angrenzenden Bebauungs- und Nutzungsstrukturen, die durch eine intensivere Einbindung des Marktplatzes in die städtebauliche Situation und das urbane Geschehen in der Stadt Heide grundsätzlich ermöglicht werden könnten.

Der Standortbereich Koopmannshof charakterisiert sich als funktionaler Ergänzungsstandort für vorwiegend großflächige Einzelhandelsbetriebe in zentraler Lage. Durch die Hafenstraße ist dieser Teilbereich leicht von der übrigen Innenstadt abgesetzt. Er weist durch großzügig dimensionierte Stellplatzflächen eine eindeutige Autokundenorientierung auf, obgleich er grundsätzlich auch über die innerstädtische Fußgängerzone (Süderstraße) fußläufig erreichbar ist. Die städtebauliche Außendarstellung der Baukörper wirkt – insbesondere im Vergleich zu jener im Teilbereich Friedrichstraße – wenig anspruchsvoll. Problematisch stellt sich zudem die fehlende funktionale Verknüpfung der beiden vornehmlich durch Einzelhandel geprägten Teilbereiche dar.

Insgesamt kann sich der zentrale Bereich der Heider Innenstadt unter städtebaulichen Gesichtspunkten als gut strukturierter und attraktiver Einzelhandelsstandort auch im regionalen Kontext profilieren, da sie eine entsprechende Ausstrahlungskraft über die Grenzen der Kreisstadt Heide und auch über die Grenzen des Stadt-Umland-Gebietes entfalten kann.

### **Angebotsstruktur im zentralen Bereich Innenstadt Heide**

Die Innenstadt des schleswig-holsteinischen Mittelzentrums Heide ist der **wichtigste räumliche Angebotsschwerpunkt** des Einzelhandels innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes. Insgesamt wird hier zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung im Februar 2011 eine **Verkaufsfläche** von rd. **30.540 m<sup>2</sup>** vorgehalten, die sich auf **116 Einzelhandelsbetriebe** verteilt. Daraus resultieren ein verhältnismäßig hoher Anteil von rd. 35 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche der Kreisstadt Heide und ein Anteil von rd. 28 % an der Gesamtverkaufsfläche des SUK-Gebietes. Bezogen auf die Anzahl der Betriebe ergibt sich im Verhältnis zur Ausstattung der Stadt Heide eine Quote von etwa 53 % und im Verhältnis zur Region Heide von etwa 44 %. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt bei rund 268 m<sup>2</sup> und somit über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von 230 m<sup>2</sup>. Dies lässt darauf schließen, dass das typischerweise in Innenstädten und örtlichen Zentren vorherrschende Bild eines eher kleinteilig strukturierten Einzelhandelsangebots in der Heider Innenstadt durch großflächigen Handelsbausteine ergänzt wird.

Im zentralen Bereich Innenstadt der Kreisstadt Heide **stehen rd. 7.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche leer**, die sich auf 25 leerstehende Ladenlokale verteilen. Dies entspricht einer **innerstädtischen Leerstandsquote** von rd. **20 %** hinsichtlich der Verkaufsfläche. Bis zu 10 % leerstehender Verkaufsfläche können in einer Kommune noch als Grenzwert für eine natürliche Fluktuationsrate gelten. Demnach würde sich für die Heider Innenstadt eine eher kritische Leerstandssituation ergeben. Trotz der erhöhten Werte ist dies jedoch nicht der Fall, da relativierend ein großer innerstädtischer Leerstand (ehemaliger Wandmarker / Sky-Supermarkt an der Marktwestseite mit rd. 3.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), dem perspektivisch eine Neunutzung zugeführt werden soll, ins Gewicht fällt.

Karte 22 veranschaulicht die räumliche Verteilung der leerstehenden Ladenlokale im zentralen Bereich Innenstadt.

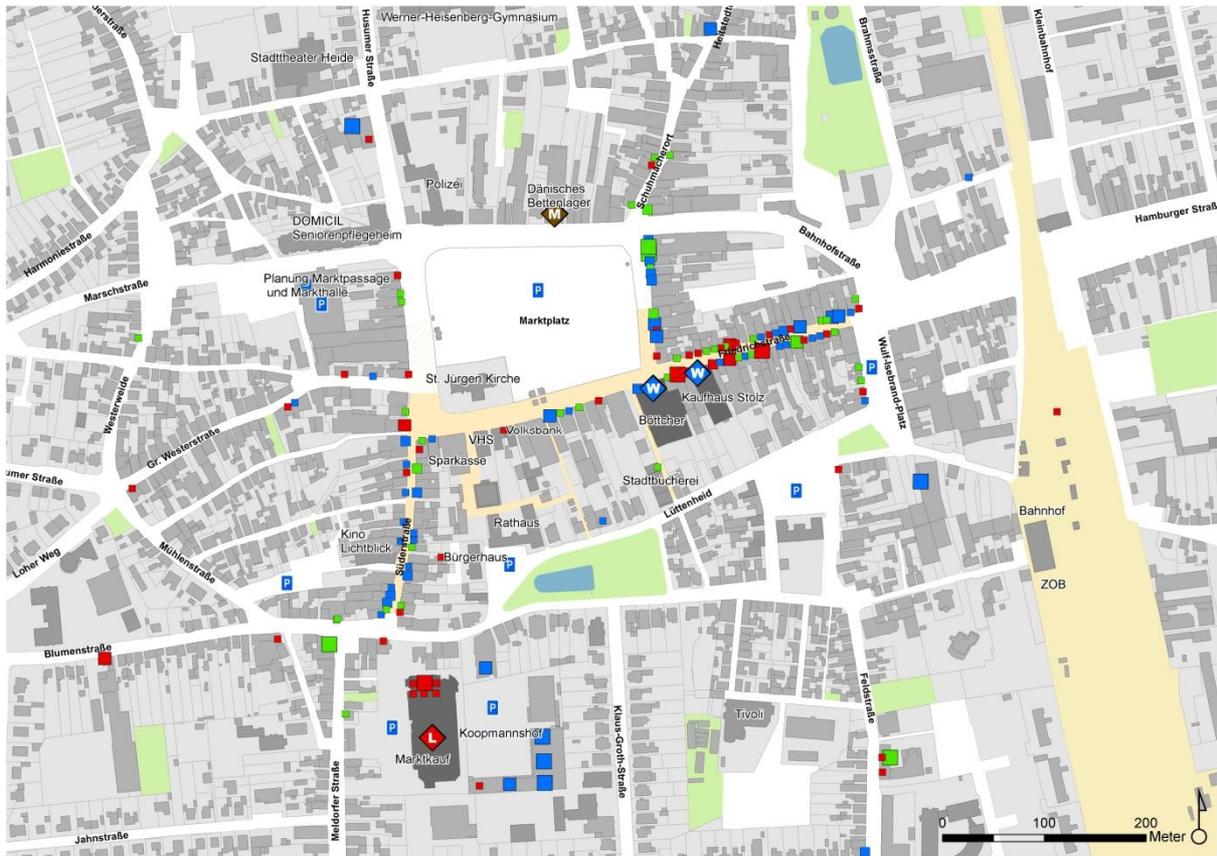
## Karte 21: Leerstandssituation im zentralen Bereich Innenstadt Heide



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Über die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots im zentralen Bereich der Heider Innenstadt, speziell über die Lage der großflächigen Betriebe sowie über die Differenzierung des Angebots nach den drei Bedarfsstufen und unterschiedlichen Größenklassierungen, gibt Karte 22 einen Überblick.

**Karte 22: Angebotsstruktur nach Bedarfsstufen und großflächige Anbieter im zentralen Bereich Innenstadt Heide**



- Sonstiger Einzelhandel (≤ 800 m²)**
- > 400 - 800 m² Verkaufsfläche
  - > 200 - 400 m² Verkaufsfläche
  - > 100 - 200 m² Verkaufsfläche
  - bis 100 m² Verkaufsfläche
- Darstellung der Bedarfsstufen**
- kurzfristiger Bedarf
  - mittelfristiger Bedarf
  - langfristiger Bedarf
- Großflächiger Einzelhandel (> 800 m²)**
- ◆ Lebensmittelmarkt
  - ◆ Kauf- / Warenhaus
  - ◆ Bau- / Gartenmarkt
  - ◆ Möbelmarkt
  - ◆ sonstiger Fachmarkt

Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Der Angebotsschwerpunkt der Heider Innenstadt liegt in den **überwiegend mittelfristigen Warengruppen**, die auf etwa 16.400 m² angeboten werden. Damit entfällt etwa 55 % der Gesamtverkaufsfläche des zentralen Bereichs auf Angebote des mittelfristigen Bedarfs.

Einen beachtlichen Anteil von etwa einem Drittel der Gesamtverkaufsfläche des zentralen Bereichs Innenstadt Heide (rd. 10.000 m² Verkaufsfläche) belegen Angebote der innerstädtischen Leitbranche **Bekleidung / Textilien**. In Bezug auf das gesamte Angebot dieser Warengruppe in der Stadt Heide bzw. im SUK-Gebiet, nimmt das innerstädtische Bekleidungsangebot gute Anteile von rd. 85 % bzw. rd. 67 % ein. Die größten Anbieter dieser Warengruppe in der Heider Innenstadt sind das Textilhaus Böttcher an der Markt Südseite (rd. 3.850 m² sortimentspezifische Verkaufsfläche) und das Modekaufhaus Stolz in der Friedrichstraße (rd. 1.700 m² sortimentspezifische Verkaufsfläche) sowie ferner der Textildiscounter Kik am Standort Koopmannshof an der Hafenstraße (rd. 460 m² sortimentspezifische Verkaufsfläche). Darüber hinaus befinden sich diverse kleinere, spezialisierte Bekleidungsfachgeschäfte innerhalb des zentralen Bereichs.

Gegenüber dem Verkaufsflächenangebot in der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung / Textilien werden die übrigen Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe in quantitativ deutlich geringerem jedoch immer noch gutem Umfang in der Heider Innenstadt angeboten. Quantitative Angebotsdefizite oder relevante Nachholdbedarfe sind trotz des geringeren Umfangs nicht auszumachen.

**Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** werden in der Heider Innenstadt auf einer Verkaufsfläche von rd. **8.000 m<sup>2</sup>** offeriert, was einem Anteil von rd. 33 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sowie von rd. 28 % an der gesamten regionalen Verkaufsfläche des Angebots im kurzfristigen Bedarfsbereich entspricht. Etwa 58 % dieser Verkaufsflächen (rd. 4.700 m<sup>2</sup>) entfallen dabei auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. In Bezug auf das gesamtstädtische / gesamtregionale Angebot in der Stadt Heide / im SUK-Gebiet, werden am wichtigsten räumlichen Angebotsschwerpunkt der Region Heide etwa 31 % / 25 % der entsprechenden Gesamtverkaufsflächen vorgehalten. Als prägender Anbieter tritt insbesondere das SB-Warenhaus Marktkauf (rd. 2.960 m<sup>2</sup> warengruppenspezifische Verkaufsfläche) in der südlich des innerstädtischen Geschäftszentrums lokalisierten Ergänzungslage „Einkaufszentrum Koopmannshof“ an der Hafestraße hervor. Ein in der Innenstadt vorhandenes umfangreiches **Grundversorgungsangebot** ist grundsätzlich als positiv anzusehen. Differenzierte Lebensmittelangebote in Innenstädten sind ein maßgeblicher Bestandteil der funktionalen Heterogenität einer City und regelmäßig zu erhalten und weiter zu entwickeln. Ein Anteil von etwa einem Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche von Nahrungs- und Genussmitteln identifiziert die Heider Innenstadt als bedeutenden Nahversorgungsstandort. Gleichwohl gibt dieser Wert jedoch auch Auskunft darüber, dass – gesamtstädtisch wie regional betrachtet – weitere rd. zwei Drittel dieser nahversorgungsrelevanten und damit grundsätzlich möglichst fußläufig erreichbaren Verkaufsflächen im Untersuchungsraum außerhalb zentraler Bereiche vorgehalten werden<sup>34</sup>.

Darüber hinaus entfallen rund 1.800 m<sup>2</sup> innerstädtische Verkaufsfläche (rd. die Hälfte des warengruppenspezifischen Gesamtangebots in der Stadt Heide) auf die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege. Das SB-Warenhaus Marktkauf an der Hafestraße und ferner der Drogeriemarkt Rossmann in der Friedrichstraße markieren die größten innerstädtischen Anbieter dieser Warengruppe. Abgerundet wird das innerstädtische Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich durch Angebote in der Warengruppe Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher (rd. 1.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie im Bereich Blumen (Indoor) / Zoo (rd. 250 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche).

Angebote von **Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe** sind im zentralen Bereich der Innenstadt von Heide auf einer Verkaufsfläche von rund 6.000 m<sup>2</sup> vorzufinden und damit – wie typischerweise in Innenstädten anzutreffen – quantitativ am geringsten vertreten. Zahlenmäßig treten die Angebote in der Warengruppe Wohneinrichtung sowie im Bau- und Gartenmarktbereich mit einer Verkaufsfläche von rd. 2.200 m<sup>2</sup> bzw. rd. 1.200 m<sup>2</sup> hervor. Weitere etwa 740 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche werden in der Warengruppe Elektronik / Multimedia vorgehalten.

Eine detaillierte Aufstellung der Angebotsstruktur im zentralen Bereich der Heider Innenstadt, differenziert nach Warengruppen und Fristigkeit des Bedarfs ist der folgenden Tabelle 27 zu entnehmen.

<sup>34</sup> vgl. hierzu auch die genaue Analyse der räumlichen Verteilung des Grundversorgungsangebotes in der Region Heide in Kapitel 5.4

**Tabelle 27: Verkaufsflächen im zentralen Bereich Innenstadt Heide**

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an innerstädtischer Gesamtverkaufsfläche (In %)	Anteil an warengruppenspezifischer Gesamtverkaufsfläche Kreisstadt Heide (in %)	Anteil an warengruppenspezifischer Gesamtverkaufsfläche Region Heide (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	4.650	15,2	30,7	25,3
Blumen (Indoor) / Zoo	240	0,8	5,8	5,2
Gesundheit und Körperpflege	1.740	5,7	50,3	43,3
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.390	4,6	77,2	68,5
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.020*	26,2	32,7	27,6
Bekleidung / Textilien	9.950	32,6	84,8	67,0
Schuhe / Lederwaren	1.780	5,8	72,4	55,1
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	1.710	5,6	61,7	55,5
Spielwaren / Hobbyartikel	1.640	5,4	53,8	52,7
Sport und Freizeit	1.230	4,0	45,4	37,2
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	16.300*	53,4	71,7	59,1
Wohneinrichtung	2.220	7,3	37,6	28,7
Möbel	600	2,0	11,1	6,4
Elektro / Leuchten	280	0,9	15,4	14,8
Elektronik / Multimedia	710	2,3	17,6	16,9
Medizinische und orthopädische Artikel	610	2,0	96,8	96,8
Uhren / Schmuck	280	0,9	93,3	65,1
Baumarktsortimente	1.170	3,8	9,0	6,6
Gartenmarktsortimente	60	0,2	0,7	0,7
Überwiegend langfristiger Bedarf	5.930*	19,4	15,0	11,6
Sonstiges	280	0,9	53,8	53,8
<b>Zentraler Bereich Innenstadt Heide - gesamt</b>	<b>30.540</b>	<b>100</b>	<b>35,0</b>	<b>28,2</b>

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung;

\*gerundete Werte

### 5.3.1.2 Sonderstandort „Heide-Ost“ (Hamburger Straße / Schanzenstraße)

#### Sonderstandorte

Im Kontext der Versorgungsstrukturen des SUK-Gebietes sind neben dem zentralen Bereichen der Heider Innenstadt weitere räumliche Angebotsschwerpunkte in Form von Sonderstandorten

zu betrachten, die außerhalb zentraler Bereiche und städtebaulich integrierter Lagen in städtebaulich **nicht integrierter Lage** des Stadt-Umland-Gebietes lokalisiert sind. Regelmäßig sind solche Sonderstandorte durch großflächige Angebotsstrukturen des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels gekennzeichnet, die durch Art und Umfang der angebotenen Sortimentspalette und daraus resultierender geringer Flächenproduktivitäten nicht im räumlich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Einkaufsbereichen angeboten werden können. Aufgrund der im Vergleich zu Innenstädten und örtlichen Zentren geringeren Bauerschließungskosten sowie einfacheren Mobilisierung ausreichend großer Grundstücke und nicht zuletzt durch eine in der Regel verkehrsgünstige Lage an städtischen Ausfallstraßen, rücken derartige Standorte oftmals in den Fokus von Investoren auch solcher (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe, die sich durch zentrenrelevante Kernsortimente auszeichnen. Aus diesem Grund sind eine konzeptionelle Auseinandersetzung mit nicht integrierten Sonderstandorten und eine Bewertung hinsichtlich zukünftiger Entwicklungspotenziale im Rahmen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes unmittelbar angezeigt.

Innerhalb der regionalen Einzelhandelsstrukturen innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes Heide sind als räumliche Angebotsschwerpunkte in Form von Sonderstandorten im o. g. Sinne der Standortbereich „Heide-Ost“ (Hamburger Straße / Schanzenstraße) am östlichen Rand des Siedlungskörpers der Stadt Heide, der Standortbereich „Heide-Süd“ (Fritz-Tiedemann-Ring) am südlichen Rand des Siedlungskörpers der Stadt Heide sowie der Standortbereich „Waldstraße“ (Waldstraße / von-Humboldt Straße) im Südosten der Umlandgemeinde Wesseln, in direktem Übergang zum Siedlungsgebiet der Stadt Heide, zu identifizieren. Diese drei Standorte sind folgend einer detaillierteren Betrachtung zu unterziehen.

### **Struktur Sonderstandort „Heide-Ost“**

Der Sonderstandort „Heide-Ost“ ist in der Kreisstadt Heide, am östlichen Siedlungsrandbereich in städtebaulich nicht integrierter, verkehrsgünstiger Lage lokalisiert. Die Entfernung zum zentralen Bereich Innenstadt Heide beträgt etwa 2,5 Kilometer. Das Areal dieses Gewerbestandes erstreckt sich entlang der Hamburger Straße / Schanzenstraße und wird im Osten durch das Ende des besiedelten Bereichs sowie im Südwesten durch den Fritz-Tiedemann Ring und im Nordwesten durch den Standort des Edeka-Centers begrenzt. Durch seine verkehrsgünstige Lage sowie die am Standort vorhandenen großzügig dimensionierten Stellplatzflächen, um die sich die Betriebe anordnen, ist dem Standortbereich unter absatzwirtschaftlichen Gesichtspunkten eine deutliche Ausrichtung auf den Autokunden zu attestieren.

Mit einem Einzelhandelsangebot von rund **26.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche** ist der Standortbereich „Heide-Ost“ **nach der Heider Innenstadt der quantitativ umfangreichste Angebotsstandort** innerhalb der Region Heide, an dem etwa ein Viertel der Einzelhandelsgesamtverkaufsfläche des SUK-Gebietes vorgehalten wird (rd. 31 % der Einzelhandelsgesamtverkaufsflächen der Stadt Heide). Insgesamt sind am Sonderstandort **17 Einzelhandelsbetriebe** ansässig, von denen sechs Anbieter eine Verkaufsfläche von 800 m<sup>2</sup> oder mehr aufweisen und damit das charakteristische Merkmal der Großflächigkeit erfüllen. Auf diese sechs Betriebe entfallen mit einer Verkaufsfläche von etwa 23.400 m<sup>2</sup> rund 88 % der Gesamtverkaufsfläche am Gewerbestandort. In Karte 23 wird der Einzelhandelsbesatz am Standortbereich „Heide-Ost“, differenziert nach Bedarfsstufen und großflächigen Anbietern in einem räumlichen Zusammenhang gestellt.

**Karte 23: Angebotsstruktur nach Bedarfsstufen und großflächige Anbieter am Sonderstandort „Heide-Ost“ (Hamburger Straße / Schanzenstraße)**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### Angebotsstruktur Sonderstandort „Heide-Ost“

Entsprechend der typischen Strukturen nicht integrierter Sonderstandorte, liegt der Angebotschwerpunkt im Gewerbegebiet Nordwest mit einer Verkaufsfläche von rd. **17.200 m<sup>2</sup>** in den Warengruppen des **überwiegend langfristigen Bedarfs** und hier insbesondere in den flächenintensiven Angebotsbereichen der **Bau- und Gartenmarktsortimente** (rd. 9.600 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; prägender Anbieter: toom Baumarkt) sowie **Möbel** (rd. 3.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; prägender Anbieter: Tejo's Lagerverkauf), jedoch ferner auch in der eher kleinteilig strukturierten und typischerweise zentrenprägenden Warengruppe **Elektronik / Multimedia** (rd. 2.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; prägender Anbieter: Media Markt). Es entfallen somit etwa 65 % des Angebots auf Warengruppen mit einer langfristig ausgelegten Bedarfshäufigkeit. Darüber hinaus werden allerdings weiter rd. **7.500 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche in Warengruppen der **überwiegend kurzfristigen Bedarfshäufigkeit** am Standort „Heide-Ost“ vorgehalten. Eine besondere Konzentration liegt dabei in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 5.400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; prägende Anbieter: Edeka-Center, Lidl, Aldi-Nord<sup>35</sup>). Somit entfallen etwa 30 % der warengruppenspezifischen Verkaufsflächen innerhalb des SUK-Gebietes auf den nicht integrierten Sonderstandort. Dies ist als **problematisch** anzusehen, da das Angebot durch die städtebaulich nicht integrierte Lage des Gewerbebestandes nahezu keine Relevanz für die fußläufige Erreichbarkeit hat. Demzufolge kommt dem Standortbereich „Heide-Ost“ keine Nahversorgungs-, sondern

<sup>35</sup> Der ansässige Lebensmitteldiscounter Aldi-Nord plant derzeit eine Verlagerung und Verkaufsflächenerweiterung innerhalb des Standortbereichs.

eine Grundversorgungsfunktion zu, da primär individualmotorisierte Kundschaft angesprochen wird. Die **bedingte Teilfunktion als Nahversorgungsstandort** für die westlich angrenzende Wohnbevölkerung wird durch das derzeit vorgehaltene Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich am Standort bereits „übererfüllt“. Auch die **Verkaufsflächenkonzentration** in der Warengruppe **Elektronik / Multimedia ist problematisch**, da diese Warengruppe typischerweise innerhalb städtebaulich integrierter Zentren vorgehalten wird. Das Vorhandensein des großflächigen Elektronik- und Multimediafachmarktes „Media Markt“ am Sonderstandort „Heide-Ost“ erschwert damit zukünftige Bemühungen, dieses typischerweise innenstadtrelevante Angebot in einer entsprechenden Größenordnung innerhalb der Heider Innenstadt anzusiedeln.

**Foto 1 und 2: Großflächige Einzelhandels- und Parkplatzstrukturen am Sonderstandort „Heide-Ost“**



Quelle: eigene Aufnahmen (März 2011)

Eine detaillierte Aufstellung der gesamten Angebotsstruktur am Sonderstandort „Heide-Ost“, differenziert nach Warengruppen und Fristigkeit des Bedarfs ist der folgenden Tabelle 28 zu entnehmen.

**Tabelle 28: Verkaufsflächen am Sonderstandort „Heide-Ost“**

Warengruppe	Verkaufs-fläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an warengruppen- spezifischer Gesamtverkaufs- fläche Stadt Heide (in %)	Anteil an warengruppen- spezifischer Gesamtverkaufs- fläche Region Heide (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	5.410	35,7	29,5
Blumen (Indoor) / Zoo	880	21,4	18,9
Gesundheit und Körperpflege	1.020	29,5	25,4
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	140	7,8	6,9
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	7.450*	30,4	25,6
Bekleidung / Textilien	580	4,9	3,9
Schuhe / Lederwaren	220	8,9	6,8
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	790	28,5	25,6
Spielwaren / Hobbyartikel	100	3,3	3,2
Sport und Freizeit	160	5,9	4,8
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.850*	8,1	6,7
Wohneinrichtung	1.070	18,1	13,8
Möbel	3.140	58,1	33,6
Elektro / Leuchten	910	50,0	48,1
Elektronik / Multimedia	2.530	62,8	60,0
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	6.390	48,9	35,8
Gartenmarktsortimente	3.190	37,8	35,2
Überwiegend langfristiger Bedarf	17.230	43,5	33,7
Sonstiges	120	23,1	23,1
<b>SO „Heide-Ost“ – gesamt</b>	<b>26.660*</b>	<b>30,5</b>	<b>24,6</b>

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung; [SO = Sonderstandort]

\*gerundete Werte

### 5.3.1.3 Sonderstandort „Heid-Süd“ (Fritz-Tiedemann-Ring)

#### Struktur Sonderstandort „Heide-Süd“

Der Sonderstandort „Heide-Süd“ liegt an der Meldorfer Straße / Fritz-Tiedemann-Ring in **städttebaulich nicht integrierter Lage** im südlichen **Randbereich** des Siedlungskörpers der Kreisstadt Heide. Die Entfernung zur Heider Innenstadt beträgt rund 2,5 km. Die Meldorfer Straße ist eine typische städtische Ausfallstraße, die als B 5 in südlicher Richtung aus dem Heider Stadtgebiet in Richtung Hemmingstedt führt. Dementsprechend weist der Standort eine verkehrsgünstige Lage auf, die eine wesentliche Ausrichtung des ansässigen Einzelhandelsbesatzes auf mobile Autokundschaft aufzeigt. Zentraler Anbieter sind der Verbrauchermarkt familia, der Lebensmitteldiscounter Aldi-Nord, sowie der Hagebaumarkt und das Bauzentrum Schröder (vgl. Karte 24). Die **Gesamtverkaufsfläche** am Standortbereich „Heide-Süd“ beläuft sich auf rund **12.300 m<sup>2</sup>**, was einem Anteil an der Gesamtverkaufsfläche des SUK-Gebiets (der Stadt Heide) über alle Warengruppen von etwa 12 % (15 %) entspricht.

**Karte 24: Angebotsstruktur nach Bedarfsstufen und großflächige Anbieter am Sonderstandort „Heide-Süd“ (Fritz-Tiedemann-Ring)**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

#### Angebotsstruktur Sonderstandort „Heide-Süd“

Der Sonderstandort „Heide-Süd“ weist eine **Verkaufsfläche** von etwa **13.100 m<sup>2</sup>** auf. Hier befinden sich insgesamt **acht Anbieter** – davon **vier großflächige** mit einer Gesamtverkaufsfläche von etwa 12.900 m<sup>2</sup>. Sie stellen damit rd. 98 % der standortbezogenen Gesamtverkaufsfläche. Die Warengruppenspezifischen **Angebotsschwerpunkte** sind im Bereich **Bau- und Gartenmarktsortimente** (rd. 10.100 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; prägnanten Anbieter: Hagebaumarkt, Bau-

zentrum Schröder) sowie im Bereich der überwiegend kurzfristig nachgefragten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 2.800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche; prägnante Anbieter: famila, Aldi Nord) auszumachen. Auch hier gilt für die Angebotskonzentration von Nahrungs- und Genussmitteln, dass eine **Nahversorgungsfunktion** des Standortes aufgrund mangelnder fußläufiger Erreichbarkeit – wenn überhaupt – **nur bedingt** attestiert werden kann. Ebenso ist mit dem vorhandenen Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich eine „**Übererfüllung**“ dieser bedingten Funktion bereits gegeben.

**Foto 3 und 4: Einzelhandelsstrukturen am Sonderstandort „Heide-Süd“**



Quelle: eigene Aufnahme (April 2010)

Eine detaillierte Aufstellung der gesamten Angebotsstruktur am Sonderstandort „Heide-Süd“, differenziert nach Warengruppen und Fristigkeit des Bedarfs ist der folgenden Tabelle 29 zu entnehmen.

**Tabelle 29: Verkaufsflächen am Sonderstandort „Heide-Süd“**

Warengruppe	Verkaufs-fläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an warengruppen- spezifischer Gesamtverkaufs- fläche Stadt Heide (in %)	Anteil an warengruppen- spezifischer Gesamtverkaufs- fläche Region Heide (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	2.200	14,5	12,0
Blumen (Indoor) / Zoo	490	11,9	10,5
Gesundheit und Körperpflege	290	8,4	7,2
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	30	1,7	1,5
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.010*	12,3	10,4
Bekleidung / Textilien	150	1,3	1,0
Schuhe / Lederwaren	<10	<0,1	<0,1
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	170	6,1	5,5
Spielwaren / Hobbyartikel	20	<0,1	0,6
Sport und Freizeit	50	1,8	1,5
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	390*	1,7	1,4
Wohneinrichtung	460	7,8	5,9
Möbel	730	13,6	7,8
Elektro / Leuchten	340	18,7	18,0
Elektronik / Multimedia	50	1,2	1,2
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	-	-	-
Baumarktsortimente	3.190	24,4	17,9
Gartenmarktsortimente	4.920	58,3	54,3
Überwiegend langfristiger Bedarf	9.690*	24,5	18,9
Sonstiges	10	1,9	1,9
<b>SO „Heide-Süd“ – gesamt</b>	<b>13.100*</b>	<b>15,0</b>	<b>12,1</b>

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung; [SO = Sonderstandort]

\*gerundete Werte

#### 5.3.1.4 Zusammenfassung

---

Insgesamt verfügt die Kreisstadt Heide über ein umfangreiches und differenziertes Einzelhandelsangebot, das sich schwerpunktmäßig auf drei Standortbereiche konzentriert.

Der **zentrale Bereich der Innenstadt Heide** kennzeichnet sich durch einen gut strukturierten Angebots- und Branchenmix des Einzelhandels sowie ein quantitativ umfangreiches Einzelhandelsangebot. Eine ansprechende Gestaltung des öffentlichen Raums, ergänzt durch eine nahezu im gesamten zentralen Bereich Innenstadt gut erhaltene und sanierte Bausubstanz sowie diverse gastronomische (Schuhmacherort) und freizeitgestalterische Angebot (Neue Anlage), sorgen für ein angenehmes Innenstadterlebnis und ein lebendiges Geschäftszentrum in der mittelzentralen Kreisstadt. Zudem sind wichtige Magnetbetriebe der Einzelhandelslandschaft des gesamten SUK-Gebietes (z. B. das SB-Warenhaus Marktkauf, das Modekaufhaus Stolz und das Textilhaus Böttcher) in die Innenstadt integriert. Durch die zeitnahe Realisierung einer **Marktpassage mit Markthalle** an der Marktwestseite, auf dem Gelände des heute leerstehenden, ehemaligen sky-Marktes (Wandmaker), wird perspektivisch ein weiterer wichtiger Einzelhandelsbaustein in den zentralen Bereich der Heider Innenstadt integriert werden.

Die hohe Ausstrahlungskraft und Akzeptanz der Innenstadt spiegelt sich im Geschäfts- und Verkaufsflächenbesatz wider. Mit einem Anteil von rd. einem Drittel an der Gesamtverkaufsfläche der Stadt (bzw. rd. 28 % an der Gesamtverkaufsfläche der Region Heide) wartet der zentrale Bereich mit einem vielfältigen und differenzierten Einzelhandelsangebot auf, das in allen Bedarfsstufen quantitativ gut aufgestellt ist.

Positiv ist darüber hinaus die klar ablesbare und nachvollziehbare Gliederung des zentralen Bereichs Innenstadt hervorzuheben. Zwar kennzeichnet sich die Heider Innenstadt grundsätzlich durch vergleichsweise weitläufige Strukturen, jedoch sind die einzelnen Innenstadtquartiere in Ihrer Funktionalität eindeutig erkennbar und ihrer Funktion entsprechend aufgestellt.

Insgesamt verfügt sowohl die Stadt Heide als auch das Stadt-Umland-Gebiet damit über ein vielfältiges und lebendiges Zentrum mit großer Ausstrahlungskraft.

An den **zwei Sonderstandorten „Heide-Ost“** und **„Heide-Süd“** im Heider Stadtgebiet befinden sich schwerpunktmäßig großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Kernsortimenten, die z. B. aufgrund ihrer Flächenintensität und –produktivität nicht oder nicht rentabel in zentralen Bereichen angeboten werden können. Angebote des überwiegend mittel- und insbesondere des überwiegend kurzfristigen Bedarfs hingegen werden typischerweise in den Zentren vorgehalten. Solche Angebote sind jedoch auch in nicht unwesentlichem Umfang im räumlichen Zusammenhang mit den beiden Sonderstandorten vorzufinden, wie z. B. im Bereich Nahrungs- und Genussmittel oder auch im Bereich Elektronik / Multimedia speziell am Standort „Heide-Ost“. Daraus resultiert ein erhöhter Wettbewerbsdruck durch Angebotsüberschneidungen – oder sogar schwerpunktmäßige Konzentration an diesen Standorten – zwischen dem Heider Innenstadtzentrum in städtebaulich integrierter, zentraler Lage und den Handelsagglomerationen in nicht integrierten Lagen. Dies kann in einem mittel- bis langfristigen Zeithorizont einen ruinösen Wettbewerb intensivieren, der häufig zulasten der integrierten Standorte und Zentren geht.

Die Verteilung des Einzelhandelsangebots in der **Kreisstadt Heide**, räumlich differenziert nach den räumlichen Angebotsschwerpunkten sowie sonstige städtebaulich integrierten und nicht integrierten Streulagen, präsentiert sich zusammengefasst wie in folgender Tabelle dargestellt:

**Tabelle 30: Verteilung der Verkaufsflächen nach räumlichen Angebotsschwerpunkten und sonstige Lagen in der Kreisstadt Heide**

Warengruppe	ZB Innenstadt Heide		SO „Heide-Ost“		SO „Heide-Süd“		Sonstige integrierte Lagen		Sonstige nicht integrierte Lagen		Kreisstadt gesamt
	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)	VKF (in m <sup>2</sup> )
Nahrungs- und Genussmittel	4.650	30,7	5.410	35,7	2.200	14,5	2.810	18,6	70	0,5	15.140
Blumen (Indoor) / Zoo	240	5,8	880	21,4	490	11,9	1.310	31,9	1.190	29,0	4.110
Gesundheit und Körperpflege	1.740	50,3	1.020	29,5	290	8,4	400	11,6	-	-	3.460
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.390	77,2	140	7,8	30	1,7	220	12,2	10	0,6	1.800
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	8.020*	32,7	7.450*	30,4	3.010*	12,3	4.740*	19,4	1.270	5,2	24.490*
Bekleidung / Textilien	9.950	84,8	580	4,9	150	1,3	1.050	9,0	-	-	11.730
Schuhe / Lederwaren	1.780	72,4	220	8,9	<10	<0,1	460	18,7	-	-	2.460
GPK / Haushaltswaren	1.710	61,7	790	28,5	170	6,1	110	4,0	-	-	2.770
Spielwaren / Hobbyartikel	1.640	53,8	100	3,3	20	<0,1	1.290	42,3	-	-	3.050
Sport und Freizeit	1.230	45,4	160	5,9	50	1,8	1.260	46,5	20	0,7	2.710
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	16.300*	71,7	1.850*	8,1	390*	1,7	4.160*	18,3	20	<0,1	22.720*
Wohneinrichtung	2.220	37,6	1.070	18,1	460	7,8	2.160	36,6	-	-	5.900
Möbel	600	11,1	3.140	58,1	730	13,6	930	17,2	-	-	5.400
Elektro / Leuchten	280	15,4	910	50,0	340	18,7	290	15,9	-	-	1.820
Elektronik / Multimedia	710	17,6	2.530	62,8	50	1,2	740	18,4	-	-	4.030
Medizinische und orthopädische Artikel	610	96,8	-	-	-	-	20	3,5	-	-	630
Uhren / Schmuck	280	93,3	-	-	-	-	20	6,7	-	-	300
Baummarktsortimente	1.170	9,0	6.390	48,9	3.190	24,4	1.930	14,8	370	2,8	13.060
Gartenmarktsortimente	60	0,7	3.190	37,8	4.920	58,3	260	3,1	-	-	8.440
Überwiegend langfristiger Bedarf	5.930*	15,0	17.230	43,5	9.690*	24,5	6.340*	16,0	370	<0,1	39.570*
Sonstiges	280	53,8	120	23,1	10	1,9	120	23,1	-	-	520
<b>gesamt</b>	<b>30.540*</b>	<b>35,0</b>	<b>26.660*</b>	<b>30,5</b>	<b>13.100*</b>	<b>15,0</b>	<b>15.360*</b>	<b>17,6</b>	<b>2.010</b>	<b>2,3</b>	<b>87.310*</b>

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011 (ZB = zentraler Bereich; SO = Sonderstandort)

\*gerundete Werte \*\* Anteil an warengruppenspezifischer Gesamtverkaufsfläche Kreisstadt Heide

### 5.3.2 Räumliche Angebotsschwerpunkte im Heider Umland

---

Ein weiterer räumlicher Angebotsschwerpunkt des Stadt-Umland-Gebietes befindet sich außerhalb der Stadt Heide. Hierbei handelt es sich einerseits um Sonderstandort „Waldstraße“ in städtebaulich nicht integrierter Lage der Stadt Wesseln.

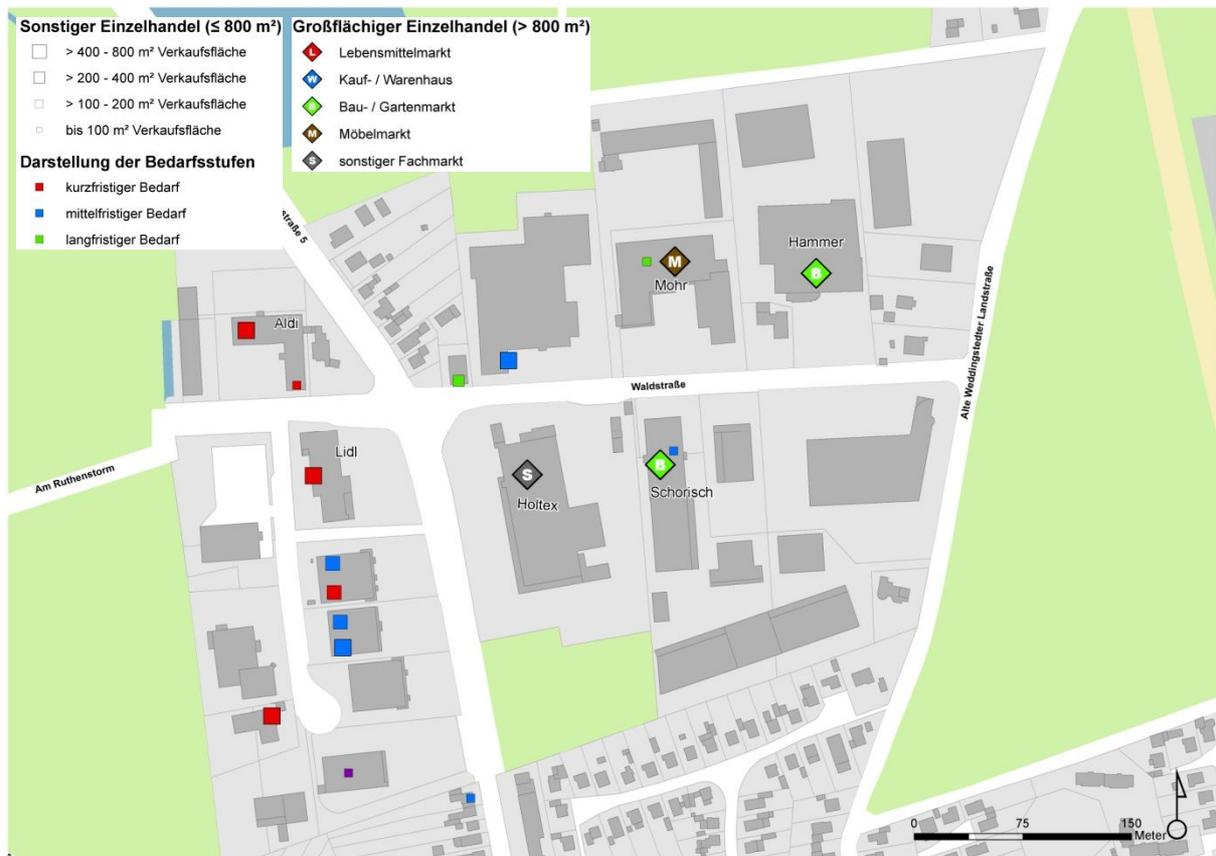
#### 5.3.2.1 Sonderstandort „Waldstraße“ (Waldstraße / von-Humboldt-Straße)

---

##### **Struktur Sonderstandort „Waldstraße“**

Der Sonderstandort „Waldstraße“ befindet sich in der nordwestlich der Kreisstadt Heide gelegenen **Umlandgemeinde Wesseln** in städtebaulich **nicht integrierter Siedlungsrandlage** und wird aus dem Heider Stadtgebiet durch die Husumer Straße (K 77) erschlossen. Der Übergang vom Wesselner Gewerbestandort in den besiedelten Bereich der Stadt Heide ist nahezu fließend. Die Entfernung zur Innenstadt beträgt rund 1,5 km. Die Husumer Straße ist eine städtische Ausfallstraße, die den Siedlungskörper der Kreisstadt Heide gen Norden über die Umlandgemeinde Wesseln mit der Gemeinde Weddingstedt und weiter mit der Gemeinde Stelle-Wittenwuth verbindet. Entsprechend der durch eine Lage an einer gut frequentierten Ausfallstraße bedingten Verkehrsgunst, weist der Standortbereich eine wesentliche Ausrichtung auf mobile Autokundschaft auf. Der Einzelhandelsbesatz an der „Waldstraße“ charakterisiert sich durch **16 Einzelhandelsbetriebe** mit einer **Verkaufsfläche von rd. 16.100 m<sup>2</sup>**. Dies entspricht einem Verkaufsflächenanteil von rd. 15 % an der Einzelhandelsgesamtverkaufsfläche der Region Heide und von **rd. 77 %** an den **gesamten Einzelhandelsverkaufsflächenausstattung des Heider Umlands**. Vier der Anbieter sind großflächig und vereinen mit etwa 11.940 m<sup>2</sup> annähernd drei Viertel der am Standort vorhandenen Verkaufsfläche auf sich. Das Einzelhandelsangebot am Standort „Waldstraße“ ist vergleichsweise breit aufgestellt. Schwerpunktmäßig werden Waren des primär langfristigen Bedarfs angeboten (vgl. Karte 25).

**Karte 25: Angebotsstruktur nach Bedarfsstufen und großflächige Anbieter am Sonderstandort „Waldstraße“ (Waldstraße / von-Humboldt-Straße)**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### Angebotsstruktur Sonderstandort „Waldstraße“

Der Angebotsschwerpunkt am Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln liegt vorrangig in den Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe (rd. 5.300 m² Verkaufsfläche **Bau- und Gartenmarktsortimente**, rd. 2.400 m² Verkaufsfläche **Möbel**, und rd. 1.800 m² Verkaufsfläche **Wohneinrichtung**). Jedoch werden auch auf etwa 2.600 m² Verkaufsfläche **Bekleidung und Textilien**, auf rd. 700 m² **Schuhe** sowie auf weiteren rd. 1.300 m² Verkaufsfläche **Nahrungs- und Genussmittel** angeboten – drei Warengruppen, denen typischerweise eine Zentren- bzw. Nahversorgungsrelevanz zukommt. Da ein solches Angebot regelmäßig in Innenstädten und örtlichen Zentren angeboten wird, tritt der nicht integrierte Sonderstandort hinsichtlich dieser Warengruppe in **funktionale Konkurrenz zum zentralen Einkaufsbereich der Heider Innenstadt**. Die drei größten Anbieter am Standortbereich Waldstraße sind der Baumarkt Hammer (rd. 3.700 m² Verkaufsfläche), der Möbelmarkt Mohr (rd. 3.300 m² Verkaufsfläche) und der Modemarkt Holtex (rd. 2.300 m² Verkaufsfläche).

Darüber hinaus ist zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 an der von-Humboldt-Straße 9 ein **Leerstand mit rd. 700 m²** zu verzeichnen. Dieses Ladenlokal wurde ursprünglich durch einen Aldi-Lebensmitteldiscounter genutzt, der sich innerhalb des Standortbereichs verlagert und im Zuge dessen eine Verkaufsflächenerweiterung angestrebt hat.

**Foto 5 und 6: Einzelhandelsstrukturen an der Heidelberger Straße**



Quelle: eigene Aufnahme (April 2010)

Eine detaillierte Aufstellung der gesamten Angebotsstruktur am Sonderstandort „Waldstraße“ Wesseln, differenziert nach Warengruppen und Fristigkeit des Bedarfs ist der folgenden Tabelle 31 zu entnehmen.

**Tabelle 31: Verkaufsflächen am Sonderstandort „Waldstraße“**

Warengruppe	Verkaufs-fläche (in m <sup>2</sup> )	Anteil an warengruppen- spezifischer Gesamtverkaufs- fläche Heider Umland (in %)	Anteil an warengruppen- spezifischer Gesamtverkaufs- fläche Region Heide (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	1.300	40,5	7,1
Blumen (Indoor) / Zoo	450	82,0	9,7
Gesundheit und Körperpflege	450	78,9	11,2
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	180	78,3	8,9
<b>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</b>	<b>2.390*</b>	<b>52,3</b>	<b>8,2</b>
Bekleidung / Textilien	2.580	82,4	17,3
Schuhe / Lederwaren	690	89,6	21,4
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	210	67,7	6,8
Spielwaren / Hobbyartikel	60	100,0	1,9
Sport und Freizeit	570	95,0	17,2
<b>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</b>	<b>4.110*</b>	<b>84,2</b>	<b>14,9</b>
Wohneinrichtung	1.810	99,5	23,4
Möbel	2.350	59,5	25,2
Elektro / Leuchten	30	42,9	1,6
Elektronik / Multimedia	90	50,0	2,1
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-
Uhren / Schmuck	70	50,0	16,3
Baumarktsortimente	4.650	97,1	26,1
Gartenmarktsortimente	610	98,4	6,7
<b>Überwiegend langfristiger Bedarf</b>	<b>9.610*</b>	<b>82,9</b>	<b>18,8</b>
Sonstiges	-	-	-
<b>SO „Waldstraße“ – gesamt</b>	<b>16.100*</b>	<b>76,6</b>	<b>14,9</b>

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011; eigene Berechnung; [SO = Sonderstandort]

\*gerundete Werte

### 5.3.2.2 Zusammenfassung

Das Heider Umland weist vorrangig sehr kleinteilig und dispers verortete Einzelhandelsstrukturen auf. Im gesamten Umland der Kreisstadt Heide ist mit dem Sonderstandort „Waldstraße“ in der Umlandgemeinde Wesseln lediglich ein räumlicher Angebotsschwerpunkt auszumachen. Dieser konzentriert nahezu 80 % der gesamten Einzelhandelsverkaufsflächen des Heider Umlands.

Schwerpunktmäßig befinden sich am Sonderstandort „Waldstraße“ großflächige Einzelhandelsbetriebe mit Kernsortimenten, die z. B. aufgrund ihrer Flächenintensität und –produktivität nicht oder nicht rentabel in zentralen Bereichen angeboten werden können. Angebote des überwiegend mittel- und insbesondere des überwiegend kurzfristigen Bedarfs hingegen werden typischerweise in den Zentren vorgehalten. Solche Angebote sind jedoch auch in nicht unwesentlichem Umfang im räumlichen Zusammenhang mit dem Sonderstandort „Waldstraße“ vorzufinden, wie z. B. im Bereich Bekleidung / Textilien, aber auch in den Warengruppen Schuhe / Lederwaren sowie Nahrungs- und Genussmittel. Daraus resultiert ein erhöhter Wettbewerbsdruck durch Angebotsüberschneidungen zwischen den Zentren in städtebaulich integrierter Lage und den Agglomerationen in nicht integrierten Lagen. Dies kann in einem mittel- bis langfristigen Zeithorizont einen ruinösen Wettbewerb intensivieren, der häufig zulasten der integrierten Standorte und Zentren geht.

Die Verteilung des Einzelhandelsangebots im **Heider Umland**, räumlich differenziert nach dem räumlichen Angebotsschwerpunkt „Waldstraße“ in Wesseln sowie sonstige städtebaulich integrierten und nicht integrierten Streulagen (zentrale Bereich sind in den Umlandgemeinden nicht auszumachen), präsentiert sich zusammengefasst wie in folgender Tabelle dargestellt:

**Tabelle 32: Verteilung der Verkaufsflächen nach räumlichen Angebotsschwerpunkten und sonstige Lagen im Heider Umland**

Warengruppe	SO „Waldstraße“		Sonstige integrierte Lagen		Sonstige nicht integrierte Lagen		Heider Umland gesamt	
	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)	VKF (in m <sup>2</sup> )	Anteil** (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	1.300	40,5	1.820	56,7	90	2,8	3.210	100,0
Blumen (Indoor) / Zoo	450	82,0	100	18,2	-	-	550	100,0
Gesundheit und Körperpflege	450	78,9	120	21,1	-	-	570	100,0
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	180	78,3	50	21,7	-	-	230	100,0
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.390*	52,3	2.090*	45,7	90	2,0	4.570*	100,0
Bekleidung / Textilien	2.580	82,4	540	17,3	10	0,3	3.130	100,0
Schuhe / Lederwaren	690	89,6	80	10,4	-	-	770	100,0
GPK / Haushaltswaren	210	67,7	100	32,3	-	-	310	100,0
Spielwaren / Hobbyartikel	60	100,0	-	-	-	-	60	100,0
Sport und Freizeit	570	95,0	40	6,7	-	-	600	100,0
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	4.110*	84,2	760	15,6	10	0,2	4.880	100,0
Wohneinrichtung	1.810	99,5	20	1,1	10	0,5	1.840	100,0
Möbel	2.350	59,5	1.600	40,5	-	-	3.950	100,0
Elektro / Leuchten	30	42,9	40	57,1	-	-	70	100,0
Elektronik / Multimedia	90	50,0	90	50,0	-	-	180	100,0
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-	-	-	-	-	100,0
Uhren / Schmuck	70	50,0	70	50,0	-	-	140	100,0
Baummarktsortimente	4.650	97,1	140	2,9	-	-	4.790	100,0
Gartenmarktsortimente	610	98,4	10	1,6	-	-	620	100,0
Überwiegend langfristiger Bedarf	9.610*	82,9	1.970*	17,0	10	<0,1	11.590	100,0
Sonstiges	-	-	-	-	-	-	-	100,0
<b>gesamt</b>	<b>16.100*</b>	<b>76,6</b>	<b>4.820</b>	<b>22,9</b>	<b>110</b>	<b>0,5</b>	<b>21.030</b>	<b>100,0</b>

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011 (ZB = zentraler Bereich; SO = Sonderstandort)

\*gerundete Werte \*\* Anteil an warengruppenspezifischer Gesamtverkaufsfläche Heider Umland

## 5.4 Struktur und räumliche Verteilung der Grundversorgung in der Region Heide

---

Ein **besonderer Stellenwert** im Rahmen der regionalen Einzelhandelsstrukturen innerhalb des SUK-Gebiets, aber auch im Rahmen der örtlichen Daseinsvorsorge, kommt der – **möglichst wohnungsnahen – Grundversorgung der Bevölkerung** insbesondere mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Hierzu zählen vor allem **Lebensmittel aller Art**, aber auch Gesundheits- und Körperpflegeartikel sowie Apothekenwaren. Ferner können auch Handelsangebote aus den Bereichen Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften, Schnittblumen / zoologische Artikel und Spirituosen / Tabakwaren sowie – in der Regel wohnungsnah nachgefragte – kurzfristige Dienstleistungen wie Post, Bank, Ärzte, Friseure oder Cafés das Grundversorgungsangebot ergänzen

Unter **Nahversorgung** beziehungsweise **wohnungsnaher Grundversorgung** wird in diesem Zusammenhang die Grundversorgung der Bürger mit den gerade dargestellten Angeboten verstanden, die in **räumlicher Nähe zum Konsumenten** – d. h. in der Regel **fußläufig erreichbar** – angeboten werden.

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Stadt, einer Gemeinde oder aber auch eines Stadt-Umland-Gebietes die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, die im Wesentlichen die Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln aller Art umfasst, herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung ist darüber hinaus die qualitative Analyse räumlicher (Erreichbarkeit) und struktureller (Betriebsformenmix) Aspekte unerlässlich, um das Gesamtangebot im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung realistisch einschätzen und bewerten zu können.

### 5.4.1 Quantitative Betrachtung des Grundversorgungssituation im Stadt-Umland-Gebiet

---

Eine **rein quantitative Einordnung** des Grundversorgungsniveaus – ohne eine nähere Spezifizierung im Hinblick auf räumliche Aspekte (Wohnungsnähe) – geschieht über die Betrachtung der Ausstattungsgrade mit Verkaufsfläche pro Einwohner im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.

Für die gesamte **Region Heide** ergibt sich auf Basis der ermittelten Verkaufsfläche für die **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Wert von 0,50 m<sup>2</sup> pro Einwohner**. Dieser liegt deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 0,35 m<sup>2</sup> - 0,40 m<sup>2</sup> pro Einwohner und weist somit in einer ersten, rein auf die Quantität fokussierten Einschätzung auf ein gutes bis überdurchschnittliches Versorgungsniveau hin. Folgend ist die regionale Gesamtausstattung in die örtlichen Ausstattungsgrade der einzelnen Gemeinden des Stadt-Umland-Gebiets Heide aufzuspalten, um diese erste regional-überdurchschnittliche Einschätzung vor dem Hintergrund der jeweils gemeindespezifischen Gegebenheiten zu ver- bzw. falsifizieren. Eine diesbezüglich konkretisierte Darstellung der relevanten Kenngrößen ist der nachstehenden Tabelle 33 zu entnehmen.

**Tabelle 33: Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner in der Region Heide**

Stadt / Gemeinde	Einwohner*	Anzahl Betriebe NuG	Verkaufsfläche NUG in m <sup>2</sup>	Verkaufsfläche NuG in m <sup>2</sup> / EW
Kreisstadt Heide	20.890	60	15.140	0,72
Hemmingstedt	2.900	2	40	0,01
Lieth	390	1	20	0,05
Lohe-Rickelshof	2.020	4	710	0,35
Neuenkirchen	1.010	2	20	0,02
Norderwörden	280	1	80	0,27
Nordhastedt	2.750	3	450	0,16
Ostrohe**	940	-	-	-
Stelle-Wittenwuth**	490	-	-	-
Weddingstedt	2.260	3	520	0,23
Wesseln	1.380	5	1.330	0,97
Wörden	1.330	2	50	0,04
<b>Region Heide – gesamt</b>	<b>36.630</b>	<b>83</b>	<b>18.350</b>	<b>0,50</b>

Quelle: eigene Berechnungen auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011, gerundete Werte; [NuG = Nahrungs- und Genussmittel]

\* Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig Holstein. Stand: Dezember 2010, gerundete Werte

\*\* kein Einzelhandel in Ostrohe und Stelle-Wittenwuth vorhanden

Im Rahmen der gemeindespezifischen Betrachtung wird deutlich, dass im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung in der Branche Nahrungs- und Genussmittel, entsprechend der Gemeindegrößen bzw. der vorhandenen Mantelbevölkerung, Unterschiede in der Region Heide festzustellen sind. Grundsätzlich ist in Bezug auf die Verkaufsflächenausstattung in den Gemeinden des SUK-Gebiets folgendes festzuhalten:

- Der rechnerische Ausstattungsquotient der **Kreisstadt Heide** von **0,72 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner** liegt sowohl deutlich über dem regionalen Ausstattungsniveau als auch über dem bundesdurchschnittlichen Ausstattungsgrad in dieser Warengruppe von 0,35 – 0,40 m<sup>2</sup>. Er ist damit unter rein quantitativen Gesichtspunkten als **stark überdurchschnittlich** einzuordnen. Insgesamt befinden sich **60 Betriebe**, die als Hauptbranche Waren aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel führen, in der Kreisstadt Heide. Zusammen vereinen sie eine warengruppenspezifische Verkaufsfläche von rd. **15.740 m<sup>2</sup>**. **Zehn** dieser Betriebe (zusammen rd. 11.750 m<sup>2</sup> warengruppenspezifische Verkaufsfläche) sind als **strukturprägende Anbieter** – Anbieter mit einer Verkaufsfläche von mindestens 400 m<sup>2</sup> – zu identifizieren, von denen wiederum **sechs großflächig** sind. Mit dem SB-Warenhaus Marktkauf sowie dem angegliederten Getränkemarkt am Einkaufszentrum Koopmannshof befinden sich zwei der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in direkter räumlich-funktionaler Zuordnung zum zentralen Bereich der Heider Innenstadt. Weitere fünf Anbieter liegen demgegenüber an den städtebaulich nicht integrierten Sonderstandorten „Heide-Ost“ und „Heide-Süd“. Die drei größten Lebensmittelanbieter in der Kreisstadt Heide sind der Verbrauchermarkt Edeka an der Hamburger Straße am Sonderstandort „Heide-Ost“ (rd. 3.110 m<sup>2</sup> warengruppenspezifische Ver-

kaufsfläche), das SB-Warenhaus Marktkauf am Standortbereich Einkaufszentrum Koopmannshof in der Heider Innenstadt (rd. 2.960 m<sup>2</sup> warengruppenspezifische Verkaufsfläche), und der Verbrauchermarkt familia am Fritz-Thiedemann-Rind im räumlich-funktionalen Zusammenhang des nicht integrierten Standortbereichs „Heide-Süd“ (rd. 1.410 m<sup>2</sup> warengruppenspezifische Verkaufsfläche).

- Die Umlandgemeinde **Wesseln** verfügt über einen rechnerischen Ausstattungsquotienten von **0,97 m<sup>2</sup> Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner** und markiert damit den höchsten Wert im intraregionalen Vergleich der SUK-Gebietsgemeinden. Fünf Betriebe mit einer warengruppenspezifischen Gesamtverkaufsfläche von etwa 1.330 m<sup>2</sup> sind hier ansässig. Drei dieser Betriebe (zusammen rd. 1.270 m<sup>2</sup> warengruppenspezifische Verkaufsfläche) sind am nicht integrierten Sonderstandort „Waldstraße“ konzentriert.
- In den Umlandgemeinden **Lohe-Rickelshof**, **Nordhastedt** und **Weddingstedt** befindet sich jeweils ein strukturprägender Lebensmittelanbieter in Form eines Lebensmitteldiscounters oder eines kleinen Supermarktes. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung im Lebensmittelbereich rangiert allerdings in allen drei Gemeinden **deutlich unter dem regionalen Ausstattungsniveau** und darüber hinaus auch unter dem bundesdeutschen Durchschnittswert.
- In den übrigen sieben Umlandgemeinden – mit Ausnahme der Gemeinden Ostrohe und Stelle-Wittenwurth, die über gar kein Einzelhandelsangebot verfügen – sind lediglich rudimentäre Lebensmitteleinzelhandelsstrukturen vorhanden. Das Angebot beschränkt sich zumeist auf einen oder wenige Betriebe im Bereich des Lebensmittelhandwerks. In der einzelhandelsbezogenen Bedarfsdeckung mit Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs ist insbesondere die Bevölkerung dieser Umlandgemeinden somit auf das differenzierte Lebensmittelangebot in der Kreisstadt Heide angewiesen, das für diesen Personenkreis eine Versorgungsfunktion mitübernimmt. Gleiches gilt für das am Sonderstandort „Waldstraße“ in städtebaulich nicht integrierter Lage der Gemeinde Wesseln konzentrierte Lebensmittelangebot.

Insgesamt ist festzuhalten, dass sich das regionale Versorgungsniveau rein quantitativ in einem überdurchschnittlichen Rahmen präsentiert. Dies ist jedoch prioritär auf die Versorgungsstrukturen im Bereich Nahrungs- und Genussmittel in der Kreisstadt Heide – sowie ferner am Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln – zurückzuführen. Die übrigen Gemeinden des SUK-Gebiets weisen z. T. stark unterdurchschnittliche Versorgungsniveaus auf, so dass die dortigen Einwohner in ihrer nahversorgungsrelevanten Bedarfsdeckung in erster Linie auf die Angebote in der Kreisstadt Heide angewiesen sind.

Im Hinblick auf die Stärkung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung – vor allem in den bis dato unterversorgten Gemeindegebieten außerhalb des Mittelzentrums Heide – durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. **Diese Schwelle wird grundsätzlich von allen Umlandgemeinden deutlich unterschritten. Somit ist hier potenziell nicht ausreichend Kaufkraft vorhanden, die eine Ansiedlung von zusätzlichen Angeboten (aus Betreibersicht) rentabel machen würde.**

Im Weiteren ist die hier vorgenommene quantitative Einordnung in einen räumlichen und strukturellen Zusammenhang zu stellen.

#### 5.4.2 Qualitative Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadt-Umland-Gebiet

Im Folgenden ist das quantitativ ermittelte Grundversorgungsangebot in der Region Heide einer weitergehenden qualitativen Betrachtung zu unterziehen. Hierbei ist auf strukturelle Aspekte (Betriebsformenmix) ebenso einzugehen, wie auf den Aspekt der räumlichen Erreichbarkeit der Angebotsstandorte.

Im Hinblick auf die Bewertung **struktureller Aspekte** der Grundversorgung werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit einem Kernangebot im Bereich Nahrungs- und Genussmittel unterschieden:

**Tabelle 34: Bedeutende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel**

Begriff/ Betriebsform	Erläuterung
SB-Warenhaus ab 5.000 m <sup>2</sup> VKF	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mind. 5.000 m <sup>2</sup> , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Wal-Mart, Kaufland, Marktkauf).
Verbrauchermarkt 1.500-4.999 m <sup>2</sup> VKF	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche mind. 1.500 m <sup>2</sup> , Selbstbedienung, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.
Supermarkt 400-1.499 m <sup>2</sup> VKF	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m <sup>2</sup> , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Übliche Größenordnung: 1.200-1.500 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche.
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl. Heutige Marktzutrittsgröße i. d. R. 800-1.000 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche.

Quelle: eigene Zusammenstellung

Darüber hinaus ergänzen eingeschränkt Anbieter, wie Lebensmittel-SB-Läden (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit weniger als 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, Selbstbedienung), Lebensmittel-SB-Märkte (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit 200 - 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, auch Frischwaren sowie integrierte Non-Food-Waren, Selbstbedienung), Fach- und Spezialgeschäfte (z. B. Kaffee-, Tee- oder Süßwarenfachgeschäfte) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Fleischereien) das Grundversorgungsangebot. In Siedlungsbereichen oder Gemeinden mit einer geringen Mantelbevölkerung – wie z. B. in nahezu allen Gemeinden des Umlandes des Mittelzentrums Heide – können diese kleinen Betriebe einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten. Sie unterliegen jedoch nicht den bauleitplanerischen Steuerungsmöglichkeiten im Sinne des § 11 (3) BauNVO (großflächiger Einzelhandel).

Der Betriebsformenmix im Bereich Nahrungs- und Genussmittel stellt sich in der Region Heide differenziert zwischen der Kreisstadt Heide und dem Heider Umland wie folgt dar:

- In der **Kreisstadt Heide** sind **zehn strukturprägende Lebensmittelanbieter** auszumachen. Hierbei handelt es sich um ein SB-Warenhaus (Marktkauf in der Heider Innenstadt am Standort Koopmannshof, mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.200 m<sup>2</sup>), zwei Verbrauchermärkte (Edeka-Center am Sonderstandort „Heide-Ost“ mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 4.000 m<sup>2</sup>; familia am Sonderstandort „Heide-Süd“ mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.950 m<sup>2</sup>) sowie sechs Lebensmitteldiscounter. Ergänzt werden diese Betriebe von einer Vielzahl an Fachgeschäften, Lebensmittelhandwerksbetrieben sowie Kiosken und Tankstellenshops.
- Im **Heider Umland** befinden sich insgesamt **fünf strukturprägende Einzelhandelsbetriebe**. Hierbei handelt es sich um zwei Supermärkte (Edeka in Nordhastedt [rd. 460 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche] und Weddingstedt [rd. 530 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche]) sowie drei Lebensmitteldiscounter (Aldi [800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche] in Lohe-Rickelshof sowie Aldi und Lidl [beide 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche] in der Gemeinde Wesseln am Sonderstandort „Waldstraße“). In den übrigen Gemeinden des SUK-Gebiets ist kein strukturprägender Lebensmitteleinzelhandel vorhanden. Mehrheitlich bestehen hier als einzige grundversorgungsrelevante Anbieter ein bis zwei Lebensmittelhandwerksbetriebe (z. B. Bäckerei oder Metzgerei).

Die strukturelle Ausstattung in Bezug auf den Angebots- und Betriebsformenmix lässt den Schluss zu, dass die Region Heide über ein insgesamt **gut und ausgewogen strukturiertes Lebensmittelangebot** verfügt.

Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 600 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Wege-Distanz herausgestellt. Dies entspricht in etwa einer maximal akzeptierten Gehzeit von 10 Minuten. Beiden Richtwerte können als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen ausgelegt werden. Ein 600-Meter Radius ist als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten allgemein anerkannt.

Im Sinne einer Worst-case-Annahme sind in der nachfolgenden Karte 26 die strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Region Heide mit einem Luftlinienradius von 600 m dargestellt. Ergänzend werden auch kleinere Lebensmittelanbieter, wie Lebensmittelmärkte (200 – 399 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und Lebensmittelläden (unter 200 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), mit einem Luftlinienradius von 600 Metern dargestellt, da auch diese Betriebe einen Beitrag zur täglichen Grundversorgung der Bevölkerung der Region Heide mit Lebensmittel leisten können.

In der Region Heide ist eine deutliche Konzentration des strukturprägenden Lebensmitteleinzelhandels auf die mittelzentrale Kreisstadt festzustellen. Außerhalb der Stadt Heide bestehen als strukturprägende Anbieter lediglich die beiden Edeka-Supermärkte in Nordhastedt und Weddingstedt. Darüber hinaus ist in Wöhrden ein kleiner Lebensmittelladen (Dorfladen) ansässig, der auf etwa 50 m<sup>2</sup> Nahrungs- und Genussmittel sowie Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen und Zeitschriften anbietet. Einen eingeschränkten Beitrag zur – insbesondere wohnungsnahen – Grundversorgung der Bevölkerung der Gemeinde Wöhrden kann dieser Betrieb sicherlich leisten, weswegen ihm für die Umlandgemeinde eine gewisse strukturprägende Bedeutung zuerkannt werden kann. Einen umfassenden Versorgungsauftrag kann der Dorfladen jedoch nicht

erbringen. Die beiden Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi am Sonderstandort „Waldstraße“ liegen nach politisch-administrativer Zuordnung zwar außerhalb der Kreisstadt Heide, jedoch ist dies durch den räumlichen Zusammenhang der Siedlungskörper der Stadt Heide und der Gemeinde Wesseln nicht erkennbar.

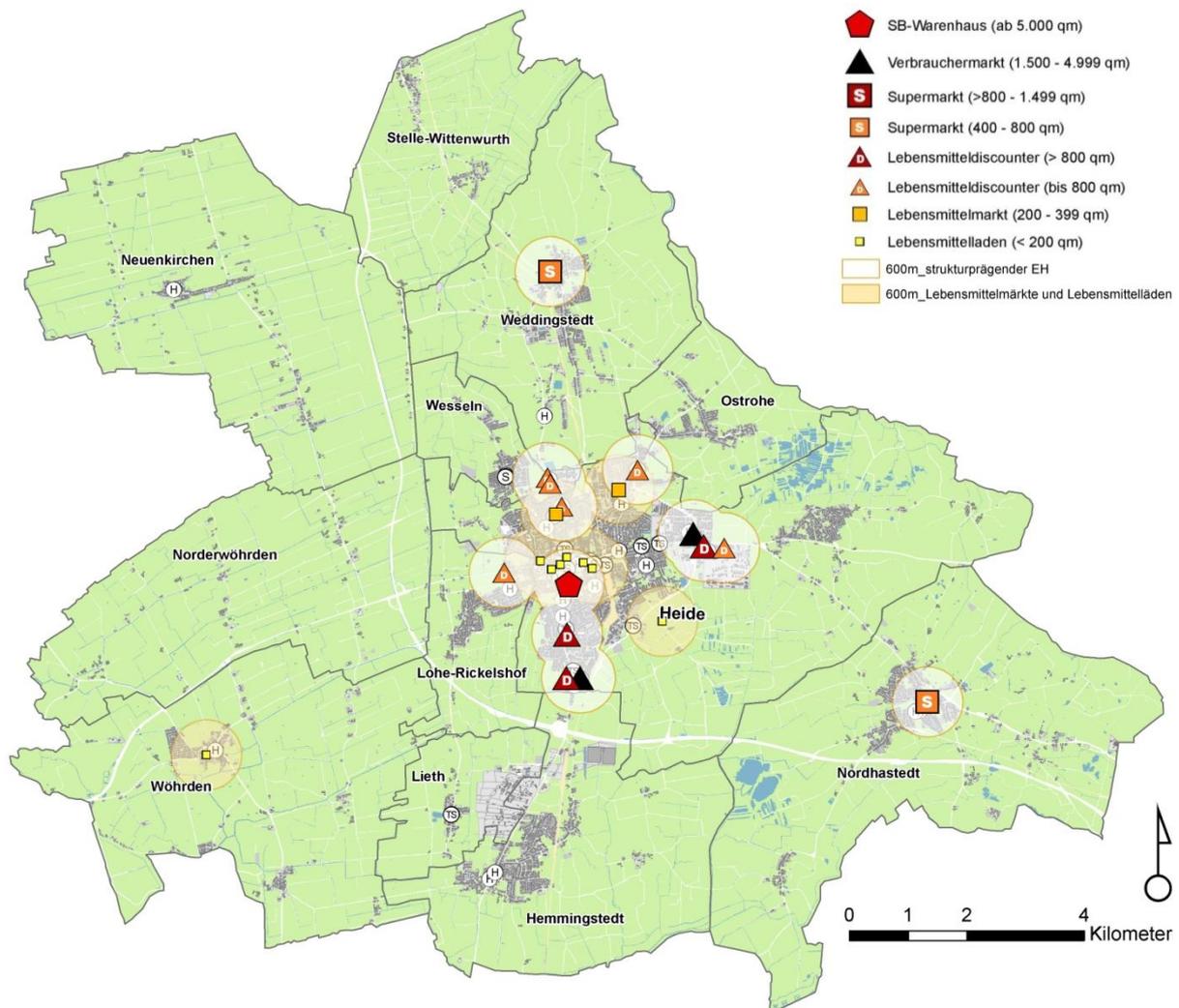
Im Hinblick auf die räumliche Versorgungssituation lässt sich erkennen, dass weite Teile der Siedlungsbereiche der SUK-Gemeinden innerhalb der 600-Meter Radien von strukturprägenden Lebensmittelanbietern oder zumindest innerhalb der Radien von Lebensmittelmärkten und Lebensmittelläden liegen. Im Siedlungsgebiet der Stadt Heide sind z. T. deutliche Überlappungen der Radien zu konstatieren (vgl. Karte 26).

Räumliche Versorgungslücken ergeben sich allerdings insbesondere in den östlichen und südöstlichen Siedlungsgebieten der Stadt Heide sowie in den besiedelten Bereichen diverser Umlandgemeinden. In den z. T. sehr kleinen Umlandgemeinden ist diese Situation auf die sehr geringe Mantelbevölkerung zurückzuführen, die schon aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht dem Betreiben eines strukturprägenden Grundversorgers enge Grenzen setzen<sup>36</sup>.

---

<sup>36</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 5.4.1

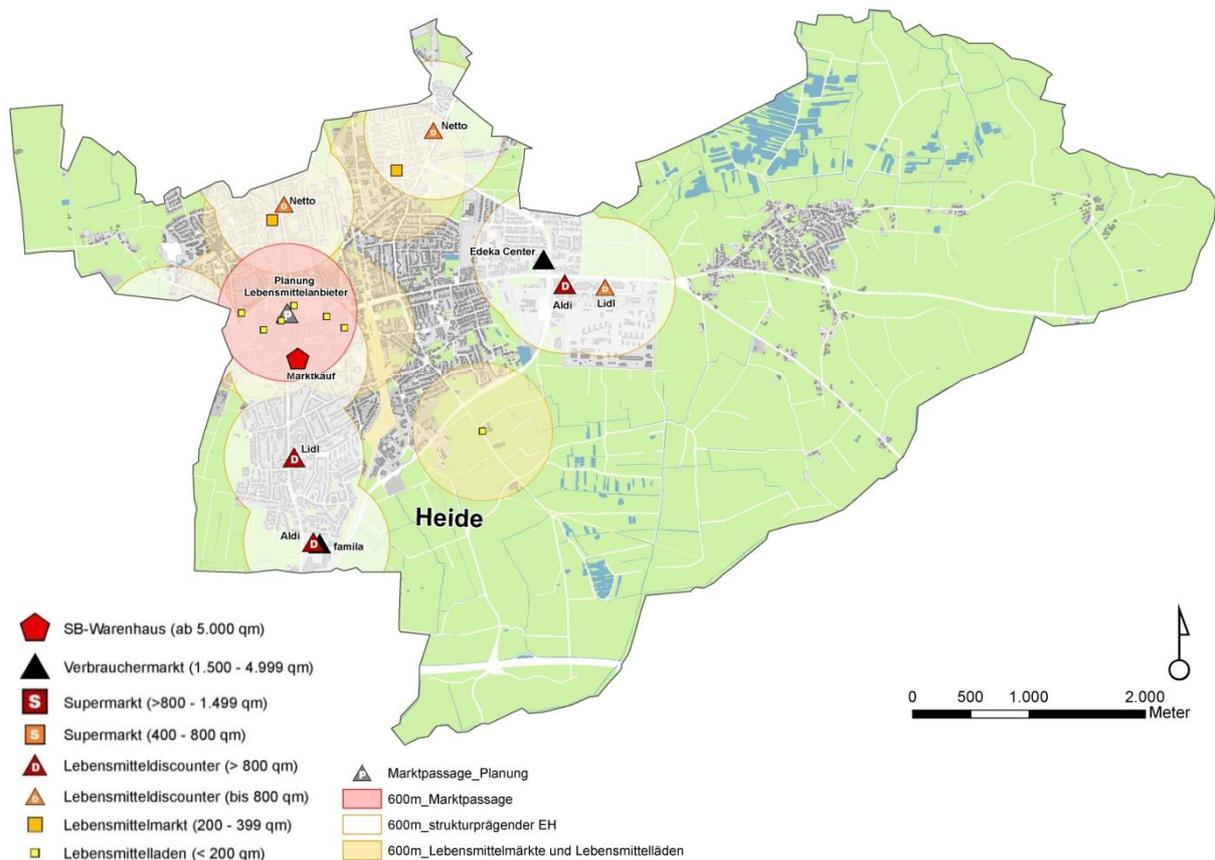
**Karte 26: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte (ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie ergänzender kleinerer Lebensmittelmärkte und Lebensmittelläden in der Region Heide**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Räumlich konkretisiert stellt sich die Versorgungssituation in der Kreisstadt Heide wie in Karte 27 dargestellt dar. Es ist zu erkennen, dass weite Teile des Heider Siedlungsgebiets räumlich gut versorgt sind. Im Bereich der Innenstadt Heide sowie an den beiden Sonderstandorten „Heide-Ost“ und „Heide-Süd“ sind z. T. deutliche Überlappungen der Radien zu konstatieren.

**Karte 27: Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte (ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie ergänzender kleinerer Lebensmittelmärkte und Lebensmittelläden in der Kreisstadt Heide**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Zum Teil größere Räumliche Versorgungslücken ergeben sich jedoch insbesondere in den östlichen (nördlich und südlich der Hamburger Straße zwischen der Heider Innenstadt und dem Sonderstandort „Heide-Ost“) und südöstlichen (im Bereich Rüßdorf entlang der Berliner Straße / Hans-Böckler-Straße) Siedlungsbereichen der Kreisstadt Heide. Eine Schließung dieser Versorgungslücken ist allerdings aufgrund der Verlagerung und damit einhergehenden Vergrößerung des Lebensmitteldiscounters Aldi am Standort „Heide-Ost“ sowie der perspektivischen Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelanbieters an der Marktplatzwestseite (vgl. Karte 27; roter Radius) unrealistisch. Der quantitativ ohnehin schon umfangreiche Lebensmittelverkaufsflächenausstattungsgrad, der durch die Realisierung der Planung an der Westseite des Marktplatzes nochmals aufgestockt wird, dürfte die Ansiedlung eines heute marktgängigen Lebensmittelanbieters in diesem Siedlungsteilbereich der Stadt Heide stark einschränken.

Auch die Bewohner Süderholms können derzeit keinen strukturprägenden Lebensmittelanbieter fußläufig erreichen. Dies liegt an ihrer geringen Bevölkerungszahl, die die Ansiedlung eines Betriebs innerhalb des Siedlungskörpers schon aus Betreibersicht unrentabel erscheinen lässt. Der Sonderstandort „Heide-Ost“ liegt allerdings unweit entfernt und ist verkehrstechnisch gut erreichbar, so dass er wichtige Grundversorgungsfunktionen für Süderholm übernimmt.

## 5.5 Zusammenfassung der Angebotsanalyse

---

In Bezug auf die Einzelhandelsstrukturen in der Region Heide lassen sich unter angebotstechnischen Gesichtspunkten folgende zentralen Aspekte festhalten:

### Region Heide

- Im Stadt-Umland-Bereich Heide ist zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 eine **Einzelhandelsgesamtverkaufsfläche** von **rd. 108.000 m<sup>2</sup>** vorhanden, die sich auf **266 Betriebe** aufteilt.
- Das Angebot ist mit **218 Betrieben** und einer Gesamtverkaufsfläche von rund **87.000 m<sup>2</sup>** auf die **Kreisstadt Heide** konzentriert. In den übrigen Umlandgemeinden bestehen insgesamt 48 Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 21.000 m<sup>2</sup>.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt in der Region Heide etwa **407 m<sup>2</sup>**. Sie liegt damit deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m<sup>2</sup>, was insgesamt auf einen verhältnismäßig erhöhten Anteil großer bzw. großflächiger Ladeneinheiten schließen lässt.
- Die **leerstehende Einzelhandelsverkaufsfläche** beträgt in der **Region Heide** etwa **12.600 m<sup>2</sup>**, verteilt auf **53 Ladenlokale**. Daraus resultiert eine Leerstandsquote im gesamten Stadt-Umland-Gebiet von rd. **10 %** bezogen auf die **Verkaufsfläche** und von rd. **17 %** bezogen auf die **Betriebe**.
- Mit rund **29.100 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa **27 %** an der Gesamtverkaufsfläche sind die **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** in der regionalen Einzelhandelslandschaft vertreten. Weitere rund **27.600 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche und damit ein Anteil von rd. **26 %** an der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf die **Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs**. Auf den übrigen etwa **47 %** des Gesamtverkaufsfläche – rd. **51.200 m<sup>2</sup>** – werden **Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs** bereitgehalten. Die insgesamt hohe Verkaufsflächenausstattung über alle Bedarfsbereiche lässt **innerhalb des SUK-Gebiets keine Angebotsdefizite** erkennen.
- Mit rund **30.500 m<sup>2</sup>** entfallen in der Region Heide etwa **28 %** aller Einzelhandelsverkaufsflächen auf **zentrale Bereiche**. Weitere rd. **19 %** (rd. **20.300 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche) befinden sich im **städtebaulich integrierten Siedlungskontext**. Damit liegen rd. **53 %** der regionalen Einzelhandelsverkaufsflächen (etwa **57.500 m<sup>2</sup>**) in **städtebaulich nicht integrierten Lagen**.  
Mit rund **116 Anbietern** entfallen in der Region Heide etwa **45 %** aller Einzelhandelsbetriebe auf **zentrale Bereiche**. Weitere rd. **39 %** (**104 Anbieter**) befinden sich im städtebaulich integrierten Siedlungskontext. Damit liegen rd. **17 %** der regionalen Einzelhandelsbetriebe (**46 Anbieter**) in städtebaulich nicht integrierten Lagen.

### Kreisstadt Heide

- Die mittelzentrale Kreisstadt Heide verfügt zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 über eine gesamtstädtische **Einzelhandelsverkaufsfläche von rd. 87.000 m<sup>2</sup>**, die sich auf **218 Betriebe** aufteilt. Damit verfügt der Zentralort über eine für ein Mittelzentrum

**überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung.** Auch die **Verkaufsfläche pro Einwohner** von etwa **4,2 m<sup>2</sup>** rangiert – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – sehr deutlich über dem bundesdeutschen Referenzwert von 1,4 m<sup>2</sup> und verdeutlicht das **quantitativ überdurchschnittliche Angebot** des Einzelhandels in der Stadt Heide. Die Kreisstadt kann damit ihrem raumordnerisch zuerkannten **Versorgungsauftrag** als Mittelzentrum im Stadt-Umland-Gebiet **mehr als gerecht werden** und sich im überörtlichen Kontext durch ein quantitativ gut bis überdurchschnittlich gut strukturiertes Einzelhandelsangebot profilieren.

- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt in der Stadt Heide etwa **401 m<sup>2</sup>**. Sie liegt damit deutlich über dem bundesdeutschen Schnitt von rund 230 m<sup>2</sup>, was insgesamt auf einen verhältnismäßig erhöhten Anteil großer bzw. großflächiger Ladeneinheiten schließen lässt.
- Für die Kreisstadt Heide ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung** von **rd. 4,2 m<sup>2</sup>** pro Einwohner<sup>37</sup>. Diese liegt deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rd. 1,4 m<sup>2</sup> / Einwohner und ist als Indiz auszulegen, dass in der Stadt Heide eine **quantitativ überdurchschnittlich** aufgestellte Einzelhandelsstruktur vorhanden ist, welcher auch im regionalen Kontext eine hohe Versorgungsbedeutung zukommt.
- Die **leerstehende Einzelhandelsverkaufsfläche** beträgt in der **Stadt Heide** etwa **11.200 m<sup>2</sup>**, verteilt auf **49 Ladenlokale**. Daraus resultiert eine gesamtstädtische Leerstandsquote von rd. **11 %** bezogen auf die **Verkaufsfläche** und von rd. **18 %** bezogen auf die **Betriebe**. Auf die Heider Innenstadt entfallen mit rd. 7.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche etwa 67 % der gesamtstädtisch leerstehenden Verkaufsflächen. Darin inbegriffen ist jedoch auch ein großer zentrumsnaher Leerstand (ehemaliger Wandmarker / Sky-Supermarkt am Heider Marktplatz mit rd. 3.900 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche), dem perspektivisch eine Neunutzung zugeführt werden soll.
- Mit rund **24.500 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche und einem Anteil von etwa **28 %** an der Gesamtverkaufsfläche sind die **Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe** in der Einzelhandelslandschaft der Stadt Heide vertreten. Weitere rund **22.700 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche und damit ein Anteil von rd. **26 %** an der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf die **Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs**. Auf den übrigen etwa **45 %** der Gesamtverkaufsfläche – rd. **39.600 m<sup>2</sup>** – werden **Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs** bereitgehalten. Die insgesamt hohe Verkaufsflächenausstattung über alle Bedarfsbereiche lässt **keine Angebotsdefizite oder relevante Nachholbedarfe** in der Heider Einzelhandelslandschaft erkennen.
- Die **sortimentspezifischen Angebotsschwerpunkte** in der Stadt Heide sind in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Bekleidung / Textilien** auszumachen. Darüber hinaus ist ein umfangreiches Angebot im Bereich der **Bau- und Gartensortimente** vorhanden.
- Mit rund **30.500 m<sup>2</sup>** entfallen in der Stadt Heide etwa **35 %** aller Einzelhandelsverkaufsflächen auf **zentrale Bereiche**. Weitere rd. **17 %** (rd. **15.400 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche) befinden sich im **städtebaulich integrierten Siedlungskontext**. Damit liegen rd. **47 %** der

---

<sup>37</sup> vgl. hierzu auch Tabelle 13 auf S. 47

gesamstädtischen Einzelhandelsverkaufsflächen (etwa **41.400 m<sup>2</sup>**) in **städtebaulich nicht integrierten Lagen**.

Mit rund **116 Anbietern** entfallen in der Stadt Heide etwa **53 %** aller Einzelhandelsbetriebe auf **zentrale Bereiche**. Weitere rd. **33 % (73 Anbieter)** befinden sich im städtebaulich integrierten Siedlungskontext. Damit liegen rd. **13 %** der gesamstädtischen Einzelhandelsbetriebe (**29 Anbieter**) in städtebaulich nicht integrierten Lagen.

### Heider Umland

- In den elf Gemeinden des Heider Umlands bestehen insgesamt **48 Einzelhandelsbetriebe** mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rd. **21.000 m<sup>2</sup>**. Das entspricht einem prozentualen Anteil von etwa 20 % bezogen auf die regionale Gesamtverkaufsfläche und von rd. 18 % bezogen auf die Gesamtanzahl der Einzelhandelsbetriebe in der Region Heide. Annähernd **80 %** der gesamten Einzelhandelsverkaufsfläche des Heider Umlands (rd. 16.100 m<sup>2</sup>) entfallen auf den **Sonderstandort „Waldstraße“** in Wesseln.
- Das Heider Umland kennzeichnet sich durch **vorwiegend rudimentäre Einzelhandelsstrukturen**, die eine **Versorgung der jeweils gemeindeeigenen Bevölkerung** – insbesondere mit Waren des kurzfristigen Bedarfs zur täglichen, wohnungsnahen Grundbedarfssicherung – **nicht gewährleisten** können. Damit spielen die Einzelhandelsstrukturen der z. T. sehr kleinen Umlandgemeinden unter rein quantitativen Gesichtspunkten nahezu keine Rolle.
- In der Gemeinde Lohe-Rickelshof besteht ein zeitgemäßer Lebensmitteldiscounter. In den Umlandgemeinden Nordhastedt und Weddingstedt ist jeweils ein kleiner Supermarkt vorhanden, der allerdings hinsichtlich seiner Verkaufsflächendimension deutlich unter den heute marktgängigen Größenordnungen rangiert. Darüber hinaus existiert in der Gemeinde Wesseln eine Agglomeration von Einzelhandelsbetrieben am städtebaulich nicht integrierten und direkt räumlich benachbart zur Kreisstadt Heide liegendem Sonderstandort „Waldstraße“.
- Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots im Stadt-Umland-Gebiet lässt in Bezug auf die quantitative Ausstattung den Schluss zu, dass sich die **einzelhandelsrelevante Nachfrage in der Region Heide stark auf den Einzelhandelsstandort Kreisstadt Heide fokussiert**.

### Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Region Heide

- In der Region Heide bestehen **vier räumliche Angebotsschwerpunkte**. Als wichtigster Standorte ist der **zentrale Bereich der Innenstadt** in der mittelzentralen Kreisstadt Heide auszumachen. Weitere drei Konzentrationen des Einzelhandelsangebots befinden sich in städtebaulich nicht integrierten Lagen in Form von Sonderstandorten des überwiegend großflächigen Einzelhandels. Hierunter fallen die beiden **Standortbereiche „Heide-Ost“** und **„Heide-Süd“**, die jeweils im Stadtgebiet der Kreisstadt Heide liegen, sowie der **Standortbereich „Waldstraße“** in der Umlandgemeinde Wesseln.
- Im zentralen Bereich der **Heider Innenstadt** konzentriert sich ein mit einer Fläche von **rd. 30.500 m<sup>2</sup> vergleichsweise hoher Anteil** (etwa 35 %) der gesamstädtischen Verkaufsfläche der Kreisstadt Heide. Bezogen auf die regionale Gesamtverkaufsfläche liegt der prozentuale Anteil bei rd. 28 %. Quantitativ treten die **Warengruppen des mittel-**

**fristigen Bedarfs** mit einer Verkaufsfläche von ca. 16.000 m<sup>2</sup> und im Rahmen dessen insbesondere die Warengruppe **Bekleidung / Textilien** mit einem Verkaufsflächenumfang von **rd. 10.000 m<sup>2</sup>** hervor. Darüber hinaus entfallen weitere **rd. 4.700 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche in der Heider Innenstadt auf Angebote aus dem Bereich **Nahrungs- und Genussmittel**. Besonders positiv präsentiert sich die Innenstadt durch einen gut strukturierten Branchen- und Betriebsformenmix über alle Warengruppen.

- Mit rund **55.900 m<sup>2</sup>** liegt annähernd die Hälfte der Verkaufsfläche in der Region Heide an den drei städtebaulich nicht integrierten **Sonderstandorten** des überwiegend großflächigen Einzelhandels. Das entspricht einem Anteil von rd. 97 % an allen Verkaufsflächen im Stadt-Umland-Gebiet in dieser Lagekategorie. Der quantitative Angebotschwerpunkt über alle drei Standorte liegt in den Warengruppen des überwiegend langfristigen Bedarfs (rd. 36.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) und hier insbesondere im Bereich der **Bau- und Gartenmarktsortimente** (rd. 23.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Allerdings werden auch auf etwa 9.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche die Warengruppe des kurzfristigen, täglichen Bedarfs **Nahrungs- und Genussmittel** angeboten, was einem Anteil von nahezu 50 % aller Verkaufsflächen in dieser Warengruppe innerhalb des SUK-Gebiets entspricht. Zudem entfallen mit rd. 2.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche etwa 63 % der gesamtstädtischen Angebotsflächen der typischerweise zentrenprägenden Warengruppe **Elektronik und Multimedia** auf die städtebaulich nicht integrierten Sonderstandorte (prioritär auf den Sonderstandort „Heide-Ost“ mit dem dortigen Anbieter Media Markt).

### Grundversorgungssituation

- Für das **Stadt-Umland-Gebiet Heide** ergibt sich in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**, die als Indikator für die Bewertung der Grundversorgungssituation einer Stadt / Gemeinde dient, eine Gesamtverkaufsflächenausstattung von **rd. 18.000 m<sup>2</sup>** und eine daraus resultierende Verkaufsfläche pro Einwohner von **0,50 m<sup>2</sup>**. Dieser Ausstattungsgrad ist – im Vergleich zum Bundesdurchschnitt von 0,35 – 0,40 m<sup>2</sup> – als überdurchschnittlich einzuordnen.
- Gesamstädtisch verfügt die mittelzentrale **Kreisstadt Heide** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit **rd. 15.700 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche bzw. **0,72 m<sup>2</sup>** Verkaufsfläche pro Einwohner über eine – im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnittswert – quantitativ gute bis überdurchschnittlich gute Ausstattung. Das Lebensmittelangebot ist zudem gut und ausgewogen strukturiert.
- In den **Umlandgemeinden** sind – mit Ausnahme der Gemeinden Lohe-Rickelshof, Nordhastedt und Weddingstedt, die jeweils über einen Lebensmitteldiscounter bzw. einen kleinen Supermarkt verfügen sowie der Gemeinde Wesseln, die zwei Lebensmitteldiscounter am Sonderstandort „Waldstraße“ aufweist – **wenn überhaupt lediglich rudimentäre Lebensmitteleinzelhandelsstrukturen** vorhanden. Das Angebot beschränkt sich zumeist auf einen oder wenige Betriebe im Bereich des Lebensmittelhandwerks.
- In der grundversorgungsrelevanten Bedarfsdeckung mit Waren des kurzfristigen, täglichen Bedarfs ist die **Bevölkerung der Umlandgemeinden** primär auf das differenzierte **Lebensmittelangebot in der Kreisstadt Heide angewiesen**, das für den Umlandbereich – entsprechend der raumordnerischen Funktionszuweisung – eine Versorgungsfunktion mitübernimmt.

- Die Analyse der räumlichen Versorgungssituation offenbart in den östlichen und südöstlichen Siedlungsteilbereichen des Kernsiedlungsbereichs der Kreisstadt Heide z. T. größere Versorgungslücken. Auch in den Umlandgemeinden ergeben sich diverse Siedlungsbereiche, aus denen ein strukturprägender Lebensmittelanbieter oder zumindest ein Lebensmittelmarkt oder Lebensmittelladen nicht in einer fußläufigen Entfernung von etwa 600 Metern erreichbar ist. Dies ist im Heider Umland durch die z. T. sehr kleinen Gemeindegrößen bedingt, die durch eine zu geringe Mantelbevölkerung der Ansiedlung eines heute marktgängigen Lebensmittelanbieters enge Grenzen setzen.

### **Fazit**

Insgesamt weist der Einzelhandel im Stadt-Umland-Gebiet Heide – insbesondere bedingt durch die mittelzentrale Kreisstadt Heide – eine quantitativ überdurchschnittlich aufgestellte Angebotsstruktur auf. Diese kann einerseits der regionalen Nachfrage nachkommen und darüber hinaus Kaufkraftzuflüsse aus dem überregionalen Umland generieren.

Die Stadt Heide kann ihrer raumordnerisch zgedachten Versorgungsfunktion demnach mehr als gerecht werden. Angebotsdefizite sind über alle Warengruppen nicht auszumachen. Im Hinblick auf zukünftige Einzelhandelsansiedlungen ist bei einer solchen Ausgangssituation immer zu beachten, dass es bereits in vielen Warengruppen einen erhöhten intrakommunalen Wettbewerb am Standort gibt.

Die Umlandgemeinden weisen – bis auf die Gemeinden Wesseln – keinen räumlichen Angebotschwerpunkt auf. Wenn überhaupt verfügen die Gemeinden über einen kleinen strukturprägenden Supermarkt bzw. – wie im Fall Lohe-Rickelshof – über einen Lebensmitteldiscounter in Siedlungsrandlage oder über ein kleines Angebot im Bereich des Lebensmittelhandwerks, das primär auf eine wohnungsnahе Versorgung der Gemeindebevölkerung mit kurzfristig nachgefragten Lebensmitteln ausgerichtet ist und sich nahezu nicht durch eine übergemeindliche Bedeutsamkeit kennzeichnet. Eindeutiges Einzelhandelszentrum innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes ist die Kreisstadt Heide – vor allem deren Innenstadt – die ein differenziertes Angebot bereithält. Die Innenstadt ist aus allen Umlandgemeinden in einer Entfernung von zwei bis maximal acht Kilometern – auch über das regionale ÖPNV-Angebot – erreichbar.

## 6 Nachfragesituation des Einzelhandels in der Region Heide

---

Sowohl für die Ermittlung möglicher Verkaufsflächenspielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind, neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes, speziell auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des derzeit bestehenden Einzelhandelsangebots in der Region Heide ermöglichen.

### 6.1 Nachfragepotenzial in der Region Heide

---

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants GmbH (Köln) aus dem Jahre 2011 zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerung und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftpotenzial** in der Region Heide, zudem differenziert für die Kreisstadt Heide und das Heider Umland, stellt sich wie folgt dar:

**Tabelle 35: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2011  
in der Region Heide in Mio. Euro**

Warengruppe	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro Kreisstadt Heide	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro Heider Umland	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Mio. Euro Region Heide
Nahrungs- und Genussmittel	43,0	32,9	75,8
Blumen (Indoor) / Zoo	2,1	1,6	3,7
Gesundheit und Körperpflege	6,7	5,1	11,8
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	4,0	3,1	7,1
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	55,7	42,7	98,4
Bekleidung / Textilien	8,8	6,8	15,6
Schuhe / Lederwaren	2,4	1,8	4,2
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	1,2	1,0	2,2
Spielwaren / Hobbyartikel	2,2	1,7	3,9
Sport und Freizeit	1,8	1,4	3,2
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	16,4	12,7	29,1
Wohneinrichtung	2,3	2,8	4,1
Möbel	5,5	4,2	9,7
Elektro / Leuchten	2,9	2,2	5,1
Elektronik / Multimedia	7,5	5,8	13,3
Medizinische und orthopädische Artikel	1,5	1,1	2,6
Uhren / Schmuck	1,0	0,7	1,7
Baumarktsortimente	9,4	7,2	16,6
Gartenmarktsortimente	1,6	1,2	2,8
Überwiegend langfristiger Bedarf	31,7	24,3	56,0
Sonstiges	0,8	0,6	1,4
<b>gesamt</b>	<b>104,7</b>	<b>80,3</b>	<b>184,9</b>

Quelle: IFH Retail Consultants GmbH, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2011

Dem hier dargestellten monetären **Kaufkraftpotenzial von rund 185 Mio. Euro** in der **Region Heide**, von dem **etwa 105 Mio. Euro** auf die **Kreisstadt Heide** entfallen, liegt – unter Berücksichtigung der derzeitigen Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau im Stadt-Umlandgebiet bzw. der Kreisstadt Heide zu Grunde. Die sogenannte **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der Pro-Kopf-einzelhandelsrelevanten

Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt ( $D=100$ ) an. Derzeit ergibt sich für die **Region Heide** eine **gewichtete einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** von **96,2**. Dabei sind die höchsten Kaufkraftkennziffern in den Umlandgemeinden Norderwöhrden (103,7), Lohe-Rickelshof (102,5) und Ostrohe (101,7) zu verzeichnen. Der niedrigste Kennwert ergibt sich mit 86,5 für die Gemeinde Stelle-Wittenwurth. Die Stadt Heide weist eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 95,6** auf. Daraus lässt sich ableiten, dass das Kaufkraftniveau der Bevölkerung der Kreisstadt Heide, als auch das durchschnittliche Kaufkraftniveau in der Region Heide<sup>38</sup> **unter den Durchschnittswerten der bundesweit ermittelten Kaufkraftdaten** liegen.

## 6.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels der Region Heide

Jedes Angebot generiert eine Nachfrage. So vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Innenstädten, örtlichen Zentren und Handelsagglomerationen auf der „grünen“ oder „grauen“ Wiese als Orte, an denen Einzelhandelsangebote vorgehalten werden (Angebotsstandorte) und den Wohnorten der lokalen und regionalen Bevölkerung (Nachfragestandorte). Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden und sich stetig verbessernden Mobilität sowie der damit verbundenen Möglichkeit, die Entscheidung über den subjektiv erwarteten Nutzen über die rationale Alternativenwahl zu stellen, erhöht sich die Distanz und Intensität einzelhandelsbezogener Austauschbeziehungen. Insbesondere in ländlich strukturierten Regionen sind oftmals hohe räumliche Distanzen zwischen Angebots- und Nachfragestandorten zu beobachten, wobei dies maßgeblich auf die hoch disperse und kleinteilige Siedlungsstruktur zurückzuführen ist. Bevölkerungsreiche Städte sowie Konzentrationen von Einzelhandelsangeboten sind hier nur sehr sporadisch im Raum verteilt. Dies trifft in hohem Maße auch auf die Region Heide und ihr überregionales Umland zu.

Zu berücksichtigen ist jedoch auch, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung vom Nachfrage- zum Angebotsstandort) die Bereitschaft der potenziellen Kunden abnimmt, den jeweiligen Einkaufsort aufzusuchen, weil wiederum andere Handelszentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Dabei ist die Distanzempfindlichkeit in ländlichen Gegenden – schon aufgrund der siedlungsstrukturellen Ausgangssituation – regelmäßig niedriger als in urbanen, hoch verdichteten Regionen.

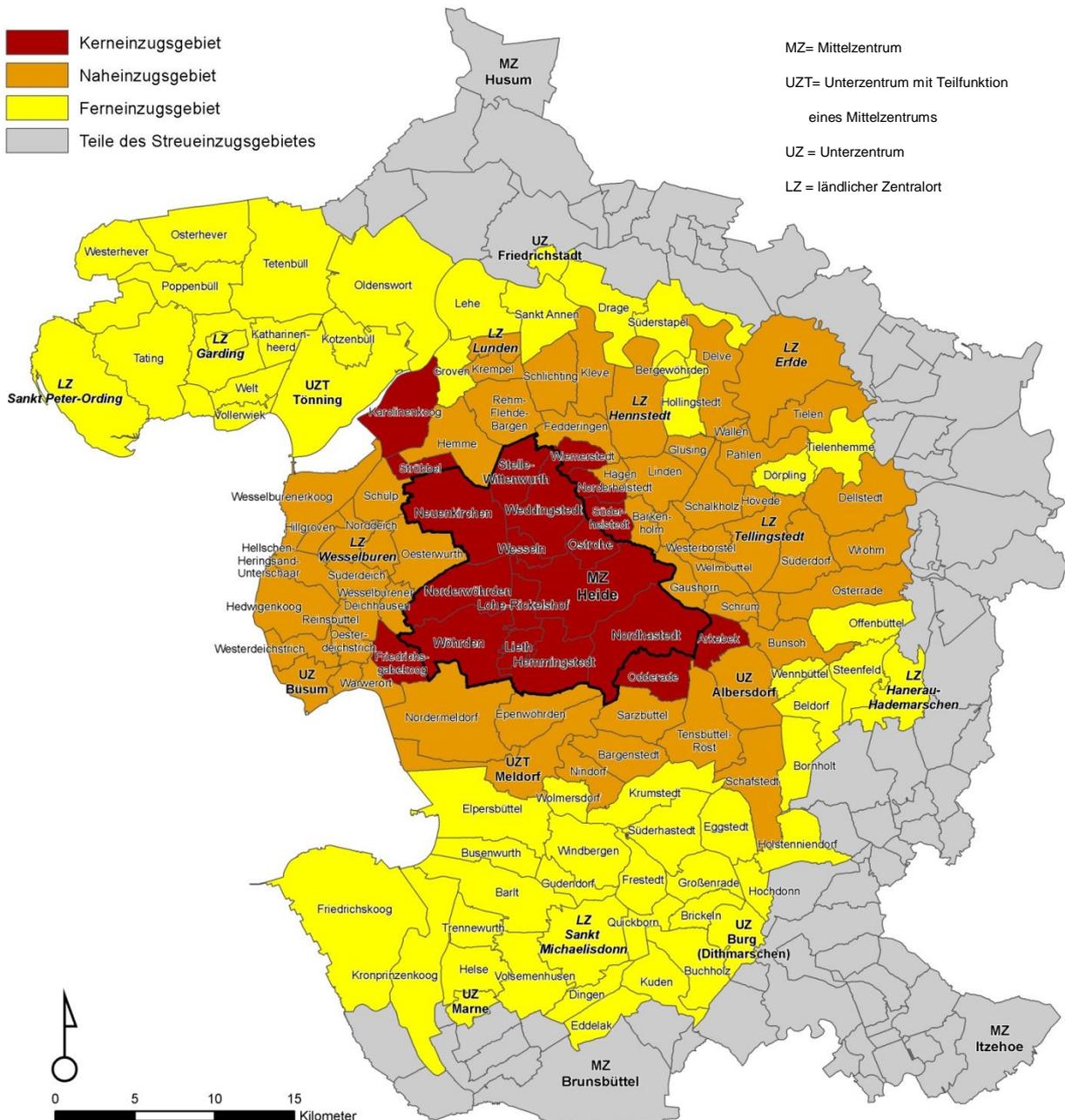
Aus dem räumlichen Spannungsgeflecht zwischen Angebots- und Nachfragestandorten resultiert schließlich ein **Einzugsgebiet**.

Die **Abgrenzung des Einzugsgebietes** dient zum einen als **Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels im SUK-Gebiet** und zum anderen als **Ergänzung des bereits ermittelten regionsinternen Nachfragepotenzials** (vgl. Kapitel 6.1). Um das einzelhandelsbezogene Einzugsgebiet empirisch zu ermitteln, wurde in der Zeit vom 27. Juni 2011 bis zum 09. Juli 2011 eine zweiwöchige Kundenherkunftserhebung in 31 ausgewählten Einzelhandelsbetrieben in der Region Heide (ca. 12 % aller Betriebe im Stadt-Umland-Gebiet) durchgeführt. Dabei wurde bewusst beachtet, dass sowohl Betriebe aus der Kreisstadt Heide als auch Betriebe aus dem Heider Umland an der Erhebung beteiligt werden. 22 teilnehmende Betriebe liegen somit in der Stadt Heide (davon 16 im zentralen Bereich der Heider Innenstadt)

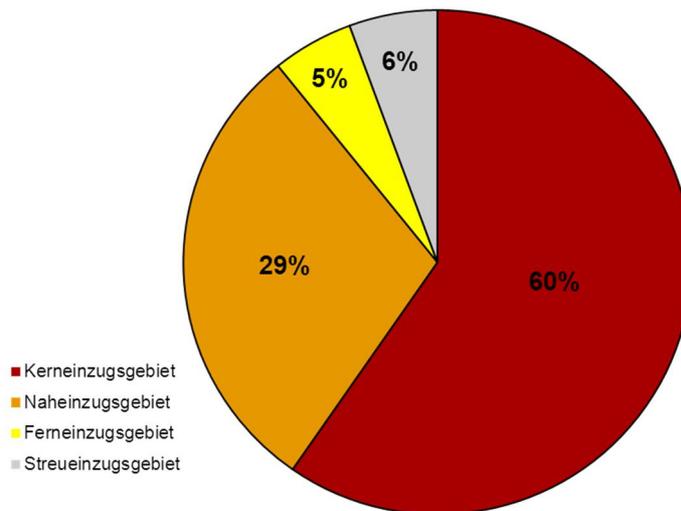
<sup>38</sup> Hierin inbegriffen ist die Tatsache, dass es einzelne Gemeinden, wie Norderwöhrden, Lohe-Rickelshof und Ostrohe gibt, die über ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt überdurchschnittliches Kaufkraftniveau verfügen.

und weitere neun Teilnehmer in den Umlandgemeinden des SUK-Gebiets. Insgesamt konnten rd. 20.200 Kunden (rd. 9.400 Kunden in der ersten, und weitere rd. 10.800 Kunden in der zweiten Erhebungswoche) erfasst und nach ihrem Wohnort befragt werden. Die so ermittelten absoluten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungsanzahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die relative Bedeutung der Region und insbesondere der Kreisstadt Heide als Einkaufsstandort ermitteln zu können. Auf Grundlage der so berechneten Kundenherkunftskoeffizienten, sowie der Berücksichtigung von Raumwiderständen und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten / -zentren lässt sich das Einzugsgebiet der Region Heide wie folgt darstellen:

**Karte 28: Einzugsgebiet des Einzelhandels der Region Heide**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung Region Heide, Juni / Juli 2011

**Abbildung 5: Kundenanteile des Einzelhandels der Region Heide nach Einzugsgebieten**

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Kundenherkunftserhebung Region Heide, Juni / Juli 2011; n=20.200

Das **Kerneinzugsgebiet** des Einzelhandels in der Region Heide umfasst im Wesentlichen die Gemeinden des Stadt-Umland-Gebietes Heide mit einem Kundenpotenzial von rd. 36.600 Einwohnern. Darüber hinaus pflegen auch die Einwohner der Gemeinden Arkebek, Friedrichsgabeke, Karolinenkoog, Odeerade, Strübbel, Süderheistedt und Wiemerstedt ausgeprägte handelsbezogene Austauschbeziehungen mit den Einkaufsstrukturen im SUK-Gebiet, so dass diese Gemeinden mit einem zusätzlichen Kundenpotenzial von rd. 1.500 Menschen ebenfalls dem Kerneinzugsgebiet zuzurechnen sind. Insgesamt ergibt sich daraus ein **Kundenpotenzial** etwa **38.200 Personen**. Mit rund 12.100 erhobenen Kundenströmen und einem daraus resultierenden prozentualen Anteil von etwa **60 %** stammt der überwiegende Anteil der Kunden des Einzelhandels in der Region Heide aus dem Kerneinzugsgebiet. Die vergleichsweise **weiträumige Ausdehnung** dieses Bereichs des Einzugsgebiets des Einzelhandels in der Region Heide verdeutlicht die **ausgeprägten räumlichen Einkaufsverflechtungen und -ströme**, die im ländlich strukturierten, westlichen Küstengebiet Schleswig-Holsteins auf das Stadt-Umland-Gebiet und insbesondere auf den mittelzentralen Einkaufsstandort Heide gerichtet sind.

Dem **näheren Einzugsgebiet** oder **Naheinzugsgebiet** werden in der Regel Städte und Gemeinden zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungskommune bzw. zum Untersuchungsraum liegen und noch eine starke Orientierung zum Einkaufsstandort aufweisen. Bei starken regionalen Verflechtungen der Standortgemeinde, die aus einer höherrangigen zentralörtlichen Funktionszuweisung durch die Landesplanung resultieren können und insbesondere in ländlichen Räumen stark ausgeprägt sind, kann das nähere Einzugsgebiet auch über die direkte räumliche Nachbarschaft hinaus gehen und weitere Städte und Gemeinden im regionalen Kontext umfassen. Dies ist auch in Bezug auf den Einzelhandels in der Region Heide und insbesondere den mittelzentralen Einkaufsstandort der Kreisstadt Heide der Fall.

Das nähere Einzugsgebiet des Einzelhandels der Region Heide umfasst – vor dem Hintergrund der im Rahmen der Kundenherkunftserhebung im Juni / Juli 2011 gewonnenen Datenbasis – **insgesamt 55 Gemeinden** mit einem Kundenpotenzial von etwa **47.600 Menschen**. Räumlich verteilt es sich in einer gleichmäßigen Ringform um das SUK-Gebiet. Die Grenzen des Naheinzugsgebietes markieren im Norden die Gemeinden Lunden, Schlichting und Kleve (Dithmar-

schen), im Nordwesten die Gemeinden Erfde und Tielen, im Westen die Orte Dellstedt, Wrohm und Osterrade, im Südwesten der Ort Schafstedt, im Süden die Gemeinden Meldorf und Nindorf sowie im Osten die Nordsee. Von den 55 Gemeinden des näheren Einzugsgebietes ist acht Gemeinden eine zentralörtliche Funktion durch die schleswig-holsteinische Landesplanung zugewiesen. Diese liegen jedoch gemäß der landesinternen Hierarchisierung unter der mittelzentralen Funktion (Kategorie 2<sup>39</sup>) der Kreisstadt Heide (vgl. Karte 28). So sind die Gemeinde Meldorf als Unterzentrum mit Teilfunktion eines Mittelzentrums (Kategorie 4), die Gemeinden Albersdorf und Büsum als Unterzentren (Kategorie 5) sowie die Gemeinden Erfde, Lunden, Henstedt, Tellingstedt und Wesselburen als ländliche Zentralorte (Kategorie 6) ausgewiesen. Allen weiteren Gemeinden des näheren Einzugsgebietes ist raumordnerisch keine zentralörtliche Funktion zuerkannt. Damit handelt es sich im Zusammenhang mit dem Naheinzugsgebiet insgesamt um solche Gemeinden, die – wenn überhaupt – über einen primär auf die Grundversorgung ausgerichteten Einzelhandelsbesatz verfügen. Dies unterstreicht eine starke Ausrichtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage der dortigen Bevölkerung auf größere Städte mit höherem zentralörtlichem Status im regionalen Umland.

Insgesamt etwa **29 %** der im Erhebungszeitraum erfassten Kundschaft des Einzelhandels der Region Heide stammt aus dem Naheinzugsgebiet.

Das **Ferneinzugsgebiet** umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in der Region Heide mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch eine wesentlich stärkere räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht auf den Einzelhandelsstandort Heide festgelegt sind. Dementsprechend fällt das Kundenaufkommen aus diesem Bereich in der Regel verhältnismäßig gering aus. Im SUK-Gebiet stammen rd. **5 %** aller befragten Kunden aus dem Ferneinzugsgebiet, das ein weiteres Kundenpotenzial von rd. 71.000 Einwohnern aufweist. Auffällig ist, dass sich das Ferneinzugsgebiet insbesondere in Richtung der nord- und südwestlichen Küstenregion ausdehnt und weniger Richtung Norden sowie nahezu nicht in Richtung Osten. Dies lässt darauf schließen, dass die mittelzentralen Konkurrenzstandorte Husum (im Norden) und Rendsburg (im Osten) eine weitere Ausdehnung des (Fern-) Einzugsgebietes des Einzelhandels der Region Heide begrenzen.

Als sogenannte **Streuumsätze** des Einzelhandels im SUK-Gebiet werden „Zufallseinkäufe“ von Personen von außerhalb der abgegrenzten Kern-, Nah- und Ferneinzugsgebiete (z. B. Touristen oder Fernpendler) bezeichnet. Dieser Kundenanteil beträgt ca. **6 %** und rangiert damit vergleichsweise erhöht. Zurückzuführen ist dieser leicht erhöhte Anteil auf das naturräumliche Potenzial der Region Heide und ein damit verbundenes erhöhtes Tourismusaufkommen. Dieses unterliegt allerdings saisonalen Schwankungen und kommt grundsätzlich mehr der lokalen Gastronomie als dem ortsansässigen Einzelhandel zugute. Das dem Einzelhandel zufließende, externe Kaufkraftpotenzial verteilt sich darüber hinaus ungleich auf die unterschiedlichen Branchen und entfällt überwiegend auf den Lebensmitteleinzelhandel.

---

<sup>39</sup> Gemäß der Kategorisierung im Rahmen des zentralörtlichen Systems Schleswig-Holstein (Stand: 01.10.2009)

## Fazit

Die räumlichen Angebotsschwerpunkte der Region Heide wurden in Kapitel 5.3 auf Basis der flächendeckenden Einzelhandelserhebung im SUK-Gebiet im Februar 2011 identifiziert und analysiert. Demzufolge befinden sich drei der vier regionalen Angebotsschwerpunkte in der Kreisstadt Heide sowie ein weiterer in der Umlandgemeinde Wesseln. Die Definition des Einzugsgebietes des Einzelhandels der Region Heide beruht somit auf der Tatsache, dass sich die handelsbezogenen Austauschbeziehungen zwischen dem als Kern-, Nah- und Ferneinzugsgebiet definierten Bereich im Wesentlichen auf diese Standorte fokussieren. Unter dieser Prämisse umfassen das **Kern- und das Naheinzugsgebiet des Einzelhandels der Region Heide gemeinsam** ein Einwohnerpotenzial von etwa 86.000 Menschen. Weitere rd. 71.000 Einwohner leben in dem als Ferneinzugsgebiet definierten Bereich, so dass sich ein gesamtes Einwohnerpotenzial von etwa **157.000 Menschen** ergibt, die die Einzelhandelsstrukturen des SUK-Gebiets – und insbesondere die räumlichen Angebotsschwerpunkte – noch mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen. Zu berücksichtigen ist dabei, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial, das durch den Heider Einzelhandel abgeschöpft werden könnte, mit zunehmender Entfernung zum SUK-Gebiet bzw. zu den regionalen Einzelhandelszentren verringern. Einer weiteren Ausdehnung des Einzugsgebietes setzen sowohl die nächstgelegenen Mittelzentren Husum (im Norden), Rendsburg (im Osten) sowie Itzehoe und Brunsbüttel (im Süden) als auch das nächstgelegene Oberzentrum Neumünster (im Osten) und die Metropole Hamburg (im Süden) Grenzen.

Insgesamt zeigen sich im Hinblick auf das Stadt-Umland-Gebiet Heide und dabei insbesondere in Bezug auf den mittelzentralen Einkaufsstandort Heide sowie den Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln, **ausgeprägte räumliche Einkaufsverflechtungen**. Diese dehnen sich grundsätzlich ringförmig um die Stadt aus, wobei das Ferneinzugsgebiet nach Norden und Osten nur eine geringe Ausprägung aufweist. Eine **überörtliche sowie überregionale, weiträumige Raumbedeutsamkeit** des Einzelhandelsangebots in der Region Heide ist damit festzustellen. Insbesondere bedingt durch die ländlichen, dünn besiedelten Strukturen im westlichen Küstenbereich Schleswig-Holsteins weist das Einzugsgebiet des Heider Einzelhandels eine **große räumliche Ausdehnung** auf, die z. T. einen Luftlinienradius von 20-25 Kilometern übersteigt.

## 6.3 Ergebnisse der Haushaltsbefragung in der Region Heide

---

Neben der Kundenherkunftserhebung stellen die Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung von insgesamt 400 Haushalten im SUK-Gebiet Heide im April 2011 eine weitere wichtige Größe zur Beurteilung insbesondere der räumlichen Angebotsschwerpunkte in der Region sowie zur Beurteilung der Einkaufssituation im übrigen SUK-Gebiet dar. Im Rahmen der durchgeführten Interviews wurden deshalb sowohl konkrete Einschätzungen zur Angebotssituation des Einzelhandels in der Kreisstadt Heide als auch – bei außerhalb des Mittelzentrums wohnenden Probanden – eine Einschätzung der Versorgungssituation in der jeweiligen Wohnortgemeinde abgefragt. Durch die Haushaltsbefragung konnten somit insgesamt repräsentative und zugleich aktuelle Daten zum räumlichen und branchenspezifischen Versorgungsverhalten in der Region Heide gewonnen werden.

Die im Folgenden dargestellten Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung 2011 werden im Kontext der Ergebnisse der Haushaltsbefragung 1999 in der Region Heide vergleichend be-

trachtet<sup>40</sup>. Zum damaligen Zeitpunkt wurde eine persönliche Haushaltsbefragung im Zusammenhang mit der erstmaligen Erstellung eines Einzelhandelsstrukturgutachtens sowie Einzelhandelskonzepts für die Region Heide durch das Büro Junker und Kruse, Stadtforschung ■ Planung, Dortmund durchgeführt.

### 6.3.1 Kaufkraftbindung und –abfluss in der Region Heide

---

Das branchenspezifische, räumliche Nachfrageverhalten der Einwohner des SUK-Gebietes lässt sich über Kaufkraftbindungs- und –abflussquoten zum Ausdruck bringen. Zur Ermittlung dieser Quoten wurden die Haushalte im Rahmen der Interviews gefragt, wo sie verschiedene Waren hauptsächlich erwerben. Die Daten beschreiben demnach den Anteil der lokal vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, der in der Region Heide verbleibt und durch den lokalen Einzelhandel abgeschöpft wird (Bindungsquote) bzw. den Anteil, der in andere Städte und Einkaufsstandorte außerhalb des SUK-Gebietes abfließt (Abflussquote).

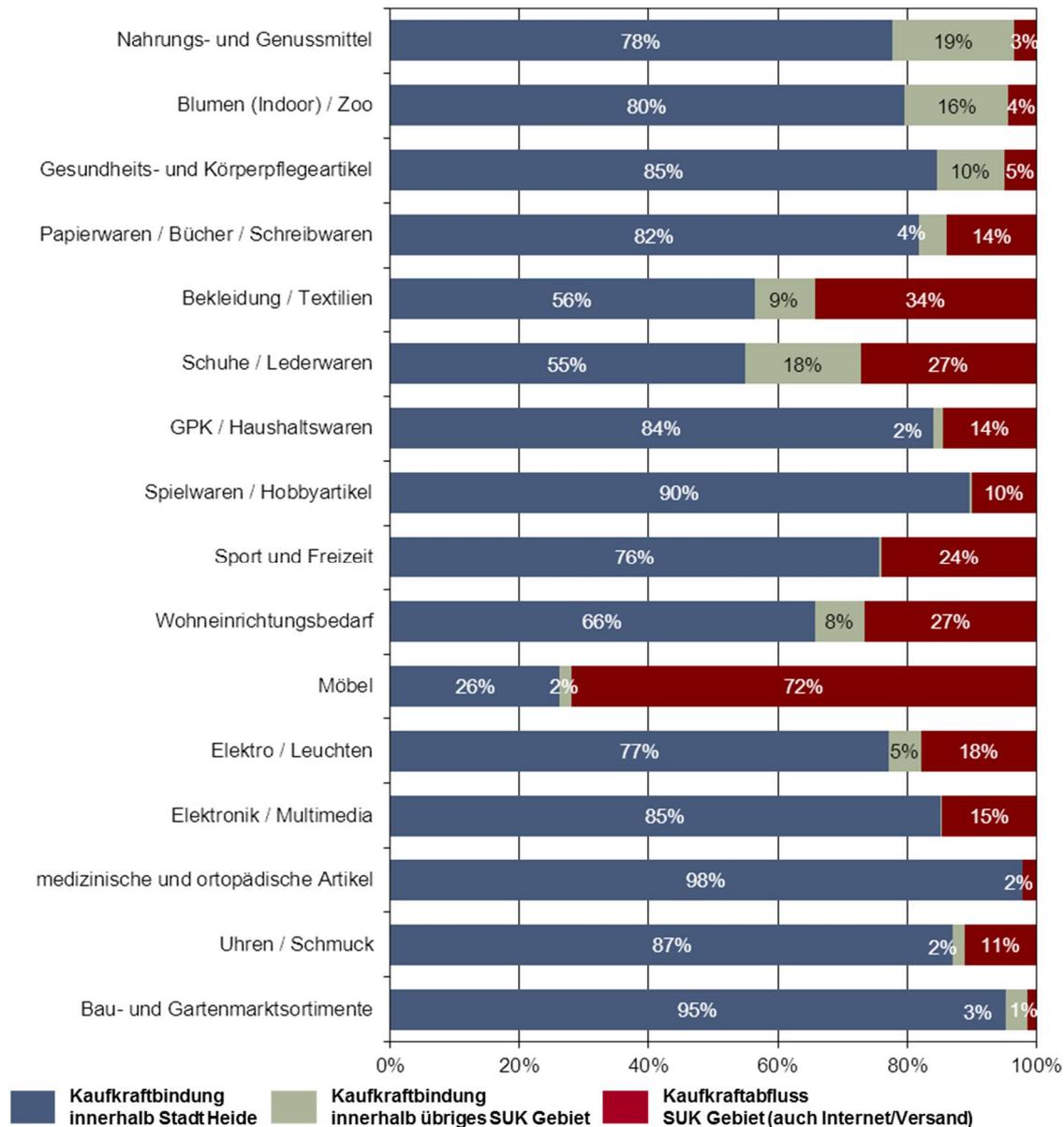
Ausgangspunkt der nachfolgend gezeigten Kaufkraftströme ist das Gesamtvolumen des im SUK-Gebiet zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials (vgl. Kapitel 6.1), d. h. dem Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Die ermittelten räumlichen Einkaufsorientierungen bilden eine wichtige Orientierungsgrundlage für die zukünftigen Planungen und Handlungsempfehlungen. Sie geben Aufschluss über die relevanten Konkurrenzstandorte des Einzelhandels im Stadt-Umland-Gebiet – insbesondere der Kreisstadt Heide – und machen ersichtlich, in welchen Branchen das lokale Einzelhandelsangebot Stärken oder Schwächen aufweist.

Abbildung 6 gibt einen Überblick über das räumliche Einkaufsverhalten der Bewohner der Region Heide und die daraus resultierenden Kaufkraftbindungs- (blau/grün) bzw. Kaufkraftabflussquoten (rot) in Bezug auf die regionalen Einzelhandelsstrukturen.

---

<sup>40</sup> Das Untersuchungsgebiet 2011 (SUK-Gebiet) ist räumlich weiter gefasst als das Untersuchungsgebiet 1999 (GEP-Gebiet). Zum damaligen Zeitpunkt gehörten die Gemeinden Neuenkirchen, Norderwörden, Stelle-Wittenwurth und Wörden nicht zum Untersuchungsgebiet.

**Abbildung 6: Kaufkraftbindungsquoten, differenziert nach Kreisstadt Heide und übriges SUK-Gebiet sowie Kaufkraftabflussquoten (in %)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

Die **Bindungsquote** über alle Warengruppen beträgt im gesamten SUK-Gebiet rund **87 %**, d. h. dass von der potenziell vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Bevölkerung des Untersuchungsraums (ca. 185 Mio. Euro<sup>41</sup>) rund **160 Mio. Euro** gebunden werden. Dabei werden rd. 76 % (ca. 140 Mio. Euro) durch den Einzelhandel der Kreisstadt Heide und weitere rd. 11 % (ca. 20 Mio. Euro) durch die Einzelhandelsstrukturen des übrigen Stadt-Umland-Gebietes gebunden. Verglichen mit den Befragungsergebnissen aus dem Jahre 1999 ist ein marginaler Zuwachs der Gesamtbindungsquote über alle Warengruppen von 84 % auf 87 % festzustellen. Die überdurchschnittlich hohen Bindungsquoten fallen positiv auf, sind jedoch auch vor dem Hintergrund der räumlichen Lage der Stadt / Region Heide im ländlich geprägten west-

<sup>41</sup> vgl. Kapitel 6.1

lichen Küstengebiet Schleswig-Holsteins und in vergleichsweise großer Distanz insbesondere zu attraktiven Oberzentren zu sehen.

- In den Warengruppen der **kurzfristigen Bedarfsstufe** sind erwartungsgemäß die höchsten Kaufkraftbindungsquoten zu erkennen. Erklären lässt sich dies damit, dass Waren des täglichen Bedarfs in der Regel in unmittelbarer Wohnortnähe nachgefragt werden. Besonders deutlich treten die **hohen Bindungsquoten** von jeweils 95 % und mehr in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 97 %), **Blumen (Indoor) / Zoo** (rd. 96 %) und **Gesundheits- und Körperpflegeartikel** (rd. 95 %) hervor. Gleichwohl fließt dem Einzelhandel in den kurzfristigen Warengruppen der Region Heide – trotz marginaler Abflüsse der lokalen Kaufkraft aus dem SUK-Gebiet heraus – deutlich Kaufkraft von außerhalb zu. Dies belegt der hohe Zentralitätswert von 1,20 (1,74) über die Warengruppen des überwiegend kurzfristigen Bedarfs in der Region Heide (in der Kreisstadt Heide) (vgl. Kapitel 6.4).
- In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfs** sind die Bindungsquoten geringer ausgeprägt als bei jenen des kurzfristigen Bedarfs. Sie bewegen sich jedoch trotzdem in einem überdurchschnittlichen Rahmen. In jeder mittelfristigen Warengruppe kann über die Hälfte der lokalen Kaufkraft durch den Einzelhandel innerhalb des SUK-Gebietes gebunden werden. Erfreulich **hohe Bindungsquoten** sind vor allem in den Warengruppen **Spielwaren / Hobbyartikel** (rd. 90 %) und **GPK / Haushaltswaren** (rd. 86 %) zu verzeichnen.  
Die **niedrigsten Bindungsquoten** in dieser Bedarfsstufe entfallen auf die Warengruppen **Bekleidung / Textilien** (rd. 66 %) und **Schuhe / Lederwaren** (rd. 73 %<sup>42</sup>). Insbesondere im Bereich Bekleidung / Textilien – und in abgeschwächter Form auch im Bereich Schuhe / Lederwaren – zeichnen sich erfahrungsgemäß auch bei Mittelzentren und ihren Umlandräumen höhere Kaufkraftabflüsse aus der Region ab, da hier regelmäßig auf das tiefe und breite Angebot (z. B. von filialisierten, namhaften Anbietern) in Oberzentren zurückgegriffen wird. Für das Mittelzentrum Heide und die umliegenden Gemeinden des SUK-Gebietes sind die Oberzentren Hamburg, Kiel und Neumünster diesbezüglich als Hauptkonkurrenzstandorte zu sehen.
- Die Bindungsquoten des lokalen Einzelhandelsangebots in der **langfristigen Bedarfsstufe** bewegen sich – bis auf die Warengruppe Möbel – in einem, für ein Mittelzentrum und sein Umland, überdurchschnittlichen Rahmen. Mindestens 80 % der warengruppenspezifischen Kaufkraft der Einwohner des SUK-Gebietes kann durch den Heider Einzelhandel gebunden werden und verbleibt damit in der Region. In der **Warengruppe Möbel** können hingegen nur rd. 28 % der lokal vorhandenen Kaufkraft akquiriert werden. Die **niedrige Kaufkraftbindungsquote** korrespondiert mit der vergleichsweise geringen sortimentspezifischen Verkaufsflächenausstattung von rd. 9.340 m<sup>2</sup> im gesamten SUK-Gebiet (rd. 5.400 m<sup>2</sup> in der Stadt Heide). Namhafte, große Möbelmärkte, die heute auf oftmals 30.000 – 50.000 m<sup>2</sup> ganze Wohnwelten präsentieren, sind in der Region Heide nicht ansässig. Die Einwohner

---

<sup>42</sup> Die mit rd. 18 % vergleichsweise hohe Kaufkraftbindungsquote des eher gering durch Einzelhandelsstrukturen geprägten Heider Umlands ist auf den Anbieter Deichmann am Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln zurückzuführen.

des SUK-Gebietes weichen demnach vorrangig auf umliegende Verkaufsstandorte aus. Hierzu zählen insbesondere die Städte Bad Segeberg (mit dem großen Anbieter „Möbel Kraft“) sowie die Oberzentren Hamburg und Kiel (vgl. auch Kapitel 6.3.2).

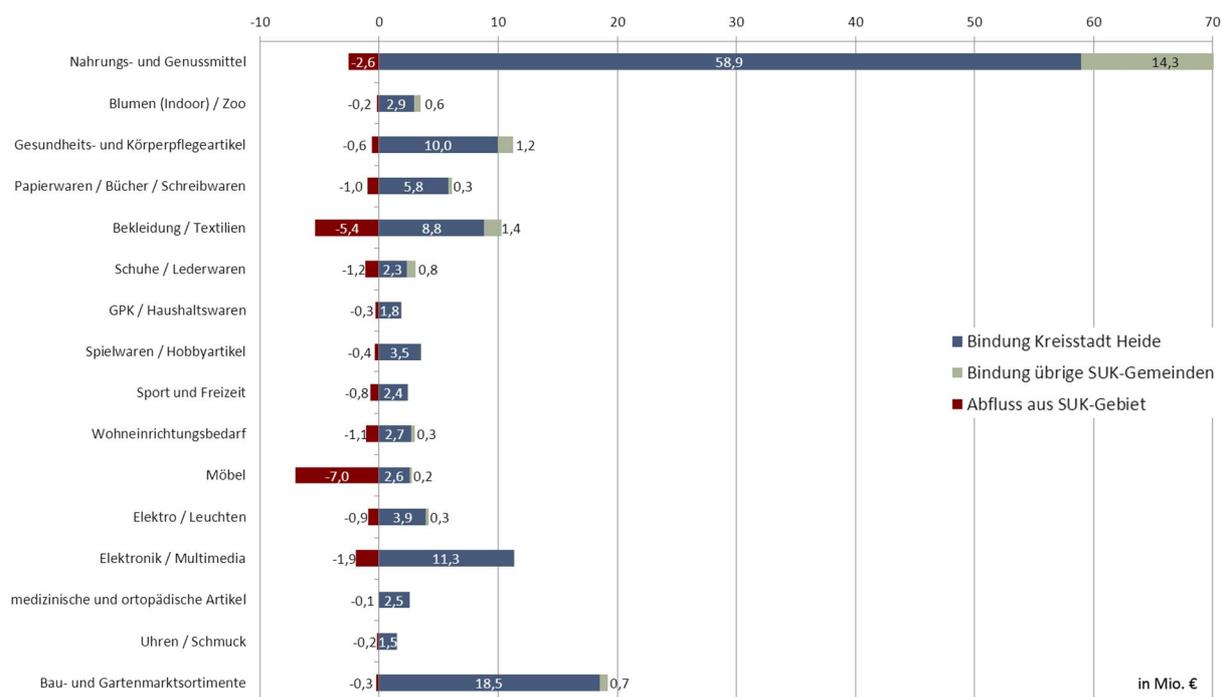
Die prozentuale Darstellung der Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten reicht nicht für eine vollständige Bewertung der Situation aus. Vielmehr ist darüber hinaus die monetäre Betrachtung der Kaufkraftströme von Bedeutung, da die Ausgaben der Haushalte für verschiedene Warengruppen nicht gleich hoch sind und den in prozentualen Angaben dargestellten Quoten somit ein von Warengruppe zu Warengruppe divergierendes Gewicht zukommt. So kann beispielsweise eine geringe prozentuale Abflussquote in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel einen weitaus größeren monetären Verlust bedeuten als etwa eine hohe Abflussquote in der Warengruppe Uhren / Schmuck.

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass über die Qualität und das Preisniveau der eingekauften Artikel im Rahmen der Haushaltsbefragung keine Erkenntnisse erlangt werden, so dass bei der Projektion der Bindungsquoten auf monetäre Kaufkraftflüsse durchaus Unterschiede bzw. Abweichungen entstehen können. Insbesondere im Warenbereich des kurzfristigen Bedarfs finden aus rein quantitativer Sicht die meisten Einkäufe vor Ort bzw. im näheren Wohnumfeld statt. Seltener gekaufte (aber wesentlich teurere) Luxusartikel werden demgegenüber überwiegend in großen Städten (Oberzentren) mit qualitativ und quantitativ deutlich breiterem Angebot erworben. Umgekehrt werden Güter des mittel- und langfristigen Bedarfs zwar häufiger an weiter entfernt gelegenen Einkaufsorten gekauft, jedoch bilden vereinzelte „Gelegenheits- und Ergänzungskäufe“ vor Ort noch immer einen bestimmten Anteil an den Umsatzzahlen der lokalen Betriebe, der bei den Ergebnissen der Befragung nicht zum Tragen kommt. Die dargestellten Bindungs- und Abflussquoten besitzen daher nur den Charakter von Orientierungswerten, die im Einzelfall unter Umständen von den tatsächlichen Kaufkraftströmen abweichen können. Dennoch liefern sie einen Einblick in den monetären Stellenwert der einzelnen Warengruppen.

Aufgrund des auf die Region Heide beschränkten Befragungsraums ist in der folgenden Darstellung zudem die von außerhalb zufließende Kaufkraft nicht berücksichtigt, die in einzelnen Betrieben durchaus einen hohen Stellenwert einnehmen kann und die durch den mittelzentralen Versorgungsauftrag der Stadt Heide auch raumordnerisch erwünscht ist<sup>43</sup>. Diese ergibt sich aus der Differenz zwischen dem in Abbildung 7 dargestellten gebundenen Kaufkraftvolumen der lokalen Bevölkerung und der ermittelten Umsätze des Einzelhandels in der Region Heide. Dieser Kaufkraftzufluss wird jedoch im Rahmen der Zentralitäten berücksichtigt (vgl. Kapitel 6.4).

---

<sup>43</sup> vgl. hierzu auch das die Abgrenzung des Einzugsgebiets des Einzelhandels der Region Heide, welches symbolisiert, dass die Strahlungskraft der Heider Einzelhandelsstrukturen auch weit über das SUK-Gebiet hinaus geht.

**Abbildung 7: Kaufkraftbindung und –abfluss: monetäre Betrachtung (in Mio. Euro)**


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

In der monetären Betrachtung zeigt sich der unterschiedliche Stellenwert der einzelnen Warengruppen:

- Insgesamt kann der Einzelhandel in der Region Heide rund 160 Mio. Euro (Kreisstadt Heide: ca. 140 Mio. Euro; übriges SUK-Gebiet: ca. 20 Mio. Euro) binden, während rund 24 Mio. Euro an Konkurrenzstandorte außerhalb der Region abfließen.
- Der mit Abstand größte Anteil an gebundener Kaufkraft entfällt mit rund 94 Mio. Euro (Kreisstadt Heide: ca. 78 Mio. Euro; übriges SUK-Gebiet: ca. 16 Mio. Euro) auf die **Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dabei tritt die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel mit einer gebundenen Kaufkraft von etwa 73 Mio. Euro (Kreisstadt Heide: ca. 59 Mio. Euro; übriges SUK-Gebiet: ca. 14 Mio. Euro) quantitativ hervor. Demgegenüber ist in dieser Warengruppe ein Kaufkraftabfluss von rd. 2,6 Mio. Euro zu konstatieren.
- In den **Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe** können im Stadt-Umland-Gebiet rund 21 Mio. Euro Kaufkraft gebunden werden (Kreisstadt Heide: ca. 19 Mio. Euro; übriges SUK-Gebiet: ca. 2 Mio. Euro). Ein nennenswerter Kaufkraftabfluss von rund 5 Mio. Euro findet in der Warengruppe Bekleidung / Textilien statt. Dieser resultiert vor allem aus den wesentlich tiefer, breiter und spezialisierter aufgestellten Einzelhandelsstrukturen der nächstgelegenen Oberzentren (insbesondere Hamburg und Kiel). Trotzdem ist der Bereich Bekleidung / Textilien – in der rein monetären Betrachtung – die umsatz- sowie bindungsstärkste Warengruppe innerhalb des überwiegend mittelfristigen Bedarfs.

- In der **langfristigen Bedarfsstufe** werden insgesamt rund 45 Mio. Euro gebunden (Kreisstadt Heide: ca. 43 Mio. Euro; übriges SUK-Gebiet: ca. 2 Mio. Euro). Quantitativ treten die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (rd. 19 Mio. Euro gebundene Kaufkraft) sowie Elektronik / Multimedia (rd. 11 Mio. Euro gebundene Kaufkraft) hervor. Demgegenüber sind in der Warengruppe Möbel markante Kaufkraftabflüsse zu konstatieren, die sich – trotz einer vorhandenen Verkaufsfläche von rd. 9.340 m<sup>2</sup> in der Region Heide, welche jedoch insgesamt deutlich unter der Größenordnung eines heute marktgängigen Möbelhauses liegt – aus dem besser aufgestellten und strukturierten Angebot im überregionalen Umland herleiten lassen.

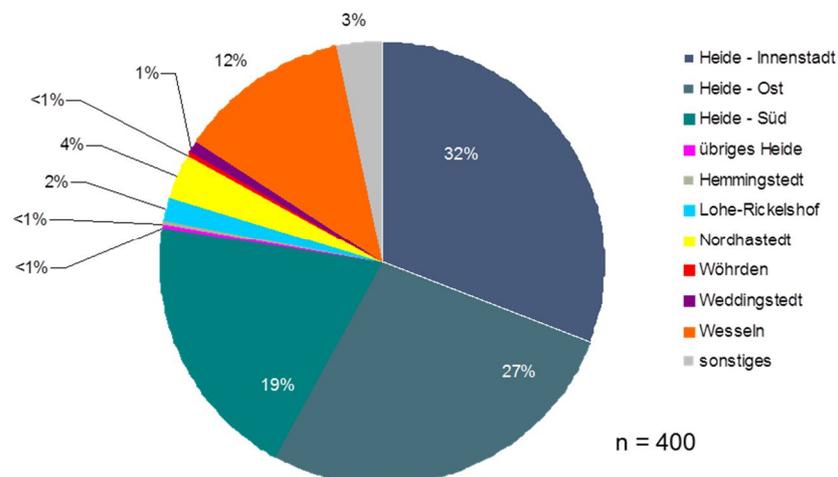
### 6.3.2 Räumliche Einkaufsorientierung der Bevölkerung in der Region Heide

Anhand der folgenden Abbildungen und Ausführungen wird für beispielhaft ausgewählte Warengruppen die räumliche Einkaufsorientierung der Bevölkerung des Stadt-Umland-Gebietes Heide sowie die relevanten Konkurrenzstandorte außerhalb der Region dargestellt.

#### Nahrungs- und Genussmittel

Die Bevölkerung der Region Heide deckt ihren Bedarf an Nahrungs- und Genussmittel zu rund 97 % innerhalb des SUK-Gebietes (Abbildung 8).

**Abbildung 8: Einkaufsorientierung der Bevölkerung im SUK-Gebiet in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (2011)**



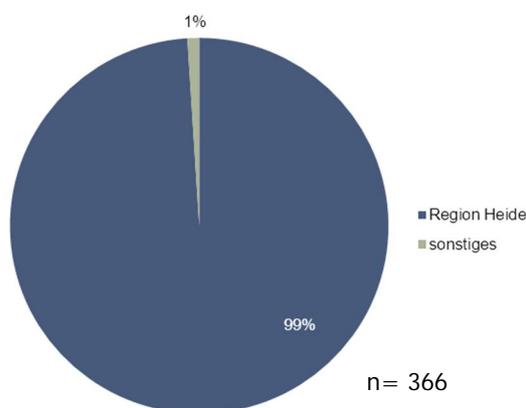
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

Dieser Wert ist als überdurchschnittlich einzuordnen. Lediglich 3 % der befragten Personen decken damit ihren Bedarf an Nahrungs- und Genussmitteln außerhalb des Stadt-Umland-Gebietes. Ein eindeutiger Konkurrenzstandort ist allerdings – auch wegen des insgesamt marginalen Kaufkraftabflusses – nicht auszumachen. Die Werte verdeutlichen die gute Angebotsaus-

stattung insbesondere im Lebensmittelbereich in der Stadt Heide sowie in einigen Umlandgemeinden<sup>44</sup>.

Die Ergebnisse der telefonischen Haushaltsbefragung aus dem Jahre 1999 sind nahezu deckungsgleich. Auch vor rd. 12 Jahren gaben etwa 99 % der befragten Personen an, Nahrungs- und Genussmittel vorrangig in der Region Heide einzukaufen (Abbildung 9). Ein markanter Konkurrenzstandort ließ sich ebenfalls nicht identifizieren. Insgesamt hat sich folglich in der Zwischenzeit kein quantitatives Defizit in der Kreisstadt Heide und den Umlandgemeinden ergeben. Damit ist die quantitative Versorgungssituation im SUK-Gebiet nach wie vor als zufriedenstellend zu bewerten.

**Abbildung 9: Einkaufsorientierung der Bevölkerung im damaligen GEP-Gebiet<sup>45</sup> in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (1999)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung in der Region Heide, August 1999

Stärker mikroräumlich differenziert betrachtet, geht aus den Befragungsergebnissen 2011 hervor, dass die Einzelhandelsstandorte zentraler Bereich Innenstadt Heide (rd. 32 %) und Sonderstandort „Heide-Ost“ (rd. 27 %) primär für den Erwerb von Nahrungs- und Genussmitteln aufgesucht werden. Daneben kommt auch den Sonderstandorten „Heide-Süd“ (rd. 19 %) und „Waldstraße“ in Wesseln (rd. 12 %) eine nicht nur unwesentliche Bedeutung zu. Alle weiteren Standorte in der Region Heide spielen im Hinblick auf die Grundversorgung der Bevölkerung mit Nahrungs- und Genussmitteln eine untergeordnete Rolle. Dies ist nicht zuletzt auf die rudimentär ausgeprägten Einzelhandelsstrukturen in den Umlandgemeinden (ohne Kreisstadt Heide) zurückzuführen<sup>46</sup>. Vergleichbare, mikroräumlich differenzierte Daten wurden im Rahmen der Haushaltsbefragung 1999 nicht erhoben.

<sup>44</sup> Hierzu zählen die Umlandgemeinden Wesseln, Nordhastedt, Weddingstedt und Lohe Rickelshof.

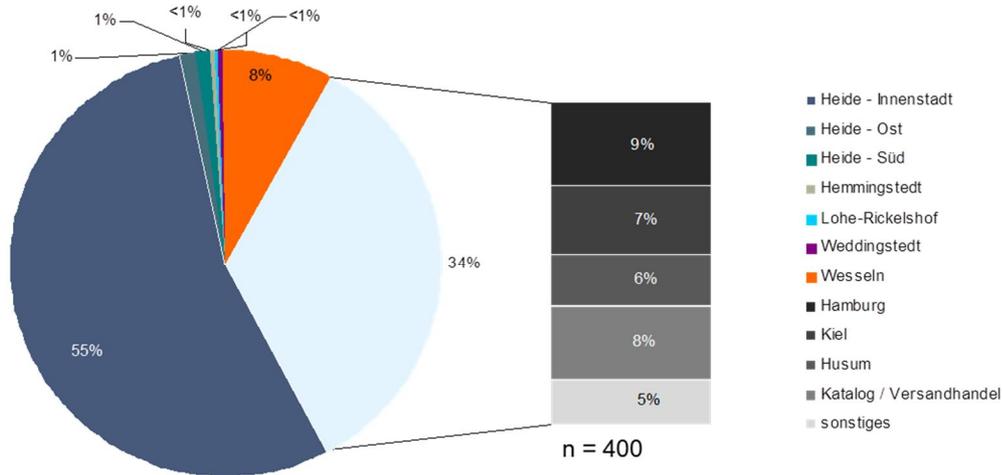
<sup>45</sup> Das SUK-Gebiet (2011) ist größer als das GEP-Gebiet (1999). Die Gemeinden Neuenkirchen, Norderwörden, Stelle-Wittenwurth und Wörden waren zu damaligen Zeitpunkt noch nicht Teil des Untersuchungsgebietes.

<sup>46</sup> lediglich in den Gemeinden Lohe-Rickelshof, Nordhastedt und Weddingstedt befinden sich strukturprägende Lebensmittelanbieter (vgl. hierzu auch Kapitel 5.2 sowie 5.4. Damit korreliert auch die – im Vergleich zu den übrigen SUK-Gemeinden (ohne Kreisstadt Heide) – größere Bedeutung Nordhastedts in Bezug auf die Nachfrage der Bevölkerung nach Nahrungs- und Genussmitteln. Mit rund 460 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche rangiert der dortige Edeka-Markt allerdings deutlich unter den heute marktgängigen Größenordnungen vergleichbarer Betriebe und kann deshalb Nordhastedt nicht als prägenden Angebotsstandort im SUK-Gebiet qualifizieren. Der Anbieter versorgt jedoch vorwiegend die in der Gemeinde lebenden Einwohner und hat damit eine hohe lokale Versorgungsbedeutung.

## Bekleidung / Textilien

Bekleidung und Textilien werden von der Bevölkerung der Region Heide zu rund zwei Dritteln innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes erworben. Folglich kaufen etwa ein Drittel der Einwohner des SUK-Gebietes diese Warengruppe primär außerhalb der Region ein (Abbildung 10).

**Abbildung 10: Einkaufsorientierung der Bevölkerung im SUK-Gebiet in der Warengruppe Bekleidung / Textilien (2011)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

Für Mittelzentren sowie für Orte mit niedrigerer Zentralitätsstufe sind Kaufkraftabflüsse in den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfshäufigkeit – insbesondere im Bereich Bekleidung / Textilien – in Orte höherer Zentralität typisch. Trotzdem werden rund zwei Drittel der verfügbaren Kaufkraft innerhalb des SUK-Gebietes (vorrangig im zentralen Bereich der Heider Innenstadt) akquiriert. Dies ist als überdurchschnittlich zu werten und lässt auf ein ausgeprägtes – für ein Mittelzentrum der Größe Heides überdurchschnittlich gutes – bestehendes Angebot schließen. Zudem sind Konkurrenzstandorte mit einer vergleichbaren Angebotsausstattung in dem ländlich strukturierten westlichen Küstenbereichs Schleswig-Holsteins eher weit entfernt. Die sehr hohe Einzelhandelszentralität im Bereich Bekleidung von 3,18 (4,53) in der Region Heide (in der Kreisstadt Heide) unterstreicht dieses insgesamt erfreuliche Ergebnis zusätzlich (vgl. Kapitel 6.4).

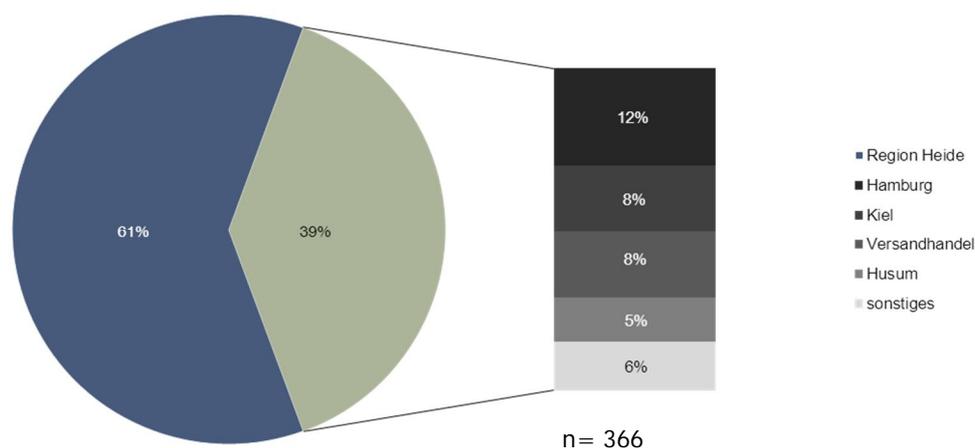
Die Kaufkraftbindungsquoten verdeutlichen jedoch auch, dass das Bekleidungs- und Textilienangebot möglicherweise einige Schwächen aufweist, da es den Ansprüchen von mindestens einem Drittel der Bevölkerung nicht genügt<sup>47</sup>. Entsprechend der monetären Betrachtung der Kaufkraftzu- und -abflüsse, bestehen mit einem Abfluss von rd. 5 Mio. Euro Kaufkraftpotentiale, die nicht durch den lokalen Einzelhandel abgeschöpft werden können. Als Hauptkonkurrenz-

<sup>47</sup> Es muss jedoch relativierend darauf hingewiesen werden, dass aus Kundensicht stets ein großes, breitgefächertes und entsprechend tiefes Angebot an möglichst jedem Angebotsstandort wünschenswert erscheint. Dabei wird außer Acht gelassen, dass dieses naturgemäß nicht an jedem Standort rentabel betrieben werden kann. Insbesondere Kaufkraftströme im Bereich des mittelfristigen Bedarfs sind deshalb in der Regel auf oberzentrale Orte ausgerichtet. Es ist somit fraglich, ob durch eine Angebotsausweitung in der Warengruppe Bekleidung / Textilien innerhalb der Region Heide überhaupt eine signifikante Erhöhung der Kaufkraftbindung erreicht werden könnte. Gewisse Kaufkraftabflüsse in Konkurrenzzentren werden auch dadurch nicht verhindert werden können.

standorte sind die oberzentralen Großstädte Hamburg (rd. 9 %) und Kiel (rd. 7 %) auszumachen. Die Angebotsstrukturen derartiger hochrangiger Zentraler Orte zeichnen sich regelmäßig durch eine hohe Breite und Tiefe aus und beinhalten typischerweise auch namhafte Filialisten mit weiträumiger Magnetwirkung, die in kleineren Städten und Gemeinden nicht rentabel betrieben werden können. Mit einem Anteil von jeweils unter 10 % stellen diese beiden Städte jedoch keinen übermäßig dominanten Konkurrenzstandort zum Einzelhandel in der Region Heide dar. Auch der Katalog / Versandhandel wird als Angebotsform von rd. 8 % der Bevölkerung des SUK-Gebietes primär zur Beschaffung von Bekleidung und Textilien genutzt.

Vor rd. 12 Jahren kauften etwa 61 % der Einwohner des damaligen GEP-Gebietes Bekleidung / Textilien vorrangig in der Region Heide ein (Abbildung 11). Das sind zwar etwa 5 % weniger als heute, was für eine stetige Verbesserung der lokalen Angebotssituation spricht. Jedoch wirkt sich dies auf die Gesamttendenz nicht signifikant aus. Auch 1999 wurden als Hauptkonkurrenzzentren die Oberzentren Hamburg (rd. 12 %) und Kiel (rd. 8 %) ausgemacht. Der Versandhandel fiel ebenfalls mit rd. 8 % ins Gewicht. Husum und sonstiges je mit 5 % bzw. 6 %.

**Abbildung 11: Einkaufsorientierung der Bevölkerung im damaligen GEP-Gebiet<sup>48</sup> in der Warengruppe Bekleidung / Textilien (1999)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung in der Region Heide, August 1999

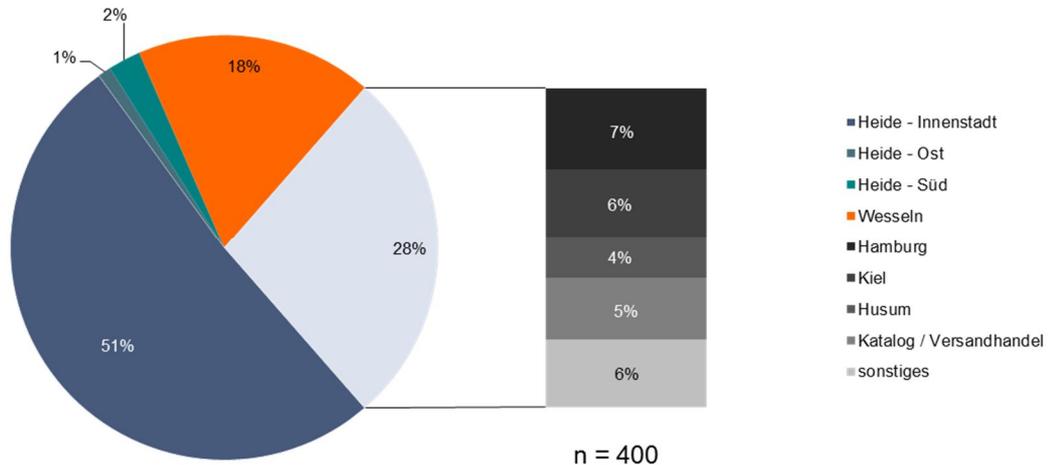
Aus der stärker mikroräumlich differenzierten Betrachtung der Befragungsergebnisse 2011 geht hervor, dass der zentrale Bereich der Heider Innenstadt von rd. 55 % der befragten Personen als primärer Einkaufsstandort für Bekleidungen / Textilien genannt wird und damit den prägendsten Angebotsstandort darstellt. Weitere etwa 8 % beziehen dieses Sortiment vorrangig in Wesseln am Sonderstandort Waldstraße. Hier ist der mit rd. 2.300 m<sup>2</sup> großflächige Bekleidungsanbieter Holtex ansässig. Alle weiteren Standortbereiche im SUK-Gebiet sind hinsichtlich des Bezugs von Bekleidung / Textilien – wenn überhaupt – von untergeordneter Bedeutung. Vergleichbare, mikroräumlich differenzierte Daten wurden im Rahmen der Haushaltsbefragung 1999 nicht erhoben.

<sup>48</sup> Das SUK-Gebiet (2011) ist größer als das GEP-Gebiet (1999). Die Gemeinden Neuenkirchen, Norderwörden, Stelle-Wittenwurth und Wörden waren zu damaligen Zeitpunkt noch nicht Teil des Untersuchungsgebietes.

## Bücher

Bücher werden von der lokalen Bevölkerung zu einem erfreulich hohen Anteil von rd. 72 % innerhalb des SUK-Gebietes gekauft (Abbildung 12).

**Abbildung 12: Einkaufsorientierung der Bevölkerung im SUK-Gebiet im Sortiment Bücher (2011)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

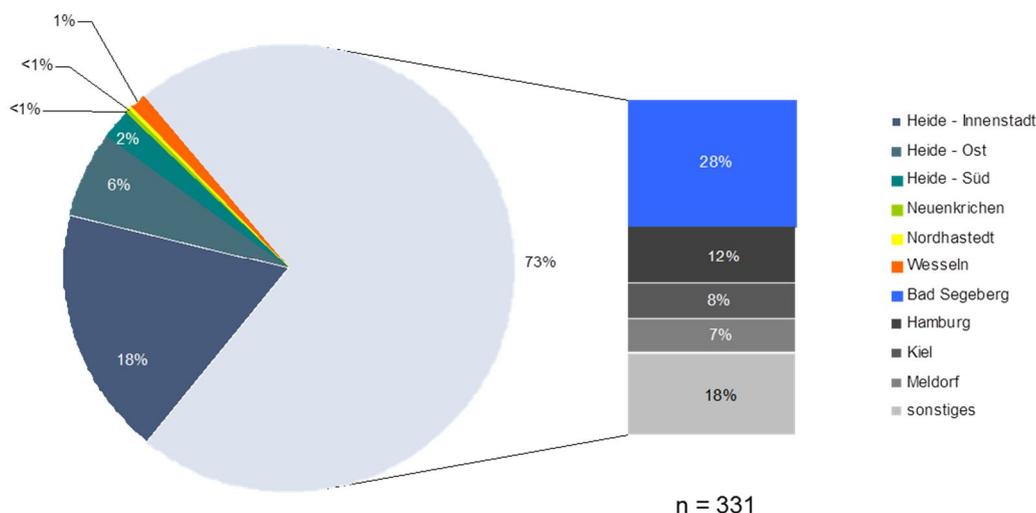
Insbesondere im zentralen Bereich Innenstadt Heide (rd. 51 %), aber auch am Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln (rd. 18 %) werden Bücher vorrangig nachgefragt. Typischerweise wird mittlerweile in diesem Sortimentsbereich ein gewisser Anteil der Kaufkraft vom Versandhandel gebunden. Auch in der Region Heide ist dies zu beobachten. Mit etwa 5 % aller gekauften Bücher wird allerdings nur ein vergleichsweise geringer Anteil per Versandhandel bzw. Internet eingekauft. Die geringen 5 % korrelieren mit der überdurchschnittlich hohen sortimentspezifischen Bindungsrate des Einzelhandels im SUK-Gebiet und lassen auf ein gut strukturiertes und differenziertes Bücherangebot schließen. Als meistgenannte Konkurrenzstandorte zeigen sich auch hier die beiden Oberzentren Hamburg und Kiel.

Ein Vergleich der Nachfrageentwicklung der Bevölkerung der Region Heide nach Büchern zum Jahr 1999 kann nicht angestellt werden. In der damaligen Haushaltsbefragung wurde das Sortiment in der Warengruppe Schreibwaren, Papier, Bücher zusammengefasst erhoben und keiner gesonderten Betrachtung unterzogen.

## Möbel

Die Bevölkerung der Region Heide erwirbt Möbel primär außerhalb des Stadt-Umland-Gebietes. Nur etwa 27 % der befragten Personen gaben an, diese Warengruppe vorzugsweise innerhalb des SUK-Gebietes nachzufragen (Abbildung 13).

**Abbildung 13: Einkaufsorientierung der Bevölkerung im SUK-Gebiet in der Warengruppe Möbel (2011)**

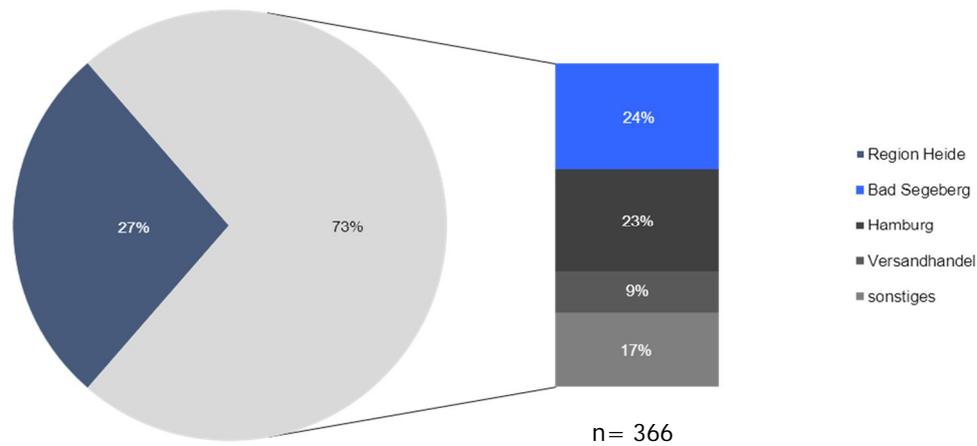


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

Dieses Ergebnis ist als unterdurchschnittlich einzuordnen und lässt auf ein nicht marktgerechtes Möbelangebot in der Kreisstadt Heide und den Umlandgemeinden schließen. Denn trotz des Bestandes von diversen Anbietern in der Hauptwarengruppe Möbel – davon drei großflächige – ist keine ausgeprägte räumliche Orientierung auf den ortsansässigen Möbele Einzelhandel zu erkennen. Insbesondere in der Warengruppe Möbel ist zudem die Mobilitätsbereitschaft der Bevölkerung sehr hoch und eine damit verbundene längere Anreise zu spezialisierten Angebotsstandorten bzw. zu „Möbelwelten“ besonders ausgeprägt. Eindeutiger Konkurrenzstandort ist das rund 100 Kilometer entfernte Bad Segeberg (rd. 28 %) mit dem großen Anbieter „Möbel Kraft“, der sich durch eine überregionale Anziehungskraft kennzeichnet. Daneben stellen auch die Oberzentren Hamburg und Kiel sowie die regional benachbarte Gemeinde Meldorf (zentral-örtliche Funktion eines Unterzentrums mit mittelzentraler Teilfunktion) Konkurrenzstandorte dar.

Im Vergleich mit den Ergebnissen der telefonischen Haushaltsbefragung aus dem Jahre 1999 zeigen sich erneut starke Parallelen. Die Kaufkraftbindungs- und -abflussquoten sind mit rd. 27 % bzw. rd. 73 % identisch (Abbildung 14). Als markante Konkurrenzstandorte positionierten sich vor rund 12 Jahren neben der Stadt Bad Segeberg (rd. 24 %) auch – stärker als heute – das Oberzentrum Hamburg (rd. 23 %).

**Abbildung 14: Einkaufsorientierung der Bevölkerung im damaligen GEP-Gebiet<sup>49</sup> in der Warengruppe Möbel (1999)**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung in der Region Heide, August 1999

In der mikroräumlichen Betrachtung zeigen die Befragungsergebnisse 2011, dass, wenn Möbel in der Region Heide nachgefragt werden, dies schwerpunktmäßig im zentralen Bereich der Heider Innenstadt (Dänisches Bettenlager, Der Möbelladen) oder am Sonderstandort „Heide-Ost“ (Tejo's Lagerverkauf, Zochen Wohn-/Raumkonzepte und Küchenprofi Wollschläger) geschieht. Der mit rd. 3.300 m<sup>2</sup> größte Anbieter in der Region Heide, der Möbelmarkt Mohr am Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln, scheint bemerkenswerterweise in der Möbelnachfrage der lokalen Bevölkerung keine Rolle zu spielen. Vergleichbare, mikroräumlich differenzierte Daten wurden im Rahmen der Haushaltsbefragung 1999 nicht erhoben.

### Fazit

Abschließend ist festzuhalten, dass der Einzelhandel innerhalb der Region Heide über **nahezu alle Warengruppen überdurchschnittliche, zufriedenstellende Kaufkraftbindungsquoten** erzielt. Besonders trifft dies auf das Angebot in der kurzfristigen und – durchaus bemerkenswert – auch auf das Angebot in der langfristigen Bedarfsstufe (ohne Möbel) zu. Es lässt sich aus der Analyse des räumlichen Einkaufsverhaltens folgern, dass den Einwohnern des Stadt-Umland-Gebietes ein attraktives Einzelhandelsangebot in der Region zur Verfügung steht, welches der Nachfrage über nahezu alle Warengruppen und Bedarfsstufen gerecht werden kann. Hohe Kaufkraftabflussquoten sind lediglich in der Warengruppe Möbel auszumachen. Darüber hinaus ist auch innerhalb der Warengruppe Bekleidung / Textilien erwartungsgemäß eine Einkaufsorientierung der Befragten auf die Oberzentren Hamburg und Kiel zu konstatieren. Der Einzelhandel in der Region Heide – insbesondere im zentralen Bereich der Heider Innenstadt – verfügt jedoch grundsätzlich über ein gut strukturiertes Angebot in dieser Warengruppe. In monetärer Form sind keine darüber hinausgehenden, relevanten Kaufkraftabflüsse erwähnenswert. Insgesamt ergibt sich über alle Warengruppen ein für ein Mittelzentrum und sein direktes, regionales Umland typisches Bild. Dabei ist der Einzelhandel der mittelzentralen Kreisstadt Heide jedoch

<sup>49</sup> Das SUK-Gebiet (2011) ist größer als das GEP-Gebiet (1999). Die Gemeinden Neuenkirchen, Norderwörden, Stelle-Wittenwurth und Wörden waren zu damaligen Zeitpunkt noch nicht Teil des Untersuchungsgebietes.

überdurchschnittlich gut aufgestellt. **Nennenswert Defizite**, die einen akuten Handlungsbedarf bedingen würden, sind folglich in der Einzelhandelslandschaft der Region Heide **nicht zu konstatieren**.

Auch der Vergleich der Befragungsergebnisse 2011 mit den im Rahmen der persönlichen Haushaltsbefragung 1999 gewonnen Erkenntnissen zeigt auf, dass sich die Einzelhandelslandschaft des Amts KLG Heider Umland konstant über das letzte Jahrzehnt durch ein überdurchschnittliches Ausstattungsniveau kennzeichnet. Insgesamt konnten im Rahmen der vergleichenden Analyse keine nennenswerten Veränderungen festgestellt werden, was jedoch keine Stagnation bedeutet. Vielmehr ist es gelungen, das quantitative und auch qualitative Niveau des lokalen Einzelhandels konstant hoch zu halten.

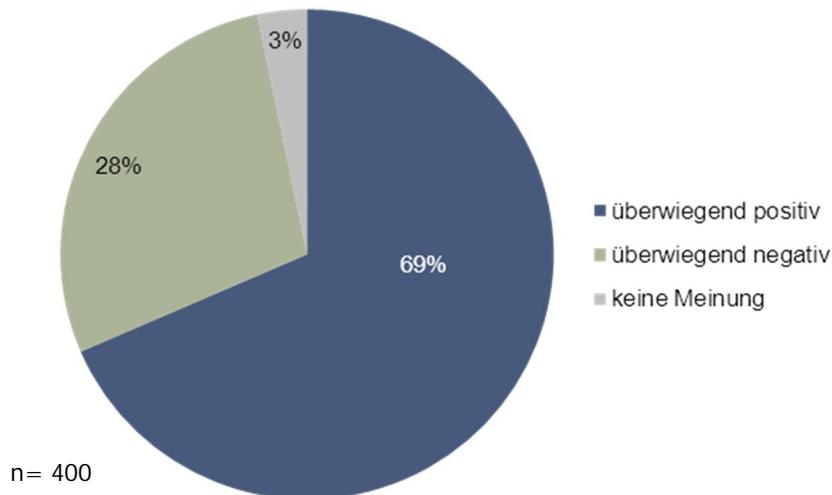
### 6.3.3 Bewertung des Einzelhandelsstandortes Kreisstadt Heide aus Sicht der Kunden

---

Zur besseren Einschätzung und Bewertung der Einzelhandelslandschaft in der Region Heide wurden im Rahmen der Haushaltsbefragung – 2011 wie auch 1999 – zusätzlich Fragen zur qualitativen Beurteilung der lokalen Einkaufssituation aus Sicht der Kunden gestellt. Dabei stand in der aktuellen Befragung die Einschätzung des Einkaufsstandorts Kreisstadt Heide – insbesondere der Heider Innenstadt – aus Sicht der Kunden im Vordergrund. Bewusst wurde lediglich auf eine Bewertung des Einzelhandels in der Kreisstadt Heide Bezug genommen und nicht auf eine generelle Bewertung der Situation im gesamten Stadt-Umland-Gebiet abgezielt, da sich die außerhalb der Stadt Heide befindlichen Einzelhandelsstrukturen – mit Ausnahme des Sonderstandorts „Waldstraße“ in Wesseln – durch eine untergeordnete Bedeutsamkeit kennzeichnen. Bei einer regionalen Gesamtbewertung besteht die Gefahr, dass die Ergebnisse im Hinblick auf eine Einschätzung des Einzelhandelsstandorts Kreisstadt Heide als dominierenden Funktionsstandort im SUK-Gebiet, verfälscht würden. Jene befragten Personen, die außerhalb der Stadt Heide wohnen, wurden jedoch trotzdem zusätzlich zu einer Einschätzung der Einzelhandelssituation in ihrer spezifischen Wohnortgemeinde befragt. Die wesentlichen Ergebnisse werden im Folgenden dargestellt.

#### **Bewertung des Einkaufsangebots in der Kreisstadt Heide**

Nahezu 70 % aller befragten Personen aus der Region Heide beurteilen die Einkaufssituation in der Stadt Heide überwiegend positiv. Demgegenüber schätzen rund 30 % der Befragten die Situation als überwiegend negativ ein. Ein geringer Personenanteil kann oder will keine Meinungsäußerung abgeben (Abbildung 15).

**Abbildung 15: Bewertung der Einkaufssituation in der Stadt Heide aus Sicht der Kunden (2011)**

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

Als Gründe für die überwiegend positive Einschätzung (Mehrfachnennungen möglich) werden besonders die große Auswahl und Angebotsvielfalt in der Stadt Heide (rd. 60 %) durch die Befragten mehrheitlich genannt. Darüber hinaus werden auch die gute Einkaufsatmosphäre (rd. 20 %) und die gute Erreichbarkeit mit dem PKW (rd. 14 %) geschätzt. Einige befragte Personen begrüßen zudem die guten Rad- und Fußwegeverbindungen in der Stadt (rd. 10 %) sowie die guten Parkmöglichkeiten (rd. 7 %).

Eine überwiegend negative Einschätzung des Einzelhandelsstandorts Heide wird in erster Linie damit begründet, dass es woanders mehr Auswahl gibt (rd. 67 %). Auch wird die Einkaufsatmosphäre an anderen Einzelhandelsstandorten als angenehmer empfunden (rd. 19 %). Einige der Befragten äußerten zudem, dass woanders günstiger eingekauft werden könne (rd. 12 %) und die Qualität des Angebots an auswärtigen Einzelhandelsstandorten besser sei (rd. 8 %).

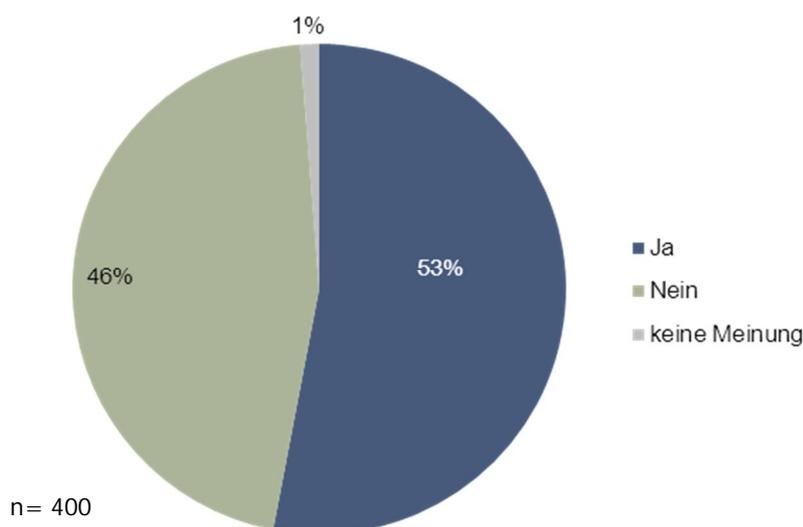
Die Top Fünf der Gründe zeigen ein ambivalentes Meinungsbild auf. Dies spiegelt die subjektive Einschätzung bestimmter Kriterien durch unterschiedliche Befragte wider: Was der eine positiv wertet, kann der andere durchaus als negativ ansehen. Nach Abzug der gegensätzlichen Meinungen bleibt abschließend festzuhalten, dass der Stadt Heide eine gute verkehrliche Erreichbarkeit attestiert wird und sie zudem über ein ausgeprägtes Fuß- und Radwegeverbindungsnetz sowie über ausreichende Parkmöglichkeiten verfügt. Als negative Gründe verbleiben die bessere Qualität sowie das preisgünstigere Angebot an anderen Angebotsorten.

### **Vermisste Sortimente und / oder Betriebsformen in der Heider Innenstadt**

Die Frage nach fehlenden Sortimenten und Betriebsformen ist wichtig für die zukünftige Stärkung bzw. Sicherung des Einzelhandelsstandortes Kreisstadt Heide – insbesondere des zentralen Bereichs der Heider Innenstadt. Die Antworten der repräsentativen Stichprobe spiegeln die aktuelle, subjektiv wahrgenommene Situation des Einzelhandels in der Heider Innenstadt wider und lassen Rückschlüsse auf eventuelle Angebotsdefizite zu.

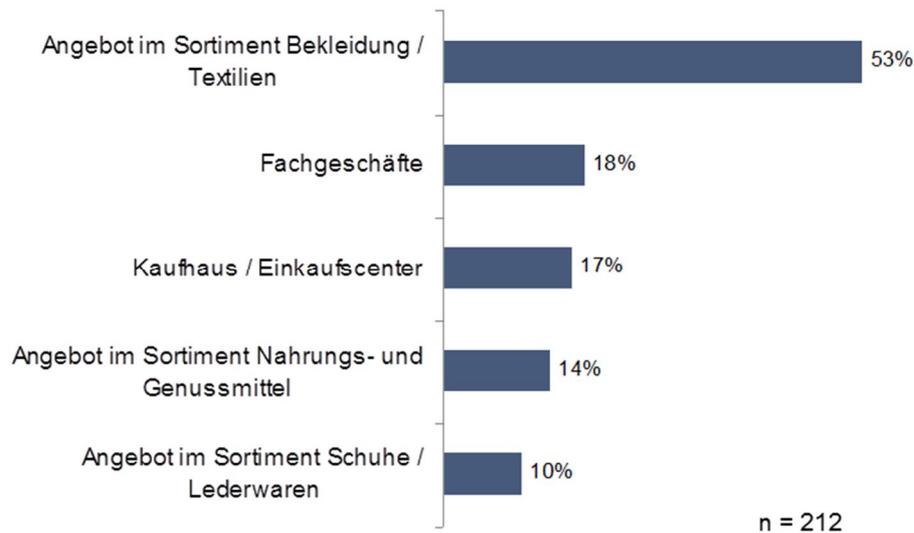
Mit rund 53 % vermisst ein hoher Anteil von mehr als der Hälfte aller befragten Personen bestimmte Sortimente und / oder Betriebsformen in der Einzelhandelslandschaft der Heider Innenstadt (vgl. Abbildung 16). Lediglich rd. 46 % der befragten Bewohner der Region Heide sind mit den aktuell vorhandenen Einzelhandelsangeboten in der Innenstadt der Stadt Heide zufrieden und sehen keine Angebotsdefizite.

**Abbildung 16: Fehlen Ihnen in der Heider Innenstadt bestimmte Sortimente bzw. Betriebsformen (2011)?**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

Vermisst werden vor allem umfangreichere Angebote innerhalb der Warengruppe Bekleidung / Textilien (rd. 53 % jener Befragten, denen Sortimente und / oder Betriebsformen in der Heider Innenstadt fehlen) (Mehrfachnennungen möglich). Auch spezialisierte Fachgeschäfte (rd. 18 %) sowie großmaßstäbliche Kaufhäuser bzw. Einkaufszenter (rd. 17 %) werden als wünschenswert für die Heider Innenstadt angesehen. Zu den Top 5 der genannten Antworten zählen darüber hinaus eine gewünschte Angebotsausweitung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (rd. 14 %) sowie in der Warengruppe Schuhe / Lederwaren (rd. 10 %) (vgl. Abbildung 17).

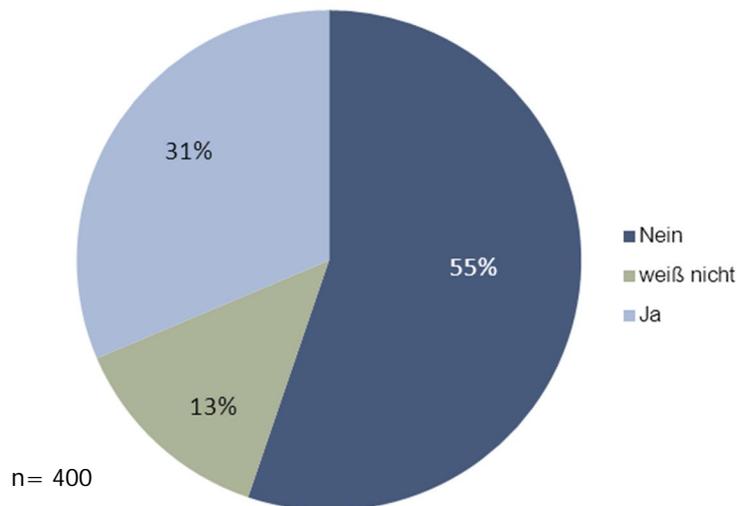
**Abbildung 17: Welche Sortimente bzw. Betriebsformen vermissen Sie in der Heider Innenstadt (2011)?**

Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung Region Heide, April 2011

Auch im Rahmen der persönlichen Haushaltsbefragung im Jahre 1999 wurden die zufällig ausgewählten Personen befragt, ob ihrer Meinung nach in der Region Heide bestimmte Sortimente und / oder Betriebsformen fehlen. Die Vergleichbarkeit der beiden Erhebungsergebnisse ist jedoch nicht ohne weiteres gewährleistet. Wurde in der aktuellen Befragung gezielt nach Missständen in der Heider Innenstadt gefragt, beziehen sich die Befragungsergebnisse aus dem Jahre 1999 auf vermisste Sortimente und / oder Betriebsformen in der gesamten Region Heide (GEP-Gebiet). Es ist allerdings anzunehmen, dass beide Befragungsergebnisse in der Tendenz verglichen werden können. Die Heider Innenstadt ist nach wie vor der Einzelhandelsschwerpunkt der Region, so dass das Gesamtergebnis mittelbar auch die Einschätzung der Befragten in Bezug auf die Innenstadt widerspiegelt.

Es zeigt sich, dass im Jahr 1999 rd. 55 % der befragten Personen keine Sortimente und / oder Betriebsformen in der Region Heide vermissten. Demgegenüber merkten etwa 32 % Defizite an. Rd. 13 % der Befragten konnten keine abschließende Meinung vertreten (vgl. Abbildung 18). Damit ist festzuhalten, dass der Anteil jener Personen, die bestimmte Sortimente und / oder Betriebsformen in der Heider Einzelhandelslandschaft – insbesondere in der Innenstadt – vermissen, deutlich um etwa 20 % angestiegen ist. Der Wunsch nach zusätzlichen Angeboten ist heute ausgeprägter.

**Abbildung 18: Fehlen Ihnen in der Region Heide<sup>50</sup> bestimmte Sortimente bzw. Betriebsformen (1999)?**

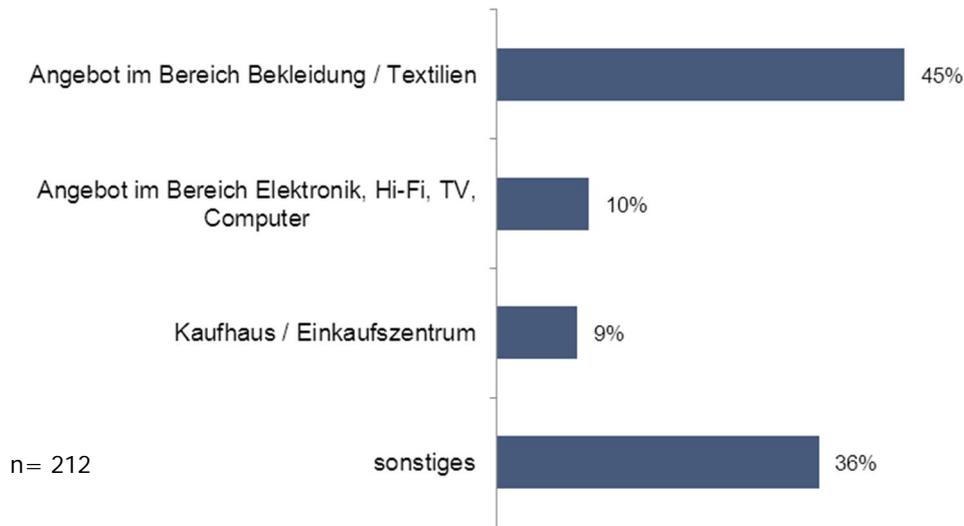


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung in der Region Heide, August 1999

Vermisst wurden auch vor rund 12 Jahren schon vor allem ausgeprägtere Angebotsstrukturen im Bereich Bekleidung (rd. 45 % jener Befragten, denen Sortimente und / oder Betriebsformen im GEP-Gebiet fehlen). Ebenso war der Wunsch nach großmaßstäblichen Kaufhäusern bzw. Einkaufszentren bereits existent (rd. 9 %). Defizitäre Angebote im Sortiment Elektronik, Hi-Fi, TV und Computer wurden 1999 von rd. 10 % der Befragten angemerkt (vgl. Abbildung 19). Diese sind heute nicht mehr unter den Top Nennungen, was wahrscheinlich mit der Ansiedlung des Multimediafachmarktes Media Markt am Standort Heide-Ost zusammenhängt.

<sup>50</sup> Region Heide = GEP-Gebiet (1999). Die Gemeinden Neuenkirchen, Norderwörden, Stelle-Wittenwurth und Wörden waren zu damaligen Zeitpunkt noch nicht Teil des Untersuchungsgebietes.

**Abbildung 19: Welche Sortimente bzw. Betriebsformen vermissen Sie in der Heider Innenstadt (2011)?**



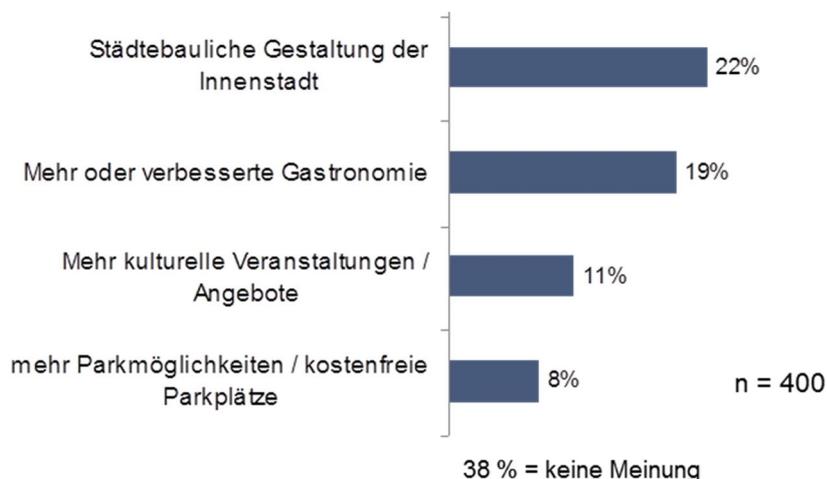
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung in der Region Heide, August 1999

### **Verbesserungs- und Attraktivierungsvorschläge für die Heider Innenstadt**

In Form einer offenen Frage wurden die befragten Personen – 2011 und auch 1999 – nach Vorschlägen zur Verbesserung der Einkaufs- und auch Aufenthaltssituation in der Heider Innenstadt befragt. Dabei wurden die Befragten aufgefordert, bewusst auch andere Faktoren als das reine „Einkaufen“ zu berücksichtigen. Die so erfassten Vorschläge können von Bedeutung sein, wenn es darum geht, den Einkaufsstandort Innenstadt Heide durch gezielte Maßnahmen aufzuwerten.

In der telefonischen Haushaltsbefragung 2011 halten rd. 22 % der Befragten zusätzliche städtebauliche Gestaltungsmaßnahmen in der Innenstadt als maßgebliches Attraktivierungspotenzial. Weitere rd. 19 % weisen auf ein umfangreicheres und verbessertes Gastronomieangebot hin. Auch eine Ausweitung der kulturellen Veranstaltungen / Angebote (rd. 11 %) sowie der – insbesondere kostenfreien – Parkmöglichkeiten (rd. 8 %) finden Erwähnung. Dies spiegelt den fortwährenden Trend wider, dass Einkaufen nicht mehr nur als reine Versorgungsaktivität aufgefasst, sondern vielmehr auch als Erlebnis wahrgenommen wird (vgl. Abbildung 20).

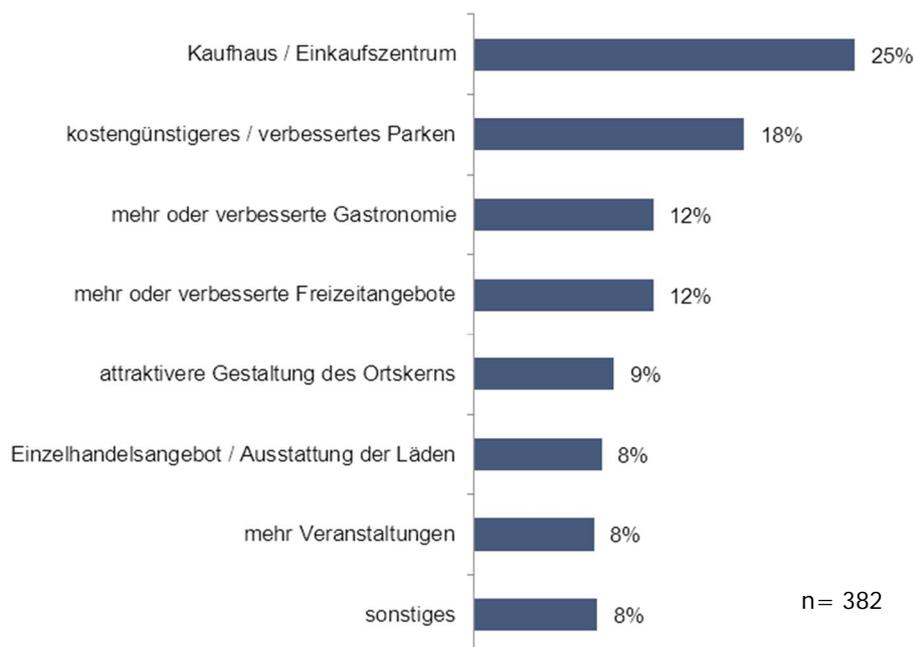
**Abbildung 20: Wodurch könnte die Innenstadt der Stadt Heide für Sie bzw. Ihre Familie noch attraktiver werden (2011)?**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung SUK-Gebiet Heide, April 2011

1999 hingegen, wurde das maßgebliche Attraktivierungspotenzial der Heider Innenstadt in der Ansiedlung eines Kaufhauses oder Einkaufszentrums gesehen (rd. 25 %). Dabei wiesen die Befragten konkret auf das Fehlen des Anbieters C&A hin. Weitere rd. 18 % regten als Verbesserungsvorschlag eine optimierte Parkplatzsituation an, die sich besonders durch kostengünstige Angebote kennzeichnen sollte (vgl. Abbildung 21). Zahlreiche weitere Vorschläge aus den Bereichen Attraktivierung des Freizeit-, Gastronomie- und Veranstaltungsangebots beschäftigten sich auch damals schon im weitesten Sinne mit der Verbesserung der Rahmenbedingungen für den Erlebniseinkauf.

**Abbildung 21: Wodurch könnte die Innenstadt der Stadt Heide für Sie bzw. Ihre Familie noch attraktiver werden (1999)?**



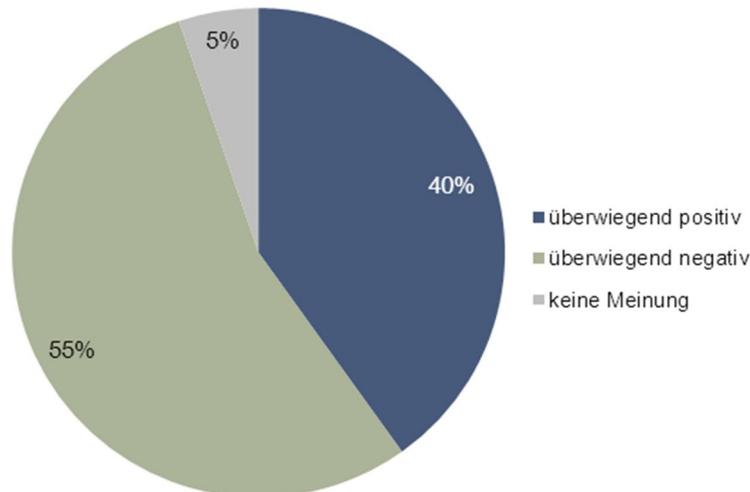
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung in der Region Heide, August 1999

### Bewertung des Einkaufsangebots in den übrigen SUK-Gemeinden<sup>51</sup>

Jene befragten Personen, die nicht innerhalb des Mittelzentrums Kreisstadt Heide leben, wurden zusätzlich nach ihrer persönlichen Einschätzung des Einzelhandelsangebots in ihrer jeweiligen Wohnortgemeinde befragt. Die Antworten auf diese Frage geben Aufschluss darüber, ob die Bewohner der übrigen SUK-Gemeinden möglicherweise auch auf wohnungsnahen Versorgungsstrukturen in ihrer Wohnortgemeinde zurückgreifen (können) und ob diese für angemessen befunden werden.

Es zeigt sich, dass das Einkaufsangebot innerhalb der Gemeinden im Heider Umland von den Einwohnern der jeweiligen Gemeinden erstaunlich positiv eingeschätzt wird. Insgesamt werten rd. 40 % das ortsspezifische Einzelhandelsangebot als „überwiegend positiv“. In sechs der elf Umlandgemeinden dominiert eine positive Einschätzung. 55 % der Befragten sehen das Einzelhandelsangebot in ihrer Wohnortgemeinde jedoch als „überwiegend negativ“ an (vgl. Abbildung 22).

**Abbildung 22: Bewertung des Einkaufsangebots in den jeweiligen Wohnortgemeinden aus Sicht der Kunden**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Haushaltsbefragung SUK-Gebiet Heide, April 2011

Eine überwiegend positive Einschätzung des örtlichen Einzelhandelsangebots ist insbesondere in der Gemeinde Nordhastedt, aber auch – allerdings schwächer ausgeprägt – in den Gemeinden Lohe-Rickelshof, Weddingstedt und Wesseln zu erkennen. Diese Einschätzung korrespondiert mit den lokal erhobenen Einzelhandelsstrukturen, da in jeder dieser Gemeinden zumindest ein Lebensmittelsupermarkt (Edeka) oder –discounter (Aldi) existiert.

### Fazit

Die Einzelhandelslandschaft in der Region Heide ist in der Lage, über nahezu alle Warengruppen – insbesondere des kurz- und langfristigen Bedarfs – überdurchschnittlich hohe Kaufkraftbindungsquoten zu generieren. Dies lässt auf ein attraktives Einzelhandelsangebot schließen, welches in weiten Teilen der Nachfrage der lokalen Bevölkerung gerecht werden kann. Erwähnenswerte Kaufkraftabflussquoten sind lediglich in den Warengruppen Möbel und Beklei-

<sup>51</sup> Befragte Personen, die außerhalb der Stadt Heide in den übrigen SUK-Gemeinden leben, wurden zusätzlich nach der Einschätzung des Einzelhandelsangebots in ihrer Wohnortgemeinde befragt

ung / Textilien zu konstatieren. Gestützt werden diese resümierten Ergebnisse aus den Kapiteln 6.3.1 und 6.3.2 durch die Bewertung des Einzelhandelsstandorts Kreisstadt Heide aus Sicht der Kunden (Kapitel 6.3.3). Etwa 70 % der befragten Personen bewerten den Einkaufsstandort überwiegend positiv. Trotzdem wird von etwas mehr als der Hälfte aller Befragten aus der Region Heide angemerkt, dass bestimmte Sortimente und / oder Betriebsformen insbesondere in der Heider Innenstadt fehlen. Das höchste Defizit wird – wie es sich auch schon aus den Befragungsergebnissen aus dem Jahre 1999 ablesen lässt – im Zusammenhang mit Angeboten im Sortiment Bekleidung / Textilien gesehen. Das zusätzlich angemerkte Manko des Fehlens eines Kaufhauses oder Einkaufszentrums unterstreicht die Forderung nach einem ausgeweiteten Bekleidungssegment zusätzlich, da die Warengruppe üblicherweise ein zentrales Sortiment dieser Betriebsformen ist. Dabei muss jedoch bedacht werden, dass aus Kundensicht der Wunsch nach einem breiten und tiefen Bekleidungsangebot an möglichst jedem Angebotsstandort sehr ausgeprägt ist, ungeachtet der Tatsache, dass dieses gar nicht an jedem Standort rentabel betrieben werden kann. Es bleibt fraglich, ob überhaupt eine signifikante Steigerung der Kundenzufriedenheit durch zusätzliche Bekleidungsangebote erreicht werden könnte, da diesbezügliche Kaufkraftströme naturgemäß stark auf oberzentrale Orte ausgerichtet sind und gewisse Kaufkraftabflüsse aus der Region Heide demnach nicht zu verhindern sind. Darüber hinaus gehende Verbesserungs- und Attraktivierungsmaßnahmen in Bezug auf den Einkaufsstandort Innenstadt Heide werden von den befragten Personen insbesondere in städtebaulichen Gestaltungsmaßnahmen und einer Ausweitung des gastronomischen Angebots gesehen. Dies verdeutlicht, dass die Kunden das Einkaufen nicht mehr nur als reinen Versorgungsgang auffassen, sondern dass auch der Erlebnis- sowie der freizeitgestalterische Wert stetig zunehmenden Einfluss gewinnen.

#### 6.4 Umsätze und Zentralitäten des Einzelhandels in der Region Heide

---

Als wesentlicher Ansatzpunkt zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels in der Region Heide – und insbesondere in der Kreisstadt Heide mit drei der vier räumlichen Angebotschwerpunkte der Region – kann der generierte Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadt-Umland-Gebietes zusammensetzt, herangezogen werden. Für die Ermittlung der **aktuellen Umsätze** werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentspezifische Umsätze je Quadratmeter Verkaufsfläche differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der Einzelhandelssituation vor Ort (u. a. räumliche Lage der Betriebe) modifiziert werden. Hochgerechnet auf den gesamten Verkaufsflächenbestand in der Region Heide / Kreisstadt Heide / Heider Umland ergeben sich, differenziert nach Warengruppen, die in Tabelle 36 dargestellten branchenspezifischen Umsätze. Dabei wurden z. T. Aggregationen vorgenommen, um eine Kompatibilität mit den Angaben der IFH, Köln zu erzielen.

Im Zusammenwirken mit dem so ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial lässt sich die **einzelhandelsrelevante Zentralität** des Heider Einzelhandels errechnen. Diese setzt sich aus dem Verhältnis des Heider Einzelhandelsumsatzes und dem lokal vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) zusammen. Sie zeigt an, wie viel der vorhandenen Kaufkraft am Standort durch den ortsansässigen Einzelhandel gebunden werden kann. Ein Wert von 1,00 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial. Abweichungen oberhalb dieses Basiswertes können demgegenüber auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen nach unten auf bestehende Struktur-

schwächen der Einzelhandelsstrukturen in der Region Heide / Kreisstadt Heide / Heider Umland hinweisen. Die Zentralitätskennziffer stellt somit einen Indikator für die Leistungsfähigkeit der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen dar. Zu beachten ist jedoch, dass die Aussagekraft eines regionsbezogenen Zentralitätswertes vergleichsweise eingeschränkt ist, da sich das Einzelhandelsangebot schwerpunktmäßig auf die mittelzentrale Kreisstadt Heide konzentriert. Die Zentralitätskennziffern der Stadt Heide dominieren und manipulieren deshalb regionsspezifische Werte, da diese in Bezug auf die Einzelhandelsstrukturen in den Umlandgemeinden Zentralitäten vorspiegeln würden, die in der Realität in diesen kleinen Gemeinden nicht erreicht werden können. Jedoch können regionsspezifische Zentralitäten über die überregionale Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsangebots im Stadt-Umland-Gebiet Auskunft geben.

In folgender Tabelle 36 werden der Einzelhandelsumsatz, das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial sowie die draus resultierende Handelszentralität differenziert für die Kreisstadt Heide, das Heider Umland sowie für die gesamt Region Heide dargestellt.

**Tabelle 36: Umsätze, einzelhandelsrelevante Kaufkraft und Zentralitäten in der Region Heide / Kreisstadt Heide / Heider Umland**

Warengruppe	Kreisstadt Heide (rd. 20.900 EW)			Heider Umland (rd. 15.700 EW)			Region Heide (rd. 36.600 EW)		
	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Ze
Nahrungs- und Genussmittel	68,5	43,0	1,60	16,0	32,9	0,49	84,6	75,8	
Blumen (Indoor) / Zoo	6,9	2,1	3,30	0,9	1,6	0,58	7,8	3,7	
Gesundheit und Körperpflege	14,4	6,7	2,15	2,7	5,1	0,52	17,0	11,8	
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	7,4	4,0	1,85	0,9	3,1	0,29	8,3	7,1	
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	97,2	55,7	1,74	20,5	42,7	0,48	117,7	98,4	
Bekleidung / Textilien	39,9	8,8	4,53	9,8	6,8	1,44	49,7	15,6	
Schuhe / Lederwaren	8,6	2,4	3,59	2,6	1,8	1,43	11,2	4,2	
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	5,9	1,2	4,81	0,6	1,0	0,67	6,6	2,2	
Spielwaren / Hobbyartikel	9,1	2,2	4,14	0,2	1,7	0,10	9,3	3,9	
Sport und Freizeit	8,0	1,8	4,47	1,6	1,4	1,15	9,6	3,2	
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	71,4	16,4	4,35	14,9	12,7	1,17	86,3	29,1	
Wohneinrichtung	9,8	2,3	4,25	3,3	2,8	1,88	13,2	4,1	
Möbel	6,9	5,5	1,25	5,0	4,2	1,17	11,9	9,7	
Elektro / Leuchten	5,9	2,9	2,06	0,2	2,2	0,10	6,1	5,1	
Elektronik / Multimedia	35,1	7,5	4,67	1,3	5,8	0,22	36,4	13,3	
Medizinische und orthopädische Artikel	4,1	1,5	2,80	-	1,1	-	4,1	2,6	
Uhren / Schmuck	2,6	1,0	2,68	1,0	0,7	1,40	3,6	1,7	
Baummarktsortimente	15,8	9,4	1,68	6,8	7,2	0,96	22,7	16,6	
Gartenmarktsortimente	6,9	1,6	4,28	0,4	1,2	0,30	7,2	2,8	
Überwiegend langfristiger Bedarf	87,1	31,7	2,75	18,1	24,3	0,74	105,2	56,0	
Sonstiges	1,7	0,8	2,03	-	0,6	-	1,7	1,4	
<b>gesamt</b>	<b>257,4</b>	<b>104,7</b>	<b>2,46</b>	<b>53,4</b>	<b>80,3</b>	<b>0,67</b>	<b>310,9</b>	<b>184,9</b>	

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011 \*gerundete Werte

## Umsätze und Umsatzschwerpunkte

Insgesamt werden derzeit jährlich **rd. 311 Mio. Euro** durch den Einzelhandel in der **Region Heide** umgesetzt. Etwa **257 Mio. Euro** entfallen dabei auf den Einzelhandel in der **Stadt Heide** und **rd. 80 Mio. Euro** auf den Einzelhandel im **Heider Umland**.

Den größten Einzelanteil am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen nimmt – entsprechend typischer Aufteilungen – die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** ein, die mit rd. 85 Mio. Euro etwa 27 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes in der Region Heide ausmacht. Für die Kreisstadt Heide (rd. 69 Mio. Euro Umsatz) sowie gesondert für das Heider Umland (rd. 16 Mio. Euro Umsatz) ergeben sich in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel vergleichbar hohe Anteile.

Darüber hinaus generieren die Warengruppen **Bekleidung / Textilien** (rd. 50 Mio. Euro Umsatz; etwa 16 % Anteil am regionalen Einzelhandelsgesamtumsatz) sowie **Elektronik / Multimedia** (rd. 36 Mio. Euro Umsatz; etwa 12 % des regionalen Einzelhandelsgesamtumsatzes) weitere nennenswerte Anteile des Einzelhandelsgesamtumsatzes der Region Heide. Im Bereich Bekleidung / Textilien entfallen rd. 40 Mio. Euro des Umsatzes auf die Kreisstadt Heide und etwa 10 Mio. Euro auf das Heider Umland. Der vergleichsweise hohe Umsatz im Heider Umland wird maßgeblich durch den Modemarkt Holtex am Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln beeinflusst. In der Warengruppe Elektronik / Multimedia wird mit rd. 35 Mio. Euro nahezu der gesamte regionale Umsatz in der Kreisstadt Heide generiert. Dies ist auf den Multimediafachmarkt Media Markt am Sonderstandort „Heide-Ost“ zurückzuführen.

Alle übrigen Warengruppen weisen z. T. deutlich niedrigere absolute Umsatzvolumina auf. Die nächst größeren Umsätze werden mit rd. 30 Mio. Euro im Bereich der Bau- und Gartensortimente und mit etwa 17 Mio. Euro in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege erzielt.

## Zentralitäten

Die Gegenüberstellung der räumlich differenziert ermittelten Zentralitätskennziffern für die Kreisstadt Heide und das Heider Umland verdeutlichen erneut die strukturellen Unterschiede in Bezug auf die Angebotsausstattung und die damit verbundene Leistungsstärke des lokalen Einzelhandels. Es zeigt sich, dass die Kreisstadt Heide über alle Warengruppen hohe Zentralitätskennziffern aufweist, so dass das hier vorhandene Kaufkraftpotenzial sowie darüber hinaus zusätzliches Kaufkraftpotenzial von Außerhalb gebunden werden kann. Das Heider Umland hingegen kennzeichnet sich in vielen Angebotsbereichen – insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich – durch sehr niedrige Zentralitätskennziffern, die darauf hinweisen, dass die innerhalb des Umlands vorhandene Kaufkraft nicht in den Umlandgemeinden gebunden werden kann. Hier ist die Bevölkerung insbesondere auf die Versorgungsstrukturen in der mittelzentralen Kreisstadt Heide angewiesen.

Der – über alle Warengruppen – insgesamt hohe Zentralitätswert für die Region Heide von 1,68 verdeutlicht jedoch auch, dass das im gesamten Stadt-Umland-Gebiet vorhandene Angebot mehr Kaufkraftpotenzial binden kann als tatsächlich im SUK-Gebiet vorhanden ist.

Differenziert betrachtet sind die sich ergebenden, unterschiedlichen Zentralitätskennziffern wie folgt zu deuten:

## Kreisstadt Heide

Wird das ermittelte Umsatzvolumen des Einzelhandels in der Stadt Heide (ca. 257 Mio. Euro) dem auf Grundlage der IFH-Kennziffern ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial (rund 105 Mio. Euro) gegenübergestellt, ergibt sich daraus eine **Zentralität** der Kreisstadt Heide von **2,46 über alle Warengruppen**. Per Saldo ist der Einzelhandel des Mittelzentrums Heide demnach in der Lage, das stadtintern vorhandene Kaufkraftpotenzial in vollem Umfang zu binden und darüber hinaus etwa weitere 150 % dieses Kaufkraftpotentials aus dem regionalen und überregionalen Umland zu mobilisieren. Für ein Mittelzentrum bewegt sich dieser Wert in einem überdurchschnittlichen Rahmen und deutet auf eine umfangreich ausgeprägte und funktionsfähige Einzelhandelsstruktur in der Stadt Heide hin. Differenziert über die drei Bedarfsbereiche des Einzelhandelsangebots, präsentieren sich die Zentralitätskennziffern wie folgt:

- Die Zentralitätskennziffern erreichen in den Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsdeckung** im Vergleich zu den anderen Bedarfsstufen den mit Abstand höchsten Wert (vgl. Tabelle 36). Eine sehr hohe Zentralität von **4,35** über das gesamte mittelfristige Warenangebot deutet auf beachtliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin. Nahezu alle Warengruppen weisen Zentralitätswerte von über 4,0 auf, was auf eine stark überdurchschnittliche Angebotsaufstellung im mittelfristigen Bedarfsbereich in der Kreisstadt Heide schließen lässt.
- Auch die Warengruppen der **langfristigen Bedarfsdeckung** erreichen in der Kreisstadt Heide insgesamt eine hohe Zentralität von **2,75**, was ebenfalls auf erhebliche Kaufkraftzuflüsse aus dem regionalen und überregionalen Umland hindeutet. Insbesondere in der Warengruppe Elektronik / Multimedia (4,67), sowie in den Angebotsbereichen der Gartenmarktsortimente (4,28) und der Wohneinrichtung (4,25) sind hohe warengruppenspezifische Zentralitäten zu konstatieren. Alle weiteren Bereiche der langfristigen Bedarfsstufe kennzeichnen sich zwar durch deutlich niedrigere Zentralitätswerte, jedoch sind diese trotzdem durchgängig größer als 1,0. Dies gibt Aufschluss darüber, dass die Nachfrage der Bevölkerung der Stadt Heide unter rein quantitativen Gesichtspunkten voll befriedigt werden kann. Ein Handlungsbedarf lässt sich aus den Zahlen nicht ablesen.
- Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung kann das Heider Einzelhandelsangebot das in der Kreisstadt vorhandene Kaufkraftpotenzial ebenfalls in vollem Umfang binden. Für die überwiegend nahversorgungsrelevanten Warengruppen ist in der kumulierten Betrachtung ein hoher Zentralitätswert von 1,74 abzulesen. Demzufolge werden etwa 74 % des Umsatzes in diesem Bedarfsbereich von außerhalb der Stadt Heide akquiriert.

Insgesamt lässt die modelltheoretisch skizzierte Umsatz-Kaufkraft-Relation für die Stadt Heide auf eine ausgeprägte, funktionsfähige und quantitativ sehr gut aufgestellte Einzelhandelsstruktur schließen, die keine Versorgungsdefizite erkennen lässt. Vor diesem Hintergrund gilt es auch zukünftig die mittelzentrale Versorgungsfunktion sowie ein attraktives Angebot im gesamten Stadtgebiet zu erhalten und langfristig zu sichern.

## Heider Umland

Die Gegenüberstellung des Umsatzvolumens der Einzelhandelsbetriebe in den Umlandgemeinden der Kreisstadt Heide (rund 53 Mio. Euro) sowie des auf Grundlage der IFH-Kennziffern ermittelten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials (rund 80 Mio. Euro), lässt die rechnerische Bestimmung der **Zentralitätskennziffer** von **0,67 über alle Warengruppen** für das Heider Um-

land zu. Per Saldo und kumuliert betrachtet schaffen die Handelsstrukturen in den Umlandgemeinden es somit nicht, das vorhandene Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung zu binden. Dies bestärkt das Vorhandensein von rudimentären Einzelhandelsstrukturen im dünn besiedelten, ländlichen Umland der Kreisstadt Heide, der in der quantitativ angelegten Angebotsanalyse identifiziert wurde. Zudem muss als Relativierung der in Tabelle 36 ermittelten Zahlen festgehalten werden, dass am städtebaulich nicht integrierten Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln, in direkter räumlicher Nachbarschaft zum Siedlungsgebiet der Kreisstadt Heide, etwa 80 % der handelsbezogenen Verkaufsflächen des Heider Umlands konzentriert werden. Wird das Angebot an diesem autokundenorientierten Standort aus der Umsatz- und Zentralitätsermittlung für die Umlandgemeinden exkludiert, **sinkt der Zentralitätswert über alle Warengruppen auf geringe 0,18**. Des Weiteren ergeben sich die in Tabelle 37 dargestellten Kennwerte.

**Tabelle 37: Umsätze, einzelhandelsrelevante Kaufkraft und Zentralitäten im Heider Umland (ohne Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln)**

Warengruppe	Heider Umland (rd. 15.700 EW)		
	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	8,3	32,9	0,25
Blumen (Indoor) / Zoo	0,2	1,6	0,20
Gesundheit und Körperpflege	0,4	5,1	0,08
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	0,2	3,1	0,06
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	9,1	42,7	0,21
Bekleidung / Textilien	1,6	6,8	0,23
Schuhe / Lederwaren	0,2	1,8	0,13
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	0,2	1,0	0,19
Spielwaren / Hobbyartikel	-	1,7	-
Sport und Freizeit	0,1	1,4	0,07
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	2,1	12,7	0,17
Wohneinrichtung	<0,1	2,8	0,03
Möbel	1,8	4,2	0,42
Elektro / Leuchten	0,1	2,2	0,05
Elektronik / Multimedia	0,6	5,8	0,10
Medizinische und orthopädische Artikel	-	1,1	-
Uhren / Schmuck	0,5	0,7	0,62
Baumarktsortimente	0,2	7,2	0,02
Gartenmarktsortimente	<0,1	1,2	0,01
Überwiegend langfristiger Bedarf	3,1	24,3	0,13
Sonstiges	-	0,6	-
<b>Gesamt – Heider Umland (ohne Sonderstandort „Waldstraße“)</b>	<b>14,3</b>	<b>80,3</b>	<b>0,18</b>

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Region Heide, Februar 2011

\*gerundete Werte

Differenziert über die drei Bedarfsbereiche des Einzelhandelsangebots, präsentieren sich die (modifizierten) Zentralitätskennziffern des Heider Umlands wie folgt:

- Im Bereich der **kurzfristigen Bedarfsdeckung** ergibt sich ein Zentralitätswert über alle Warengruppen dieses Angebotsbereichs von **0,48**, der ohne Berücksichtigung des am Sonderstandort „Waldstraße“ vorhandenen Angebots sogar auf **0,21** absinkt. Dies deutet auf sehr rudimentäre Versorgungsstrukturen hin, die das innerhalb der Umlandgemeinden vorhandenen Kaufkraftpotenzial nicht binden können. Per Saldo fließt rund die Hälfte – bzw. rd. 80 % – des Kaufkraftpotenzials an Handelsstandorte außerhalb der Heider Umlandgemeinden ab. Dabei kann unterstellt werden, dass die Kreisstadt Heide mit ihren überdurchschnittlich aufgestellten Angebotsstrukturen der primäre Pol für die Bindung dieser Kaufkraftströme ist. Die entsprechenden Einwohner des Heider Umlands sind somit auf die Heider Versorgungsstrukturen im kurzfristigen Bedarfsbereich angewiesen.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** erreichen die Zentralitäten im Heider Umland eine Gesamtkennziffer von 1,17. Dieser vergleichsweise hohe Wert liegt jedoch maßgeblich in den Angebotsstrukturen am Sonderstandort „Waldstraße“ begründet. Ohne die dortigen Einzelhandelsangebote ergibt sich eine Zentralität für den gesamten mittelfristigen Bedarfsbereich von ca. **0,17**. Diese ist als stark unterdurchschnittlich einzuordnen und gibt Aufschluss darüber, dass das Handelsangebot in den örtlichen Siedlungsschwerpunkten der kleinen Umlandgemeinden nahezu nicht auf mittelfristige Waren ausgerichtet ist. Der autokundenorientierte Sonderstandort in Wesseln sowie die quantitativ umfangreichen Einzelhandelsangebote in der Kreisstadt Heide sind somit für die Einwohner des Heider Umlands die nächstgelegenen Handelszentren zum Erwerb mittelfristiger Güter.
- Auch die Warengruppen der **langfristigen Bedarfsdeckung** erreichen in der kumulierten Betrachtung im Heider Umland nur geringe Zentralitätswerte. Die Gesamtzentralität über alle Warengruppen dieses Angebotsbereichs liegt inklusive des Angebots am Sonderstandort Waldstraße zwar bei zufriedenstellenden **0,74**, ohne dieses jedoch lediglich bei niedrigen **0,13**. Auch hier kann die Nachfrage der Bevölkerung in den Umlandgemeinden nicht intern befriedigt werden, womit insbesondere auf die diesbezüglichen Angebote in der Kreisstadt Heide zurückgegriffen werden muss.

Insgesamt lässt die modelltheoretisch skizzierte Umsatz-Kaufkraft-Relation in der solitären Betrachtung des Heider Umlands – insbesondere ohne die Angebote am Sonderstandort „Waldstraße“ – auf rudimentäre Einzelhandelsstrukturen schließen. Eine ermittelte **Einzelhandelszentralität** von **0,18** über alle Warengruppen verdeutlicht dies. Zwar weisen die z. T. stark unterdurchschnittlichen Kennwerte auf Angebotsdefizite hin, jedoch muss dies auch im Kontext der gut aufgestellten Angebotsstrukturen der nahegelegenen Kreisstadt Heide sowie der siedlungs- und bevölkerungsstrukturellen Ausgangssituation in den teilweise sehr kleinen Umlandgemeinden gesehen werden. Vor diesem Hintergrund muss eine Realisierung von neuen, zusätzlichen und insbesondere zeitgemäßen Einzelhandelsangeboten als unrealistisch eingestuft werden.

## Region Heide

Wie zu Beginn von Kapitel 6.4 festgehalten wurde, ist die Betrachtung regionspezifischer Zentralitätskennziffern nur von eingeschränkter Aussagekraft. Die modelltheoretisch skizzierte Umsatz-Kaufkraft-Relation für die Region Heide lässt allerdings – ohne Berücksichtigung der räumlichen Verteilung der Verkaufsflächen – den Schluss zu, dass die Gesamtheit der regionalen Einzelhandelsstrukturen in der Lage ist, das in der Region Heide vorhandene Kaufkraftpotenzial voll zu binden. Ein **Zentralitätswert von 1,68** über alle Warengruppen gibt Auskunft darüber, dass über die Bindung des regionalen Kaufkraftpotenzials hinaus weitere rd. 70 % der insgesamt gebundenen Kaufkraft von außerhalb der Region Heide zufließen. Dies unterstreicht den mittelzentralen Versorgungsauftrag, den die Kreisstadt Heide in ihrem ländlich geprägten Umland übernimmt und weist weiter auf insgesamt funktionsfähige und quantitativ gut aufgestellte Einzelhandelsstrukturen im Stadt-Umland-Bereich hin.

## 6.5 Fazit der Nachfrageanalyse

---

Zusammenfassend lassen sich bezüglich der nachfrageseitigen Analyse der Region Heide folgende Aspekte festhalten:

- In der Region Heide waren am 31. Dezember des Jahres 2010 rd. 36.600 Einwohner mit Hauptwohnsitz gemeldet. Daraus ergibt sich ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial** von rd. **185 Mio. Euro**, was einem Pro-Kopf-Potenzial von etwa 5.050 Euro entspricht. Etwa 20.890 Einwohner der Region Heide-Umland leben in der mittelzentralen Kreisstadt Heide. Damit entfallen etwa 105 Mio. Euro des regionalen Kaufkraftpotenzials auf die Einwohner des Mittelzentrums. Die restlichen etwa 80 Mio. Euro werden durch die Einwohner der Heider Umlandgemeinden gestellt.
- Insgesamt werden durch den Einzelhandel in der Region Heide **rd. 311 Mio. Euro umgesetzt**, so dass die in der Region vorhandene Kaufkraft gebunden und zusätzliche Kaufkraft aus dem überregionalen Umland mobilisiert werden kann. Den mit Abstand größten Umsatzanteil stellt die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, ferner auch die Warengruppen Bekleidung / Textilien, Elektronik / Multimedia sowie Bau- und Gartenmarktsortimente. Räumlich differenziert teilt sich das Umsatzvolumen wie folgt auf: Mit rd. 257 Mio. Euro akquiriert der Einzelhandel in der Kreisstadt Heide etwa 83 % des regionalen Gesamtumsatzes. Die restlichen rd. 17 % (oder rd. 53 Mio. Euro) werden durch die Einkaufsstrukturen im Heider Umland gestellt.
- Der Einzugsbereich des Einzelhandels der Region Heide – welcher maßgeblich durch das Handelsangebot an den vier räumlichen Angebotsschwerpunkten der Region bestimmt wird – lässt ringförmig um die Stadt angeordnete, **ausgeprägte regionale Einkaufsverflechtungen** erkennen. Eine **überörtliche sowie überregionale, weiträumige Raumbedeutsamkeit** des Einzelhandelsangebots in der Region Heide ist damit festzustellen. Insbesondere bedingt durch die ländlichen, dünn besiedelten Strukturen im westlichen Küstenbereich Schleswig-Holsteins weist das Einzugsgebiet des Heider Einzelhandels eine **große räumliche Ausdehnung** auf, die z. T. einen Luftlinienradius von 20-25 Kilometern übersteigt.  
Als Hauptkonkurrenzstandorte des Einzelhandels im Stadt-Umland-Gebiet können die

Oberzentren Hamburg, Kiel und Neumünster sowie abgeschwächt die Mittelzentren Husum, Itzehoe und Rendsburg identifiziert werden. Im Bereich des Möbelangebots ist zudem die Stadt Bad Segeberg mit ihrem großen Anbieter „Möbel Kraft“ überregional etabliert.

- Die **Einzelhandelszentralität** der **Kreisstadt Heide** von **2,46** ist als sehr positiv einzuordnen. Handelsbezogene Unterversorgungen sind dort weder in der Gesamtheit des Einzelhandelsangebots noch bezogen auf einzelne Warengruppen auszumachen. Der über alle Warengruppen kumulierte Zentralitätskennwert für das **Heider Umland** hingegen, präsentiert sich mit einer Ausprägung von **0,67** – ohne die Angebotsstrukturen am Sonderstandort „Waldstraße“ nur von **0,18** – unterdurchschnittlich. Markante Angebotsdefizite in den Umlandgemeinden ohne zentralörtliche Funktion sind jedoch insbesondere vor dem Hintergrund des Ausstattungsniveaus der mittelzentralen Kreisstadt Heide auf den kurzfristigen Bedarfsbereich beschränkt. Eine Ansiedlung zusätzlicher Angebote in diesen Branchen muss jedoch vor dem Hintergrund der siedlungs- und bevölkerungsstrukturellen Ausgangssituation des Heider Umlands als unrealistisch eingestuft werden.

In der **regionalen Gesamtbetrachtung** ergibt sich eine als positiv einzuordnende Zentralität über alle Warengruppen von **1,68**. Dieser Wert verdeutlicht, dass die gesamtregionale Einzelhandelslandschaft die Nachfrage der Bevölkerung der Region Heide befriedigen kann und darüber hinaus noch wesentliche Umsatzanteile aus dem überregionalen Umland generiert.

Insgesamt gelingt es dem Einzelhandel in der Region Heide die vorhandene Kaufkraft der regionalen Bevölkerung zu binden und darüber hinaus zusätzliche Kaufkraft aus dem überregionalen Umland zu generieren. Bedingt wird dies vor allem durch die Handelsangebote an den räumlichen Angebotsschwerpunkten der Region, die sich primär auf die Stadt Heide konzentrieren. Für die mittelzentrale Kreisstadt Heide ist dabei die Zentralität von 2,46 im Zusammenhang mit den standortrelevanten Rahmenbedingungen und der regionalen Konkurrenzsituation als sehr zufriedenstellend zu werten. Maßgebliches Entwicklungsziel ist deshalb der Erhalt und die langfristige Sicherung bestehender Qualitäten im Stadt-Umland-Gebiet und damit mittelbar auch der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Kreisstadt Heide.

## 7 Entwicklungsspielräume und Steuerungsmodelle der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Region Heide

---

Nicht nur für den Einzelhandel, der seit Jahren einem anhaltenden Wandel hinsichtlich der Standortwahl und -entwicklung sowie der Betriebs- und Vertriebsformen unterliegt, ist eine neutrale Abschätzung mittelfristiger Entwicklungsperspektiven von Bedeutung. Auch für die Stadt Heide sowie die elf Umlandgemeinden als jeweiliger Träger der kommunalen Planungshoheit besitzen entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen bei der Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen eine Relevanz. Ziel der Ermittlung von möglichen Entwicklungsperspektiven ist es deshalb, langfristig bestehende Kaufkraftabflüsse aus der gesamten Region Heide zu reduzieren und insgesamt eine Attraktivierung und positive Gesamtentwicklung der regionalen Einzelhandelsstrukturen sowie eine Standortprofilierung auch im überregionalen Kontext zu fördern.

### 7.1 Ökonomische Rahmenbedingungen

---

Die Ermittlung potenzieller Entwicklungsspielräume der Einzelhandelsstrukturen im SUK-Gebiet zum Prognosehorizont 2025 stellt einen Orientierungsrahmen für die zukünftige regionale Ansiedlungspolitik im Stadt-Umland-Gebiet dar. Für die Identifikation derartiger Spielräume spielen unterschiedliche Faktoren eine Rolle, welche die perspektivischen Entwicklungsmöglichkeiten in unterschiedlich starkem Maße beeinflussen.

Insbesondere sind folgende Aspekte relevant:

#### **Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation**

Zur Darstellung der **gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation** wurde eine umfassende Analyse einerseits für die Region Heide in der Gesamtschau und andererseits für die Kreisstadt Heide sowie das Heider Umland in der räumlichen Differenzierung angestellt (vgl. zu den Ergebnissen: Kapitel 4 bis 6). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten spielen für Ermittlung zukünftiger Entwicklungspotenziale ebenso eine Rolle, wie bereits erfolgte oder perspektivisch absehbare Entwicklungen in der regionalen Einzelhandelslandschaft.

#### **Umsatzentwicklung und einzelhandelsrelevante Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten**

Die Entwicklung der **Flächenproduktivität**<sup>52</sup> wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen, fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Der nominale **Umsatz** im bestehenden Einzelhandel wird vor diesem Hintergrund und

---

<sup>52</sup> Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m<sup>2</sup> Verkaufsfläche

in Abhängigkeit der Entwicklung einzelhandelsrelevanter Kennwerte sowie unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten gering ansteigen.

### **Bevölkerungsentwicklung in der Region Heide bis 2025**

In der Region Heide ist für den Prognosehorizont 2025 von einem kontinuierlichen Bevölkerungsrückgang auszugehen. Bei einer angenommenen jährlichen Schrumpfung von 0,2 bis 0,3 %, ergibt sich bis zum Jahr 2025 eine negative Gesamtentwicklung von ca. 3,2 bis ca. 4,6 %<sup>53</sup>. In Zahlen beträgt dieser Rückgang – vor dem Hintergrund der heutigen Bevölkerung des Stadt-Umland-Gebietes von etwa 36.630 Menschen als Ausgangsbasis – rd. 1.200 bis rd. 1.700 Einwohner. Damit ist in etwas mehr als zehn Jahren von einer regionalen Gesamtbevölkerung zwischen etwa 35.460 und 34.950 Menschen auszugehen.

### **Branchenbezogene Entwicklung der Einzelhandelsausgaben**

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage zum Prognosehorizont 2025 ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung derartiger Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen vom privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabeanteile nach Warengruppen).

Wachstumsimpulse sind derzeit vor allem in den Warengruppen Gesundheits- und Körperpflege, Unterhaltungselektronik sowie Foto / Optik (besonders Digitalfotografie) zu erwarten. In den übrigen Warengruppen wird das zur Verfügung stehende reale Kaufkraftvolumen eher stagnieren bzw. sinken. Dabei ist zu berücksichtigen, dass für unterschiedliche Warengruppen auch differierende Anteile an den privaten Konsumausgaben zur Verfügung stehen.

### **Weitere Faktoren**

Darüber hinaus fließen auch die zentralörtliche Funktion der Kreisstadt Heide als Mittelzentrum im Stadt-Umland-Gebiet und der damit verbundene, durch die Raumordnung zuerkannte, überörtliche Versorgungsauftrag, sowie das ermittelte Einzugsgebiet der Einzelhandels in der Region Heide als Eingangsparameter in die Bestimmung zukünftiger Entwicklungsspielräume des Handels ein.

## **7.2 Zielzentralitäten für das Jahr 2025 / Entwicklungsperspektiven / Entwicklungsflächen**

---

### **Zielzentralitäten für das Jahr 2025**

In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung der Region Heide im Bereich der Grundversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs eine **Zielzentralität von 1,00** (ausgewogenes Verhältnis von erzieltm Einzelhandelsumsatz zu lokal vorhandener einzelhandelsrelevanter Kaufkraft) für die **Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** angenommen. Es gilt somit, die in der Kreisstadt Heide vorhandenen Qualitäten in diesem Ange-

---

<sup>53</sup> Mittelwert FIRU auf Datengrundlage i.R. der Erstellung

botsbereich langfristig zu sichern, da diese insbesondere für das Heider Umland wichtige Bausteine im Hinblick auf eine möglichst wohnungsnah Grundversorgung markieren. Gleichzeitig ist jedoch auch zu prüfen, in wie weit eine Sicherung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen sowie ein möglicher Ausbau durch innovative (Zusatz-) Versorgungskonzepte in den Umlandgemeinden vor dem Hintergrund der dort vorherrschenden siedlungs- und bevölkerungsstrukturellen Ausgangssituation bewerkstelligt werden kann. Das Umland der Kreisstadt Heide kennzeichnet sich derzeit lediglich durch rudimentäre Strukturen im Bereich der wohnungsnahen Grundversorgung. Dezentrale Standortkonzeptionen sowie neue Angebotszweige (z. B. mobile Versorgungsstrukturen) könnten hier erprobt werden. Für das Stadt-Umland-Gebiet ergeben sich in der zusammenfassenden Gesamtschau allerdings positive Versorgungsgrade im kurzfristigen, täglichen Bedarfsbereich.

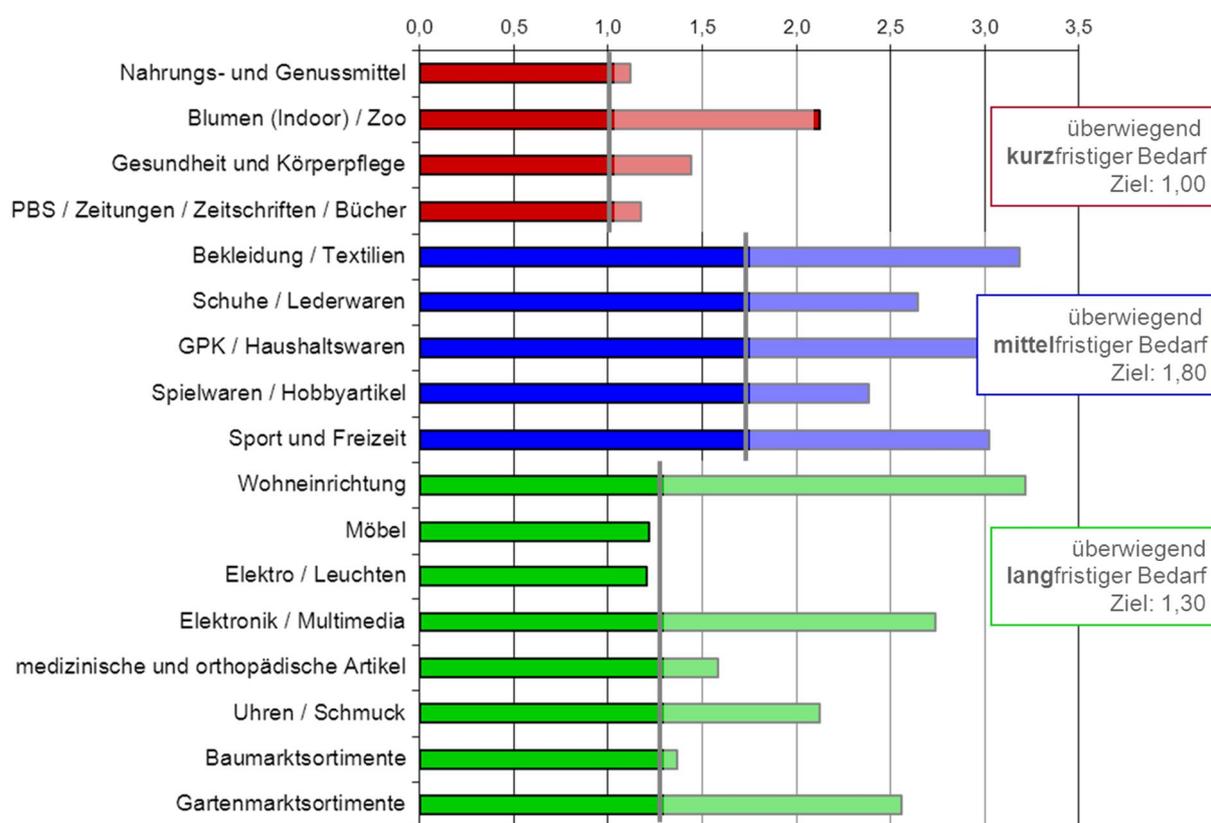
Wie Abbildung 23 zu entnehmen ist, liegen die ermittelten Einzelzentralitäten der kurzfristig nachgefragten Warengruppen in der Region Heide alle über dem Zielwert von 1,00, womit sich grundsätzliche weder verkaufsflächenbezogene Entwicklungsspielräume noch Nachholbedarfe ablesen lassen.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** wird entsprechend der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Heide sowie der insgesamt überdurchschnittlichen und gut strukturierten Angebotsausstattung in der Kreisstadt und dem darüber hinaus existenten räumlichen Angebotsschwerpunkt „Waldstraße“ in Wesseln, eine **Zielzentralität von 1,80** angesetzt. Damit wird dem Stadt-Umland-Gebiet und insbesondere der Kreisstadt Heide – vor dem Hintergrund der stark ländlich geprägten Raumstruktur im westlichen Küstengebiet Schleswig-Holsteins – ein Kaufkraftzufluss von 80 % in diesen Warengruppen zuerkannt. Dieser kann durch den vorhandenen Einzelhandel von außerhalb des SUK-Gebietes lebenden Kunden erzielt werden. Trotz dieser generell hoch angesetzten Zielzentralität zeichnen sich keine Entwicklungsspielräume oder Nachholbedarfe in den Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs ab, da sich die Angebotsstrukturen schon heute in einem quantitativ umfangreichen und überdurchschnittlichen Rahmen präsentieren.

Für die **Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe** wird eine **Zielzentralität von 1,30** zugrunde gelegt. Somit wird den Einzelhandelsstrukturen in der Region Heide auch in diesem Angebotsbereich ein externer Kaufkraftzufluss von rd. 30 % zuerkannt. Da die regionale Angebotsstruktur auch in diesem Bedarfsbereich gut aufgestellt ist, sind markante Angebotsdefizite nicht auszumachen. In den Warengruppen Möbel sowie Elektro / Leuchten sind leichte Arrondierungsspielräume vorhanden, die allerdings keinen Handlungsbedarf folgern lassen.

Ein nachfrageseitiger Bedarf zur Ansiedlung weiterer, insbesondere großflächiger, Betriebe in der Region Heide ist grundsätzlich nicht erkennbar. Die Einzelhandelshandelsstrukturen des Stadt-Umland-Gebietes in der Gesamtschau und vor allem jene des Mittelzentrums Heide präsentieren sich quantitativ gut aufgestellt, so dass weniger ein Verkaufsflächenausbau als vielmehr eine langfristige Sicherung der räumlich strukturellen Angebotssituation sowie der vorhandenen Angebotsqualitäten anzustreben ist. In den Umlandgemeinden können jedoch zur Verbesserung der wohnungsnahen, fußläufig erreichbaren Grundversorgung mit Gütern des täglichen, kurzfristigen Bedarfs dezentral konzentrierte Entwicklungen sinnvoll sein.

**Abbildung 23: Aktuelle und Ziel-Zentralitäten für den Einzelhandel in der Region Heide**



Quelle: eigene Berechnungen und Darstellung

### Entwicklungsperspektiven

Vor dem Hintergrund der überörtlichen Versorgungsfunktion der Kreisstadt Heide als Mittelzentrum sowie der maximal örtlichen Versorgungsbedeutsamkeit der Umlandgemeinden ohne zentralörtliche Funktion, dem Ziel der langfristigen Sicherung bestehender Versorgungsstrukturen und darüber hinaus der hohen Ausgangszentralitäten insbesondere der Stadt Heide, sind die Entwicklungsspielräume des Einzelhandels im Stadt-Umland-Gebiet deutlich eingeschränkt. Das bedeutet jedoch nicht, dass perspektivisch keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Vielmehr kommt der Ansiedlung von zusätzlichem Einzelhandel am „richtigen“ Standort eine herausragende Bedeutung zu. Deshalb sind bei potenziellen Ansiedlungsvorhaben – insbesondere im zentralen Bereich der Heider Innenstadt oder im Hinblick auf die generelle Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten SUK-Gebiet – in erster Linie auf folgende Aspekte relevant:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich / unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen / regionalen Zusammenhang und im Hinblick auf die zugeordnete Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Es ist ausdrücklich darauf hinzuweisen, dass die in Abbildung 23 dargestellten Entwicklungsmöglichkeiten, lediglich einen „Orientierungscharakter“ besitzen. Erst durch die **Abwägung der aufgezeigten warengruppenspezifischen Entwicklungsmöglichkeiten mit der jeweiligen Veranschlagung der potenziellen Verkaufsfläche eines konkreten Planvorhabens** nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Regions-, Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

kann die **absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit sowie die städtebauliche / regionale Verträglichkeit** eines Vorhabens abgeschätzt werden.

**Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung muss folglich weniger der quantitative Verkaufsflächenausbau als vielmehr die Sicherung und Verbesserung der räumlich strukturellen Angebotssituation sein.** Dies ist jedoch nicht als grundsätzlicher Konkurrenzschutz oder als Wettbewerbsverzerrung zu verstehen. Einer „zügelloser“ Ausweitung von Verkaufsflächen sind ohnehin Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu **Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten** sowie zu **negativen städtebaulichen Auswirkungen** kommen.

Allgemeines Ziel der Einzelhandelsentwicklung muss es deshalb – wie auch im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2000 formuliert – bleiben, den Einzelhandelsstandort Region Heide sowie insbesondere den zentralen Bereich der Heider Innenstadt in ihrer Funktionsfähigkeit zu sichern, zu stärken und weiter zu attraktivieren, damit das Stadt-Umland-Gebiet mit dem Mittelzentrum Heide seiner raumordnerischen Funktion auch weiterhin gerecht werden kann. Dies bedingt die beschriebene Ansiedlung von zusätzlichem Einzelhandelsangebot am „richtigen Standort“. In der Regel bedeutet das, dass zentren- und auch nahversorgungsrelevante Angebote innerhalb der zentralen Bereiche konzentriert werden, da eine Konzentration an ungeeigneten, städtebaulich nicht integrierten Standorten Umsatzumverteilungseffekte zulasten der bestehenden Zentren- und Versorgungsstrukturen bedingen kann. Ebenso besitzt nach wie vor die Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung durch die räumlich-funktionale Zuordnung nahversorgungsrelevanter Angebote sowohl zu den Zentren als auch zu den Wohnsiedlungsbereichen hohe Priorität.

Entwicklungen an stadtentwicklungspolitisch gewünschten, „richtigen“ Standorten können somit zur **Verbesserung und Attraktivierung des Einzelhandelsangebots** der Region Heide sowie insbesondere auch der Heider Innenstadt führen. Die Tatsache, dass dies zu Lasten weniger geeigneter Standorte geschieht, wird dabei in Kauf genommen. Jedoch muss in diese Überlegung einfließen, dass auch eine deutliche Überdimensionierung der Einzelhandelsentwicklung

innerhalb der Zentren sowohl zu einer zusätzlichen Gefährdung der wohnungsnahen Grundversorgung als auch zu Funktionsverlusten innerhalb benachbarter Zentren führen kann. Zukünftige Entwicklungen müssen somit generell mit Blick auf die **Ziele des Einzelhandelskonzeptes für die Region Heide** (vgl. Kapitel 8.1) abgewogen werden. Mögliche Ausnahmen sind dabei im Detail zu prüfen. So können zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen oder –erweiterungen trotz quantitativ nicht ablesbarer Entwicklungspotenziale u. a. dann sinnvoll sein, wenn:

- sie zentrale Versorgungsbereiche stärken,
- sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels beitragen,
- bestehende Anbieter gesichert werden (z. B. durch Erweiterungen) oder
- neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums in der Region Heide beitragen.

Es ist abschließend festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

**Generell gilt, dass in der Region Heide weniger der quantitative Verkaufsflächenausbau (im Rahmen der vorangestellten Prämissen und Bedingungen), sondern vielmehr die langfristige Sicherung und Verbesserung der räumlich strukturellen Angebotssituation im Vordergrund steht. Dies impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung und Abwägung vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze (vgl. Kapitel 8.1 sowie 8.4) des Einzelhandelskonzeptes für die Region Heide entschieden werden sollte. Ansiedlungen von konkurrierenden Betrieben sind grundsätzlich nur mit Blick auf die Gesamtentwicklung des Einzelhandelsstandortes Region Heide sinnvoll. Zusätzliche zentrenrelevante Sortimente sollten generell nur innerhalb zentraler Versorgungsbereiche angesiedelt werden.**

### **Entwicklungsflächen**

Auch wenn die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Region Heide mehr auf eine Sicherung und Verbesserung der räumlich-strukturellen Angebotssituation als auf einen Verkaufsflächenausbau auszurichten ist, sind dennoch potentielle Entwicklungsflächen zu benennen. Diese befinden sich auf der einen Seite in der Heider Innenstadt in städtebaulich integrierter, zentraler Lage und auf der anderen Seite im räumlichen Zusammenhang mit den drei dezentralen Sonderstandorten des überwiegend großflächigen Einzelhandels in städtebaulich nicht integrierten Lagen („Heide-Ost“, „Heide-Süd“, „Waldstraße (Wesseln)“). Dabei sollte in Abhängigkeit der Zentrenrelevanz des Angebots auf eine arbeitsteilig auf diese Standorte ausgerichtete Einzelhandelsstruktur geachtet werden.

Mögliche Flächenpotenziale in den kleinen Umlandgemeinden kommen grundsätzlich nur für eine Stärkung und Verbesserung der Nah- und Grundversorgungsstrukturen in Betracht und sind unter dieser Prämisse detailliert zu überprüfen. Es muss jedoch realistischerweise darauf hingewiesen werden, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) erforderlich ist. Sie liegt im Hinblick auf die heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern (ab 800 m<sup>2</sup>) und Lebensmittelvollsortimentern (ab ca. 1.000 m<sup>2</sup>) bei rund 5.000 Einwohnern. **Diese Schwelle wird grund-**

**sätzlich von allen Umlandgemeinden deutlich unterschritten.** Somit ist für diese Gemeinden **potenziell nicht ausreichend Kaufkraft** vorhanden, die eine Ansiedlung von zusätzlichem nahversorgungsrelevantem Angebot in einer entsprechenden Größenordnung (aus Betreibersicht) rentabel machen würde.

### 7.3 Räumliche Entwicklungsszenarien

---

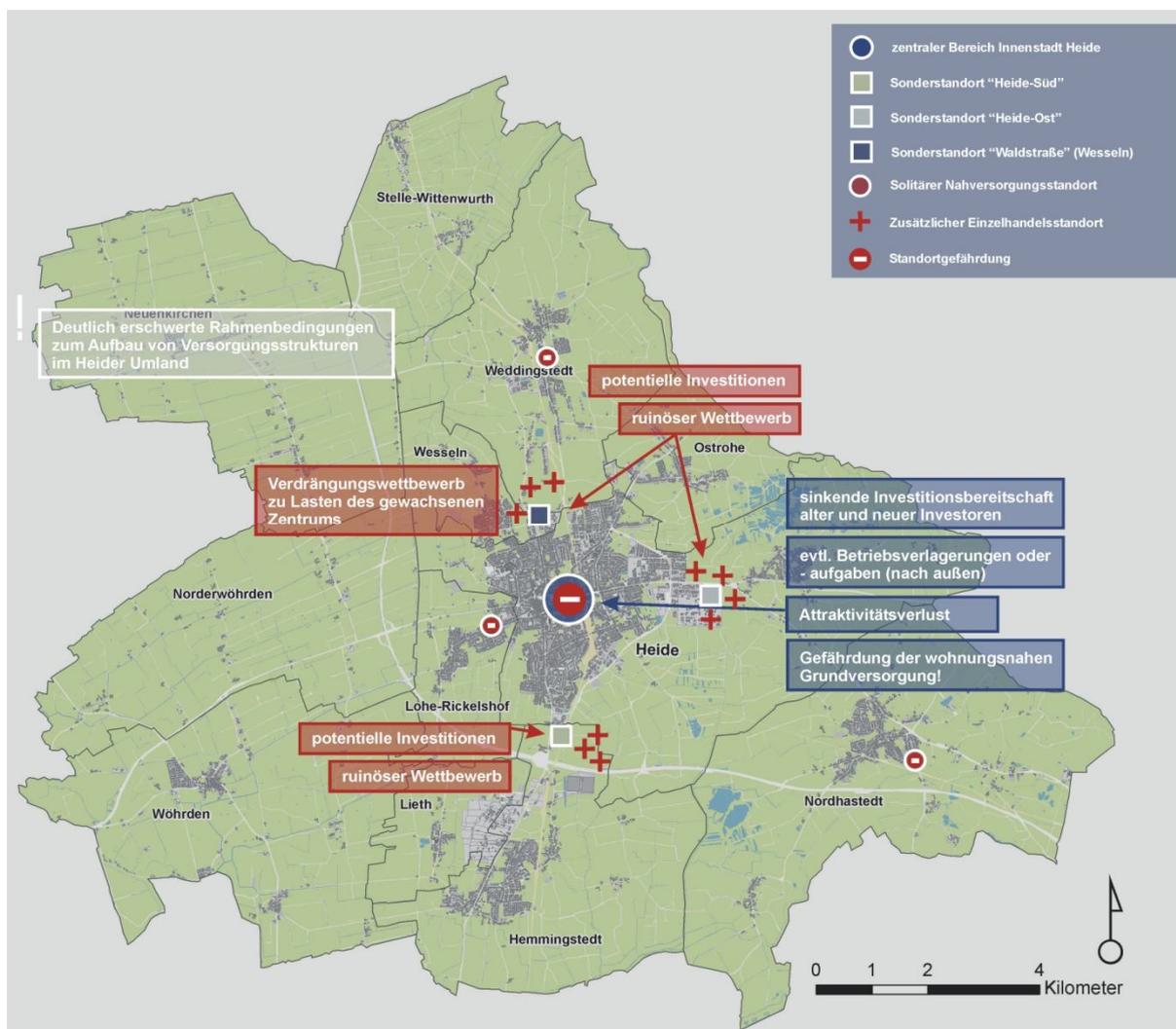
Welche Entwicklung die Region Heide in Bezug auf die zukünftige Regions-, Stadt- und Einzelhandelsentwicklung nehmen wird, hängt – neben den politisch motivierten Stadtentwicklungsvorstellungen – von dem „Schärfegrad“ der Anwendung des städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab. Die folgenden Szenarien zeigen auf Basis der ermittelten Einzelhandelsstrukturen und mit Blick auf zukünftige Entwicklungen des Einzelhandels im Stadt-Umland-Gebiet die Bandbreite der möglichen Entwicklungsoptionen auf. Es muss an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass die Szenarien bewusst überzeichnete Denkmodelle darstellen, die auf Grund hypothetischer Annahmen zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung mögliche Entwicklungsperspektiven beinhalten. Gleichwohl finden sich einzelne Teilaspekte in gleicher oder ähnlicher Form sehr häufig in der Realität.

#### 7.3.1 Szenario I: „Freies Spiel der Kräfte“

---

Die Entwicklung der Einzelhandelsansiedlungen ist in diesem Szenario gekennzeichnet durch geringe Steuerungsaktivitäten seitens der Kreisstadt Heide sowie des Amtes KLG Heider Umland. Statt weitere Einzelhandelsentwicklungen in erster Linie auf den zentralen Bereich der Heider Innenstadt auszurichten, wird vorrangig dem Ansiedlungsdruck auf nicht integrierte bzw. teilintegrierte Lagen stattgegeben (z. B. im räumlichen Zusammenhang mit den drei Sonderstandorten). Ansiedlungsvorhaben, Verlagerungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben finden ohne eine ordnende Steuerung statt. Wesentliche Steuerungs- und Einflussmöglichkeiten der Verwaltung werden mutwillig zugunsten einer freien Marktpolitik aus der Hand gegeben. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies schließlich, dass zahlreiche neue Einzelhandelsstandorte i. d. R. außerhalb der zentralen Bereiche liegend realisiert werden, wodurch eine direkte Gefährdung der bestehenden, grundsätzlich zentrenorientierten Einzelhandels- und letztlich auch Stadt- und Umlandstrukturen entsteht.

**Karte 29: Szenario I „Freies Spiel der Kräfte“  
in der Regions-, Stadt- und Einzelhandelsentwicklung**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Negative städtebauliche Auswirkungen – insbesondere auf den zentralen Bereich Innenstadt Heide – durch Einzelhandelsentwicklungen im räumlichen Zusammenhang mit den bestehenden Sonderstandorten in nicht integrierten Lagen sowie durch Neuansiedlungen in Gewerbegebieten außerhalb der Zentren wären in diesem Szenario wahrscheinlich. Bei zunehmendem Wettbewerbsdruck insbesondere im Lebensmittelbereich wäre die Existenz der bestehenden Nahversorger in den Zentren und solitären städtebaulich integrierten Lagen deutlich gefährdet. Es kann zu Betriebsverlagerungen und –aufgaben kommen, gleichzeitig ist eine primäre Standortattraktivität der Innenstadt für Investoren nicht länger gegeben. Auch ist der Erhalt einer gut strukturierter wohnungsnaher Grundversorgung nicht mehr zu gewährleisten, da der Verdrängungswettbewerb zugunsten autokundenorientierter Handelsstandorte deutlich zunehmen würde. Die Akteure aus Politik und Verwaltung würden sich in diesem Szenario von bestehenden Planungskonzeptionen und stringenten Planungspraktiken abwenden. Statt zu agieren, würden Politik und Stadtplanung lediglich auf Impulse von außen reagieren. Aus planungsrechtlicher Sicht gäben die Stadt Heide sowie die elf Umlandgemeinden ihre durch Art. 28 (2) GG gewährleistete kommunale Planungshoheit zu großen Teilen auf. Es ist zudem nicht auszuschließen, dass auch

regionale Klagen aufgrund negativer städtebaulicher Auswirkungen auf die Nachbarkommunen folgen könnten.

### **Bewertung**

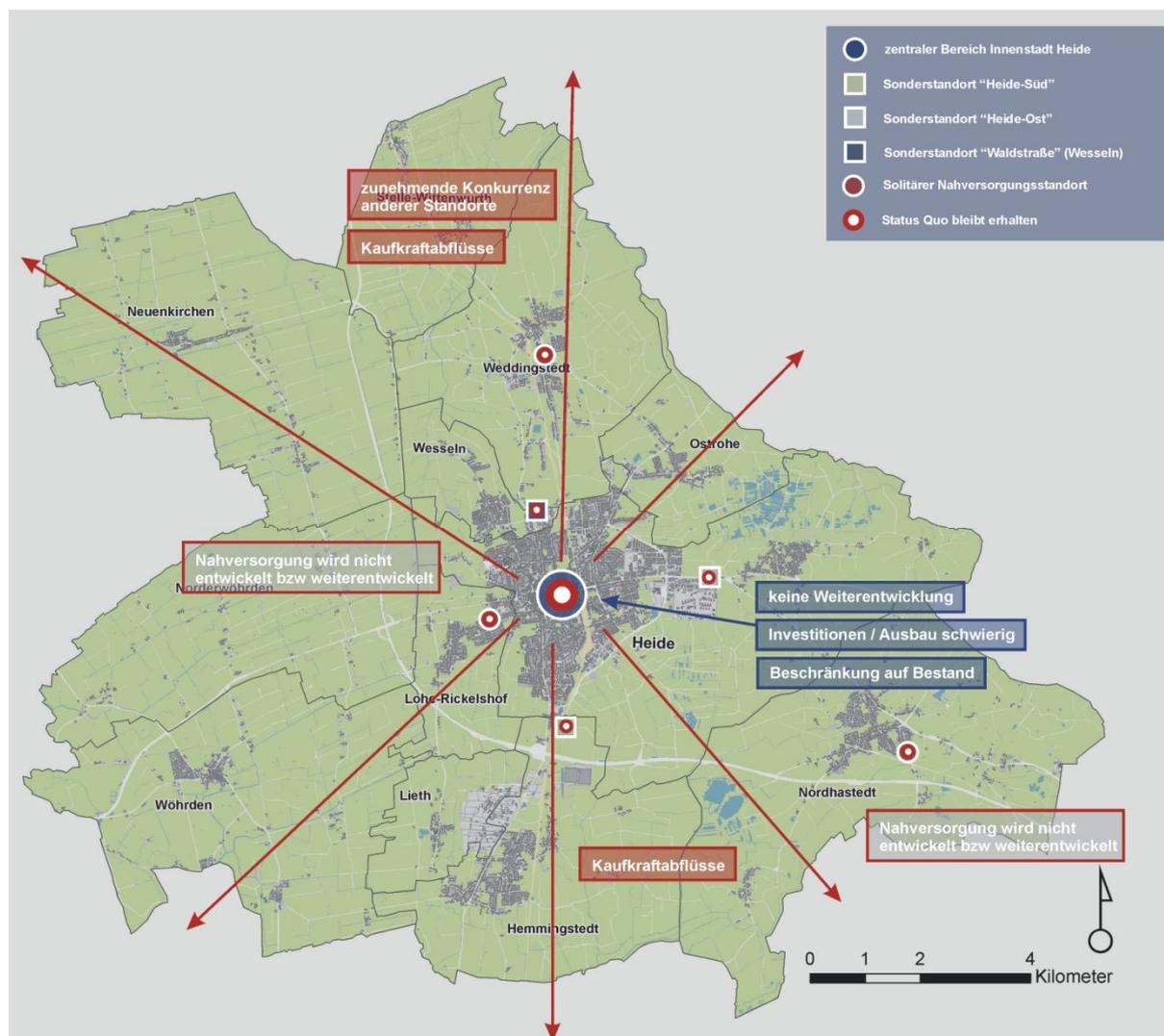
Dadurch, dass Politik und Verwaltung ihre Planungsvorhaben aufgaben, würden sie zum „Investorenspielball“. Grundsätzlich wäre nur eine geringe bzw. einseitige Akzeptanz dieses Szenarios zu erwarten. Planungs-, Investitions- und Rechtssicherheit gingen verloren. Gewachsene städtebauliche Strukturen könnten nicht beibehalten und Nahversorgungsstrukturen nicht gestärkt werden. Die Folge wäre eine Verunsicherung aller Akteure, da die Politik der Kreisstadt Heide sowie des Amtes KLG Heider Umland kein verlässlicher Partner mehr für „alte“ und „neue“ Investoren wäre. Wesentliche planerische Steuerungsinstrumentarien von Stadt und Amt hinsichtlich der Einzelhandelsentwicklung blieben ungenutzt, was zu einer direkten Gefährdung der bestehenden Einzelhandels- und letztlich auch Stadt- und Umlandstrukturen führen würde. Vor dem Hintergrund der aktuellen raumordnerischen Gesetzeslage in Schleswig-Holstein sowie insbesondere des bundesgesetzlichen Bauplanungsrechts ist eine darauf aufbauende Entwicklungspolitik nicht realistisch.

### 7.3.2 Szenario II: „Restriktion“

---

Die Einzelhandelsentwicklung im Rahmen dieses Szenarios ist durch eine sehr restriktive Steuerungspraxis charakterisiert, die den Fokus auf die „Bewahrung“ der vorhandenen Stadt- und Regionsstrukturen setzt. Weitere Einzelhandelsansiedlungen (insbesondere außerhalb der zentralen Bereiche) werden nicht ermöglicht und nicht integrierte Lagen damit auf den Status quo festgeschrieben. Auch räumlich oder funktional sinnvolle bzw. notwendige Ergänzungen der Einzelhandelsstrukturen (insbesondere Ansiedlungen zum Ausbau der Nahversorgungsstrukturen oder Betriebserweiterungen zur Standortsicherung) sind somit nicht durchzusetzen.

**Karte 30: Szenario II „Restriktion“  
in der Regions-, Stadt- und Einzelhandelsentwicklung**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Die Folgen dieses Szenarios wären u. a. Betriebsaufgaben sowie ein schleichender Attraktivitätsverlust des Einkaufsstandortes Region Heide. Dieser würde wirtschaftlich uninteressant für potenzielle Investoren auf Standortsuche. Der zentrale Bereich der Innenstadt würde geschwächt und die Entwicklung zusätzlicher Standorte zur Verbesserung der Grundversorgungssituation würde konsequent verhindert. Andere Standorte und insbesondere Nachbarkommunen würden dagegen an Attraktivität gewinnen, was zu einem sich erhöhenden Kaufkraftverlust führen würde.

Die skizzierte „Käseglockenpolitik“ würde somit einen starken Eingriff ins Marktgeschehen und insbesondere einen unverhältnismäßigen Eingriff in die grundgesetzlich abgesicherte betriebliche Niederlassungsfreiheit darstellen, womit notwendige Impulse für eine zeitgemäße und nachfragegerechte Entwicklung des Einzelhandelsangebotes im Stadt-Umland-Gebiet verhindert würden. Die Akteure aus Politik und Verwaltung behielten zwar ihre aktive Rolle, die aus ihrem Agieren resultierende Planungssicherheit wäre allerdings durch einen Entwicklungsstillstand gekennzeichnet. Auf der rechtlichen Seite würden die umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und

Lenkungsmöglichkeiten vollständig ausgeschöpft. Daraus resultierte eine hohe Planungs-, Rechts- und Investitionssicherheit. Von dieser Verhinderungsplanung abweichende Anfragen und Veränderungsanliegen könnten jedoch ggf. nur noch gerichtlich geklärt werden.

### **Bewertung**

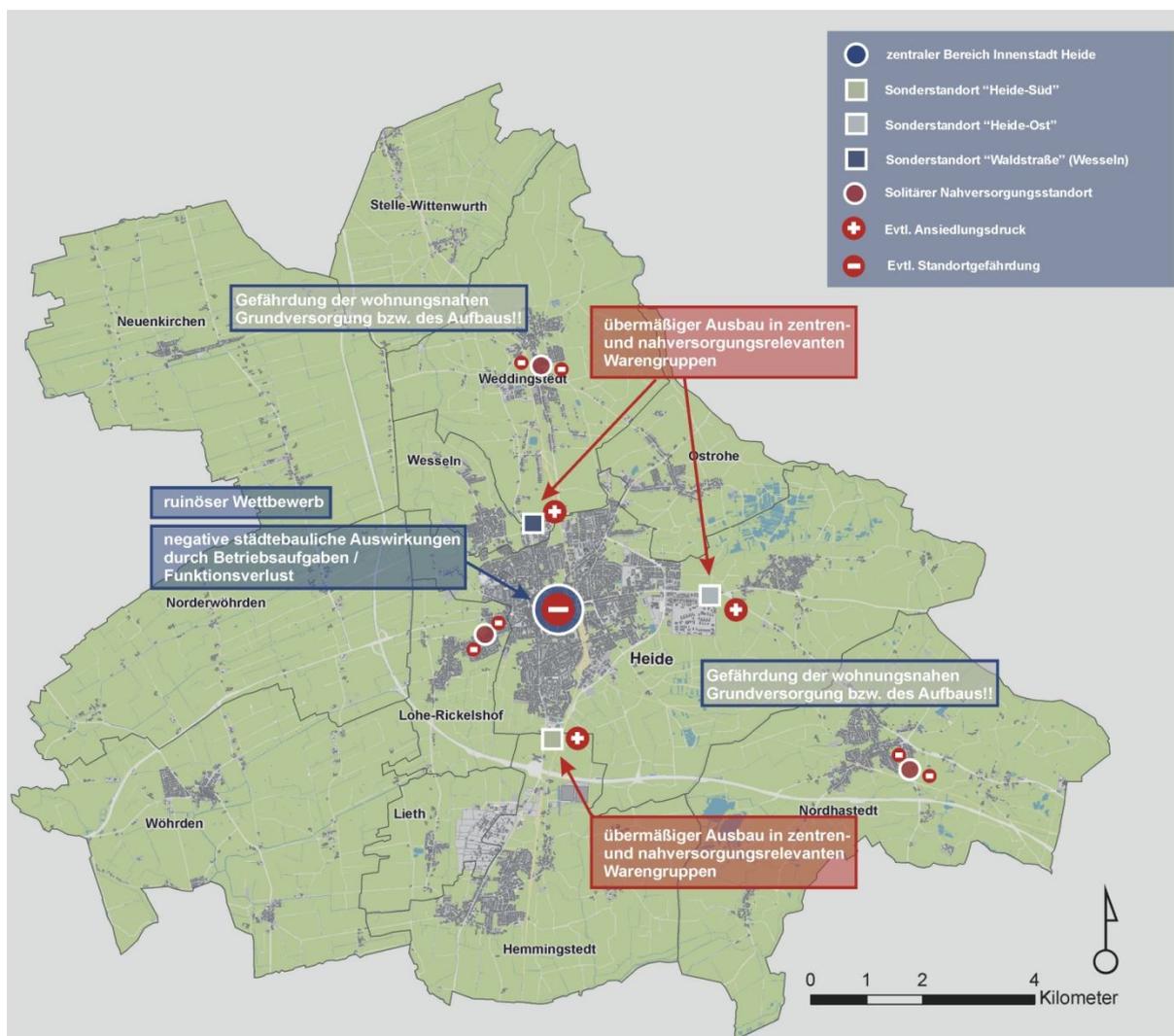
Das Szenario ist zwar in sich konsequent, führt allerdings insgesamt nicht zu positiven Effekten im Rahmen der Stadt- und Regionalentwicklung innerhalb des SUK-Gebietes. Innovationen und Investitionen werden durch eine restriktive Planungs- und Steuerungspraxis und einem damit verbundenen starken Eingriff in das Marktgeschehen massiv erschwert.

#### **7.3.3 Szenario III: „Steuerung mit Ausnahmen“**

---

Diesem Szenario liegt die Annahme zugrunde, dass die Einzelhandelsentwicklung zwar grundsätzlich gezielt von Politik und Verwaltung auf das städtebaulich-funktionale Zentrum – die Heide der Innenstadt – gesteuert wird, in Einzelfällen allerdings Ausnahmen formuliert werden, die den zuvor abgestimmten Zielen und Grundsätzen der Einzelhandelsentwicklung widersprechen. Zentrenrelevanter Einzelhandel wäre somit – trotz grundsätzlich angenommener, weitgehend restriktiver Genehmigungspraxis – auch außerhalb der Zentren zulässig. Damit sind in der Region Heide prinzipiell im gesamten Stadt-Umland-Gebiet Einzelhandelsansiedlungen möglich, was auch zu weiteren Einzelhandelsentwicklungen in nicht integrierten Lagen, an den Sonderstandorten „Heide-Ost“, „Heide-Süd“ und „Waldstraße“ (Wesseln) in Gewerbegebieten oder entlang großer Ausfallstraßen führen kann.

**Karte 31: Szenario III „Steuerung mit Ausnahmen“  
in der Regions-, Stadt- und Einzelhandelsentwicklung**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Die Folgen dieser vergleichsweise inkonsequenten Einzelhandelssteuerung im Rahmen des Szenarios wären unter anderem Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsattraktivität in der Heider Innenstadt. Potenzielle Investitionen und ein übermäßiger (weiterer) Ausbau in zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten an anderen Einzelhandelsstandorten im Stadt-Umland-Gebiet wären möglich und würden insbesondere auf der „grünen“ und „grauen“ Wiese forciert. Der Einzelhandelsstandort Heide würde mittel- bis langfristig wirtschaftlich uninteressant für potenzielle Investoren auf Standortsuche.

Eine Investitionssicherheit wäre aufgrund der unsicheren und vor allem intransparenten Planungs- und Entscheidungspraxis weder für bereits ansässige Betriebe noch für ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe gegeben. Hierdurch würden der Bestand und die Entwicklungsmöglichkeiten insbesondere des Zentrums gefährdet. Es käme zu erhöhten Kaufkraftverlusten in der Kreisstadt sowie deren Umland durch fehlende wirtschaftliche Impulse.

Aus politischer und planerischer Sicht käme es zu einem Widerspruch durch Inkonsequenz in den Entscheidungen. Ein freies Spiel des Marktes in Teilbereichen bzw. Einzelfällen steht einer ansonsten konsequenten Steuerungspraxis gegenüber, wodurch keine verlässliche Gesamtlinie in der lokalen Handelssteuerung gegeben wäre. Diese (für ausgewählte Investoren) freundliche Steuerungspraxis ermöglicht den Ausbau einzelner Einzelhandelsstandorte, bei denen die Gefahr besteht, die Zentrenentwicklung systematisch zu unterwandern und einen Attraktivitätsverlust der (Nah-) Versorgungsstrukturen zu bewirken. Investorenwünsche an anderen Standorten, die aber nicht über die gleichen „Protegés“ verfügen, wären an dieser Stelle argumentativ nicht zu widerlegen, was ein Messen mit zweierlei Maß bedeuten würde.

Aus rechtlicher Sicht entstünden dadurch eine Vielzahl von Problemen wie beispielsweise die Einschränkung der rechtlichen Eingriffsmöglichkeiten und Widersprüche zur Landesgesetzgebung. Zudem bestünde die Gefahr regionaler oder auch überregionaler Klagen. Die Planungshoheit der Kreisstadt Heide sowie des Amtes KLG Heider Umland würde nicht vollends ausgeschöpft, womit Anfragen an anderen Orten nur schwer zu verhindern wären.

### **Bewertung**

Das Szenario ist insgesamt inkonsequent und gefährdet direkt die Einzelhandels-, Zentren- sowie Regions- und Stadtstrukturen. Zudem kann es zu einer Verunsicherung oder sogar zum Verprellen von Betreibern und Investoren kommen.

#### 7.3.4 Fazit Szenarien

---

Die beschriebenen Szenarien stellen – bewusst in Form überzogener Modelle – extreme Gegenpole der Einzelhandels- und letztendlich auch der Stadt- und Regionalentwicklung im Stadt-Umland-Gebiet Heide dar. Sie werden allerdings so oder in ähnlicher Form in einigen öffentlichen Planungsstellen diskutiert und existieren damit auch in der Realität (insbesondere die „Steuerung mit Ausnahmen“ ist gängige Praxis in vielen Städten und Gemeinden). **Die alleinige, konsequente Realisierung eines dieser Szenarien ist jedoch unwahrscheinlich und nicht zu empfehlen.**

Jedoch liefern die unterschiedlichen Szenarien wichtige „Inputs“ für eine letztendlich für die Region Heide-Umland (mit ihrem siedlungs- und bevölkerungsstrukturellen Schwerpunkt sowie dem Zentrum der Einzelhandelsaktivität, der Kreisstadt Heide) geeignete Entwicklungsstrategie für die Zukunft. Wenngleich oder gerade weil die einzelnen diskutierten Szenarien am jeweiligen „extremen“ Ende möglicher Entwicklungsrichtungen stehen, beinhalten sie Aspekte, die die (primären) Interessenslagen verschiedener – an der Einzelhandelsentwicklung beteiligter – Akteure (insbesondere alte und neue Investoren, Stadtplanung, Politik) widerspiegeln. Diese müssen im Rahmen einer zukunftsfähigen übergeordneten Entwicklungsstrategie dringend berücksichtigt werden (vgl. nachfolgendes Kapitel 7.4).

Die folgende Empfehlung, die eine **räumlich-funktionale Gliederung** der Einzelhandelsentwicklung aufgreift, verfolgt die allgemeinen Ziele der Einzelhandels- Stadt-, und Regionalentwicklung im SUK-Gebiet im Hinblick auf den Aufbau bzw. die langfristige Sicherung einer funktionsfähigen Versorgungsstruktur vor dem Hintergrund der gesetzlichen Rahmenbedingungen. Diese übergeordnete Entwicklungsstrategie, die eine zeitlich angepasste, weitergehende Ausdifferenzierung der Empfehlungen aus dem Einzelhandelskonzept für die Region Heide aus dem Jahr

2000 markiert, stellt eine Orientierung für die zukünftige Planungs- und Steuerungspraxis in der Kreisstadt Heide sowie dem Amt KLG Heider Umland dar. Als vorrangige Aufgaben propagiert das Entwicklungsleitbild sowohl die Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche als auch die Gewährleistung der wohnungsnahen Grundversorgung. Damit entspricht die räumlich-funktionale Gliederung sowohl aktuellen raumordnungsrechtlichen als auch bauplanungsrechtlichen Rahmenbedingungen gemäß Raumordnungsgesetz bzw. Baugesetzbuch und Baunutzungsverordnung.

#### 7.4 Übergeordnete Entwicklungsstrategie für die Region Heide: „Räumlich funktionale Gliederung“ (Leitbild)

---

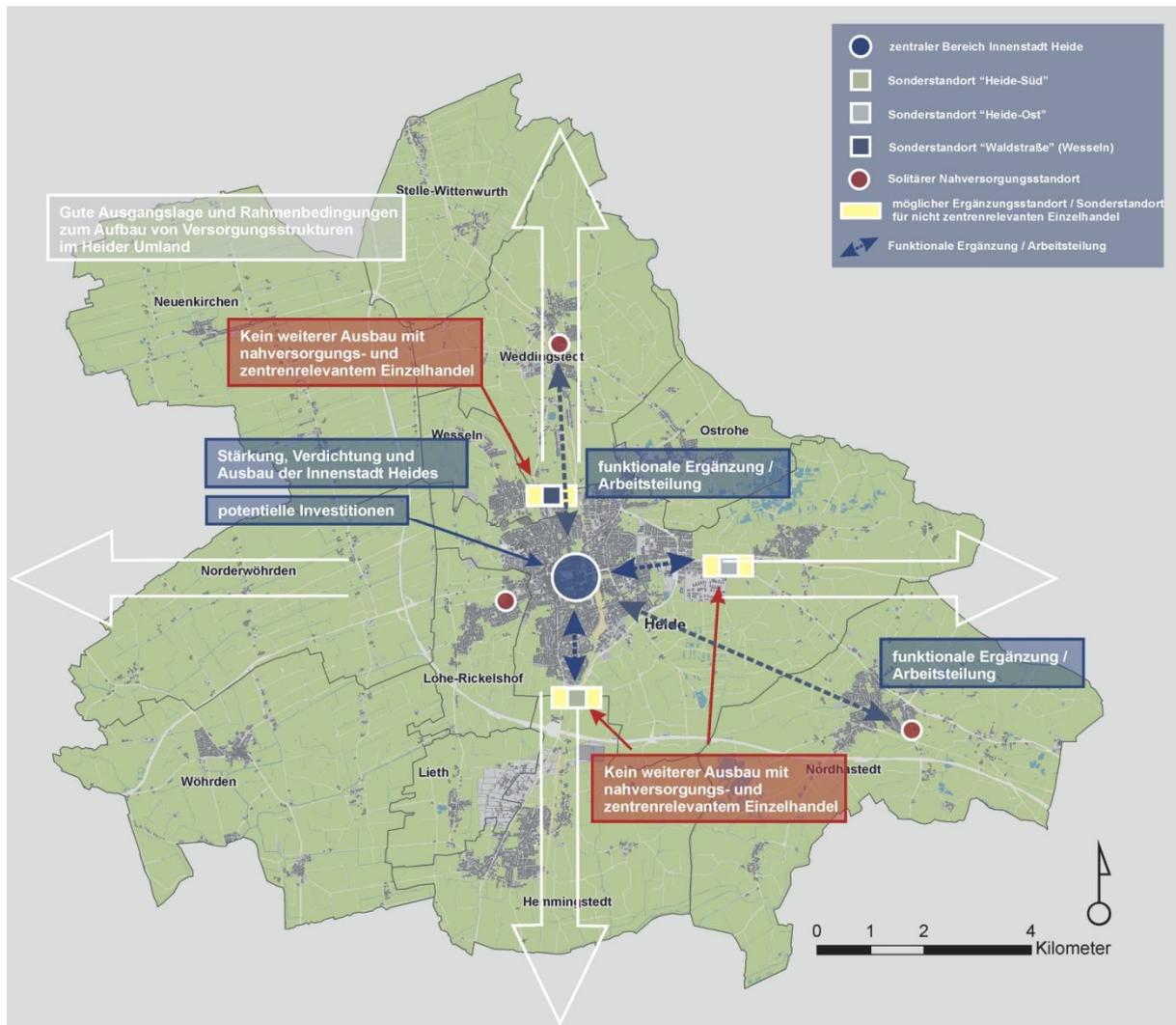
Für eine konsequente und zielgerichtete Weiterentwicklung des Einzelhandels in der Region Heide ist eine klare Zielvorstellung (als internes und externes Signal) dringend erforderlich. Vor diesem Hintergrund wird eine **stadt- und regionalentwicklungspolitische Strategie** empfohlen, die im Hinblick auf die künftige Einzelhandelsentwicklung durch eine **stringente Planungspraxis** gekennzeichnet ist:

**Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen sowie den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen in gegenseitiger funktionaler Ergänzung auf bestimmte arbeitsteilig organisierte Standorte im Stadt-Umland-Gebiet konzentriert.** Wichtig dabei ist es eine klare Funktionsteilung der Standorte vorzunehmen, so dass sich langfristig die Einzelhandelsstandorte untereinander besser ergänzen.

Eine auf arbeitsteilig gegliederte Standorte ausgerichtete Steuerung der Einzelhandelsentwicklung wird über das **Entwicklungsleitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung“** zum Ausdruck gebracht (vgl. Karte 32). Durch eine konsequente Umsetzung dieses Leitbilds im Rahmen der räumlichen Planung in der Region Heide soll ein sich verschärfender Wettbewerb, der überwiegend zu Lasten der städtebaulichen Zentren und Nahversorgungsstandorte und der dort jeweils vorhandenen Einzelhandelsstrukturen gehen würde, unterbunden werden.

Der Schwerpunkt der Planungen und damit die Ziele mit der obersten Priorität sind die Stärkung des zentralen Bereichs der Innenstadt Heide sowie die kontrollierte Funktionssicherung der weiteren bestehenden räumlichen Angebotsschwerpunkte (vgl. Kapitel 5.3). Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies, dass das Investitions- und Ansiedlungsinteresse insbesondere auf die Heider Innenstadt konzentriert wird, was zu einer Sicherung bzw. zum Ausbau und zur Stärkung dieses Einzelhandelsstandortes führt. Ein ruinöser Wettbewerb kann dadurch verhindert und „Verwerfungen“ reduziert werden. Die Ausstrahlungskraft des lokalen Einzelhandels wird erhöht. Im Sinne einer verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung können die in der Innenstadt nicht realisierbaren Angebote an Ergänzungsstandorten verwirklicht werden, ohne das Zentrum zu schwächen bzw. zu gefährden. Darüber hinaus ist für das Heider Umland zu prüfen, in wie weit eine Sicherung der vorhandenen Nahversorgungsstrukturen sowie ein möglicher Ausbau durch innovative, dezentral organisierte (Zusatz-) Versorgungskonzepte vor dem Hintergrund der in den Umlandgemeinden vorherrschenden siedlungs- und bevölkerungsstrukturellen Ausgangssituationen bewerkstelligt werden kann.

**Karte 32: Übergeordnete Entwicklungsstrategie „Räumlich-funktionale Gliederung“ als Synthese der Einzelszenarien**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Die Kreisstadt Heide sowie das Amt KLG Heider Umland können auf diesem Weg durch eine stringente Planungs- und Steuerungspraxis gezielt Entwicklungsimpulse setzen und die Einzelhandelsentwicklung unter gänzlicher Ausschöpfung des erweiterten bauplanungsrechtlichen Instrumentariums steuern. Die Akteure aus Politik und Verwaltung behalten ihre aktive Rolle und schaffen Planungssicherheit. Es werden im Hinblick auf Investoren positive Signale nach innen und außen gesetzt. Partikulare Einzelinteressen der Stadtentwicklung werden nachgeordnet betrachtet, so dass es im Einzelfall auch zur Ablehnung von Ansiedlungsgesuchen kommen kann. Rechtlich bedeutet dies, dass die umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten vollständig ausgeschöpft werden und dadurch eine langfristige Planungs- Investitions- und Rechtssicherheit gewährleistet wird.

**Bewertung**

Die übergeordnete Entwicklungsstrategie der räumlich-funktionalen Gliederung ist in sich konsequent und zeigt klare räumliche Zuordnungen für den Einzelhandel sowie dessen perspektivische Entwicklung auf. Gleichzeitig ist eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und

Investoren unter Beibehaltung der der Stadt Heide und ihren Umlandgemeinden grundgesetzlich zuerkannten Planungshoheit möglich.

**Die Verfolgung einer Strategie (Leitbild), die eine „räumlich-funktionale Gliederung“ des Stadt-Umland-Gebietes aufgreift, ist zu empfehlen, da es sich hierbei um ein dynamisches Modell handelt, das als Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels zur Erlangung gemeinschaftlich getragener stadt- und regionalentwicklungspolitischer Ziele für die Region Heide-Umland am besten geeignet ist!**

## 8 Einzelhandelskonzept für die Region Heide

---

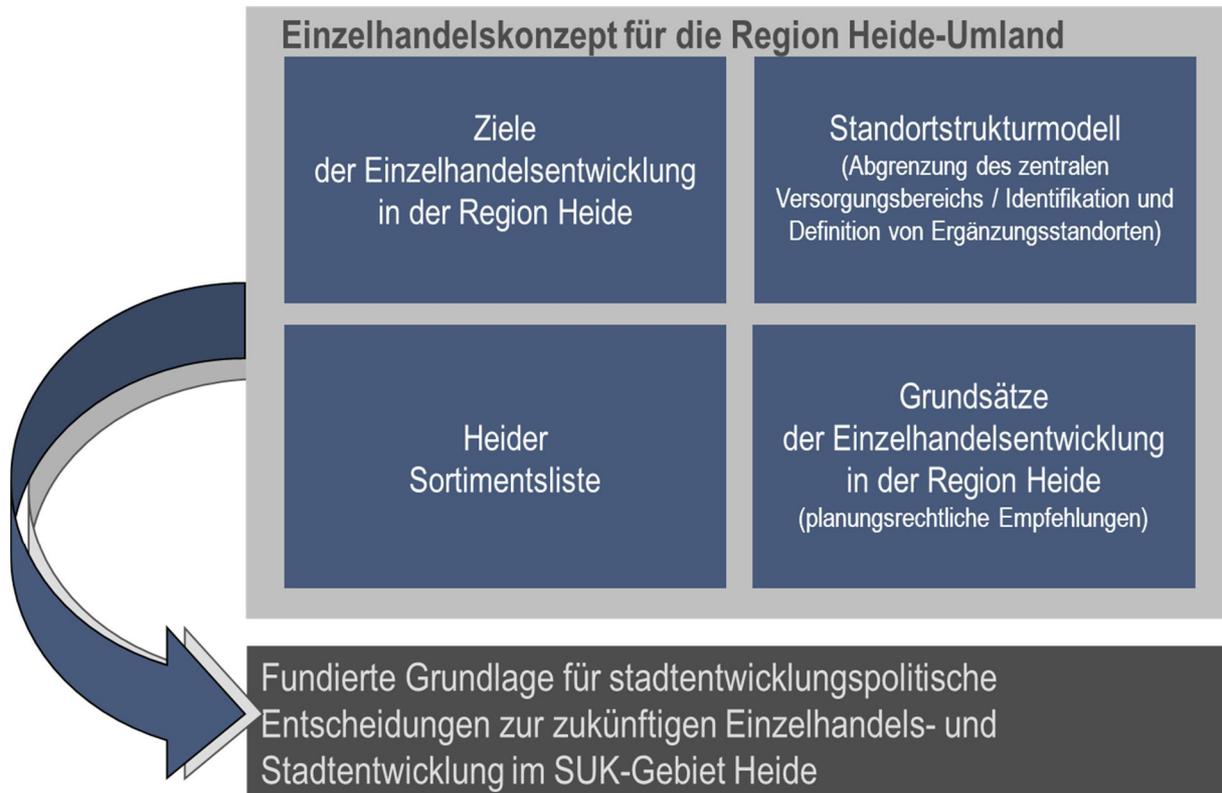
Die vorangegangenen Analysen, Betrachtungen zu Entwicklungsspielräumen und Szenarien sowie die daraus entwickelte Strategie der räumlich-funktionalen Gliederung stellen die Basis für die im Folgenden darzustellenden allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen für das Stadt-Umland-Gebiet dar. Diese verfolgen das Ziel, die Einzelhandelsstrukturen der Region Heide zu stärken und langfristig in ihrer Funktionalität zu stabilisieren und abzusichern. Dabei gilt es vor allem die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf den zentralen Bereich der Innenstadt Heide zu sichern und zu profilieren, die – möglichst wohnungsnah – Grundversorgung zu stärken sowie die Entwicklung funktionaler Ergänzungsstandorte kontrolliert zu ermöglichen. Dies alles hat insbesondere vor dem Hintergrund der Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Kreisstadt Heide im landesweiten System Zentraler Orte in Schleswig-Holstein zu geschehen.

Dazu dient das Einzelhandelskonzept der Region Heide mit den strategischen Bausteinen:

- Übergeordnete Entwicklungsziele
- Standortstrukturmodell
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt Heide
- Identifikation und Definition von Ergänzungsstandorten des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels
- Heider Sortimentsliste
- Formulierung planungsrechtlicher Empfehlungen und Grundsätzen zur Umsetzung

Diese Bausteine lassen sich – wie in Abbildung 24 dargestellt – in vier Kategorien einteilen:

**Abbildung 24: Bausteine des Einzelhandelskonzeptes für die Region Heide**



Quelle: eigene Darstellung

Entsprechend dieser Vierteilung ist das Einzelhandelskonzept für die Region Heide-Umland gegliedert. Eine systematische Bearbeitung der einzelnen Bausteine erfolgt nachstehend.

## 8.1 Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Region Heide

Für das Stadt-Umland-Gebiet Heide gleichermaßen wie für die Kreisstadt Heide wurden auf Basis allgemeiner Entwicklungstrends und regions- bzw. stadtspezifischer Analyseergebnisse (angebots- und nachfrageseitig) folgende übergeordnete Ziele formuliert, die allerdings ausdrücklich keinen Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb darstellen sollen. Vielmehr sollen mögliche Entwicklungen auf im Sinne der Stadtentwicklung positiv zu bewertende Standorte bzw. Standortbereiche innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes gelenkt und konzentriert werden, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – hiervon profitieren. Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer räumlich-struktureller Prioritäten.

Das **übergeordnete Zielsystem** baut auf den im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2000 ausformulierten Zielen auf und aktualisiert diese vor dem Hintergrund der neu erhobenen angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen.

Folgende (aktualisierte) übergeordnete Ziele der räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Region Heide können formuliert werden:

■ **Sicherung und Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Heide sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebots im Stadt-Umland-Gebiet**

Unter raumordnerischen Gesichtspunkten sind bundesweit die Städte und Gemeinden unter Federführung der Länder in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Mittelzentrum kommt der Kreisstadt Heide dabei der durch die schleswig-holsteinische Landesplanung zugewiesene Auftrag zu, „regional für die Bevölkerung ihres Verflechtungsbereichs die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs sicher[zustellen]. Sie sind darüber hinaus regionale Wirtschafts- und Arbeitsmarktzentren mit einem breit gefächerten Angebot an Arbeits- und Ausbildungsplätzen.“<sup>54</sup> Insgesamt sollen die schleswig-holsteinischen Mittelzentren über ein vielfältiges und attraktives Angebot an Infrastruktur- und Versorgungseinrichtungen von regionaler Bedeutung verfügen.<sup>55</sup> Neben dem Versorgungsauftrag für die gemeindeeigene Bevölkerung, ist der Kreisstadt Heide demnach auch eine regionale Versorgungsbedeutung (insbesondere mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs) zuerkannt. Diese bezieht sich insbesondere auf das Stadt-Umland-Gebiet, geht jedoch auch darüber hinaus. Ihrer Aufgabe wird die Stadt Heide derzeit unter quantitativen Gesichtspunkten erfolgreich gerecht. Ein vordringliches Ziel muss es deshalb sein, die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Heide, mit Fokussierung auf die Entwicklung der Heider Innenstadt als – auch regional bedeutsames – „Aushängeschild“ langfristig zu erhalten und weiter auszubauen.

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenzuordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, die Einzelhandelsstrukturen in der Region Heide attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss es daher sein, die vorhandene Vielfalt im oben genannten Sinne zu erhalten, zu sichern und zu stärken. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Handelsentwicklung in die einzelnen, sich räumlich-funktional ergänzenden Standortbereiche gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt der Heider Innenstadt eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. zu. Daneben ist es Aufgabe der Ergänzungsstandorte „Heide-Ost“, „Heide-Süd“ und „Waldstraße“, die Angebotssituation der Innenstadt funktional zu ergänzen.

■ **Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß des Entwicklungsleitbildes**

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive Einzelhandels-

---

<sup>54</sup> IM [Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein] (2010): Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein 2010. S. 38

<sup>55</sup> IM [Innenministerium des Landes Schleswig-Holstein] (2010): Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein 2010. S. 38

situation im SUK-Gebiet ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Leistungsfähige Innenstädte und örtliche Zentren in städtebaulich integrierten Lagen, die durch angebotstechnisch ausgewogene Ergänzungsstandorte außerhalb des integrierten Siedlungskontextes in ihrer Funktion gestärkt werden, können eine nachhaltige Stadt- und Regionalentwicklung begünstigen. Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen, in denen insbesondere zentrenrelevante (über die Entwicklungspotenziale hinausgehende) Sortimente angeboten werden, zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren. Deshalb ist für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes für die Region Heide eine klare räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte nach Maßgabe einer siedlungsräumlichen Arbeitsteilung und vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung erfolgversprechend. Eine Funktionsteilung der Einzelhandelsstandortbereiche (Zentraler Bereich Innenstadt Heide gegenüber den heutigen Sonder- und perspektivischen Ergänzungsstandorten „Heide-Ost“, „Heide-Süd“ und „Waldstraße“) ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

■ **Erhalt und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt des regional bedeutsamen Geschäftszentrums der Heider Innenstadt**

Die Innenstadt stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb des Stadt-Umland-Gebietes dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt, bestehend aus einem differenzierten Einzelhandelsangebot, unterschiedliche Betriebsformen und nicht zuletzt auch aus einer Fülle an Dienstleistungs- und Gastronomienutzungen, prägt die Attraktivität der Heider Innenstadt entscheidend. Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf die Innenstadt gerichtet werden. Dieser Standort genießt als wichtiger zentraler Versorgungsbereich oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur des Stadt-Umland-Gebietes, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterordnen. Dabei ist auf die Wahrung der individuellen Identität der Innenstadt der Kreisstadt Heide mit ihrer historischen z. T. hochwertigen Bausubstanz und ihrem gut strukturierten Angebotsmix aus auch inhabergeführten, regionalen Fachgeschäften gesteigerter Wert zu legen, damit auch die überörtliche Attraktivität als regional bedeutsames Geschäftszentrum gewahrt werden kann.

Die Stabilisierung und konsequente Erhaltung der heute schon stark ausgeprägten Einzelhandelszentralitäten insbesondere der Kreisstadt Heide, aber auch des gesamten Stadt-Umland-Bereichs, ist darüber hinaus ein maßgebliches Ziel der perspektivischen Einzelhandelsentwicklung im SUK-Gebiet. Vor dem Hintergrund dieser guten Ausgangssituation steht allerdings weniger ein quantitativer Verkaufsflächenausbau, sondern vielmehr eine langfristige Sicherung der räumlich strukturellen Angebotssituation im Vordergrund.

- **Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Betriebe, insbesondere des zentrenrelevanten Einzelhandels / Zentrenverträgliche Weiterentwicklung der Sonderstandorte als Ergänzungsstandorte für eine ausgewogene Grundversorgung im SUK-Gebiet bzw. für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zukünftigem Entwicklungsschwerpunkt im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich**

Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine starke Regional- und Stadtplanung konsequent gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit einerseits zentren- und andererseits nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist eine gezielte und geordnete Entwicklung, in Abhängigkeit der Zentrenrelevanz des Kernsortiments, auf zentrale Einkaufsbereich und dezentrale Einzelhandelsstandorte zu lenken und zu konzentrieren. Standorte bzw. Standortgemeinschaften des großflächigen Einzelhandels, die sich außerhalb der gewachsenen Zentren befinden (Sonderstandorte), sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer i. d. R. autokundenorientierter Standorte) bzw. Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse i. S. v. § 11 (3) BauNVO – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele, Grundsätze und Empfehlungen des Einzelhandelskonzepts für die Region Heide – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Grundsätzlich sind Ergänzungsstandorte für die Aufnahme von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten prädestiniert, so dass sie – in Ergänzung zu den Einzelhandelsstrukturen in der Heider Innenstadt – zu einer Komplettierung des regionalen Einzelhandelsangebots beitragen. So kann eine ausgewogene Grundversorgungsstruktur über alle Angebotsbereiche im Stadt-Umland-Gebiet gewährleistet und langfristig gesichert werden.

- **Sicherung und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebots im gesamten Stadt-Umland-Gebiet**

Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes. Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten<sup>56</sup> gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf das Heider Umland mit seinen dünn besiedelten, ländlich geprägten Strukturen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im SUK-Gebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte – insbesondere in den Umlandgemeinden der Kreisstadt Heide – zu erhalten sowie den zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt auch

---

<sup>56</sup> Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen

hinsichtlich seiner Nahversorgungsfunktion zu sichern und zu stärken. Dabei ist es vor allem notwendig, konterkarierende Entwicklungen mit Hilfe des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums auszuschließen (u. a. Prüfung / Umsetzung von Ausschlussplanungen für nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel außerhalb positiv bewerteter Standorte / zentraler Versorgungsbereiche).

■ **Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzuesiedelnden Einzelhandel**

Bei der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Kommune wird der bestehende Einzelhandel nach wie vor zu oft nur unzureichend in die entsprechenden Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen einbezogen. Dabei ist es der vorhandene Bestand, der die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Einkaufsstandortes nicht nur unwesentlich mitbestimmt. Dies ist jedoch nicht mit einer „Schutzglocke“ (Konkurrenzschutz) für den Einzelhandelsbestand gleichzusetzen. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

■ **Konsequente Anwendung des planerischen und baurechtlichen Instrumentariums / Verhinderung konterkarierender Planungen**

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollen jene Planungen, die den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

**Insgesamt sind die Ziele des Einzelhandelskonzeptes für die Region Heide allesamt unter der Prämisse der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche als planerisches Schutzgut i. S. d. §§ 1 (6) Nr.4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO zu verstehen.**

Die Sicherung einer ökonomisch, sozial und ökologisch nachhaltigen, d. h. langfristig angelegten Stadtentwicklung ist durch den Ausbau einer auch langfristig tragfähigen räumlichen Einzelhandelsstruktur mit dem Fokus auf den zentralen Versorgungsbereich und entsprechenden räumlich-funktionalen Zuordnungen zu erreichen. Dafür ist weiterhin eine Funktionsteilung der Standortbereiche notwendig, die keine direkte Konkurrenz, sondern eine gegenseitige Ergänzung der Angebote anstrebt<sup>57</sup>.

Im Folgenden gilt es, diese Handlungsstrategien räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Räumliche Grundlage der Handlungsempfehlungen stellt dazu das Standortstrukturmodell der für das Stadt-Umland-Gebiet Heide ermittelten Versorgungsstandorte dar.

---

<sup>57</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 10.2 insb. 10.2.1 (S. 202ff) des GEP 2000

## 8.2 Standortstrukturmodell

---

Auf Grundlage der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse und des räumlichen Entwicklungsleitbildes für die Region Heide sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen der räumlichen Einzelhandelsentwicklung, werden die räumlichen Angebotschwerpunkte im Stadt-Umland-Gebiet unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges **Standortstrukturmodell** (Abbildung 25) eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs im Rahmen des Standortstrukturmodells haben das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestaltung. Daneben sind städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Aspekte zu berücksichtigen. Dazu zählt zum Beispiel auch die Zielvorstellung einer tragfähigen, wohnungsnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann.

Vor dem Hintergrund der Struktur der räumlichen Angebotsschwerpunkte im Stadt-Umland-Gebiet sind folgende **Standorttypen** im Rahmen des Strukturmodells zu unterscheiden:

- Zentraler Versorgungsbereich (u. a. im Sinne des BauGB)
- Solitärer Nahversorgungsstandort
- Ergänzungsstandort des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

Unter Berücksichtigung dieser unterschiedlichen Standorttypen sowie der durch die Rechtsprechung entwickelten Abgrenzungs- und Kennzeichnungskriterien zentraler Versorgungsbereiche<sup>58</sup>, sind folgende **Einordnungskriterien** für die einzelnen Standortbereiche in der Region Heide relevant:

### **Zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt Heide) (u. a. im Sinne des BauGB)**

Dieser Zentrentyp zeichnet sich (idealtypisch) durch folgende Merkmale aus:

- gesamtstädtische ggf. regionale Versorgungsbedeutung,
- vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Einrichtungen,
- städtebaulich integrierte, zentrale Lage sowie eine
- klar ablesbare städtebauliche und gestalterische Einheit.

### **Solitärer Nahversorgungsstandort**

mit einer Versorgungsbedeutung für umliegende Wohngebiete und folgenden Merkmalen:

---

<sup>58</sup> vgl. hierzu detailliert die Ausführungen in Kapitel 8.2.1.1

- Eingeschränktes, primär nahversorgungsrelevantes Einzelhandelsangebot – i. d. R. Vorhandensein eines strukturprägenden Betriebs im kurzfristigen Bedarfsbereich (v. a. Lebensmittelbereich), Randsortimente im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, ggf. ergänzendes Lebensmittelhandwerk (Bäckerei, Fleischerei) in betrieblicher Einheit,
- kein Wettbewerb am Standort,
- sehr selten ergänzendes, stark eingeschränktes Dienstleistungsangebot (ein oder wenige Anbieter) sowie eine
- städtebaulich integrierte Lage ohne Zentrencharakter.

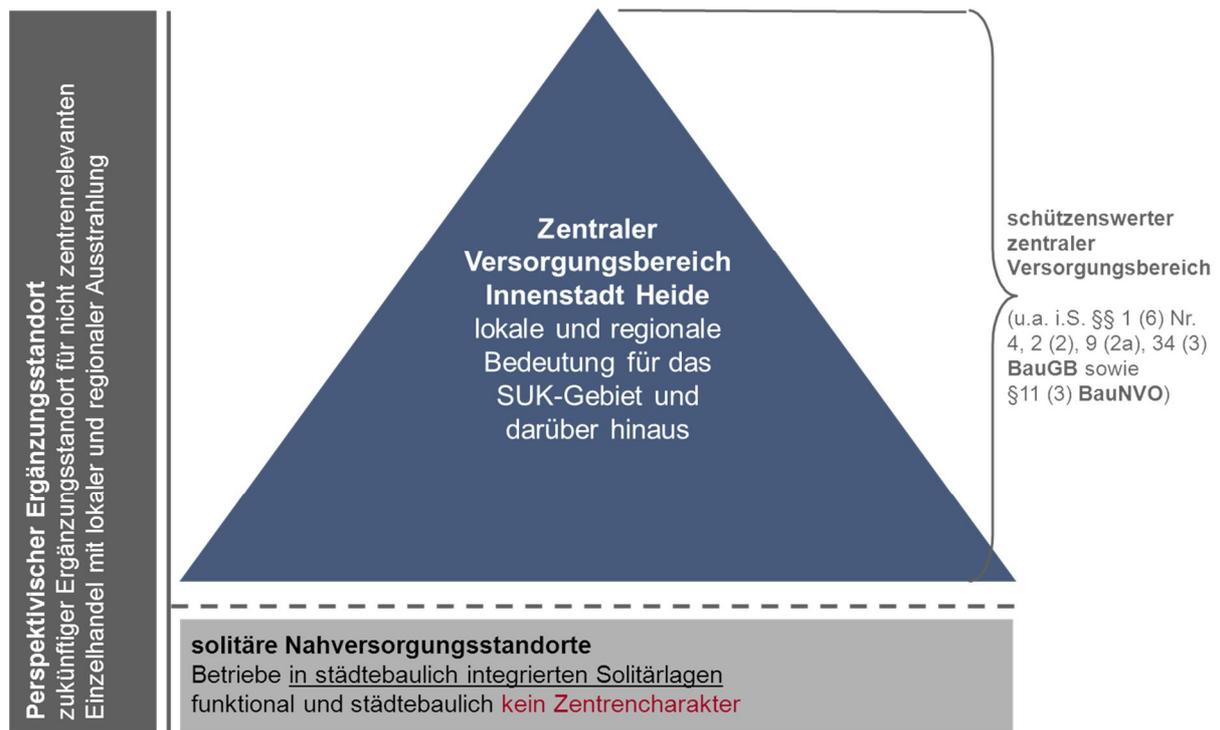
### **Ergänzungsstandort des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels**

Dieser Standorttyp zeichnet sich regelmäßig durch folgende Merkmale aus:

- gesamtstädtische(s) und i. d. R. überörtliche(s) Versorgungsbedeutung / Einzugsgebiet,
- solitär oder in Standortgemeinschaft (Sonderstandort),
- eng abgesteckte Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, hoher Anteil nicht zentrenprägenden Einzelhandels,
- nur vereinzelt Wettbewerb gegeben,
- überwiegend großflächiger, autokundeorientierter Einzelhandel,
- i. d. R. kein oder nur geringes Dienstleistungsangebot sowie eine
- gewerblich geprägte bzw. periphere (städtebaulich nicht integrierte oder maximal teillin-  
tegrierte) Lage.

Ausgehend von diesen Kategorien der einzelnen versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche ergibt sich für die Region Heide folgendes Standortstrukturmodell (vgl. Abbildung 25):

**Abbildung 25: Standortstrukturmodell der Region Heide (Zielkonzeption)**



Quelle: eigene Darstellung

Die Innenstadt der Kreisstadt Heide mit dem Geschäftszentrum für zentrenrelevanten Einzelhandel wird als zentraler Versorgungsbereich mit lokaler sowie regionaler Bedeutung für das SUK-Gebiet und über dieses hinaus definiert. Dieser erfüllt aufgrund seiner vorhandenen Nutzungsvielfalt und seiner regionalen Versorgungsbedeutung mit Waren aller Art die Voraussetzungen, um sich als bauplanungsrechtlich schützenswerter **zentraler Versorgungsbereich** zu qualifizieren.

Neben den zentralen Bereichen können in der Einzelhandelslandschaft einer Stadt auch **solitäre Nahversorgungsstandorte** existieren. Diese liegen in städtebaulich integrierter Siedlungslage und kennzeichnen sich in der Regel durch das Vorhandensein lediglich eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters. Obgleich eine Mindestgröße zentraler Versorgungsbereiche nicht existiert, ist dennoch davon auszugehen, dass – wie der Wortbestandteil Bereich zutreffend hervorhebt – eine gewisse räumliche Ausdehnung vorliegen muss, die mithin mehr als einen einzigen Betrieb umfasst<sup>59</sup>. Somit qualifizieren sich solitäre Nahversorgungsstandorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des Bauplanungsrechts.

Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die nicht allein durch die Zentren geleistet werden kann und besitzen deshalb oftmals eine hohe Bedeutung als Nahversorger der direkt an den Standort angrenzenden Wohnbevölkerung. Somit wird erst unter Berücksichtigung dieser Standorte eine flächendeckende und umfassende wohnungsnaher Grundversorgungsstruktur in der Region Heide gewährleistet.

Grundsätzlich stellen – neben zentralen Versorgungsbereichen – **auch solitäre Nahversorgungsstandorte, die sich in städtebaulich integrierter Lage befinden, ein bauplanungs-**

<sup>59</sup> vgl. hierzu Bunzel (2009): Bebauungspläne für die Erhaltung und Entwicklung „zentraler Versorgungsbereiche“. In KommJur Heft 12, 2009. S. 450 sowie Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S. 79

**rechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsprüfung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen.** Neuansiedlungen und Verlagerungen **dürfen sich nicht städtebaulich negativ** (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung **und die zentralen Versorgungsbereiche auswirken.**

Die Schutzwirkung der Nahversorgungsstandorte bezieht sich dabei auf die am Standort ausgeführte Versorgungsfunktion und nicht auf den derzeit angesiedelten Betrieb.

Als **solitäre Nahversorgungsstandorte im SUK-Gebiet** werden definiert:

- Husumer Straße (Heide, Stadt): derzeitiger Anbieter Netto
- Meldorfer Straße (Heide, Stadt): derzeitiger Anbieter Lidl<sup>60</sup>
- Waldschlösschenstraße (Heide, Stadt): derzeitiger Anbieter Netto
- Hauptstraße (Nordhastedt): derzeitiger Anbieter Edeka
- Steller Weg (Weddingstedt): derzeitiger Anbieter Edeka

**Ergänzungsstandorte** des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels stellen heute und perspektivisch folgende Bereiche dar:

- nicht integrierter Standortbereich „Heide-Ost“
- nicht integrierter Standortbereich „Heide-Süd“
- nicht integrierter Standortbereich „Waldstraße“ in der Umlandgemeinde Wesseln

Diese drei Standorte sind als funktionale Ergänzungsstandorte zum zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt zu verstehen. Hinsichtlich einer einzelhandelsbezogenen Aufgabenteilung zwischen zentralen Versorgungsbereichen einerseits und Einzelhandelsstandorten außerhalb der Zentrenstruktur andererseits, stellen derartige Ergänzungsstandorte – neben den solitären Nahversorgungsstandorten – eine sinnvolle und notwendige Ergänzung zur Komplettierung des regionalen Einzelhandelsangebots im Stadt-Umland-Gebiet dar. Im Sinne einer stärkeren räumlichen Konzentration auch des nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, sollen zukünftige Ansiedlungen dieser Art schwerpunktmäßig an die drei Ergänzungsstandorte gelenkt werden, insofern es sich dabei um stadtentwicklungspolitisch sinnvolle Standorte handelt.

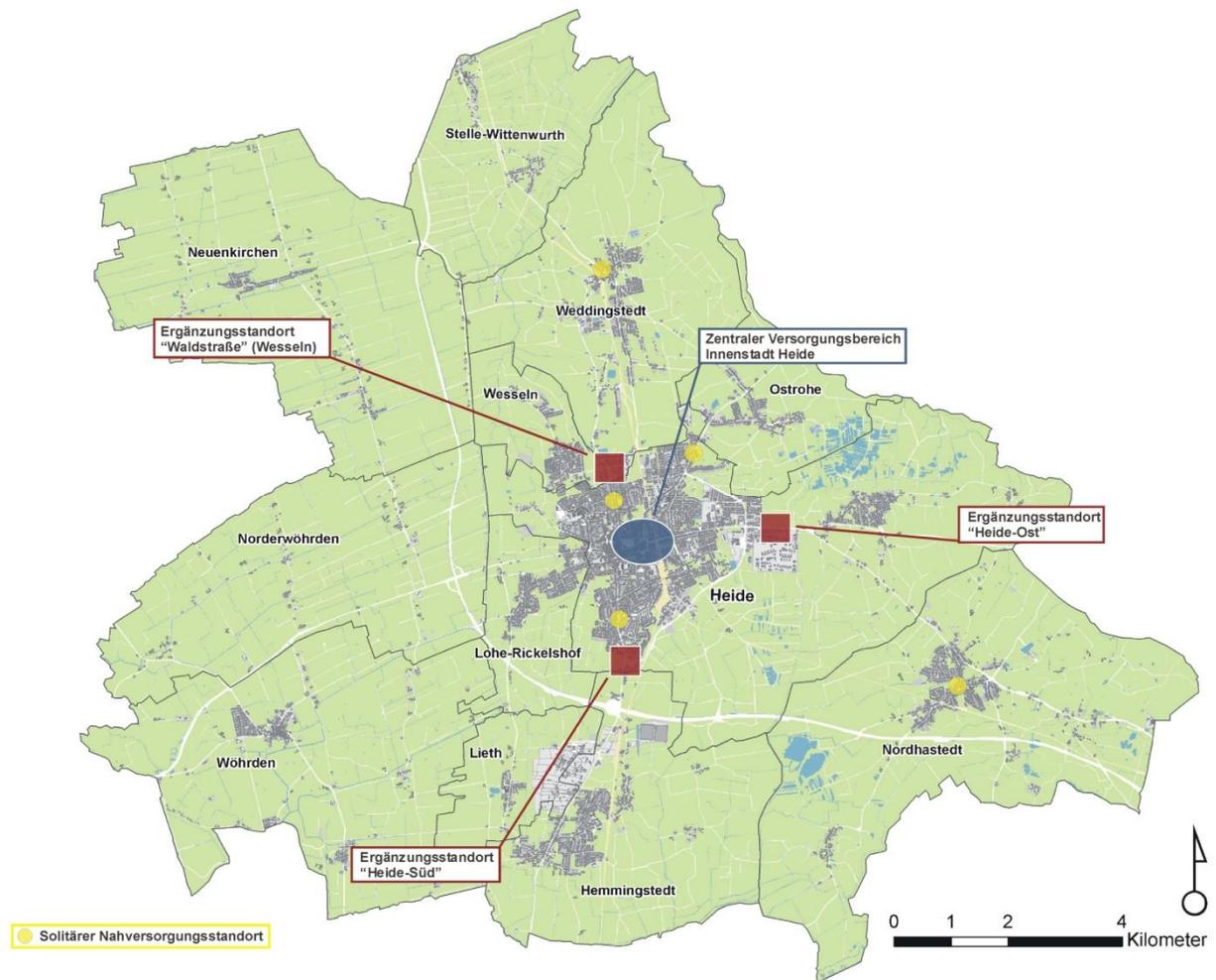
Ausgehend von diesen Einordnungskriterien der einzelnen versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche ergibt sich für die Region Heide folgende räumlich konkretisierte Standortstruktur (vgl. Karte 33).

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs sowie differenzierte Handlungsempfehlungen für die unterschiedlichen Standorttypen werden in den folgenden Kapiteln gegeben.

---

<sup>60</sup> Eine Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl von derzeit 800 m<sup>2</sup> auf ca. 1.000 m<sup>2</sup> befindet sich aktuell in der Planungsphase.

**Karte 33: Standortstruktur in der Region Heide (Zielkonzeption)**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### 8.2.1 Zentraler Versorgungsbereich der Stadt Heide

Aufbauend auf die Zielkonzeption des Standortstrukturmodells ist im Folgenden die konkrete räumliche und funktionale Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs des SUK-Gebiets vorzunehmen. Diese ist als zentraler Bestandteil des Einzelhandelskonzepts für die Region Heide unabdingbar und dient dazu, den Standortbereich parzellenscharf zu identifizieren und abzugrenzen. Nur so kann eine tragfähige räumlich-funktionale Definition gewährleistet werden, die den durch die Rechtsprechung entwickelten Kriterien genügt und die die Weichen für die langfristige Erhaltung und Entwicklung des Zentrums als bauplanungsrechtliches Schutzgut stellt. Folgend werden nach einer ersten Begriffsdefinition die notwendigen Abgrenzungskriterien für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Heide erläutert. Abschließend werden abgestimmte Handlungsempfehlungen formuliert.

#### 8.2.1.1 Begriffsdefinition

Unter **zentralen Versorgungsbereichen** sind nach den einschlägigen Ausführungen des OVG NRW (Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05) **räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde** zu

verstehen, denen **aufgrund von Einzelhandelsnutzungen** – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde** zukommt. Ein Versorgungsbereich **setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus**, die für die **Versorgung der Einwohner** der Gemeinde – ggf. auch nur eines Teiles des Gemeindegebiets – insbesondere mit **Waren aller Art** von Bedeutung ist<sup>61</sup>. Des Weiteren führt das erkennende Gericht aus:

*„Das Adjektiv ‚zentral‘ ist nicht etwa rein geografisch in dem Sinne zu verstehen, dass es sich um einen räumlich im Zentrum der jeweiligen Gemeinde gelegenen Bereich handeln muss, es hat vielmehr eine **funktionale Bedeutung**. Der Zusatz ‚zentral‘ geht über die Bedeutung des Wortteils ‚Versorgungsbereich‘ hinaus, so dass eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich diesen allein noch nicht zu einem ‚zentralen‘ Versorgungsbereich macht. **Dem Bereich muss vielmehr die Bedeutung eines Zentrums für die Versorgung zukommen**. Dies ist zu bejahen, wenn die Gesamtheit der auf eine Versorgung der Bevölkerung ausgerichteten baulichen Nutzungen in dem betreffenden Bereich auf Grund der Zuordnung dieser Nutzungen innerhalb des räumlichen Bereichs und auf Grund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung die Funktion eines Zentrums mit einem bestimmten Einzugsbereich hat, nämlich die Versorgung des gesamten Gemeindegebietes oder eines Teilbereichs mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs funktionsgerecht sicherzustellen“<sup>62</sup>*

Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben. Hiervon ausgehend ist gerichtlich anerkannt, dass die räumliche Wirkungsdimension des Versorgungsauftrags sowie der Grad des Versorgungsbedarfs variieren können, womit es durchaus **unterschiedliche Arten** zentraler Versorgungsbereich geben kann. Vor diesem Hintergrund stellt das Oberverwaltungsgericht für das Land Nordrhein-Westfalen fest, dass sich zentrale Versorgungsbereich in „Innenstadtzentren“, „Nebenzentren“ sowie „Grund- und Nahversorgungszentren“ unterscheiden lassen<sup>63</sup>.

Diese obergerichtliche Definition zentraler Versorgungsbereiche wurde im Jahre 2007 durch das Bundesverwaltungsgericht höchstrichterlich bestätigt und ist damit einschlägig<sup>64</sup>.

In der weiterhin ergangenen Rechtsprechung wurde zudem per Richterrecht geklärt, dass auch **Grund- und Nahversorgungszentren vollwertige zentrale Versorgungsbereiche** darstellen<sup>65</sup>. Weiterhin führte das BVerwG in diesem Zusammenhang aus, dass eine **integrierte Lage Voraussetzung für die Qualifizierung zentraler Versorgungsbereiche** ist<sup>66</sup>. Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.<sup>67</sup>

---

<sup>61</sup> vgl. hierzu das Urteil des OVG NRW (Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05)

<sup>62</sup> OVG NRW (Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05); eigene Hervorhebungen

<sup>63</sup> vgl. hierzu das Urteil des OVG NRW (Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05)

<sup>64</sup> vgl. hierzu das Urteil des BVerwG (Urt. v. 11.10.2007 – 4 C 7.07)

<sup>65</sup> vgl. hierzu die Urteile des BVerwG (Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 1.08 & 4 C 2.08)

<sup>66</sup> vgl. hierzu das Urteil des BVerwG (Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2.08)

<sup>67</sup> vgl. hierzu das Urteil des BVerwG (Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 2.08)

Hinsichtlich der Identifikation und Abgrenzung geht – sowohl aus der bisher ergangenen Rechtsprechung als auch aus der aktuellen Literatur – unstrittig hervor, dass sich zentrale Versorgungsbereiche insbesondere ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandelskonzept für die Region Heide) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen<sup>68</sup>.

Um als anerkanntes planungsrechtliches Schutzgut zu gelten, müssen entsprechende Standortbereiche zudem nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch durch planerische Festlegungen oder schlüssige raumordnerische / städtebauliche Konzeptionen identifizierte und festgelegte Standortbereiche, die perspektivisch die Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs übernehmen sollen, sind als Schutzgut anerkannt. Hier gilt das auf einem rechtssicheren Konzept beruhende Entwicklungsziel.

### 8.2.1.2 Abgrenzungskriterien

---

Zentrale Versorgungsbereiche stellen entsprechend des räumlichen Entwicklungsleitbildes für die Region Heide sowie des darauf aufbauend entwickelten Standortstrukturmodells die künftigen Entwicklungsbereiche insbesondere für den nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandel dar. Ihre Abgrenzung sowie funktionale Definition unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als **unentbehrliche Grundlage für eine zielführende Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**, zumal zentrale Versorgungsbereich im Sinne der aktuellen Rechtslage (u. a. i. S. v. § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB und § 34 Abs. 3 BauGB) als schützenswerte Bereiche bzw. planerisches Schutzgut einzustufen sind<sup>69</sup>. Die räumlich-funktionale Bestimmung des zentralen Versorgungsbereichs im SUK-Gebiet nach Maßgabe der einschlägigen, durch die Rechtsprechung entwickelten Kriterien, stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzepts für die Region Heide dar.

Entsprechend der Ausführungen im vorherigen Kapitel, ist mittlerweile durch die Rechtsprechung weitgehend geklärt, welche Kriterien im Rahmen der (räumlichen) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Konkret geschieht die räumlich-funktionale Fixierung des zentralen Versorgungsbereichs im Stadt-Umland-Gebiet somit auf Grundlage folgender funktionaler und städtebaulicher Kriterien:

#### Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte
- Passantenfrequenz
- Verkehrliche Erreichbarkeit (ÖPNV, Pkw, Radfahrer, Fußgänger)
- Multifunktionalität (öffentliche und private Dienstleistungen, Gastronomieanbieter)

---

<sup>68</sup> vgl. u. a. Deutscher Bundestag (2003): Bt.-Drucksache 15/2250. S. 54.

<sup>69</sup> vgl. hierzu auch u. a. Bienek (2008): Steuerung der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben im Bauplanungs- und Raumordnungsrecht. In UPR Heft 10, 2008. S. 370

## Städtebauliche Kriterien

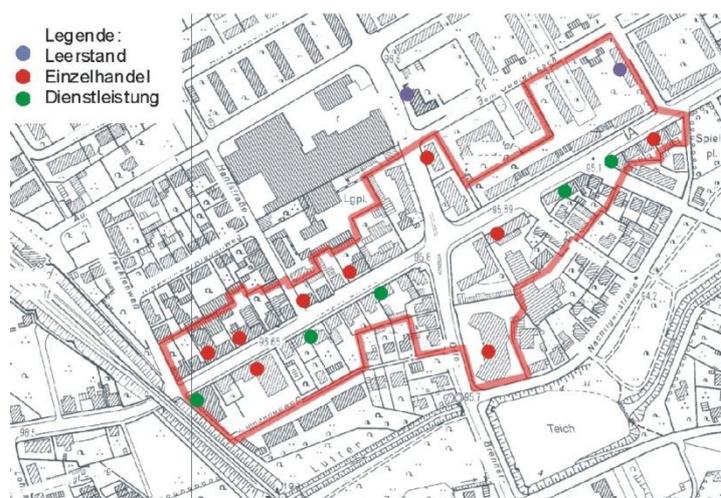
- Städtebauliche Einheit
- Bebauungsstruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur
- Barrieren (Straße, Bahnlinie)
- Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung, etc.)
- Ladengestaltung und -präsentation

Die Abgrenzung geschieht methodisch unter Berücksichtigung der o. g. Kriterien in drei Arbeitsschritten. Diese werden anhand eines fiktiven Beispiels (nicht aus der Region Heide) erläutert.

### **1. Arbeitsschritt**

Auf Grundlage der Bestandssituation wird anhand der oben dargestellten funktionalen und städtebaulichen Kriterien eine möglichst parzellenscharfe Abgrenzung vorgenommen. Das in Karte 34 dargestellte Beispiel gibt eine derartige Abgrenzung wider.

**Karte 34: Beispiel 1. Arbeitsschritt (Orientierung am Bestand)**



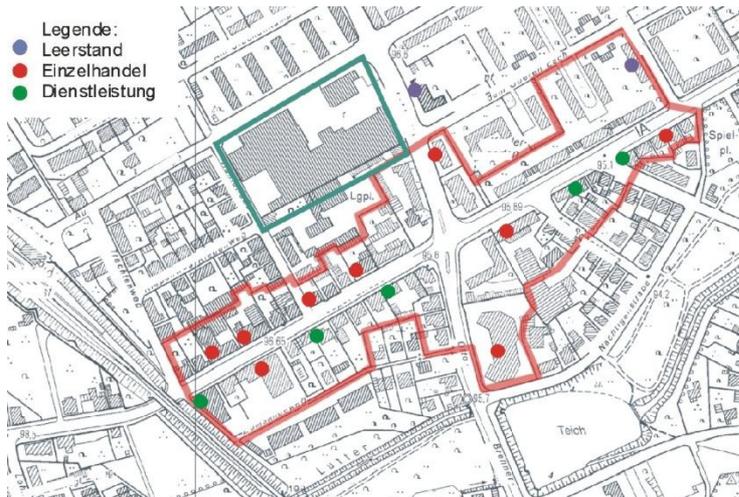
Quelle: eigene Darstellung

### **2. Arbeitsschritt**

Unter Bezugnahme auf die einschlägige Rechtsprechung und Literatur zu dieser Thematik, sind bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) zu berücksichtigen<sup>70</sup>. Im Beispiel in der Karte 35 ist neben der auf dem Bestand beruhenden Abgrenzung eine angrenzende Potenzialfläche dargestellt. Auf dieser Fläche ist eine künftige Ansiedlung von Einzelhandel im Sinne der funktionalen Ausrichtung des zentralen Versorgungsbereichs möglich.

<sup>70</sup> vgl. hierzu Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S. 90

**Karte 35: Beispiel 2. Arbeitsschritt (Entwicklungsperspektiven und Bestand)**

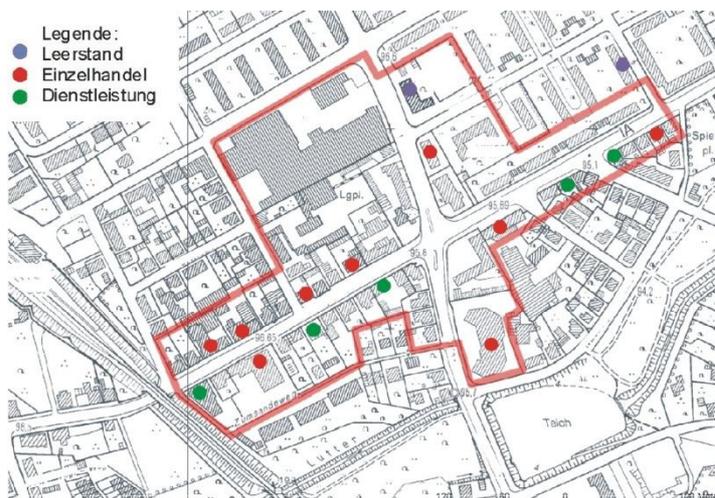


Quelle: eigene Darstellung

**3. Arbeitsschritt**

Unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven ergibt sich die folgende räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in dem gewählten Beispiel. Dabei wurde im Einzelnen von der parzellenscharfen Abgrenzung abgewichen. Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs ist vor allem die Ausrichtung der zentralen Nutzungen zur Erschließungsachse hin ausschlaggebend. Das vorliegende Beispiel beschreibt dabei eine nicht vernetzte Struktur. Durch die Generalisierung soll deutlich werden, dass das Entwicklungsziel darin besteht eine Dichte zentraler Nutzungen in der linearen Ausrichtung zu erlangen, nicht aber weiter in die Tiefe („zweite Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

**Karte 36: Beispiel 3. Arbeitsschritt (künftiger zentraler Versorgungsbereiche)**



Quelle: eigene Darstellung

Im diesem Sinne sind als **zentrale Versorgungsbereiche** jene Bereiche im Stadt-Umland-Gebiet zu verstehen, die eine funktionale Einheit aus Einkaufen und Dienstleistungen bilden. Dabei ist – wie in Kapitel 8.2.1.1 aufgezeigt wurde – das Adjektiv „zentral“ nicht rein geografisch zu verstehen, sondern hat eine funktionale Bedeutung. Wichtige Abgrenzungskriterien sind demnach der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und die interne funktionale Verknüpfung, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden kann.

Der Nutzen dieser einheitlichen Abgrenzungskriterien liegt insbesondere in der Rechtssicherheit der räumlichen Fixierung zentraler Versorgungsbereiche. Vorteilhaft ist darüber hinaus auch die Transparenz des Vorgehens sowie die Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen<sup>71</sup> die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

In diesem Zusammenhang gilt es auch darauf hinzuweisen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche auch und insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer regionspezifischen Sortimentsliste (Sortimentsliste für die Region Heide; vgl. Kapitel 8.3) unabdingbar.

In den folgenden Abschnitten wird der zentrale Versorgungsbereich des Stadt-Umland-Gebietes auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf identifiziert und abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien sowie der erläuterten Methodik vorgenommen und ist als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“) heranzuziehen.

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung werden vor dem Hintergrund der durchgeführten Analysen (v. a. Kapitel 4 und 6) sowie der in Kapitel 8.1 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen. Grundsätzlich gelten die zentralen Versorgungsbereiche als Entwicklungsbereiche für zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel, wobei sich die spezifische Notwendigkeit einer quantitativen Erweiterung an den Entwicklungsempfehlungen zur zukünftigen Versorgungsfunktion orientiert.

### *8.2.1.3 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Heide*

---

Die Innenstadt der Kreisstadt Heide mit dem Geschäftszentrum ist nicht nur in quantitativer Sicht der bedeutendste Angebotsschwerpunkt. Auch aufgrund ihrer räumlichen Ausdehnung, des vorherrschenden Branchen- und Betriebsformenmix sowie der Qualität, der Breite und der Tiefe des Angebotes markiert sie den wichtigsten Einzelhandelsstandort im Stadtgebiet. Als Schwerpunkt städtischer Funktionen eines Mittelzentrums kommt der Heider Innenstadt eine über die Stadtgrenzen hinausreichende Versorgungsfunktion zu. Sie stellt deshalb einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich u. a. im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie des § 11 (3) BauNVO dar.

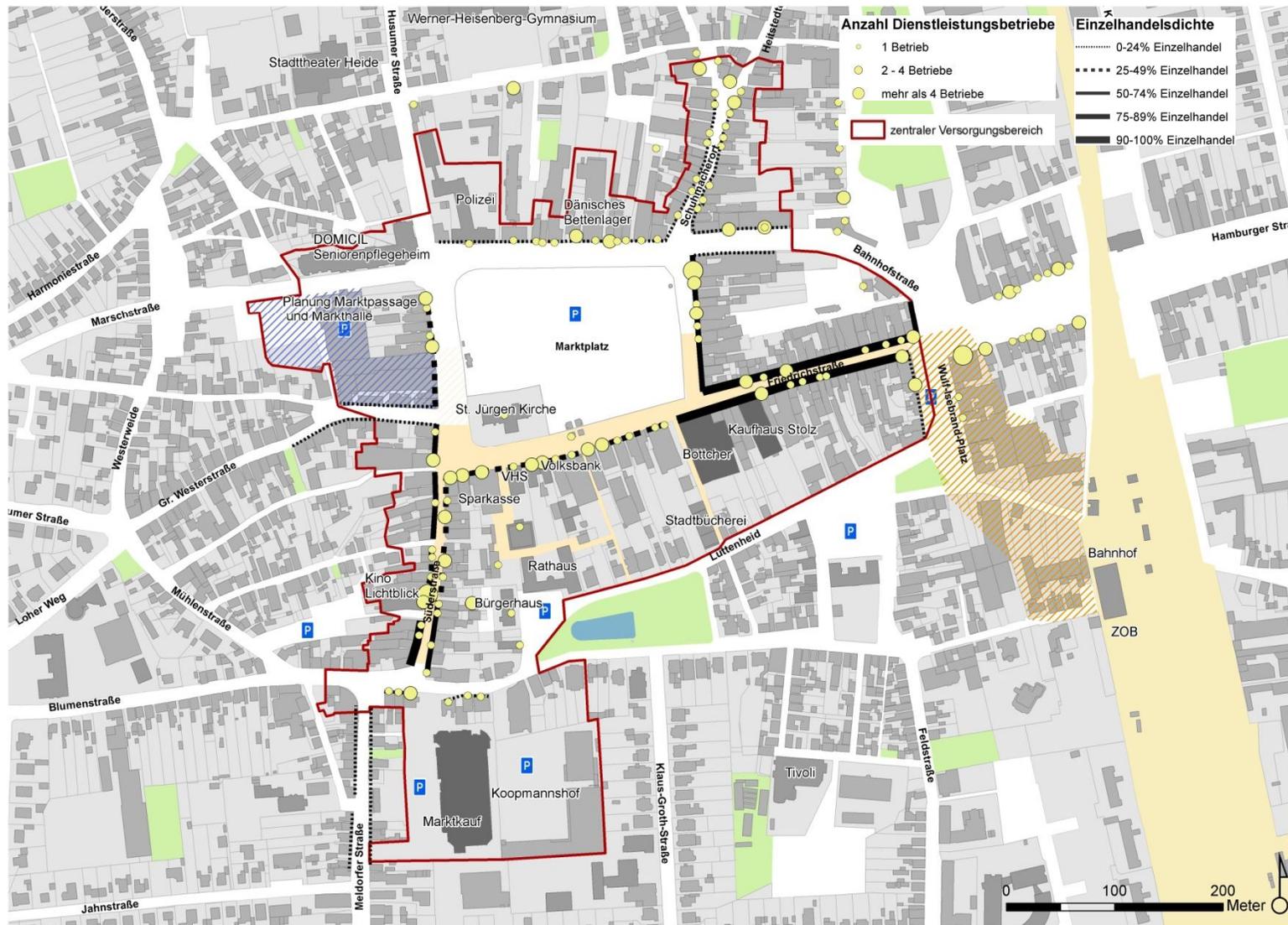
---

<sup>71</sup> Unter kleinräumigen Veränderungen sind geringfügige Abgrenzungsveränderungen (z. B. im Rahmen von Grundstückszusammenlegungen) zu verstehen. Räumliche Ausdehnungen der ursprünglichen Abgrenzung, die die Länge bzw. Breite des zentralen Versorgungsbereichs wesentlich beeinflussen sind ausdrücklich nicht darunter zu verstehen.

Auf Grundlage der städtebaulichen Analyse (vgl. Kapitel 5.3.1.1) wurde ein Vorschlag für die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Heide erarbeitet, der in der folgenden Karte 37 dargestellt wird.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Heide befindet sich demnach innerhalb der Innenstadt in zentraler Lage des Heider Stadtgebietes. Er umfasst im Wesentlichen den Heider Marktplatz als Zentrum sowie davon ausgehend die Friedrichstraße im Osten, das Einkaufszentrum Koopmannshof sowie den Standortbereich Neue Anlage im Süden, die Süderstraße im Westen und die Bahnhofstraße sowie die Straße Schuhmacherort im Norden. Der Einzelhandelschwerpunkt ist eindeutig in der Hauptlage des Geschäftszentrums entlang der Friedrichstraße und an der Markt Ostseite lokalisiert. Ergänzend finden sich vornehmlich große und großflächige Anbieter am Einkaufszentrum Koopmannshof. Entlang der Süderstraße sind die Einzelhandelsnutzungen geringer ausgeprägt. Im südlichen Teilbereich Neue Anlage konzentrieren sich vornehmlich wichtige öffentliche Funktionen (u. a. Rathaus, Bürgerhaus, Stadtbücherei), wohingegen im nördlichen Bereich an der Straße Schumacherort der gastronomische Schwerpunkt der Heider Innenstadt vorzufinden ist.

Karte 37: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Heide



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

Die räumliche Ausprägung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt der Kreisstadt Heide wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe aber auch durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister sowie weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt.

So umfasst der zentrale Versorgungsbereich die Hauptlage Friedrichstraße inkl. Markt-Ostseite mit den höchsten Einzelhandelsdichten innerhalb des Zentrums. Hier befindet sich das Geschäftszentrum der Stadt Heide, in dem sich eine sehr gute Angebotsausstattung mit Waren aller Bedarfsstufen und hohen Ausstattungsgraden konzentriert und dementsprechend auch die höchste Passantenfrequenz festzustellen ist. Der Anteil des Einzelhandels an den Erdgeschossnutzungen liegt durchgängig oberhalb von 75 % sowie in weiten Teilen auch oberhalb von 90 %. Eine eindeutige Dominanz der Einzelhandelsnutzung gegenüber anderen innerstädtischen Funktionsbereichen (Dienstleistung, Gastronomie, Wohnnutzung, etc.) ist abzulesen. Die vorrangige Orientierung auf den Einzelhandel wird durch die Ausweisung als Fußgängerzone unterstrichen.

Darüber hinaus ist der an das Geschäftszentrum grenzende Marktplatz mit seiner anrainenden Bebauung, die Süderstraße sowie der südlich gelegene Standort Koopmannshof mit dem SB-Warenhaus Marktkauf als großflächigem Ergänzungsstandort Teil des zentralen Versorgungsbereichs. Dieser bildet den südlichen Abschluss des ZVB Innenstadt Heide. Obgleich sich der Standortbereich in leicht abgesetzter Lage zum Kern des Zentrums befindet, ist er dennoch dem zentralen Versorgungsbereich zuzurechnen. Dies liegt zum einen darin begründet, dass sich über die Süderstraße eine funktionale Verknüpfung zum Einzelhandelszentrum erkennen lässt und wird zum anderen dadurch bestärkt, dass sich hier mit dem Anbieter Marktkauf ein wichtiger, ergänzender innerstädtische Magnetbetriebe befindet.

Die Straße Schuhmacherort ist wegen ihres hohen Dienstleistungs- und Gastronomiebesatzes ebenfalls Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs. Der großflächige Leerstand des ehemaligen Möbelanbieters an der Bahnhofstraße liegt nicht innerhalb der Abgrenzung. Hier ist aus stadtentwicklungspolitischen Gründen kein (zumindest) zentrenrelevanter Einzelhandel vorgesehen.

Im Südosten bildet die Straße Lüttenheid die Abschlusskante. Die Stadt Heide sieht hier perspektivisch die Möglichkeit Durchbrüche zur Friedrichstraße zu schaffen<sup>72</sup>. Der südliche Abschnitt, begrenzt durch den Anbieter Böttcher, den Marktplatz im Norden, die Süderstraße und die Straße Lüttenheid charakterisiert sich im Wesentlichen durch öffentliche Einrichtungen, wie Verwaltung, Rathaus, Bürgerhaus und Stadtbibliothek (Bereich Neue Anlage). Die Südkante des Marktplatzes weist gehäuft private Dienstleistungseinrichtungen auf.

Um weitere Entwicklungen im Zentrum zu ermöglichen, sind neben der aktuellen Bestandssituation auch die zukünftigen Entwicklungsperspektiven und Entwicklungserfordernisse der Kreisstadt Heide bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs berücksichtigt worden. So liegt im Westen des zentralen Versorgungsbereichs, an der sogenannten Markt-Westseite, eine Entwicklungsfläche auf dem Gelände des heute leerstehenden Sky-Supermarktes (Wandmaker), auf welcher aktuell die Entwicklung einer Marktpassage mit Markthalle geplant ist (blau schraffierte Fläche auf Karte 37). Realisiert werden soll hier eine Passage mit kleinteiligem, vornehmlich zentrenrelevantem Einzelhandelsbesatz sowie ein großflächiger Lebensmittelanbieter (mit rd. 3.500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Nach Angaben des Projektentwicklers wird sich die Gesamtverkaufsfläche auf rd.

---

<sup>72</sup> Vgl. hierzu auch ISEK 2010 (u. a. S. 140; 144; 152)

8.800 m<sup>2</sup> belaufen<sup>73</sup>. Mit einer solchen Planung verfolgt die Kreisstadt Heide konsequent das – auch schon aus dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahre 2000 hervorgehende – Ziel, die Innenstadt mit ihrer auch regionalen Versorgungsfunktion langfristig zu stärken und die Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsstandorts in die Region zu verbessern. Dies ist auch aus gutachterlicher Sicht grundsätzlich zu begrüßen, wobei die Dimensionierung des Vorhabens insbesondere die des geplanten Lebensmittelmarktes nicht unproblematisch erscheint.

Im östlich an den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt angrenzenden Bereich, der einen Übergang zum umgebauten Bahnhofsareal sowie zum neuen Standort des Zentralen Omnibusbahnhofs (ZOB) markiert, befindet sich ein städtebaulicher Entwicklungsbereich (orange schraffierte Fläche auf Karte 37). Die Entwicklungspotenziale sind hier allerdings vornehmlich in einer städtebaulichen Aufwertung des Quartiers zu sehen, um eine städtebaulich ansprechendere Anbindung des Bahnhofs an die Innenstadt zu gewährleisten. Insbesondere großflächige, zentrenrelevante Einzelhandelnutzungen sind hier nicht vorzusehen, wobei durchaus kleinteilige, vor allem „bahnhofsaffine“ Einzelhandelsangebote realisiert werden können. Deshalb ist dieser Bereich auch nicht als Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs aufgenommen.

Mit dieser Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs liegt aus gutachterlicher Sicht eine relativ großzügige Dimensionierung vor, die vor allen Dingen durch den großen Marktplatz, der in der Distanz überbrückt werden muss, sowie durch den leicht abgesetzten Standortbereich Koopmannshof in ihrer räumlichen Ausdehnung begründet ist. Der abgegrenzte Versorgungsbereich kennzeichnet sich allerdings – trotz der großzügigen Dimensionierung – insgesamt durch in sich kompakt organisierte und wahrnehmbar funktional vernetzte Strukturen sowie eine intensive Nutzungsmischung (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie, Wohnen) und setzt sich dadurch deutlich von den umliegenden und überwiegend durch reine Wohnnutzung geprägten Siedlungsbereichen der Kreisstadt Heide ab.

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

Oberstes Ziel ist die Sicherung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich.

Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- **Sicherung und Ausbau als Hauptgeschäftsbereich** der Stadt Heide mit Versorgungsfunktion für das gesamte Stadt-Umland-Gebiet sowie den mittelzentralen Einzugsbereich
- **Sicherung der Grundversorgung** für die Bevölkerung der zentralen Stadtbereiche
- Sicherung einer funktionsfähigen und attraktiven Innenstadt
- Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots in **allen Bedarfsstufen** sowie ergänzender Dienstleistungen (Nutzungsmischung)
- **„Überbrückung“ der weitläufigen Struktur** durch attraktive „Trittsteine“ (im Bereich des zentral gelegenen Marktplatzes mit punktueller Bebauung)
- kompakte Strukturen sichern, keine weitere räumliche Ausdehnung; Entwicklung von Innen

---

<sup>73</sup> Vgl. hierzu Exposé des Projektentwicklers Stand März 2010

- Entwicklungsbereich Bahnhof und Bahnhofsumfeld (kein Bestandteil des zentralen Versorgungsbereichs, kleinteilige bahnhofsaffine Ansiedlungen möglich)

Der zentrale Versorgungsbereich der Heider Innenstadt wird auch in Zukunft im Rahmen einer anzustrebenden räumlich-funktionalen Arbeitsteilung der räumlichen Angebotsschwerpunkte im SUK-Gebiet untereinander den **Schwerpunkt perspektivischer Einzelhandelsentwicklungen** darstellen. Zur Stärkung und langfristigen Sicherung des Einzelhandelszentrums der Region Heide ist es deshalb dringend notwendig, zentrenrelevante Sortimente außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs auszuschließen. Gegen autokundenorientierte Versorgungsstandorte am Siedlungsrand (wie den Sonderstandort „Heide-Ost“, „Heide-Süd“ und „Waldstraße (Wesseln)“) ist der innerstädtische Einzelhandel machtlos und kann mit den dort vorgehaltenen Flächengrößen und Grundstückspreisen nicht konkurrieren. Für ein vitales und attraktives Stadtzentrum ist ein florierender Einzelhandel jedoch unerlässlich. Nach wie vor wird Einkäufen als wichtigster Besuchsgrund für Innenstädte genannt. Von einer weiteren Entwicklung von Einzelhandelsflächen (insbesondere mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) in Siedlungsrandlagen ist daher konsequent abzusehen und das Augenmerk auf eine aktive Verbesserung des innerstädtischen Einzelhandels zu lenken. Aus gutachterlicher Sicht ist in diesem Zusammenhang zu empfehlen, die klare Struktur der innerstädtischen Teilbereiche (Friedrichstraße, Marktplatz, Schuhmacherort, Neue Anlage, Süderstraße, Koopmannshof) zu erhalten und weiterzuentwickeln, wobei ein zusätzliches Augenmerk auf eine **optimierte Vernetzung** der unterschiedlichen Bereiche zu richten ist.

### 8.2.2 Solitäre Nahversorgungsstandorte – ergänzende Sicherung der wohnungsnahe Grundversorgung in der Region Heide

---

Da eine flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb der Region Heide schon allein durch die räumlichen Distanzen einiger Umlandgemeinden zur Heider Innenstadt nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann, decken regelmäßig **städtebaulich integrierte solitäre Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnortnahen Grundversorgung, die nicht allein durch das Zentrum der Kreisstadt Heide geleistet werden kann. Deshalb besitzt die **Zielsetzung**, eine möglichst **flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung** im gesamten Stadt-Umland-Gebiet durch ein **funktionsfähiges Zentrum und ergänzende Nahversorgungsstandorte** auszubauen und langfristig zu sichern, hohe Priorität.

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, kleinmaschigen Nahversorgung im Stadt-Umland-Gebiet rechtfertigt damit die räumliche Lenkung der entsprechenden Investitionen an städtebaulich geeignete Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnungsnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst alle Einwohner möglich und zumutbar ist.

Voraussetzung für die Sicherstellung einer tragfähigen Nahversorgungsinfrastruktur ist jedoch, dass

- das Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung für den täglichen Bedarf nicht von zentralisier-

ten Anbietern des großflächigen Einzelhandels in einem Maß gebunden wird, dass das Betreiben kleinerer Einheiten zur Nahversorgung nicht mehr rentabel ist,

- das Kaufkraftpotential in den Siedlungseinheiten der Region Heide ausreichend ist, um das Betreiben eines heutzutage marktgängigen Nahversorgers auch aus Betreibersicht rentabel zu gestalten,
- die Stadt Heide sowie das Amt KLG Heider Umland städtebauliche und verkehrliche Rahmenbedingungen schaffen, die einen potentiellen Nahversorgungsstandort auch aus gesamtwirtschaftlicher Betreibersicht mit den wichtigsten Standortfaktoren ausstattet,
- Betreibern und Konzepten Vorrang eingeräumt wird, die aktiv mit den Herausforderungen der im Wandel befindlichen Einzelhandelslandschaft sowie mit den siedlungsräumlichen Herausforderungen im ländlich geprägten westlichen Küstengebiets Schleswig-Holsteins umgehen wollen und können.

Folglich übernehmen auch solitäre Nahversorgungsstandorte eine wichtige Versorgungsfunktion innerhalb des SUK-Gebiets. Sie werden allerdings – anders als der zentrale Versorgungsbereich – nicht räumlich parzellenscharf abgegrenzt. Im Sinne des Bauplanungsrechts schützenswert sind sie jedoch trotzdem, da sie bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig ob innerhalb oder außerhalb des Stadt-Umland-Gebietes – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen sind.

Zum Erhebungszeitpunkt im Februar 2011 ergeben sich in der Region Heide **fünf solitäre Nahversorgungsstandorte**<sup>74</sup>:

- Husumer Straße (Heide, Stadt): derzeitiger Anbieter Netto
- Meldorfer Straße (Heide, Stadt): derzeitiger Anbieter Lidl<sup>75</sup>
- Waldschlösschenstraße (Heide, Stadt): derzeitiger Anbieter Netto
- Hauptstraße (Nordhastedt): derzeitiger Anbieter Edeka
- Steller Weg (Weddingstedt): derzeitiger Anbieter Edeka

Eine Sicherung und (Weiter-) Entwicklung dieser bestehenden Standorte ist grundsätzlich – vor dem Hintergrund der o. a. Zielsetzung – zu empfehlen. Auch eine perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte kann vor allem dann zu empfehlen sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können. Vor dem Hintergrund der aktuell schon überdurchschnittlich hohen Zentralitätswerte im Bereich der nahversorgungsrelevanten Warengruppen sowohl in der Region Heide als auch vor allem in der Kreisstadt Heide – solitär betrachtet –, ist eine Entwicklung neuer, zusätzlicher Nahversorgungsstandorte aus zwei Gründen wenig realistisch. Zum einen ist das perspektivische Schließen der bestehenden Versorgungslücke in der Stadt Heide (zwischen der Innenstadt und dem Sonderstandort „Heide-Ost“) insbesondere aufgrund der geplanten Aldi Verlagerung und Erweiterung in „Heide-Ost“ zweifelhaft. Zum anderen sind dem perspektivischen Beheben von aktuell bestehenden, auf die wohnungsnah Grundversorgung bezogenen Unterversorgungen in den Umlandgemeinden

---

<sup>74</sup> vgl. hierzu auch Kapitel 8.2

<sup>75</sup> Eine Erweiterung des Lebensmitteldiscounters Lidl von derzeit 800 m<sup>2</sup> auf ca. 1.000 m<sup>2</sup> befindet sich aktuell in der Planungsphase.

enge Grenzen gesetzt. Hier mangelt es an einer entsprechenden Mantelbevölkerung, die aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standorts rentabel machen würde. Da die heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rund 1.000 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche betragen, ist für einen rentablen Betrieb in der Regel ein Kaufkraftpotenzial von etwa 5.000 Einwohnern im Einzugsbereich erforderlich. Diese Schwelle wird grundsätzlich von allen Umlandgemeinden deutlich unterschritten.

Grundsätzlich gilt es sowohl bei der Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch bei einer perspektivischen Neuentwicklung zu beachten, dass negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung auszuschließen sind. Die Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes sind in diesem Zusammenhang zu beachten (vgl. Kapitel 8.4).

Für eine perspektivische Entwicklung solitärer Nahversorgungsstandorte im SUK-Gebiet sind darüber hinaus folgende Leitfragen zu beachten:

- Ist eine städtebauliche Integration in die bestehenden Wohnsiedlungsbereiche gegeben?
- Ist die fußläufige Erreichbarkeit der Standorte in ausreichendem Maße gewährleistet?
- Wie ist die räumliche Lage des solitären Nahversorgungsstandortes zum zentralen Versorgungsbereich der Region Heide?
- Sind quantitative oder räumliche Angebotsdefizite vorhanden?
- Welche Angebotsbreite und -tiefe besteht am solitären Nahversorgungsstandort bzw. wie verändert sich diese durch eine geplante Erweiterung / Ausbau?
- Ist eine ausreichende Einwohnerzahl im fußläufigen Einzugsbereich des solitären Nahversorgungsstandorts vorhanden, die durch ihre sortimentspezifische Kaufkraft den zu erwartenden Umsatz der dortigen Anbieter abdecken kann?

### Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit den solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- **Bestehende Standorte** können im Sinne einer wettbewerbsmäßigen Verkaufsflächenanpassung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion **maßvoll erweitert** werden (nicht mehr als 10 % der Gesamtverkaufsfläche).
- Den vergleichsweise kleinen strukturprägenden Nahversorgern in Nordhastedt und Weddingsstedt sind jedoch aufgrund ihrer geringen Mantelbevölkerung in ihrer Entwicklungsperspektive deutliche Grenzen gesetzt.
- Ein **Schließen der bestehenden Versorgungslücke** zwischen der **Innenstadt und dem Sonderstandort Heide-Ost** ist aufgrund geplanter Erweiterungen im Bestand (insb. Aldi-Verlagerung am Standort Heide-Ost, Einzelhandelsentwicklung an der Markt-Westseite in der Innenstadt) **unrealistisch**.

### 8.2.3 Ergänzungsstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels in der Region Heide

---

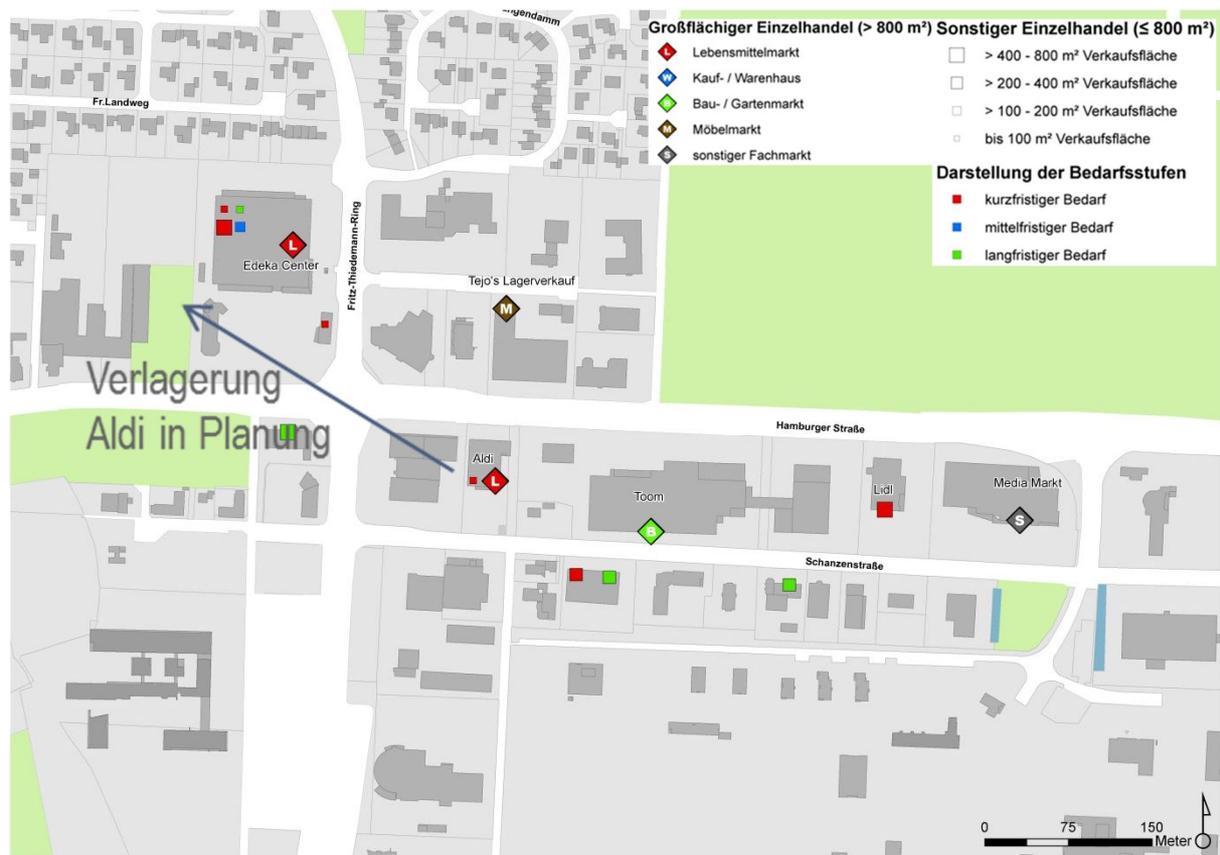
Neben der Innenstadt der Kreisstadt Heide bestehen drei weitere räumliche Angebotsschwerpunkte im Stadt-Umland-Gebiet. Diese stellen städtebaulich nicht integrierte Sonderstandorte des vornehmlich großflächigen Einzelhandels dar. Darüber hinaus existieren aktuell fünf solitäre Nahversorgungsstandorte.

#### *8.2.3.1 Perspektivischer Ergänzungsstandort „Heide-Ost“*

---

Vor dem Hintergrund des Entwicklungsleitbildes einer räumlich funktionalen Gliederung mit einer sinnvollen Arbeitsteilung der Angebotsstandorte untereinander, ist der Sonderstandort „Heide-Ost“ zukünftig abzusichern und als perspektivischer, zentrenverträglicher Ergänzungsstandort mit überwiegend großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben weiterzuentwickeln. Dabei ist darauf zu achten, dass die Weiterentwicklung in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt geschieht und sich weder zulasten dieses rechtlich schützenswerten Bereichs noch zulasten der wohnortnahen Grundversorgung im gesamten Stadt-Umland-Gebiet auswirkt. Grundsätzlich ist deshalb von einem Ausbau zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in „Heide-Ost“ konsequent abzu- sehen. Eine Realisierung ergänzender nicht zentrenrelevanter Angebote ist jedoch möglich und vor dem Hintergrund einer räumlichen Konzentration dieses Angebotsbereichs auf durch Einzelhandel vorgeprägte Standorte einerseits und einer flächensparenden Stadtentwicklung andererseits anzuraten. Derartige Empfehlungen wurden für den Sonderstandort „Heide-Ost“ auch im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2000 gegeben. Der gesamte Standortbereich inklusive der angrenzenden Freiflächen sollte dahingehend bauplanungsrechtlich abgesichert werden. Das heißt, dass Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment sowie weitere zentrenrelevante Nutzungen über einen qualifizierten Bebauungsplan mit Hilfe einer differenzierten Sondergebietsfestsetzung oder in anderen Baugebietstypen über § 1 (5-9) BauNVO ausgeschlossen werden sollten. Ebenso besteht für im Zusammenhang bebaute Ortsteile gem. § 34 BauGB die Möglichkeit, einen einfachen Bebauungsplan zur Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche gem. § 9 (2a) BauGB aufzustellen. Bestehende Anbieter mit zentrenrelevantem Kernsortiment am Standort genießen grundsätzlich Bestandsschutz und sind auf ihre aktuelle Verkaufsflächendimension festzuschreiben.

**Karte 38: Perspektivischer Ergänzungsstandort „Heide-Ost“**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

Als Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Standortbereich „Heide-Ost“ lassen sich – auch unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2000 – folgende Aussagen formulieren:

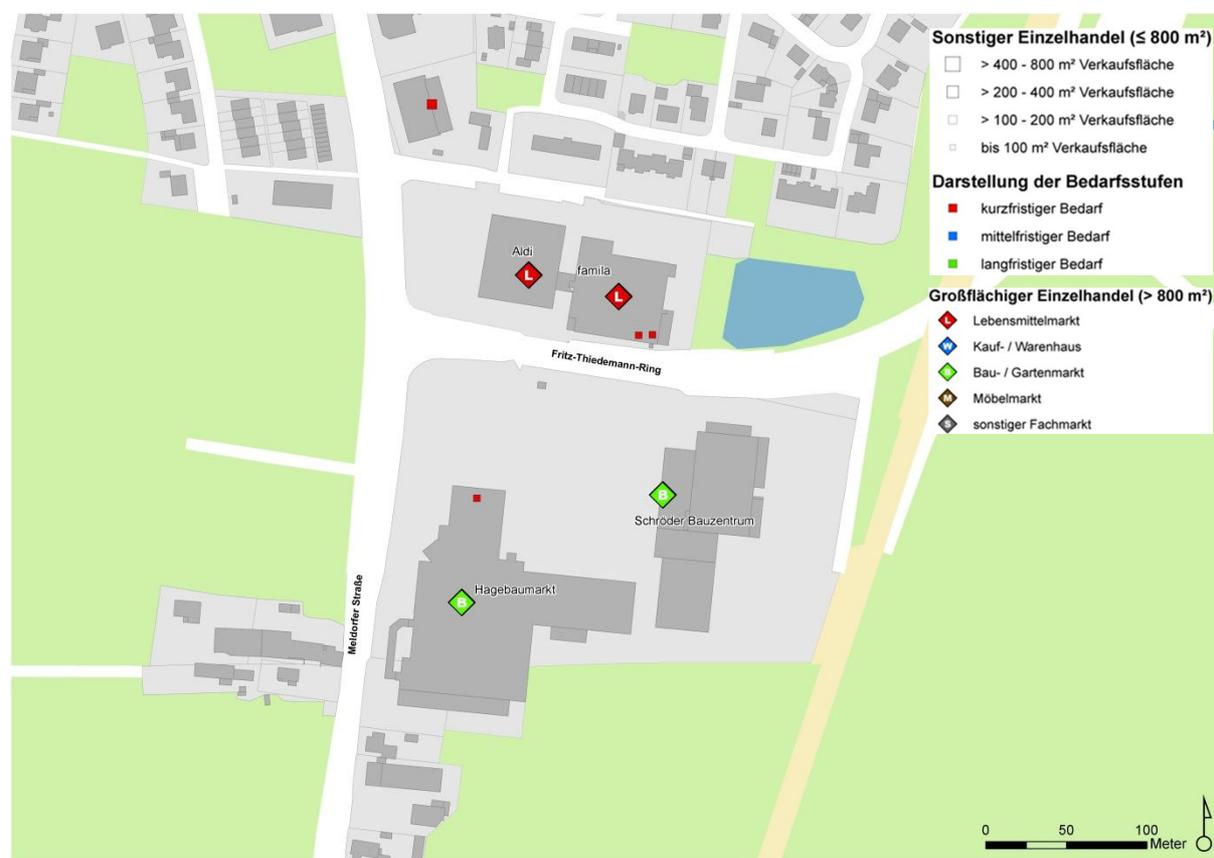
- Sicherung und Entwicklung als **zentrenverträglicher Ergänzungsstandort** mit überwiegend großflächigem Einzelhandel (Fachmärkte) in **funktionaler Ergänzung** zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und der wohnortnahen Grundversorgung
- **Kein weiterer Ausbau nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanter Angebote** (bereits „Übererfüllung“ der Nahversorgungsfunktion) mit Blick auf die Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und der wohnortnahen Versorgung
- Umstrukturierungen und Ergänzungen mit nicht zentrenrelevanten Angeboten in funktionaler Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt grundsätzlich möglich

#### 8.2.3.2 Perspektivischer Ergänzungsstandort „Heide-Süd“

Für die zukünftige Entwicklung des Sonderstandorts „Heide-Süd“ als perspektivischer Ergänzungsstandort gelten identische Ziele und Empfehlungen, wie für den Standortbereich „Heide-Ost“. Als Aktualisierung der Empfehlungen aus dem Jahre 2000 ist zudem festzuhalten, dass „Heide-Süd“ nicht mehr als „Ergänzungsstandort mit Nahversorgungsfunktion“ eingestuft werden kann. Eine zusätzliche Verkaufsflächenentwicklung von insbesondere nahversorgungsrele-

vanten Sortimenten ist aus gutachterlicher Sicht – wegen der schon bestehenden Nahversorgungsüberfunktion – nicht zu empfehlen.

**Karte 39: Perspektivischer Ergänzungsstandort „Heide-Süd“**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

Als Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Standortbereich Heide-Süd gelten – auch unter Berücksichtigung der Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahre 2000 – somit:

- Sicherung und Entwicklung als **zentrenverträglicher Ergänzungsstandort** mit überwiegend großflächigem Einzelhandel (Fachmärkte) in **funktionaler Ergänzung** zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und der wohnortnahen Grundversorgung
- **Kein weiterer Ausbau nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanter Angebote** (bereits „Übererfüllung“ der Nahversorgungsfunktion) mit Blick auf die Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und der wohnortnahen Versorgung
- Umstrukturierungen und Ergänzungen mit nicht zentrenrelevanten Angeboten in funktionaler Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt grundsätzlich möglich

#### 8.2.3.3 Perspektivischer Ergänzungsstandort „Waldstraße (Wesseln)“

Auch der Sonderstandort „Waldstraße“ tritt im zentren- und nahversorgungsrelevanten Angebot in funktionale Konkurrenz zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und den bestehenden Nahversorgungsstandorten, was seine perspektivische Funktion als Ergänzungsstandort kon-

terkariert. Demzufolge gelten auch für den Standortbereich „Waldstraße“ die bereits in Bezug auf die weiteren Sonderstandorte formulierten Entwicklungsziele und -empfehlungen. Hohe Priorität kommt dem zukünftigen Ausschluss von weiterem zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Einzelhandel – unabhängig der Größenordnung – zu. Eine aktive Ausschlussplanung seitens der Region Heide muss dabei sowohl perspektivische Neuansiedlungen als auch mögliche Erweiterungsabsichten bestehender Anbieter umfassen. Dies gilt insbesondere auch für den am Standort vorhandenen Leerstand an der Von-Humboldt-Straße (ehemaliger Aldi-Lebensmittel-discounter mit rd. 700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche). Vor dem Hintergrund des Bestandschutzes ist hier grundsätzlich eine Einzelhandelsnachnutzung möglich. Aus gutachterlicher Sicht ist deshalb dringend anzuraten, Einzelhandelsnutzungen mit zentren- oder nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht in Betracht zu ziehen.

**Karte 40: Perspektivischer Ergänzungsstandort Waldstraße (Wesseln)**



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis der Region Heide

### Entwicklungsziele und -empfehlungen

Als Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Sonderstandort Waldstraße in der Umland-gemeinde Wesseln können folgende Aussagen formuliert werden:

- Sicherung und Entwicklung als **zentrenverträglicher Ergänzungsstandort** mit überwiegend großflächigem Einzelhandel (Fachmärkte) in **funktionaler Ergänzung** zum zentralen Ver-sorgungsbereich Innenstadt und der wohnortnahen Grundversorgung
- **Kein weiterer Ausbau nahversorgungs- und insbesondere zentrenrelevanter Angebote** mit Blick auf die Sicherung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und der wohnort-nahen Versorgung

- Umstrukturierungen und Ergänzungen mit nicht zentrenrelevanten Angeboten in funktionaler Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadt grundsätzlich möglich

#### 8.2.4 Tabubereiche für Einzelhandel in der Region Heide

---

Tabubereiche sind notwendig, um eine geordnete Stadtentwicklung mit klaren räumlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten. Grundsätzlich umfassen die **Tabubereiche für den Einzelhandel alle Gebiete, die nicht durch Wohnen geprägt oder als zentraler Versorgungsbereich definiert sind, abgesehen von den perspektivischen Ergänzungsstandorten „Heide-Ost“, „Heide-Süd“ und „Waldstraße (Wesseln)“, die als Vorrangstandorte für großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel definiert sind.** Insbesondere für den großflächigen nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandel ergeben sich Restriktionen auf Basis zu geringer Siedlungsdichte bzw. Mantelbevölkerung im Stadt-Umland-Gebiet. Standortbereiche **ohne Einzelhandelsvorprägung sind für jeglichen großflächigen Einzelhandel auszuschließen.**

Die Ansiedlung von Einzelhandel (mit zentren- bzw. nahversorgungsrelevantem Kernsortiment) im Bereich der städtischen Ein- bzw. Ausfallstraßen (z. B. Meldorfer Straße (B 5), Hamburger Straße / Friedrichswerk (B 203) ist zum Schutz des bestehenden Versorgungsbereichs und im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung auszuschließen.

### 8.3 Sortimentsliste Region Heide

---

Die Sortimentsliste für die Region Heide-Umland stellt ein wichtiges bauplanungsrechtliches Instrumentarium zur Steuerung des Einzelhandels im Stadt-Umland-Gebiet dar. Rechtliche Prämissen und Rahmenbedingungen, Begriffsdefinitionen sowie schließlich die Herleitung der für die Stadt Heide sowie die elf Umlandgemeinden regionstypischen Liste werden im Folgenden dargestellt.

#### 8.3.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

---

##### **Ausgangssituation**

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichterlich anerkannt<sup>76</sup>. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für

- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten) und

---

<sup>76</sup> vgl. hierzu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des OVG NRW vom 30.01.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentspezifische Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich gem. § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann mit Hilfe einer ortstypischen Sortimentsliste beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (5-9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden<sup>77</sup>. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur kern- oder sondergebietspflichtige großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren i. S. v. § 11 (3) BauNVO außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen folgen lassen. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsschwelle von 800 m<sup>2</sup><sup>78</sup>, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische bzw. – wie im Falle der Region Heide – auf eine stadt-umland-gebietspezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den lokalen Verhältnissen aber auch zu den lokalen Entwicklungsperspektiven besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Nichtigkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen<sup>79</sup>. **Die Ortstypik ist entscheidend.**

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil des Einzelhandelskonzeptes für die Region Heide dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen auch nicht zentrenrelevanter Sortimente empfohlen wird<sup>80</sup>.

### Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente<sup>81</sup> zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort

<sup>77</sup> vgl. hierzu das Urteil des OVG NRW (Urt. v. 25.10.2007 – 7 A 1059/06)

<sup>78</sup> vgl. hierzu das Urteil des BVerwG (Urt. v. 24.11.2005 – 4 C 10.04)

<sup>79</sup> vgl. hierzu die Urteile des OVG NRW (Urt. v. 03.06.2002 – 7a D 92/99.NE) sowie OVG NRW (Urt. v. 30.01.2006 – 7 D 8/04.NE)

<sup>80</sup> vgl. hierzu Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, S. 242

<sup>81</sup> Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Branchenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind (Kriterium: Passantenfrequenzen). Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten (Kriterium: Einzelhandelsstruktur) und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung (Kriterium: Einzelhandelszentralität). Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (Kriterium: Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Kriterium: Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren (Kriterium: Transportfähigkeit). Insbesondere den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu. Die Anbieter dieser Sortimente nehmen wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Betriebe wahr.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Auf sie treffen i. d. R. die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- sowie Grund- und Nahversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Sie sind somit nicht stets, sondern i. d. R. als zentrenrelevant einzustufen. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Bau- und Gartenmärkte) haben diese Sortimente in der Regel für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Die wichtigsten Differenzierungskriterien insbesondere hinsichtlich der Unterscheidung zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind der folgenden Tabelle 38 noch einmal zusammenfassend dargestellt.

**Tabelle 38: Merkmale zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente**

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevante Sortimente	Nicht zentrenrelevante Sortimente
<b>Städtebauliche- und Einzelhandelsstruktur</b>	notwendig für einen attraktiven Branchenmix hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsgebiete Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
<b>Besuchersfrequenz</b>	erzeugen und benötigen hohe Besuchersfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besuchersfrequenz
<b>Integrationsfähigkeit</b>	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z. B. Möbel) autokundenorientiert
<b>Einzelhandelszentralität</b>	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i. d. R. hohe kommunale und z. T. auch regionale Ausstrahlungskraft
<b>Kopplungsaffinität</b>	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i. d. R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
<b>Transportfähigkeit</b>	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d. h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

Quelle: eigene Darstellung

### 8.3.2 Herleitung der Sortimentsliste für die Region Heide

Die Sortimentsliste für die Region Heide stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung einzelhandelsbezogener städtebaulicher Leitvorstellungen dar. Kuschnerus verweist im Sinne der Rechtssicherheit auf folgende Vorgehensweise, die sich bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht erwiesen hat<sup>82</sup>:

- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen bzw. stadt-umland-gebietspezifischen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen

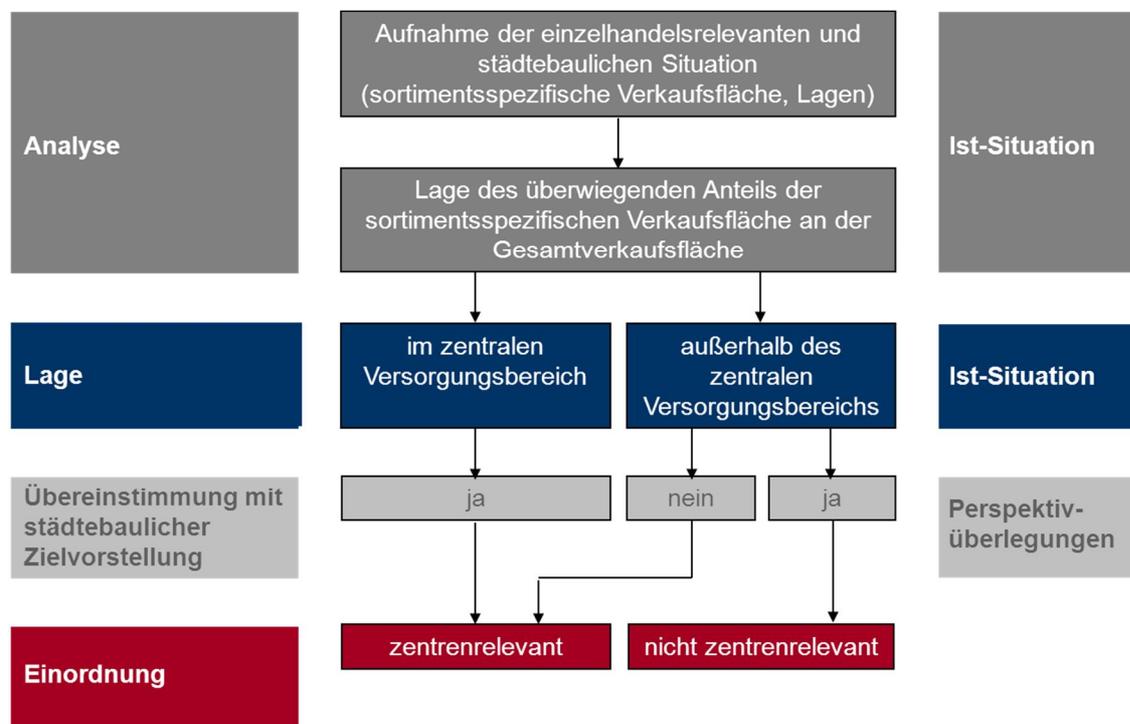
<sup>82</sup> vgl. hierzu Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. S. 263f

Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeindespezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).

- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der gerade dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente im Stadt-Umland-Gebiet:

**Abbildung 26: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten**



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in der Region Heide sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs in der Kreisstadt Heide aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen – insbesondere der Stärkung gewachsener Siedlungs- und Zentrenstrukturen – im SUK-Gebiet ergibt sich die in Tabelle 39 dargestellte Sortimentsliste für die Region Heide mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

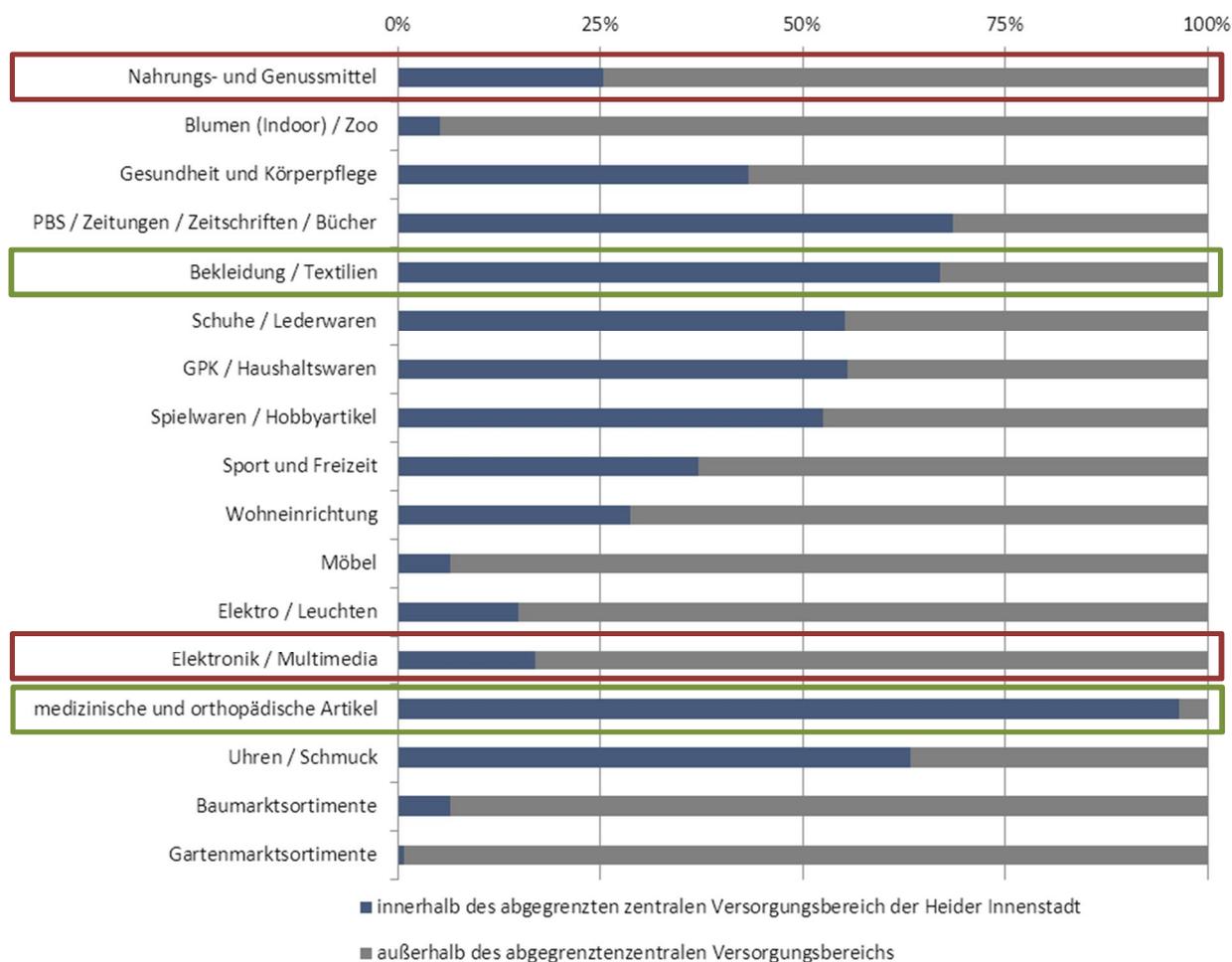
**Tabelle 39: Sortimentsliste für die Region Heide**

<b>Zentrenrelevante Sortimente</b>	
<b>hiervon nahversorgungsrelevant</b>	
<b>A</b> potheke (pharmazeut. Artikel)	<b>H</b> andarbeitswaren, Meterwaren, Kurzwaren, Wolle
<b>B</b> ack- und Fleischwaren	Heimtextilien
(Schnitt-) Blumen	Hobbyartikel
<b>D</b> rogeriewaren (Wasch- und Putzmittel, Kosmetikartikel)	<b>K</b> unstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen
<b>N</b> ahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke)	<b>L</b> ederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
<b>Z</b> eitungen, Zeitschriften	<b>M</b> edizinische und orthopädische Artikel
	Musikinstrumente und Zubehör
	<b>O</b> ptik, Augenoptik
<b>A</b> ngler- und Jagdartikel und Waffen	<b>P</b> apier, Büroartikel, Schreibwaren
<b>B</b> ekleidung	Parfümeriewaren
Bettwaren und Matratzen	<b>S</b> anitätsbedarf
Bücher	Schuhe
<b>E</b> lektrokleingeräte	Spielwaren
Elektronik und Multimedia (Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Foto, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör)	Sportartikel und –geräte (ohne Sportgroßgeräte)
<b>G</b> eschenkartikel	Sportbekleidung / Sportschuhe
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	<b>T</b> eppiche ( Einzelware)
	<b>U</b> hren / Schmuck
	<b>W</b> ohneinrichtungsartikel
<b>Nicht zentrenrelevante Sortimente</b>	
<b>B</b> aulemente, Baustoffe	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Baumarktspezifisches Sortiment	<b>M</b> aschinen / Werkzeuge
Bodenbeläge / Teppiche (Auslegeware)	Möbel
<b>E</b> isenwaren / Beschläge	<b>P</b> flanzen / Samen
Elektrogroßgeräte	<b>R</b> ollläden, Markisen
Elektroinstallationsmaterial	<b>S</b> anitärartikel
Erotikartikel	<b>S</b> portgroßgeräte
<b>F</b> ahrräder und technisches Zubehör	Tapeten
Farben / Lacke	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
Fliesen	<b>Z</b> oologische Artikel / lebende Tiere
<b>G</b> artenartikel und –geräte	
<b>K</b> amine / Kachelöfen	
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	
Kinderwagen	

Quelle: eigene Darstellung

Insgesamt stellt sich die räumliche Verteilung der **warengruppenspezifischen Verkaufsflächen** – aus der die jeweilige sortimentspezifische Verteilung weiter ausdifferenziert wird<sup>83</sup> – im Stadt-Umland-Gebiet differenziert nach der Lage innerhalb oder außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Heider Innenstadt wie in Abbildung 27 aufgezeigt dar.

**Abbildung 27: Verteilung der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche**



Quelle: eigene Darstellung

Positiv hervorzuheben sind die Bereiche Bekleidung / Textilien sowie medizinische und orthopädische Artikel. Hier befinden sich prägende Verkaufsflächenanteile innerhalb der Heider Innenstadt. In abgeschwächter Form trifft dies auch auf die Angebote in der Warengruppe Schuhe / Lederwaren zu. Negativ treten vor allem die Angebotsbereiche Nahrungs- und Genussmittel sowie Elektronik / Multimedia hervor. In diesen typischerweise zentrenprägenden – und im Bereich Nahrungs- und Genussmittel zudem nahversorgungsrelevanten – Warengruppen entfallen vergleichsweise geringe Anteile des Angebots auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich. Dies liegt insbesondere an den umfangreichen Verkaufsflächenangeboten in diesen Branchen an den perspektivischen Ergänzungsstandorten „Heide-Ost“, „Heide-Süd“ und

<sup>83</sup> So untergliedert sich z. B. die Hauptwarengruppe Spielwaren / Hobbyartikel in die Sortimente Hobbyartikel, Musikinstrumente und Zubehör sowie Spielwaren, oder die Hauptwarengruppe Elektro / Leuchten in das für die Region Heide als zentrenrelevant eingeordnete Sortiment der Elektrokleingeräte und die als nicht zentrenrelevant eingeordneten Sortimente der Elektrogroßgeräte sowie der Lampen, Leuchten und Leuchtmittel. Vgl. hierzu auch den Methodikteil in Kapitel 3.

„Waldstraße“ in Wesseln.

Bei der Einordnung der **einzelnen Sortimente** hinsichtlich ihrer Nahversorgungsrelevanz, Zentrenrelevanz oder nicht Zentrenrelevanz ergeben sich vereinzelt Abweichungen von der Bestandssituation. Hierunter fallen:

***Typischerweise zentren- und / oder nahversorgungsrelevante Sortimente, die aufgrund der lokalen Bestandssituation im SUK-Gebiet ihren Angebotsschwerpunkt außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs haben (Anteil der sortimentspezifischen Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich < 55 %) und in der Sortimentsliste für die Region Heide als nahversorgungsrelevant bzw. zentrenrelevant eingestuft sind.***

In der Einzelhandelslandschaft im Stadt-Umland-Gebiet haben derzeit eine Reihe von typischerweise zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten ihren Angebotsschwerpunkt außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Hierzu zählen:

- |   |                                      |
|---|--------------------------------------|
| ■ Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke) | ■ Elektrokleingeräte                 |
| ■ Back- und Fleischwaren                      | ■ Fahrräder und Zubehör              |
| ■ (Schnitt-) Blumen                           | ■ Heimtextilien                      |
| ■ Zeitungen und Zeitschriften                 | ■ Hobbyartikel                       |
| ■ Elektronik und Multimedia                   | ■ Sportartikel                       |
| ■ Lampen, Leuchten, Leuchtmittel              | ■ Angler- und Jagdartikel und Waffen |
|   | ■ Zoologische Artikel                |

Nahversorgungsrelevante Sortimente – insbesondere im Bereich Lebensmittel – übernehmen im zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt eine prägende Funktion im Rahmen der kurzfristigen Bedarfsdeckung. Im Bestand liegt allerdings der Angebotsschwerpunkt sowohl von Nahrungs- und Genussmittel als auch von Backwaren, Fleischwaren und Getränken primär außerhalb des abgegrenzten Zentrums. Vorgeschlagen wird deshalb, im Sinne der Zielvorstellungen zur künftigen Stadt- und Regionalentwicklung sowie zur Einzelhandelssteuerung im Stadt-Umland-Gebiet (insbesondere zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgungssituation), diese Sortimente **als nahversorgungsrelevant** einzustufen. Entsprechendes gilt für die Sortimente (Schnitt-) Blumen und Zeitungen / Zeitschriften.

Im Hinblick auf die Einstufung **als zentrenrelevant** gilt die vor dem Hintergrund der lokalen Bestandssituation abgeänderte Einordnung für die Sortimente Elektrokleingeräte, Elektronik und Multimedia, Fahrräder und Zubehör, Heimtextilien, Hobbyartikel, Sportartikel sowie Angler- und Jagdbedarf und Waffen. Diese Sortimente sind nach stadt- und regionalentwicklungspolitischen Zielvorstellungen zukünftig für den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich prägend.

Vor dem Hintergrund der örtlichen Angebotssituation werden die Sortimente Lampen, Leuchten, Leuchtmittel sowie Zoologische Artikel **als nicht zentrenrelevant** eingeordnet, denn:

- **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** werden in der Region Heide fast ausschließlich durch großflächige Fachmärkte (v. a. Hagebaumarkt am perspektivischen Ergänzungsstandort „Heide-Süd“ und Toom-Baumarkt am perspektivischen Ergänzungsstandort „Waldstraße“ in Wesseln) angeboten und sind nur marginal im zentralen Versorgungsbereich In-

nenstadt Heide vertreten. Eine mehrheitliche Rückverschiebung wird als nicht realistisch und nicht notwendig betrachtet.

- Zwar ist **(Klein-) Tierfutter** als nahversorgungsrelevantes Sortiment einzustufen, das vor allem auch Bestandteil der Angebotspalette von Nahversorgern (Lebensmittelanbietern und Drogeriemärkten) ist. In der Region Heide wird das Sortiment zoologischer Artikel insgesamt jedoch in deutlicher Mehrheit in größeren Zoofachgeschäften (v. a. die beiden Zoo & Co Fachmärkte an der Hamburger Straße sowie am perspektivischen Ergänzungsstandort „Waldstraße“ und dem Fachmarkt Fressnapf an der Meldorfer Straße) außerhalb der Zentren angeboten. Somit werden **zoologische Artikel** in der Gesamtheit als nicht zentrenrelevant definiert.

Das Angebot im Bereich **Sportartikel** wird im SUK-Gebiet schwerpunktmäßig außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs vorgehalten und ist damit zunächst als nicht zentrenrelevant einzustufen. Aufgrund der großen Breite des sortimentsinternen Angebots sowie der sehr unterschiedlichen räumlichen Angebotsvoraussetzungen wird empfohlen, den Bereich Sportartikel in die Sortimente **„Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)“** und **„Sportgroßgeräte“** aufzuteilen. Dabei ist das eher kleinteilig strukturierte Sortiment Sportartikel und -geräte als zentrenrelevant und das sich durch sperrige, große Güter, welche auf den PKW-Abtransport angewiesen sind, kennzeichnende Sortiment Sportgroßgeräte als nicht zentrenrelevant einzuordnen.

#### 8.4 Grundsätze der Entwicklung des Einzelhandels in der Region Heide

---

Insbesondere im Rahmen der zukünftigen bauleitplanerischen Umsetzung stellt **das Einzelhandelskonzept** eine wichtige Entscheidungsgrundlage für perspektivische politische wie städtebauliche Entscheidungen in Richtung Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Region Heide dar. Auch kommt ihm die Bedeutung als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. v. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu. Es gibt aber keine abschließende Auskunft über die städtebauliche Steuerung von Einzelhandelsnutzungen. Vielmehr formuliert es Leitvorstellungen und Grundregeln, die im (bauleitplanerischen) Einzelfall umzusetzen sind. Somit ist die Stadt Heide sowie das Amt KLG Heider Umland nicht von der Pflicht entbunden, in jedem Einzelfall zu prüfen, welche bauleitplanerischen Festsetzungen städtebaulich gerechtfertigt werden können und mit dem Abwägungsgebot vereinbar sind.

Dabei gilt es zu berücksichtigen, dass bei isolierter Betrachtung einzelner Vorhaben nicht in jedem Fall negative Auswirkungen auf die Versorgungssituation in den zu schützenden zentralen Lagen aufgezeigt werden können. Bei solchen **Einzelfallbetrachtungen** (z. B. im Rahmen einer städtebaulichen Verträglichkeitsanalyse), bei denen häufig nur bestimmte Teilbereiche des Stadtgebietes untersucht werden, liegen Auswirkungen durch absatzwirtschaftliche Umverteilungen nicht selten unterhalb einer städtebaulich relevanten Schwelle. Folgerichtig kommt somit die Einzelfallbetrachtung häufig zum Ergebnis der Verträglichkeit eines beantragten Planvorhabens.

Im Rahmen der Erarbeitung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeptes bilden hingegen **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für das gesamte Stadtgebiet** den übergeordneten Rahmen, aus dem grundsätzliche Strategien für die künftige räumliche Einzelhandelsentwicklung im Stadt-Umland-Gebiet abgeleitet werden. Diese als Grundsätze formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden die Grundlagen für die Bewer-

tung einzelner Standorte im Hinblick auf ihre Eignung als perspektivischer Einzelhandelsstandort und somit auch möglicher Planvorhaben an diesen Standorten. Der wesentliche Vorteil dieser Betrachtungsweise über das gesamte SUK-Gebiet ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen, die die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur folgen lassen, aufgezeigt werden.

Es sollen für die Region Heide die folgenden Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung gelten, die als „**Ansiedlungsregeln**“ zur Einordnung bzw. Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben dienen und durch entsprechende politische Beschlüsse untermauert werden sollten. Die hier aufgeführten Regelungen betreffen zukünftige Einzelhandelsentwicklungen, d. h. die Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Betrieben. Für bereits bestehende bzw. genehmigte Einzelhandelsbetriebe, deren Nutzung bzw. Größenordnung gemäß diesen Regelungen an einem Standort zukünftig nicht mehr zulässig wäre, gilt mindestens der „**passive Bestandsschutz**“. Dieser ist begrenzt auf den genehmigten Bestand und die genehmigte Funktion.

Generelle Aussagen zu den Grundsätzen der räumlichen Entwicklung:

- die Regeln haben keine unmittelbare Wirkung, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bebauungsplanung dar.
- Für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgebend.
- Die Grundsätze gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen.
- Bestehende Einzelhandelsbetriebe sind – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (Bestandsschutz).

Vor diesem Hintergrund werden die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung im Stadt-Umland-Gebiet im Folgenden dargestellt. Es sind unter Berücksichtigung der allgemeinen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sowie der gesetzlichen Rahmenbedingungen insgesamt sechs Fallkonstellationen zur Steuerung des Einzelhandels zu unterscheiden. Einen graphischen Überblick hierüber verschafft folgende Tabelle 40:

**Tabelle 40: Fallkonstellationen der Einzelhandelssteuerung**

	Kernsortiment		Größenordnung	Mögliche Beispiele
Grundsatz 1	nahversorgungsrelevant	1	kleinflächig, $\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z. B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte, z. B. Süßwaren; Lebensmittelhandwerksbetrieb (z. B. Bäcker / Metzger)
		2	großflächig $> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter
Grundsatz 2	zentrenrelevant	3	kleinflächig, $\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Sportgeschäft
		4	großflächig $> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Textilkaufhaus, Elektronikfachmarkt
Grundsatz 3	nicht zentrenrelevant	5	kleinflächig, $\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Fahrradfachgeschäft, Elektrofachgeschäft
		6	großflächig $> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Möbelmarkt, Baumarkt, Gartencenter

Quelle: eigene Zusammenstellung

#### 8.4.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (Grundsatz 1)

##### Ziel:

- Sicherung und Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Heide sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebots im Stadt-Umland-Gebiet
- Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß des Entwicklungsleitbildes
- Sicherung und ggf. Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebots im gesamten Stadt-Umland-Gebiet

##### **Grundsatz 1: Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment i. S. der Sortimentsliste für die Region Heide**

- Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment *müssen* im zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt liegen.
- Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten *dürfen nicht* in Gewerbe- und Industriegebieten (z. B. Gewerbepark Westküste) angesiedelt werden. (Mögliche Ausnahme: Tankstellenshop, Kiosk)

##### ■ **Ausnahme 1:**

**Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment** können in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten (außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs) im SUK-Gebiet der Nahversorgung dienen. Negative städtebauliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die wohnungsnahen Versorgungsstrukturen sind auszuschließen (Einzelfallprüfung -> i. d. R. nicht großflächige Betriebe  $\leq 800 \text{ m}^2$  Verkaufsfläche).

##### ■ **Ausnahme 2:**

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- oder GI-Gebieten („**Handwerkerprivileg**“):

- Verkaufsfläche ist dem Betrieb räumlich zugeordnet
- Verkaufsfläche ist in betrieblichem Zusammenhang errichtet
- Verkaufsfläche und Umsatz sind dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet
- Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO wird nicht überschritten

##### **Erläuterung:**

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie der Sicherung und ggf. dem Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebots im gesamten Stadt-Umland-Gebiet sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch nicht großflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig im zentralen Ver-

sorgungsbereich der Heider Innenstadt liegen. Um die Nahversorgung möglichst für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die **Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben (insbesondere großflächigen) mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment positiv zu steuern**. Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die Nahversorgung auch zukünftig zu sichern. Zusätzliche Angebote dürfen die wohnungsnah Grundversorgung im Stadt-Umland-Gebiet nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

Folgende Ausnahmen können im Sinne einer flächendeckenden und möglichst wohnungsnahen Grundversorgung in der gesamten Region Heide im Einzelfall möglich sein. Sie gelten ausdrücklich nicht für Standorte innerhalb von Gewerbegebieten (mögliche Ausnahmen: Tankstellenshops, Kioske), um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten und für gewerbliche Nutzungen vorzuhalten.

#### **Erläuterung Ausnahme 1:**

In Siedlungsgebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (u. a. MI, WA, unbepannter Innenbereich gem. § 34 BauGB) können im **gesamten Stadt-Umland-Gebiet** Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im unmittelbaren Nahbereich geschlossen werden kann und sie damit der Sicherung und dem Erhalt eines möglichst engmaschigen Versorgungsnetzes dienen. Die Ausnahme gilt sowohl für städtebaulich integrierte Siedlungsgebiete in der Kreisstadt Heide als auch für integrierte Lagen in den Umlandgemeinden Hemmingstedt, Lieth, Lohe-Rickelshof, Neuenkirchen, Norderwörden, Nordhastedt, Ostrohe, Stelle-Wittenwurth, Weddingstedt, Wesseln und Wörden. In einem solchen Einzelfall sollte allerdings zum einen die wohnungsnah Grundversorgungsfunktion nachgewiesen und zum anderen dargestellt werden, dass das Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die bestehenden (Nah-) Versorgungsstrukturen und insbesondere auf den zentralen Versorgungsbereich erwarten lässt. Zur **Operationalisierung** kann das Kaufkraft-Umsatz-Verhältnis im Versorgungsraum sowie die Distanz zum nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich herangezogen werden.

#### **Erläuterung Ausnahme 2:**

In Gewerbegebieten bestehen für **nicht großflächige** Verkaufsstätten in **direkter Verbindung** mit Gewerbebetrieben Ansiedlungsperspektiven, wenn Verkaufsfläche wie Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind („**Handwerkerprivileg**“).

#### 8.4.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment (Grundsatz 2)

##### Ziel:

- Sicherung und Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Heide sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebots im Stadt-Umland-Gebiet
- Erhalt und Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt des regional bedeutsamen Geschäftszentrums der Heider Innenstadt
- Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß des Entwicklungsleitbildes
- Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Betriebe, insbesondere des zentrenrelevanten Einzelhandels

##### **Grundsatz 2: Einzelhandelsbetriebe mit sonstigem zentrenrelevantem Kernsortiment i. S. der Sortimentsliste für die Region Heide**

- Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment *müssen* konsequent im zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt liegen.
- Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortimenten *dürfen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten* (z. B. Gewerbepark Westküste) angesiedelt werden.

##### ■ **Ausnahme 1:**

Standorte für **Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können** bei nachgewiesener Nahversorgungsfunktion auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs an städtebaulich integrierten Standorten im SUK-Gebiet liegen (**sog. Gebietsversorger: i. d. R. deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit von 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche**).

##### ■ **Ausnahme 2:**

Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- oder GI-Gebieten („**Handwerkerprivileg**“):

- Verkaufsfläche ist dem Betrieb räumlich zugeordnet
- Verkaufsfläche ist in betrieblichem Zusammenhang errichtet
- Verkaufsfläche und Umsatz sind dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet
- Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO wird nicht überschritten

##### **Erläuterung:**

Um den zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt als wichtigsten, städtebaulich integrierten räumlichen Angebotsschwerpunkt im SUK-Gebiet perspektivisch abzusichern und zu stärken sowie um eine zukunftsfähige Standortstruktur der handelsbezogenen Angebotsstandorte, die dem Erhalt und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche Rechnung trägt, zu etab-

lieren, ist es sinnvoll und zielführend die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen deshalb zukünftig vorrangig in den räumlichen Zusammenhang des zentralen Versorgungsbereichs der Heider Innenstadt gelenkt werden, um diesen Standort in seiner auch regionalen Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

Grundsätzlich sind im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Heide Einzelhandelsnutzungen jeder Art möglich. Im Sinne stadt- und regionalentwicklungspolitischer Zielvorstellungen sind jedoch folgende Empfehlungen zu einer inneren Gliederung bzw. Steuerung von vor allem großflächigem, zentrenrelevantem Einzelhandel herauszustellen.

Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, unter Berücksichtigung von Möglichkeiten einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche durch Einzelhandel genutzt werden sollte bzw. muss, sondern dass im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Der Grundsatz impliziert einen weitgehend **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs**. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in allgemeinen oder besonderen Wohngebieten unter städtebaulichen Gesichtspunkten grundsätzlich sinnvoll und rechtlich zudem einfach umsetzbar, so gestaltete sich eine derartige **Ausschlussplanung in Mischgebieten** - auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit einer notwendigen Erforderlichkeit – **vergleichsweise schwer**. In diesem Zusammenhang hat das Bundesverwaltungsgericht (Urt. v. 26.03.2009 – 4 C 21.07) allerdings in einer jüngeren Entscheidung deutlich klargestellt, dass ein Einzelhandelsausschluss in Mischgebieten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche dann städtebaulich zu rechtfertigen ist, wenn ein Gesamtkonzept (i. d. R. ein Einzelhandelskonzept) in der Lage ist, die Einzelhandelsentwicklung im gesamten Stadtgebiet nachvollziehbar und widerspruchsfrei zu ordnen<sup>84</sup>. Damit kann diese einschlägige Entscheidung generell als Bekräftigung des Nutzens von Einzelhandelskonzepten angesehen werden.

---

<sup>84</sup> Vgl. dazu Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 (AZ 4 C 21.07)

Das Bundesverwaltungsgericht in Leipzig hat entschieden, dass ein in einem Bebauungsplan festgesetzter genereller Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in Mischgebieten außerhalb zentraler Lagen durch das Ziel einer Stärkung der in einem gesamtstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren städtebaulich gerechtfertigt sein kann. Danach ist es einer Gemeinde auf der Grundlage eines schlüssigen gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts grundsätzlich gestattet, Nutzungsarten, die in Zentren nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen.

Ein Einzelhandelsausschluss in Mischgebieten außerhalb zentraler Lagen kann städtebaulich insbesondere dann sinnvoll sein, wenn Kommunen – wie auch die Kreisstadt Heide – z. T. traditionell gewachsene und kleinteilig strukturierte Versorgungsangebote und -strukturen innerhalb der Zentren aufweisen, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das vorliegende Einzelhandelskonzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch dem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Region Heide entspricht. Insbesondere für außerhalb der Zentren ausgewiesene Mischgebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden (Gebietsversorger) den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts bzw. den stadt- und regionalentwicklungspolitischen Zielvorstellungen des SUK-Gebiets entspricht. In diesem Zusammenhang ist vor allem auch das Entstehen von Einzelhandelsagglomerationen mehrerer, für sich genommen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu vermeiden. Denn von diesen können durch ihre kumulative Wirkung in besonderem Maße zentrenschädliche Auswirkungen ausgehen.

Neben der konsequenten Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in den räumlichen Zusammenhang zentraler Versorgungsbereiche, impliziert der Grundsatz auch das Vorbeugen einer sukzessiven Vermehrung von **zentrenrelevanten Randsortimenten** außerhalb der Zentren. Große Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, die oftmals auf der „grünen“ oder „grauen“ Wiese ansässig sind (z. B. große Möbel- und Einrichtungshäuser oder auch Bau- und Gartenmärkte), führen regelmäßig in größerem Umfang Ergänzungs- oder Randsortimente, welche nicht selten eine Zentrenrelevanz aufweisen. Das Randsortiment ist zwar grundsätzlich dem Kernsortiment in Bezug auf den quantitativen Verkaufsflächenumfang deutlich untergeordnet<sup>85</sup>, jedoch können bei großmaßstäblichen Anbietern die Verkaufsflächen der Randsortimente einen beträchtlichen Umfang erreichen, was wiederum schädigend auf Einzelhändlern in zentralen Lagen wirken kann. Deshalb ist es notwendig auch zentrenrelevante Randsortimente außerhalb zentraler Versorgungsbereiche zu steuern und kontrolliert zu entwickeln (vgl. Grundsatz 3).

#### **Erläuterung Ausnahme 1:**

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Heider Innenstadt, jedoch zwingend in städtebaulich integrierten Lagen, können Neuansiedlungen sowie Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten ausnahmsweise zugelassen werden, insofern von ihnen **keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich des SUK-Gebiets** zu erwarten sind und für den Betrieb **zusätzlich eine Nahversorgungsfunktion für den unmittelbaren Nahbereich nachgewiesen werden kann**. Zentrenschädigende Auswirkungen sind zumeist nicht anzunehmen, wenn ein entsprechendes Vorhaben hinsichtlich seiner Größenordnung **deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit rangiert**. Eine nachgewiesene Nahversorgungsfunktion liegt in der Regel dann vor, wenn der Betrieb der ergänzenden (wohnungsnahen, d. h. fußläufig erreichbaren) Versorgung der Bevölkerung dient, potenziell eine bestehende Versorgungslücke geschlossen werden kann und darüber hinaus der Vorhabenumsatz durch das Kaufkraftpotenzial der Bevölkerung im unmittelbaren Nahbereich gedeckt wird.

<sup>85</sup> Vgl. hierzu das Urteil des OVG NRW (Urt. v. 22.06.1998 – 7 a D 108/96.NE)

Kleinflächiger Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Heider Innenstadt kommt unter diesen Prämissen sowohl für städtebauliche integrierte Siedlungsgebiete in der Kreisstadt Heide als auch für integrierte Lagen in den Umlandgemeinden Hemmingstedt, Lieth, Lohe-Rickelshof, Neuenkirchen, Norderwörden, Nordhastedt, Ostrohe, Stelle-Wittenwurth, Weddingstedt, Wesseln und Wörden in Betracht.

**Erläuterung Ausnahme 2:**

In **Gewerbegebieten** ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“.

### 8.4.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Grundsatz 3)

#### Ziel:

- Sicherung und Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion der Stadt Heide sowie eines attraktiven Einzelhandelsangebots im Stadt-Umland-Gebiet
- Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß des Entwicklungsleitbildes
- Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Betriebe, insbesondere des zentrenrelevanten Einzelhandels
- Zentrenverträgliche Weiterentwicklung der Sonderstandorte als Ergänzungsstandorte für eine ausgewogene Grundversorgung im SUK-Gebiet bzw. für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zukünftigem Entwicklungsschwerpunkt im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich

#### **Grundsatz 3: Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment i. S. der Sortimentsliste für die Region Heide**

- Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment können im zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt liegen.
- Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs *sollen* Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment an einem der drei definierten Ergänzungsstandorte liegen.
- Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment *können* vorrangig im zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt und an den drei definierten Ergänzungsstandorten liegen.
- Zentrenrelevante Randsortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Heider Innenstadt dürfen bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche einnehmen.

#### **Ausnahme 1**

- Ansiedlungsperspektiven für Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben in GE- oder GI-Gebieten („**Handwerkerprivileg**“):
  - Verkaufsfläche ist dem Betrieb räumlich zugeordnet
  - Verkaufsfläche ist in betrieblichem Zusammenhang errichtet
  - Verkaufsfläche und Umsatz sind dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet
  - Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO wird nicht überschritten

### **Ausnahme 2:**

Kfz- und Motorradhandel kann außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche zulässig sein (gebietsbezogene Regelung nach Bebauungsplan).

### **Erläuterung:**

Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann grundsätzlich in allen Baugebieten des Stadt-Umland-Gebietes, in denen gem. BauNVO Einzelhandel allgemein zulässig ist, ausgewiesen werden. Sowohl für das Erreichen und die spätere Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandelsentwicklung für die Region Heide als auch unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten (Synergieeffekte durch räumliche Konzentration und kumulierte Einzugsbereiche) **sollten** jedoch auch **Ansiedlungen von Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden**. Dafür bieten sich neben dem zentralen Versorgungsbereich der Heider Innenstadt insbesondere die drei perspektivischen Ergänzungsstandorte „Heide-Ost“, „Heide-Süd“ und „Waldstraße“ an. An diesen Standorten kann durch eine bestehende Einzelhandelsvorprägung das handelsbezogene Angebot räumlich konzentriert werden. Die definierten Ergänzungsstandorte gelten somit zukünftig **als Vorrangstandort für Ansiedlungsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment**.

In bestehenden Gewerbegebieten ohne Einzelhandelsvorprägung außerhalb der drei definierten Ergänzungsstandorte wird empfohlen, Einzelhandel gänzlich – also auch solchen mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment – durch entsprechende bauplanungsrechtliche Festsetzungen (§ 1 (5) und (9) BauNVO) auszuschließen. Denn zum einen können Vorhaben an derartigen Standortbereichen die Vorrangstandorte gefährden und kontraproduktiv auf eine zu forcierende räumliche Angebotskonzentration wirken. Zum anderen hat die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten oftmals eine drastische Erhöhung der Bodenpreise in den betroffenen Gebieten und somit einen Wettbewerbsnachteil insbesondere für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe zur Folge. Eine diesbezügliche Ausnahme bildet lediglich die Entwicklung von Einzelhandel im Rahmen des sogenannten „**Handwerkerprivilegs**“ (siehe Ausnahme 1).

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment führen regelmäßig **Ergänzungs- oder Randsortimente**<sup>86</sup>. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen sowie keine Gefährdung deren Entwicklung zu erwarten ist, kann dies bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums sehr wohl auftreten. Obwohl das Anbieten solcher (Rand-) Sortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Heider Innenstadt den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, ist auch aus gutachterlicher Sicht ein gänzlichliches Unterbinden dieser, dem Kernsortiment deutlich untergeordneten, Sortimentsbereiche außerhalb der Zentren unrealistisch. Zentrenrelevante Randsortimente sind bereits in vielen Branchen etabliert (z. B. das Sortiment Glas / Porzellan / Keramik bei großen Möbel- und Einrichtungshäusern) und markieren wichtige Bestandteile der betriebsinternen Angebotskonstellation. Sie sollten im Zusammenhang mit Einzelhandelsbetrieben außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs jedoch nur in **begrenztem, zentrenverträglichem Umfang** und vor allem nur dann, wenn ein **direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist**, zulässig sein.

---

<sup>86</sup> Vgl. hierzu auch die Erläuterungen im Rahmen des zweiten Grundsatzes auf S. 208

Die vergleichsweise kleinteilige Einzelhandelsstruktur innerhalb der Heider Innenstadt legt eine Festlegung der maximalen Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente in Einzelhandelsgroßbetrieben außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auf 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche nahe. Eine städtebauliche Verträglichkeit sowie eine Kompatibilität mit den raumordnerischen Vorschriften des Landesentwicklungsplans Schleswig-Holstein 2010 in Bezug auf den großflächigen Einzelhandel sollte dabei im Einzelfall geprüft werden. Auch für kleinflächige Betriebe bis 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment gilt, dass ein mögliches zentrenrelevantes Randsortiment dem Kernsortiment deutlich untergeordnet sein sollte<sup>87</sup>.

Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Verkaufsfläche, sollte außerdem sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen oder einigen wenigen Sortimenten belegt werden kann. Das heißt, dass im Rahmen von für den großflächigen Einzelhandel regelmäßig notwendigen Sondergebietsausweisungen weiterhin festgesetzt werden sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes zentrenrelevantes Randsortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche bauplanungsrechtliche Festlegung nicht zur Entstehung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt werden kann, da dies der sukzessiven Entwicklung eines Einkaufszentrums gleich käme.

**Bestehende Einzelhandelsbetriebe** mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, die ihren Standort **außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Heider Innenstadt** haben (z. B. Hagebaumarkt am Ergänzungsstandort „Heide-Süd“ oder der Möbelmarkt Mohr am Ergänzungsstandort „Waldstraße“), können im Sinne des Einzelhandelskonzeptes ihre Verkaufsfläche maßvoll erweitern, wenn dies der langfristigen Existenz- sowie Standortsicherung dient und sich diese Erweiterung nicht städtebaulich negativ auf den zentralen Versorgungsbereich und die Ergänzungsstandorte auswirkt. Dies ist in der Regel dann anzunehmen, wenn die Verkaufsflächenerweiterung ausschließlich für nicht zentrenrelevante Sortimente erfolgt und die Erweiterungsfläche einen Anteil von maximal 10 % der vorhandenen Gesamtverkaufsfläche nicht überschreitet („**Aktiver Bestandsschutz**“). Eine raumordnerische Verträglichkeit mit dem Zielsystem der Schleswig-Holsteinischen Landesplanung sollte jedoch im Einzelfall geprüft werden.

#### **Erläuterung Ausnahme 1:**

In **Gewerbegebieten** ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sogenannte „**Handwerkerprivileg**“.

#### **Erläuterung Ausnahme 2:**

Kfz- und Motorradhandel kann sowohl außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Heider Innenstadt als auch außerhalb der drei definierten Ergänzungsstandorte zugelassen werden. Durch das spezifische Sortiment derartiger Anbieter werden i. d. R. keine Synergien zum übrigen Einzelhandel im Stadt-Umland-Gebiet erzeugt. Kopplungspotenziale und -käufe sind regelmäßig nicht gegeben, so dass sich der Kfz- und Motoradhandel auch insbesondere in bestehenden GE- oder GI-Gebieten niederlassen kann.

---

<sup>87</sup> Hiervon ist in der Regel dann auszugehen, wenn ein Verkaufsflächenanteil von 10 % nicht wesentlich überschritten wird.

#### 8.4.4 Prüfschema zur ersten Einordnung von Einzelhandelsvorhaben

---

Das folgende Prüfschema dient als Handreichung für die Verwaltung der Stadt Heide sowie des Amtes KLG Heider Umland in Bezug auf eine **erste Bewertung** von neuen Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und der darin formulierten übergeordneten Entwicklungsstrategie, den Entwicklungszielen, dem künftigen Standortprofil sowie den Grundsätzen zur Umsetzung.

Den Zielen der Einzelhandelsentwicklung in der Region Heide folgend sind Einzelhandelsvorhaben hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungsstruktur des Stadt-Umland-Gebietes zu hinterfragen. Grundsätzlich wird darauf hingewiesen, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Einordnung** ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete raumordnerische und städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann**.

Erläuterungen zu nachfolgender Tabelle 41:

- + zulässig im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes für die Region Heide-Umland
- unzulässig im Sinne der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes für die Region Heide-Umland
- \* Im Sinne der Grundsätze sollte vor der Öffnung neuer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Ergänzungsstandorten geprüft werden („Heide-Ost“, „Heide-Süd“ und „Waldstraße (Wesseln)“)
- \*\* Vorrangstandort für großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel, Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente verträglich gestalten

**Tabelle 41: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)**

Einzelhandelsbetrieb			Lage			
Kernsortiment	Verkaufsfläche	Beispiel	innerhalb ZVB Innenstadt Heide	außerhalb ZVB Innenstadt Heide	SO (Ergänzungsstand- ort)	GE / GI
nahversorgungrelevant	≤ 800 m <sup>2</sup>	<i>Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte, z.B. Obst und Gemüse, Spezialgeschäfte, z.B. Süßwaren; Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäcker, Metzger)</i>	+	– <b>Ausnahme:</b> Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	–	– <b>Ausnahme:</b> Einzelfallprüfung: „Handwerkerprivileg“
	> 800 m <sup>2</sup>	<i>SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter</i>	+	– <b>Ausnahme:</b> Einzelfallprüfung: Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit	–	–
zentrenrelevant	≤ 800 m <sup>2</sup>	<i>Textilfachgeschäft oder -discounter, Schuhfachgeschäft oder -fachmarkt, Sportgeschäft</i>	+	– <b>Ausnahme:</b> Einzelfallprüfung (insb. in MI/WA/§ 34-Gebieten): Gebietsversorger, Zentrenverträglichkeit	–	– <b>Ausnahme:</b> Einzelfallprüfung: „Handwerkerprivileg“
	> 800 m <sup>2</sup>	<i>Textilkaufhaus, Elektronikfachmarkt</i>	+	–	–	–
nicht zentrenrelevant	≤ 800 m <sup>2</sup>	<i>Fahrradfachmarkt, Elektrofachgeschäft</i>	+	+	+	– <b>Ausnahme:</b> Einzelfallprüfung: „Handwerkerprivile“ Kfz-Handel
	> 800 m <sup>2</sup>	<i>Möbelmarkt, Baumarkt, Gartencenter</i>	+	+*	+**	–

Quelle: eigene Darstellung; ZVB = Zentraler Versorgungsbereich

## Verzeichnisse

### Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Verkaufsfläche in der Region Heide nach Lagen (in m <sup>2</sup> ).....	41
Abbildung 2:	Anzahl der Betriebe in der Region Heide nach Lagen .....	41
Abbildung 3:	Verkaufsfläche in der Kreisstadt Heide nach Lagen (in m <sup>2</sup> ) .....	49
Abbildung 4:	Anzahl der Betriebe in der Kreisstadt Heide nach Lagen .....	49
Abbildung 5:	Kundenanteile des Einzelhandels der Region Heide nach Einzugsgebieten.....	121
Abbildung 6:	Kaufkraftbindungsquoten, differenziert nach Kreisstadt Heide und übriges SUK-Gebiet sowie Kaufkraftabflussquoten (in %) .....	125
Abbildung 7:	Kaufkraftbindung und –abfluss: monetäre Betrachtung (in Mio. Euro) .....	128
Abbildung 8:	Einkaufsorientierung der Bevölkerung im SUK-Gebiet in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (2011) .....	129
Abbildung 9:	Einkaufsorientierung der Bevölkerung im damaligen GEP-Gebiet in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (1999) .....	130
Abbildung 10:	Einkaufsorientierung der Bevölkerung im SUK-Gebiet in der Warengruppe Bekleidung / Textilien (2011).....	131
Abbildung 11:	Einkaufsorientierung der Bevölkerung im damaligen GEP-Gebiet in der Warengruppe Bekleidung / Textilien (1999).....	132
Abbildung 12:	Einkaufsorientierung der Bevölkerung im SUK-Gebiet im Sortiment Bücher (2011) .....	133
Abbildung 13:	Einkaufsorientierung der Bevölkerung im SUK-Gebiet in der Warengruppe Möbel (2011) .....	134
Abbildung 14:	Einkaufsorientierung der Bevölkerung im damaligen GEP-Gebiet in der Warengruppe Möbel (1999) .....	135
Abbildung 15:	Bewertung der Einkaufssituation in der Stadt Heide aus Sicht der Kunden (2011) .....	137
Abbildung 16:	Fehlen Ihnen in der Heider Innenstadt bestimmte Sortimente bzw. Betriebsformen (2011)? .....	138
Abbildung 17:	Welche Sortimente bzw. Betriebsformen vermissen Sie in der Heider Innenstadt (2011)? .....	139
Abbildung 18:	Fehlen Ihnen in der Region Heide bestimmte Sortimente bzw. Betriebsformen (1999)? .....	140
Abbildung 19:	Welche Sortimente bzw. Betriebsformen vermissen Sie in der Heider Innenstadt (2011)? .....	141
Abbildung 20:	Wodurch könnte die Innenstadt der Stadt Heide für Sie bzw. Ihre Familie noch attraktiver werden (2011)? .....	142

Abbildung 21:	Wodurch könnte die Innenstadt der Stadt Heide für Sie bzw. Ihre Familie noch attraktiver werden (1999)? .....	142
Abbildung 22:	Bewertung des Einkaufsangebots in den jeweiligen Wohnortgemeinden aus Sicht der Kunden .....	143
Abbildung 23:	Aktuelle und Ziel-Zentralitäten für den Einzelhandel in der Region Heide.....	156
Abbildung 24:	Bausteine des Einzelhandelskonzeptes für die Region Heide .....	170
Abbildung 25:	Standortstrukturmodell der Region Heide (Zielkonzeption).....	177
Abbildung 26:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten.....	200
Abbildung 27:	Verteilung der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche .....	202
<b>Karten</b>		
Karte 1:	Lage im Raum .....	30
Karte 2:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern in der Region 2011 .....	31
Karte 3:	Siedlungsstruktur der Region Heide.....	34
Karte 4:	Großflächige Betriebe in der Region Heide .....	36
Karte 5:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Region Heide.....	39
Karte 6:	Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in der Kreisstadt Heide .....	48
Karte 7:	Hemmingstedt – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation.....	53
Karte 8:	Lieth – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation .....	55
Karte 9:	Lohe-Rickelshof – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation .....	57
Karte 10:	Neuenkirchen – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation .....	59
Karte 11:	Norderwörden – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation .....	60
Karte 12:	Nordhastedt – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation .....	62
Karte 13:	Ostrohe – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation .....	63
Karte 14:	Stelle-Wittenwurth – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation.....	65
Karte 15:	Weddingstedt – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation.....	67
Karte 16:	Wesseln – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation .....	69
Karte 17:	Wörden – Lage im SUK-Gebiet und Angebotssituation .....	71
Karte 18:	Räumliche Angebotsschwerpunkte in der Region Heide.....	73
Karte 19:	Einzelhandelsdichte und Magnetbetriebe im zentralen Bereich Innenstadt Heide .....	76
Karte 20:	Geschäftszentrum und Ergänzungs- / Streulagen im zentralen Bereich Innenstadt Heide .....	77
Karte 21:	Leerstandssituation im zentralen Bereich Innenstadt Heide.....	85
Karte 22:	Angebotsstruktur nach Bedarfsstufen und großflächige Anbieter im zentralen Bereich Innenstadt Heide .....	86

Karte 23:	Angebotsstruktur nach Bedarfsstufen und großflächige Anbieter am Sonderstandort „Heide-Ost“ (Hamburger Straße / Schanzenstraße) .....	90
Karte 24:	Angebotsstruktur nach Bedarfsstufen und großflächige Anbieter am Sonderstandort „Heide-Süd“ (Fritz-Tiedemann-Ring) .....	93
Karte 25:	Angebotsstruktur nach Bedarfsstufen und großflächige Anbieter am Sonderstandort „Waldstraße“ (Waldstraße / von-Humboldt-Straße) .....	99
Karte 26:	Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte (ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie ergänzender kleinerer Lebensmittelmärkte und Lebensmittelläden in der Region Heide .....	110
Karte 27:	Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte (ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche) sowie ergänzender kleinerer Lebensmittelmärkte und Lebensmittelläden in der Kreisstadt Heide .....	111
Karte 28:	Einzugsgebiet des Einzelhandels der Region Heide .....	120
Karte 29:	Szenario I „Freies Spiel der Kräfte“ in der Regions-, Stadt- und Einzelhandelsentwicklung .....	160
Karte 30:	Szenario II „Restriktion“ in der Regions-, Stadt- und Einzelhandelsentwicklung .....	162
Karte 31:	Szenario III „Steuerung mit Ausnahmen“ in der Regions-, Stadt- und Einzelhandelsentwicklung .....	164
Karte 32:	Übergeordnete Entwicklungsstrategie „Räumlich-funktionale Gliederung“ als Synthese der Einzelszenarien .....	167
Karte 33:	Standortstruktur in der Region Heide (Zielkonzeption) .....	179
Karte 34:	Beispiel 1. Arbeitsschritt (Orientierung am Bestand) .....	182
Karte 35:	Beispiel 2. Arbeitsschritt (Entwicklungsperspektiven und Bestand) .....	183
Karte 36:	Beispiel 3. Arbeitsschritt (künftiger zentraler Versorgungsbereiche) .....	183
Karte 37:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Heide .....	186
Karte 38:	Perspektivischer Ergänzungsstandort „Heide-Ost“ .....	193
Karte 39:	Perspektivischer Ergänzungsstandort „Heide-Süd“ .....	194
Karte 40:	Perspektivischer Ergänzungsstandort Waldstraße (Wesseln) .....	195

## Tabellen

Tabelle 1:	Branchenschlüssel zur Einzelhandelserhebung in der Region Heide .....	19
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien .....	21
Tabelle 3:	Struktur der Haushaltsbefragung .....	24
Tabelle 4:	Alter der Befragten .....	24
Tabelle 5:	Geschlecht der Befragten .....	25
Tabelle 6:	Sekundärstatistische Einordnung der Region Heide .....	32
Tabelle 7:	Einwohner nach Gemeinden .....	33

Tabelle 8:	Verkaufsflächenangebot des Einzelhandels in der Region Heide nach Warengruppen.....	37
Tabelle 9:	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots nach Erhebungseinheiten .....	40
Tabelle 10:	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots nach Erhebungseinheiten .....	40
Tabelle 11:	Verkaufsflächenangebot des Einzelhandels in der Region Heide nach Warengruppen und Lagekategorien.....	42
Tabelle 12:	Angebotssituation in der Kreisstadt Heide .....	44
Tabelle 13:	Verkaufsflächenangebot des Einzelhandels in der Kreisstadt Heide nach Warengruppen.....	45
Tabelle 14:	Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner ausgewählter Warengruppen in der Kreisstadt Heide im interkommunalen Vergleich.....	47
Tabelle 15:	Verkaufsflächenangebot des Einzelhandels in der Kreisstadt Heide nach Warengruppen und Lagekategorien.....	50
Tabelle 16:	Angebotssituation in Hemmingstedt.....	52
Tabelle 17:	Angebotssituation in Lieth.....	54
Tabelle 18:	Angebotssituation in Lohe-Rickelshof .....	56
Tabelle 19:	Angebotssituation in Neuenkirchen.....	58
Tabelle 20:	Angebotssituation in Norderwörden .....	60
Tabelle 21:	Angebotssituation in Nordhastedt .....	61
Tabelle 22:	Angebotssituation in Ostrohe .....	63
Tabelle 23:	Angebotssituation in Stelle-Wittenwurth.....	64
Tabelle 24:	Angebotssituation in Weddingstedt.....	66
Tabelle 25:	Angebotssituation in Wesseln .....	68
Tabelle 26:	Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots nach Erhebungseinheiten .....	70
Tabelle 27:	Verkaufsflächen im zentralen Bereich Innenstadt Heide .....	88
Tabelle 28:	Verkaufsflächen am Sonderstandort „Heide-Ost“ .....	92
Tabelle 29:	Verkaufsflächen am Sonderstandort „Heide-Süd“ .....	95
Tabelle 30:	Verteilung der Verkaufsflächen nach räumlichen Angebotsschwerpunkten und sonstige Lagen in der Kreisstadt Heide.....	97
Tabelle 31:	Verkaufsflächen am Sonderstandort „Waldstraße“ .....	101
Tabelle 32:	Verteilung der Verkaufsflächen nach räumlichen Angebotsschwerpunkten und sonstige Lagen im Heider Umland.....	103
Tabelle 33:	Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner in der Region Heide .....	105
Tabelle 34:	Bedeutende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel .....	107

Tabelle 35:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2011 in der Region Heide in Mio. Euro .....	118
Tabelle 36:	Umsätze, einzelhandelsrelevante Kaufkraft und Zentralitäten in der Region Heide / Kreisstadt Heide / Heider Umland .....	146
Tabelle 37:	Umsätze, einzelhandelsrelevante Kaufkraft und Zentralitäten im Heider Umland (ohne Sonderstandort „Waldstraße“ in Wesseln) .....	149
Tabelle 38:	Merkmale zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente .....	199
Tabelle 39:	Sortimentsliste für die Region Heide .....	201
Tabelle 40:	Fallkonstellationen der Einzelhandelssteuerung .....	206
Tabelle 41:	Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema) .....	217

## Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
<b>Einzelhandel im engeren Sinne</b>	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
<b>Einzelhandelsbetrieb</b>	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute wie die IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln oder die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
<b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der GfK oder MB Research ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralität</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Stadt / Region.
<b>Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer</b>	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragenvolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine Leistungsstärke hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.

<b>Fachmarkt</b>	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips.
<b>Großflächiger Einzelhandel</b>	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m <sup>2</sup> ) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
<b>Kaufkraftabfluss</b>	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
<b>Kaufkraftbindung</b>	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
<b>Kaufkraftpotential, einzelhandelsrelevantes</b>	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
<b>Kernsortiment</b>	Das Kernsortiment (auch Hauptsortiment) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Hauptteil des Warenangebots, der nach allgemeiner fachlicher Übereinkunft einem bestimmten Sortimentsbereich zuzuordnen bzw. zu klassifizieren ist und zudem hinreichend scharf konturiert werden kann. Das Hauptsortiment bestimmt somit auch die Unterart eines Einzelhandelsbetriebes (z. B. Baumarkt, Möbelmarkt, Lebensmittelmarkt etc.). Zum Kernsortiment eines Baumarktes gehören beispielsweise Bauelemente, Baustoffe, Bodenbeläge, Eisenwaren und -beschläge, Werkzeuge und Maschinen, Elektroinstallationsmaterial, Tapeten, Lacke, Farben, Fliesen, Sanitärartikel etc..
<b>Lebensmitteldiscounter</b>	Ähnlich dem Supermarkt, jedoch Discountcharakter und i. d. R. keine Käse- oder Wursttheke (mit Bedienung), z. B. Aldi, Penny, Lidl. Verkaufsfläche i. d. R. 800 - 1.000 m <sup>2</sup> , Selbstbedienung.
<b>Nahversorgungsrelevantes Sortiment</b>	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind i. d. R. auch innenstadt- bzw. zentrenrelevant.
<b>Nahversorgungsstandort</b>	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Einzelhandelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.

<p><b>Nahversorgungszentrum</b></p>	<p>Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.</p>
<p><b>Randsortiment</b></p>	<p>Randsortimente haben lediglich ergänzenden Charakter und stehen in Beziehung zum Kernsortiment. Randsortimentsangebote müssen dem Kernsortiment in Umfang und Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein. Merkmale dieser Unterordnung sind vor allem die jeweiligen Anteile an der Gesamtverkaufsfläche sowie am Gesamtumsatz des jeweiligen Betriebes. Wenngleich hier kein allgemeingültiger Maßstab definiert werden kann, da dies im Einzelfall von der Gesamtgröße des Betriebs sowie von der Art der Sortimente abhängen kann, wird in der Praxis zumeist davon ausgegangen, dass bei einem Anteil von mehr als 10 % an der Gesamtverkaufsfläche kein „Randsortiment“ mehr vorliegt.</p>
<p><b>SB-Warenhaus</b></p>	<p>Nach dem Discountprinzip arbeitender Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 m<sup>2</sup> bzw. 5.000 m<sup>2</sup>, umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> / Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real).</p>
<p><b>Sonderstandort</b></p>	<p>Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.</p>
<p><b>Stadtteilzentrum</b></p>	<p>Ein Stadtteilzentrum (Nebenzentrum) stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereichs) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Außerdem umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie) vorhanden.</p>
<p><b>Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)</b></p>	<p>Verkaufsfläche mind. 400 m<sup>2</sup> bis max. 1.500 m<sup>2</sup>, Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, vorwiegend Selbstbedienung.</p>

<p><b>Umsatzkennziffer</b></p>	<p>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
<p><b>Verbrauchermarkt</b></p>	<p>Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m<sup>2</sup>, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.</p>
<p><b>Verkaufsfläche</b></p>	<p>Bei der Berechnung der Verkaufsfläche ist die Fläche maßgeblich, die dem Kunden zugänglich ist. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.</p> <p>Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.</p> <p>Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (Einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).</p> <p>Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen (BVerwG, Urt. v. 24.11.2005 – 4 C 10.04).</p> <p>Flächen für die Pfandrücknahme sind ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.</p> <p>Flächen für Einkaufswagen gehören, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Gebäudes gelegen, grundsätzlich zur Verkaufsfläche.</p>
<p><b>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</b></p>	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.</p>

<p><b>Zentraler Versorgungsbereich</b></p>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des §2(2) BauGB, §9 (2a) BauGB, § 34 (3) BauGB, §11(3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Ortsteil- / Neben- oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie).</p> <p>Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung, -präsentation.</p>
<p><b>Zentrenrelevante Sortimente</b></p>	<p>Zentrenrelevante Warengruppen zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit („Handtaschensortimente“) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht-integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken) zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Ortsteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>

