



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung für das Mittelzentrum Schleswig

Potenzialanalyse und
Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept



im Auftrag der Stadt Schleswig
i.V.m. der Gemeinde Busdorf
Hamburg, September 2015



Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH

Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung für das Mittelzentrum Schleswig

Potenzialanalyse und
Fortschreibung Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Projektnummer: 15DLP1782
Exemplarnummer: 01
Projektleitung und Bearbeitung: Sandra Emmerling

im Auftrag der
Stadt Schleswig
Der Bürgermeister
Rathausmarkt 1 • 24837 Schleswig

i.V.m.d. Gemeinde Busdorf
Der Bürgermeister
Moorschlag 26 • 24866 Busdorf

erarbeitet durch
Dr. Lademann & Partner
Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH
Friedrich-Ebert-Damm 311 • 22159 Hamburg

Altmarkt 10d • 01067 Dresden
Prinzenallee 7 • 40549 Düsseldorf
Königstraße 10c • 70173 Stuttgart

Das Gutachten ist urheberrechtlich geschützt und unter der Projektnummer registriert. Die im Gutachten enthaltenen Karten und Daten sind urheberrechtlich geschützt und dürfen nicht aus dem Gutachten separiert oder einer anderen Nutzung zugeführt werden. Ausschließlich der Auftraggeber ist berechtigt, das Gutachten im Rahmen der Zwecksetzung an Dritte außer an Mitbewerber der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH weiterzugeben. Ansonsten sind Nachdruck, Vervielfältigung, Veröffentlichung und Weitergabe von Texten oder Grafiken - auch auszugsweise - sowie die EDV-seitige oder optische Speicherung nur mit vorheriger schriftlicher Zustimmung der Dr. Lademann & Partner Gesellschaft für Unternehmens- und Kommunalberatung mbH erlaubt.



Inhalt

	Abbildungsverzeichnis	IV
	Tabellenverzeichnis	VI
1	Grundlagen	1
1.1	Ausgangslage und Aufgabenstellung	1
1.2	Untersuchungskonzept	3
1.3	Vorgehensweise	7
2	Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schleswig	8
2.1	Lage im Raum und zentralörtliche Funktion	8
2.2	Sozioökonomische Rahmenbedingungen	10
3	Nachfragesituation im Schleswiger Marktgebiet	15
3.1	Marktgebiet der Stadt Schleswig	15
3.2	Nachfragepotenzial der Stadt Schleswig	17
4	Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Schleswig	19
4.1	Verkaufsflächenentwicklung	19
4.2	Branchen- und Betriebsgrößenstruktur	20
4.3	Raumstruktur des Einzelhandels	21
4.4	Betriebsgrößenstruktur	23
4.5	Leerstandssituation	25
4.6	Umsatzsituation des Einzelhandels in Schleswig	28
5	Versorgungslage und Zentralitätsanalyse	30



5.1	Verkaufsflächendichten in der Stadt Schleswig	30
5.2	Nahversorgungssituation in Schleswig	33
5.3	Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Schleswig	37
5.4	Analyse der Nachfrageverflechtungen	40
6	Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Schleswig	43
6.1	Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung	43
6.2	Strategische Orientierungsprinzipien für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig insgesamt	47
6.2.1	Abwägung gesamtstädtischer Strategieoptionen	47
6.2.2	Strategieempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig insgesamt	53
6.3	Potenziale und Verkaufsflächenspielräume für die Einzelhandelsentwicklung bis 2025	57
7	Zentrenkonzept für die Stadt Schleswig	64
7.1	Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche	64
7.2	Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Schleswig	67
7.3	Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Schleswiger Sortimentsliste“	70
8	Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche	72
8.1	Schleswiger Innenstadt	72
8.1.1	Beschreibung der Ausgangslage	72
8.1.2	Angebotssituation in der Schleswiger Innenstadt	76
8.1.3	SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Innenstadt	78
8.1.4	Szenarien zu den Entwicklungsperspektiven der Innenstadt	80
8.1.5	Ergebnis für den Standort Schleswiger Innenstadt	87
8.2	Ergänzungsstandort Lattenkamp	89
8.2.1	Beschreibung der Ausgangslage	89
8.2.2	Angebotssituation in der Fachmarkttagglomeration Lattenkamp	90
8.2.3	SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Lattenkamp	92
8.2.4	Szenarien zu den Entwicklungsperspektiven des Lattenkamps	93



8.2.5	Ergebnis für den Standort Lattenkamp	98
8.3	Sonstige prägende Standortlagen	99
8.4	Interkommunaler Standort Schleswig/Busdorf	102
8.4.1	Szenarien zu den Potenzialen des Standorts Busdorf/Schleswig	102
8.4.2	Empfehlungen zur Belegung des Standort Schleswig/Busdorf	109
8.5	Standortübergreifendes Fazit	111
9	Zusammenfassung	114
10	Glossar	116



Abbildungsverzeichnis

■ Abbildung 1: Lage im Raum	8
■ Abbildung 2: Marktgebiet des Einzelhandels	15
■ Abbildung 3: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Schleswig	17
■ Abbildung 4: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Schleswig seit 2008	19
■ Abbildung 5: Branchenstruktur des Einzelhandels	20
■ Abbildung 6: Räumlich-funktionale Struktur des Schleswiger Einzelhandels	21
■ Abbildung 7: Übersicht strukturprägender Einzelhandelsbetriebe und Leerstände	24
■ Abbildung 8: Aktive und inaktive Verkaufsflächen nach Standortlagen	25
■ Abbildung 9: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung im Mittelzentrenvergleich	31
■ Abbildung 10: Nahversorgungssituation in Schleswig	34
■ Abbildung 11: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Schleswig	38
■ Abbildung 12: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Schleswig	40
■ Abbildung 13: Nachfragestromanalyse nach Hauptwarengruppen	42
■ Abbildung 14: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Schleswig	45
■ Abbildung 15: Potenziale zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig	46
■ Abbildung 16: Strategieoption ‚Verharren‘	48
■ Abbildung 17: Strategieoption ‚Zersplittern‘	50
■ Abbildung 18: Strategieoption ‚Spezialisieren‘	52
■ Abbildung 19: Strategische Orientierungsprinzipien	54
■ Abbildung 20: Strategieempfehlung: „Stärken stärken“	55



■ Abbildung 21: Mittelzentrale Verkaufsflächenpotenziale für die Weiterentwicklung des Einzelhandels	60
■ Abbildung 22: Hierarchisches Standortmodell	67
■ Abbildung 23: Zentren- und Standortstruktur	69
■ Abbildung 24: Sortimentsspezifischer Verkaufsflächenanteil der Innenstadt	70
■ Abbildung 25: Einzelhandelsstandort Schleswiger Innenstadt - Status quo	73
■ Abbildung 26: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Schleswiger Innenstadt	76
■ Abbildung 27: Szenario I - Die zergliederte Innenstadt	80
■ Abbildung 28: Szenario II – Der starke Kern	82
■ Abbildung 29: Einzelhandelsstandort Innenstadt – Potenzialflächen	83
■ Abbildung 30: Szenario III – Die multifunktionale, lebendige Innenstadt	86
■ Abbildung 31: Ergänzungsstandort FMA Lattenkamp	89
■ Abbildung 32: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der FMA Lattenkamp	91
■ Abbildung 33: Szenario I – Der limitierte Fachmarktstandort	94
■ Abbildung 34: Szenario II – Der kannibalisierende Fachmarktstandort	95
■ Abbildung 35: Szenario III - Der arbeitsteilige Fachmarktstandort	96
■ Abbildung 36: Nahversorgungszentrum Schleswig-Friedrichsberg	99
■ Abbildung 37: Ergänzungsstandort FMA St. Jürgen (Zielperspektive)	100
■ Abbildung 38: Szenario I - Flächenzuwachs im Stadt-Umland-Raum	102
■ Abbildung 39: Szenario II – Errichtung eines Fachmarktzentrums	105
■ Abbildung 40: Szenario III – Profilierung durch Stärke und Vernetzung	107
■ Abbildung 41: Empfehlungen zur Flächenbelegung	109
■ Abbildung 42: Verteilungsschlüssel der mittelzentralen Potenziale	112



Tabellenverzeichnis

■ Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Schleswig im Vergleich	10
■ Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten	12
■ Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich	13
■ Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich	14
■ Tabelle 5: Marktgebiet des Einzelhandels	16
■ Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Schleswig nach Standortbereichen	23
■ Tabelle 7: Übersicht über die flächengrößten Leerstände im Stadtgebiet	26
■ Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels	28
■ Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur nach Standortlagen	29
■ Tabelle 10: Verkaufsflächendichten im Vergleich	30
■ Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH	35
■ Tabelle 12: Betriebsgrößenstruktur bei den nahversorgungsrelevanten Betriebstypen	36
■ Tabelle 13: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Schleswiger Sortimentsliste“)	71



1 Grundlagen

1.1 Ausgangslage und Aufgabenstellung

Das Mittelzentrum Schleswig (rd. 24.000 Einwohner) befindet sich im Kreis Schleswig-Flensburg und ist rd. 40 km von dem Oberzentrum Flensburg und jeweils rd. 60 km von den Oberzentren Kiel und Neumünster entfernt.

Schleswig fungiert als begehrter Einzelhandelsstandort in einem ländlich geprägten Umland. So liegt die Zentralität des Einzelhandels bei rd. 190 %. Allerdings besteht im Hinblick auf die langfristige Sicherung der Wettbewerbsfähigkeit Schlesiwiigs als attraktive Mittelstadt Nachholbedarf.

Derzeit konzentriert sich das Einzelhandelskonzept der Stadt Schleswig (Dr. Lademann & Partner GmbH, 2008) bei der Entwicklung mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten auf die bestehenden Einzelhandelsstandorte Innenstadt und Ortsteilzentrum. Nachrangig sollen die Fachmarktangebote im Gewerbegebiet Lattenkamp und St. Jürgen gesichert werden.

Seit einigen Jahren liegt für die nicht mehr betriebsnotwendigen Flächen der Carl Söhrn GmbH & Co. KG (i.F. Vorhaben Schleswig/Busdorf) ein Ansiedlungsbegehren für nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Einzelhandel vor. Ob das Vorhabengrundstück, welches auf Busdorfer Gemeindegebiet liegt, im Zuge der Vorhabenrealisierung ggf. an die Stadt Schleswig übertragen werden soll, ist später zu entscheiden.

Zur gewissenhaften Abwägung der Chancen und Risiken eines möglichen Ansiedlungsvorhabens soll daher eine Potenzialanalyse erarbeitet werden, die die Potenziale des Einzelhandelsstandorts Schleswig und die Rolle der bestehenden Einzelhandelslagen:

- Schleswiger Innenstadt,
- Gewerbegebiete Lattenkamp und St. Jürgen,
- Ortsteilzentrum Friedrichsberg und sonstige Nahversorgungsstandorte und
- Schleswig-Süd/Busdorf

aufzeigen soll.



Hinsichtlich der grundsätzlichen Entwicklung von Schleswig in den nächsten zehn Jahren stehen vor allem die Weiterentwicklung Schleswigs zu einem langfristig wettbewerbsfähigen Mittelzentrum und damit folgende Fragestellungen im Vordergrund:

- Welche Perspektive hat die Schleswiger Innenstadt? Welche wesentlichen Potenzialflächen eignen sich für einzelhandelsrelevante Nutzungen?
- Welchen Beitrag zur Weiterentwicklung leistet das Parkhaus am ZOB? Wie kann die Entwicklung und Vermarktung dieses innerstädtischen Areals strategisch vorbereitet und im Sinne der Einzelhandelsentwicklung flankiert werden?
- Wie kann die Entwicklung des Standorts „Carl Söhrn GmbH & Co.“ für den großflächigen Einzelhandel so erfolgen, dass die Einzelhandelszentralität von Schleswig und dem Ortsteil Friedrichsberg steigt, ohne dass zu große Auswirkungen auf die Schleswiger Innenstadt und das Ortsteilzentrum Friedrichsberg ausfallen?
- Welche Nutzungen, welche Sortimente und welche Flächengrößen sind für den Vorhabenstandort angemessen und sind in Bezug auf die Entwicklungsperspektiven der tradierten Versorgungslagen in Schleswig vertretbar?
- Welchen Beitrag kann dieser noch zu entwickelnde Standortbereich im ‚Konzert des Schleswiger Einzelhandels‘ spielen?

Hinsichtlich der nachhaltigen Einzelhandelsentwicklung hat die Stadt Schleswig in Abstimmung mit der Gemeinde Busdorf (Amt Haddeby) Dr. Lademann & Partner mit der konzeptionellen Erarbeitung und Darstellung strategischer Entwicklungsziele für die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts Schleswig beauftragt. Dabei soll v.a. die Herleitung von Flächenpotenzialen und die Abwägung von Vorhabenalternativen resp. Standortprofilen dazu beitragen, die zentralörtlichen Funktionen des Mittelzentrums Schleswig zu sichern, weiter aufzuwerten und damit die Stadt Schleswig als Mittelstadt im Bereich Einzelhandel langfristig konkurrenzfähig zu machen.

Ein wesentlicher Fokus der Betrachtung lag auf der Profilierung der Schleswiger Innenstadt im Wettbewerb zu anderen bestehenden und geplanten Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet und im Umland sowie auf die Generierung von Synergieeffekten mit anderen Angeboten in Schleswig.



In Bezug auf den Vorhabenstandort in Schleswig/Busdorf ist selbstverständlich die Kompatibilität mit den tradierten, privilegierten Standortlagen des Schleswiger Einzelhandels (Innenstadt, Gewerbegebiete und sonstige Zentren) zu gewährleisten. Auf Basis der gesamtstädtischen und standortbezogenen Analysen galt es, mögliche Entscheidungsfolgen eines weiteren Einzelhandelsstandorts in stadtbildprägender Lage am Schleswig-Friedrichsberg darzulegen, damit eine sachgerechte Abwägung möglich ist.

1.2 Untersuchungskonzept

Für die Bearbeitung der Aufgabenstellung wurden folgende Untersuchungsschritte durchgeführt:

I - Situationsdarstellung

Die Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Schleswig wird von einer Reihe von grundlegenden Strukturdaten tangiert, die erarbeitet und ausgewertet wurden.

- Ermittlung und Bewertung der relevanten sozioökonomischen Rahmenbedingungen in Schleswig und deren Entwicklungstendenzen (Bevölkerungsentwicklung, Kaufkraftniveau, Erwerbstätigkeit, Pendler, Tourismus, Erreichbarkeitsbeziehungen), zentralörtliche Bedeutung von Schleswig;
- Ermittlung und Bewertung der einzelhandelsrelevanten Nachfragesituation; Überprüfung und Modifikation des Marktgebiets, welches der Einzelhandel in Schleswig anzusprechen vermag sowie des entsprechenden Nachfragepotenzials und dessen Entwicklung unter besonderer Berücksichtigung des Nachfragepotenzials, das durch Streukunden generiert wird (einschl. Würdigung der Aufstufung zum Weltkulturerbe).

Eine detaillierte, aktualisierende Ermittlung, Aufarbeitung und Bewertung der Angebotssituation in Schleswig stellt die Grundlage für alle weiteren Analyse-schritte und darauf aufbauenden Strategieempfehlungen dar.

Auf Basis einer gesamtstädtischen, aktualisierenden Vor-Ort-Erhebung wurde eine vertiefende Bewertung der einzelhandelsrelevanten Angebotssituation in Schleswig (gegliedert nach Lagen, Branchen und Betriebstypen) vorgenommen:

- Ermittlung und Bewertung der Angebots- und Leerstandssituation des Schleswiger Einzelhandels: Ermitteln über einzelhandelsrelevante Verkaufsflächen nach Lagen/Standorten, Branchenmix, Umsatz und Flächenproduktivität; dabei Vergleich zu vorliegenden Untersuchungen;



- Bewertung der Leistungsfähigkeit der wichtigsten Versorgungsstandorte (insbesondere der Innenstadt und der Fachmarktlagen [Gewerbegebiete Lattenkamp und St. Jürgen] sowie des Ortsteilzentrums);
- Charakterisierung, städtebauliche Analyse und Bewertung der Funktionswahrnehmung der wesentlichen Einzelhandelslagen innerhalb der Versorgungsstrukturen der Gesamtstadt sowie Einordnung des Mittelzentrums in das Einzelhandelsgefüge der Region;
- Nachfragestrom- und Zentralitätsanalyse zur Abschätzung der derzeitigen Kaufkraftbindung und -abschöpfung des Schleswiger Einzelhandels im Raum; Ermittlung branchenspezifischer Zentralitäten auf Basis der Angebots- und Nachfrageanalysen; Aussage zur Rolle des Online-Handels.

II - Tragfähigkeitsrahmen für die Weiterentwicklung des Schleswiger Einzelhandels

- Entwicklung, Darstellung und Abwägung von unterschiedlichen Entwicklungsszenarien für die Weiterentwicklung der Stadt Schleswig insgesamt;
- Potenzialanalyse zur Ermittlung des zusätzlichen Verkaufsflächenpotenzials (gegliedert nach Branchen); die zusätzlichen Verkaufsflächenpotenziale haben wir über die Definition von branchenspezifischen Zielzentralitäten bzw. eine potenziell erreichbare Erhöhung der Nachfragebindung und -abschöpfung sowie den daraus resultierenden Umsatzpotenzialen, umgerechnet in Verkaufsflächen ermittelt;
- Ableitung eines Verteilungsschlüssels für die zusätzlich integrierbaren Verkaufsflächen auf die wesentlichen Versorgungsstandorte im Stadtgebiet (dabei insbesondere Verteilung zwischen Innenstadt, Ergänzungsstandorten, den Bereichen für die Nahversorgung und dem Vorhabenstandort).

Im zweiten Baustein wurden somit fundierte Vorschläge für eine langfristig tragfähige, räumlich-funktionale Aufgabenteilung der bestehenden Standorte im Einklang mit dem Planvorhaben unterbreitet, mit dem Ziel, den Einzelhandelsstandort Schleswig als starkes Mittelzentrum im Kreis Schleswig-Flensburg langfristig zu sichern und weiter auszubauen. Somit ging es um die Ableitung einer übergeordneten Entwicklungsstrategie.



III - Perspektiven und Strategien für die tradierten und geplanten Standortbereiche des Einzelhandels

Im dritten Untersuchungsbaustein ging es darum, die Ausgangslage an den wichtigsten Standortbereichen des Schleswiger Einzelhandels zu erfassen und eine tragfähige Strategie zu entwickeln.

Herauszustellen ist, dass die Ausgangslage und das jeweilige Standortprofil der prägenden Einzelhandelslagen (Innenstadt, Gewerbegebiete und sonstige Lagen für die Nahversorgung) umfassend analysiert und bewertet wurden. Darüber hinaus stand der Vorhabenstandort in Schleswig/Busdorf und die Abwägung möglicher Entwicklungsperspektiven (i.S. eines weiteren Einzelhandelsstandorts) im Fokus der Untersuchung.

- Im Zuge der umfassenden Vor-Ort-Begehung und einer systematischen Analyse der Bestandsdaten arbeiteten wir die aktuelle Ausgangslage in den prägenden Standortbereichen heraus.
- Neben dem Einzelhandelsbesatz wurden zur Überprüfung und Modifikation der Zentrenabgrenzungen (insb. in der Innenstadt) auch die ergänzenden Gastronomie- und Dienstleistungsbetriebe gewürdigt. Wir identifizierten zudem die wesentlichen Entwicklungshindernisse und Restriktionen.
- Wir haben das räumlich und funktional differenzierte Versorgungsnetz überprüft und für die einzelnen Standortlagen die funktionale und räumliche Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen. Das Zentrenkonzept wurde durch die Überprüfung und Modifikation der Schleswiger Sortimentsliste komplettiert.
- Anschließend beschäftigten wir uns mit unterschiedlichen Szenarien, die für die prägenden Standortbereiche sowie für den Vorhabenstandort hinsichtlich einer Weiterentwicklung eine Rolle spielen könnten.
- Im Sinne einer szenarischen Betrachtung (in drei Alternativen) zeigten wir mögliche Nutzungen bzw. Überlegungen für eine Neustrukturierung auf. Diese Szenarien bildeten wir für die prägenden Standortbereiche (v.a. der Schleswiger Innenstadt und der Fachmarkttagglomeration Lattenkamp) und den Vorhabenstandort übersichtlich in Form von Profilen ab.
- Anschließend bewerteten wir die unterschiedlichen Szenarien für den Vorhabenstandort und die wesentlichen sonstigen Standortlagen (v.a. Innenstadt/Lattenkamp) und lieferten eine begründete Empfehlung zur Weiterverfolgung eines bestimmten Profils (Priorisierung). Dabei war für uns entschei-



dend, welche Rolle der Vorhabenstandort und die sonstigen prägenden Standortbereiche für die Zentralitätssteigerung Schlesiws insgesamt liefern - und inwiefern sich das Vorhaben mit den Profilen der tradierten Einzelhandelsstandorte wechselseitig ergänzt.

- Sowohl für die prägenden Standortbereiche als auch für den Vorhabenstandort entwarfen wir jeweils standortbezogene Entwicklungsleitbilder, die künftig verfolgt werden sollten.
- Darüber hinaus erarbeiteten wir auf der Grundlage der in einer Zwischenpräsentation vorgestellten Standortprofile für die prägenden Standortlagen in Schleswig Handlungsempfehlungen zur Ausgestaltung des Einzelhandelsgefüges mit dem Ziel der Steigerung der Leistungsfähigkeit und Kundenzufriedenheit. Konkret haben wir klare Empfehlungen abgegeben, welche Nutzungen dem Parkhausquartier am ZOB Impulse für die Innenstadtentwicklung verleihen. Zudem war die Frage zu beantworten, welche Anforderungen an ein mögliches Einzelhandelsgroßprojekt am Stadtrand von Schleswig zu stellen sind.
- Abschließend setzten wir uns mit dem Status quo der Präsentation der tradierten Einzelhandelsstandorte auseinander und entwickelten Ideen, wie die prägenden Einzelhandelsstandorte und der Vorhabenstandort verknüpft werden können.

Diese drei Untersuchungsbausteine mündeten in einen verständlichen Bericht, der alle oben gezeigten Überlegungen, Potenziale und Strategien einschließt.



1.3 Vorgehensweise

Folgende Primär- und Sekundärerhebungen waren insgesamt erforderlich, um das skizzierte Untersuchungskonzept umsetzen zu können:

- Sekundäranalyse der Daten des Statistischen Landesamts sowie einschlägiger Institute bezüglich der sozioökonomischen Rahmendaten; Durchsicht untersuchungsrelevanter Gutachten und Studien;
- vollständige Bestandserhebung aller Einzelhandelsbetriebe (inkl. Leerstände) in Schleswig, u.a. nach Standorten, Branchen/Branchenmix und Betriebstypen;
- daneben wurden in den zentralen Versorgungsbereichen und angrenzende Bereiche die wesentlichen übrigen zentrenprägenden Nutzungen (z.B. Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit) erfasst;
- gründliche Begehungen der wesentlichen Einzelhandelslagen in Schleswig;
- Begehungen der wesentlichen interkommunalen Wettbewerbsstandorte zur Bestimmung und Bewertung der Attraktivität des Einzelhandelsgefüges in der Region;
- Durchführung von ausgewählten persönlichen Expertengesprächen, u.a. zur Ermittlung der Stärken und Schwächen des Einzelhandelsstandorts Schleswig, der wesentlichen bestehenden Standortlagen sowie zur Einschätzung der zukünftigen Potenziale;
- Durchführung von telefonischen und persönlichen Abstimmungsgesprächen/Zwischenpräsentationen.

Gegenstand der Untersuchung war der stationäre Einzelhandel. Hierfür wurde im Dezember 2014 der Einzelhandel in Schleswig sowie die zu dem Zeitpunkt vorliegenden Rahmendaten (Einwohnerzahl, Pro-Kopf-Ausgabesatz, etc.) erfasst. Nachfrageseitig wurde zudem der Distanzhandel (Internet-/Versandhandel) berücksichtigt, da er immer stärker an Bedeutung gewinnt und Verschiebungen zu Lasten des stationären Einzelhandels zu erkennen sind. Als Prognosehorizont für die Einzelhandelsentwicklung wurde das Jahr 2025 zu Grunde gelegt.



2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schleswig

2.1 Lage im Raum und zentralörtliche Funktion

Die Stadt Schleswig liegt am westlichen Ende der Schlei im Norden Schleswig-Holsteins. Sie ist eine der nördlichsten Städte der Bundesrepublik (rd. 40 km bis zur dänischen Grenze).



Abbildung 1: Lage im Raum



Schleswig ist Kreisstadt des Kreises Schleswig-Flensburg und hat mit ihrer zentralörtlichen Funktion als Mittelzentrum eine besondere Bedeutung. Die Stadt verfügt über eine herausragende Versorgungsqualität und beheimatet u.a. das Obergerverwaltungsgericht, Oberlandesgericht, Fachkliniken, Landesmuseen und das Landesarchiv. Die Stadt weist durch ihre Dichte an zentralörtlichen Angeboten eine hervorragende Verflechtung mit dem Kreis Schleswig-Flensburg auf.

Aufgrund der räumlichen Distanz zu konkurrierenden Mittel- und Oberzentren konnte Schleswig sich als starke Mittelstadt in der ländlich strukturierten Region entwickeln. Allerdings war die Einwohner- und Arbeitsplatzentwicklung in Schleswig durch den Abzug der Bundeswehr sowie die Schließung von bedeutenden Betrieben (u.a. Nordzucker, Nordfleisch, Nordmilch) in den vergangenen Jahren von einer erheblichen Umstrukturierung tangiert.

Die nächstgelegenen Oberzentren sind Flensburg (rd. 40 km gen Norden) und Kiel (rd. 50 km gen Süd-Osten), die nächstgelegenen Mittelzentren sind Eckernförde (rd. 25 km gen Osten), Husum (rd. 35 km gen Westen) und Rendsburg in rd. 35 km Entfernung südlich von Schleswig. Kappeln ist als Unterzentrum mit Teilfunktionen eines Mittelzentrums eingeordnet. Überdies ergänzen u.a. die Unterzentren Süderbrarup, Kropp und Tarp (zwischen 16 und 25 km) sowie die ländlichen Zentralorte Böklund, Owschlag und Silberstedt das Nahversorgungsnetz.

Die Anbindung der Stadt Schleswig an das überregionale Verkehrsnetz erfolgt insbesondere über die Autobahn A 7 (Hamburg-Flensburg), die über die beiden Anschlussstellen Schleswig-Schuby und Schleswig-Jagel erschlossen ist. Darüber hinaus ist das Schleswiger Stadtgebiet über drei Bundesstraßen mit dem Umland verbunden. Die B 201 führt in Ost-West-Richtung von Kappeln durch das nördliche Stadtgebiet von Schleswig und reicht bis nach Husum. Im Süden der Stadt Schleswig setzen sich die B 76 von Flensburg über Schleswig in südöstlicher Richtung über Eckernförde bis nach Kiel und die B 77 von Schleswig in Richtung Rendsburg fort. An das regionale und überregionale Netz der Deutschen Bahn AG ist die Stadt Schleswig über den Bahnhof im Ortsteil Friedrichsberg an die Linien Hamburg–Neumünster–Flensburg und Husum–Kiel angebunden.

Die Stadt Schleswig und ihr unmittelbares Umland spielen durch die Lage in der Urlaubsregion Ostseefjord Schlei als Tourismusregion eine bedeutende Rolle und besitzen aufgrund der kulturhistorischen Geschichte (Wikinger: Haithabu/Danewerkmuseum) überregionale Bekanntheit. Schleswig selbst ist überregional als Kulturstadt bekannt und verfügt über eine Vielzahl an touristischen Attraktionen (u.a. Schloss Gottorf inkl. Barockgarten, Stadtmuseum, Dom). Des



Weiteren reisen jährlich mehrere tausend Touristen nach Schleswig, um u.a. Wassersport auf der Schlei zu betreiben oder einige der regelmäßig stattfindenden Veranstaltungen (wie z.B. die Wikingertage, die Schlossfestspiele oder unterschiedliche Weihnachtsmärkte) zu besuchen. Die zentrale Lage zwischen Nord- und Ostsee in Verbindung mit dem hohen kulturellen Angebot sowie der attraktiven landschaftlichen Lage machen Schleswig als Teil der Urlaubsregion Ostseefjord Schlei zu einer anziehenden Tourismus-Destination. Damit stellt der Tourismus einen noch unterschätzten Wirtschaftsfaktor in der Region dar, der durch den erneuten Antrag der Wikingerkultur als UNSECO-Weltkulturerbe noch steigen wird.

2.2 Sozioökonomische Rahmenbedingungen

Die Bevölkerungsentwicklung in Schleswig weist nach Angaben des Statistischen Amtes für Hamburg und Schleswig-Holstein für den Zeitraum von 2012 bis 2014 eine rückläufige Einwohnerentwicklung von -0,4 % p.a. auf. Die Stadt Rendsburg wies eine vergleichbare Entwicklung auf. Die Bevölkerungsentwicklung verlief damit zuletzt¹ leicht negativer als die des Kreises Schleswig-Flensburg (-0,1 % p.a.) sowie für Schleswig-Holstein insgesamt (+ 0,2 % p.a.).

Insgesamt lebten in Schleswig am 01. Januar 2014

rd. 23.640 Einwohner.

Einwohnerentwicklung in der Stadt Schleswig im Vergleich						
Stadt/Kreis/ Bundesland	2012	2014	+/- 14/12		Veränderung p.a. in %	
			abs.	in %		
Schleswig	23.812	23.635	-	177	-0,7	-0,4
Busdorf	2.026	2.046		20	+1,0	+0,5
Eckernförde	21.836	21.792	-	44	-0,2	-0,1
Rendsburg	27.519	27.325	-	194	-0,7	-0,4
Kreis Schleswig-Flensburg	195.721	195.135	-	586	-0,3	-0,1
Schleswig-Holstein	2.802.266	2.815.955		13.689	+0,5	+0,2

Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein (Stand jeweils 01.01.) - Basis: ZENSUS 2011

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung in Schleswig im Vergleich

¹ Hinweis: Zum 01.01.2015 lebten nach Angabe des Statistischen Landesamts bereits 24.035 Einwohner in Schleswig (+400 Personen, +2 % p.a.). Da die zugrunde liegende Kaufkraftkennziffern und Pro-Kopf-Ausgabesätze für den Untersuchungsraum allerdings auf den älteren Rahmendaten des Statistischen Landesamts basieren, wurde auf die mit Beauftragung vorliegenden Einwohnerdaten abgestellt.



Für die Prognose der Bevölkerungsentwicklung in Schleswig kann in Anlehnung an die Prognose des Statistikamts Nord sowie der kleinräumigen Prognose für den Kreis Schleswig-Flensburg² davon ausgegangen werden, dass die Einwohnerzahlen in den nächsten Jahren auf dem Niveau zum Stand 1.1.2014 gehalten werden können. Im Jahr 2025 ist in Schleswig mit einer Bevölkerungszahl zu rechnen von rd. 23.640 Einwohnern.

Hinweis: Nach den Angaben des Schleswiger Einwohnermeldeamts³ ist die Einwohnerzahl in Schleswig (Hauptwohnsitze) zwischen 2014 und 2015 sogar von 24.112 auf 24.442 gestiegen (+1,4 %). Nach dieser Datenbasis liegt damit die Einwohnerzahl bereits heute deutlich höher, als bei der vorliegenden Potenzialanalyse für den Status quo bzw. das Prognosejahr 2025 unterstellt wurde.⁴

Nach Angaben des Zensus 2011 ist die Altersstruktur der Schleswiger Bevölkerung im Vergleich zum Kreisschnitt durch einen leicht erhöhten Anteil an schulpflichtigen Kindern (zw. 10 bis 20 Jahre, 12 %) sowie an Personen ab 60 Jahren (31 %) geprägt. Die Herausforderungen des demografischen Wandels wirken sich auch auf die Einzelhandelsentwicklung aus, indem wohnungsnahen Versorgungsstandorten für immobile Bevölkerungsgruppen ein besonderer Stellenwert zuzuschreiben ist.

Die Basis für das am Ort bzw. im Marktraum zur Verfügung stehende einzelhandelsbezogene Nachfragepotenzial bildet neben der Einwohnerzahl die einzelhan-

² Vgl. Statistikamt Nord, Bevölkerungsvorausberechnung 2010 bis 2025 für die Kreise und kreisfreien Städte in Schleswig-Holstein sowie Gertz Gutsche Rümenapp (2012): Kleinräumige Bevölkerungsprognose für den Kreis Schleswig-Flensburg.

³ Es ist darauf zu verweisen, dass für die Ermittlung der Entwicklungspotenziale des Schleswiger Einzelhandels v.a. die prognostizierten Veränderungen der Einwohnerzahlen eine Rolle spielen und weniger die Ausgangsbasis 2014. Würde man in der vorliegenden Untersuchung eine höhere Einwohnerzahl zugrunde legen, hätte dies auf das Kaufkraftpotenzial keine Auswirkung. Vielmehr hieße dies, dass der Pro-Kopf-Aussagesatz je Einwohner sinken würde. Aus Gründen der Vergleichbarkeit wurde daher ausschließlich auf die Daten des Statistischen Landesamts zurückgegriffen.

⁴ Da die in die Potenzialanalyse einfließenden Rahmendaten (Kaufkraftkennziffer, Ausgabesätze) allerdings auf der niedrigeren Einwohnerzahl basieren, wurde sowohl aus Gründen der interkommunalen Vergleichbarkeit (einheitliche Datenquelle für alle Orte im Marktgebiet des Einzelhandels) als auch im Kontext der einfließenden einzelhandelsrelevanten Daten auf die restriktivere Zahl abgestellt. Damit ist im Folgenden gewährleistet, dass die Einzelhandelsuntersuchung die Potenziale nicht überschätzt. Dr. Lademann & Partner empfehlen, im Falle eines anhaltenden Einwohnerwachstums, in drei bis fünf Jahren das Einzelhandelsgutachten einer Aktualisierung zu unterziehen. Dies könnte zugleich zur Evaluation und zur Erfolgskontrolle dienen.



delsrelevante Kaufkraftkennziffer⁵. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beträgt in Schleswig 94,7 und liegt damit unter dem Durchschnittswert von Schleswig-Holstein (101,8) und dem Kreis Schleswig-Flensburg (95,1). Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer fällt v.a. in den direkt an Schleswig angrenzenden Gemeinden deutlich höher aus (z.B. Fahrdorf: 111,6 und Busdorf 100,9).

Die Beschäftigungssituation im Kreis Schleswig-Flensburg hat sich im Zeitraum 2010 bis 2014 positiv entwickelt. So sank die Arbeitslosenquote um 1,4 %-Punkte und entwickelte sich damit günstiger als der Durchschnitt Schleswig-Holsteins (- 0,6 %-Punkte). In 2014 lag die Arbeitslosenquote mit 7,3 % über dem Wert Schleswig-Holsteins (6,8 %) und der Alten Bundesländer (5,9 %). Nach den Angaben der Bundesagentur für Arbeit lag die absolute Zahl der Arbeitslosen in Schleswig im Jahr 2014 bei 1.708 Einwohnern (2010: 1.765).

Entwicklung der Arbeitslosenquoten				
Gebietseinheit	Arbeitslosenquote in %			+ / - 14/10
	2010	2012	2014	%-Punkte
Agentur für Arbeit Flensburg	9,2	8,2	7,6	-1,6
Kreis Schleswig-Flensburg	8,7	7,9	7,3	-1,4
Schleswig-Holstein	7,5	6,9	6,8	-0,7
Deutschland (West)	6,6	5,9	5,9	-0,7
Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Arbeitsmarktstatistik 2009-14 / Jahreszahlen, Nürnberg.				

Tabelle 2: Entwicklung der Arbeitslosenquoten

Einen wichtigen Anhaltspunkt für die Verflechtungsbeziehungen der Stadt Schleswig mit ihrem Umland (auch hinsichtlich der zu ermittelnden Einkaufsorientierungen) liefert ein Blick auf die Aus- und Einpendlerströme. Vor dem Hintergrund häufiger Kopplungsbeziehungen zwischen Arbeits- und Versorgungsweg ergibt sich dadurch ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel.

⁵ Vgl. GfK Geomarketing, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.



Ein- und Auspendler in der Schleswig im Vergleich						
Stadt/Kreis	Auspendler		Einpendler		Saldo	
	2010	2014	2010	2014	2010	2014
Schleswig	2.803	3.130	8.506	9.452	5.703	6.322
Eckernförde	3.717	3.977	4.110	4.428	393	451
Rendsburg	4.643	4.880	12.102	13.307	7.459	8.427
Kreis Schleswig-Flensburg	25.338	27.272	12.905	14.927	- 12.433	- 12.345

Quelle: Bundesagentur für Arbeit: Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte 2010/14.

Tabelle 3: Ein- und Auspendler im Vergleich

Die Stadt Schleswig verfügt über einen deutlich positiven Pendlersaldo von rd. 6.300 Personen. Dies unterstreicht die Bedeutung Schleswigs als Arbeitsplatzzentrum des Kreises Schleswig-Flensburg. Das Verhältnis zwischen Einpendlern und Bevölkerung steht mit rd. 2:5 in Schleswig deutlich besser da als das von Eckernförde (1:5) bzw. das des Kreises Schleswig-Flensburg insgesamt. Mit Blick auf die Jahre 2025 und folgende gilt es, die hohe Arbeitsplatzzentralität von 1,8⁶ von Schleswig zu sichern bzw. noch weiter auszubauen, um dem Wettbewerb um Facharbeitskräfte mit den starken Mittelzentren sowie den Oberzentren standhalten zu können.

Die Entwicklung des Tourismus in Schleswig verläuft seit 2012 positiv. Sowohl die Übernachtungszahlen (+ 6 % p.a.) als auch die Anzahl der Gästeankünfte (+ 2 % p.a.) haben sich in den letzten Jahren positiv entwickelt. Die Anzahl der Übernachtungen hat sich im regionalen Vergleich mit dem Kreis Schleswig-Flensburg (+ 4,1 % p.a.) und dem Bundesland Schleswig-Holstein (+ 3,0 % p.a.), überdurchschnittlich entwickelt.

⁶ Vgl. Bertelsmann-Stiftung.



Tourismusentwicklung in der Stadt Schleswig von 2012 bis 2014					
Übernachtungen					
Stadt/ Kreis/ Land	2012	2014	+/- 14/12		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Schleswig	99.168	111.660	12.492	12,6	6,1
Kreis Schleswig-Flensburg	952.943	1.032.118	79.175	8,3	4,1
Schleswig-Holstein	21.524.421	22.844.434	1.320.013	6,1	3,0
Gästeankünfte					
Stadt/Kreis/ Land	2012	2014	+/- 14/12		Veränderung p.a. in %
			abs.	in %	
Schleswig	52.008	54.309	2.301	4,4	2,2
Kreis Schleswig-Flensburg	337.450	355.113	17.663	5,2	2,6
Schleswig-Holstein	5.366.252	5.829.340	463.088	8,6	4,2
Quelle: Statistisches Landesamt Schleswig-Holstein / Beherbergungsstätten mit 10 und mehr Betten					

Tabelle 4: Tourismusentwicklung im Vergleich

Es sei jedoch darauf hingewiesen, dass vom Statistischen Landesamt nur die Betriebe mit mehr als neun Betten erfasst werden und auch die Zahl der Tagesgäste in der Statistik nicht enthalten ist. Das tatsächliche Tourismusaufkommen ist demnach größer einzuschätzen, insbesondere vor dem Hintergrund, dass in Schleswig durch die Lage am Ostseefjord Schlei auch besonders der Tagestourismus eine wichtige Rolle spielen dürfte.

Die sozioökonomischen Rahmenbedingungen der Stadt Schleswig induzieren Entwicklungsimpulse für die Einzelhandelsentwicklung. Positiv ist vor allem die verkehrliche Lagegunst, die Bedeutung des Mittelzentrums Schleswig als Wohn- und Arbeitsstandort sowie das - noch nicht angemessen ausgeschöpfte - Tourismuspotenzial herauszustellen.

3 Nachfragesituation im Schleswiger Marktgebiet

3.1 Marktgebiet der Stadt Schleswig

Das Marktgebiet einer Stadt bzw. einer Gemeinde bezeichnet den räumlichen Bereich, den die Summe aller Einzelhandelsbetriebe einer Stadt (= der örtliche Einzelhandel) insgesamt anzusprechen vermag. Dieser ist häufig deckungsgleich mit der Reichweite des jeweiligen Innenstadteinzelhandels.

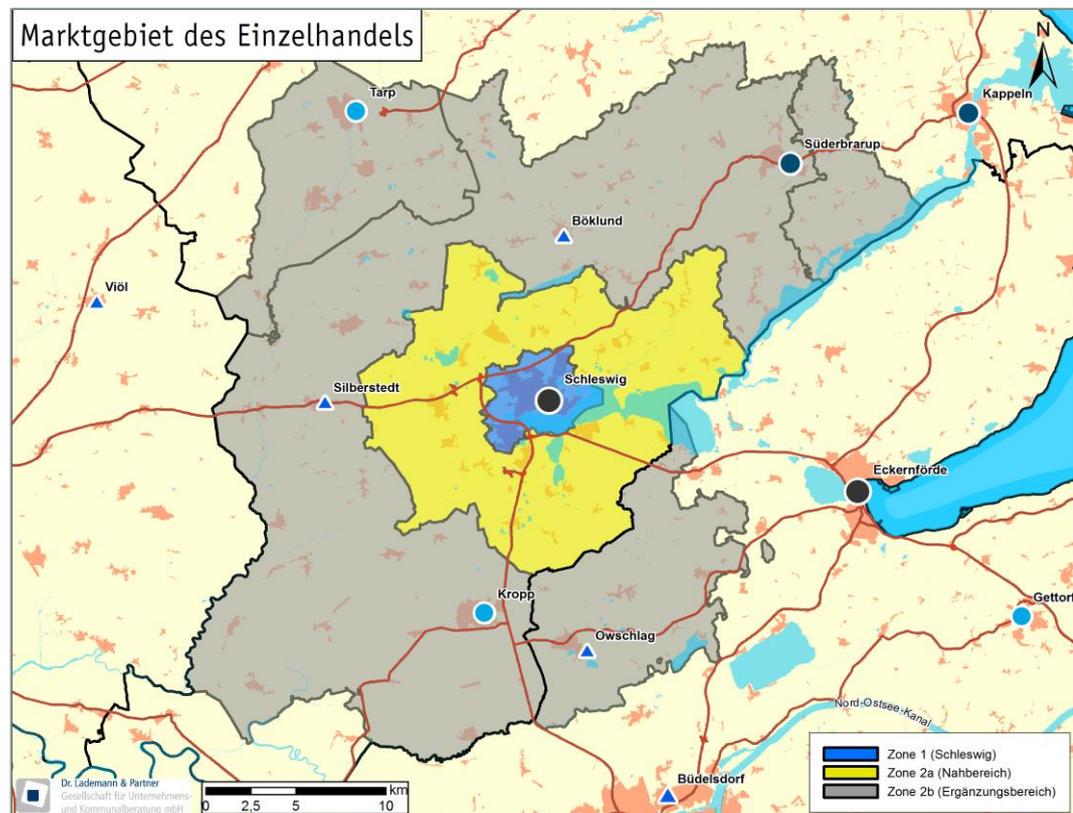


Abbildung 2: Marktgebiet des Einzelhandels

Die Ermittlung des Marktgebiets erfolgte auf Basis der Zeit-Distanz-Methode und den Ergebnissen der vorliegenden Untersuchungen zum Einzelhandel. Daneben wurden die spezifische Wettbewerbssituation im Raum und deren Veränderungen in den letzten Jahren sowie die infrastrukturellen und topografischen Verhältnisse berücksichtigt. Eine teilweise Überschneidung/Überlappung mit den Marktgebieten benachbarter zentraler Orte ist dabei immer gegeben.



Das Marktgebiet ist in drei Zonen untergliedert, die der unterschiedlich hohen Intensität der Nachfrageabschöpfung in diesem Gebiet entsprechen.

Das Schleswiger Stadtgebiet stellt dabei die Zone 1 dar. Die Zone 2a (Nahbereich) wird von großen Teilen der Ämter Haddeby, Südangeln und Ahrensharde gebildet, die sehr deutlich auf Schleswig orientiert sind. Die Zone 2b (Ergänzungsbereich) umfasst u.a. die Unterzentren Tarp, Süderbrarup und Kropp sowie die ländlichen Zentralorte Böklund, Owschlag und Silberstedt und damit ländlich strukturierte Gebiete.

In dem Marktgebiet lebten im Jahr 2014 rd. 102.900 Personen. Auf Basis der o.g. Bevölkerungsprognosen (stabil in Schleswig⁷, rückläufig im Umland) ist von einem leichten Rückgang des Einwohnerpotenzials bis 2025 auf rd. 100.700 Einwohner auszugehen.

Marktgebiet des Schleswiger Einzelhandels			
Bereich	Zonen	2014	2025
Schleswig	Zone 1	23.635	23.640
Nahbereich	Zone 2a	19.830	19.400
Ergänzungsbereich	Zone 2b	59.390	57.660
Einzugsgebiet	Zonen 1-2	102.855	100.700
Potenzialreserve	10%	10.700	10.700
Gesamt		113.555	111.400

Quelle: Eigene Berechnungen der Dr. Lademann & Partner GmbH.

Tabelle 5: Marktgebiet des Einzelhandels

Darüber hinaus gehen Dr. Lademann & Partner von einer Potenzialreserve von insgesamt 10 % bezogen auf das vorhandene Grundnachfragepotenzial aus. Dies entspricht einem Einwohneräquivalent von rd. 10.700 Personen. Die Potenzialreserve setzt sich aus außerhalb des Marktgebiets lebenden Personen wie Touristen, Durchreisenden, Einpendlern, Zufallskunden und sonstigen Streukunden zusammen. Eine verbesserte Vermarktung der Stadt, wie mit dem neuen Stadtlogo „Wikingerstadt Schleswig“ beabsichtigt wird sich positiv auf die Potenzialreserve auswirken. Sofern der Titel UNESCO-Weltkulturerbe verliehen würde, ent-

⁷ Vgl. Kap. 2.2 Erläuterungen zur Einwohnerzahl und zur Einwohnerprognose. Faktisch liegt die Einwohnerzahl sowohl nach Angaben des Statistischen Landesamts als auch des Schleswiger Einwohnermeldeamts im Jahr 2015 bereits oberhalb des Prognosewerts für 2025. Sofern sich diese wünschenswerte Entwicklung weiterhin entgegen der amtlichen Prognosen fortsetzt, müsste die Potenzialanalyse diesbezüglich aktualisiert werden.



stunden zusätzliche Streukundenpotenziale, die noch nicht in den o.g. Zahlen berücksichtigt sind.

Das Kundenpotenzial wird im Jahr 2025 somit etwa 111.400 Personen betragen.

3.2 Nachfragepotenzial der Stadt Schleswig

Auf Grundlage der Einwohnerzahlen und der Kaufkraft im Marktgebiet sowie des Pro-Kopf-Ausgabesatzes errechnet sich für 2014 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial⁸ über alle Sortimente⁹ innerhalb des Marktgebiets von rd. 587 Mio. €.

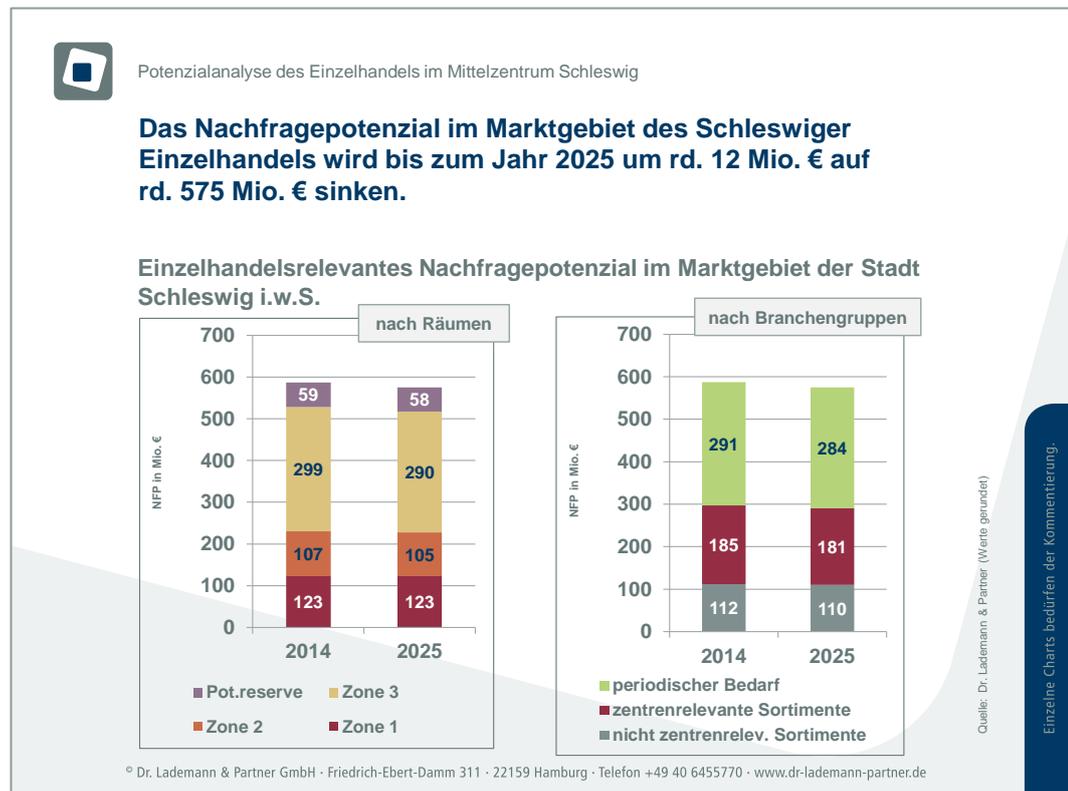


Abbildung 3: Nachfragepotenzial im Marktgebiet der Stadt Schleswig

⁸ Einschließlich der Potenzialreserve von 10 %. Gelingt es der Stadt mehr überregionale Nachfrage zu binden (Stadtmarketing/Weltkulturerbe), ist davon auszugehen, dass diese leicht steigt.

⁹ Die Sortimente werden nach nahversorgungsrelevanten (v.a. Lebensmittel), zentrenrelevanten (Sortimente, die für die Innenstadt und die Zentren von Bedeutung sind) und nicht-zentrenrelevanten (Sortimente, die aufgrund ihrer Spezifikationen nicht auf die Zentren zu verweisen sind) Branchen gegliedert.



Unter Berücksichtigung der abnehmenden Bevölkerungsplattform ergibt sich für das Marktgebiet der Stadt Schleswig – einschließlich der Potenzialreserve von 10 % – für den Prognosehorizont 2025 ein einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial über alle Sortimente von

rd. 575 Mio. €.

Im Marktgebiet der Stadt Schleswig lebten im Jahr 2014 knapp 113.600 Personen. Perspektivisch ist im Umland mit einem Bevölkerungsrückgang und einem damit verbundenen sinkenden Nachfragepotenzial zu rechnen. Dies zeigt, dass Kompensationsmaßnahmen erforderlich sind, um das Kundenpotenzial auf stabilem Niveau zu halten.



4 Angebotssituation des Einzelhandels in der Stadt Schleswig

4.1 Verkaufsflächenentwicklung

Mit Stand Dezember 2014 verfügte die Stadt Schleswig in ca. 280 Ladengeschäften über eine aktiv betriebene¹⁰ einzelhandelsrelevante Verkaufsfläche von insgesamt

rd. 89.900 qm.

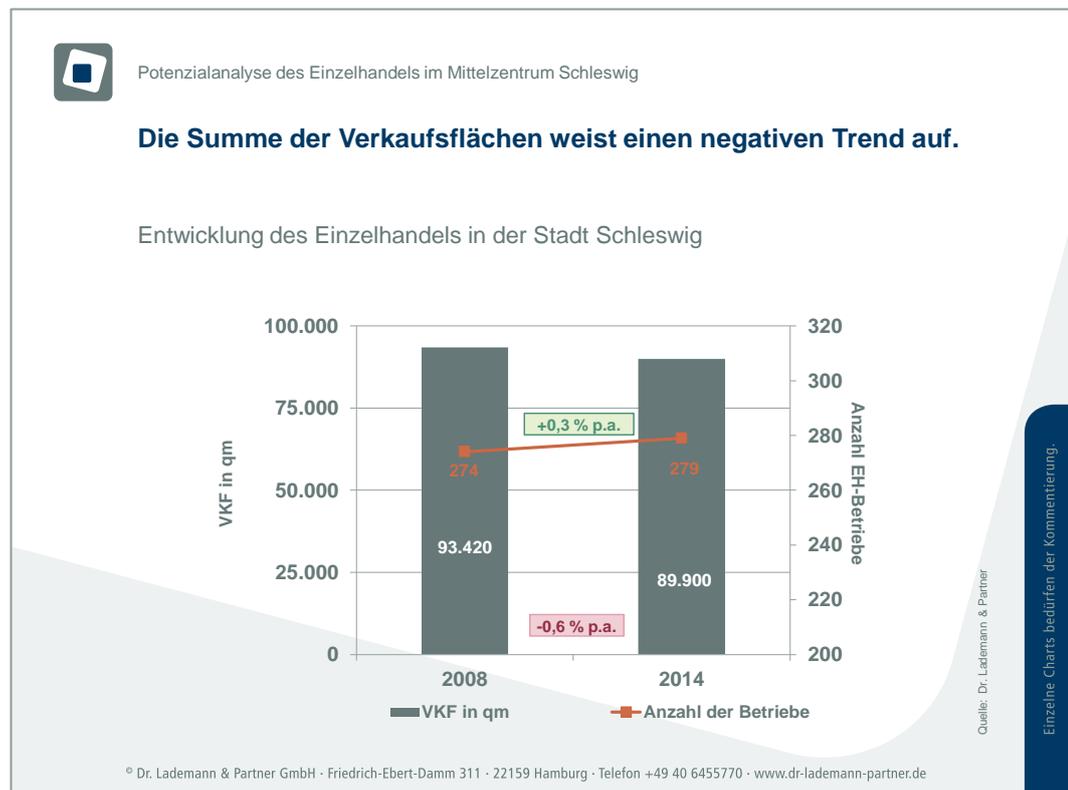


Abbildung 4: Entwicklung des Einzelhandels in der Stadt Schleswig seit 2008

Im zeitlichen Vergleich zur Situation von 2008 zeigt sich eine annähernd stabile Anzahl der Ladenlokale bei zeitgleichem erfolgtem Rückgang der Verkaufsflächen um knapp -1 % p.a. Diese Entwicklung ist insbesondere auf die Schließung des Hertie-Warenhauses zurückzuführen, das die hinzutretende Verkaufsfläche (fami-

¹⁰ Ohne Leerstände und ohne gesicherte Planvorhaben.



la, zwei Sky-Verlagerungen) nicht kompensieren konnte. Dies nivelliert den Trend des Strukturwandels im Einzelhandel (Trend zu größerflächigen Ladenlokalen).

4.2 Branchen- und Betriebsgrößenstruktur

Aus qualitativer Sicht weist der Schleswiger Einzelhandel eine ausgeglichene Branchenstruktur auf, die einem durchschnittlichen Mittelzentrum entspricht. Der Anteil zentrenrelevanter Angebote weist einen unterdurchschnittlichen Verkaufsflächenanteil auf.



Abbildung 5: Branchenstruktur des Einzelhandels

- Mit knapp 25.000 qm entfallen rd. 28 % der Gesamtverkaufsfläche auf den periodischen bzw. nahversorgungsrelevanten Bedarf. Der Anteil der Betriebe liegt bei rd. 30 %.
- Mit rd. 30.400 qm entfällt rd. ein Drittel auf den zentrenrelevanten Bedarf. Der Anteil gemessen an der Anzahl der Betriebe beläuft sich auf rd. 48 %. Das Angebot ist demnach äußerst kleinteilig aufgestellt.



- Der nicht-zentrenrelevante Bedarf verfügt über einen Anteil von rd. 38 % an der Gesamtverkaufsfläche (rd. 34.600 qm). Gemessen an der Anzahl der Betriebe beträgt der Anteil bedingt durch die überwiegend flächenextensiven Strukturen rd. 22 %.

4.3 Raumstruktur des Einzelhandels

Im Hinblick auf die zentrale Fragestellung des Gutachtens bzgl. der Entwicklungsmöglichkeiten des Einzelhandels an verschiedenen Standortlagen wurden die Daten der Flächenerhebung räumlich differenziert. Bezogen auf die einzelnen Lagebereiche zeigt sich folgendes Bild in der Einzelhandelsstruktur:

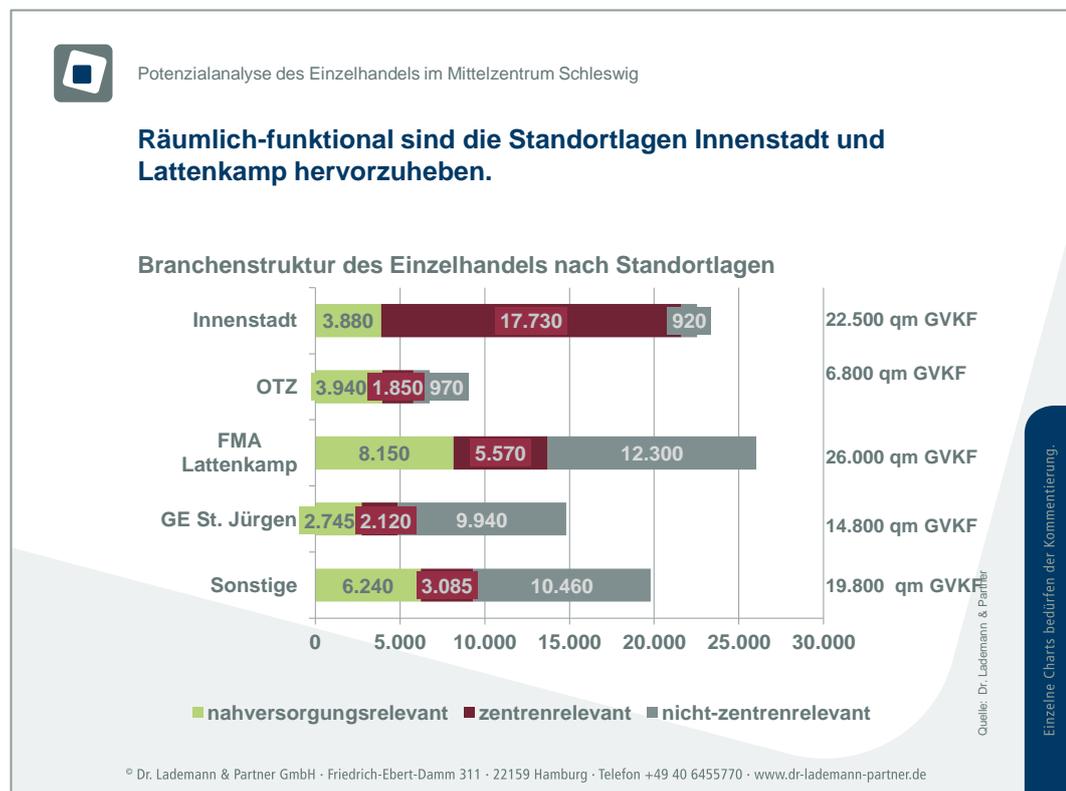


Abbildung 6: Räumlich-funktionale Struktur des Schleswiger Einzelhandels

- Zur Schleswiger Innenstadt wird analog zum Einzelhandelskonzept aus 2008 der Bereich Stadtweg/Gallberg, Am Schwarzen Weg und Königstraße gezählt. Hier befinden sich rd. 25 % der in der Stadt vorhandenen Verkaufsfläche. Der Vergleich des Verkaufsflächenanteils der Innenstadt von Schleswig mit dem bundesdeutschen Durchschnitt von etwa 30 % für City-Lagen zeigt eine unterdurchschnittliche Flächenausstattung für Schleswig. Mit 22.500 qm aktiv



betriebener Verkaufsfläche verfügt die Schleswiger Innenstadt allerdings über eine kritische Masse.

- Das Ortsteilzentrum Friedrichsberg ist identisch zur Zentrenabgrenzung und -einstufung aus 2008 und wird aus den Bereichen Georg-Pfingsten-Weg und Friedrichstraße gebildet. Es verfügt mit rd. 6.800 qm Verkaufsfläche über ein umfassendes Nahversorgungsangebot.
- Eine wichtige Rolle für die Schleswiger Einzelhandelsstruktur spielt der funktionale Ergänzungsstandort, die Fachmarkttagglomeration Lattenkamp (Gewerbegebiet Lattenkamp), die sich im Kreuzungsbereich Flensburger Straße und Lattenkamp befindet. Sie vereint mit rd. 26.000 qm Verkaufsfläche rd. 29 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche auf sich. Die Standortlage wirkt aufgrund des Einzugsgebiets, das v.a. das nördliche Marktgebiet des Schleswiger Einzelhandels umfasst, als zentralitätsfördernd für Schleswig.
- Das Gewerbegebiet St. Jürgen umfasst in der bestandorientierten Betrachtung sowohl den Bereich St. Jürgener Straße/Hans-Jürgen-Klinker-Straße als auch den lockeren Besatz im Bereich Werner-von-Siemens-Straße, Heinrich-Hertz-Straße, Lise-Meitner-Straße und Marie-Curie-Straße. Der Fachmarktstandort St. Jürgen (GE West) umfasst knapp 17 % der Verkaufsfläche, wobei das nicht-zentrenrelevante Sortiment prägend ist.
- In den sonstigen Lagen sind einerseits funktionsgerecht flächenextensive nicht-zentrenrelevante Betriebe (Hagebau) vorzufinden. Darüber befinden sich hier Angebote des nahversorgungsrelevanten Bedarfs.



4.4 Betriebsgrößenstruktur

Hinsichtlich der Betriebsgrößen weist der Einzelhandel in der Stadt Schleswig sehr unterschiedliche Strukturen auf. Während die durchschnittliche Betriebsgröße bei rd. 300 qm liegt, ergibt sich nach Standortbereichen betrachtet dabei folgendes Bild:

Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Schleswig nach Standortbereichen				
Sortimentskategorie	Innenstadt	Ortsteilzentrum, Sonstige Lagen	Ergänzungs- standorte	Gesamt
nahversorgungsrelevant	117	309	573	294
zentrenrelevant	214	127	641	227
nicht-zentrenrelevant	102	357	618	449
Summe	180	255	609	304
Quelle: Dr. Lademann & Partner.				

Tabelle 6: Betriebsgrößenstruktur des Einzelhandels in Schleswig nach Standortbereichen

Es zeigt sich, dass die untersuchten Standortlagen heterogen aufgestellt sind. Während die Ergänzungsstandorte mit den großflächigen Betrieben über fachmarktorientierte Einzelhandelsstrukturen verfügen, sind die Ladenlokale in der Schleswiger Innenstadt und den sonstigen Lagen im Mittel kleiner als 300 qm VKF.

In Schleswig entfallen insgesamt

knapp zwei Drittel der Einzelhandelsverkaufsfläche auf 31 großflächige Betriebe (VKF > 800 qm).

Ein Großteil der Betriebe befindet sich in den Ergänzungsstandorten sowie in Streulage.

Die größten Betriebe für den nahversorgungsrelevanten Bedarf sind insbesondere das SB-Warenhaus Real sowie die Verbrauchermärkte familia und Sky.

Bei den zentrenrelevanten Sortimenten befinden sich die flächengrößten Betriebe sowohl in der Innenstadt (v.a. ID Sievers, Media Markt) wie auch an den Ergänzungsstandorten.

Die flächengrößten Betriebe im nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich befinden sich - der Anzahl und Fläche nach - überwiegend in peripherer Lage. Die mit Abstand größten Betriebe stellen die Bau- und Gartenmärkte toom und Hagebau sowie im Einrichtungssegment die Anbieter tejo's SB-Lagerverkauf und Teppich Hof dar.



Abbildung 7: Übersicht strukturprägender Einzelhandelsbetriebe und Leerstände

Aktuell beträgt das Gesamtverkaufsflächenangebot in der Stadt Schleswig rd. 89.900 qm. Die durchschnittliche Betriebsgröße in Schleswig liegt bei rd. 300 qm Verkaufsfläche. Verkaufslächenseitig ist eine räumliche Fokussierung sowohl auf die Schleswiger Innenstadt als auch auf die Fachmarkttagglomeration Lattenkamp zu konstatieren.

4.5 Leerstandssituation

Im Frühjahr 2015 standen in Schleswig 71 Ladengeschäfte mit einer potenziellen Verkaufsfläche¹¹ von rd. 10.600 qm leer (mittlere Größe von 150 qm), was einer Leerstandsquote von rd. 11 % der Verkaufsfläche und rd. 20 % der Betriebe entspricht. Insbesondere hinsichtlich der Anzahl an inaktiven Betrieben ist das im Vergleich als signifikant überdurchschnittlicher Wert anzusehen.

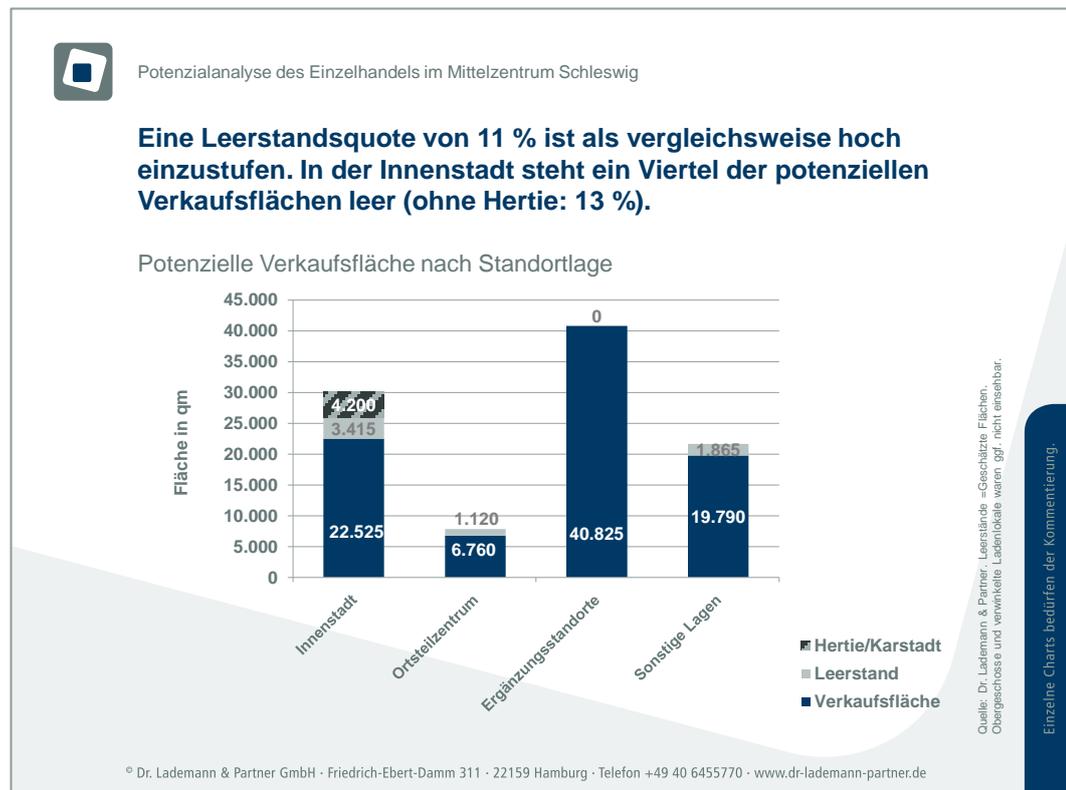


Abbildung 8: Aktive und inaktive Verkaufsflächen nach Standortlagen

Die Leerstandsquote in Schleswig muss vor dem Hintergrund der Marktgängigkeit der inaktiven Flächen sowie der derzeit fehlenden Verhandlungsbereitschaft interpretiert werden. Das Reaktivierungspotenzial leer stehender Ladenflächen beträgt etwa 2.400 qm (ohne Hertie) und ist v.a. in der Innenstadt von Schleswig zu verorten und betrifft ebenerdige Ladenlokale. Dies entspricht einem marktgängigen Leerstandsanteil von 3 %.

¹¹ Diese potenzielle Verkaufsfläche konnte im Rahmen der Bestandserhebung nur grob abgeschätzt werden, da die Verkaufsräume von außen nicht immer klar einsehbar waren.



Im Schnitt sind die Leerstandsflächen etwa 150 qm groß. Sie sind damit deutlich kleiner dimensioniert als die aktiv betriebenen Flächen (rd. 300 qm). Nimmt man die Hertie/Karstadt-Immobilie aus der Leerstandsanalyse heraus, liegt die durchschnittliche, potenzielle Verkaufsflächengröße bei lediglich 90 qm.

Übersicht über Leerstände in Schleswig		
Ehemaliger Betrieb	Straße	Geschätzte/Einsehbare Fläche in m²
Hertie Warenhaus	Stadtweg 64-68	4.200
Möbel Formamente	Kornmarkt 5	700
Sky	Gallberg 8	750
Möbel Nootbar	Stadtweg 5	700 (0)*
Sky	Schubstraße 54	800
Mode Postel und Dierks	Friedrichstraße 68	350
Budni/Kloppenburg	Stadtweg 66-68	500
Schlecker	Mozartstraße 1-3	200
Schlecker	Friedrichstraße 80	200
Summe Leerstände > 200 qm VKF	mittlere VKF 930 qm	7.700 (7.000)
Sonstige Leerstände	mittlere VKF 35 qm	2.900
Leerstände gesamt	mittlere VKF 150 qm	10.600 (9.900)
Quelle: Eigene Erhebungen (Potenzielle Flächen geschätzt).		
* Rückbau des Ladenlokals geplant.		

Tabelle 7: Übersicht über die flächengrößten Leerstände im Stadtgebiet

Ein Großteil der leer stehenden Ladeneinheiten in Schleswig wird perspektivisch nicht mehr marktfähig sein. Hierbei ist im Wesentlichen zwischen baulichen Restriktionen (z.B. Stufen, Schaufensterfront, Säulen, Zuschnitt und Zustand des Ladenlokals) sowie der Lagequalität (z.B. Passantenfrequenz, Dichte des Einzelhandelsbesatzes, Nachbarnutzungen, Erreichbarkeit, Parkmöglichkeiten) zu unterscheiden. Überdies sind Kriterien zu Entwicklungsmöglichkeiten und die kleinräumige Lage im Objekt (Lage im Unter-/Obergeschoss) mit bei der Bewertung der Nachnutzbarkeit zu beachten. Demzufolge ist nach Abzug nicht mehr marktgängiger Ladenlokale die gesamtstädtische Leerstandsquote zu relativieren.

Strukturprägende, offensichtliche Leerstände befinden sich v.a. im Bereich der Hertie/Karstadt-Immobilie. Darüber hinaus stehen drei größerflächige Ladenflächen am Gallberg, am Kornmarkt und am Stadtweg leer. Bei den Leerständen Gallberg und Schubstraße bestand der politische Konsens, dass dem Betreiber Sky die Möglichkeit gegeben wird, sich durch zwei Neubauten zeitgemäß zu positionieren. Gerade in der Innenstadt gilt es auch künftig die Leerstandssituation zu beobachten, da diese räumlich gehäuft negativ wahrgenommen werden. Dies



bedeutet einerseits verstärkt die Entwicklung dieser Flächen voranzutreiben. Allerdings muss dabei auch berücksichtigt werden, dass einige der Leerstände durch fehlende Verhandlungsbereitschaft der Eigentümer (v.a. Hertie) und überhöhte Miet-/Kaufpreis-vorstellungen induziert wird. Insofern muss für diese Bereiche zum einen eine Alternativnutzung angestrebt werden, die der jeweiligen Standortlage gerecht werden. Zudem sollte ein Zeitpunkt definiert werden, ab wann eine Entwicklung zu Gunsten sonstiger innerstädtischer Potenzialflächen, wie dem Parkhausquartier, zurückgestellt werden sollte.

Bei der räumlichen Betrachtung der Leerstandsprägung einzelner zentraler Lagen fällt auf, dass v.a. die innerstädtischen Lagen östlich der Plessenstraße sowie westlich der Poststraße sichtbar vom Leerstand betroffen sind: Diese Streulagen verfügen über eine beachtliche Ausstattung meist nicht mehr marktgerechter Flächen. Auch das Ortsteilzentrum Friedrichsberg weist entlang der Friedrichstraße vorgeschädigte Strukturen auf, was u.a. auf den Strukturwandel im Einzelhandel zurückzuführen ist. Bspw. weisen Drogeriefachmärkte inzwischen Verkaufsflächen oberhalb von 600 qm auf (Schlecker Leerstand ca. 200 qm VKF). Für diese Standortbereiche ist eine stärkere Konzentration der Einzelhandelsnutzungen auf den funktionsfähigen Kern und damit die Umnutzung der Randbereiche durch zentrenergänzende Angebote oder Wohnnutzungen zu empfehlen.

Solange die Standortattraktivität der Randlagen der beiden Zentren nicht spürbar verbessert wird, ist unseres Erachtens ein Abbau der Leerstandsflächen unwahrscheinlich und die Zukunftsfähigkeit publikumsintensiver Nutzungen (insb. Einzelhandel) stark eingeschränkt. Es bedarf vielmehr eines Strategiekonzepts zur Reaktivierung der Standortbereiche für sonstige Nutzungen (z.B. innerstädtisches Wohnen) und daran anknüpfend entsprechender objekt- sowie umfeldbezogener Maßnahmen.

Für die leerstehenden, nicht mehr marktfähigen Ladenlokale außerhalb der prägenden Standortlagen sollten Bestrebungen einer Umnutzung/Umstrukturierung forciert werden. Nur in untergeordnetem Maße kommen diese für nahversorgungsrelevante oder nicht-zentrenrelevante Angebote in Frage - zumal v.a. bei den periodischen Angeboten kein Bedarf zu erkennen ist.

Die hohe Leerstandsquote in Schleswig muss vor dem Hintergrund der Marktgängigkeit der inaktiven Flächen sowie der derzeit fehlenden Verhandlungsbereitschaft interpretiert werden. Das Reaktivierungspotenzial leer stehender Ladenflächen beträgt etwa 2.400 qm (ohne Hertie). Dies entspricht einem marktgängigen Leerstandsanteil von 3 %.



4.6 Umsatzsituation des Einzelhandels in Schleswig

Die Umsätze des Einzelhandels wurden auf Basis branchenüblicher und standortgewichteter Flächenproduktivitäten der einzelnen Betriebsformen/Betreiber geschätzt. Demnach belief sich der Bruttoumsatz aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Schleswig im abgeschlossenen Geschäftsjahr 2014 auf insgesamt

rd. 234 Mio. €.

Hieraus ergibt sich eine leicht unterdurchschnittliche Flächenproduktivität von rd. 2.600 € pro qm Verkaufsfläche und Jahr.

Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Schleswiger Einzelhandels			
Branchen	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Flächenproduktivität*
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	24.955	102	4.100
Bekleidung/Wäsche	10.650	27	2.520
Schuhe/Lederwaren	3.035	7	2.350
Hausrat/GPK/Wohnaccessoires/Geschenkartikel	4.140	6	1.400
Elektrobedarf/elektronische Medien	5.370	25	4.590
Optik	450	3	5.820
Uhren/Schmuck	500	4	7.560
Bücher/Schreibwaren	1.295	5	3.840
Spielwaren/Hobbybedarf	940	2	2.620
Sportbedarf/Camping	3.555	7	1.900
Baby-/Kinderbedarf	420	1	1.850
Zentrenrelevante Sortimente	30.355	86	2.830
Möbel	6.400	9	1.330
Haus- und Heimtextilien	4.430	7	1.520
Gartenbedarf	5.865	8	1.310
Bau- und Heimwerkerbedarf	14.870	19	1.300
Tierbedarf	3.025	4	1.330
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	34.590	46	1.340
Summe/Mittelwert	89.900	234	2.610

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner. *€ je qm Verkaufsfläche.

Tabelle 8: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur des Einzelhandels

Bei der Analyse des Einzelhandelsumsatzes nach Branchengruppen ergibt sich folgendes Bild:

- Der Umsatzanteil des nahversorgungsrelevanten Bedarfs beträgt rd. 44 %. Die durchschnittliche Flächenproduktivität liegt bei etwa 4.100 € je qm Verkaufsfläche.



- Auf den zentrenrelevanten Bedarf entfallen rd. 37 %. Die Flächenleistung beträgt hier durchschnittlich rd. 2.800 € je qm Verkaufsfläche.
- Der Umsatzanteil bei den flächenextensiven nicht-zentrenrelevanten Sortimenten liegt bei etwa 20 %. Daraus resultiert eine erwartungsgemäß relativ geringe Flächenproduktivität von lediglich rd. 1.300 € je qm Verkaufsfläche.

Nach Standortlagen betrachtet, werden von dem gesamten Umsatzvolumen in der Schleswiger Innenstadt rd. 31 % erwirtschaftet (knapp 73 Mio. €). Die Anteile des Innenstadtumsatzes entfallen funktionsgerecht mit rd. 75 % auf den zentrenrelevanten Bedarf. Zugleich werden rd. 23 % des Umsatzes durch nahversorgungsrelevante Angebote rekrutiert.

Im Standortvergleich mit den sonstigen Einzelhandelslagen erwirtschaften vor allen die Ergänzungsstandorte mit rd. 42 % den höchsten Umsatzanteil (ca. 98 Mio. €). Hierbei ist insbesondere der funktionale Ergänzungsstandort Lattenkamp zu nennen. Das Ortsteilzentrum nimmt lediglich einen Umsatzanteil von 9 % ein.

Einzelhandelsstruktur in Schleswig nach Standortlagen						
Lage	nahversorgungsrelevanter Bedarf		zentrenrelevanter Bedarf		nicht-zentrenrelevanter Bedarf	
	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €	Verkaufsfläche in qm	Umsatz in Mio. €
Innenstadt	3.875	16,6	17.730	54,5	920	1,7
Ortsteilzentrum	3.940	16,8	1.850	2,6	970	0,9
Ergänzungsstandorte	10.895	45,9	7.690	21,9	22.240	30,1
Sonstige Lagen	6.245	23,1	3.085	6,8	10.460	13,5
Summe	24.955	102,3	30.355	85,8	34.590	46,3

Quelle: Dr. Lademann & Partner.

Tabelle 9: Verkaufsflächen- und Umsatzstruktur nach Standortlagen

Umsatzseitig wird der Schleswiger Einzelhandel dominiert durch den nahversorgungsrelevanten Bedarf, auf den etwa 44 % des Umsatzes entfallen. Mit einem Anteil von 37 % kommt den zentrenrelevanten Sortimenten ebenfalls ein Umsatzschwerpunkt zu. Prägende Standortlagen sind die Schleswiger Innenstadt sowie die Ergänzungsstandorte Lattenkamp und St. Jürgen.



5 Versorgungslage und Zentralitätsanalyse

5.1 Verkaufsflächendichten in der Stadt Schleswig

Die Verkaufsflächendichte (qm Verkaufsfläche/1.000 Einwohner) ist ein Indiz für die quantitative Flächenausstattung einer Stadt bzw. eines Orts. Nach der nachfolgenden Übersicht erreicht die Verkaufsflächendichte in der Stadt Schleswig einen Wert von

rd. 3.800 qm je 1.000 Einwohner.

Unter zusätzlicher Berücksichtigung der Gemeinde Busdorf liegt die Verkaufsflächendichte bei rd. 3.500 qm je 1.000 Einwohner.

Flächendichte der Stadt Schleswig im Vergleich			
Branchen	Flächendichte*		
	Schleswig	Mittelwert Mittelzentren**	Zone 1 und Zone 2a
Nahversorgungsrelevanter Bedarf	1.060	350 - 900	570
Bekleidung/Schuhe/Lederwaren	580	100 - 600	320
Sonstiger aperiodischer Bedarf	610	60 - 700	330
Elektrobedarf/elektronische Medien	230	50 - 150	120
Möbel/Haus- und Heimtextilien	460	150 - 900	250
Bau- und Gartenbedarf	880	230 - 800	470
Summe	3.820	1.500 - 3.900	2.060
Quelle: Eigene Berechnungen. * in qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner. ** Vergleichswerte für Mittelzentren aus anderen Untersuchungen von Dr. Lademann & Partner.			

Tabelle 10: Verkaufsflächendichten im Vergleich

Die durchschnittliche Verkaufsflächendichte liegt in Deutschland bei rd. 1.450 qm je 1.000 Einwohner. Damit ist die Flächenausstattung in Schleswig rein rechnerisch mehr als doppelt so hoch wie im Bundesvergleich.

Die Verkaufsflächendichte in Schleswig ist jedoch im Hinblick auf die Versorgungsfunktion des Mittelzentrums für das sehr ländlich geprägte Umland (Marktgebiet, Zone 2a und b), die vergleichsweise große Entfernung zu attraktiven Mittel- und Oberzentren sowie die Tourismusbedeutung der Region Ostseefjord Schlei zu relativieren.



Differenziert nach den unterschiedlichen Sortimentsgruppen rangiert der Schleswiger Einzelhandel im oberen Bereich der Spannweite vergleichbarer Einzelhandelsorte. Nur die Sortimente Möbel/Haus- und Heimtextilien und Spiel-/ Sportwaren weisen im Mittelzentrenvergleich Defizite auf.

Stellt man den Verkaufsflächenbestand in Schleswig den Einwohnern aus Schleswig und dem direkten Umland (Zone 2a) gegenüber, beläuft sich die Verkaufsflächendichte auf rd. 2.100 qm je 1.000 Einwohner. Eine signifikante quantitative Überausstattung ist somit nicht zu erkennen. Vielmehr wird das Mittelzentrum Schleswig der ihm zugewiesenen Versorgungsfunktion in größeren Teilen gerecht. Mit Ausnahme des nahversorgungsrelevanten Bedarfs (Eigenversorgung in der Zone 2a) sind Entwicklungsspielräume zu erkennen.

Zur Bewertung der Versorgungslage wäre es zu kurz gegriffen, nur Durchschnittswerte auf Bundesebene zu Rate zu ziehen.

Im regionalen Vergleich mit den starken Mittelstädten Heide und Husum lässt sich die sortimentspezifische Verkaufsflächenausstattung wie folgt einordnen:



Abbildung 9: Sortimentsspezifische Verkaufsflächenausstattung im Mittelzentrenvergleich



Wie die folgende Abbildung zeigt, weisen die Mittelzentren Heide mit rd. 4.200 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner und Husum mit rd. 5.500 qm Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner über deutlich mehr Verkaufsfläche als Schleswig auf. Während bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten Schleswig im Mittel der Spannbreite rangiert, weisen v.a. die zentrenrelevanten Sortimente über deutlich unterdurchschnittliche Ausstattungskennziffern in Schleswig auf. Nachholbedarf für den Schleswiger Einzelhandel lässt sich uneingeschränkt für die Sortimente Bekleidung/Schuhe, Spielwaren/Hobby und Bücher/Schreibwaren ableiten.

Die überdurchschnittliche Verkaufsflächendichte des Schleswiger Einzelhandels ist vor dem Hintergrund der mittelzentralen Versorgungsfunktion sowie der überschaubaren interkommunalen Wettbewerbsintensität zu relativieren. Im Mittelzentrenvergleich sind bei den zentrenrelevanten Angeboten Entwicklungsspielräume ablesbar. Die Stadt Schleswig sollte sich selbstbewusst und stärker positionieren. Entwicklungspotenziale sollten gezielt zur Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Funktion genutzt werden.



5.2 Nahversorgungssituation in Schleswig

Eines der zentralen städtebaulichen Ziele ist die flächendeckende und leistungsfähige Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des täglichen Bedarfs.

Im Stadtgebiet von Schleswig sind insgesamt 13 strukturprägende Betriebe des nahversorgungsrelevanten Bedarfs (ab ca. 400 qm Verkaufsfläche, ohne LEH-Kleinflächen, Drogerie- und Getränkemärkte und Spezialanbieter) mit einer

Verkaufsfläche (ohne Randsortimente) von rd. 18.700 qm

angesiedelt. Inklusive der Drogerie- und Getränkemärkte sowie der Kleinflächen (Lebensmittelhandwerk u.a.) liegt die Flächendichte im nahversorgungsrelevanten Bedarf bei

ca. 1.060 qm Verkaufsfläche je Tausend Einwohner.

Die Verkaufsflächendichte liegt damit deutlich oberhalb des bundesdeutschen Durchschnitts von 490 qm je 1.000 Einwohner. Wie bereits dargestellt, ist hier jedoch insbesondere die Versorgungsbedeutung für das ländliche Umland sowie für die Touristen mit zu berücksichtigen. Erfahrungsgemäß ist das Lebensmittelsegment das Hauptsortiment, welches die Touristen in der Schlei-Region nachfragen.

Eine hohe Verkaufsflächenausstattung je Einwohner sagt jedoch noch nichts über die räumliche Verteilung des Angebots aus. Zur Bewertung der Nahversorgungssituation bzw. der räumlichen Verteilung des Angebots wurden die Nahversorgungsbetriebe im Stadtgebiet ab einer Verkaufsfläche von ca. 400 qm (ohne Drogerie- und Getränkefachmärkte) kartiert. Die 500 bzw. 700-m-Isochronen um die jeweiligen Standorte entsprechen dabei durchschnittlich 10 bis 15 Gehminuten. Die innerhalb dieser Radien lebenden Einwohner finden in einem fußläufigen Bereich mindestens einen signifikanten Anbieter vor, sodass die Nahversorgung grundsätzlich gegeben ist.

Wie die Karte zeigt, konzentriert sich das leistungsfähige nahversorgungsrelevante Angebot auf die kernstädtischen Bereiche sowie entlang der Ausfallachsen. So ist für dieses zu konstatieren, dass ein Großteil der Einwohner mindestens einen signifikanten nahversorgungsrelevanten Anbieter im fußläufigen Bereich vorfindet. Die Nahversorgungssituation ist in diesen Gebieten als gut bis sehr gut zu bewerten.

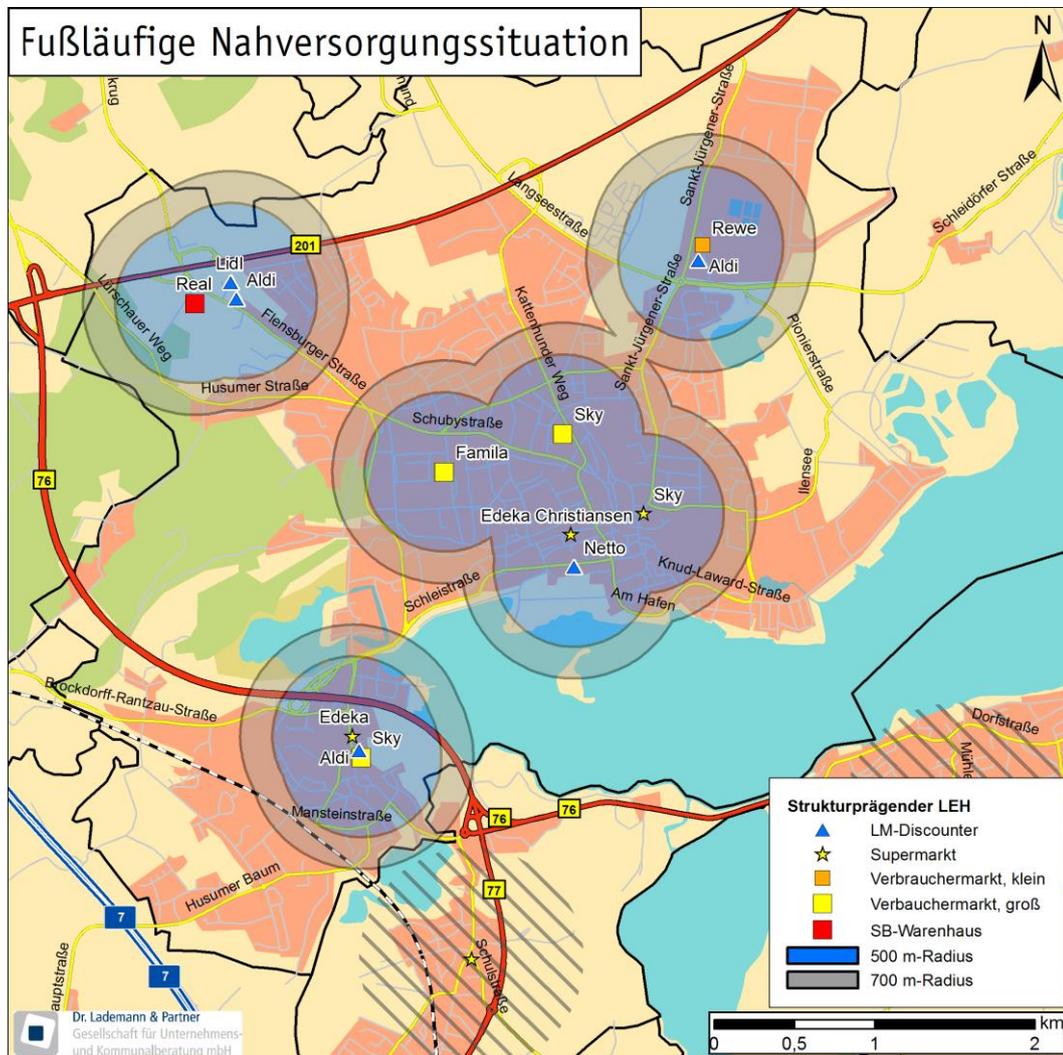


Abbildung 10: Nahversorgungssituation in Schleswig

Die Einwohner aus Friedrichsberg/Schleswig Süd verfügen allerdings über keinen leistungsfähigen Nahversorger im fußläufigen Wohnumfeld. Es handelt sich um Bereiche, in denen die Bereitstellung einer sowohl nach quantitativen wie auch qualitativen Aspekten genügenden Versorgungsstruktur ökonomisch nicht tragfähig ist. Prospektiv ist v.a. für die Bereiche „Auf der Freiheit“ und „Berender Redder“ von einer steigenden Anzahl fußläufig nicht versorgter Einwohner auszugehen. Aus Tragfähigkeitsgesichtspunkten ist es allerdings nicht möglich, für das gesamte Stadtgebiet eine vollständige Abdeckung sicherzustellen.

Zur qualitativen Weiterentwicklung der bestehenden Einzelhandelslagen (Innenstadt, Ortsteilzentrum) sowie der sonstigen Lagen sollten daher gezielt die bestehenden, leistungsfähigen Angebote durch moderate Flächenanpassungen ge-



sichert und attraktiviert werden. Ein Bedarf an zusätzlichen großflächigen Lebensmittelmärkten ist nicht zu erkennen. Vielmehr geht es darum, an strategisch sinnvollen Standorten (v.a. Schleswiger Innenstadt, ggf. Ausfallachse, sofern verträglich) das Angebot zu optimieren. Bei ungesteuerter Verkaufsflächenentwicklung besteht die Gefahr, dass bestehende Nahversorger im Sinne eines existenzbedrohenden Umsatzrückgangs maßgeblich tangiert sind.

Qualitativ wird das nahversorgungsrelevante Angebot durch acht Vollsortimenter geprägt, die zusammengenommen gut 77 % der relevanten nahversorgungsrelevanten Verkaufsfläche (exkl. Kleinflächen unter 400 qm VKF, Getränke- und Drogeriemärkte sowie Lebensmittelhandwerk) einnehmen. Damit ist im Vergleich zum bundesdeutschen Durchschnitt ein Überhang an vollsortimentierten Lebensmittelangeboten zu erkennen (+ 16 %-Punkte).

Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der Anzahl der Betriebe)*			
	Anteil Schleswig	Anteil Deutschland	Abweichung in %Punkte
Vollsortimenter	62%	42%	20%
Discounter	38%	58%	-20%
Summe	100%	100%	0%
Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handel aktuell 2009/2010. *Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.			
Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH (gemessen an der VKF der Betriebe)*			
	Anteil Schleswig	Anteil Deutschland	Abweichung in %Punkte
Vollsortimenter	77%	61%	16%
Discounter	23%	39%	-16%
Summe	100%	100%	0%
Quelle: Dr. Lademann & Partner GmbH und EHI Handel aktuell 2010/2011. *Ohne Kleinflächen unter 400 qm u. Spezialeinzelhandel.			

Tabelle 11: Anteile der Betriebsformen des klassischen LEH



Ein Vergleich mit üblichen Betriebsgrößen verdeutlicht, dass ein Teil der Betriebe tendenziell über suboptimale Verkaufsflächengrößen (v.a. jene Discounter <800 qm VKF¹²) verfügt, was perspektivisch in Einzelfällen zu Anpassungsbestrebungen führen wird.

Betriebstyp	mittlere Gesamtgröße in qm	
	Mittelzentren	Schleswig
SB-Warenhäuser*	5.000 - 6.000	5.080
Große Verbrauchermärkte	1.500 - 5.000	2010
Kleine Verbrauchermärkte	800 - 1.500	960
Supermärkte	400 - 800	660
Lebensmittel-Discounter	750 - 1.100	880
Getränkemärkte	100 - 500	310
Drogeriemärkte	500 - 700	510
Lebensmittelhandwerk	30 - 50	20
Sonstige Anbieter	10 - 50	50
Summe		280

Quelle: Einzelhandelserhebung Dr. Lademann & Partner, Flächen gerundet.
* nur nahversorgungsrelevante Verkaufsfläche (zzgl. aperiodische Randsortimente)

Tabelle 12: Betriebsgrößenstruktur bei den nahversorgungsrelevanten Betriebstypen

Die Weiterentwicklung des Lebensmitteleinzelhandels sollte daher mit dem Fokus der „aktiven“ Sicherung der Bestandsmärkte erfolgen. Einige Lebensmittelmärkte werden in den nächsten Jahren Investitionen tätigen müssen, was oftmals mit Verkaufsflächenarrondierungen einhergeht. Insbesondere für den Edeka-Markt in der Innenstadt ist eine maßvolle Erweiterung und ggf. Verlagerung und Neuaufrstellung innerhalb der räumlich abgegrenzten Innenstadt auszuloten (Verbrauchermarkt). Auch die Drogeriefachmärkte liegen hinsichtlich der Verkaufsflächendimensionierung im unteren Bereich üblicher Spannweiten.

Rein quantitativ verfügt die Stadt Schleswig über ein umfassendes Nahversorgungsangebot. Dennoch bestehen strukturelle Defizite durch suboptimale bzw. in die Jahre gekommene Betriebsgrößen (v.a. innerstädtischer Edeka-Markt und Real-Markt).

¹² Lebensmitteldiscounter weisen zunehmend Verkaufsflächen zwischen ca. 1.000 qm und ca. 1.200 qm Verkaufsfläche auf. Dabei ist eine Zunahme der Verkehrsflächen zulasten des Anteils an Aufstellfläche feststellen.



5.3 Zentralitätsanalyse für den Einzelhandel in Schleswig

Die Einzelhandelszentralität (Z) bildet das Verhältnis des am Ort getätigten Umsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage ab:

$$\text{Einzelhandelszentralität (Z)} = \frac{\text{am Ort getätigter Umsatz}}{\text{am Ort vorhandene Nachfrage}} \times 100$$

Ist dieser Wert größer als 100, zeigt dies insgesamt Nachfragezuflüsse aus dem Umland an. Je größer der Z-Wert ist, desto stärker ist die Sogkraft, die vom zentralen Ort ausgeht. Ein Wert unter 100 zeigt an, dass hier höhere Nachfrageabflüsse an das Umland bestehen. U.a. kann man also an der Zentralität die Einzelhandelsattraktivität eines zentralen Orts im Vergleich zu anderen, konkurrierenden Kommunen ablesen.

Auf Basis der Nachfragestromanalyse sowie der Umsatzschätzung für 2014 ergibt sich für die Stadt Schleswig eine einzelhandelsrelevante Zentralität

von rd. 190 %.

Der getätigte Umsatz vor Ort lag in 2014 also etwa 90 % über der am Ort vorhandenen Nachfrage. Teile des Einzelhandelsumsatzes sind somit auf Zuflüsse aus dem Umland – u.a. infolge der mittelzentralen Versorgungsfunktion im ländlich geprägten Raum und dem Standort des SB-Warenhauses am Schleswiger Ortseingang - zurückzuführen.

Gegenüber 2008 konnte der Schleswiger Einzelhandel keine positive Umsatzentwicklung konstatieren. Die Sogkraft des Schleswiger Einzelhandels konnte in Bezug auf die Einzelhandelszentralität ebenfalls nicht gesteigert werden. Bedingt ist der Zentralitätsrückgang durch den leichten Verkaufsflächenabbau um -4 %-Punkte sowie die steigenden Pro-Kopf-Ausgaben (und somit rein rechnerisch).

Die einzelnen Branchenzentralitäten geben Aufschluss über die Angebotsstärken und -schwächen des Einzelhandels der Stadt Schleswig sowie über die branchenspezifische interkommunale Konkurrenzsituation.

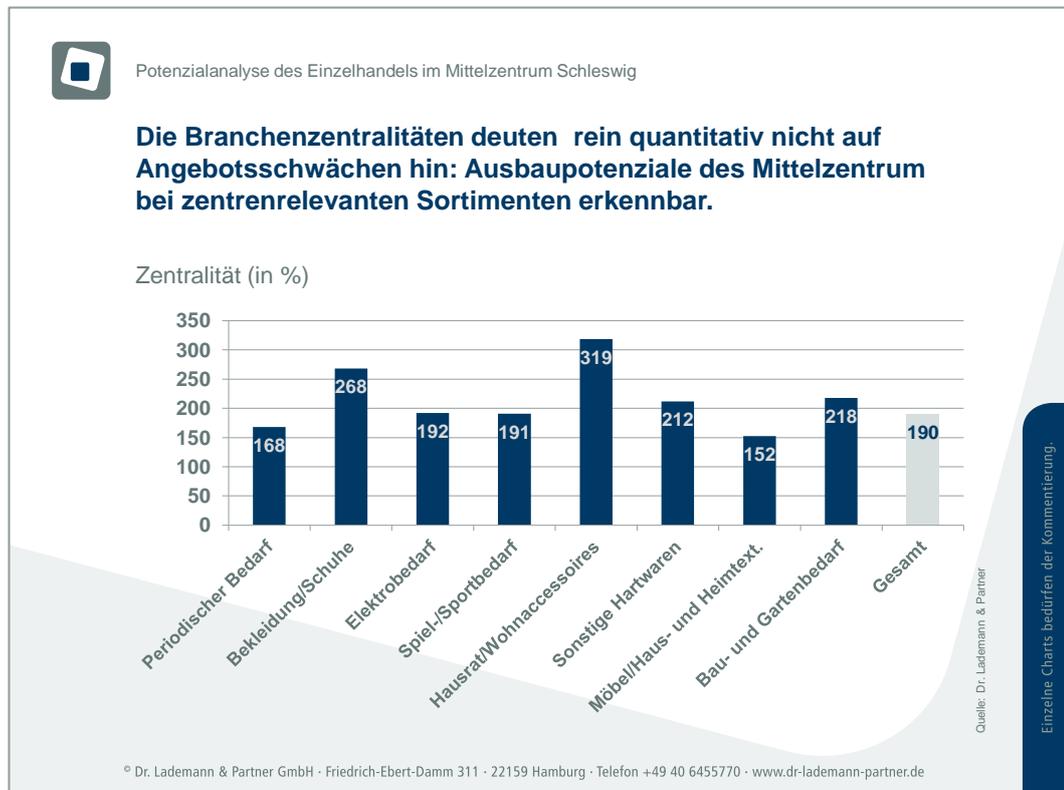


Abbildung 11: Einzelhandelsrelevante Zentralitäten in der Stadt Schleswig

- Die Branchenzentralität beträgt innerhalb des nahversorgungsrelevanten Bedarfs rd. 168 %. Dies weist auf eine sehr gute – nur moderat steigerbare – Nachfragebindung hin. Zudem werden Kaufkraftzuflüsse über Kopplungskäufe von Pendlern und Kunden generiert, die ursächlich zentren- oder nicht-zentrenrelevante Angebote aufsuchen. Hierdurch ergeben sich noch leichte Zentralitätsspielräume.
- Die zentrenrelevanten Sortimente weisen einen Zentralitätswert in Höhe von rd. 222 % auf. Die Zentralität ist jedoch unterschiedlich zu bewerten. Grundsätzlich bestehen Zentralitätsspielräume bei Bekleidung und Sportbedarf, die allesamt als wesentliche Leitsortimente von starken Mittelzentren fungieren. Dabei ist insbesondere auf einen größeren Anteil filialisierter und großflächiger Betriebe hinzuwirken.
- Die nicht-zentrenrelevanten Sortimente verfügen über eine einzelhandelsseitige Zentralität von rd. 200 %. Das umfangreiche Angebot im Bau- und Gartenbedarf manifestiert sich in einer über die Stadtgrenzen hinausreichenden Ausstrahlungskraft von ca. 218 %.



Im Vergleich mit anderen kleinen Mittelstädten¹³ verfügt das Mittelzentrum Schleswig mit 190 % über eine überdurchschnittliche Zentralitätskennziffer. Unter Berücksichtigung der zugewiesenen Versorgungsfunktion Schleswigs sind allerdings Zentralitätsspielräume zu erkennen. So steht Schleswig im Vergleich mit den starken Mittelstädten Heide (246 %¹⁴) und Husum (275 %¹⁵) sowie Kappeln (210 %¹⁶) unterdurchschnittlich dar.

Zwar sind die aufgeführten Zentralitäten der Vergleichsstädte nicht uneingeschränkt miteinander vergleichbar. Dennoch wird daraus deutlich, dass Schleswig hinsichtlich marktgängiger Flächen mit zentrenrelevantem Sortimentsschwerpunkt noch Nachholbedarf hat.

Per saldo fließen dem Einzelhandel in Schleswig etwa 90 % der örtlichen Nachfrage von außen zu. In einigen Sortimentsbereichen, wie Bekleidung/Schuhe und Sport, deuten die Einzelhandelszentralitäten auf Defizite, die es abzubauen gilt.

¹³ Der hohe Zentralitätswert von Schleswig resultiert auch vor allem aus der geringen Einwohnerzahl der Stadt. Verhältnismäßig kleine Verkaufsflächenerweiterungen können dadurch schnell zu hohen Zentralitätswerten führen.

¹⁴ Vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Heide, 2012.

¹⁵ Vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Husum, 2014.

¹⁶ Vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Kappeln, 2014.

5.4 Analyse der Nachfrageverflechtungen

Der Zentralitätswert ist eine Saldo-Größe aus den Nachfragezuflüssen aus dem Umland und den Nachfrageabflüssen aus der Stadt Schleswig in das Umland. Mit Hilfe einer Nachfragestromanalyse können diese Zu- und Abflüsse quantifiziert werden.

Entsprechend den Ergebnissen der Nachfragestromanalyse, die im Wesentlichen auf der Umsatzschätzung und Zentralitätsanalyse aufbaut, liegt die Nachfragebindung in Schleswig über alle Sortimente bei ca. 80 % (99 Mio. €), sodass die Abflüsse rd. 25 Mio. € p.a. betragen.

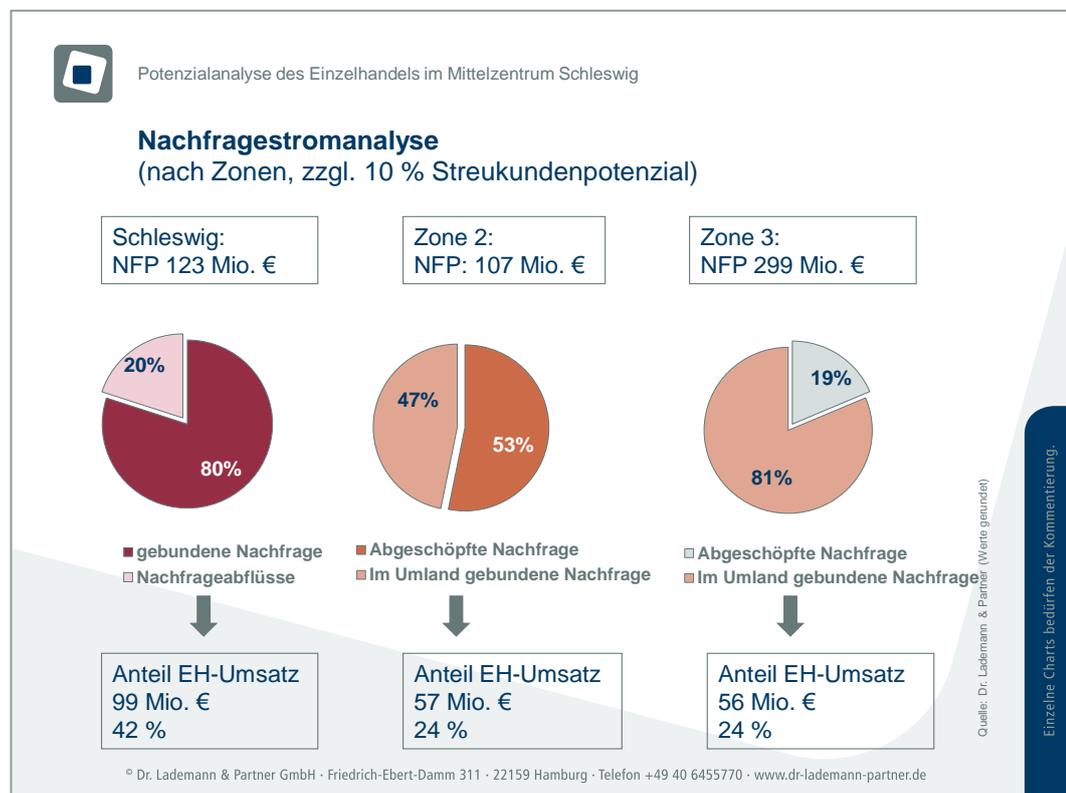


Abbildung 12: Nachfragestromanalyse des Einzelhandels in Schleswig

Die Nachfragestromanalyse zeigt, dass der Einzelhandelsstandort Schleswig funktionsgerecht über eine Ausstrahlungskraft verfügt, die deutlich über das eigene Stadtgebiet hinausreicht, so beläuft sich der Brutto-Zufluss auf insgesamt etwa 136 Mio. € p.a.

- Im unmittelbaren Umland wird aktuell eine Abschöpfungsquote bzw. ein Marktanteil von rd. 53 % erzielt. Mit anderen Worten: Der Schleswiger Einzelhandel schöpft die Hälfte der vorhandenen Nachfrage im Nahbereich ab.



- Im Ergänzungsbereich (Zone 2b) fällt die Abschöpfungsquote mit 19 % deutlich geringer aus.

Der Nachfragezufluss resultiert somit aus der Abschöpfungsquote aus dem Marktgebiet der Stadt Schleswig in Höhe von rd. 112 Mio. € (Zone 2a/b) zuzüglich der Potenzialreserve durch Pendler, Gelegenheitskunden u.ä. von insgesamt etwa 24 Mio. € (ca. 10 %).

Differenziert nach Hauptwarengruppen bringt die Nachfragestromanalyse für das Schleswiger Marktgebiet folgende Erkenntnisse:

- Die Nachfragebindung bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegt im Marktgebiet bei 39 %. Die gesamtstädtische Nachfragebindung in Schleswig selbst resultiert aus einer hohen Bindungsquote von 94 % im periodischen Bedarf, da nahversorgungsrelevante Einkäufe i.d.R. am Wohn- und/oder Arbeitsort getätigt werden. Schleswig als Mittelzentrum verfügt über ein weitgehend gut ausgebautes Nahversorgungsnetz, sodass hier auch keine signifikanten Nachfrageabflüsse bestehen. Ausbaupotenziale bestehen v.a. in einer Erhöhung der Nachfrageabschöpfung aus der Zone 2a.
- Auch bei den zentrenrelevanten Sortimenten bestehen deutliche Nachfragezuflüsse aus dem Umland, die zu knapp drei Viertel zum Schleswiger Einzelhandelsumsatz in diesem Segment beitragen. Allerdings bestehen auch hier erhebliche Nachfrageabflüsse zu Einkaufsalternativen (z.B. nach Flensburg und Rendsburg oder auch in den Versand-/Online-Handel), die aktuell vor allem aus Lücken im Angebotsprofil resultieren. Ein spürbarer Ausbau der Nachfragebindung im mittel- und langfristigen Bedarf sollte daher Ziel der künftigen Einzelhandelsentwicklung sein. Hierbei ist allerdings darauf zu verweisen, dass ein wesentlicher Teil der zentrenrelevanten Sortimente vom nicht stationären Handel gebunden wird (> 25 %) und damit dem Einzelhandel in Schleswig nicht zur Verfügung steht.
- Bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten bestehen erwartungsgemäß deutliche Nachfragezuflüsse aus dem Umland, die etwa 66 % des Einzelhandelsumsatzes in Schleswig ausmachen. Zugleich fließt aber auch ein erhöhter Teil der vor Ort vorhandenen Nachfrage ins Umland ab (z.B. in Richtung Kiel). Dies ist vor dem Hintergrund der steigenden Bereitschaft, für den Einkauf des langfristigen Bedarfs (v.a. Möbel) weite Wege in Kauf zu nehmen, zu erklären.

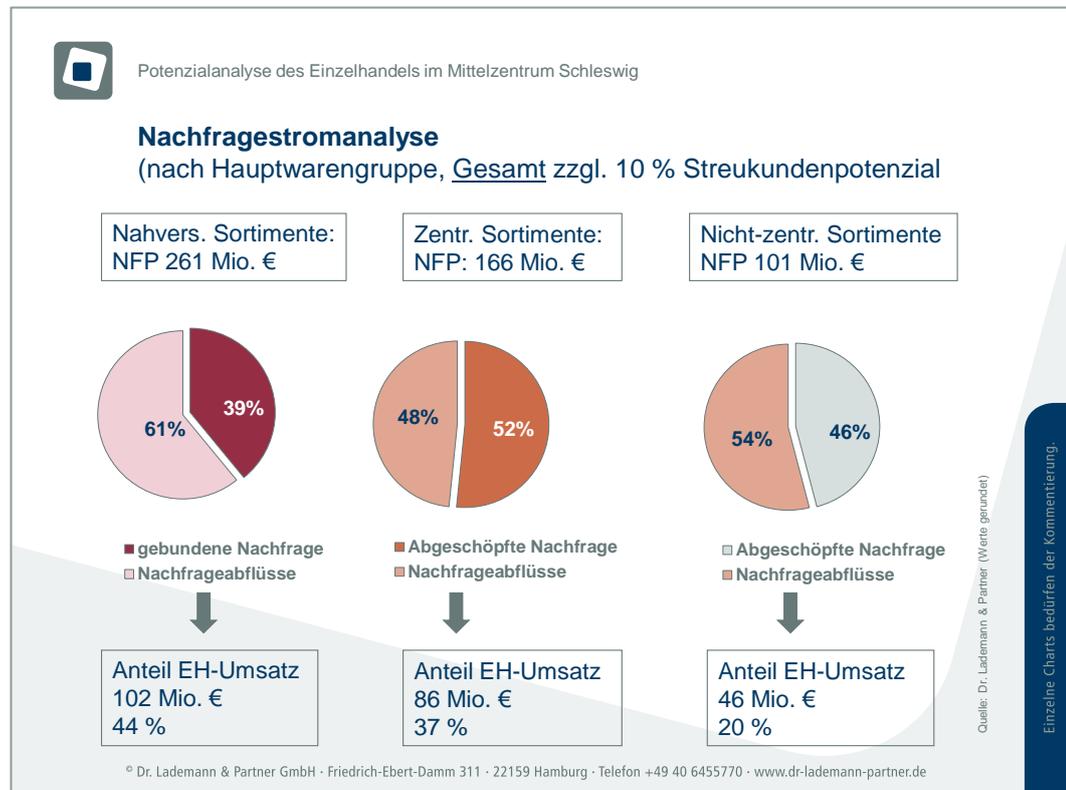


Abbildung 13: Nachfragestromanalyse nach Hauptwarengruppen

Zwar befindet sich Schleswig mit den Oberzentren und sonstigen Einkaufsalternativen (Rendsburg/Online-Handel) in einem interkommunalen Wettbewerb. Eine moderate Steigerung der Abschöpfungsquote erscheint aber dennoch realistisch, sofern das Einzelhandelsangebot ausgebaut und attraktiviert wird. Dabei erscheinen vor allem die geringen Marktanteile des Schleswiger Einzelhandels im überörtlichen Marktgebiet noch ausbaufähig und deuten auf die Qualifizierung überörtlich nachgefragter Angebote hin (v.a. zentrenrelevante Sortimente).

Der lokale Einzelhandel kann rd. 80 % der eigenen Nachfrage vor Ort halten. Darüber hinaus fließen rd. 136 Mio. € von außen zu (Umland sowie Potenzialreserve). Damit ist der Schleswiger Einzelhandel im erheblichen Maße auf überörtliche Kaufkraftzuflüsse angewiesen (ca. 58 % des Einzelhandelsumsatzes). Insbesondere im ländlich geprägten Umland erscheint der Marktanteil des Schleswiger Einzelhandels noch steigerbar.



6 Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Schleswig

6.1 Antriebskräfte der Einzelhandelsentwicklung

Für die weitere Entwicklung der Stadt Schleswig als Einzelhandelsstandort ist die Frage entscheidend, welche Perspektiven der Einzelhandel in Schleswig insgesamt besitzt.

Die grundsätzlichen Hauptantriebskräfte der Einzelhandelsexpansion sind in erster Linie

- Rahmengebende Wachstumskräfte (Bevölkerungs- und Demografieentwicklung, Kaufkraftentwicklung, Betriebstypendynamik und Tourismusentwicklung);
- Defizitfaktoren des Einzelhandels (unzureichende Zentralitätswerte und Fernwirkung, Strukturdefizite im Angebotsmix, unterdurchschnittliche Flächenausstattung und kleinräumige Versorgungslücken).

Betrachtet man Wachstums- und Defizitfaktoren aus der lokalspezifischen Situation der Stadt Schleswig heraus, zeichnen sich folgende Entwicklungstendenzen ab:

- Die Einwohnerzahlen werden perspektivisch in Schleswig stabil und in der Region rückläufig sein. Es sind Gegenmaßnahmen erforderlich, um mehr Neubürger zu gewinnen und zu halten. Die demografische Entwicklung bewirkt zunehmend Veränderungen im Einkaufsverhalten. Es steigt damit auch die Bedeutung einer fußläufigen bzw. im modal split gut erreichbaren Nahversorgung.
- Von der Kaufkraftentwicklung bzw. der Entwicklung der Pro-Kopf-Ausgaben werden perspektivisch keine signifikanten Impulse für die Einzelhandelsentwicklung ausgehen. Zudem ist nochmals auf die steigende Bedeutung des Onlinehandels hinzuweisen.
- Tendenziell begünstigend für die Einzelhandelsentwicklung in Schleswig kann sich eine Intensivierung der touristischen Nachfrage auswirken. Das in Aufstellung befindliche Stadtleitbild/Slogan mit Bezug auf die Alleinstellungsmerkmale und die Bewerbung als Weltkulturerbe werden dazu beitragen, dass die tourismusaffinen Angebote langfristig stärker nachgefragt werden.



- Die Betriebstypendynamik ist auch für Schleswig zu beobachten: so ist davon auszugehen, dass aus den allgemeinen Strukturverschiebungen zu Gunsten der Großflächen¹⁷ auch hier Verkaufsflächenpotenziale entstehen.
- Die Einzelhandelszentralität von 190 % bewegt sich insgesamt auf einem für ein Mittelzentrum überdurchschnittlichen Niveau. In einigen Sortimentsbereichen sind noch Unausgewogenheiten zu erkennen, die entsprechend der angestrebten Versorgungsfunktion von Schleswig als starkes Mittelzentrum und der Tragfähigkeit/Wettbewerbssituation im Raum standortadäquat abgebaut werden sollten.
- Die Flächenausstattung liegt in Schleswig insgesamt mit 3.800 qm/1.000 Einwohner ebenfalls auf einem überdurchschnittlichen Niveau. Ein Ausbau der Nachfragebindung und -abschöpfung erscheint dennoch möglich und langfristig zielführend. Dies setzt voraus, dass sich die Einzelhandelsangebote an den funktional richtigen Stellen (Innenstadt, Ergänzungsstandorte Lattenkamp und St. Jürgen, Ortsteilzentrum Friedrichsberg) befinden. Künftig wird es vor allem auch auf eine Qualifizierung vorhandener Flächen ankommen.
- Die Grundstruktur des Schleswiger Einzelhandels ist zwar intakt, dennoch sind einige strukturelle Defizite feststellbar: Der noch ausbaufähige Verkaufsflächenanteil der Innenstadt, der zu hohe, oftmals nicht mehr marktfähige inaktive Verkaufsflächenanteil sowie Angebotsdefizite in einigen agglomerierten Standortlagen (zu geringe Zahl an Magnetbetrieben) sind hier vor allem zu nennen.
- Zum Teil sind räumliche Versorgungslücken in der Nahversorgung gegeben. Diese werden jedoch aufgrund der fehlenden Tragfähigkeitspotenziale nicht vollständig geschlossen werden können. In diesem Zusammenhang ist jedoch noch mal zu erwähnen, dass im Zuge des demografischen Wandels und einer eingeschränkten Mobilität die wohnortnahe Versorgung immer mehr an Bedeutung gewinnt.

¹⁷ Die Betriebstypendynamik wird weiter dafür sorgen, dass der Flächenanspruch der Einzelhandelsbetriebe (auch der im Bestand) um etwa 0,3 % p.a. steigen wird.

Spielräume zum Ausbau des Einzelhandelsangebots ergeben sich damit v.a. aus folgenden Quellen:



Abbildung 14: Hauptansatzpunkte der Flächenentwicklung in Schleswig

Über diesen weitgehend verdrängungsneutralen Entwicklungsrahmen hinaus ergeben sich zusätzliche Expansionspotenziale durch die Berücksichtigung einer stärkeren Nachfragebindung und -abschöpfung (vgl. folgende Abbildung, Nr. 1 und 2). Dies impliziert, dass den stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten (v.a. Innenstadt und Ergänzungsstandorte), die „richtigen“ Sortimente und Betriebstypen gezielt zugeordnet werden. Diese städtebaulich und funktionale Einbindung in die bestehenden Einzelhandelslagen führen zur Verbesserung und Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsangebots (stärkere Ausstrahlungskraft).

Bei der Ableitung der örtlichen Flächenpotenziale zur quantitativen Weiterentwicklung des Schleswiger Einzelhandels wurde von Dr. Lademann & Partner ausgeblendet, dass sich einerseits durch eine moderate Erhöhung der Wettbewerbsintensität zusätzliche Flächenpotenziale ergeben (Nr. 3). Denn letztlich wird und kann ein Ansiedlungsvorhaben in einem verträglichen Umfang Nachfrage zu Lasten anderer Standorte in seinem Einzugsgebiet umverteilen (Um-

satzumverteilung). Bei konkreten Vorhaben ist allerdings eine Einzelfalluntersuchung zur Ermittlung und Bewertung der spezifischen Auswirkungen erforderlich. Der Verträglichkeitsnachweis ist damit nicht Bestandteil der Potenzialanalyse.

Zum anderen sind weitere Potenziale durch eine Erhöhung des Streukundenpotenzials möglich (Touristen, Arbeitsplatzausbau, Nr. 4).

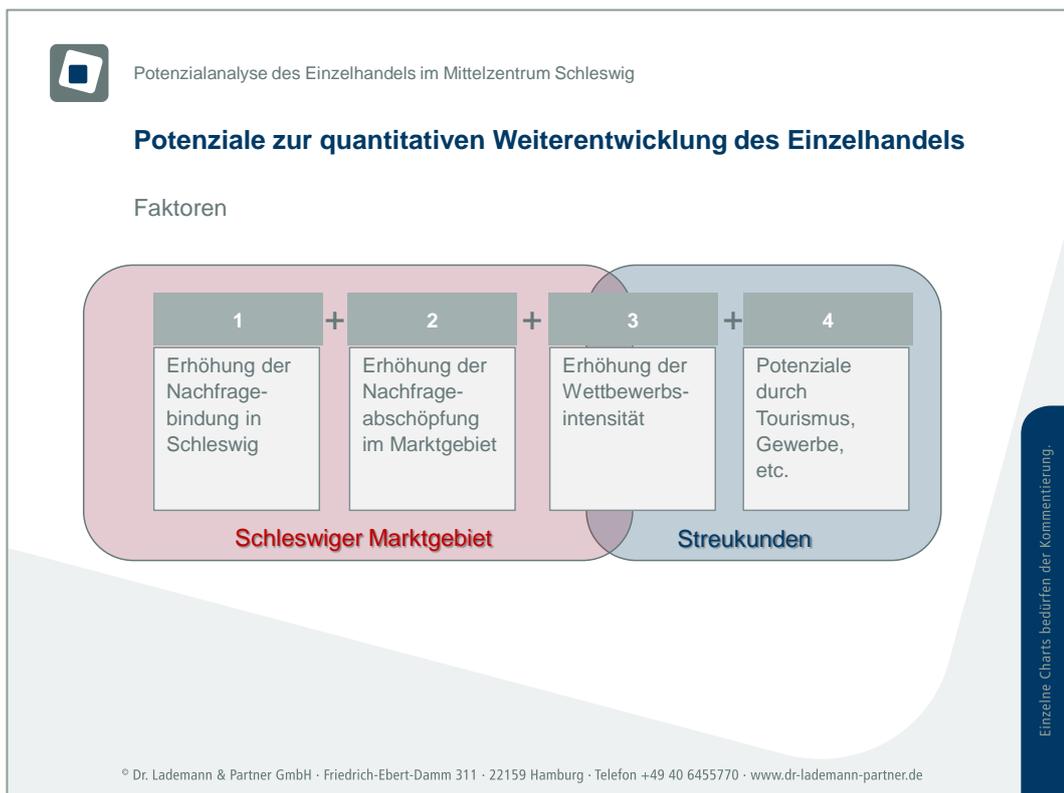


Abbildung 15: Potenziale zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig



6.2 Strategische Orientierungsprinzipien für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig insgesamt

6.2.1 Abwägung gesamtstädtischer Strategieoptionen

Im Rahmen der Strategiediskussion soll zunächst die Bandbreite künftiger Strategieentwürfe dargestellt werden. Erst die Auslotung divergierender Entwicklungsperspektiven ermöglicht eine Chancen-Risiko-Bewertung einzelner, übergeordneter Entwicklungsoptionen und damit die Höhe der zusätzlichen Verkaufsflächenpotenziale bis zum Jahr 2025.

Strategieoption ‚Verharren‘

Als Strategieoption ‚Verharren‘ lässt sich ein Konzept abgrenzen, das im Wesentlichen auf die Konservierung der heutigen Einzelhandelsstruktur abzielt. Dies schließt eine konsequente Ablehnung von großflächigen Ansiedlungsbegehren des Einzelhandels ein.

Diese Strategie erlaubt lediglich eine geringfügige Arrondierung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt und die Optimierung sonstiger Einzelhandelslagen im Bestand (Deckelung des Status quo/Reaktivierung von Leerständen). Dabei wird allerdings nicht automatisch antizipiert, dass für die Zukunftsfähigkeit notwendige Anpassungsmaßnahmen in der vor Wettbewerb geschützten Innenstadt auch getätigt werden. Auch für die Innenstadt bestehen Restriktionen (Baurecht, Stellplatzablöse, fehlende Bereitschaft einzelner Eigentümer etc.), die den Handlungsspielraum erschweren. Andererseits bliebe bei Ausschluss wettbewerblicher Entwicklungen außerhalb der Innenstadt der Handlungsdruck auf die bestehenden Betriebe in der Innenstadt aus. Investitionen und neue Impulse würden somit nicht zwangsläufig getätigt.

Insgesamt wäre kein „großer Wurf“ zu erwarten. Vielmehr handelt es sich um eine nahezu stagnierende Einzelhandelsentwicklung, die nicht geeignet ist, auf regionale Marktgegebenheiten und Wettbewerbsentwicklungen (in der Region, Internet) zu reagieren. Das Ziel der Stadt Schleswig, sich weiterhin als leistungsstarkes Mittelzentrum zu positionieren, ist durch die restriktive Steuerungspraxis somit nicht durchzusetzen. Die vorhandenen Potenziale des Einzelhandelsstandorts würden nicht ausgeschöpft – und potenzielle Investoren/Anfragen auf andere Kommunen im Umland mit verfügbaren Flächen verteilt werden.

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategische Orientierungsprinzipien für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig insgesamt

Strategieoption ‚Verharren‘

- Konservierung der heutigen Einzelhandelsstruktur
- Maximal geringfügige Arrondierung in der Innenstadt
- Investitionssicherheit
- kein „großer Wurf“ zu erwarten
- Keine Reaktion auf regionale Marktgegebenheiten und Wettbewerbsentwicklungen (in der Region, Internet) möglich.
- Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion nicht erreichbar

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 16: Strategieoption ‚Verharren‘

Konkret für Schleswig bedeutet dies:

Die Handelsstrukturen weisen in Schleswig teilweise nicht mehr marktgängige Standortbedingungen (Größe, Zustand etc.) auf. Bei dieser restriktiven Variante dürfen allerdings keine wesentlichen Anpassungen von Betrieben außerhalb der Innenstadt vorgenommen werden. D.h. sinnvolle bzw. notwendige Ergänzungen der Einzelhandelsstrukturen (z. B. Betriebserweiterungen zur Standortsicherung) sind nicht durchzusetzen.

Für die Innenstadt sind Bestandsarrondierungen insbesondere durch die Wiederbelegung der Leerstände zu erwarten. Aufgrund der hohen Planungssicherheit (Erhalt des Status quo) ist ggf. eine gesteigerte Investitionsbereitschaft in der Innenstadt möglich. Allerdings besteht andererseits kein Druck auf die Eigentümer/Gewerbetreibenden, Investitionen anzuschieben. In Bezug auf die leerstehende Hertie-Immobilie bedeutet dieses Szenario nicht, dass eine Nachnutzung beschleunigt wird. Vielmehr wäre der Eigentümer durch ausbleibende Alternativenentwicklungen in Sicherheit, mit den überhöhten Forderungen nicht entgegenkommen zu müssen.



Für die agglomerierten Fachmarktlagen wären die Folgen des Szenarios Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsqualität bis hin zum Funktionsverlust durch Aufgabe einzelner Anbieter. Sämtliche Bebauungspläne müssten in Schleswig hinsichtlich ihrer Festsetzungen und einzelhandelsrelevanten Spielräume überplant werden. Eine im Sinne der bestandssichernden Verkaufsflächenoptimierung erwogene baurechtliche Flexibilisierung ist an den innenstadtfernen Standorten nicht durchzusetzen, sodass in den funktionalen Lagen ein Abwärtstrend einsetzt. Hier besteht die Gefahr, dass durch den mittelfristigen Niedergang einzelner Magnetnutzungen auch die angrenzenden Bereiche wesentliche Frequenzverluste erleiden.

Strategieoption ‚Zersplittern‘

Die Strategieoption ‚Zersplittern‘ umfasst die weitgehend ‚zügellose‘ (auch hinsichtlich der Sortimentsstruktur) ungesteuerte Entwicklung aller Vorhaben und Anfragen. Ansiedlungen werden ohne ein übergeordnetes Steuerungsleitbild getätigt. Hier ist das Problem zu beachten, dass Einzelfallentscheidungen von Vorhaben i.d.R. kumulative Auswirkungen unberücksichtigt lassen und daher letztlich die unerwünschten negativen Folgen im Laufe der Zeit einsetzen, obwohl die Einzelfallentscheidungen jeweils unkritisch waren.

Diese Option wäre mit deutlichen Risiken behaftet: Angesichts noch verfügbarer Expansionspotenziale birgt diese Strategie die Gefahr eines maßlosen Flächenzuwachses mit der Folge einer Flächenübersättigung und der Destabilisierung vorhandener Standortbereiche. Das inflationäre Aktivieren neuer Standorte ginge mit der Zersplitterung des Standortnetzes einher. Eine signifikante Stärkung der stadtentwicklungspolitisch privilegierten Einzelhandelslagen wäre nicht möglich. Im Gegenteil: Ein Bedeutungsverlust der Schleswiger Innenstadt wäre die Folge.

Es entsteht eine Vielzahl von neuen Handelsstandorten, welche die bisherige Standorthierarchie infrage stellen. Gerade durch den Ausbau von an den Einfallstraßen gelegenen, autokundenorientierten Lagen wird der bereits hohe Anteil an Streulagen weiter erhöht. Hierdurch wird der Verdrängungswettbewerb zu Lasten schwächerer städtebaulich integrierter Lagen zunehmen. Dies würde sich auf die Attraktivität und das städtebauliche Erscheinungsbild der prägenden Einzelhandelslagen auswirken, bis hin zur Problematik der Folgenutzung an erodierten Standorten. Für die Schleswiger Akteure führt dieses Entwicklungsszenario zu Verunsicherungen, da die Politik der Stadt kein verlässlicher Partner mehr für Investoren ist.

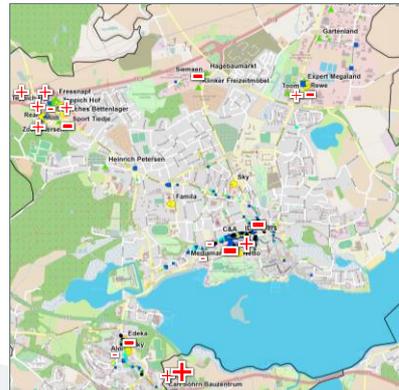


Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategische Orientierungsprinzipien für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig insgesamt

Strategieoption ‚Zersplittern‘

- weitgehend ‚zügellose‘ (auch hinsichtlich der Sortimentsstruktur) ungesteuerte Entwicklung aller Vorhaben
- Gefahr des maßlosen Flächenzuwachses
- Verunsicherung der Schleswiger Akteure
- Destabilisierung vorhandener Standortbereiche: Kannibalisierungseffekte
- Problematik von Folgenutzungen



© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 17: Strategieoption ‚Zersplittern‘

Konkret bedeutet dies für Schleswig:

- Zulassen von sämtlichen Ansiedlungsvorhaben außerhalb der Innenstadt. Hierdurch würden die Entwicklungsperspektiven der Innenstadt nicht unwesentlich begrenzt.
- Gefahr der Kannibalisierung durch Realisierung sämtlicher Ansiedlungsbegehren. Dabei Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus den bestehenden Zentren/Schlei-Center bzw. Ergänzungsstandorten zu erwarten.
- Verlagerung und Neuaufstellung des Lebensmitteleinzelhandels, das zu einer Verschlechterung der verbrauchernahen Grundversorgungsfunktion führt (v.a. Edeka-Märkte Stadtweg und Friedrichsberg, Sky Gallberg).



Strategieoption ‚Spezialisieren‘

Die Strategieoption ‚Spezialisieren‘ zielt auf die Vertiefung der räumlich-funktionalen Spezialisierung des Standortnetzes ab. Sie würde die arbeitsteilige Struktur der bestehenden Einzelhandelsstandorte in Schleswig aufgreifen:

- Die Innenstadt von Schleswig ist der bedeutendste zentrale Versorgungsbe-
reich von Schleswig, der zudem über Entwicklungspotenziale verfügt. Er ist
Standort des bedienungsintensiven zentrenrelevanten Einzelhandels und
weist darüber hinaus eine erhebliche Nutzungsmischung auf. Der innerstädti-
sche Nutzungsbesatz kann sich durch eine noch stärkere Angebotsausweitung
(in Breite und Tiefe) profilieren. Überdies kommt ihr durch die diversen
kerngebietstypischen Nutzungen eine multifunktionale Bedeutung zu, die in
ihrer Reichweite weiter ausgebaut werden sollte.
- Die funktionalen Standortbereiche Lattenkamp und St. Jürgen nehmen mit
ihren fachmarktorientierten Profilen jeweils bereits heute die Funktion von
autoorientierten Versorgungsstandorten wahr und sollten in einer von den
übrigen Einzelhandelslagen komplementären Struktur stabilisiert werden. So
könnten wichtige Synergiepotenziale (Kopplungseffekte) für den gesamten
Einzelhandelsstandort Schleswig aktiviert werden.
 - Die Fachmarktagglomeration Lattenkamp spricht v.a. durch das real-SB-
Warenhaus und eine Vielzahl an weiteren, eher preisaktiven Fachmärkten
ein weitläufiges Einzugsgebiet an und wirkt dadurch zentralitätserhöhend
auf den Einzelhandelsstandort Schleswig ein.
 - Der Fachmarktstandort St. Jürgen ist dem gegenüber auf wenige Branchen
spezialisiert. Insbesondere das Profil der nicht-zentrenrelevanten Sorti-
mente sollte gesichert, gestärkt und der FMA Lattenkamp untergeordnet
arrondiert werden.
- Das Ortsteilzentrum Friedrichsberg sowie die solitären Nahversorgungsstan-
dorte nehmen überwiegend Nahversorgungsfunktionen wahr. Prioritär sollten
Entwicklungen innerhalb der tradierten Zentrenlage mit Grundversorgungsan-
geboten forciert werden, um die vorliegenden Abwertungstendenzen aufzu-
halten. Die Sicherung und der Ausbau eines umfassenden Angebots i.S.e. Ne-
benzentrums soll damit nicht mehr Ziel der Zentrenentwicklung sein.
- Zwar weist die Stadt selbst eine Vielzahl an zentralörtlichen Funktionen auf
(v.a. regionalbedeutsame Gerichte und Museen, Klinikum), allerdings ist die

Stadt Schleswig bisher unzureichend auf die Tourismusregion Ostseefjord Schlei ausgerichtet. Das neue Stadtleitbild mit Bezug auf die Wikinger und die Bewerbung für die Auszeichnung Weltkulturerbe ist der richtige Ansatz, von der Kulturhistorie des Stadt-Umland-Raums zu partizipieren. Hierfür ist es allerdings erforderlich, zielgruppenadäquate Angebote, auch im Einzelhandel, vorzuhalten. Der Fremdenverkehr leistet folglich auf den Raum bezogen die weitergehende Wirkung. Diese kommt wiederum der regionalen Wirtschaft zu Gute.



Abbildung 18: Strategieoption ‚Spezialisieren‘

Konkret für Schleswig heiße ‚Spezialisieren‘,

- die Masse der Schleswiger Innenstadtangebote durch die Realisierung ausstrahlungstarker Projekte mit mittelzentralem Profil zu erhöhen und die verkehrliche Infrastruktur handelsverträglich weiter zu optimieren sowie die Innenstadt als Identifikationsraum für die Personen im Schleswiger Marktgebiet mit einem attraktiven Nutzungsbesatz zu entwickeln.
- die Fachmarkttagglomeration Lattenkamp - noch vor dem Fachmarktstandort St. Jürgen - im arbeitsteiligen Profil zu stabilisieren.



- das Ortsteilzentrum durch nachfragegerechte Arrondierungen im grundversorgungsrelevanten Bedarf als Nahversorgungszentrum langfristig zu stabilisieren (d.h. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogerie- und Putzwaren, Zeitschriften, Schnittblumen).
- für sonstige Einzelhandelslagen (Hagebau, Innenstadtumfeld) eine Deckelung, Verlagerung bzw. Rückbau von Einzelhandelsnutzungen zu forcieren.

Eine Entwicklung neuer Einzelhandelsstandorte sollte ausgeschlossen sein. Es sei denn, der Standort fügt sich in die tradierte Zentren- und Standortstruktur ein und übt Synergien aus. Hervorgehobene Standorteigenschaften weist der interkommunal bedeutsame Standort Busdorf/Schleswig-Friedrichsberg auf. Unter der Maßgabe eines interkommunalen Konsenses hinsichtlich der Angebotsausrichtung käme dieser Standort für ein zielgruppendifiniertes Vorhaben in Frage, das auch Einzelhandelskomponenten enthält.

Insgesamt wäre durch eine seitens der Politik und der Verwaltung gesteuerte Einzelhandelsentwicklung ein konzentriertes und gezieltes Ausnutzen des Entwicklungsrahmens und damit verbunden eine Stärkung der Marktposition des Schleswiger Einzelhandels sowie eine höhere Abschöpfungsleistung bzw. ein höherer Zentralitätsschub möglich.

Insgesamt birgt aus Sicht der Gutachter die Strategieoption „Spezialisieren“ im Sinne einer räumlich-funktionalen Arbeitsteilung und einer Konzentration des Angebots die geringsten Risiken und induziert die höchsten Zentralitätspotenziale für das Mittelzentrum Schleswig. Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. zum sinnvollen Ausbau des Einzelhandelsstandorts insgesamt können entsprechend stringent gefördert und in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen gelenkt werden. Ein ruinöser Wettbewerb kann dadurch verhindert werden.

6.2.2 Strategieempfehlungen für die Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig insgesamt

Der stationäre Einzelhandel vermag durch einen vielfältigen Betriebstypen- und Standortmix die Urbanität und Attraktivität eines zentralen Orts, aber auch ihre Prosperität positiv zu beeinflussen. Diese primär städtebaulichen Ziele lassen sich jedoch nur erreichen, wenn durch die Bauleitplanung die investitionsseitigen Voraussetzungen geschaffen werden, sodass sich eine Nachfrage nach städtebaulich erwünschten Standorten einstellt, die der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit gerecht wird. Gerade im Zuge einer anhaltenden Verkaufsflächen-



entwicklung wird daher generell versucht, die Bauleitplanung im Einzelhandel am Prinzip der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung des Standortnetzes zu orientieren.

Eine derartige arbeitsteilige Versorgungsstruktur lässt sich jedoch im Wettbewerb nicht ohne bauleitplanerische Rahmenbedingungen erhalten bzw. herbeiführen. Es kommt dabei darauf an, eine innenstadtverträgliche Verkaufsflächenentwicklung an der Peripherie sowie eine gezielte Verbesserung der ökonomischen Rahmenbedingungen der Innenstadt sicherzustellen. Neben der räumlich-funktionalen Arbeitsteilung als leitendes Prinzip der Stadtentwicklung kann bauleitplanerisch die Sogkraft des Einzelhandels durch den Grad der Standortkonzentration (Agglomerationsgrad) beeinflusst werden. Generell gilt, dass ein auf viele Standorte zersplittertes Einzelhandelsnetz weniger sogkräftig ist als ein stärker konzentriertes. Das Prinzip der dezentralen Konzentration lässt je nach Stadt- und Gemeindegröße eine unterschiedliche Anzahl von Standortagglomerationen zu.

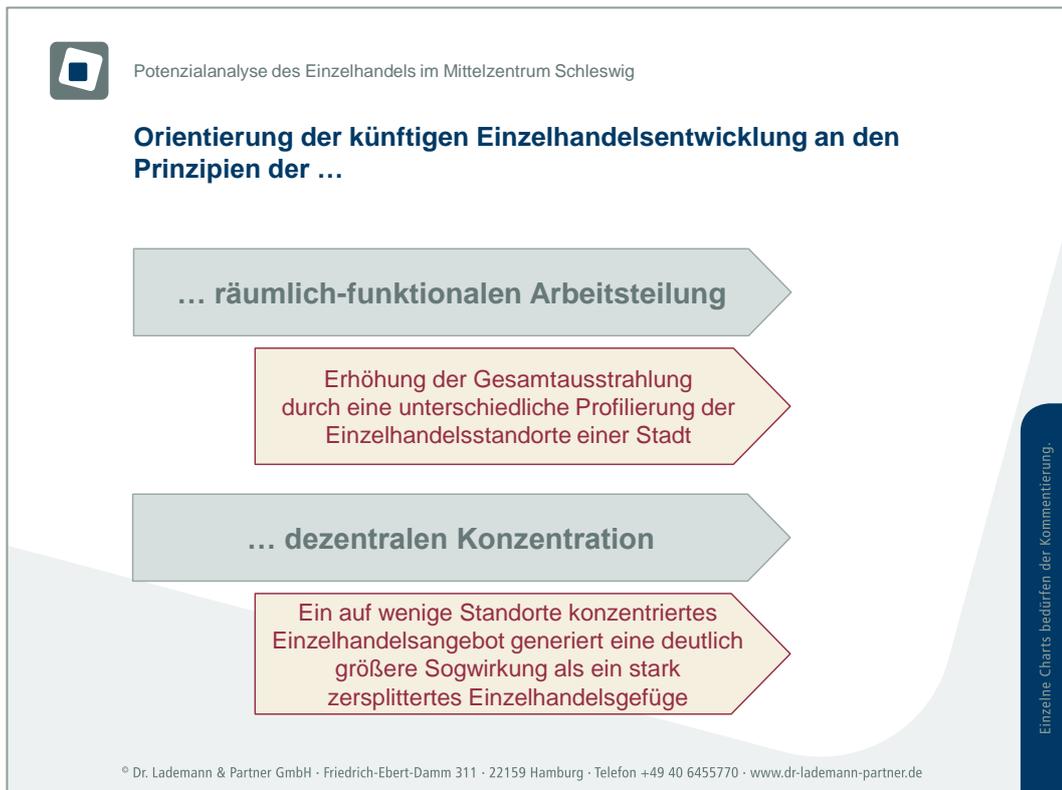


Abbildung 19: Strategische Orientierungsprinzipien



Als Herausforderung sind dabei weiterhin der sich verschärfende interkommunale Wettbewerb sowie die steigende Bedeutung des Online-Handels anzusehen. Die zentralörtliche Position der Stadt Schleswig als Mittelzentrum sollte vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion für das sehr ländlich geprägte Umland gestärkt werden. Die Einzelhandelsentwicklung sollte dabei neben der allgemeinen quantitativen Verbesserung künftig in erster Linie an einer qualitativen Verbesserung orientiert werden. Die Bemühungen zielen dabei insbesondere darauf ab, die Innenstadt zu stärken und die Erosionstendenzen in dem ehemaligen Ortsteilzentrum zu stoppen und durch Neupositionierung als Nahversorgungszentrum umzukehren. Darüber hinaus ist die zentralitätsbildende Funktion der beiden agglomerierten Fachmarktlagen zu beachten.

Konkret ist damit folgende Ausrichtung der einzelnen Standortbereiche anzu- steuern:

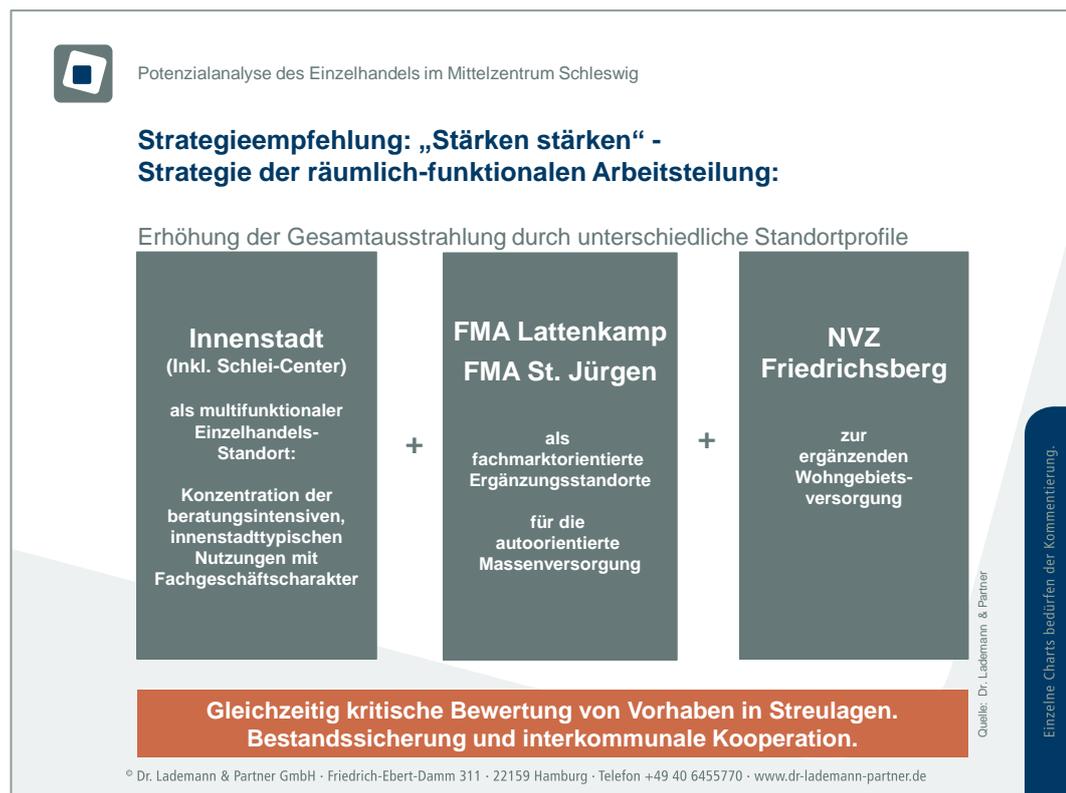


Abbildung 20: Strategieempfehlung: „Stärken stärken“



Grundsätzliche Entwicklungsstrategie „Stärken stärken“, hierbei

- Positionierung der Innenstadt als tragender Einzelhandelsstandort durch die Konzentration von höherwertigen, weniger transportsensiblen Angeboten. Der Schwerpunkt sollte hier auf den sog. ‚Lustkauf‘ gelegt werden. Der Anteil der (hoch) zentrenrelevanten Sortimente sollte dabei gesichert und weiter ausgebaut werden. Es gilt ein Mindestmaß an großflächigen und sogkräftigen Magnetbetrieben vorzuhalten, da diesen Frequenz erzeugende Wirkung zukommt. Die Schleswiger Innenstadt mit der Fußgängerzone bietet zudem erhebliches Potenzial für arrondierende Nutzungen und wirkt auf die Verbraucher im Marktgebiet identitätsfördernd.
- Die vor allem autoorientiert gelegenen Fachmarkttagglomerationen sind als zentralitätsbildende Ergänzungsstandorte zu behandeln. Der Schwerpunkt dieser Standorte sollte eher dem ‚Lastkauf‘ i.S. des Versorgungseinkaufs für die Einwohner aus dem Marktgebiet entsprechen. D.h., das Profil soll hier auch zukünftig auf den rein versorgungsorientierten Einkauf typischer ‚Kofferraumsortimente‘ ausgerichtet sein und sich damit auf ein zur Innenstadt arbeitsteiliges, fachmarktorientiertes Profil konzentrieren. Der Schwerpunkt der Weiterentwicklung sollte vor allem auf dem nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereich liegen. Nahversorgungs- und zentrenrelevante Großflächen tragen im Bereich Lattenkamp zur Funktionsergänzung dieser Lage bei (sofern verträglich).
- Die übrigen Standortbereiche des Einzelhandels sollten primär auf die Sicherung einer funktionsfähigen Nahversorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs, möglichst im fußläufigen Bereich, ausgerichtet werden. Darüber hinaus sollte eine restriktive und kritische Bewertung von Vorhaben in Streulagen erfolgen, um eine weitere Zersplitterung der Einzelhandelsstrukturen zu vermeiden.
- Die Entwicklung eines weiteren Einzelhandelspols ist vor dem Hintergrund der Strategie bestehende Stärken zu stärken nicht empfehlenswert. Hiervon ausgenommen sind Vorhaben, die den interkommunalen Konsens genießen und sich förderlich auf die Attraktivität und Ausstrahlkraft des Mittelzentrums auswirken. Der Standort Schleswig-Süd/Busdorf soll zur Stärkung der Ausstrahlung von Schleswig im südlichen Einzugsgebiet insbesondere zur weiteren Entwicklung touristischer Potenziale entwickelt werden.



6.3 Potenziale und Verkaufsflächenspielräume für die Einzelhandelsentwicklung bis 2025

In den vorangegangenen Analysen und der empfohlenen Strategie Stärken zu Stärken konnte festgestellt werden, dass der Schleswiger Einzelhandel noch über ein Ausbaupotenzial verfügt. Dieses leitet sich vor allem aus den noch steigerbaren Branchenzentralitäten ab. So kann davon ausgegangen werden, dass sowohl die Nachfragebindung in Schleswig selbst als insbesondere auch die Nachfrageabschöpfung aus dem Umland noch gesteigert werden können, sofern der Einzelhandelsstandort insgesamt eine Attraktivitätssteigerung erfährt.

Im Vergleich mit starken Mittelstädten wie Heide (250 %) und Husum (275 %) weist Schleswig mit einer Zentralität von 190 % einen unterdurchschnittlichen Zentralitätswert auf, der zudem auf einem breiten Angebot an nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Angeboten beruht. Dr. Lademann & Partner halten als Entwicklungsperspektive 2025 eine mittelzentrale Zielzentralität von etwa 240 bis 250 % für realistisch. Dieser Wert ist als ambitionierter Zielwert zu verstehen, der an Voraussetzungen geknüpft ist, die zur Zielerreichung umgesetzt werden sollten. Die gesamtstädtische Zielzentralität von 240 bis 250 % leitet sich aus folgenden Annahmen ab:

- Das Marktgebiet des Schleswiger Einzelhandels ist überwiegend sehr ländlich geprägt. Die mittelzentrale Funktion muss im Städtewettbewerb stärker herausgestellt werden. Die Einkaufsorientierung der im Marktgebiet lebenden Verbraucher auf den Standort Schleswig ist derzeit noch nicht zufriedenstellend und sollte erhöht werden. Insbesondere die Oberzentren und der Online-Handel stellen zwar starke Wettbewerbsstandorte dar, die die Nachfrageabschöpfung des Schleswiger Einzelhandels maßgeblich limitieren. Als Mittelzentrum sollte Schleswig im interkommunalen Wettbewerb jedoch selbstbewusster auftreten und seine Position über eine Attraktivierung des Einzelhandelsangebots stärken und ausbauen.
- Überdies gelingt es dem Einzelhandelsstandort Schleswig bisher nicht gut genug, die Nachfrage bei den zentrenrelevanten Sortimenten zu bedienen. Derzeit fahren potenzielle Kunden direkt nach Flensburg, Kiel, Husum, Eckernförde oder Rendsburg. Gelingt es Schleswig, sein Einzelhandelsangebot zu attraktivieren, kann zumindest ein Teil dieser Nachfrage auf Schleswig umgeleitet werden.
- In den nächsten Jahren ist davon auszugehen, dass der Online-Handel weiterhin stark an Bedeutung zunehmen wird. Die hohen Wachstumsraten haben



voraussichtlich Bestand. Dr. Lademann & Partner rechnen damit, dass die Polarisierung des Einzelhandels zunehmen wird: Während die Innenstädte der Metropolen weitere Zuwächse verzeichnen werden, sind für die mittleren und kleinen Mittelstädte in Bezug auf den Einzelhandel Attraktivitätsrückgänge zu erwarten. Entscheidend wird es somit sein, sich frühzeitig mit der multifunktionalen Perspektive der Innenstadt auseinanderzusetzen. Umso wichtiger erscheint es, dass das stationäre Einzelhandelsangebot in den Städten fortlaufend gestärkt und für die Verbraucher attraktiviert wird.

Dazu bedarf es einer laufenden Anpassung des Einzelhandels an die aktuellen Kundenpräferenzen und -anforderungen und damit auch einer Offenheit gegenüber neuen Betriebsformen und -konzepten, die für die Verbraucher als Magneten fungieren können. Insbesondere der demografische und sozioökonomische Wandel („weniger, bunter, älter“) macht es für den Einzelhandel unumgänglich, neue Konzepte zu entwickeln, um konkurrenz- und somit auch überlebensfähig wirtschaften zu können. Die Altersverschiebung gepaart mit dem neu aufkommenden Image der ‚jungen Alten‘ bringt Veränderungen der Konsumpräferenzen mit sich. Zukünftig entscheidet v.a. im Lebensmitteleinzelhandel nicht die Größe, sondern die Nähe zum Verbraucher.

Wirft man einen Blick auf die Marktanteilsverschiebung im gesamten Einzelhandel, so neigt sich das Gewicht hin zu discountorientierten Konzepten. In den vergangenen Jahren ist der Marktanteil der Fachmärkte und Lebensmittel-discounter stark angestiegen. Zu den Gewinnern der nächsten Jahre werden neuere Vertriebswege wie der E-Commerce oder stark fachmarktgeprägte Angebotsformen wie innerstädtische Einkaufszentren oder Fachmarktzentren gehören. Weiterhin an Marktanteilen verlieren werden voraussichtlich die Warenhäuser sowie v.a. altersnachfolgebedingt traditionelle Fachgeschäfte. Diese Entwicklung unterstreicht den Fortlauf der Betriebstypendynamik in Deutschland, der sich in einem Verdrängungsprozess älterer Betriebstypen durch neuere Betriebstypen mit Ausdifferenzierung des Angebots in Richtung Service-, Erlebnis-, Luxus- oder Discountorientierung darstellt.

Gelingt es Schleswig in den nächsten Jahren neue Einzelhandelskonzepte und -formate anzusiedeln, die bislang nicht in der Stadt vertreten sind, wird auch die Einkaufsorientierung auf den Schleswiger Einzelhandel und damit die Zentralität zunehmen.

- Die Bevölkerungsplattform im Marktgebiet wird v.a. im Umland (Zone 2b) in den nächsten Jahren zurückgehen. Umso mehr kommt es daher darauf an, dass Schleswig seine Attraktivität als Einzelhandelsstandort ausbaut, um demografiebedingte Wohnerrückgänge zu (über-)kompensieren.



Das wesentliche Potenzial für eine Ausweitung der Verkaufsflächen liegt dabei in den Branchen, die die niedrigste Handelszentralität aufweisen.

- Im Bereich nahversorgungsrelevanter Sortimente ist vor dem Hintergrund der ausgewogenen Versorgungsstrukturen nur eine moderate Steigerung möglich. Dabei gilt es vor allem noch stärker von den Einpendlern und Transitverkehr zu profitieren, die einen Teil ihrer Ausgaben am Standort Schleswig lassen. Gelingt es zudem den Anteil an sonstigen Streukunden zu erhöhen (z.B. bessere Partizipation am Tourismus durch Stadtmarketing und Weltkulturerbe), kann der Verkaufsflächenrahmen leicht überschritten werden.
- Im zentrenrelevanten Bedarf besteht entsprechend der mittelzentralen Versorgungsfunktion Schleswigs für ein dünn besiedeltes Umland der größte Spielraum (2014: 222 %¹⁸). Es wird eine Zielzentralität zwischen 250 % für Elektrobedarf/elektronische Medien bis 375 % für Bekleidung/Schuhe zu Grunde gelegt, da die zentrenrelevanten Sortimente wesentliche Leitbranchen eines Mittelzentrums widerspiegeln und in Schleswig insbesondere mit Schließung des Hertie-Warenhauses (ca. 3.500 qm) an Bedeutung verloren haben.
- Für Sortimente des nicht-zentrenrelevanten Bedarfs ergeben sich ebenfalls rechnerische Entwicklungsperspektiven. Bis 2025 erscheint eine Steigerung der Zielzentralität auf 250 bis 260 % erstrebenswert¹⁹. Im Segment Möbel ist allerdings eine Ausschöpfung des Potenzials nur schwer möglich, da selbst SB-Möbelmärkte mit ca. 6.000 bis 8.000 qm VKF ein Einzugsgebiet von 100.000 Einwohnern erfordern, was für Schleswig knapp vorliegt.

¹⁸ Zum Vergleich: Die Mittelzentren Husum bzw. Heide weisen in dieser Branche eine Zentralität von ca. 400 % bzw. 500 % auf.

¹⁹ Zum Vergleich: Die Mittelzentren Husum bzw. Heide weisen in dieser Branche eine Zentralität von ca. 210 % bzw. 280 % auf.



Unter Berücksichtigung der o.g. Faktoren errechnet sich für das Mittelzentrum Schleswig ein Potenzial bis zum Jahr 2025 von insgesamt

rd. 5.700 bis 24.400 qm Verkaufsfläche²⁰.

Die ermittelten Potenziale gelten nicht nur für die Neuentwicklung von Flächen, sondern beziehen sich auch auf die Reaktivierung von Leerstandsflächen, die als marktfähig beurteilt worden sind (v.a. die im Kernbereich der Innenstadt gelegenen Ladenlokale). Mit anderen Worten: Sofern es gelingt, die marktfähigen Leerstandsflächen wieder für den Einzelhandel nutzbar zu machen, ist dieses Flächenvolumen von dem ermittelten Potenzial abzuziehen.

Die mittelzentralen Potenziale für die Stadt Schleswig entfallen in der sektoralen Differenzierung auf die in der Tabelle dargestellten Branchen:

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Mittelzentrale Potenziale* für die Weiterentwicklung des Einzelhandels bis zum Jahr 2025
(ohne Potenzial durch Erhöhung des Streukundenanteils)

Faktoren	Nahvers. Sort.	Zentrenrel. Sort.	Nicht-zent. Sort.	Summe
VKF-Bestand in qm	25.000	30.400	34.600	90.000
Erhöhung der Nachfragebindung in Schleswig**	1.400	1.800	2.500	5.700
+				
Erhöhung der Nachfrageabschöpfung aus dem überörtlichen Marktgebiet	2.100	7.200	9.400	18.700
Potenzial gesamt	3.500	9.000	11.900	24.400
Summe 2025 in qm	28.500	39.400	46.500	114.400

Quelle: Berechnungen Dr. Lademann & Partner * Werte gerundet ** inkl. Betriebsformenwandel. Hinweis: Die ermittelten Potenziale können kein Verträglichkeitsentscheidungsentscheidend sein.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 21: Mittelzentrale Verkaufsflächenpotenziale für die Weiterentwicklung des Einzelhandels

²⁰Die Ermittlung der mittelzentralen Potenziale erfolgte auf Basis eines mathematischen Modells. Wichtige Einflussgrößen in diesem Modell sind die künftige Einwohnerentwicklung (für Schleswig stabil), die Betriebstypendynamik (+0,3 % p.a.) sowie eine plausibel anzunehmende Erhöhung der sortimentspezifischen Nachfragebindung in Schleswig (+5-%-Punkte) bzw. Nachfrageabschöpfung aus dem überörtlichen Marktgebiet (um ca. +4 %-Punkte).



An dieser Stelle sei darauf hingewiesen, dass es sich bei dem ermittelten Potenzial um einen groben Orientierungsrahmen bis zum Jahre 2025 handelt, der weder eine Aussage zur städtebaulichen und raumordnerischen Verträglichkeit trifft, noch eine Bedarfsplanung (im Sinne eines zwingend zu erreichenden Zielwerts) darstellt. Unter Abwägung der Vor- und Nachteile, die mit konkreten Vorhaben innerhalb der abgegrenzten Innenstadt von Schleswig verbunden sind, kann das ermittelte Potenzial auch maßvoll überschritten werden.

Die sortimentsspezifischen Verkaufsflächenpotenziale untergliedern sich wie folgt:

- Nahversorgungsrelevanter Bedarf: ca. 3.500 qm, z.B.
 - Stärkung der bestehenden Angebote (betriebs erforderliche Erweiterung)
 - Arrondierung durch Großflächen (Bio/Discount)
- Bekleidung/Schuhe/Lederwaren: ca. 5.200 qm, z.B.
 - Großflächen mit Zielgruppenorientierung: Adler oder Holtex-Modemarkt
 - Jugend: Mister Lady oder H&M-Modemarkt, o.ä.
- Elektrobedarf/elektronische Medien: ca. 900 qm
 - Vorzugsweise Stärkung der bestehenden Angebote sowie Kleinflächen.
- Spiel-/Sportbedarf: ca. 1.800 qm, z.B.
 - Intersport oder Sport 2000 sowie Outdooranbieter
- Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel: ca. 400 qm, z.B.
 - Nanu Nana, Depot, WMF o.ä.
- Sonstige Hartwaren: ca. 700 qm, z.B.
 - Touristische Angebote/Souvenirs, Modeschmuck, Basteln/Schreibwaren
- Möbel/Haus- und Heimtextilien: ca. 8.100 qm
 - Ansiedlung SB-Möbeldiscounter oder Erweiterung
 - Spezialisierte Fachgeschäfte
- Bau- und Gartenbedarf: ca. 3.800 qm
 - Betriebs erforderliche Anpassungen (ggf. Verlagerung) von Toom/Hagebau im Bereich Garten/Pflanzen.



Grundsätzlich sollten die Expansionspotenziale der einzelnen Branchen wie folgt genutzt werden:

- Hinsichtlich der steigenden Relevanz einer flächendeckenden, fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelanbietern sind nahversorgungsrelevante Sortimente in der Innenstadt anzusiedeln. Dabei erzeugen Lebensmittelmärkte Frequenzen für die Funktionsstabilität der Zentren. Vor diesem Hintergrund sollten die Flächenpotenziale vorrangig dazu genutzt werden, etablierte Nahversorgungsstrukturen durch moderate Flächenerweiterungen zukunftsfähig abzusichern.
- Zentrenrelevante Sortimente sind prioritär zur Stärkung der ausstrahlungsstarken bzw. zentralitätsbildenden Einzelhandelsstandorte sowie zur Optimierung des Branchenmixes zu nutzen. Dabei sollte vorrangig die Innenstadt eine deutliche Stärkung erfahren durch einen Ausbau des Angebots und der Angebotsvielfalt sowie eine Qualifizierung vorhandener Flächen. Ziel sollte es sein, die Innenstadt als wichtigsten und multifunktionalen Einkaufsort Schleswigs zu positionieren. Dabei sollte auf eine Erhöhung der Standort- und Angebotsqualität hingewirkt werden. Insbesondere serviceorientierte und normal- bis höherpreisige Fachgeschäfte sollten auf die Innenstadt gelenkt werden.

Im Hinblick auf die verstärkte Kundenansprache der Umlandkunden sollten zentrenrelevante Sortimente aber auch zur maßvollen Stärkung des zentralitätsbildenden Ergänzungsstandorts (Lattenkamp) angesiedelt werden. Die Fachmarkttagglomeration sollte dabei allerdings vor allem um solche Einzelhandelsformate ergänzt werden, die besonders stark ins Umland ausstrahlen und die notwendigen Standortrahmenbedingungen für eine Ansiedlung in der Innenstadt nicht vorfinden. Hierbei handelt es sich v.a. um großflächige und eher preisfokussierte Fachmärkte, die häufig gehobene Ansprüche an Stellplätzen stellen.

Zur verbesserten Ansprache des südlichen Einzugsgebiets von Schleswig ist der Standort Schleswig-Süd/Busdorf im Rahmen einer Vertiefungsuntersuchung auf Tragfähigkeitspotenziale²¹ zu prüfen.

²¹ Vgl. Dr. Lademann & Partner (September 2015): Szenarioberechnung Busdorf/Schleswig-Süd - Tragfähigkeitsanalyse und Verträglichkeitscheck.



Einen Ausbau des zentrenrelevanten Angebots in sonstigen Streulagen gilt es zu vermeiden, da diese keine überörtliche Sogkraft entfalten und damit nicht dazu beitragen, neue Nachfragepotenziale zu erschließen.

- Nicht-zentrenrelevante Sortimente sind aufgrund ihres flächenextensiven Charakters und dem häufig damit verbundenen autokundenorientierten Einkaufsverkehr vorzugsweise an bestehenden Agglomerationen anzusiedeln, um eine weitere Zersplitterung des Einzelhandelsgefüges zu vermeiden. Da von diesen Branchen keine zentrumsbildenden Funktionen ausgehen, sind sie prinzipiell aber auch in Streulagen (z.B. nördlicher Bereich des Gewerbegebiets St. Jürgen) möglich.

Unter Voraussetzung der Strategie „Stärken stärken“ steht dem Einzelhandelsstandort Schleswig ein zusätzliches Verkaufsflächenpotenzial von bis zu 24.400 qm zur Verfügung. Bei Ausschöpfung dieses Rahmens wäre mit einer realistischen Erhöhung der einzelnen Branchenzentralitäten verbunden. Im interkommunalen Vergleich würde sich das Mittelzentrum Schleswig mit einer gesamtstädtischen Zielzentralität von etwa 240 bis 250 % deutlich besser positionieren.



7 Zentrenkonzept für die Stadt Schleswig

7.1 Hierarchie und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche

Im Rahmen der Analyse wurden die Versorgungsstandorte der Stadt Schleswig unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten bewertet und im Hinblick auf ihre bisherige Einordnung in das hierarchische Zentrenmodell entsprechend den im Folgenden dargestellten Kriterien beurteilt. Das Zentrenmodell umfasst neben den eigentlichen Zentren (Innenstadt, Nebenzentren und Nahversorgungszentren) auch agglomerierte Standorte ohne Zentrenstatus (Sonderstandorte) sowie solitäre Nahversorgungsstandorte.

Die Begrifflichkeit der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger in den planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) verankert und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Im Jahr 2004 setzte das Europaanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) den Begriff in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) und in den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich neu fest (§ 34 Abs. 3 BauGB).

In der Novellierung des BauGB vom 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Somit berechtigt das Sicherheits- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche die Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Hinsichtlich der aktuell geltenden Rechtsprechung im Bau- und Bauordnungsrecht, u.a. im § 34 Abs. 3 BauGB, ist darauf hinzuweisen, dass lediglich die „echten“ Zentrentypen (Innenstadt, Ortsteil- und/oder Nahversorgungszentren) als zentrale Versorgungsbereiche fungieren und somit schützenswert sind.²²

Es ist daher sinnvoll bzw. notwendig, die relevanten Zentren abzugrenzen, um diese bei der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung besonders berücksichtigen zu können. Der § 34 Abs. 3 BauGB sieht eine Prüfung von einzelhandelsrelevanten Ansiedlungsvorhaben bezüglich ihrer Auswirkungen auf die ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche vor. Die Definition und Abgrenzung von zentralen

²² Vgl. § 34 Abs. 3 BauGB.



Versorgungsbereichen ist somit eine Möglichkeit, den bestehenden kommunalen Einzelhandelsbestand zu schützen bzw. dessen Entwicklung in geordnete/gewünschte Bahnen zu lenken. Für eine eindeutige Zuordnung der jeweiligen Grundstücke bzw. Betriebe zu einem zentralen Versorgungsbereich ist eine genaue Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche notwendig, da nur diese Bereiche gemäß den Zielen der Stadtentwicklung einen schützenswerten Charakter besitzen.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur²³ haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Danach wird ein zentraler Versorgungsbereich als räumlich abgrenzbarer Bereich definiert, dem aufgrund vorhandener oder noch zu entwickelnder Einzelhandelsnutzungen eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt oder zukommen soll. Das Angebot wird i.d.R. durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote ergänzt.

Eine zentrale Lage setzt eine städtebauliche Integration voraus. Ein zentraler Versorgungsbereich muss dabei mehrere konkurrierende oder einander ergänzende Angebote umfassen (Maßnahmen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche sollen nicht auf den Schutz eines Einzelbetriebs vor Konkurrenz hinauslaufen). Zugleich sind anders genutzte „Lücken“ in der Nutzungsstruktur eines zentralen Versorgungsbereichs - solange ein Zusammenwirken der zentrentypischen Nutzungen im Sinne eines „Bereichs“ angenommen werden kann - möglich.

Ein zentraler Versorgungsbereich hat nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion. Diese Funktion besteht darin, die Versorgung eines Gemeindegebiets oder eines Teilbereiches mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs sicherzustellen.

Der Begriff ‚zentral‘ ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen. Ein zentraler Versorgungsbereich muss über einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben. Er muss damit über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wirken; er kann auch Bereiche für die Grund- und Nahversorgung umfassen.

²³ Vgl. u.a. OVG NRW, Urteil vom 22.11.2010 - 7 D 1/09.NE -, S.27 sowie Kuschnerus, Ulrich, 2007: Der standortgerechte Einzelhandel.



Kein zentraler Versorgungsbereich sind Agglomerationen einzelner Fachmärkte oder auch peripher gelegener Standorte, wie man sie oftmals in ehemaligen Gewerbegebieten findet. Durch ihre hoch spezialisierte Aufstellung befriedigen sie lediglich einen geringen und eingeschränkten Bedarf an Waren. Darüber hinaus fehlen andere Nutzungen wie Dienstleistungs- oder Gastronomieangebote in vielen Fällen. Obwohl besagte Fachmarkttagglomerationen allein wegen ihrer Größe ein weitläufiges Einzugsgebiet bedienen, fehlt ihnen vor allem aufgrund der fehlenden Integration die für einen zentralen Versorgungsbereich unabdingbare Zentrumsfunktion für eben dieses Einzugsgebiet.

Funktionale und städtebauliche Kriterien ermöglichen neben einer hierarchischen Einordnung auch eine Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche untereinander und bilden somit die Grundlage für einen eindeutigen räumlichen Bezugsrahmen für die Einzelhandelsentwicklung in Schleswig:

- der bestehende Einzelhandelsbesatz,
- ergänzende Nutzungen (konsumnahe Dienstleistungsbetriebe, Gastronomiebetriebe, kulturelle, öffentliche und Freizeiteinrichtungen),
- die allgemeine städtebauliche Gestalt/Qualität sowie
- eine fußläufige Erreichbarkeit und Anbindung an den MIV (Motorisierter Individualverkehr) sowie ÖPNV (Öffentlicher Personennahverkehr).

Entsprechende Standortbereiche müssen dabei jedoch noch nicht vollständig als Versorgungsbereich entwickelt sein. Auch ein Entwicklungsziel kann als Kriterium zur Abgrenzung herangezogen werden. So ist es z.B. denkbar, Potenzialflächen in den zentralen Versorgungsbereich mit aufzunehmen, die mittel- und langfristig entsprechend entwickelt werden sollen.

7.2 Gesamtüberblick Zentrenkonzept für die Stadt Schleswig

Die vorliegende Potenzialanalyse der Stadt Schleswig konkretisiert die Entwicklungsvorstellungen für die privilegierten Standortlagen. Dabei wurde die Einstufung und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Darstellung der Ergänzungsstandorte auf Basis der o.g. quantitativen als auch qualitativen Kriterien vorgenommen. Überdies sind stadtentwicklungspolitische Aspekte der Stadt Schleswig (Entwicklungsperspektiven) mit in die Zentrenabgrenzung und Funktionszuweisung eingeflossen.

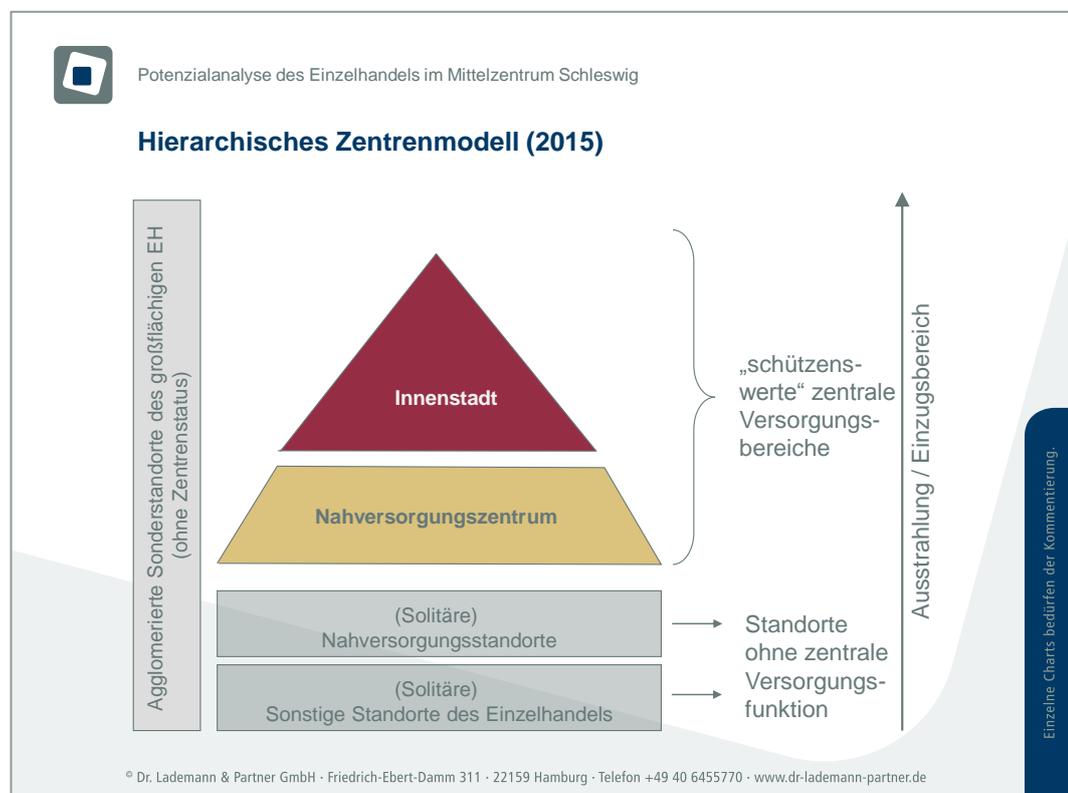


Abbildung 22: Hierarchisches Standortmodell

Schleswiger Innenstadt:

- Großer Einzugsbereich: gesamtes Stadtgebiet und weiteres Umland (Marktgebiet)
- breites Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten:
 - zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Sortimente;
 - Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarf;



- diverse zentrenergänzende Nutzungen (Multifunktionalität)

Nahversorgungszentrum Friedrichsberg:

- Kleiner Einzugsbereich: Auf den Ortsteil Schleswig-Friedrichsberg und untergeordnet auf die Gemeinde Busdorf beschränkt
- Begrenztes Spektrum an Waren- und Dienstleistungsangeboten; vornehmlich nahversorgungsrelevante Sortimente;
- Zentrale Versorgungsfunktion beschränkt sich auf die Sicherung der umfassenden Grund- und Nahversorgung.

Bei Nahversorgungsstandorten handelt es sich um Solitärstandorte von Nahversorger oder um kleine Verbundstandorte mit nahversorgungsrelevanten Angeboten. Wettbewerb und ergänzende Nutzungen sind am Standort nur untergeordnet vorhanden. Das im Jahr 2008 als Nahversorgungszentrum in Planung eingestufte Ansiedlungsvorhaben am Standort Am Stadtfeld wird aufgrund fehlender Entwicklungsperspektiven nunmehr als Nahversorgungsstandort geführt.

Darüber hinaus wurden zwei zentralitätsbildende Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels (kein zentraler Versorgungsbereich i.S. des § 34 BauGB) identifiziert:

Zentralitätsbildender Ergänzungsstandort Lattenkamp

- großer Einzugsbereich (gesamtes Marktgebiet)
- flächenextensive Sortimente aus allen Bedarfsbereichen, v.a. durch flächenextensive Angebote im stärker preisaktiven Umfeld;
- Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte mit großzügigen Stellplatzanlagen, die sich in autokundenorientierter Lage am Schleswiger Stadteingang befinden
- begrenzte Aufenthaltsqualität, begrenztes Angebot arrondierender Nutzungen

Ergänzungsstandort St. Jürgen

- größerer Einzugsbereich (weite Teile des Marktgebiets)
- überwiegend flächenextensive Sortimente des nicht-zentrenrelevanten Bedarfsbereichs, Arrondierungen durch flächenextensive nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente im stärker preisaktiven Umfeld;
- Agglomeration funktionaler Fachmarktkonzepte mit großzügigen Stellplatzanlagen, die sich in autokundenorientierter Lage befinden



- geringe Aufenthaltsqualität, geringes Angebot arrondierender Nutzungen

Nachfolgende Karte gibt einen Überblick über die räumliche Verortung der zentralen Versorgungsbereiche und der Ergänzungsstandorte im Stadtgebiet:

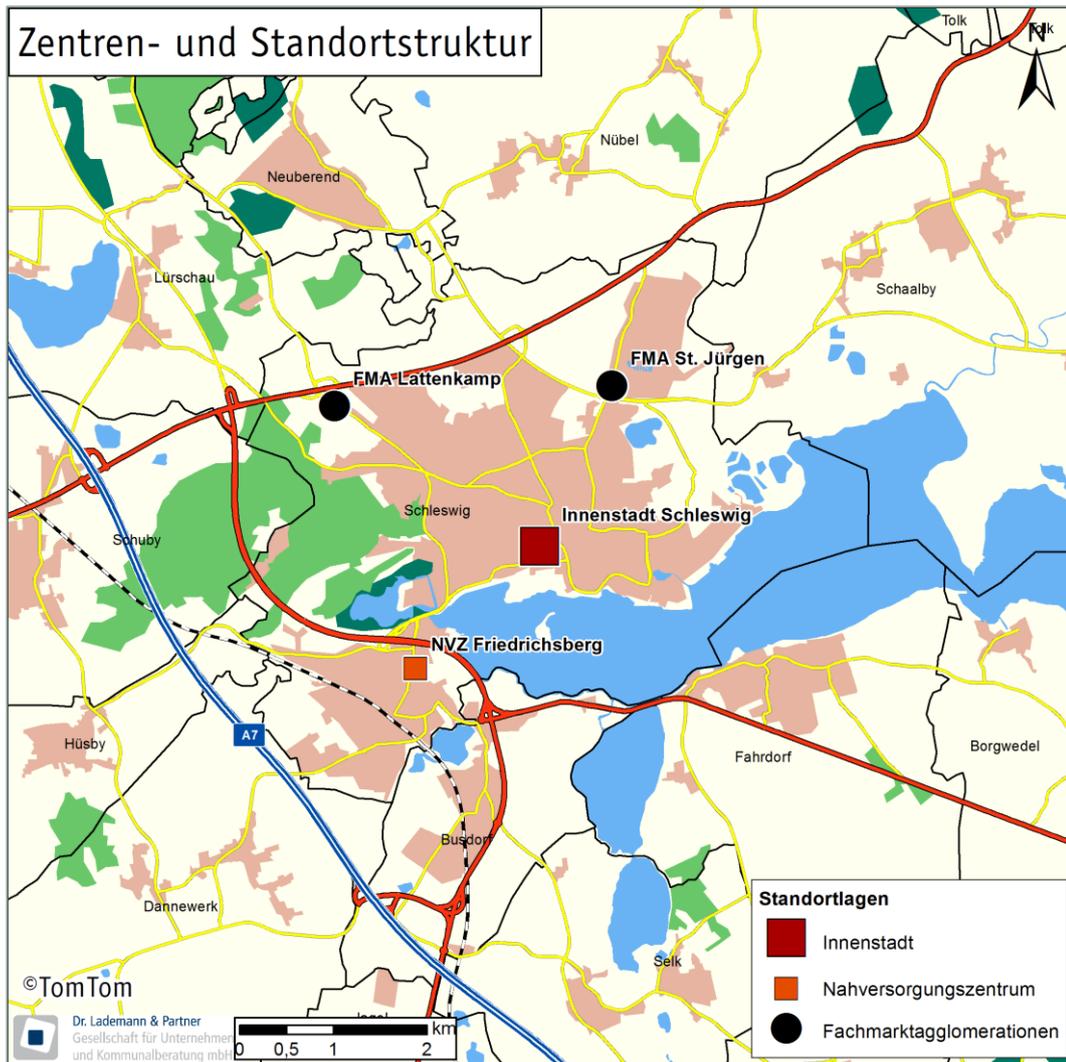


Abbildung 23: Zentren- und Standortstruktur

7.3 Zur Zentrenrelevanz der Sortimente „Schleswiger Sortimentsliste“

Eine wichtige Bedeutung in der Bewertung künftiger Einzelhandelsvorhaben kommt der Frage nach der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz der Sortimente zu. Sortimentslisten fungieren als wichtiges Steuerungsinstrument für die Einzelhandelsentwicklung einer Stadt oder Gemeinde. Ziel dieser ortstypischen Sortimentsliste ist es, Ansiedlungsvorhaben mit innenstadttypischen Sortimenten in die höherrangigen zentralen Versorgungsbereiche zu integrieren und somit dysfunktionale Planvorhaben abwenden zu können. Zudem dient die ortstypische Sortimentsliste als Grundlage für Ausschluss- und Beschränkungsfestsetzungen in beplanten Gebieten und im unbeplanten Innenbereich.

Der Einzelhandelsbestand im Schleswiger Stadtgebiet lässt sich hinsichtlich der Sortimente und Standortlagen wie folgt differenzieren:

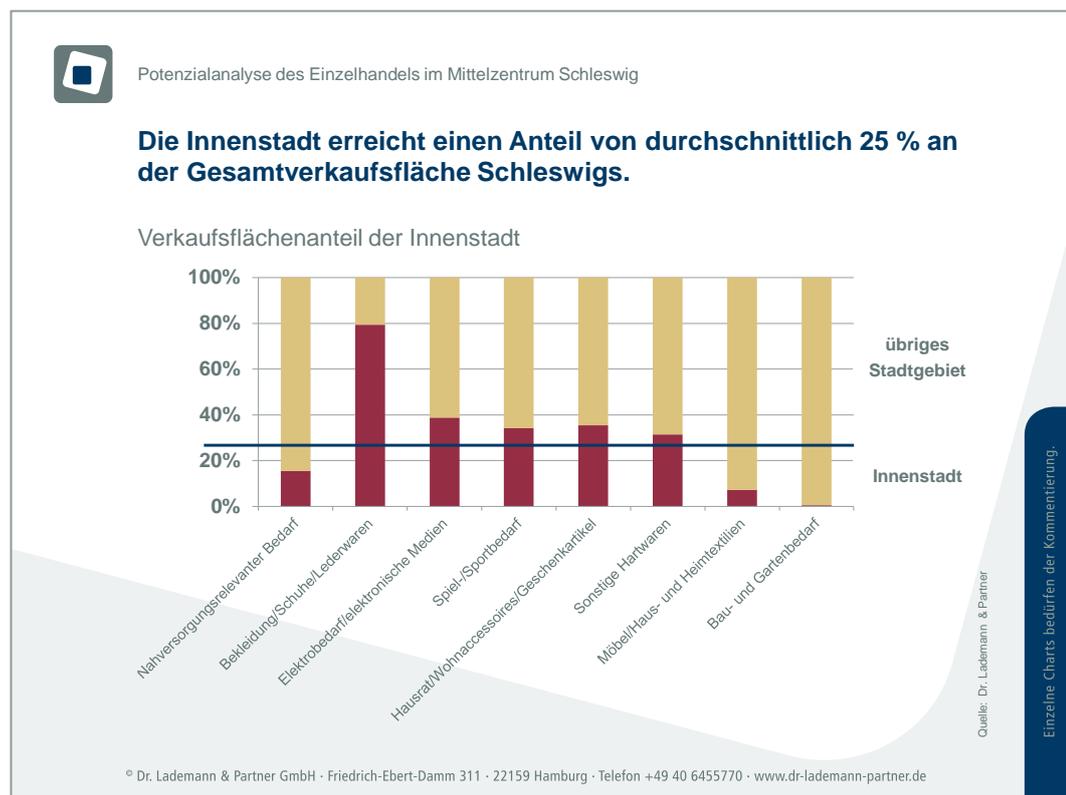


Abbildung 24: Sortimentsspezifischer Verkaufsflächenanteil der Innenstadt

Gemessen am Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereichs zu sonstigen Lagen weisen die Sortimente Optik, Uhren/Schmuck, Spielwaren/Hobby sowie Bücher/Zeitschriften einen Verkaufsflächenanteil von > 70 % auf. In abso-



luten Zahlen spielen in der Innenstadt v.a. nahversorgungsrelevante Sortimente, Bekleidung/Schuhe und Sportbedarf/Camping verkaufsflächenseitig eine wesentliche Rolle.

Insgesamt empfehlen Dr. Lademann & Partner folgende Einstufung der Nahversorgungs- und Zentrenrelevanz für die Einzelhandelsentwicklung:

Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten ("Schleswiger Sortimentsliste")		
nahversorgungsrelevant*	zentrenrelevant	nicht-zentrenrelevant
Lebensmittel	Bekleidung, Wäsche	Getränke
Zeitungen, Zeitschriften	Lederwaren, Schuhe	Möbel, Küchen
Drogerie, Pharmazeutika	Hausrat/Haushaltswaren	Campingartikel und -möbel
Wasch- und Putzmittel	Glas, Porzellan, Keramik	Bettwaren, Matratzen
	Geschenkartikel, Wohnaccessoires	Haus- und Tischwäsche
	Foto, Film, Optik, Akustik	Gardinen und Zubehör
	Uhren, Schmuck, Silberwaren	Bodenbeläge, Teppiche, Tapeten
	Sportkleinartikel und -bekleidung	Kfz-Zubehör
	Bücher	Bau- und Heimwerkerbedarf
	Papier, Schreibwaren	Gartenbedarf, Pflanzen, Schnittblumen
	Elektrokleingeräte	Tierbedarf
	Unterhaltungselektronik, Computer	Elektrogroßgeräte
	Telekommunikation	Lampen/Leuchten/Sonstige Elektroartikel
	Tonträger, Software	Fahrräder und Zubehör, Sportgroßgeräte
	Spielwaren	Reitsport, Angeln, Waffen und Jagdbedarf
	Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle, Stoffe	Kindermöbel, Kinderwagen, Babybekleidung
	Sanitätswaren	Musikalien, Musikinstrumente
	Parfümerieartikel	Erotikartikel
	Antiquitäten/Kunst	Büro-/Informationstechnik

Quelle: Dr. Lademann & Partner. * zugleich i.d. R. auch zentrenrelevant.
Nicht aufgeführte Sortimente sind dem nicht-zentrenrelevanten Bedarf zuzuordnen.

Tabelle 13: Zur Zentrenrelevanz von Sortimenten („Schleswiger Sortimentsliste“)

Die Einstufung der Sortimente erfolgte durch Dr. Lademann & Partner v.a. anhand der faktischen Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente innerhalb des Stadtgebiets. Auch die Eigenschaften der einzelnen Sortimente (z.B. Transportsensibilität) wurden bei der Einstufung berücksichtigt. Darüber hinaus spielte aber auch eine Rolle, welche strategischen Ziele mit der Ansiedlung bestimmter Sortimente in den stadträumlichen Lagen verbunden sind.

Die Neuaufstellung der Schleswiger Sortimentsliste wird der Strategie „Stärken stärken“ gerecht, da die räumlich abgegrenzten Standortlagen gemäß ihrer Funktionszuweisung quantitativ und qualitativ gestärkt und profiliert werden.



8 Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche

8.1 Schleswiger Innenstadt

8.1.1 Beschreibung der Ausgangslage

Die Innenstadt der Stadt Schleswig erstreckt sich linear, am Domziegelhof beginnend, von West nach Ost über die Straßenzüge Stadtweg und Kornmarkt, bis hin zum Gallberg. Die parallel zum Stadtweg verlaufende Königstraße weist ebenfalls einen Schwerpunkt innenstadttypischer Angebote auf. Die beiden Straßen werden über den Postweg bzw. Bismarckstraße angebunden, denen allerdings handelsseitig keine Bedeutung zukommt. Die Bismarckstraße unterteilt vielmehr die Innenstadt in einen Westteil entlang des Stadtwegs und einen Ostteil entlang der Straße Kornmarkt.

Die Innenstadt ist mit dem PKW aufgrund der vielen und kostenlosen Parkmöglichkeiten sehr gut zu erreichen (v.a. Parkhaus am ZOB und Parkdeck Schleiercenter), gleichwohl der bauliche Zustand „in die Jahre gekommen ist“. Auch über den ÖPNV ist die Innenstadt gut angebunden. Innerhalb der Innenstadt befindet sich der ZOB, der von einer Vielzahl von Buslinien angefahren wird. Die verkehrliche Erreichbarkeit der Innenstadt ist damit als gut zu bewerten.

Während die Verkehrsbelastung auf der Königstraße und Bismarckstraße derzeit erhöht ist, wird der innerstädtische Kernbereich selbst vom Verkehr freigehalten, was sich entlang der Straßenzüge Stadtweg und Kornmarkt positiv auf die Aufenthaltsqualität und die Einkaufsatmosphäre auswirkt. Große Teile der Innenstadt sind als Fußgängerzone ausgebildet.

Die Schleswiger Innenstadt wird in großen Teilen durch historisch bedeutsame Bausubstanz geprägt. Im westlichen Abschnitt befinden sich 1- bis 2-geschossige Gebäude, deren Struktur in Teilen von modernen Geschäftshäusern mit größeren Verkaufsflächen durchsetzt ist. Der östliche Abschnitt der Einkaufsstraße ist sehr kleinteilig beschaffen und vielerorts durch kleine Plätze, Gassen und Hinterhöfe geprägt. Die Verkaufsflächen in diesem Teil der Innenstadt sind im Durchschnitt deutlich kleiner als im westlichen Abschnitt.

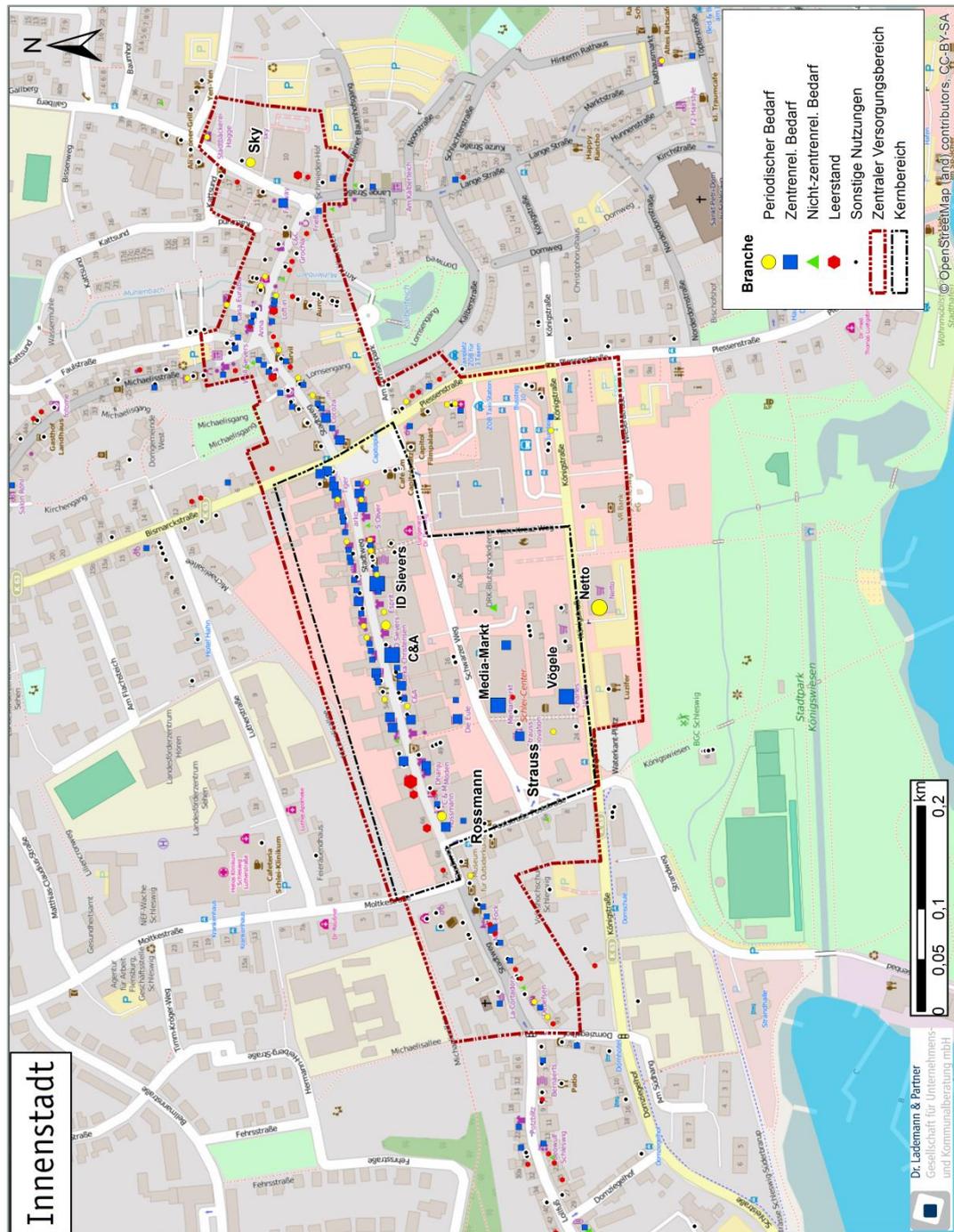


Abbildung 25: Einzelhandelsstandort Schleswiger Innenstadt - Status quo



Innerhalb dieses Kernbereichs konnten unterschiedliche Lagequalitäten festgestellt werden. Die Haupteinkaufslage erstreckt sich dabei über den Stadtweg zwischen Poststraße und Capitolplatz/Bismarckstraße (Fußgängerzone) und umfasst darüber hinaus das Schlei-Center, das rückwärtig der Fußgängerzone verortet ist. Innerhalb dieses Kernbereichs sind folgende Magnetbetriebe zu nennen:

- Fußgängerzone Stadtweg: Modekaufhäuser ID Sievers und C&A sowie Cubus-Bekleidungsfachgeschäft, Liesegang Buchhandel, Rossmann-Drogeriemarkt und Edeka-Supermarkt
- Schlei-Center: Elektrofachmarkt Media-Markt, Modefachmarkt Charles Vögele und Kaufhaus Strauss-Innovation

In den angrenzenden Bereichen (sog. Nebenlagen) nimmt der Einzelhandelsbesatz deutlich ab. Sie sind weniger durch Einzelhandelsangebote, sondern stärker durch konsumnahe Dienstleistungen geprägt. Mit zunehmender Entfernung vom Kernbereich der Innenstadt weisen die Standortlagen einen lückenhaften Nutzungsbesatz und einen höheren Anteil an Leerständen auf (prägende Leerstände befinden sich u.a. im Bereich des Gallbergs und des Kornmarkts). Strukturprägende Magnetbetriebe sind mit Ausnahme der Lebensmittelmärkte Netto und Sky nicht vorhanden. Neben einem multifunktionalen Nutzungsbesatz prägen vielmehr eine Reihe an Leerständen das Straßenbild. Insbesondere mit der Aufgabe des Hertie-Warenhauses am westlichen Entree zur Innenstadt sowie mit der Schließung der Lebensmittelmärkte Marktkauf und Aldi hat die Innenstadt bedeutende Magnetbetriebe verloren. Allerdings trägt nunmehr der Media-Markt-Elektrofachmarkt zur Frequenzgenerierung der Innenstadt bei, gleichwohl diese noch steigerbar ist.

Der Branchenmix der Innenstadt ist als weitestgehend ausgeglichen zu bewerten, die Angebotsbreite ist für einen innerstädtischen Einzelhandelsstandort noch steigerbar. In einigen Branchen finden sich nur sehr wenige Wettbewerber. Insgesamt besteht ein Defizit in Bezug auf „standardisierte/konsumige“ aber auch qualitätsorientierte Angebote mit Magnetfunktion aus den Sortimentsbereichen Bekleidung/Schuhe und Sport. Da der tägliche Bedarf eine bedeutende Rolle für die Frequenzen einer Innenstadt einnimmt, ist die Ausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln als unzureichend einzuordnen.

Der Vergleich des Verkaufsflächenanteils der Schleswiger Innenstadt mit dem bundesdeutschen Durchschnitt von etwa 35 % für City-Lagen zeigt einen zu geringen Cityanteil der Schleswiger Innenstadt. Im regionalen Vergleich liegt Schleswig mit einem Innenstadt-Verkaufsflächenanteil von 25 % im unteren Bereich der Spannweite (Cityanteil: Heide 35 %, Husum 25 %).



Die innerstädtische Einzelhandelsstruktur ist im Kernbereich durch ein überwiegend mittleres Angebots- und Preisniveau mit durchschnittlicher Warenpräsentation/Schaufenstergestaltung geprägt. Das Angebot umfasst einerseits Filialbetriebe, doch findet sich auch eine Vielzahl lokaler Fachgeschäfte in der Schleswiger Innenstadt. Die Magnetbetriebe sind ausnahmslos im Westteil der Innenstadt am Stadtweg/Schwarzer Weg angesiedelt.

Der Filialisierungsgrad im innerstädtischen Einzelhandel der Stadt Schleswig fällt unterdurchschnittlich aus und ist vor dem Hintergrund der Standortanforderung filialisierter Handelsunternehmen (Einwohnerpotenzial, Immobilien-/ Standortanforderungen) sowie der kleinteiligen Grundstücksparzellierung und entsprechender Eigentumsverhältnisse zu interpretieren. Das Angebotsprofil des innerstädtischen Einzelhandels zeigt, dass in der Innenstadt im untergeordneten Maße überregionale Filialisten und Marken ansässig sind. Ein Großteil der Filialisten ist dem mittleren Angebots- und Preisniveau/Wertigkeit (z.B. C&A, ID Sievers) zuzuordnen und spricht damit die breite Masse an.

Die Aufenthaltsqualität der Schleswiger Innenstadt stellt sich durch die Authentizität einer gewachsenen Innenstadt als positiv dar. Die Fußgängerzone Stadtweg im Zusammenspiel mit einer Folge von unterschiedlich attraktiven Platzsituationen (Capitolplatz, Kornmarkt) sowie die überwiegend ansprechenden Pflasterungen, Möblierungen und Bepflanzungen im öffentlichen Raum tragen zu einem zufriedenstellenden Erscheinungsbild bei. Innerhalb der verkehrsberuhigten Bereiche der Innenstadt ist eine Reihe von Gastronomiebetrieben angesiedelt, die auch über Außengastronomieflächen verfügen und die städtebauliche Attraktivität mitgestalten und entsprechend beleben. Das Allgemeinbild nimmt insbesondere in den Randlagen mit geringer Nutzungsdichte deutlich ab.

Die Innenstadt zeichnet sich durch eine multifunktionale Nutzungsstruktur aus. So wird das Einzelhandelsangebot durch zahlreiche Dienstleister (Finanzinstitute, Versicherungen), Gastronomiebetriebe und öffentliche Nutzungen (u.a. Teile der Stadtverwaltung) arrondiert. Wohn- und Büronutzungen runden die Funktionsvielfalt der Innenstadt ab.

Es ist allerdings auf die großzügige Dimensionierung der Schleswiger Innenstadt hinzuweisen: Die Einzelhandelslagen können im Verhältnis zur Verkaufsfläche (Laufweg von ca. 1.000 m) nicht ausreichend bespielt werden. Es sind funktionale Brüche am Capitolplatz/Bismarckstraße sowie Poststraße/Hertie-Leerstand zu konstatieren. Zur Weiterentwicklung der Innenstadt ist daher die Aktivierung von Potenzialflächen durch frequenzerzeugende Nutzungen erforderlich (s.u.).

8.1.2 Angebotssituation in der Schleswiger Innenstadt

Die Gesamtverkaufsfläche (ohne Leerstände) der Schleswiger Innenstadt beläuft sich auf

rd. 22.500 qm,

die sich auf insgesamt 125 Betriebe verteilt. Die durchschnittliche Ladengröße von 180 qm deutet auf einen kleinteiligen Einzelhandelsbesatz hin.

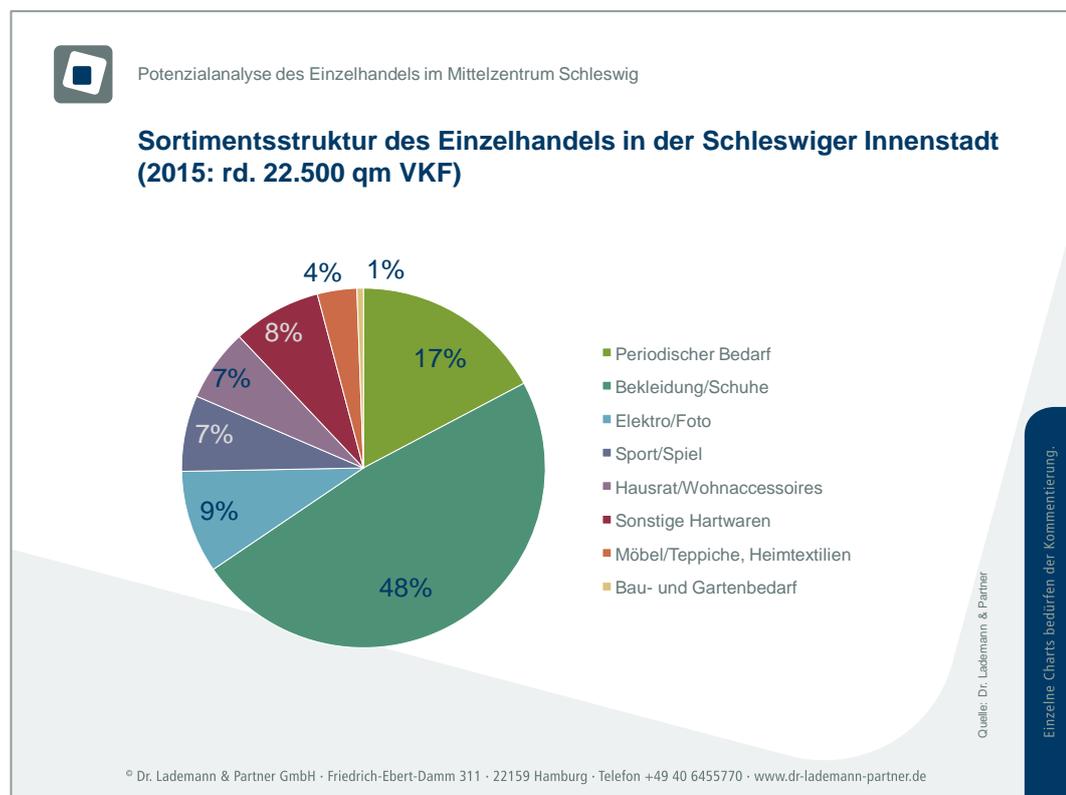


Abbildung 26: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der Schleswiger Innenstadt

Erwartungsgemäß entfällt der Verkaufsflächenschwerpunkt auf den zentrenrelevanten Bedarf. Die Sortimentsstruktur des innerstädtischen Einzelhandelsbesatzes wird funktionsgerecht durch das Segment Bekleidung/Schuhe geprägt, welches als Innenstadtleitsortiment zu bezeichnen ist. Darüber hinaus spielen vor allem die Segmente Spiel-/Sportbedarf, Hausrat/Wohnaccessoires/Geschenkartikel eine Rolle. Dem nahversorgungsrelevanten Einzelhandel kommt dabei mit rd. 17 % Verkaufsflächenanteil eine wichtige Versorgungsfunktion für die im Innenstadtbereich lebende Bevölkerung sowie für die in der Innenstadt arbeitenden Menschen zu. Zudem fungieren die nahversorgungsrelevanten Nutzungen als Frequenzbringer für Fachgeschäfte und konsumnahe Angebote.



Anfang 2015 standen überdies in der Schleswiger Innenstadt rd. 7.600 qm potenzielle Verkaufsfläche leer. Dies entspricht einer Leerstandsquote von rd. 25 % der Verkaufsfläche. Die Gründe für Leerstände sind multikausal zu erklären (zu kleinteilige Strukturen, Mietpreisvorstellung, Modernitätsdefizite, Altersnachfolge etc.). Strukturprägend wirkt sich dabei die leerstehende Hertie/Karstadt-Immobilie aus, die mehr als die Hälfte der inaktiven Verkaufsfläche auf sich vereint.

Die Umsatzleistung des innerstädtischen Einzelhandels lag in 2014 bei rd. 73 Mio. € Umsatz (brutto).

Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 3.320 € je qm Verkaufsfläche, die im Wesentlichen von Anbietern aus dem nahversorgungsrelevanten Bedarf und dem Elektrobedarf getrieben wird.

Das Angebotsprofil der Schleswiger Innenstadt (zzt. rd. 22.500 qm VKF) ist durch seinen Schwerpunkt im mittleren Angebots- und Preisniveau gekennzeichnet. Ein Großteil der Anbieter ist nicht filialisiert. Derzeit fehlt es an einer Ausdifferenzierung im mittleren Genre, um das innerstädtische Profil der Sortiments- und Nutzungsvielfalt qualitativ und quantitativ zu schärfen.



8.1.3 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Innenstadt

Die wesentlichen Stärken des Schleswiger Innenstadteinzelhandels stellen sich zusammenfassend wie folgt dar:

- Grundsätzlich verfügt der Einzelhandel in der Schleswiger Innenstadt mit rd. 22.500 qm VKF über eine kritische Masse, um gemeinsam mit einer Vielzahl an ergänzenden Nutzungen positive Effekte generieren zu können. Sie stellt rein quantitativ eine der prägenden Standortlagen für den Einzelhandel im Schleswiger Marktgebiet dar.
- Insbesondere in den Segmenten Bekleidung/Schuhe (knapp die Hälfte der innerstädtischen Verkaufsfläche) wird die Innenstadt ihrer Versorgungsfunktion gerecht. Geeignete Potenzialflächen zum Verkaufsflächenausbau sind ebenfalls vorhanden.
- Über den Kernbereich der Innenstadt sind mehrere leistungsfähige Magnetbetriebe der Innenstadt verteilt. Von diesen Kundenfrequenzen kann auch der übrige Innenstadteinzelhandel profitieren.
- Mit der Ansiedlung des Media-Markts konnte die Attraktivität der Innenstadt zuletzt gesteigert werden. Die Attraktivität der Schleswiger Innenstadt ist damit gegenüber angrenzenden Mittelzentren gestiegen (grobmaschiges Standortnetz von Media-Saturn).
- Aufgrund der hohen Multifunktionalität der Innenstadt werden die Besuchsanlässe und die Verweildauer in der Innenstadt erhöht. Für den Einzelhandel sind ergänzende Funktionen besonders wichtig, da diese Kopplungseffekte und weitere Besuchsanlässe ergeben.
- Die Innenstadt verfügt mit dem Stadtweg überdies über eine großzügige Fußgängerzone, die im Sommer aufgrund der Bepflanzung und den Frequenzen eine angenehme Atmosphäre im Bereich (östlicher und mittlerer) Stadtweg besitzt.
- Den Besuchern der Innenstadt stehen ausreichend kostenlose Parkplätze (v.a. Stellplatzanlagen Schlei-Center und am ZOB) in unmittelbarer Lage zum Haupteinkaufsbereich zur Verfügung.
- Besucher und Touristen der Stadt Schleswig generieren mögliche Entwicklungspotenziale für den Einzelhandel in Schleswig. Der Innenstadt gelingt es einen Teil hiervon zu binden.



Die auffälligsten Schwächen des Schleswiger Innenstadt Einzelhandels lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Die Schleswiger Innenstadt verfügt in einigen Sortimenten quantitativ über zu wenig Verkaufsfläche, als dass sie als Einzelhandelsstandort regional bedeutsame Ausstrahlkraft erlangen kann. Die Innenstadt verfügt über keinen ausstrahlstarken Lebensmittelanbieter.
- Der Anteil von Einzelhandelsformaten mittleren Angebots- und Preisniveaus ist noch als ausbaufähig einzustufen. Gerade im Bereich Bekleidung/Schuhe, Sport/Spielwaren fehlen ein bis zwei sogstarke, größerflächige Anbieter.
- Ein Teil der Betriebe verfügt über Attraktivitäts- und Modernitätsdefizite.
- In der Innenstadt sind eine Reihe leer stehender Ladengeschäfte vorhanden (ca. 28), die im Kernbereich der Innenstadt nach Möglichkeit mit innenstadttypischen Nutzungen wieder belegt werden sollten. Für die Randlagen bietet sich die Umnutzung in Wohngebäude an, da die Marktgängigkeit der Ladenlokale oftmals nicht mehr gegeben ist.
- In den Nebenlagen nimmt die Einzelhandelsdichte ab. Die Einzelhandelsbetriebe im erweiterten Innenstadtbereich (v.a. Sky-Markt/Gallberg) sind nur unzureichend an den Kernbereich angebunden. Die Wege sind mit einem Kilometer Länge in einer Stadt von der Größenordnung Schleswigs zu lang und die Einzelhandelsdichte zu gering, als dass die Zwischenlagen mit attraktiven Nutzungen bespielt werden können. Es bedarf somit einer stärkeren Fokussierung auf den Kernbereich.
- Die Innenstadt verfügt über mehrere Plätze, die allerdings nicht alle optimal genutzt werden. Gerade der Capitolplatz bietet die Chance, die Anbindung der angrenzenden Potenzialfläche Parkhaus ZOB (sog. Parkhausquartier) bzw. die östliche Innenstadt besser anzubinden.
- Das bestehende touristische Potenzial in der Urlaubsregion Ostseefjord Schlei wird einzelhandelsseitig nicht in ausreichendem Maße genutzt. Prospektiv müssten zielgruppenadäquate Angebote geschaffen werden. Die unzureichende Anbindung an die Schlei sollte nach wie vor verbessert werden.

8.1.4 Szenarien zu den Entwicklungsperspektiven der Innenstadt

Mit Blick auf die Innenstadt ist festzustellen, dass in den letzten Jahren durch die Aufgabe von Hertie und Marktkauf/Aldi bei zeitgleicher Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in sonstigen Lagen die tradierten Einzelhandelslagen in Schleswig verkaufsflächenseitig an Gewicht in der Schleswiger Einzelhandelslandschaft verloren haben.

Vor diesem Hintergrund wurden von Dr. Lademann & Partner mögliche Szenarien erarbeitet und im Rahmen einer Zwischenpräsentation vorgestellt. Für die folgenden Szenarien wurden Chancen und Risiken bewertet sowie sinnvolle und erforderliche Handlungsmaßnahmen bezüglich der zukünftigen Profilierung der Schleswiger Innenstadt erarbeitet.

Szenario I - Ausweitung der Schleswiger Innenstadt

Die zergliederte Innenstadt

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig

Innenstadt

Szenario I - Ausweitung der Schleswiger Innenstadt
Die zergliederte Innenstadt

- Auslaufender, gering konzentrierter (Einzelhandels-)Besatz
- Verkehrsgünstige Potenzialflächen vorhanden
- Zersplitterung vs. Ziel urbaner, kompakter Versorgungslagen
- gesteuerte/ungeordnete Innenstadtentwicklung
- negative Effekte auf die Ausdehnung und Kontinuität

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 27: Szenario I - Die zergliederte Innenstadt



Der zentrale Versorgungsbereich (Kernbereich) wird insbesondere in den angrenzenden Bereichen durch einen auslaufenden, gering konzentrierten Einzelhandelsbesatz geprägt. Überdies haben sich in den Randlagen Einzelhandelsbetriebe und handelsaffine Nutzungen angesiedelt.

Die angrenzenden Standortbereiche entsprechen zum Teil den Standortanforderungen des großflächigen Einzelhandels. Die direkt an der Königstraße gelegenen Potenzialflächen sind zudem gut erreichbar. Einerseits könnte die Verkaufsfächenausstattung der erweiterten Innenstadt durch größerflächige Filialisten ausgebaut werden. Allerdings ist u.E. eine räumliche Ausdehnung der abgegrenzten Innenstadt von Schleswig nicht zu empfehlen: Durch den innenstadtnahen Ausbau autokundenorientierter Lagen wird der Anteil an Streulagen weiter erhöht. Die Zersplitterung der Einzelhandelslandschaft steht dem Ziel der Realisierung kompakter Versorgungslagen entgegen. Die erweiterte Innenstadtabgrenzung hat den Charakter einer ungeordneten Innenstadtentwicklung mit negativen Effekten auf die Ausdehnung und Kontinuität der derzeit prägenden Einzelhandelslage Stadtweg einschließlich Durchgang zum Schlei-Center.

Vielmehr bedarf es einer klaren Fixierung der räumlichen Ausdehnung der Innenstadt, sodass eine Fokussierung mit dem Ziel der räumlichen Prägnanz der Einzelhandelslage erfolgen kann. Hierfür ist für die straßenbegleitenden Lagen außerhalb der Zentrenabgrenzung ein Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben - möglichst auch unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit - zu empfehlen. Bei Ansiedlungen an diesen Standorten besteht die Gefahr einer unerwünschten Ausweitung und der Veränderungen des Standortgefüges innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Die bestehenden Leerstände in den Randlagen der Innenstadt sind zudem Anhaltspunkt dafür, dass die Lagen und Flächen nur eingeschränkt marktfähig sind. M.a.W.: Die Anbindung des Bereichs Gallberg erscheint äußerst schwierig, sofern es nicht gelingt, dazwischen gelegene Flächen mit mittelgroßen Betrieben zu bespielen.

Szenario II - Innenstadtstärkung

Der starke Kern

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig

Innenstadt

Szenario II - Innenstadtstärkung
Der starke Kern

- Konzentration auf Weiterentwicklung der Innenstadt durch Neuansiedlung und Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben
- Ausbau größerflächiger Einzelhandelsformate (Geschäftshäuser insb. mit Bekleidungsanbietern)
- Vertiefung von Ladenlokalen
- Wichtig: Räumliche Prägnanz, optimale Verzahnung
- Bereitschaft der Eigentümer (auch finanziell)
- Kein Garant für Realisierung! Gefahr der Stagnation/Besucherrückgang

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 31F · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 28: Szenario II – Der starke Kern

Eine Weiterentwicklung der übergeordneten Strategieoption ‚Verharren‘ stellt die ausschließliche Konzentration auf die Innenstadt dar, d.h. die Weiterentwicklung der Innenstadt zu einer regionalbedeutsamen Stärke (Ziel: überdurchschnittlicher Innenstadtverkaufsflächenanteil > 35 %).

Um sich als wichtigster und sogstarker Einzelhandelsstandort positionieren zu können, ist der Ausbau größerflächiger Einzelhandelsformate (Geschäftshäuser insb. mit Bekleidungsanbietern) unabdingbar. Dabei ist zu berücksichtigen, dass ein bzw. mehrere Grundstücke zu aktivieren wären, an denen möglichst hohe Synergien (optimale Verzahnung) zum übrigen Innenstadt-Einzelhandel hergestellt werden können. Dies setzt die Bereitschaft der Eigentümer - auch vor dem Hintergrund des individuellen finanziellen Spielraums - voraus. Durch bauliche Maßnahmen (Vertiefung der Ladenlokale, Flächenzusammenlegung) könnten zeitgemäße Flächen geschaffen werden. Allerdings ist auch zu konstatieren, dass erfahrungsgemäß die Umsetzung dieser wünschenswerten Maßnahmen oftmals nicht möglich ist.

Neben den vorhandenen Nachverdichtungspotenzialen im Bestand wurden folgende Potenzialflächen auf ihre Eignung analysiert:

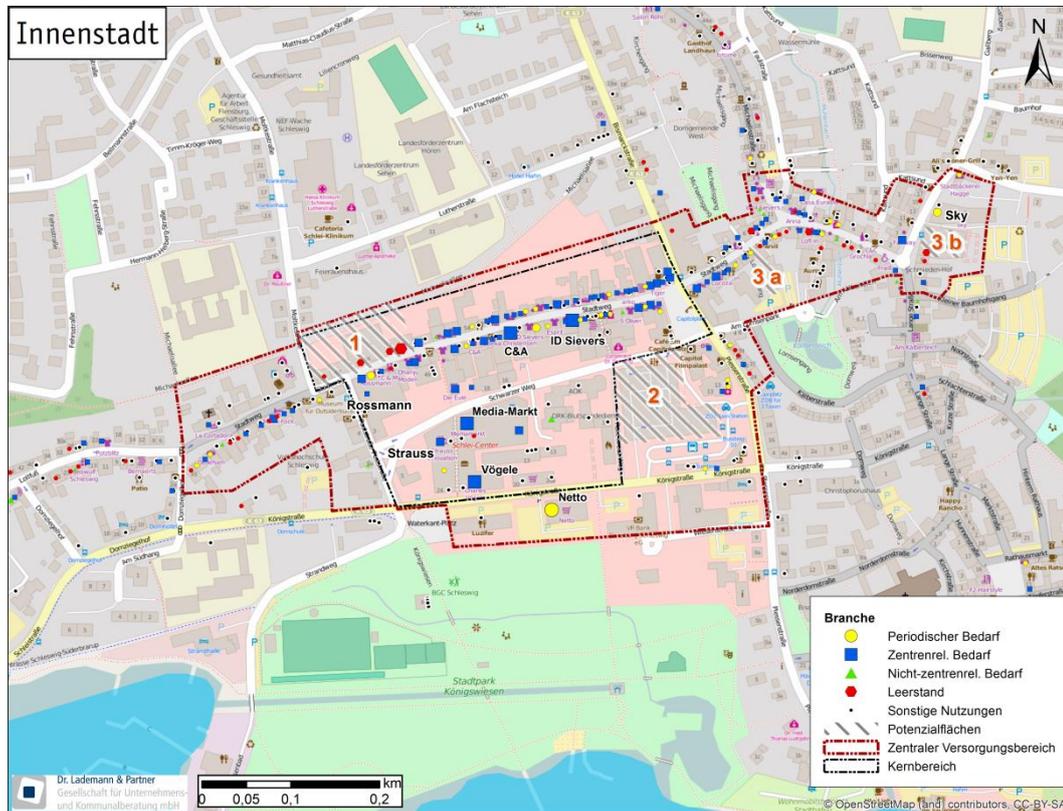


Abbildung 29: Einzelhandelsstandort Innenstadt – Potenzialflächen

Potenzialfläche 1: Stadtweg 64-68 (ehem. Hertie/Karstadt)

Innerhalb der Hauptlage der Innenstadt ist eine Potenzialfläche mit etwa 8.000 qm Grundfläche vorzufinden (Hertie/Karstadt-Leerstand), die für die Ansiedlung eines Geschäftshauses mit Magnetbetrieben uneingeschränkt in Frage kommt. Aufgrund ihrer Lage am westlichen Ende der Fußgängerzone wäre die Entwicklung dieses als Einzelhandelsstandort vorgeprägten Areals vorrangig anzustoßen. Eine Projektentwicklung sollte als westlicher Pol der Einkaufsinnenstadt entwickelt werden. Dieser würde im Zusammenspiel mit dem östlichen Pol (C&A/ID Sievers) und südlichen Pol (Schlei-Center) die Frequenzen gegenseitig zuspielden.

Da allerdings der Eigentümer nicht von seinen überhöhten Forderungen Abstand nimmt, ist eine Entwicklung wirtschaftlich nicht darstellbar und damit nicht umsetzbar. Sofern der Einsatz von Rechtsinstrumenten für den Umgang mit verwahrlosten Immobilien nicht erfolgreich darstellbar ist, sollte nunmehr hinsicht-



lich der Weiterentwicklung auf alternative Potenzialflächen zurückgegriffen werden.

Potenzialfläche 2: Parkhaus am ZOB (Parkhausquartier)

Das rund 30 Jahre alte Parkhaus am Schwarzen Weg weist erhebliche bauliche Mängel auf. Der Bereich ZOB steht zurzeit allerdings im Abseits der Hauptlage, ist jedoch im Bewusstsein der Besucher der Schleswiger Innenstadt als zentrale Stellplatzanlage verankert.

Unseres Erachtens kommt der Standortbereich Parkhaus am ZOB (ca. 9.000 qm Grundfläche) weiterhin als bedeutende, da innenstadtnahe Stellplatzanlage in Frage. Eine uneingeschränkte Einzelhandelsnutzung kann nicht befürwortet werden. Vielmehr bedarf es der differenzierten Betrachtung der Umstände:

Hinsichtlich einer Belegung wäre v.a. darauf zu achten, dass der Haupteingang zum Capitolplatz bzw. zum Durchgang zum Stadtweg und zum Busbahnhof ausgerichtet ist und damit vorhandene Wegebeziehungen aufgreift.

Hinsichtlich des Sortiments- und Flächenlayouts ist der Standort für die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarkts, Drogerie- bzw. Mode-/Sportkaufhauses prädestiniert. Verlagerungen von Angeboten aus der Innenstadt sind zu vermeiden (Ausnahme: Edeka/Netto-Markt). Es darf zudem kein identisches Angebot zum Bestand entstehen, sondern Ziel einer Entwicklung ist es, vielmehr das Angebot zu ergänzen und zu stärken. Wir empfehlen, die hinzutretende Verkaufsfläche auf 4.000 qm bis 5.000 qm zu begrenzen, die etwa drei großflächige Nutzungen umfasst.

In der Innenstadt befinden sich somit zwei großzügige, untergenutzte Grundstücke, die für großflächige Handelsnutzungen prädestiniert sind. Aufgrund der seit vielen Jahren fehlenden Verwertbarkeit des Standorts Hertie ist die Entwicklung des Parkhausquartiers prospektiv vorrangig für eine impulsgebende Einzelhandelsentwicklung und der Errichtung eines modernen Parkhauses geeignet. Eine Entwicklung mit größerflächigen Nutzungen (mittlere Ladenlokalgröße > 600 qm VKF) sollte allerdings nur verfolgt werden, wenn aus verkehrstechnischen und städtebaulich-funktionalen Gesichtspunkten eine Anbindung an die Frequenzen der Fußgängerzone möglich ist. Es ist ein überzeugendes Nutzungskonzept erforderlich, das im Einklang mit dem Einzelhandel am Stadtweg und dem Schleier-Center neue Impulse auf die Innenstadt insgesamt generiert.



Sonstige Potenzialflächen

Die Innenstadt weist im östlichen Bereich am Kornmarkt und am Gallberg u.a. zwei strukturprägende leerstehende Handelsimmobilien auf, die einen Gegenpol zum Kernbereich bilden. Eine Vitalisierung als Haupteinkaufsstraße ist u.E. für den östlichen Bereich der Innenstadt nicht mehr zu erreichen, sondern würde die Entwicklung des Kernbereichs konterkarieren. Eine Umnutzung der Bereiche für zentrenergänzende Nutzungen einschließlich Gastronomie wäre eine geeignete Alternative (Clusterbildung).

Die räumlich konzentrierte Einzelhandelsentwicklung allein auf die Innenstadt (vitaler Kernbereich) setzt eine konsequente, einseitige Anwendung des planungsrechtlichen Steuerungsinstrumentariums voraus. Diese restriktive Planung und Steuerung des Einzelhandels bietet zwar eine hohe Planungssicherheit, allerdings besteht die Gefahr, dass sich einige der o.g. Flächen nicht aktivieren lassen und wünschenswerte Ansiedlungsbegehren in Schleswig nicht Fuß fassen könnten. Die Zurückstellung von Vorhaben und den resultierenden eingeschränkten Entwicklungschancen für den bestehenden Handel außerhalb des Kernbereichs der Innenstadt könnte im worst case zu Kunden- und Besucherrückgängen und somit insgesamt zu Kaufkraftverlusten führen. Es bedarf vielmehr einer ausgewogenen Entwicklungsstrategie mehrerer komplementär wirkender Standortlagen.

Szenario III – Qualifizierung der Schleswiger Innenstadt

Die multifunktionale, lebendige Innenstadt

Mit Blick auf das Jahr 2025 ist davon auszugehen, dass der Verdrängungswettbewerb auf den (inhabergeführten) Einzelhandel nicht nur in Schleswig, sondern deutschlandweit zunehmen wird. Es ist sowohl für Warenhäuser sowie für sonstige weniger flexible Geschäftsmodelle eine voranschreitende Erosion zu erwarten. Neben dem Strukturwandel im (Textil-)Einzelhandel (Vertikalisierung und Markenstores) ist allerdings auch auf die steigende Bedeutung des Online-Handels (v.a. für Bücher und elektronische Medien), auf die Verknüpfung der Kanäle sowie auf das Problem der Altersnachfolge hinzuweisen. Gerade die kleineren und mittleren Mittelstädte werden die Verlierer dieser Entwicklung sein. Wichtig ist es daher neben der Handelsfunktion die Vielfalt an Nutzungen in der Innenstadt zu konzentrieren.

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig

Innenstadt

Szenario III – Qualifizierung der Schleswiger Innenstadt
Die multifunktionale, lebendige Innenstadt

- Fokussierung auf Kernbereich = Räumliche Prägnanz
- Konzentration auf Gastronomie, Dienstleistungen, Freizeitangebote, Tourismus und Wohnen -> Clusterbildung
- für alle Ziel- und Altersgruppen interessante Angebote vorhanden
- optimale Verzahnung/ Synergieeffekte
- Leerstandsabbau
- Verbesserung von Service, Außendarstellung, Sortimenten, etc.

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 30: Szenario III – Die multifunktionale, lebendige Innenstadt

Wegbrechende Einzelhandelsnutzungen, die aufgrund des Betriebsformenwandels (wie mehrgeschossige Möbelgeschäfte und Ladenlokale <20 bis < 40 qm in den Randlagen) nur schwer nachvermietbar sind, sollten durch alternative Nutzungskonzepte belegt werden. Es gilt daher, möglichst frühzeitig die Zukunftsfähigkeit und Attraktivität der Innenstadt als Standort für Gewerbe, Wohnen, Einkaufen und Freizeit nachhaltig zu sichern und zu stärken. Diese Profilierung wird sich überdies positiv auf die Attraktivität i.S. der Aufenthaltsqualität (Verkehrsberuhigung, Beseitigung von Plätzen) und Multifunktionalität auswirken.



8.1.5 Ergebnis für den Standort Schleswiger Innenstadt

Als übergeordnete Strategie zur Weiterentwicklung der Schleswiger Innenstadt sollen als Ergebnis die Szenarien II (Innenstadtstadtstärkung durch konzentrierten Ausbau des Einzelhandelsangebots) und III (Multifunktionalität) weiterverfolgt werden.

Für die Schleswiger Innenstadt bedeutet dies, dass:

- die Innenstadt aus dem Kern heraus weiterentwickelt werden muss und daher vorrangig zu prüfen ist, wie die rückwärtigen Bereiche des Stadtwegs für Einzelhandelsnutzungen aktiviert werden können (konzentrierte Ansprache der Immobilieneigentümer).
- derzeit mit Ausnahme von ID Sievers und C&A sowie dem Schlei-Center großflächige Betriebe (>800 qm Verkaufsfläche) in der bisherigen Struktur der Innenstadt nicht unterzubringen sind und daher Potenzialflächen in der Innenstadt geschaffen werden müssen.
- die Innenstadt (als Ganzes) künftig aus drei Bereichen bestehen soll: Die Fußgängerzone (Stadtweg), das rückwärtige Schlei-Center und ein so genannter Innenstadt-Ergänzungsbereich (Nebenlage).
- der Standort Hertie/Karstadt zu adäquaten Konditionen nicht mehr zu entwickeln ist.
- der Innenstadt-Ergänzungsbereich (Potenzialfläche ZOB, sog. Parkhausquartier) mit mittelfristiger Perspektive dann sinnvoll entwickelt werden kann, wenn die städtebauliche und funktionale Anbindung gewährleistet ist.
- am konsumigen, mittelpreisigen Profil der Innenstadt festgehalten werden soll, um die Kunden aus dem Marktgebiet (Schleswig und Umland) adäquat anzusprechen.



- kurz- bis mittelfristig insgesamt bis zu 5.000 qm Verkaufsfläche neu in der Innenstadt realisiert werden sollen.

Grundsätzlich sind für die Entwicklung des Parkhausquartiers alle Sortimente zulässig. Aus Gründen der Nachvermietbarkeit sollten hinsichtlich einer städtebaulich sinnvollen Verkaufsflächen- und Sortimentsstruktur nicht zu enge Grenzen gesetzt werden.

Folgende Sortimentsbereiche sind zu empfehlen:

- Periodischer Bedarf: Lebensmittelmarkt 1.200 qm - 2.000 qm VKF (ggf. Verlagerung von Edeka + 400 qm)
- Mode: 1.500 qm - 2.700 qm VKF
- Sport/Spielwaren/Sonstige Sortimente: 500 qm - 2.000 qm VKF

Eine Ausschöpfung nur durch nahversorgungrelevante Angebote ist allerdings nicht zu empfehlen. Vielmehr soll der Lebensmittelmarkt als Frequenzbringer für Neuansiedlungen mit zentrenrelevanten, filialisierten Angeboten fungieren. Die Neuansiedlungsquote sollte gemessen an der Verkaufsfläche oberhalb von 50 % liegen, um keine Leerstandsproblematik am Altstandort auszulösen. Bei Verlagerungen aus dem Kernbereich der Innenstadt wäre eine gleichwertige Nachnutzung des Altstandorts sicherzustellen. Da die bestehenden und ggf. geplanten Angebote in den Sortimenten Elektro und Bücher erheblichen Umsatzabflüssen in den Onlinehandel ausgesetzt sind, kann für diese Sortimente jeweils nicht mehr als 500 qm VKF als zukunftsfähig und sinnvoll erachtet werden.

Insbesondere die städtebauliche Verträglichkeit eines möglichen Einzelhandelsvorhabens wäre noch nachzuweisen. Die Angebote im Kernbereich des zentralen Versorgungsbereichs dürfen nicht wesentlich tangiert werden. Vielmehr soll das Vorhaben städtebaulich in die tradierte Einkaufslage integriert werden. Eine spürbare Beeinträchtigung der bereits in ihrer Einzelhandelsfunktion abgängigen Randlagen des zentralen Versorgungsbereichs wären demgegenüber städtebaulich vertretbar, da das Entwicklungsziel dort nicht mehr im Bereich zentrentypischer Angebote liegt.

8.2 Ergänzungsstandort Lattenkamp

8.2.1 Beschreibung der Ausgangslage

Das Gewerbegebiet am Lattenkamp befindet sich im Nordwesten der Schleswiger Kernstadt und wird von der Flensburger Straße (K 1) durchzogen, von der die Zufahrtstraßen Flensburger Straße und Lattenkamp abzweigen.

Die Flensburger Straße (K 1/K 44) führt direkt nördlich der Fachmarkttagglomeration zur B 201. Von diesen bestehen Anbindung an die Schleswiger Innenstadt und das Marktgebiet des Schleswiger Einzelhandels (v.a. südlicher Kreis Schleswig-Flensburg). Überdies besteht über die überörtlichen Buslinien 1515 und 1516 (Haltestelle Real) Anbindung an den ÖPNV.

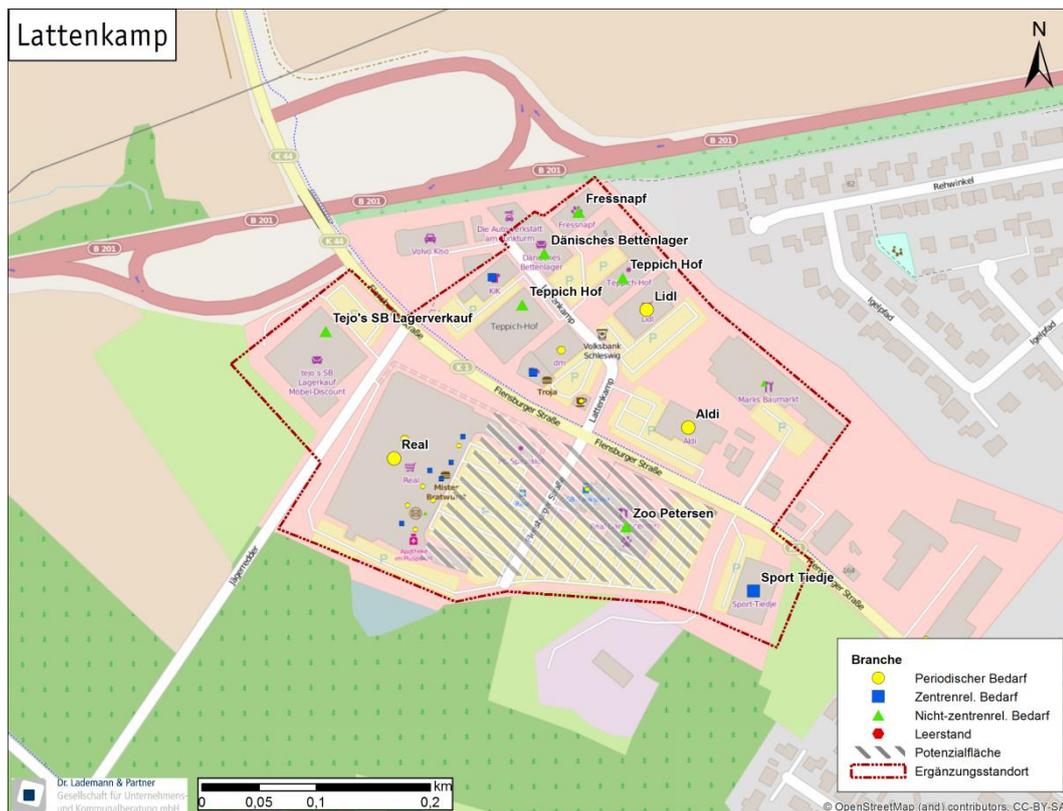


Abbildung 31: Ergänzungsstandort FMA Lattenkamp



Als wesentliche Magnetbetriebe sind innerhalb der sehr kompakten Fachmarkt-agglomeration folgende Schwerpunkte ausgebildet: Das real-SB-Warenhaus, die Lebensmitteldiscounter Aldi und Lidl sowie ein dm-Drogeriemarkt stellen ein umfassendes Angebot an nahversorgungsrelevanten Angeboten. Flächenextensive Angebote entfallen v.a. auf den Bereich Wohneinrichtung/Heimtextilien sowie Zoofachmärkte. Darüber hinaus sind untergeordnet zentrenrelevante Angebote vorhanden.

Erwartungsgemäß fällt die Aufenthaltsqualität in der autokundenorientierten Lage gering aus. Zwar verfügt das real-SB-Warenhaus über eine Mall mit verschiedenen Konzessionären (v.a. Gastronomie), allerdings ist zu konstatieren, dass die Immobilie aufgrund des Alters nicht nachhaltig in ihrem Bestand gesichert ist.

In der Fachmarkttagglomeration sind keine Leerstände vorzufinden. Allerdings liegen untergenutzte Areale vor, die für Handelsnutzungen in Frage kommen. Für den Standort Real, dessen Nutzung sich auf zwei Gebäude und eine großzügig dimensionierte Stellplatzanlage aufteilt, liegt ein rechtskräftiger Bebauungsplan aus dem Jahr 1974 vor. Dieser enthält für das Areal eine Ausweisung als „SO Einkaufszentrum“. Der B-Plan sieht keine sortiments- und betriebstypenspezifischen Verkaufsflächenfestsetzungen vor. Damit ist es ohne baurechtliche Genehmigungsverfahren möglich, die einzelhandelsseitige Nutzerstruktur im Geltungsbereich des Bebauungsplans zu verändern.

8.2.2 Angebotssituation in der Fachmarkttagglomeration Lattenkamp

Die Gesamtverkaufsfläche (ohne Leerstände) des Gewerbegebiets am Lattenkamp beläuft sich auf

rd. 28.400 qm,

die sich auf insgesamt 28 Betriebe verteilt. Die durchschnittliche Ladengröße von 930 qm deutet auf einen äußerst großteiligen Einzelhandelsbesatz hin.

Leerstände waren zum Begehungszeitpunkt nicht vorhanden. Allerdings sind mindergenutzte Grundstücke und in den Randlagen auch sonstige gewerbliche Nutzungen vorzufinden.

Der Verkaufsflächenschwerpunkt der Fachmarkttagglomeration Lattenkamp entfällt auf den nicht-zentrenrelevanten Bedarf. Die Sortimentsstruktur des Einzelhandelsbesatzes wird im Wesentlichen funktionsgerecht durch das Segment Bau-



und Gartenbedarf, Zoobedarf und Möbel/Heimtextilien geprägt. Darüber hinaus spielen vor allem die Angebote des periodischen Bedarfs eine tragende Rolle.

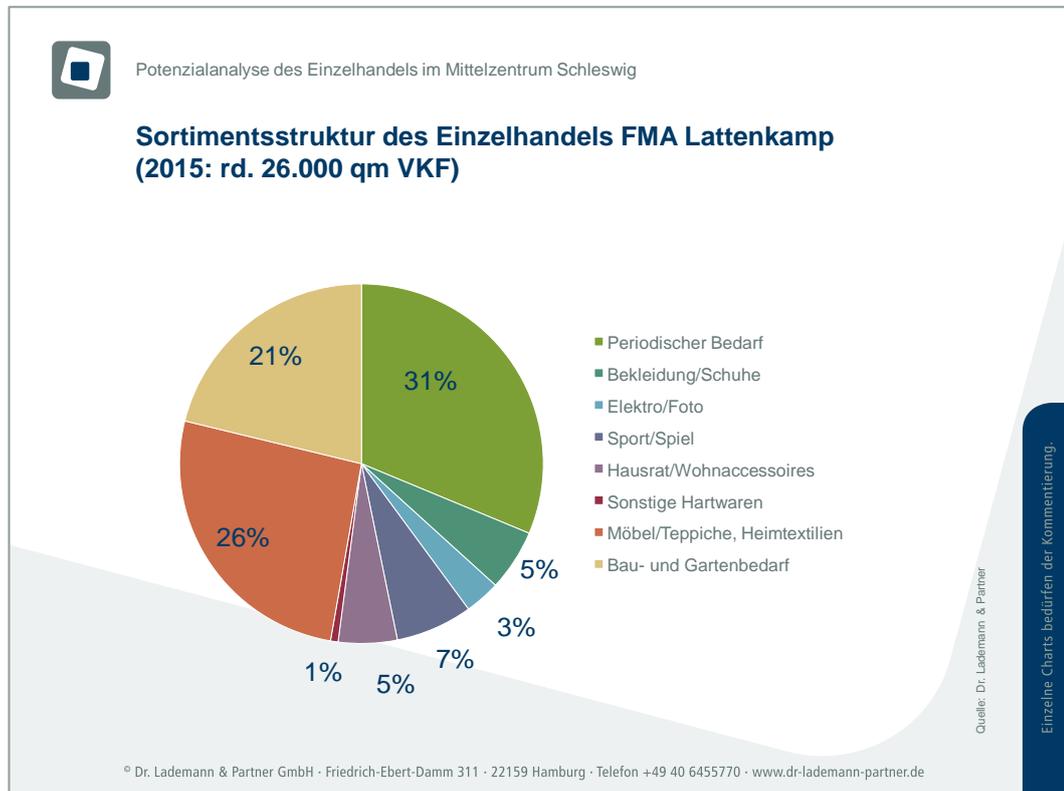


Abbildung 32: Sortimentsstruktur des Einzelhandels in der FMA Lattenkamp

Die Umsatzleistung des Einzelhandels am Standort FMA Lattenkamp lag in 2014 bei

rd. 66 Mio. € Umsatz (brutto).

Dies entspricht einer durchschnittlichen Flächenproduktivität von rd. 2.500 € je qm Verkaufsfläche. Diese fällt durch die überwiegend flächenextensiven Handelsnutzungen vergleichsweise niedrig aus.

Das Angebotsprofil des Lattenkamps (zzt. rd. 26.000 qm VKF) ist durch seinen Schwerpunkt im stärker preisorientierten Angebotsniveau gekennzeichnet. Die Fachmärkte sind überwiegend filialisiert. Offensichtliche Defizite (Modernisierungsbedarf) sind bei dem Standort real-SB-Warenhaus zu konstatieren.



8.2.3 SWOT-Analyse zum Einzelhandelsstandort Lattenkamp

Die wesentlichen Stärken des Ergänzungsstandorts Lattenkamp stellen sich zusammenfassend wie folgt dar:

- Verkaufsflächenseitig stellt das Gewerbegebiet am Lattenkamp die stärkste Einzelhandelslage im Schleswiger Stadtgebiet dar. Damit kommt dem Standort eine zentralitätstragende Funktion für Schleswig und für das Marktgebiet des Schleswiger Einzelhandels zu. Das Real SB-Warenhaus fungiert dabei als regional bedeutsames Alleinstellungsmerkmal.
- Prägende Sortimente sind der Lebensmitteleinzelhandel sowie die flächenextensiven Sortimente Möbel/Heimtextilien und der Zoobedarf.
- Durch den hohen Filialisierungsgrad in Verbindung mit der zum Teil sehr breiten (z.B. Lebensmittel) bzw. tiefen (z.B. Sport Tiedje) Angebotsspezialisierung der Fachmärkte weist die Standortlage zugkräftige Anbieter auf.
- Das verkehrs- und autokundenorientierte Profil der Fachmarkttagglomeration besitzt gegenüber der Innenstadt ein komplementäres, da funktionsteiliges Profil. Aufgrund der Lage an der B 201 spricht der Ergänzungsstandort v.a. die Personen aus dem Marktgebiet des Schleswiger Einzelhandels an.

Die auffälligsten Schwächen des Ergänzungsstandorts Lattenkamp lassen sich wie folgt charakterisieren:

- Das Branchen- und Flächenlayout des real-SB-Warenhauses sowie der Zustand der Immobilie sind in die Jahre gekommen. Die zuletzt erfolgte Wettbewerbsverschärfung durch die Ansiedlung eines Sky und Familia-Verbrauchermarkts hat in Bezug auf die Schleswiger Bevölkerung zu einem Umsatzrückgang geführt. Ohne Gegenmaßnahmen droht es, dass Mindernutzungen sowie eine Abnahme der Frequenzen und Umsätze einsetzen.
- Der Standortbereich Fressnapf/Dänisches Bettenlager/Kik wirkt ungeordnet und dadurch wenig attraktiv. Eine Neuordnung der bestehenden Nutzungen wäre förderlich, um für den Kunden des Lattenkamps als eine Einheit erlebbar zu sein.
- Randlage in der Schleswiger Kernstadt, allerdings mit direkter ÖPNV-Anbindung.



8.2.4 Szenarien zu den Entwicklungsperspektiven des Lattenkamps

Mit Blick auf die FMA Lattenkamp ist festzustellen, dass diese trotz des Alters des SB-Warenhauses weiterhin eine Ausstrahlungskraft auf das Schleswiger Umland ausübt.

Vor diesem Hintergrund wurden von Dr. Lademann & Partner mögliche Szenarien erarbeitet und im Rahmen einer Zwischenpräsentation vorgestellt. Für die folgenden Szenarien wurden Chancen und Risiken bewertet sowie sinnvolle und erforderliche Handlungsmaßnahmen bezüglich der zukünftigen Profilierung des Ergänzungsstandorts erarbeitet.

Szenario I – Deckelung/Rückbau der Angebote

Der limitierte Fachmarktstandort

Die Konsequenz der übergeordneten Strategieoption ‚Verharren‘ stellt die Deckelung des aktuellen Status quo dar. Durch planungsrechtliche Maßnahmen (Einzelhandelsausschluss, Begrenzung der zulässigen Haupt- und Randsortimente) könnte der Standort allmählich bei den innenstadttypischen Sortimenten zurückgefahren werden.

Für die Fachmarkttagglomeration wären die Folge dieses Szenarios Betriebsaufgaben und eine Abnahme der Einkaufsqualität bis hin zum Funktionsverlust durch Aufgabe des Real-SB-Warenhauses. Das vorhandene, flexible Baurecht wäre in diesem Szenario nicht durchzusetzen, sodass in der funktionalen Lage ein Abwärtstrend einsetzte. Die Immobilie würde allmählich leergezogen. Hier besteht die Gefahr, dass durch den mittelfristigen Niedergang des flächengrößten Anbieters auch die angrenzenden Bereiche wesentliche Frequenzverluste erleiden. Durch Aufgabe/Wegzug einzelner Betriebe sowie fehlender Potenzialflächen mit Baurecht für Einzelhandelsnutzungen käme es zu einer räumlichen Unausgewogenheit. Ein komplementäres Zusammenwirken der Teilbereiche beiderseits der Flensburger Straße wäre nicht möglich. Vielmehr übernehmen in diesem Szenario vermehrt stadtbildprägende Flächenleerstände die Prägung des Standortumfelds.

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig
FMA Lattenkamp

Szenario I – Deckelung/Rückbau der Angebote
Der limitierte Fachmarktstandort

- Deckelung/Rückfahren der innenstadtrelevanten Verkaufsflächen
- Notwendige Anpassungsmaßnahmen bleiben aus und begrenzen Zukunftsfähigkeit
- nicht geeignet auf Marktgegebenheiten und Wettbewerbsentwicklungen zu reagieren
- Frequenzverlust mit einsetzenden Erosionstendenzen ->Problematik von Folgenutzungen



© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 33: Szenario I – Der limitierte Fachmarktstandort

Szenario II – Ungesteuerter Ausbau der Angebote

Der kannibalisierende Fachmarktstandort

Eine Variante zur Zentralitätserhöhung könnte der Ausbau der Verkaufsflächenstärke des Ergänzungsstandorts Lattenkamp darstellen. Neben den o.g. Potenzialen (vorhandenes Baurecht am Standort Real-SB-Warenhaus) böten sich zudem mehrere Potenzialflächen an, die für Handelsnutzungen umgewidmet werden könnten.

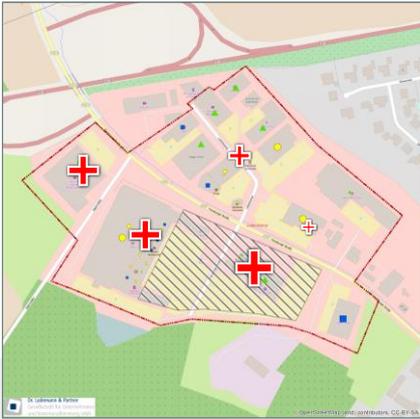
Allerdings besteht die Gefahr, dass ein Teil der bestehenden Betriebe vom innerhalb der Ergänzungsstandorte an einem anderen Standort neu aufgestellt werden würde. Ein maßloser Flächenzuwachs würde die sonstigen Einzelhandelslagen in Schleswig in ihrer Existenz gefährden. Überdies würde sich eine Vollvermietung der Standortlage als schwierig darstellen („willige“ Handelsunternehmen wären bereits gebunden), sodass einige der Flächen nicht vermietbar sein würden. Das Szenario hieße somit, dass durch die Kopie der bestehenden Angebote und Betriebstypen ein Windhundrennen einsetzen würde. Dieses hätte auch Konsequenzen für die verbrauchernahe Versorgung (z.B. ausgewogene Grundversorgung im Stadtgebiet).

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig
FMA Lattenkamp

**Szenario II – Ungesteuerter Ausbau der Angebote
Der kannibalisierende Fachmarktstandort**

- Verkaufsflächenstärke weiter ausbauen, dabei ungeordnete Entwicklung (maßloser Flächenzuwachs)
- Große Potenzialflächen für Fachmarktnutzungen vorhanden -> Zweites Fachmarktzentrum heizt Wettkampf mit FMZ an
- Gefahr Zersplitterung: Problematik von Folgenutzung sowohl im FMZ als auch im Stadtgebiet



© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 34: Szenario II – Der kannibalisierende Fachmarktstandort

Szenario III – Profilierung der Fachmarktlage

Der arbeitsteilige Fachmarktstandort

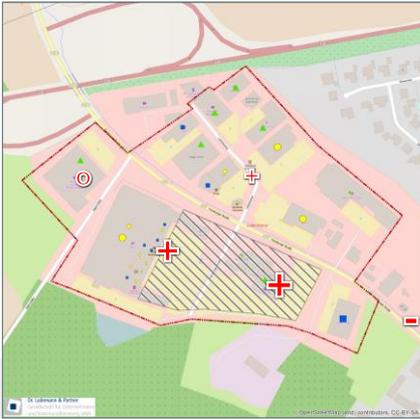
Mit Blick auf das Prognosejahr 2025 ist eine stärkere Profilierung der Handelsstandorte von Schleswig im Wettbewerbsumfeld der Nachbarstädte und Oberzentren erforderlich. Dies impliziert zugleich, dass der Bereich SB-Warenhaus Real einschließlich der angrenzenden handelsseitig vorgeprägten Bereiche einer Optimierung durch Feinjustierung der Ergänzungsfunktion bedarf. Dabei sind einerseits Tragfähigkeitsaspekte und andererseits Sortiments- und Betriebstypendefizite zu beachten. Nur so ist ein Zentralitätsschub im Einklang mit den anderen Einzelhandelsstandorten zu erwarten. Dies impliziert zugleich, dass unter den Akteuren (Eigentümern, Handelsunternehmen etc.) eine abgestimmte Entwicklung und Positionierung erfolgt. Eine gegenseitige Kannibalisierung (durch jeweils eigene Vorstellungen zum höchstmöglichen Ertrag) wäre bei diesem Szenario ausgeschlossen.

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig
FMA Lattenkamp

Szenario III – Profilierung der Fachmarktlage
Der arbeitsteilige Fachmarktstandort: Zentralitätsbildung

- Angebot gezielt stabilisieren und unter Tragfähigkeitsaspekten stärken
- Profilierung durch Revitalisierung/Optimierung des Bestands/Neuordnung
- gezielte Verlagerung/Neuansiedlung im fachmarktorientierten Bereich (VKF > 400 qm VKF)
- Abbau von Sortiments- und Betriebstypendefiziten



© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 35: Szenario III - Der arbeitsteilige Fachmarktstandort

Damit kommen für den zentralitätsbildenden Ergänzungsstandort Nutzungen in Frage, die aufgrund der bestehenden Strukturen in der Innenstadt in der Gesamtheit nicht integrierbar sind. Mit der Potenzialfläche Real (ca. 24.000 qm) liegt ausreichend Spielraum vor, um in Funktionsergänzung zur Innenstadt die verbleibenden Potenziale zu erschließen. Für den Standortbereich Real-SB-Warenhaus bedeutet dies beispielsweise:

- Revitalisierung der Handelsimmobilie
 - durch Modernisierung
 - durch Restrukturierung des Flächenkonzepts: Redimensionierung²⁴ real
 - durch Neuordnung des Konzessionärsbereichs sowie sonstiger Nutzungen (Zoofachmarkt)

²⁴ Zunehmend ist zu verzeichnen, dass SB-Warenhäuser verkleinert und durch weitere nahversorgungsrelevante Fachmärkte (Drogeriefachmarkt, Lebensmitteldiscounter) arrondiert werden.



- durch Optimierung des Mieterkonzepts aus dem nahversorgungsrelevanten Bedarfsbereich (hoher Verbundfaktor): Arrondierung durch Gesundheits- und Pflegeartikel (Drogeriefachmarkt)
- Erweiterung durch Neuansiedlung fachmarktorientierter Betriebe (Erhöhung der Kopplungseffekte)
 - Periodischer Bedarf: max. 2.500 qm VKF, z.B. Lebensmitteldiscounter oder Biomarkt, Drogeriefachmarkt
 - Bekleidungs-/Schuhfachmarkt: ca. 1.000 - 2.000 qm VKF
 - Sportfachmarkt: ca. 1.000 qm VKF
 - Sonstige Sortimente: max. 2.000 qm VKF, z.B. Sonderpostenmarkt
 - Möbel, Heimtextilien, Bau- und Gartenbedarf: unbegrenzt möglich

Es bedarf einer konsequenten Umsetzung der Empfehlungen aus dem Einzelhandelskonzept/der Potenzialanalyse, insbesondere hinsichtlich der städtebaulich-funktionalen Konzentration des mittelzentralen Verkaufsflächenpotenzials auf die Zentren und die Ergänzungsstandorte. Für die Weiterentwicklung des Ergänzungsstandorts Lattenkamp heißt dies:

- Schaffung eines Alleinstellungsmerkmals i.S. der Schärfung eines funktionalen, autokundenorientierten Profils. Eine Kopie von städtischen Zentren oder Einkaufszentren, wie sie in Schleswig und anderen Mittel- und Oberzentren vorzufinden sind, ist auszuschließen. Es sollte daher erklärtes Entwicklungsziel sein, an dem Ergänzungsstandort ein komplementäres Profil zu den städtischen Zentren zu verfolgen.
- Vielmehr gilt es, auf der Potenzialfläche eine Agglomeration mit attraktiven Angebotskopplungen zu schaffen. Einerseits können verschiedene Versorgungseinkäufe an einem Ort getätigt werden (Verbundeinkauf) und hierdurch Zeit- und Wegeaufwand reduziert werden (bequemes und verlässliches Einkaufen). Andererseits sind agglomerierte Standortlagen durch das Profil von Kopplungseinkäufen insgesamt leistungsfähiger und umsatzstärker aufgestellt. Sie erfüllen durch die stärkeren Kaufkraftzuflüsse zugleich mittelzentrale Funktion für die Stadt und das übrige Marktgebiet des örtlichen Einzelhandels.



Um eine überproportionale Verlagerung von Betrieben aus den städtischen Zentren zu unterbinden, gilt es durch schriftliche Vereinbarungen/städtebaulichen Vertrag mit dem Investor Vorgaben (z.B. Neuansiedlungsquote VKF >50 %, durchschnittliche Betriebsgrößen > 400 qm) für neue Betreiber insbesondere auch hinsichtlich großflächiger Fachmarktnutzungen zu definieren.

Die Architektur, insbesondere der Fassaden und der Eingangsbereiche, ist ansprechend bis hochwertig zu gestalten. Dabei gilt es ein städtebauliches Gesamtkonzept zu entwickeln, das über funktionale Aspekte hinausreicht und eine angemessene, aber auch realisierbare Umsetzung gewährleistet.

8.2.5 Ergebnis für den Standort Lattenkamp

Als übergeordnete Strategie zur Weiterentwicklung des Ergänzungsstandorts Lattenkamp soll das Szenario III (Der arbeitsteilige Fachmarktstandort) weiterverfolgt werden.

Für das Gewerbegebiet am Lattenkamp bedeutet dies, dass:

- das real-SB-Warenhaus aufgrund seiner zentralitätsbildenden Funktion stabilisiert und behutsam weiterentwickelt werden soll.
- infolge des bestehenden Baurechts am Standort Real Spielräume entstehen, die zur Ansiedlung von Fachmärkten genutzt werden können; ein wesentlicher Verkaufsflächenausbau müsste gutachterlich geprüft werden.
- die in Rede stehende Potenzialfläche mit großflächigen Einzelhandelsnutzungen entwickelt werden kann, sofern sie nicht Angebote tradierter Zentren ‚kopieren‘ und spürbare Probleme für die Innenstadt hervorrufen.
- die Potenzialfläche aufgrund der erheblichen Standortvorteile für Fachmärkte, die noch nicht in Schleswig vertreten sind, nicht priorisiert mit einem SB-Möbler belegt werden kann, zumal das Einwohnerpotenzial im Marktgebiet begrenzt ist.
- es hinsichtlich der künftig anzusiedelnden Sortimente im Bereich Lattenkamp keine grundsätzlichen ‚Denkverbote‘ gibt, die sich aus der Rücksichtnahme auf die Innenstadt ergeben würden. Vielmehr bedarf es einer differenzierten Betrachtung des Vorhabenkonzepts, das in einer gesonderten Stellungnahme auf die Kompatibilität mit der Potenzialanalyse geprüft wird;

- die künftigen Entwicklungen im Bereich der FMA Lattenkamp die Weiterentwicklung der Innenstadt am Standort Parkhaus am ZOB nicht erübrigen dürfen.

8.3 Sonstige prägende Standortlagen

Die sonstigen Standortlagen ordnen sich in die übergeordnete Strategie „Stärken stärken“ an wie folgt ein:

Das Nahversorgungszentrum Friedrichsberg erfüllt mit einer aktiven Verkaufsfläche von rd. 6.800 qm eine umfassende Nahversorgungsfunktion für den Ortsteil Friedrichsberg. Die Leerstandsquote weist in der tradierten Hauptlage (Friedrichstraße) allerdings erhebliche strukturelle Verwerfungen auf.

Magnetfunktion kommt den drei Lebensmittelmärkten und einem Drogeriefachmarkt zu. Prospektiv geht es für das Nahversorgungszentrum primär darum, den zugewiesenen Versorgungsauftrag zu sichern. Ein Abbau der kleinteiligen Leerstände sollte vorrangiges Ziel der Weiterentwicklung im Ortsteil sein.

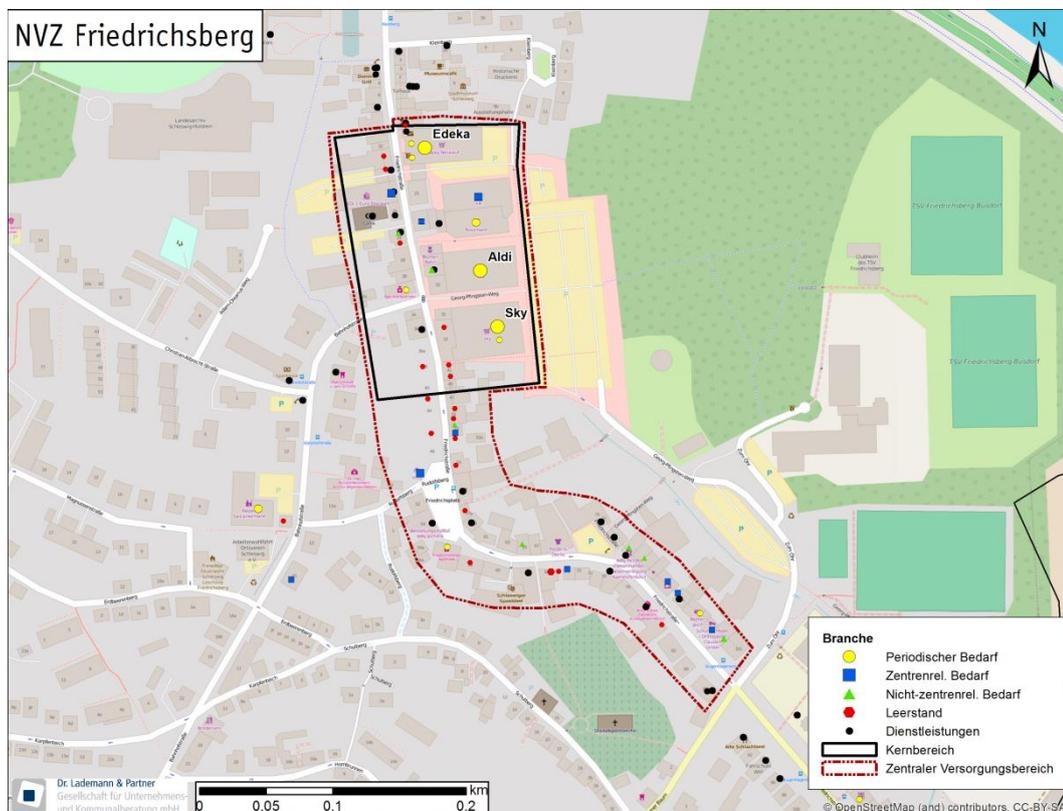


Abbildung 36: Nahversorgungszentrum Schleswig-Friedrichsberg

Ein dezentrales Netz an Nahversorgern gewährleistet die verbrauchernahe Versorgung. Diese sollte entsprechend der Nachfrage im Nahbereich gesichert und falls betriebserforderlich arrondiert werden. Hierbei ist ein Mindesteinwohnerpotenzial fußläufig nicht versorgter Einwohnern zu beachten.

Das Gewerbegebiet St. Jürgen (rd. 14.800 qm gewichtete Verkaufsfläche) weist derzeit über gering verdichtete Bereiche auf. Es wird empfohlen, den Einzelhandel auf den bestehenden Handelsschwerpunkt (s.u.) zu konzentrieren, um noch ausstrahlungstärker für die Einwohner im Schleswiger Marktgebiet des Einzelhandels zu sein.

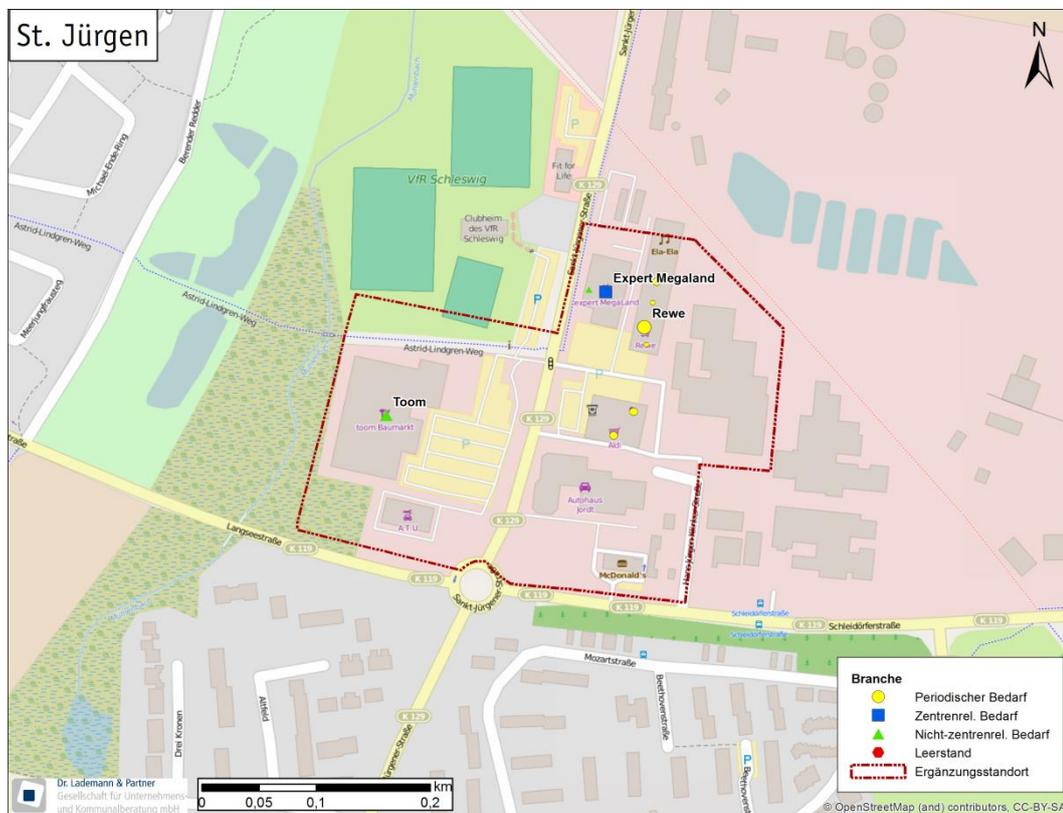


Abbildung 37: Ergänzungsstandort FMA St. Jürgen (Zielperspektive)

Für die Ergänzungsstandorte Lattenkamp und St. Jürgen insgesamt sind folgende Entwicklungsmöglichkeiten aufzuzeigen:

- Für einen SB-Möbler mit 6.000 bis 8.000 qm VKF kann ein Einzugsgebiet abgegrenzt werden, dass knapp unterhalb der Mindestanforderungen liegt (<100.000 Einwohner im 20-Minutenradius).



- Verlagerung und Neuaufstellung von flächenextensiven Angeboten aus dem Schleswiger Stadtgebiet forcieren, die derzeit keinem der privilegierten Standorte zuzuordnen sind (z.B. Hagebau-Markt)
- maßvolle Erweiterung der Bestandsbetriebe, sofern betriebserforderlich (z.B. Toom Bau- und Gartenmarkt).

8.4 Interkommunaler Standort Schleswig/Busdorf

8.4.1 Szenarien zu den Potenzialen des Standorts Busdorf/Schleswig

Seit einigen Jahren liegt für die nicht mehr betriebsnotwendigen Flächen der Carl Söhrn GmbH & Co. KG ein Ansiedlungsbegehren für nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Einzelhandel vor. Die Vorhabenrealisierung soll im Rahmen einer gemeinsamen Entwicklung durch das Mittelzentrum Schleswig und der Gemeinde Busdorf erfolgen.

Zur gewissenhaften Abwägung der Chancen und Risiken eines möglichen Ansiedlungsvorhabens sollen daher mögliche Entwicklungsszenarien dieses interkommunal bedeutsamen Standorts dargestellt und hinsichtlich möglicher Chancen bzw. Risiken abgewogen werden.

Szenario I –Flächenzuwachs im Stadt-Umland-Raum

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig

Busdorf

Szenario I – Flächenzuwachs im Stadt-Umland-Raum

- Erstarren der Umlandorte durch restriktive Planungspolitik von Schleswig
- Erfolgreiche Verhinderung der Belegung des interkommunalen Standorts Schleswig/Busdorf
- Alternativplanungen der Umlandorte treiben dezentralen Flächenausbau und Ausweitung von ergänzenden Angeboten an
- Verzicht auf Kooperation

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 38: Szenario I - Flächenzuwachs im Stadt-Umland-Raum



In dem Szenario I wird davon ausgegangen, dass die Stadt Schleswig Einzelhandelsbegehren restriktiv behandelt, da quantitativ ausreichend Angebot vorhanden ist. Die Deckelung des aktuellen Status quo des Einzelhandelsbestands in der Stadt Schleswig stellt die Konsequenz der übergeordneten Strategieoption ‚Verharren‘ dar. Auf der einen Seite bedeutet dies, dass betriebserforderliche Umstrukturierungen in die Jahre gekommener Handelsimmobilien nicht möglich wären. Darüber hinaus wäre die Entwicklung neuer Standorte grundsätzlich nicht möglich.

Derzeit ist das Einzelhandelsangebot des Stadt-Umland-Raums Schleswig funktionsgerecht sehr stark auf das Mittelzentrum Schleswig orientiert:

- In Fahrdorf wurde das Angebot mit dem Neubau von Aldi und weiteren Flächenumstrukturierungen (Edeka) auf ca. 2.500 qm ausgeweitet und übersteigt damit die örtliche Nachfrage deutlich.
- Darüber hinaus verfügen die Gemeinden Schuby und Busdorf über jeweils einen strukturprägenden Nahversorger (jeweils ca. 800 qm). Das Angebot ist weitestgehend funktionsgerecht verortet.

Die seitens der Stadt Schleswig abgewiesenen Anfragen von Lebensmittel- und Drogeriemärkten würden im Stadt-Umland-Raum (Zone 2) von Schleswig neu gebunden. Diese von Schleswig-Friedrichsberg nächstgelegenen bestehenden Wettbewerbsstandorte würden durch die Arrondierung mit weiteren Einzelhandelsangeboten und ergänzenden Nutzungen (z.B. Kreditinstitut) weiter an Attraktivität gewinnen. Mit Folge, dass die bisher hohe Ausrichtung der Nachfrage in diesem Raum weniger auf die Stadt Schleswig ausgerichtet sein würde, da dezentral im Umlandraum attraktive Alternativangebote auch ohne Bauleitplanverfahren (da gemäß § 34 BauGB zulässig) angestrebt werden.

Mangels der Bereitschaft zur interkommunalen Kooperation zwischen Schleswig und den Umlandorten, würde die Gemeinde Busdorf ohne den interkommunalen Konsens großflächige Einzelhandelsnutzungen im Gemeindegebiet anstreben, die durch das Betriebstypen- und Sortimentslayout im Wettbewerb zu den städtischen Zentren von Schleswig stünden. Auch die höherrangigen Zentren wie Tarp und Kappeln würden aufgrund der restriktiven Planungspolitik in Schleswig an Attraktivität gewinnen, da z.B. Einzelhandelsvorhaben von bis zu 5.000 qm bzw. 8.000 qm Verkaufsfläche dort raumordnerisch zulässig sind und damit den interkommunalen Wettbewerb anheizen.

Das Ziel des Mittelzentrums Schleswig mehr Nachfrage aus dem Stadt-Umland-Raum abzuschöpfen, wäre v.a. im nahversorgungsrelevanten Bedarf nicht mehr



zu erfüllen, da in Folge der Erstarkung der Umlandorte dezentral überproportional Nachfrage gebunden wird.

Für den Einzelhandelsstandort Schleswig wäre die Folge dieses Szenarios eine Verstetigung der Abnahme der Einkaufsqualität bis hin zum Niveauverlust des Nahversorgungszentrums Friedrichsberg. Das Nahversorgungszentrum wäre in diesem Szenario nicht in der Lage, auf Augenhöhe mit den Wettbewerbsstandorten der Region zu sein:

- Busdorf: Ansiedlungsbegehren des großflächigen Einzelhandels im periodischen und zentrenrelevanten Bedarf (Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt, Bekleidungsfachmarkt [z.B. Holtex]);
- Fahrdorf: Erweiterung des Edeka-Markts auf 1.200 qm VKF, weitere Arrondierungsabsichten des Einzelhandels nicht unwahrscheinlich (v.a. Drogeriemarkt);
- Schuby: Denkbare Standortalternative für Arrondierungen des täglichen Bedarfs;
- Umland: Weiterer Attraktivitätszuwachs der sonstigen zentralen Orte, wie Kropp und Silberstedt sowie Kappeln und Tarp aufgrund investorenfreundlicher Ansiedlungspolitik.

Es besteht somit die Gefahr, dass durch fehlende interkommunale Kooperation und restriktiven Umgang seitens der Stadt Schleswig Wettbewerbsentwicklungen im Stadt-Umland-Raum angetrieben werden, wodurch das Mittelzentrum Schleswig weniger überörtliche Nachfragezuflüsse erfahren würde. In der Folge würden die rechnerischen Potenziale zur Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schleswig sinken, so dass bestenfalls die ermittelte Untergrenze von knapp 6.000 qm zusätzlicher Verkaufsfläche zur Verfügung stehen. Der Wettbewerbsdruck würde aufgrund zunehmender Wettbewerbsintensität mit den Schleswiger Angeboten zunehmen.

Die Strategie hätte zudem zur Folge, dass durch die ausbleibende abgestimmte Entwicklung zwischen Busdorf und Schleswig Impulse nicht erwartbar sind.

Dr. Lademann & Partner empfehlen, die interkommunale Kooperation im Stadt-Umland-Raum zu stärken. Die Gemeinde Busdorf befindet sich im baulichen Siedlungszusammenhang mit Schleswig. Eine standortadäquate und damit sinnhafte Belegung des Standorts könnte die Ausstrahlkraft des Stadt-Umland-Raums insgesamt stärken. Allerdings setzt diese Strategie eine wirtschaftliche Umsetzbarkeit voraus, weshalb im untergeordneten Umfang auch nahversorgungs- oder



zentrenrelevanter Einzelhandel zuzulassen sind (z.B. Lebensmitteldiscounter, sofern verträglich).

Szenario II – Errichtung eines Fachmarktzentrums

Um das erstgenannte Szenario auszuschließen, wäre vielmehr eine Variante zur weiteren Zentralitätserhöhung des Einzelhandelsstandorts Schleswig im baulichen Zusammenhang mit Busdorf zu empfehlen.

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig

Busdorf

Szenario II – Errichtung eines Fachmarktzentrums

- Maßloser Flächenzuwachs -> Zentralitätsschub bei Rückfahren sonstiger Einzelhandelsstandorte in Schleswig
- Angriff durch erheblichen Flächenausbau und Ausweitung von ergänzenden Angeboten
- Verzicht auf Kooperation
- Verlust der Lebensqualität von Schleswig

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Einzelne Charts bedürfen der Kommentierung.

Abbildung 39: Szenario II – Errichtung eines Fachmarktzentrums

Das Szenario II berücksichtigt das vorliegende Baurecht, und stellt den ungesteuerten Ausbau der Verkaufsflächen am Standort Schleswig/Busdorf dar. Allerdings besteht die Gefahr, dass durch einen maßlosen Flächenzuwachs die sonstigen Einzelhandelslagen in Schleswig (und dem näheren Einzugsbereich) in ihrer Existenz gefährdet sind. Das Szenario hieße somit, dass ein Wetttrüsten mit den übrigen Einzelhandelsstandorten des Nahbereichs einsetzen würde.

Dabei geht die Strategie von einem beliebigen Ausbau des Potenzialstandorts mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten aus. Das Standortumfeld übt zugleich Vorbildwirkung für weitere Einzelhandelsangebote und sonstige



Nutzungen aus, mit Trend zur ungeordneten Weiterentwicklung einer Gemengelage heterogener Nutzungen. Daneben würden Nutzungen aus dem Nahversorgungszentrum Friedrichsberg an den verkehrsgünstigen Standort verlagern. Der Standort Schleswig/Busdorf würde sich in diesem Szenario als autarke Standortlage kristallisieren. Austauschbeziehungen wären mit den tradierten Zentren und den Ergänzungsstandorten in Schleswig und der Region nicht zu erwarten.

Diese Entwicklung würde sich maßgeblich auf die Stadtentwicklung von Schleswig und dem Stadt-Umland-Raum auswirken, da positive Effekte auf die Schleswiger Kernstadt nicht zu erwarten sind. Zusätzliche Sortimentsannäherungen mit den tradierten Einzelhandelslagen würden zu gravierenden städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen führen. Auch die Schleswiger Innenstadt stünde hinsichtlich ihrer Einzelhandels- und Erlebnisfunktion zur Diskussion. Eine ungesteuerte Maximalbelegung des Standorts Schleswig/Busdorf ist somit nicht zu empfehlen. Hierbei ist auch zu beachten, dass die hinzutretenden Nutzungen die rechnerischen Potenziale für Flächenarrondierungen an den privilegierten Standortlagen begrenzen und definierte Entwicklungsziele nicht erreicht werden könnten. M.a.W.: Zentrenrelevanter Einzelhandel kann aufgrund vorliegender geeigneter Standortalternativen als Hauptnutzung für den Standortbereich nicht zentren- und raumverträglich dargestellt werden.

Szenario III – Profilierung durch Stärke und Vernetzung

Das dritte Szenario setzt an der übergeordneten Strategie der „Stärken stärken“ an. Es ist die u.E. zu verfolgende Strategie zur Belegung und Profilierung des Potenzialstandorts.

Erklärtes Ziel soll es einerseits sein, das bestehende Profil des Standorts und des unmittelbaren Standortumfelds (Kfz-nahe Angebote, Baumarkt, Landhandel) als durch einen typähnlichen Besatz (Küchen-, Bettenstudio, etc.) zu entwickeln. Auf die wesentlichen Standortlagen in Schleswig und die tangierten Orte kann eine direkte Konkurrenz ausgeschlossen werden. Nicht-zentrenrelevante Sortimente gemäß Schleswiger Sortimentsliste wären uneingeschränkt zulässig, sofern keine vorhabeninduziertem, versorgungsstrukturellen Verwerfungen erwartbar sind.

Potenzialanalyse des Einzelhandels im Mittelzentrum Schleswig

Strategien und Maßnahmen für die Stärkung der prägenden Standortbereiche in Schleswig

Busdorf

Szenario III – Profilierung durch Stärke und Vernetzung

- Stärkung der Vernetzung -> Vision: Lenkung der Touristen und Besucher an die übrigen Standorte von Schleswig
- Erhöhung der Aufenthaltsdauer in Schleswig/dem Kreis und höherer Streukundenanteil durch gezielte Ausweitung touristischer Angebote
- Spezialisierung des Bestands
- Maßvoller Verkaufsflächenzuwachs bis zum Jahr 2025

© Dr. Lademann & Partner GmbH · Friedrich-Ebert-Damm 311 · 22159 Hamburg · Telefon +49 40 6455770 · www.dr-lademann-partner.de

Abbildung 40: Szenario III – Profilierung durch Stärke und Vernetzung

Der Prüfstandort weist eine strategische Lage am Schnittpunkt der B 76, B 77 und K 1 auf. Zudem verläuft nördlich des Vorhabenareals ein bedeutsamer Radweg, der Schleswig mit Haddeby/Haitabu und weiteren Schleigemeinden verbindet. Eine stärkere Orientierung auf die touristischen Potenziale der Urlaubsregion Ostseefjord Schlei (sowohl Tagestouristen aus dem nahen Umfeld als auch Übernachtungsgäste) ist erforderlich. Gelingt dem Standort zudem von den Durchreisenden zu profitieren, würde dies andererseits negative Auswirkungen auf die Stadtstruktur und Umlandkommunen reduzieren.

Die Zentren- und Standortstruktur von Schleswig verfolgt nach wie vor die Sicherung und Weiterentwicklung der Schleswiger Innenstadt als konsumiger Einzelhandelsstandort und als Ort der Multifunktionalität und Identifikation. Die Fachmarkttagglomeration Lattenkamp weist ein komplementäres Profil auf und wirkt ebenfalls zentralitätsbildend. Beide Standortlagen verfügen über erhebliche Flächenpotenziale die kurz- bis mittelfristig für die Belegung mit Handelsnutzungen zur Verfügung stehen (jeweils ca. 4.000 bis 5.000 qm potenzielle Verkaufsfläche).



Darüber hinaus sollen das Nahversorgungszentrum Friedrichsberg und der Fachmarktstandort St. Jürgen entsprechend der betriebserforderlichen Größen gesichert und standortgerecht gestärkt werden. Hieraus resultiert, dass für die übrigen Standortlagen im deutlich untergeordneten Umfang freie Potenziale zur Verfügung stehen. Diese überwiegend nicht-zentrenrelevanten Potenziale könnten am Standort Busdorf erschlossen werden. Die Entwicklung des Standorts orientiert sich dabei an einer stadt- und raumverträglichen Dimensionierung, sodass die Risiken des voran genannten Szenarios nicht eintreten werden.

Damit eine Belegung des Standorts wirtschaftlich tragfähig ist, ist interkommunaler Konsens, dass die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters vertretbar ist. Dieser würde das derzeit überproportional vollsortimentierte Angebot in Schleswig durch discountorientierte Angebote abrunden.

Das Szenario setzt zudem die Kooperation der Stadt Schleswig mit den Gemeinden des Stadt-Umland-Raums und mit den Akteuren der Region im Sinne einer interkommunal abgestimmten Zusammenarbeit sowohl im Bereich Einzelhandelsentwicklung aber auch im Sinne eines Marketingverbunds (Thema: Wikinger) voraus, sodass für die Schlegemeinden bspw. in der Nachfrage von touristischen Angeboten zusätzliche positive Effekte wahrzunehmen sind.

Eine Entwicklung des Standorts Busdorf sollte auch eine interkommunale Vernetzung und damit mindestens die gemeinsame Präsentation der Akteure am Standort umfassen (Informationstafeln, Stadtplan). Aufgrund der Attraktivität eines Standortverbunds von Lebensmitteldiscounter und Systemgastronomie wirkt sich diese Entwicklung am interkommunalen Standort in Schleswig/Busdorf förderlich für die Schleswiger Innenstadt und sonstiger bedeutsamer Leistungsträger in Schleswig und dem Stadt-Umland-Raum aus.

Das Szenario setzt dabei voraus, dass die übrigen Standortlagen in Schleswig bzw. in der Region für die Besucher des Vorhabenstandorts so attraktiv sind, dass es sich lohnt diese zu bewerben. Dies impliziert, dass der Standort Busdorf nur behutsam mit Handelsnutzungen entwickelt wird und nicht in Konkurrenz zu den tradierten Zentren steht.

8.4.2 Empfehlungen zur Belegung des Standort Schleswig/Busdorf

Vor dem Hintergrund der Weiterentwicklung der Stadt Schleswig als Mittelzentrum für die Stadt-Umland-Region Schleswig und als Impulsgeber für die Region empfehlen Dr. Lademann & Partner das Szenario III zu verfolgen.

Es geht v.a. darum, jene Sortimente anzusiedeln, die im Einklang mit dem Zentren- und Standortkonzept stehen, die Innenstadt von Schleswig nicht mehr als unwesentlich tangieren und zugleich einen Attraktivitätsschub für den Einzelhandelsstandort Schleswig erwarten lassen und die Aufenthaltsdauer im Stadt-Umland-Raum verlängern.

Der interkommunale Vorhabenstandort versteht sich sowohl als Teil des Einzelhandelsnetzes als auch als Teil der touristischen Infrastrukturen in der Urlaubsregion Ostseefjord Schlei. Die intensive interkommunale Zusammenarbeit spiegelt sich beispielsweise daran wieder, dass potenzielle Besucher des Standorts auf die Stärken der Region und v.a. von Schleswig aufmerksam gemacht werden mit dem Ziel mehr Besucher - und damit potenzielle Kunden - gen Schleswig zu leiten.



Abbildung 41: Empfehlungen zur Flächenbelegung



Alternativ bestünde die Möglichkeit das Profil im Bereich Familie (Systemgastronomie, Indoor-Spielhalle/Spielmöglichkeiten und Kinderbekleidung) weiterzuentwickeln:

Nach Abzug der in der Innenstadt und im Bereich Lattenkamp realistisch anzunehmender Ansiedlungsvorhaben, verbleibt ein überschaubares Potenzial bei den zentrenrelevanten Sortimenten. Somit kann eine Schwerpunktsetzung am Standort Schleswig/Busdorf mit zentrenrelevanten Sortimenten kurzfristig nicht empfohlen werden. Vielmehr sollte der Innenstadt und dem Fachmarktstandort Lattenkamp zunächst die Zeit zur Entwicklung der Potenzialflächen mit nahversorgungs- und v.a. zentrenrelevanten Angeboten eingeräumt werden, da diese am Stärksten zur Erhöhung der Nachfrageabschöpfung aus dem Marktgebiet beitragen. Sofern diese Potenzialflächen belegt bzw. mittelfristig (2020/25) nicht aktivierbar sind, käme der interkommunale Standort für zielgruppenspezifische, großflächige Konzepte (wie z.B. Holtex) in Betracht. Zur verbesserten Ansprache des südlichen Einzugsgebiets von Schleswig ist der Standort Schleswig-Süd/Busdorf im Rahmen einer Vertiefungsuntersuchung auf Tragfähigkeitspotenziale²⁵ zu prüfen.

Der Bereich Lattenkamp weist aufgrund seines weitreichenden Einzugsgebiets und der zentralen Bedeutung für die Umlandbevölkerung nach der Einkaufsinnenstadt Eignung für Angebotsarrondierungen auf. Die hohen Frequenzen am Standort Real ermöglichen es, neue Konzepte und Filialisten nach Schleswig zu holen, die in der Schleswiger Innenstadt nicht die erforderlichen Standortrahmenbedingungen vorfinden (fehlende erforderliche Ankernutzungen, Stellplatzsituation, Zustand und Zuschnitt der Ladenlokale etc.).

Um eine Kannibalisierung der Standorte durch einen neuen Standort auszuschließen, halten Dr. Lademann folgende Belegung als vertretbar:

- Profilierung durch nicht-zentrenrelevante Angebote (Küchenstudio, gesundes Schlafen, etc.) sowie max. 400 qm VKF für zentrenrelevante Sortimente
- Ansiedlung einer Systemgastronomie, zur Bindung von Durchreisenden, Pendlern und Touristen
- Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters mit max. 1.100 qm Verkaufsfläche zum Abbau der betriebsspezifischen Schieflage in Schleswig.

²⁵ Vgl. Dr. Lademann & Partner (2015): Szenarioberechnung Busdorf/Schleswig-Süd - Tragfähigkeitsanalyse und Verträglichkeitscheck.



8.5 Standortübergreifendes Fazit

Es konnte nachgewiesen werden, dass das Mittelzentrum Schleswig dazu in der Lage ist, die übertragenen Aufgaben als Mittelzentrum gewissenhaft zu erfüllen. Für die Perspektive sind Weiterentwicklungen gleichermaßen sinnvoll und erforderlich. Die dargelegten Aspekte (z.B. Zentralität, Pendlersaldo, Einbindung in das Zentrale-Orte-Gefüge) zeigen, dass Schleswig als zentraler Ort bereits heute Aufgaben erfüllt, die über die eines Mittelzentrums hinausgehen. Das betrifft nicht nur die Einzelhandelsfunktion, sondern auch Schleswig als Standort regional bedeutsamer Gerichte, des Klinikums, etc. Diese Stärke gilt es im Sinne der Regionalentwicklung weitab von Oberzentren, dort aber in zentraler Lage nachhaltig zu sichern und zu entwickeln.

Die Stadt Schleswig zeichnet sich derzeit als überdurchschnittliches Mittelzentrum aus. Derzeit gelingt es der Stadt allerdings noch nicht ausreichend aus der homogenen Masse an kleineren Mittelstädten hervorzutreten. Das Mittelzentrum Schleswig verfolgt das Ziel auch im Bereich Einzelhandel regionale Bedeutung zu erlangen. Die oben genannten Strategien sollten daher in ihrem ausgewogenen Zusammenspiel als Ziel der Stadtentwicklung der nächsten zehn Jahre festgeschrieben werden.

Dies bedeutet, dass

- Schleswig als starkes Mittelzentrum weiterentwickelt werden soll.
- ein arbeitsteiliges Profil der Standorte zu entwickeln ist (Standorte sollen sich ergänzen).
- die Weiterentwicklung über die Stabilisierung der heutigen Einzelhandelslagen und zusätzlich über einen Verkaufsflächenausbau gelingen muss.

Schleswig versteht sich als starkes Mittelzentrum der Region mit Entwicklungsspielraum für den Einzelhandel. Ein wesentliches Ziel ist es, einen attraktiven und zukunftsfähigen Angebots- und Sortimentsmix im Einzelhandel vorzuhalten. Die Stadt Schleswig geht aktiv auf mögliche Investoren und Handelsunternehmen zu, um Flächenpotenziale bestmöglich auszunutzen und Sortimentslücken abzubauen.

Die übergeordnete, arbeitsteilige Strategie „Stärken stärken“ führt zur Intensivierung der Nachfrageabschöpfung und zum Anstieg der Einzelhandelszentralität. Das weitreichende Marktgebiet der Stadt Schleswig kann sich mit anderen starken Mittelstädten - wie Heide und Husum - messen lassen.



Die standortspezifische Weiterentwicklung der Standortlagen Innenstadt und Nahversorgungszentrum sowie die Ergänzungsstandorte Lattenkamp und St. Jürgen setzt allerdings auch voraus, dass die spezifische Sicherung und Stärkung dieser Standortbereiche räumlich und funktional enger gefasst werden muss. Zugleich bedeutet dies, dass die Standortbereiche in ihren jeweiligen Stärken auch für zentrenrelevante Angebote geöffnet werden müssen, die in der Innenstadt nicht die Rahmenbedingungen vorfinden.

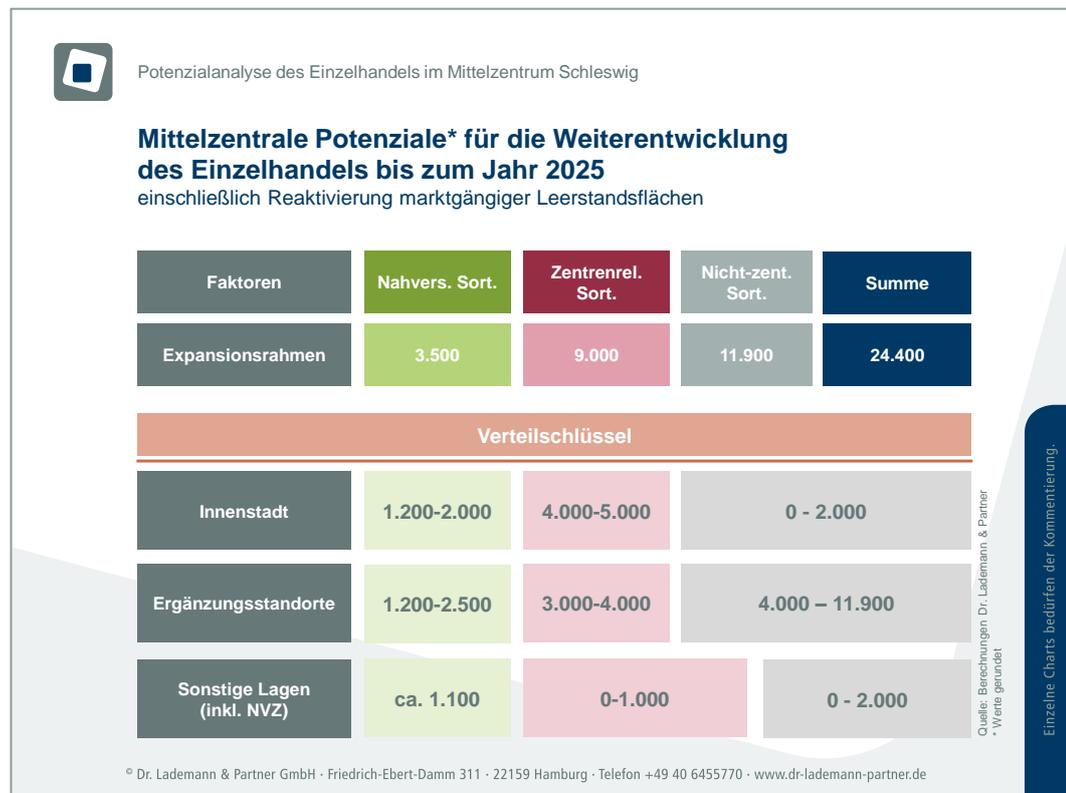


Abbildung 42: Verteilungsschlüssel der mittelzentralen Potenziale

Durch die Ansiedlung zusätzlicher Magnetbetriebe am Standort Parkhaus am ZOB ist die Schleswiger Innenstadt stark gegenüber nachfrage- und angebotsseitigen Entwicklungen gewappnet zu sein. Die Fachmarkttagglomerationen Lattenkamp und St. Jürgen werden standortadäquat weiterentwickelt, ohne gravierende Auswirkungen auf die Innenstadt zu erzeugen. Zur Stärkung und Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts Schleswig insgesamt und für die einzelnen Standortbereiche ist es erforderlich konkrete Handlungsempfehlungen zu diskutieren und umzusetzen.



Die Entwicklung des Standorts Busdorf sollte unter der Maßgabe entwickelt werden, sich gegenseitig und zusammen mit den übrigen Leistungsträgern die Bälle zuzuspielen. Der interkommunal abgestimmte Standort Busdorf hebt sich von den bestehenden Profilen der Zentren und Ergänzungsstandorte ab. Er ist prospektiv vollständig integriert. Die Einzelhandelsstandorte und sonstige Angebote (Museen, etc.) agieren miteinander, was sich in gegenseitigen Besucherzuführungseffekten manifestiert. Ein gemeinsames Stadt-Umland-Marketing zur Kulturhistorie der Schleigemeinden (Weltkulturerbe/Stadtmarketing) wird den Streukundenanteil zusätzlich erhöhen und neue Potenziale für touristische Angebote generieren.



9 Zusammenfassung

Die Stadt Schleswig strebt das ehrgeizige Ziel an, sich als starkes Mittelzentrum in einer sehr ländlich geprägten Region zu positionieren. Im Jahr 2015 gelingt es dem Mittelzentrum bereits - entgegen den amtlichen Prognosen - die Einwohnerzahl mit deutlichen Zuwachsraten zu steigern.

Für die Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandorts sieht die Potenzialanalyse v.a. Entwicklungsspielraum in der Erhöhung der Nachfrageabschöpfung aus dem Stadt-Umland-Raum sowie dem übrigen Marktgebiet. Zur Erreichung einer angestrebten Zielzentralität des Einzelhandels von durchschnittlich 240 bis 250 % ist es maßgeblich bedeutend, das arbeitsteilige Profil der Zentren und Ergänzungsstandorte zu stärken.

Hierfür ist es erforderlich, dass

- die Schleswiger Innenstadt (ca. 22.500 qm VKF) aus dem Kern heraus mit weiteren Einzelhandelsnutzungen weiterentwickelt wird. Das konsumige, mittelpreisige Profil der Innenstadt soll im Bereich Periodischer Bedarf, Mode sowie Sport/Spielwaren durch bis zu etwa 5.000 qm Verkaufsfläche ausgebaut und durch ergänzende Nutzungen, wie Gastronomie, touristische Einrichtungen, Dienstleistungen und Wohnen in der Multifunktionalität gestärkt werden. Als Potenzialfläche ist innerhalb des Kernbereichs der Standort Herzie/Karstadt zu nennen. Ist keine Entwicklung möglich käme der nördliche Bereich des Parkhauses am ZOB in Frage.
- die Fachmarkttagglomeration Lattenkamp (ca. 26.000 qm VKF) in ihrem zur Innenstadt arbeitsteiligen Profil stabilisiert und verträglich weiterentwickelt wird. Sofern keine gravierenden Probleme auf die Innenstadt induziert werden, sind die Neuaufstellung des Real-SB-Warenhauses und die Entwicklung des angrenzenden Bereichs mit großflächigen Fachmarktnutzungen kompatibel (+ 5.000 qm VKF).
- das Nahversorgungszentrum Friedrichsberg (ca. 6.800 qm) und der Fachmarktstandort St. Jürgen (ca. 14.800 qm) jeweils in ihrem spezifischen Profil im Sinne der Bestandssicherung und des Leerstandabbaus entwickelt werden.
- der interkommunale Potenzialstandort Schleswig/Busdorf mit einer maximalen, nahversorgungs- bzw. zentrenrelevanten Verkaufsfläche 1.500 qm als verknüpfende Klammer innerhalb des Stadt-Umland-Raums und der Tourismusregion Ostseefjord Schlei zentrenverträglich interkommunal abgestimmt



und entwickelt wird. Das Profil des Standorts muss sich allerdings deutlich von den übrigen Lagen in Schleswig absetzen, um Überschneidungen mit dem Fachhandel auszuschließen.

Die standortspezifische Weiterentwicklung der prägenden Standortlagen setzt voraus, dass die Kommunikation zwischen den Standortlagen enger wird. Es bedarf der Entwicklung von standortübergreifenden Maßnahmen, um sich gegenseitig die Besucher zuzuführen.

Hamburg, September 2015

gez. Sandra Emmerling

gez. Uwe Seidel

Dr. Lademann & Partner GmbH



10 Glossar

Betriebstypen im Einzelhandel:

Food-Einzelhandel²⁶

- Supermarkt

Einzelhandelsbetrieb, der auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm bis 800 qm Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und des kurzfristigen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbietet.

- Discounter

Lebensmitteleinzelhandelsbetrieb mit Verkaufsflächen bis etwa 1.200 qm, der ein auf Waren mit hoher Umschlagshäufigkeit beschränktes Sortiment in Selbstbedienung mittels aggressiver Niedrigpreispolitik verkauft.

- Verbrauchermarkt, klein

Einzelhandelsbetrieb mit Sortimentsschwerpunkt täglicher Bedarf, der auf einer Verkaufsfläche zwischen 800 und 1.500 qm überwiegend in Selbstbedienung geführt wird.

- Verbrauchermarkt, groß

Einzelhandelsbetrieb mit Angebotsschwerpunkt täglicher Bedarf meist an Pkw-orientierten Standorten, der auf einer Verkaufsfläche zwischen 1.500 und unter 5.000 qm überwiegend in Selbstbedienung geführt wird.

- SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb ab 5.000 qm Verkaufsfläche mit Umsatzschwerpunkt bei Waren des täglichen Bedarfs und zahlreichen Nonfood-Warengruppen, die überwiegend an Pkw-orientierten Standorten in Selbstbedienung angeboten werden.

²⁶ Quelle: unternehmensinterne Typologie Dr. Lademann & Partner GmbH aufbauend auf Institut für Handelsforschung an der Universität zu Köln, Ausschuss für Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft, 1995: Katalog E Begriffsdefinitionen aus der Handels- und Absatzwirtschaft



Nonfood-Einzelhandel

■ Fachgeschäft

Einzelhandelsbetrieb mit meist unter 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf einen Warenbereich beschränktes Nonfood-Sortiment in tiefer Gliederung mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (Fremd- und Selbstbedienung, Vorwahl) und oft weiteren Serviceleistungen verkauft.

■ Fachmarkt

Einzelhandelsbetrieb mit über 800 qm Verkaufsfläche, der ein auf eine Warengruppe beschränktes Nonfood-Sortiment preisorientiert mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (s.o.) und teils weiteren Serviceleistungen meist an Pkw-orientierten Standorten verkauft.

■ Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit umfassendem Sortiment aus unterschiedlichen Warengruppen einschließlich Lebensmitteln, der mit unterschiedlichen Bedienungskonzepten (oft in Fremdbedienung mit Vorwahl) geführt wird.

■ Kaufhaus

Einzelhandelsbetrieb mit mehr als zwei Nonfood-Warenbereichen und unterschiedlichen Bedienungs- und Servicekonzepten in der Regel an integrierten Standorten oder in Einkaufszentren (ohne Lebensmittel, umfasst auch Textilkaufhäuser).

Agglomerationen, Einkaufszentren und Spezialformen

■ Fachmarkttagglomeration

Ansammlung von branchengleichen branchenverschiedenen Fachmärkten an einem Standortbereich, denen (trotz ab und zu praktizierter gemeinsamer Stellplatznutzung) ein einheitliches Management fehlt.

■ Einkaufszentrum

Einzelhandelsimmobilie, die - einheitlich geplant und gemanagt - Einzelhandelsbetriebe aus unterschiedlichen Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen über eine meist überdachte Mall integriert.



- **Fachmarktzentrum**

Einkaufszentrum, das an Pkw-orientierten Standorten (oft peripher) Betriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Betriebsformen mit Dominanz von preisaktiven Fachmärkten in der Regel unter einheitlichem Standortmanagement über eine meist überdachte Mall integriert.

- **Shopping-Center**

Einkaufszentrum, das überwiegend an integrierten Standorten (Innenstadt oder Nebenzentren) mit differenziertem Mietermix Einzelhandelsbetriebe unterschiedlicher Branchen, Betriebsgrößen und Formen mit überwiegend zentrenrelevanten Sortimenten über eine meist überdachte Mall integriert.

Sonstige Definitionen²⁷:

- **Kaufkraft/Nachfragepotenzial**

Als Kaufkraft wird diejenige Geldmenge bezeichnet, die den privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums für Ausgaben im Einzelhandel potenziell netto zur Verfügung steht.

- **Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer**

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der einkommensbedingten, potenziellen Endverbrauchernachfrage in Konsumgütermärkten. In Verbindung mit den Zahlen zur ortsansässigen Bevölkerung erlaubt die Kaufkraftkennziffer quantitative Angaben zur Einschätzung zur lokalen Nachfrage.

Kaufkraftkennziffern werden jährlich von Marktforschungsinstituten wie der GfK ermittelt und zeigen, ob ein bestimmtes Gebiet tendenziell ober oder unter dem Bundesdurchschnitt von 100 liegt. Die Kaufkraftkennziffer gibt insofern die relative Verteilung der Kaufkraft an.

- **Ausgabesatz**

Ausgabesätze geben die durchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel innerhalb eines Jahres an. Sie werden sortimentspezifisch ermittelt und geben somit Auskunft über die Höhe der Ausgaben der Bevölkerung bezogen auf die jeweiligen Sortimente des Einzelhandels. Kombiniert mit der örtlichen

²⁷ Quelle: In Anlehnung an Metro-Handelslexikon 2009/2010.



Kaufkraftkennziffer und der örtlichen Einwohnerzahl lässt sich das Nachfragepotenzial in einem abgegrenzten Raum ermitteln.

■ **Periodischer Bedarf**

Unter dem periodischen Bedarf werden die Branchen Nahrungs- und Genussmittel, und Drogeriewaren zusammengefasst. Der periodische Bedarf entspricht somit weitgehend dem Lebensmitteleinzelhandel und ist in erster Linie auf die tägliche Versorgung ausgerichtet.

■ **Aperiodischer Bedarf**

Unter dem aperiodischen Bedarf werden alle übrigen Branchen zusammengefasst, die auf die mittel- bis langfristige Versorgung der Bevölkerung ausgerichtet sind.