



**Fokussiert auf die Zukunft
von Städten, Gemeinden
und Regionen.**

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schortens 2025

Handel
Stadt + Regionalplanung
Marketing
Management
Digitale Stadt
Wirtschaftsförderung
Immobilien
Tourismus
Mobilität

CIMA Beratung + Management GmbH
Rühmkorffstraße 1 30163 Hannover
T 0511-220079-50
cima.hannover@cima.de

Projektleitung: M. Sc. Humangeographie Benjamin Kemper
Bearbeitung: M. A. Wirtschaftsgeographie Leonardo Schmidt

Hannover, 16.04.2025

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried (AT)
Wien (AT)

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Die auftraggebende Stelle kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheberin zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstaltende von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeitenden. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber der auftraggebenden Stelle im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Inhalt

1 Auftrag und Aufgabenstellung	7
2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung	8
2.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel	8
2.1.1 Onlinehandel	8
2.1.2 Veränderte Kundschaftsansprüche	10
2.1.3 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel	12
3 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen	14
3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Bedeutung	14
3.2 Sozioökonomische Strukturdaten	17
4 Marktgebiet und Nachfragepotenziale in der Stadt Schortens	19
4.1 Marktgebiet	19
4.2 Nachfragepotenzial	21
5 Einzelhandelsangebot in der Stadt Schortens	22
5.1 Einzelhandelsstruktur	22
5.2 Kaufkraftstromanalyse	25
5.3 Einzelhandelszentralität	26
5.4 Nahversorgungssituation	29
6 Zentrenstruktur in der Stadt Schortens	34
6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs	34
6.2 Zentrenkonzept Stadt Schortens	36
6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Schortens	38
6.2.2 Prüfstandort für die Ausnahmeregelung vom Integrationsgebot Mühlenweg Heidmühle	43
6.2.3 Solitärer Nahversorgungsstandort Accumer Straße Grafschaft	43

6.2.4 Potenzieller Solitärer Nahversorgungsstandort Olympiastraße Roffhausen	44
6.2.5 Fachmarktzentrum Oldenburger Straße Schortens	44
6.2.6 Sonstiges Stadtgebiet Schortens	46
7 Branchenkonzept für die Stadt Schortens	47
7.1 Sortimentsliste	47
7.1.1 Vorbemerkung	47
7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen	47
7.1.3 Ableitung der Sortimentsliste für die Stadt Schortens	50
7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien	57
7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Schortens	60
7.2.2 Solitäre Nahversorgungsstandorte	60
7.2.3 Ansiedlungsstrategien für sonstige siedlungsstrukturell integrierte Lagen mit direktem Wohnbezug	61
7.2.4 Ansiedlungsstrategien für das Fachmarktzentrum Oldenburger Straße Schortens	61
7.2.5 Ansiedlungsstrategien für sonstige nicht-integrierte Standorte	62
7.2.6 Ansiedlungsstrategien für Gewerbegebiete	62
8 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	63
9 Online-Befragung	65
9.1 Ergebnisse der Online-Befragung	66
9.2 Zusammenfassung zentraler Erkenntnisse	78
10 Anhang	79
10.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials	79

10.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation	80
10.3 Abgrenzung von Betriebstypen.....	81
10.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung.....	82
10.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche	87
10.6 Wichtige Regelungen aus dem Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen.....	88

Abbildungen

Abbildung 1: Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland	8	Abbildung 25: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Schortens	41
Abbildung 2: Umsatzentwicklung Online- und stationärer Einzelhandel.....	9	Abbildung 26: Eindrücke aus dem ZV Innenstadt Schortens.....	42
Abbildung 3: Anteil der Branchen am Gesamtonlinevolumen.....	10	Abbildung 27: Fachmarktzentrum Oldenburger Straße Schortens	45
Abbildung 4: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten	13	Abbildung 28: Verkaufsflächenanteile des zentralen Versorgungsbereichs auf Sortimentsebene: periodischer Bedarf	51
Abbildung 5: Stadt Schortens und Ortsteile	15	Abbildung 29: Verkaufsflächenanteile des zentralen Versorgungsbereichs auf Sortimentsebene: aperiodischer Bedarf.....	52
Abbildung 6: Lage im Raum und zentralörtliche Funktionen.....	16	Abbildung 30: Sortimentsliste für die Stadt Schortens.....	53
Abbildung 7: Sozioökonomische Rahmendaten der Stadt Schortens.....	17	Abbildung 31: Übersicht der Ansiedlungsregeln (geltend für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe).....	59
Abbildung 8: Touristische Rahmendaten der Stadt Schortens	18	Abbildung 32: Geschlecht der Befragten.....	66
Abbildung 9: Marktgebiet der Stadt Schortens	20	Abbildung 33: Altersstruktur der Befragten	66
Abbildung 10: Nachfragepotenziale der Stadt Schortens in Mio. €	21	Abbildung 34: Wohnort der Befragten.....	67
Abbildung 11: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Schortens.....	22	Abbildung 35: Schematische Abgrenzung der Innenstadtlage.....	68
Abbildung 12: Pro-Kopf-Verkaufsfläche in der Stadt Schortens.....	23	Abbildung 36: Besuchshäufigkeit der Innenstadt von Schortens.....	68
Abbildung 13: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Schortens.....	24	Abbildung 37: Aufenthaltsgründe in der Innenstadt.....	69
Abbildung 14: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Stadt Schortens.....	25	Abbildung 38: Aufenthaltsdauer in der Innenstadt.....	69
Abbildung 15: Einzelhandelsumsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in Schortens.....	26	Abbildung 39: Bewertung der Innenstadt	70
Abbildung 16: Handelszentralitäten-Ranking in der Stadt Schortens	28	Abbildung 40: Verkehrsmittelwahl	71
Abbildung 17: Nahversorgungsbetriebe in der Stadt Schortens (Auswahl).....	30	Abbildung 41: Erreichbarkeit mit dem jeweiligen Verkehrsmittel	72
Abbildung 18: Nahversorgungserreichbarkeit in der Stadt Schortens (5- minütiger PKW-Radius)	31	Abbildung 42: Vergleich des Einkaufsverhaltens	73
Abbildung 19: Nahversorgungserreichbarkeit in der Stadt Schortens (10- minütiger-zu Fuß-Radius).....	32	Abbildung 43: Gründe für die Änderung des Einkaufsverhaltens in Schortens	74
Abbildung 20: Zusammenfassendes Datenblatt Stadt Schortens	33	Abbildung 44: Entfernung Einkaufsort vom Wohnort (periodischer Bedarf)	75
Abbildung 21: Zentrenstruktur der Stadt Schortens.....	37	Abbildung 45: Einkaufsort Schortens nach Warengruppen	76
Abbildung 22: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Schortens.....	38	Abbildung 46: Fehlende Sortimente in Schortens	77
Abbildung 23: Bestehende Stärken (Auswahl).....	39	Abbildung 47: Genannte fehlende Sortimente in Schortens.....	77
Abbildung 24: Bestehende Schwächen (Auswahl)	40	Abbildung 48: Die 31 cima-Branchen und 14 cima-Warengruppen.....	80
		Abbildung 49: Abgrenzung und Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche	83

Abbildung 50: Funktionale Lage des zentralen Versorgungsbereichs	83
Abbildung 51: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche.....	84

1 Auftrag und Aufgabenstellung

Auftrag

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schortens

Analysezeitraum

Mai 2024 – April 2025

Zielsetzung

Mit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schortens sollen die Anforderungen und Rahmenbedingungen der Raumordnung (derzeit geltendes Regionales Raumordnungsprogramm (RROP) für den Landkreis Friesland 2020) und der Landesplanung (derzeit geltendes Landes-Raumordnungsprogramm (LROP) Niedersachsen) erfüllt werden.

Maßgebliche Relevanz haben die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sowie die Aufstellung der ortsspezifischen Sortimentsliste für die Stadt Schortens.

Untersuchungsdesign

- Darstellung der Angebotsstrukturen des Einzelhandels auf Basis einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Schortens
- Dokumentation der einzelhandelsrelevanten Nachfrage in der Stadt Schortens
- Abgrenzung des Marktgebietes des Einzelhandels in der Stadt Schortens
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse

- Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches
- Ermittlung der Stärkung und Schwächen der Innenstadt
- Ableitung der Liste nahversorgungsrelevanter, zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente für die Stadt Schortens unter Beachtung der Vorgaben der Raumordnung und Landesplanung
- Aufzeigen branchenspezifischer und standortspezifischer Potenziale, um die Kaufkraft nachhaltig in der Stadt Schortens zu binden
- Darstellung von Maßnahmen zur langfristigen Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche

Vorbemerkung zur Methodik

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Schortens basieren auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im Juni 2024.

Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weitere Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.

Die kaufkraftrelevanten sowie soziodemographischen Daten beziehen sich je nach Datenverfügbarkeit auf das Jahr 2024.

2 Rahmenbedingungen für die Einzelhandelsentwicklung

2.1 Allgemeine Trends im Einzelhandel

Der Einzelhandel sieht sich seit Jahren mit neuen Herausforderungen und sich verändernden Rahmenbedingungen konfrontiert.

In den vergangenen Jahren verzeichnete der Handel zwar einen Anstieg des Gesamtumsatzes, doch preisbereinigt wurden erhebliche Rückgänge beobachtet. Für das Jahr 2024 wird ein moderates reales Wachstum prognostiziert, ebenso wie eine leichte Zunahme des Konsums. Trotz eines Anstiegs der Realeinkommen können die Kaufkraftverluste der vergangenen Jahre jedoch nicht vollständig ausgeglichen werden. Eine allgemeine Unsicherheit und Zurückhaltung prägen das Konsumverhalten weiterhin.

Auf kurze Sicht ist der Handel nach wie vor von starkem Verdrängungswettbewerb gekennzeichnet. Der Preis (Discountorientierung) wird weiterhin ein Instrument zur Erhöhung von Marktanteilen und Marktdurchdringung bleiben.

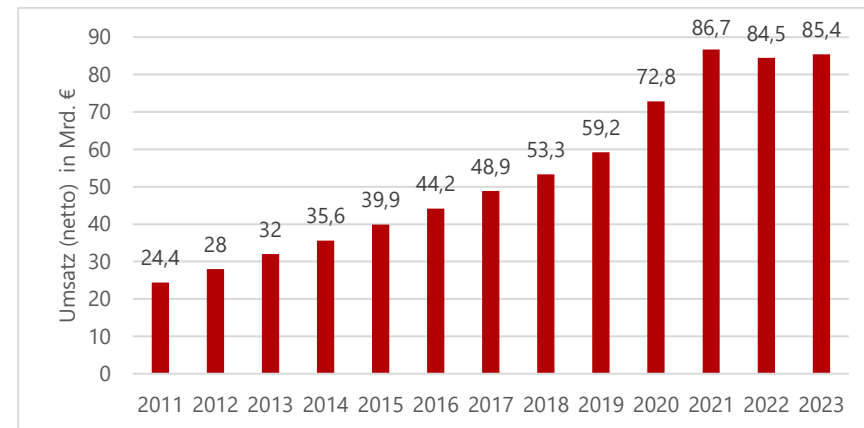
Auf lange Sicht ist davon auszugehen, dass die Bevölkerung in Deutschland trotz Zuwanderung zurückgehen wird. Perspektivisch sinkt damit auch die Nachfrage. Daneben verändert sich die Bevölkerungsstruktur, vor allem im Bereich der älteren Bevölkerungsgruppen. Das sich erweiternde Marktsegment der „jungen Alten“ wird dabei zu einer neuen wichtigen Zielgruppe für den Handel.

2.1.1 Onlinehandel

Kaum ein Thema wird in den aktuellen Diskussionen häufiger und kontroverser angesprochen als die Auswirkungen des Online-Handels (E-Commerce) auf den stationären Einzelhandel. Dies hängt vor allem mit der rasanten Umsatzentwicklung des Online-Handels zusammen (vgl. Abbildung 1).

Im Jahr 2022 war nach zwei Jahren mit durch die Coronapandemie bedingten sehr starken Wachstumsraten die Umsatzentwicklung im Onlinehandel erstmals leicht rückläufig. Dies ist vor allem auf nachlassende pandemiebedingte Sondereffekte (Käufe werden wieder verstärkt stationär vorgenommen) zurückzuführen. Dennoch zeigt sich auf lange Sicht ein deutlicher Wachstumstrend im Onlinehandel, der bereits vor mehr als zehn Jahren begonnen hat.

Abbildung 1: Umsatzentwicklung des Online-Handels in Deutschland



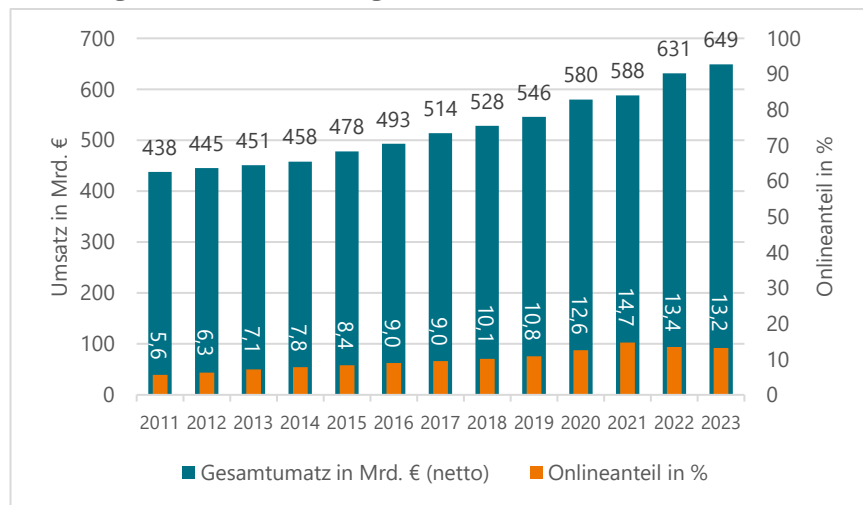
Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024
 Bearbeitung: cima, 2025

In der Abbildung 2 wird die Entwicklung der Anteile des Online-Handels am Gesamtumsatz des Einzelhandels dargestellt. Dabei wird ersichtlich, dass der Online-Anteil an den Umsätzen noch relativ gering ist: rd. 87 % der Umsätze finden nach wie vor größtenteils in stationären Geschäften statt. Jedoch ist ein rasantes Wachstum der Anteile des Online-Handels in

den letzten zehn Jahren deutlich erkenntlich. Dabei ist anzumerken, dass der klassische Versandhandel über Print-Kataloge zunehmend an Bedeutung verliert und das Wachstum vor allem auf den wachsenden Anteil des Online-Handels, einschließlich des Mobile-Commerce (Einkauf über mobile Endgeräte, wie bspw. Smartphones) zurückzuführen ist.

Zwischen 2011 und 2023 konnte der Einzelhandel insgesamt (online und stationär) ein Umsatzwachstum von rd. 438 Mrd. € auf rd. 649 Mrd. €, d. h. eine Steigerung von rd. 48 %, verzeichnen. Das Wachstum ist zu einem bedeutenden Anteil auch auf Umsatzzuwächse im Onlinehandel zurückzuführen. Dort konnte eine Umsatzsteigerung von rd. 24,4 Mrd. € im Jahr 2011 auf ca. 85,4 Mrd. € im Jahr 2023 generiert werden.

Abbildung 2: Umsatzentwicklung Online- und stationärer Einzelhandel



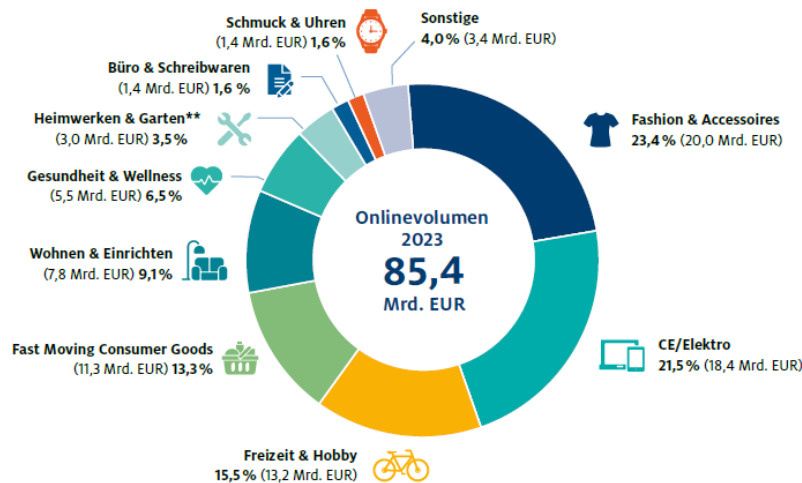
Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024
 Bearbeitung: cima, 2025

Die Marktbedeutung des Online-Handels stellt sich branchenbezogen allerdings sehr unterschiedlich dar. Die wichtigsten Umsatzträger sind die Sortimentsbereiche CE¹/ Elektro, Fashion & Accessoires (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren etc.) und Freizeit & Hobby (Spielwaren, Bücher, Sportbedarf). Alle anderen Branchen spielen eine untergeordnete Rolle (vgl. Abbildung 3). In Abbildung 3 sind die Werte für das Jahr 2023 angegeben.

Aus städtebaulicher Sicht bedenklich ist die Tatsache, dass die umsatzstärksten Branchen des Online-Handels die attraktivitätsbestimmenden Sortimente der Einkaufsinnenstädte darstellen. Ein weiteres Anwachsen der Umsatzleistungen in diesen Branchen geht somit unmittelbar zu Lasten des Innenstadthandels und könnte in diesen sensiblen Standortbereichen zu einer weiteren Beschleunigung der Leerstandsentwicklung oder zumindest zu Trading-Down-Prozessen führen.

¹ Consumer Electronics (Unterhaltungs- und Haushaltselektronik)

Abbildung 3: Anteil der Branchen am Gesamt-onlinevolumen



Lesebeispiel: Der Onlineumsatz mit Consumer Electronics und Elektrogeräten (CE/Elektro) erreicht 2023 ein Volumen von 18,4 Milliarden Euro. Das entspricht einem Anteil am Gesamt-Onlinevolumen von 21,5 Prozent.

* Umsatzangaben netto (ohne Umsatzsteuer)

** DIY-Kensortimente, ohne Großhandel und Handwerker, ohne Leuchten/Lampen, ohne Deko/Haus-/Heimtextilien

Quelle: Handelsverband Deutschland e. V. (HDE), Online-Monitor 2024

Während der Online-Handel im Nonfood-Bereich bereits etabliert ist, befindet sich der **Online-Lebensmittelhandel** noch in der Pionierphase. Die Konzepte reichen dabei von Online-Shops des etablierten Lebensmittelhandels bis zu reinen Online-Anbietern.

Verzeichneten die Non-Food-Sortimente im Online-Handel im Zeitraum 2020-2023 eine durchschnittliche jährliche Wachstumsrate von 4,7 %, lag diese bei den Food-Sortimenten bei 15,9 %.² Während vormals eher Lebensmittel mit Spezialitätencharakter wie Wein oder Süßwaren online gekauft wurden, kauft heute ein zunehmender Teil der Bevölkerung einen Teil ihrer Wocheneinkäufe bereits online ein. Gemessen am gesamten

Online-Handel liegt der Umsatzanteil von Lebensmitteln (inkl. Wein & Sekt) mit 2,9 % im Jahr 2023 allerdings auf einem geringen Niveau.³

Die Gründe für die geringen Onlinekäufe im Lebensmittelbereich sind u. a. in dem dichten Versorgungsnetz des Lebensmitteleinzelhandels und den langen Öffnungszeiten zu sehen. Insbesondere die flächendeckende Versorgung ist ein Grundbedürfnis, das der stationäre Handel beinahe vollständig deckt. Auch in der Sortimentsbreite und -tiefe können nicht alle Online-Shops mit dem stationären Lebensmittelhandel mithalten: Vor allem Frischeprodukte werden bislang nicht flächendeckend online vertrieben und erschweren somit die Etablierung des Versandhandels im Lebensmittelbereich.

2.1.2 Veränderte Kundschaftsansprüche

Sowohl Kundschaft als auch Einzelhandel reagieren unterschiedlich auf gesellschaftliche Trends. Konsummuster verschwimmen zunehmend und die Konsumierenden werden für den Einzelhandel dadurch „unberechenbarer“. Kennzeichen hierfür sind ein multi-optionales Verhalten beim Einkauf sowie die hohe Wechselbereitschaft zwischen Produkten, Einkaufsstätten und Vertriebswegen.

Die Ansprüche der Kundschaft steigen nicht nur in puncto Qualität. Über den reinen Versorgungsaspekt hinaus soll das Einkaufen als Erlebnis und aktive Freizeitgestaltung fungieren (Erlebniseinkauf). Es besteht der Wunsch nach emotionaler Stimulierung, Unterhaltung und Service. In Anbetracht dieser Entwicklungen ist es wichtig, dass der stationäre Handel seine Mehrwerte darstellt und kommuniziert. Dies betrifft beispielsweise den direkten Kontakt mit dem Produkt und die Beratung vor Ort. Schlagworte wie Authentizität, Erlebnis, Emotion, Individualität, Personalisierung, Service und Convenience werden somit nicht nur für den Konsumierenden beim Einkauf immer wichtiger, auch für den Handel steigt deren Bedeutung im Wettbewerb mit dem Onlinehandel.

² Quelle: HDE Online-Monitor, 2024

³ Quelle: HDE Online-Monitor, 2024

Als Folge daraus resultieren verschiedene Trends, Entwicklungen und Strategien des Handels, um die hybride Kundschaft anzusprechen.

Inszenierung

Aufgrund des zunehmenden Angebots an Produkten und Vertriebskanälen sind eine gezielte Inszenierung der Waren und Räume sowie die Vermittlung von Erlebniswerten und zusätzlichen Anreizen für die Kundschaft von großer Bedeutung. Eine professionelle und individuelle Ladengestaltung spielt zunehmend eine wichtige Rolle, da das Produkt allein nicht mehr ausreicht, um die Kundschaft in den Verkaufsraum zu lenken. Auch das Wecken von Sympathie durch regelmäßige und individuelle Aktionen und Aufmerksamkeiten kann oftmals einen entscheidenden Faktor zur Generierung eines emotionalen Mehrwertes darstellen. Die Möglichkeiten zu einer ansprechenden Inszenierung sind dabei nicht nur auf den Verkaufsraum und die Warenpräsentation beschränkt, auch der Online-Auftritt und Social-Media-Kanäle stellen wichtige Plattformen für eine gelungene Inszenierung dar.

Profilierung

Durch gezielte Profilierung werden die Markenkern des Unternehmens oder auch Einzelhandelslagen und Quartiere herausgearbeitet, um somit eine Abgrenzung und Positionierung im Vergleich zum Wettbewerb zu verbessern. Dies kann durch die spezielle Betriebshistorie oder durch Spezialisierungen z. B. über Sortiment, Personal, Service erfolgen. Es gilt, ein positives Bild in den Köpfen zu hinterlassen.

Convenience

Die Faktoren Zeit und Bequemlichkeit spielen eine wichtige Rolle im Konsumverhalten der heutigen Zeit. Convenience ist somit als Anspruch der Kundschaft sowohl an den Einkauf als auch an das Produkt zu verstehen. Letzteres zeigt sich u. a. im Lebensmitteleinzelhandel durch ein individuelles und passgenaues Angebot zum schnellen Verzehr direkt zum Mitnehmen. Ebenso findet sich das Prinzip der Convenience in der Ladengestaltung wieder: Übersichtlichkeit und ein bequemes Erreichen der Waren sollen den Einkauf erleichtern.

Authentizität

Neben den Trends zu großen Ketten und Internethandel gibt es auch eine Rückbesinnung zu Regionalität und Einzigartigkeit im Handel. Die Identifikation mit dem Produkt, das Vorweisen einer handwerklichen Tradition sowie ein glaubwürdiges Auftreten können hier von Vorteil sein. Es wird dabei weniger Wert auf den „großen Auftritt“ als auf Transparenz, Echtheit und eine kompetente Beratung gelegt. Warenpräsentation und Ladendesign können auch puristischer anmuten.

Cross-Selling

Mit einem Cross-Selling-Ansatz werden Zusatzangebote bereitgestellt, die die Kundschaftsbindung erhöhen. Dies kann durch die Ergänzung des eigenen Sortiments (Schuhe und Schuhputzcreme), durch ergänzende Serviceleistungen im Geschäft (Café, Postfiliale etc.) oder durch das Angebot von Produkten/Leistungen anderer Unternehmen erfolgen. Ein weiteres Beispiel für die erfolgreiche Umsetzung von Cross-Selling innerhalb des stationären Einzelhandels ist der Vertrieb von Serviceleistungen oder Weiterbildungsangeboten. Dies kann u. a. das Anbieten von Garantieverlängerungen, den Aufbau und die Installation des Gerätes sowie das Veranstellen von Kursen zur Bedienung der erworbenen Ware umfassen. Die Schaffung von Zusatzleistungen ergänzend zu den angebotenen Produkten ist für den stationären Einzelhandel eine Möglichkeit, sich gegenüber dem Onlinehandel zu profilieren.

Digitalisierung und E-Commerce

Der Haupteinflussfaktor auf das geänderte Konsumverhalten ist die weiterhin zunehmende Digitalisierung. Für den stationären Handel kann E-Commerce sowohl Risiko als auch Chance darstellen. Hierbei verschärft sich durch die wachsende Anzahl an digitalen Angeboten und den damit einhergehenden Vorteilen die Wettbewerbssituation für den stationären Einzelhandel.

Mit der wachsenden Bedeutung des Onlinehandels wird der stationäre Handel verstärkt zum Ausstellungs- und Präsentationsraum: Beim

sogenannten „Showrooming“ informieren sich Interessierte im Laden, kaufen anschließend aber online.

Andererseits eröffnen die Entwicklungen im E-Commerce auch kleinen Einzelhandelsunternehmen eine Chance: So wird eine Kaufentscheidung oftmals online vorbereitet, jedoch im stationären Handel tatsächlich getätigt. Hierbei spricht man vom sogenannten ROPO-Effekt (= Research Online, Purchase Offline - online suchen, offline kaufen).

Essenziell für stationäre Handelsunternehmen ist dabei eine Online-Präsenz mit Informationen zum Ladengeschäft, um digital aufgefunden zu werden. Eine Webseite mit Informationen zum Geschäft, Öffnungszeiten und eine Darstellung der Produkte stellt dabei eine absolute Notwendigkeit dar. Darüber hinaus gilt es, sich digital zu positionieren und insbesondere bei regionalen Suchanfragen gefunden zu werden. Dies kann über Anbietende von lokalen und nationalen Online-Marktplätzen als auch über Plattformen globaler Internetdienstleister erfolgen. Ferner bieten Social-Media-Plattformen die Möglichkeit, Produkte und Aktionen zu bewerben, das Unternehmen darzustellen und Kundschaft zu binden.

Konsumierende möchten sich vor dem Kauf jederzeit, überall und über alle Kanäle informieren. Dies geschieht zum einen im Geschäft durch die Beratung vor Ort, zum anderen mit Laptop, PC, Tablet und Smartphone online auf Webseiten, Vergleichsportalen und in sozialen Netzwerken, genauso wie analog über Printmedien. Dabei reicht es nicht mehr aus, nur einen Kanal zu bedienen; es müssen möglichst alle Kanäle genutzt und (gleichzeitig) bedient werden. Die Kundschaft kann beim sogenannten Multi-Channeling beim Kauf zwischen Onlineshop oder stationärem Handel wählen. Beim Cross-Channeling kann während des Einkaufes zwischen den Kanälen gewechselt werden - z. B., wenn das Produkt online bestellt und stationär im Geschäft abgeholt wird („Click & Collect“).

Die Herausforderung für den Handel besteht darin, die Vorteile aller Vertriebskanäle zu kombinieren und somit ein Ladengeschäft zum echten Fühlen, Erleben, den Kontakt mit dem Produkt und anschließender Bestellmöglichkeit im Netz zu schaffen. Im Idealfall gelingt es dem stationären

Einzelhandel, dass die Kundschaft am Ende bei ihm kauft – offline im Laden oder online.

2.1.3 Aktuelle Entwicklungen im Lebensmitteleinzelhandel

Seit jeher ist der Lebensmitteleinzelhandel von Wandel geprägt und im Fokus neuer Entwicklungen, Trends und Experimente. Der große Wettbewerbsdruck ist Treiber von Innovationen, neuen Konzepten und Ideen, um den Kundschaftsansprüchen (weiterhin) gerecht zu werden.

Vor allem beim Versorgungseinkauf, also bei der periodischen Bedarfsdeckung, spielen einerseits Aspekte wie Nähe, Erreichbarkeit, Zeit und Preisorientierung eine wichtige Rolle. Andererseits wird in zunehmendem Maß wieder auf Qualität und Regionalität beim Lebensmitteleinkauf geachtet. So sind mittlerweile auch in dezentralen Fachmarkttagglomerationen Bio-Supermärkte und Filialen lokaler Metzgereien anzufinden.

Der vor allem für die Nahversorgung so bedeutsame Betriebstyp des Supermarkts erlebte in den letzten Jahren eine Renaissance, sieht sich aber nach wie vor einigen Problemen gegenübergestellt: Ein wesentliches Problem für die Supermärkte im Wettbewerb mit den Discountern liegt immer noch in ihrem größeren Flächenbedarf. Ein Vollsortiment beginnt bei 8.500 bis 12.000 Artikeln und benötigt mindestens 1.200 m² bis 1.800 m² Verkaufsfläche. Bei Neugründungen sind Flächen über 2.500 m² keine Seltenheit mehr (sog. „Große Supermärkte“). Sind diese Flächen nicht verfügbar, müssen Kompromisse eingegangen werden. Häufig können die Vorteile einer ansprechenden Warenpräsentation und die Auswahl an Markenartikeln gegenüber Discountern auf zu kleinen Flächen nicht herausgestellt werden.

Generell ist die Ursache für den im Vergleich zur Vergangenheit gestiegenen Flächenbedarf im Lebensmitteleinzelhandel in der Notwendigkeit zu einer **verbesserten Warenpräsentation**, neuen **Service- und Angebotsbausteinen** und in **signifikanten Prozessveränderungen** zu sehen:

- Die Ansprüche der Konsumierenden an die Warenpräsentation steigen. Bei gleicher Artikelzahl entscheidet die Präsentation der Ware über die Attraktivität eines Marktes. Je großzügiger die Ware präsentiert werden kann, desto seltener muss das Regal aufgefüllt werden, wodurch das Personal entlastet wird und mehr Zeit für den – bei Supermärkten besonders erwarteten – Service zur Verfügung steht.
- Zur Verbesserung der Übersichtlichkeit der Märkte und als Reaktion auf Wünsche einer alternden Kundschaft wurde in vielen Lebensmittelmärkten die Höhe der Regale deutlich reduziert, sodass die Kunden bequem darüber hinwegblicken können und ein beschwerliches Greifen nach Waren über der eigenen Kopfhöhe entfällt. In Konsequenz muss die früher vertikal angeordnete Ware nun horizontal auf eine größere Fläche verteilt werden.
- Gesetzliche Vorgaben machen einen zusätzlichen Platzbedarf erforderlich. So sind etwa die Anforderungen der Verpackungsverordnung, nach der Verpackungsmaterial sofort im Laden entsorgt werden können muss oder die Bereitstellung von Rücknahmeautomaten für Mehr- und Einwegflaschen im Laden zu berücksichtigen.
- Serviceelemente wie z. B. Selbstbackautomaten für frische Backwaren benötigen zusätzlich Fläche.
- Durch Änderungen in der Sortimentsstruktur, wie z. B. „Ready-to-Eat“-Convenience-Produkte, die erst im Markt selbst abgepackt werden, ergibt sich ein zusätzlicher Flächenbedarf für Kühltruhen, Kühlregale, Kühlzellen etc.

- Großzügigere Gänge sorgen nicht nur für ein angenehmeres Einkaufserlebnis, sondern tragen auch zu einer effizienteren Bestückung des Ladens und zur Vereinfachung von Betriebsabläufen bei.

Abbildung 4: Zeitgemäßer Ladenbau in modernen Lebensmittelmärkten



Quelle: cima

Aus kommunaler Sicht ist hinzuzufügen, dass eine kundschaftsorientierte und leistungsfähige Nahversorgung die stadträumlichen Nutzungsstrukturen ergänzt und insbesondere auch vor dem Hintergrund des demografischen Wandels zu einer erheblichen Attraktivitätssteigerung der Wohnumfeldqualität beiträgt. Bei neu entstehenden Wohnquartieren oder wesentlichen Wohngebietserweiterungen sind Nahversorgungsstrukturen zielgerichtet in den Stadtraum zu integrieren, um eine wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung zu gewährleisten. Sie dienen zugleich als sozialer Treffpunkt. Diese Zentren leisten auch einen wichtigen Beitrag im Sinne der „Stadt der kurzen Wege“ und der Verkehrsreduzierung.

3 Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen

3.1 Lage im Raum und zentralörtliche Bedeutung

Die dem Landkreis Friesland zugehörige Stadt Schortens liegt im nördlichen Teil Niedersachsens. Die Stadt setzt sich aus 12 Stadtteilen zusammen. In Schortens leben nach Angaben des Landesamtes für Statistik Niedersachsen insgesamt 20.932 Personen (31.12.2023).

An die Stadt Schortens grenzen im Norden die Gemeinde Wangerland, im Osten die Stadt Wilhelmshaven, im Süden die Gemeinden Sande und Friedeburg sowie im Westen die Stadt Jever an.

Schortens ist über die Autobahn 29 und Bundesstraße 210 an das überregionale und regionale Straßennetz angeschlossen.

Mit dem ÖPNV ist die Stadt Schortens über den Bahnhof im Ortszentrum zu erreichen. Von dort fährt die Regionalbahn zwischen Esens und Wilhelmshaven stündlich. Der Bahnhof Schortens-Heidmühle ist über verschiedene Buslinien aus dem Stadtgebiet sowie aus umliegenden Städten und Gemeinden erreichbar.

Das nächstgelegene Mittelzentrum befindet sich mit Jever direkt westlich angrenzend an die Stadt Schortens in circa 10 Minuten Fahrzeit (6,2 Kilometer Entfernung). Ebenfalls direkt östlich angrenzend befindet sich das Oberzentrum Wilhelmshaven in rd. 14,0 km Entfernung.

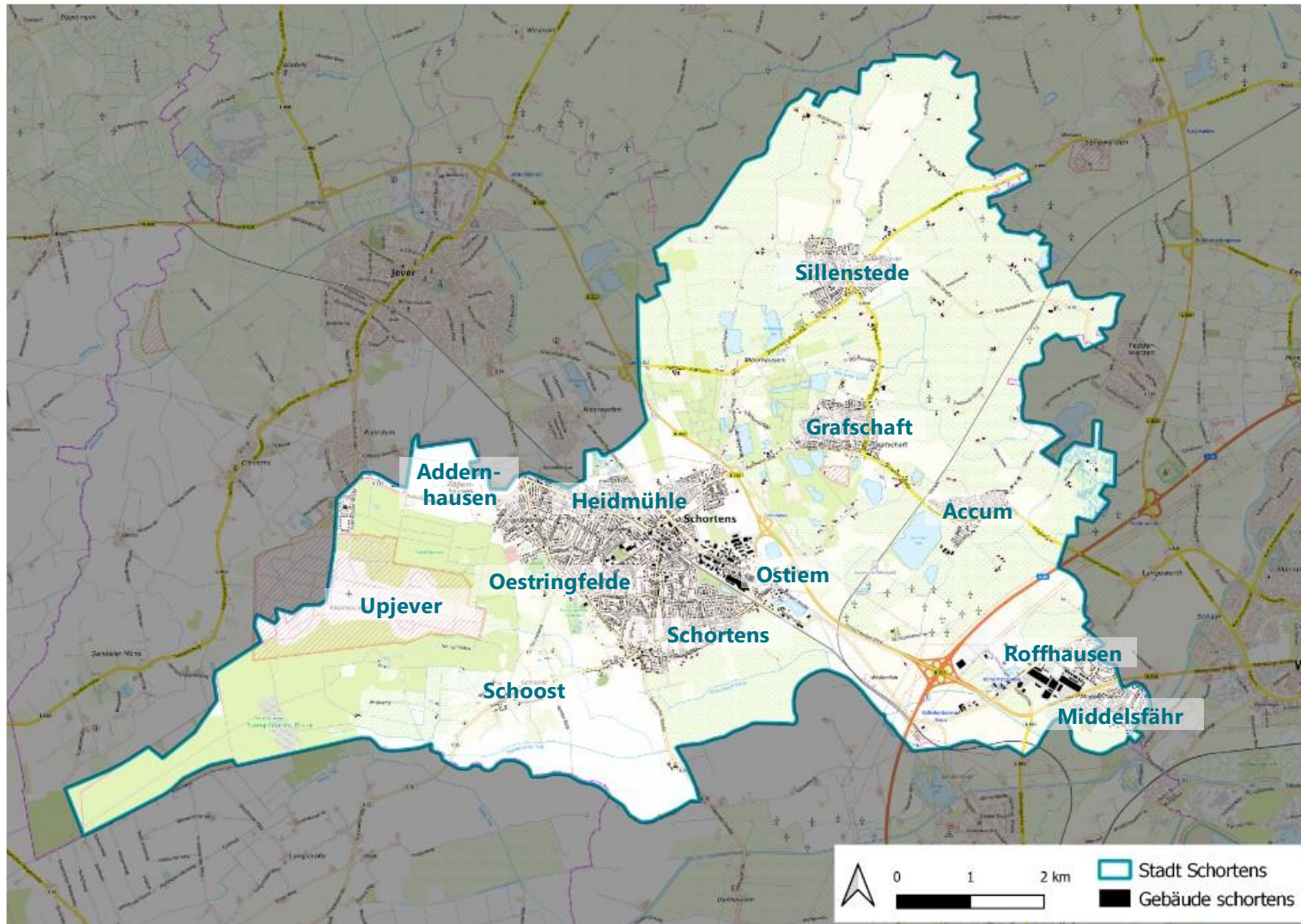
Mit einer Bevölkerungsdichte von 304 Personen je km² (LSN, Stand 31.12.2023) zählt die Stadt Schortens gemäß zusammengefasstem regionalstatistischen Raumtyp (RegioStaR 7) des Bundesministeriums für Verkehr und digitale Infrastruktur zur Kategorie der ländlichen Regionen und dabei zum städtischen Raum.

Den Siedlungsschwerpunkt bilden die Ortsteile Schortens, Heidmühle und Oestringfelde. Insbesondere die weiteren östlichen und westlichen Ortsteile im städtischen Gebiet sind stärker ländlich geprägt und weisen eine disperse Siedlungsstruktur auf (Abb. 5).

Gemäß dem aktuell gültigen Raumordnungsprogramm für den Landkreis Friesland aus dem Jahr 2020 ist die Stadt Schortens als Grundzentrum mit mittelzentralen Teilfunktionen ausgewiesen (Abb. 6). Die Stadt Schortens soll danach die Versorgungsaufgabe mit zentralörtlichen Einrichtungen und Angeboten für den allgemeinen täglichen Grundbedarf für das Stadtgebiet übernehmen. Die mittelzentrale Teilfunktion betrifft die Bereiche Sportstätten, Bildung und Kultur⁴.

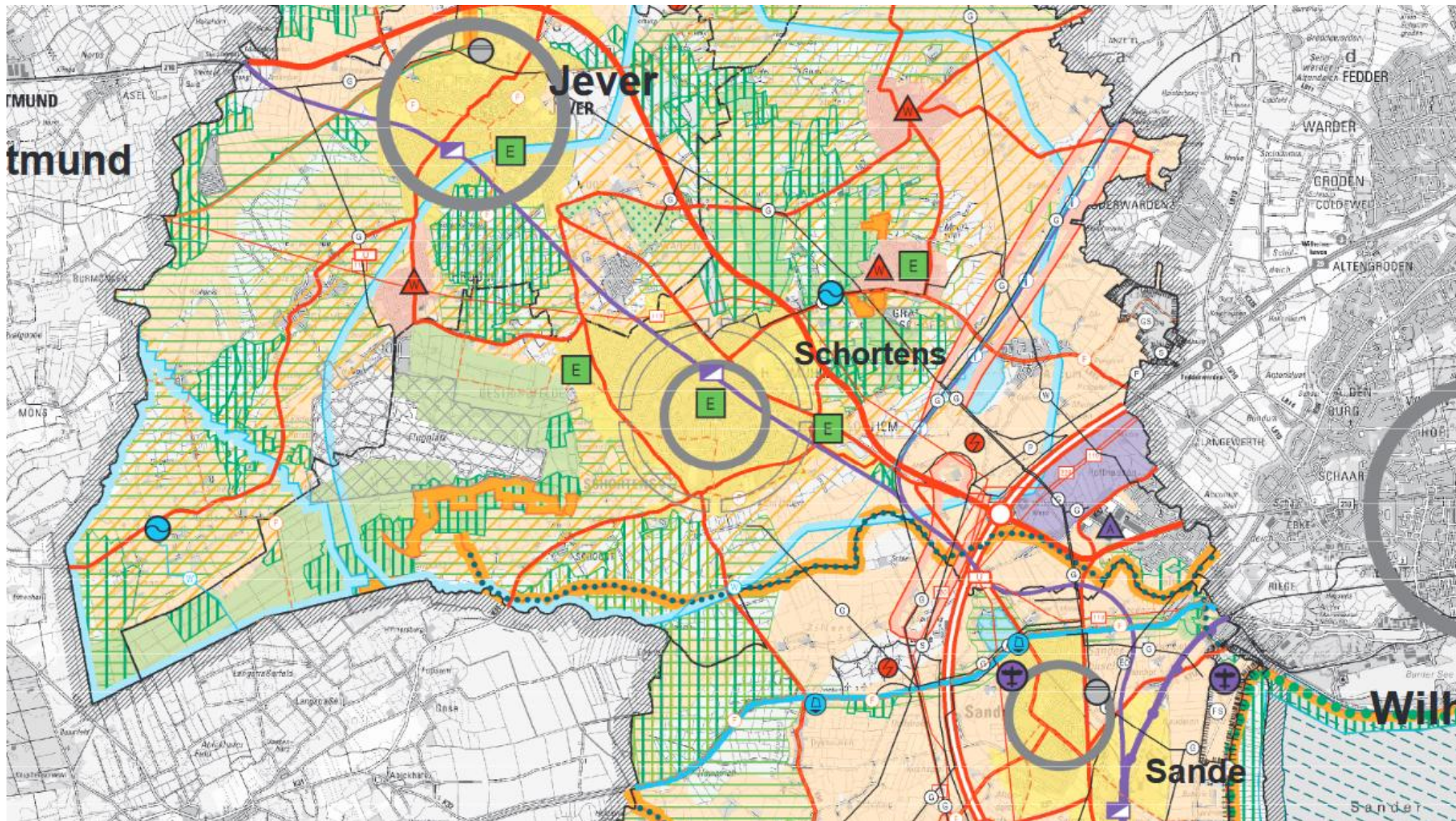
⁴ Landkreis Friesland 2020, Seite 72

Abbildung 5: Stadt Schortens und Ortsteile



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/BKG 2025
Bearbeitung: cima, 2025

Abbildung 6: Lage im Raum und zentralörtliche Funktionen



Quelle: RROP 2020, Landkreis Friesland

3.2 Sozioökonomische Strukturdaten

Die Stadt Schortens verzeichnete im Betrachtungszeitraum 2018 bis 2023 eine leicht positive Bevölkerungsentwicklung. Mit einem Zuwachs von 2,3 % liegt die Stadt Schortens damit leicht über der ebenfalls positiven Entwicklung des Landkreises Friesland (+2,1 %) sowie der Entwicklung des Bundeslandes Niedersachsen (+2,1 %).

Die Zahl der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort hat in der Stadt Schortens zwischen 2018 und 2023 leicht zugenommen (+5,1 %). Die Zuwachsrate übersteigt leicht den Wert des Landkreises Friesland von 3,3 % und liegt leicht unter dem Wert des Bundeslandes Niedersachsen von 5,8 %.

Die Stadt Schortens verfügt über eine niedrige Arbeitsplatzzentralität mit weiterhin negativem Pendelsaldo. Dies ist allerdings nicht unüblich für ein Grundzentrum und ist auch mit der Nähe zum Oberzentrum Wilhelmshaven begründet. Die Entwicklung auf der jeweiligen räumlichen Ebene verläuft in der Stadt Schortens unterschiedlich zum Landkreis Friesland, in dem das Defizit im selben Zeitraum um 11,4 % wuchs.

Auf kommunaler Ebene liegen keine Daten zur Arbeitslosenquote vor. Vor dem Hintergrund der gesamtwirtschaftlich positiven Entwicklung, der Beschäftigtenzahlen am Arbeitsort und unter Berücksichtigung der Vergleichswerte des Bundeslandes Niedersachsen und des Landkreises Friesland ist allerdings auch in der Stadt Schortens von einem leichten Rückgang der Arbeitslosenquote auszugehen.

Abbildung 7: Sozioökonomische Rahmendaten der Stadt Schortens

Indikatoren		Schortens	Kreis Friesland	Niedersachsen
Bevölkerungsentwicklung	31.12.2018	20.404	98.509	7.982.448
	31.12.2019	20.407	98.663	7.993.608
	31.12.2020	20.379	98.820	8.003.421
	31.12.2021	20.515	99.039	8.027.031
	31.12.2022	20.747	100.140	8.140.242
	31.12.2023	20.867	100.623	8.148.740
	+/- in % 2018-2023	2,3	2,1	2,1
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle Z100001G; Stand 10.06.2024				
Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten (am Arbeitsort)	30.06.2018	5.097	29.347	2.956.773
	30.06.2019	5.042	29.458	3.007.560
	30.06.2020	5.031	29.785	3.016.855
	30.06.2021	5.188	29.931	3.059.368
	30.06.2022	5.300	30.499	3.109.957
	30.06.2023	5.358	30.329	3.127.367
	+/- in % 2018-2023	5,1	3,3	5,8
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle K70I5101; Stand 10.06.2024				
Einpendler	30.06.2019	3.508	18.097	1.836.055
Auspendler	30.06.2019	5.848	25.013	1.972.963
Saldo		-2.340	-6.916	-136.908
Einpendler	30.06.2021	3.672	18.655	1.878.475
Auspendler	30.06.2021	5.988	25.983	2.018.465
Saldo		-2.316	-7.328	-139.990
Einpendler	30.06.2023	3.755	18.766	1.911.438
Auspendler	30.06.2023	6.060	26.473	2.070.443
Saldo		-2.305	-7.707	-159.005
Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabellen P70I5105, P70I5107 und P70I5109; Stand 10.06.2024				
Arbeitslosenquote im Jahresdurchschnitt in Prozent	2017	k.A.	5,3	5,8
	2018	k.A.	4,7	5,3
	2019	k.A.	4,3	5,0
	2020	k.A.	4,7	5,8
	2021	k.A.	4,3	5,5
	2022	k.A.	4,1	5,3
	+/- in % 2017-2022	k.A.	-1,2	-0,5
Quelle: Bundesagentur für Arbeit - Arbeitslosenquoten Jahresdurchschnitt 2017 bis 2022				

Bearbeitung: cima, 2025

Tourismusdaten

Für die Jahre 2020 und 2021 wurden keine touristischen Daten für die Stadt Schortens vom Landesamt für Statistik Niedersachsen ausgewiesen.⁵ Es werden dennoch die Jahre 2018 bis 2023 näher betrachtet.

Die Zahl der Ankünfte in der Stadt Schortens ist mit einem Zuwachs von rd. 0,1 % im Zeitraum 2018 bis 2023 konstant geblieben. Die negative Entwicklung während der Corona-Pandemie in den Jahren 2020 und 2021 konnte demnach wieder ausgeglichen werden. Die Tourismuszahlen der Stadt Schortens haben sich dabei deutlich positiver entwickelt als im Landkreis. Dort liegen die Zahlen deutlich unter denen der Vor-Corona-Phase.

Abbildung 8: Touristische Rahmendaten der Stadt Schortens

Indikatoren		Schortens	Kreis Friesland	Niedersachsen
Anzahl der Ankünfte (insgesamt)	2018	5.367	423.577	15.038.440
	2019	5.017	434.677	15.416.654
	2020	k.A.	275.740	8.720.791
	2021	k.A.	306.222	8.918.346
	2022	5.864	387.899	13.648.005
	2023	5.374	358.843	15.036.655
	+/- in % 2018-2023	0,1	-15,3	0,0
Übernachtungen (insgesamt)	2018	15.892	2.257.786	44.954.190
	2019	15.939	2.333.767	46.228.457
	2020	k.A.	1.560.477	30.036.477
	2021	k.A.	1.715.561	32.029.620
	2022	17.992	2.075.730	43.255.683
	2023	15.583	2.002.276	45.680.054
	+/- in % 2018-2023	-1,9	-11,3	1,6
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer in Tagen	2018	3,0	5,3	3,0
	2019	3,2	5,4	3,0
	2020	k.A.	5,7	3,4
	2021	k.A.	5,9	3,6
	2022	3,1	5,4	3,2
	2023	2,9	5,6	3,0

Quelle: Landesamt für Statistik Niedersachsen; Tabelle Z7360412; Stand 10.06.2024

Bearbeitung: cima, 2025

Zusammenfassung der Erkenntnisse

Die Stadt Schortens verzeichnet einen leichten Bevölkerungszuwachs im Beobachtungszeitraum von 2018 bis 2023. Die Arbeitsmarktsituation hat sich in Schortens gut entwickelt. Die Beschäftigtenzahlen am Arbeitsort haben dabei in den letzten Jahren stärker zugenommen als im Landkreis Friesland. Allerdings liegt in Schortens im Betrachtungszeitraum 2019 bis 2023 ein vergleichsweise höheres Pendeldefizit vor als im Landkreis Friesland, welches auch mit der Nähe zu einer Vielzahl an Mittel- und Oberzentren erklärbar ist.

Der Tourismus spielt in Schortens eine untergeordnete Rolle. Vor dem Hintergrund der Corona-Pandemie sind die touristischen Kennzahlen mit Vorsicht zu interpretieren und wenig aussagekräftig. Es bleibt daher zunächst abzuwarten, wie sich die Tourismuszahlen weiter entwickeln werden.

Die betrachteten sozioökonomischen Daten bieten insgesamt ausgewogene Rahmenbedingungen zur künftigen Handelsentwicklung in Schortens.

⁵ Dies steht insbesondere im Zusammenhang mit der COVID-19 Pandemie.

4 Marktgebiet und Nachfragepotenziale in der Stadt Schortens

4.1 Marktgebiet

Das Marktgebiet der Stadt Schortens wird von verschiedenen Faktoren beeinflusst. Diese sind vor allem:

- Struktur und Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Schortens,
- Branchenmix,
- Sogkraft ansässiger (Groß-)Betriebe,
- Lage zu anderen Zentralen Orten,
- Verteilung der Bevölkerung im Raum,
- Verkehrsinfrastruktur,
- Mobilität der Bevölkerung im Raum,
- Pendelbewegungen (arbeits- und ausbildungsbedingt),
- Nähe zu Konkurrenzorten sowie
- die Sogkraft des Angebotes in den Konkurrenzorten.

Mit dem Mittelzentrum Jever und Oberzentrum Wilhelmshaven ist die Stadt Schortens von zwei (z. T. starken) Einzelhandelsstandorten umgeben, die die Marktreichweite der Stadt Schortens einschränken. Relevant ist weiterhin die zentralörtliche Versorgungsfunktion der Stadt Schortens: Laut dem Regionalen Raumordnungsprogramm für den Landkreis Friesland ist die Stadt Schortens als Grundzentrum mit mittelzentraler Teilfunktion ausgewiesen. Damit soll die Stadt gemäß raumordnerischen Vorgaben die Versorgungsfunktion der eigenen Bevölkerung übernehmen:

„[...] in Grundzentren zentralörtliche Einrichtungen und Angebote zur Deckung des allgemeinen täglichen Grundbedarfs [...]“ (RROP 2020, S. 74)

„Dem Grundzentrum Schortens werden die mittelzentralen Teilfunktionen Sportstätten, Bildung und Kultur zugewiesen.“ (RROP 2020, S. 72)

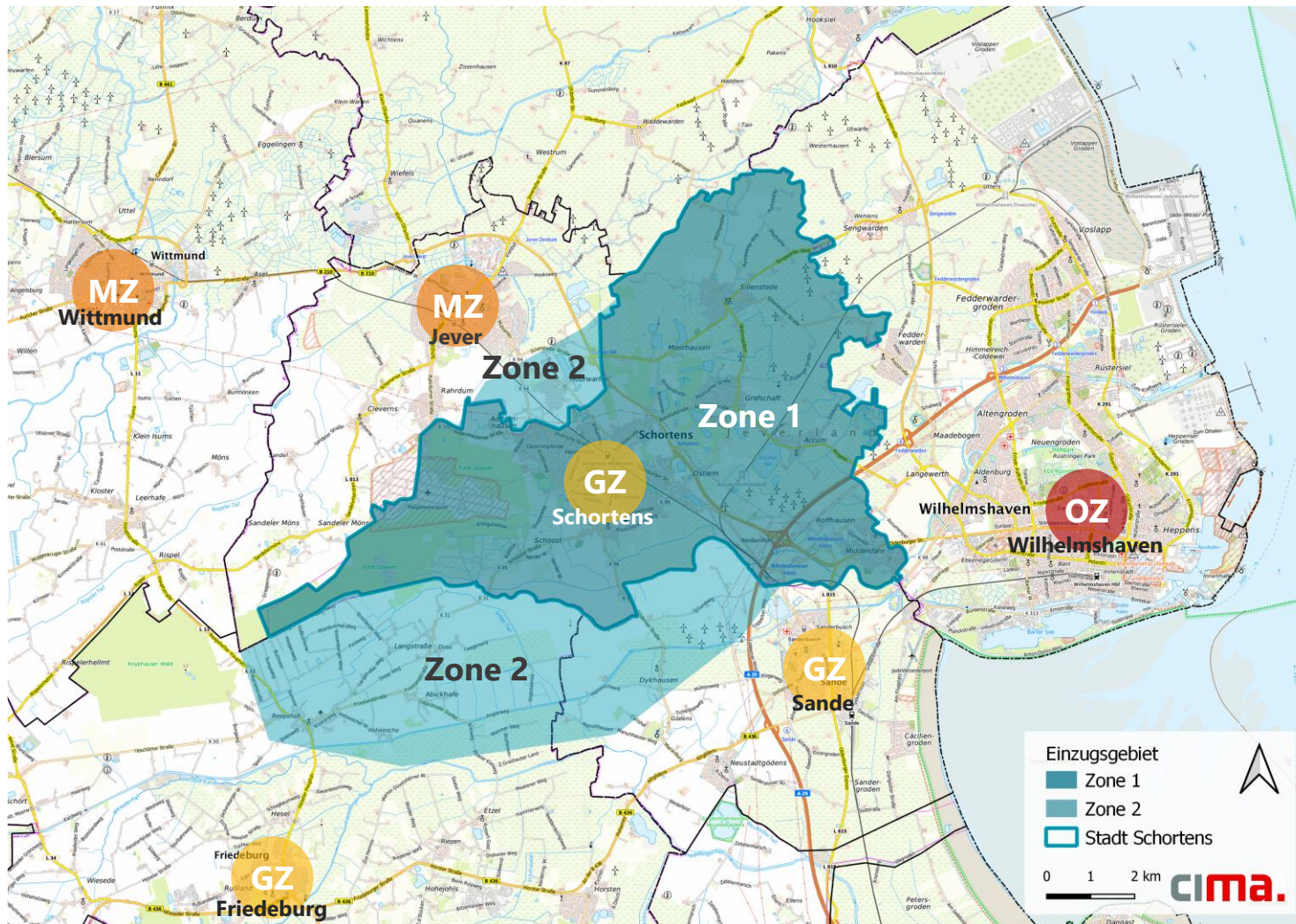
Das Marktpotenzial des Einzelhandels in der Stadt Schortens ergibt sich somit primär aus der vorhandenen Nachfrage innerhalb des eigenen Stadtgebietes (Zone 1). Darüber hinaus können die ländlich geprägten Siedlungsgebiete einiger umliegenden Kommunen in das erweiterte Marktgebiet (Zone 2) eingefasst werden. Die umliegenden Städte und Gemeinden haben zum Teil selbst die Funktion eines Grund-, Mittel- oder Oberzentrums inne, weshalb davon ausgegangen werden kann, dass die Stadt Schortens hier nur kleinere Teile der Kaufkraft binden kann.

Das nachfolgend dargestellte Marktgebiet kann nach Prüfung demnach in Zone 1 (Stadtgebiet Schortens), und Zone 2 bzw. das erweiterte Marktgebiet (nahegelegene und ländlich gelegene Ortsteile der Stadt Jever sowie der Gemeinden Sande und Friedeburg) unterteilt werden.

Zu berücksichtigen ist, dass einzelne Sortimente oder Betriebe im Stadtgebiet durchaus größere Marktgebiete aufweisen können, da das Marktgebiet über alle Sortimente und Betriebe aufgestellt wird.

Die Ausstrahlung der Einzelhandelsbetriebe der Stadt Schortens lässt zu den äußeren Bereichen des Marktgebietes nach. Die Orientierung der Ortsteile des erweiterten Marktgebietes bzw. der Zone 2 ist primär auf andere Zentren gerichtet und wird insofern nur qualitativ zum Nachfragepotenzial der Stadt Schortens hinzugezählt.

Abbildung 9: Marktgebiet der Stadt Schortens



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/BKG 2025
 Bearbeitung: cima, 2025

4.2 Nachfragepotenzial

Die Berechnung des stationären Nachfragepotenzials⁶ im Einzelhandel in Schortens erfolgt auf Basis der Bevölkerungszahl (20.932 Personen)⁷ und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (96,4).⁸ Damit liegt die Stadt Schortens leicht unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100), jedoch genau bei der Kaufkraftkennziffer des Landkreises Friesland (96,4).

Es wird ein Pro-Kopf-Ausgabesatz im stationären Einzelhandel über alle Warengruppen hinweg von 6.582 € für das Jahr 2024 zugrunde gelegt⁹. Dieser wird an das lokale Kaufkraftniveau der Stadt Schortens mit Hilfe der Kaufkraftkennziffern angepasst.

Der Ausgabesatz einer jeden Person in der Stadt Schortens entspricht demnach im Durchschnitt 6.342 € im Jahr 2024.

Insgesamt beläuft sich das Nachfragepotenzial in der Stadt Schortens auf circa 132,8 Mio. €. Davon entfallen circa 69,3 Mio. € auf den periodischen Bedarf. Im aperiodischen Bedarfsbereich beläuft sich das Nachfragepotenzial auf circa 63,4 Mio. €. Das größte rechnerische Nachfragepotenzial liegt in der Warengruppe *Nahrungs- und Genussmittel*, dem Kern des täglichen Bedarfs.

Das Nachfragepotenzial der Zone 2 des Marktgebietes der Stadt Schortens beläuft sich auf insgesamt circa 15,0 Mio. €, wovon circa 7,8 Mio. € auf den periodischen und circa 7,2 Mio. € auf den aperiodischen Bedarf entfallen.

Abbildung 10: Nachfragepotenziale der Stadt Schortens in Mio. €

CIMA Warengruppe	Stadt Schortens	Zone 2
Periodischer Bedarf insgesamt	69,3	7,8
Nahrungs- und Genussmittel	55,7	6,3
Gesundheit und Körperpflege	11,7	1,3
Zeitschriften, Schnittblumen	1,9	0,2
Aperiodischer Bedarf insgesamt	63,4	7,2
Bekleidung, Wäsche	10,2	1,2
Schuhe, Lederwaren	3,8	0,4
Bücher, Schreibwaren	1,9	0,2
Spielwaren, Hobbybedarf	1,7	0,2
Sportartikel, Fahrräder	6,0	0,7
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	10,8	1,2
Uhren, Schmuck	1,9	0,2
Optik, Akustik, Sanitätsartikel	4,1	0,5
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2,2	0,3
Einrichtungsbedarf	9,2	1,0
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	11,5	1,3
Summe	132,8	15,0

Quelle: cima, 2025 (Rundungsdifferenzen möglich)

⁶ Das Nachfragepotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung in der Stadt Schortens, die dem stationären Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

⁷ Quelle: LSN (Stand: 31.12.2023)

⁸ Quelle: Michael Bauer Research GmbH (2024)

⁹ Die cima ermittelt jährlich Pro-Kopf-Kaufkraftwerte und wertet dazu unter anderem die Umsatz- und Einkommenssteuerstatistik, aber auch Grundlagendaten der Handels- und Absatzwirtschaft aus.

5 Einzelhandelsangebot in der Stadt Schortens

5.1 Einzelhandelsstruktur

Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in Schortens basiert auf einer vollständigen Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im Juni 2024. Die dargestellten Umsatzvolumina (brutto) leiten sich aus den konkreten Warenangeboten sowie der Angebotsqualität und Sortimentsstruktur ab. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen. Ergänzt wird diese Analyse entscheidend auch durch die Inaugenscheinnahme der Unternehmen durch die cima. Es handelt sich demnach um Schätzwerte. Die tatsächlichen Umsätze einzelner Betriebe können zum Teil deutlich abweichen.

Neben dem Facheinzelhandel und filialisiertem Einzelhandel werden gewerbliche Betriebe mit für die Kundschaft zugänglichen Verkaufsflächen (z. B. Sanitärfachhandel), Gärtnereien (Verkaufsfläche) und Autohäuser (hier nur Zubehör) zum Einzelhandel hinzugerechnet. Großhandelsnutzungen, Baustoffhandel sowie Kfz-Handel zählen dagegen nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in Schortens wurden insgesamt 90 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von circa 30.130 m² erhoben. Sie erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von circa 94,2 Mio. €.

Abbildung 11: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Schortens

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Haupt-sortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	39	10.675	60,8
Nahrungs- und Genussmittel	30	8.205	50,5
Gesundheit, Körperpflege	5	1.475	8,4
Schnittblumen, Zeitschriften	4	995	1,9
Aperiodischer Bedarf insgesamt	51	19.455	33,4
Bekleidung, Wäsche	6	2.625	4,8
Schuhe, Lederwaren	3	950	2
Bücher, Schreibwaren	3	430	1,3
Spielwaren, Hobbybedarf	1	555	***
Sportartikel, Fahrräder	5	1.330	3,9
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	0	260	***
Uhren, Schmuck	2	65	***
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	8	655	4,0
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	9	3.235	2,8
Einrichtungsbedarf	8	3.025	3,2
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	6	6.325	9,0
Einzelhandel insgesamt	90	30.130	94,2

Quelle: cima, 2025 (Rundungsdifferenzen möglich)

***: Umsätze werden erst ab mind. drei Betrieben (als Haupt- oder Randsortiment) je Warengruppe ausgewiesen.

Folgende Ergebnisse sind dabei hervorzuheben:

- Den Warengruppen des periodischen Bedarfs können 39 Betriebe und damit rd. 43 % aller Einzelhandelsbetriebe in Schortens zugeordnet werden. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von insgesamt circa 10.675 m² (35 % der gesamten Verkaufsfläche im Stadtgebiet) einen Umsatz von circa 60,8 Mio. € (65 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes im Stadtgebiet). Die hohen Anteile des periodischen Bedarfs entsprechen der primären raumordnerischen Funktion eines Grundzentrums für die Versorgung mit zentralörtlichen Einrichtungen und Angeboten für den allgemeinen täglichen Grundbedarf.
- Der absolut größte Anteil entfällt dabei auf *Nahrungs- und Genussmittel*. 30 Betriebe setzen auf circa 8.205 m² Verkaufsfläche im Jahr circa 50,5 Mio. € in der Stadt Schortens um.
- Den Warengruppen des aperiodischen Bedarfs können 51 Betriebe und damit 57 % aller Einzelhandelsbetriebe in der Stadt Schortens zugeordnet werden. Sie realisieren auf einer Verkaufsfläche von insgesamt circa 19.455 m² (65 %) einen Umsatz von circa 33,4 Mio. € (35 %). Trotz der nicht direkt vorhandenen raumordnerischen Funktion für diese Warengruppen ist das aperiodische Einzelhandelsangebot damit rein zahlenmäßig durchschnittlich repräsentiert. In einzelnen Warengruppen werden die Sortimente jedoch nur in geringfügigem Umfang angeboten, teils sind einzelne Sortimente gar nicht vorzufinden.
- Die Warengruppe *Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat* ist im aperiodischen Bedarfsbereich in der Stadt Schortens mit neun Betrieben im Hauptsortiment noch am stärksten vertreten. Insgesamt werden in der Warengruppe auf circa 3.235 m² Verkaufsfläche circa 2,8 Mio. € erwirtschaftet.
- Die Warengruppe *Elektroartikel, Unterhaltungselektronik* ist lediglich in Randsortimenten in der Stadt Schortens vertreten.

Über die reine Darstellung der Einzelhandelskennzahlen hinaus ist die Verkaufsflächendichte ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Bevölkerungszahl stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt inkl. ländlich geprägter Räume über alle Sortimente hinweg bei circa 1,60 m² Verkaufsfläche pro Kopf.

Im periodischen Bedarfsbereich ist nach cima-Erfahrungen ab einem Wert von circa 0,50 m²/EW von einer ausreichenden Versorgungssituation auszugehen. Regionalen cima-Untersuchungen zufolge wird über Grund-, Mittel- und Oberzentren hinweg eine durchschnittliche Pro-Kopf-Verkaufsfläche im periodischen Bereich zwischen 0,43 und 0,63 m² erzielt.

In Schortens beträgt die Verkaufsflächendichte insgesamt 1,44 m²/EW. Im periodischen Bedarfsbereich wurde eine Verkaufsflächendichte von 0,51 m²/EW und im aperiodischen Bedarfsbereich von 0,93 m²/EW erhoben. Damit ist die Gesamtausstattung gegenüber den Durchschnittswerten in Deutschland ähnlich ausgeprägt.

Abbildung 12: Pro-Kopf-Verkaufsfläche in der Stadt Schortens

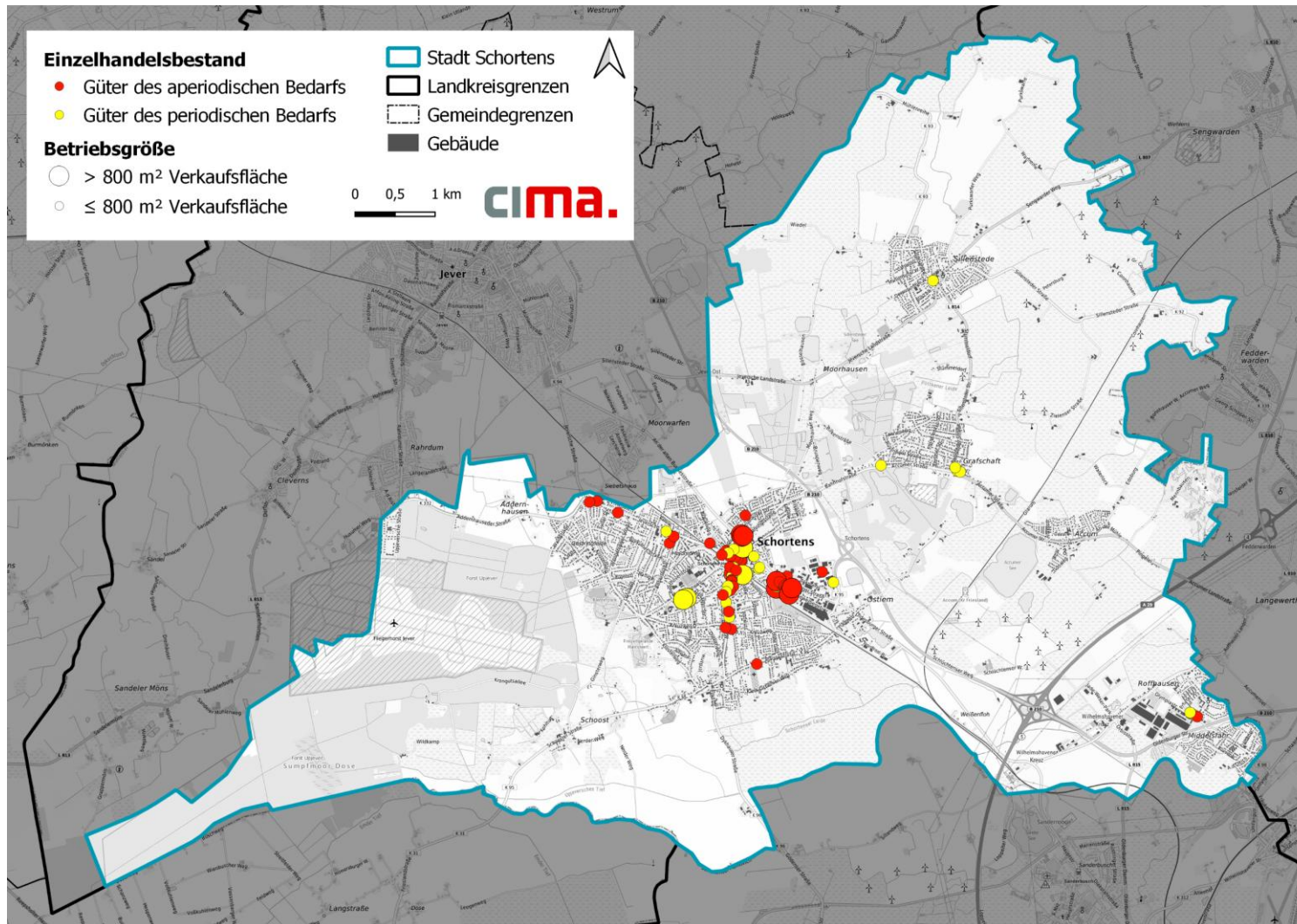
Stadt Schortens	2018*	2024
Verkaufsflächendichte in m ² pro Kopf	1,81	1,44
im periodischen Bedarf	k.A.	0,51
im aperiodischen Bedarf	k.A.	0,93

Quelle: cima, 2025

*Dr. Donato Acocella, 2018

Ausschlaggebend für die Verkaufsflächendichtewerte im periodischen Bedarf sind u. a. die Lebensmittelvollsortimenter EDEKA und COMBI sowie die Lebensmitteldiscounter NETTO (2 x), ALDI und LIDL. Im aperiodischen Bereich setzt sich die Verkaufsflächendichte neben diversen kleinflächigen Betrieben aus großflächigen Betrieben wie u. a. JAWOLL, ZIMMERMANN SONDERPOSTEN und SONDERPOSTEN BAUMARKT zusammen.

Abbildung 13: Räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes in der Stadt Schortens



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2025
 Bearbeitung: cima, 2025

5.2 Kaufkraftstromanalyse

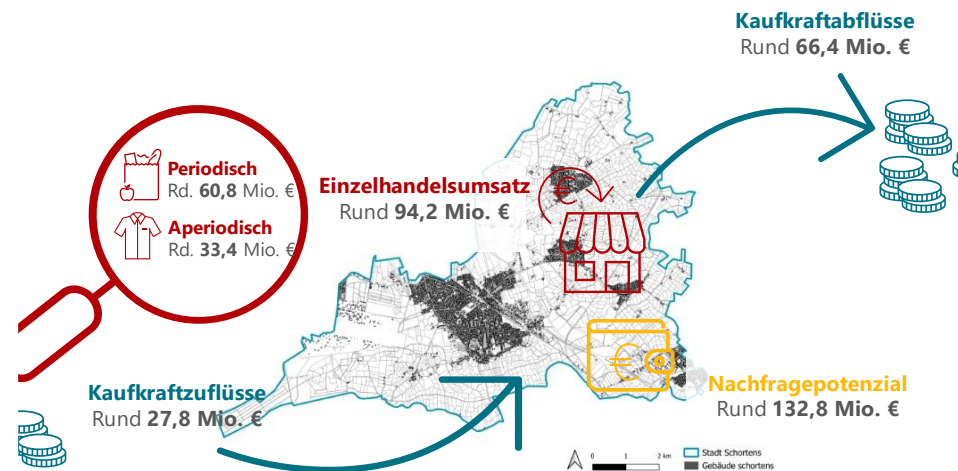
Nachfolgend wird die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Stadt Schortens dokumentiert.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial in Schortens liegt bei circa 132,8 Mio. €. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf circa 94,2 Mio. €. Davon werden circa 33,4 Mio. € in periodischen Sortimenten und circa 60,8 Mio. € in aperiodischen Sortimenten umgesetzt. Einem Kaufkraftzufluss von circa 27,8 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von circa 66,4 Mio. € gegenüber.

Über einen Großteil der Warengruppen hinweg ergibt sich ein negativer Kaufkraftsaldo, der der Zentralität von 71 % für die Stadt Schortens entspricht. Saldiert werden dabei in keiner der Warengruppen Kaufkraftzuflüsse erzielt.

Am stärksten von Kaufkraftabflüssen betroffen sind die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel (ca. 11,1 Mio. €), *Bekleidung, Wäsche* (ca. 9,2 Mio. €) sowie *Elektroartikel und Unterhaltungselektronik* (ca. 10,7 Mio. €). Das östlich angrenzende Oberzentrum Wilhelmshaven sowie das nahegelegene Mittelzentrum Jever entfalten ebenfalls eine Sogwirkung für Kaufkraft aus Schortens.

Abbildung 14: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in der Stadt Schortens



Quelle: cima, 2025

5.3 Einzelhandelszentralität

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage. Handelszentralitäten von über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit. Handelszentralitäten werden für den Einzelhandel insgesamt sowie für einzelne Warengruppen ermittelt.

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z. B. durch die Qualität und Quantität der Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial (bzw. Nachfragevolumen) der Stadt Schortens liegt bei insgesamt circa 132,8 Mio. € pro Jahr. Der jährlich erwirtschaftete Einzelhandelsumsatz beträgt den Berechnungen der CIMA zufolge circa 94,2 Mio. €. Die Kaufkraftabflüsse übersteigen somit die Kaufkraftzuflüsse deutlich. Dementsprechend erreicht der Einzelhandel in Schortens insgesamt einen noch adäquaten Zentralitätswert von 71 %. Die Zentralität im periodischen Bedarfsbereich liegt mit 91 % allerdings unter 100 % und wird der Funktion eines Grundzentrums entsprechend nicht vollständig gerecht. Im aperiodischen Bedarfsbereich liegt die Zentralität bei lediglich 53 %.

Zwar ist es typisch für ein Grundzentrum, einen Zentralitätswert von unter 100 % - insbesondere im aperiodischen Bereich - zu besitzen. In einzelnen Warengruppen besteht jedoch ein lediglich rudimentäres oder gar kein Angebot. Damit werden Teile der Sortimente nicht hinreichend bedient.

Abbildung 15: Einzelhandelsumsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in Schortens

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Nachfragevolumen in Mio. €	Handelszentralität in %
Periodischer Bedarf insgesamt	60,8	69,3	88
Nahrungs- und Genussmittel	50,5	55,7	91
Gesundheit, Körperpflege	8,4	11,7	71
Schnittblumen, Zeitschriften	1,9	1,9	99
Aperiodischer Bedarf insgesamt	33,4	63,4	53
Bekleidung, Wäsche	4,8	10,2	46
Schuhe, Lederwaren	2,1	3,8	54
Bücher, Schreibwaren	1,3	1,9	68
Spielwaren, Hobbybedarf	0,8	1,7	48
Sportartikel, Fahrräder	3,9	6,0	65
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	1,1	10,8	10
Uhren, Schmuck	0,5	1,9	26
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	4,0	4,1	97
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2,8	2,2	124
Einrichtungsbedarf	3,2	9,2	34
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	9,0	11,5	78
Einzelhandel insgesamt	94,2	132,8	71

Quelle: CIMA, 2025

***: Umsätze werden erst ab mind. drei Betrieben (als Haupt- oder Randsortiment) je Warengruppe ausgewiesen.

In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** steht einem Nachfragevolumen von circa 55,7 Mio. € ein Einzelhandelsumsatz von circa 50,5 Mio. € gegenüber, was zu einer Zentralitätskennziffer von 91 % führt. Dies stellt auf Ebene der Stadt Schortens nennenswerte Kaufkraftabflüsse in umliegende Kommunen dar. Aktuell ist das Angebot in der Warengruppe als leicht ausbaufähig einzustufen. Die Stadt Schortens erfüllt ihre Versorgungsfunktion eines Grundzentrums nicht vollumfänglich.

In den anderen beiden Warengruppen des periodischen Bedarfsbereichs, die meistens ebenfalls in Lebensmittelmärkten im Randsortiment mit angeboten werden, sind z. T. geringe Zentralitäten festzustellen. Hierzu zählen niedrigere Zentralitäten im Segment **Gesundheit, Körperpflege** (71 %) und ausgeglichene Zentralitäten im Segment **Schnittblumen, Zeitschriften** (99 %). Im Drogeriesegment sind deutliche Kaufkraftabflüsse und demnach Entwicklungspotenziale zur Erfüllung der Versorgungsfunktion abzuleiten. In der Warengruppe *Gesundheit, Körperpflege* wird das Angebot primär durch einen ROSSMANN-Markt sowie die Apotheken und die Lebensmittelmärkte (als Randsortiment) vorgehalten. Für die Warengruppe *Schnittblumen, Zeitschriften* sind insbesondere mehrere Floristgeschäfte zu nennen.

Die höchste Einzelhandelszentralität im aperiodischen Bedarfsbereich ist mit 124 % in der Warengruppe **Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat** zu beobachten. Das Angebot wird insbesondere von den Non-Food-Discountern JAWOLL, ZIMMERMANN, TEDI und FINDUS FLOHMARKT sowie als Randsortiment bei JYSK oder in den Lebensmittelmärkten vorgehalten. Trotz der höchsten Einzelhandelszentralität in der Stadt sind im Vergleich zu den übrigen Warengruppen des aperiodischen Bedarfs ebenfalls deutliche Kaufkraftabflüsse zu verzeichnen.

Mit einer Zentralität von 97 % ist die Warengruppe **Sanitätsartikel, Optik, Akustik** vertreten. Optik wird von den Betrieben BRUNS, ISERMANN und BABATZ sowie APOLLO OPTIK angeboten. Sanitätsartikel sowie Hörgeräteakustikartikel werden in der Stadt Schortens u. a. durch die Anbieter SCHÖNFELD, KOSCHADE, LANGER HÖRSTUDIO vertrieben.

In der Warengruppe **Baummarktartikel, Pflanzen, Zooartikel** besteht eine Einzelhandelszentralität von 78 %. Baummarktartikel und Pflanzen werden insbesondere von den Betrieben SONDERPREIS BAUMARKT, RAIFFEISENMARKT, JAWOLL und RUMA angeboten. Der Großteil dieser Betriebe ist auf bestimmte Produkte spezialisiert. Zoobedarf wird neben dem Markt DAS FUTTERHAUS als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten. Das Sortiment Kfz-Zubehör wird u. a. durch den Betrieb HAZ AUTOTEILE sowie als Randsortiment der Tankstellen angeboten.

Mit einer Zentralität von 68 % ist die Warengruppe **Bücher, Schreibwarenbedarf** vertreten. Branchenprägend ist hier das Sortiment Schreibwaren mit dem Geschäft PAPETERIE SCHORTENS und einer POSTSTELLE im EDEKA am Standort Mühlenweg. Darüber hinaus wird das Sortiment als Randsortiment angeboten. Bücher werden v. a. von dem Betrieb BÜCHERSTUBE angeboten.

Die Warengruppe **Sportartikel, Fahrräder** weist eine Zentralität von 65 % auf. Fahrräder werden von den Betrieben WATT'N RAD, MG E-BIKE SHOP und KOCHS E-BIKE STORE vertrieben. Daneben wird Zubehör als Randsortiment angeboten. Sportartikel werden in der Stadt Schortens insbesondere vom Anbieter CEKA vertrieben.

Die Warengruppe **Schuhe, Lederwaren** (54 %) wird durch die Anbieter SEIBEL und RENO sowie als Randsortiment in den Bekleidungsdiscountern bzw. als Aktionsware von Lebensmittelmärkten auf sehr geringen Flächen angeboten. Zuletzt ist der Anbieter SCHUH-MANN als innerstädtischer Betrieb weggefallen. Zum Erhebungszeitpunkt wurde der Betrieb noch berücksichtigt.

Die Warengruppe **Spielwaren, Hobbybedarf** weist eine Zentralität von 48 % auf. Spielwaren werden lediglich als Randsortiment auf geringfügigen Flächen vertrieben. Hobbybedarf findet sich in Schortens u. a. in Trödelmärkten.

In der Warengruppe **Bekleidung, Wäsche** besteht eine Zentralität von 46 %. Das Angebot wird über das Fachgeschäft WÜBBENHORST sowie die Textildiscounter KIK, ERNSTINGS, NKD und TAKKO bereitgestellt. Der

Betrieb BRAUTMODE SECOND HAND bietet Brautmoden an, welche keine Bekleidung und Wäsche in herkömmlichen aperiodischen Nachfragezeiträumen darstellen.

In der Warengruppe **Einrichtungsbedarf** mit einer Zentralität von 34 % wird das Angebot über die Betriebe HARMS KÜCHEN mit speziellem Angebot auf größeren Verkaufsflächen vertrieben. Weiterhin zu nennen sind die Anbieter JYSK, MATRATZEN CONCORD und CARLS BETTEN mit einem nennenswerten Angebot. Die Non-Food-Discounter halten die Warengruppe als Randsortimente auf geringen Verkaufsflächen vor.

Mit einer Zentralität von 26 % ist die Warengruppe **Uhren, Schmuck** vertreten. Diese wird alleinig von den Betrieben JUEWELIER MÖNNICH und GOLDSCHMIEDIN RIEKEN angeboten.

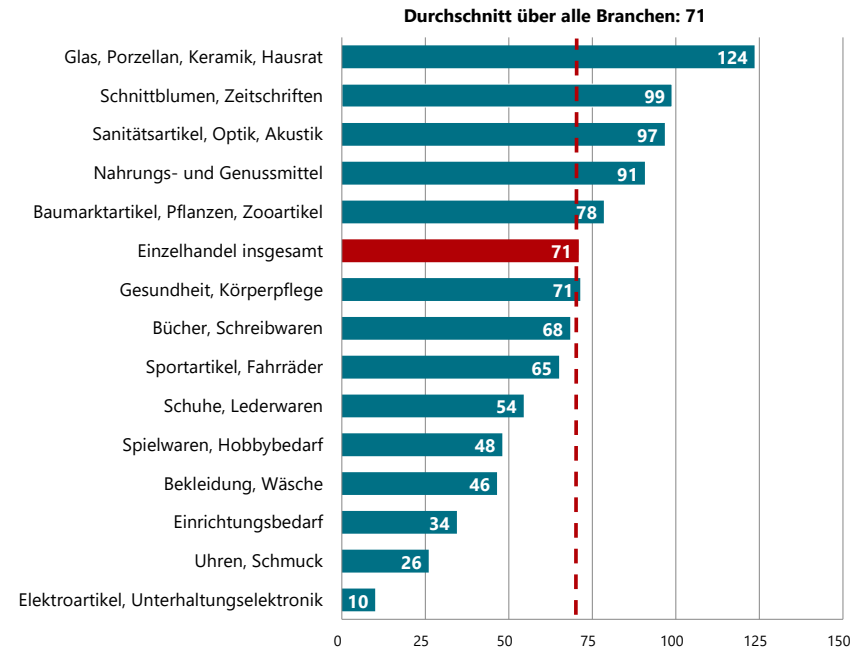
Die Warengruppe **Elektroartikel, Unterhaltungselektronik** (10 %) wird von keinem Fachanbieter und damit lediglich im Randsortiment der Lebensmittelmärkte sowie der Non-Food-Discounter angeboten. Das Sortiment Foto wird im Randsortiment im ROSSMANN-Markt vorgehalten.

Auf Basis der ermittelten und beschriebenen Handelszentralität wird deutlich, dass die Stadt Schortens ihrer Versorgungsfunktion für die eigene Bevölkerung im periodischen Bedarfsbereich nur bedingt nachkommen kann. Deutliche Kaufkraftabflüsse in umliegende Kommunen sind zu beobachten. Somit bestehen für den periodischen Bedarfsbereich Entwicklungspotenziale, um die Versorgung für die Bevölkerung sicherzustellen.

Insbesondere im aperiodischen Bedarfsbereich sind z. T. starke Zentralitätslücken erkennbar. Wenngleich die Versorgung der Bevölkerung mit diesen Gütern nicht die raumordnerische Aufgabe eines Grundzentrums ist, so bestehen dennoch Entwicklungspotenziale, um als Einzelhandelsstandort insgesamt attraktiv auftreten zu können.

Das entwicklungspolitische Ziel sollte es demnach sein, die heutigen Einzelhandelsstrukturen zu erhalten, deren Fortbestehen zu unterstützen und die Warengruppen zu fördern, die derzeit verstärkt Kaufkraftabflüsse aufweisen.

Abbildung 16: Handelszentralitäten-Ranking in der Stadt Schortens



5.4 Nahversorgungssituation

Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Stadt Schortens getroffen werden:

- Die Stadt Schortens verfügt in der für die Nahversorgung besonders relevanten Warengruppe *Nahrungs- und Genussmittel* über eine Gesamtverkaufsfläche von circa 8.205 m², die sich auf 30 Betriebe verteilt.
- Dabei hat die cima bei *Nahrungs- und Genussmitteln* eine Handelszentralität von 91 % ermittelt. Einem Einzelhandelsumsatz von circa 50,5 Mio. € steht ein Nachfragevolumen von circa 55,7 Mio. € gegenüber. Per Saldo ergibt sich für die Stadt somit ein Kaufkraftabfluss von circa 5,2 Mio. €.
- Ergänzend ist auch ein Einzelhandelsangebot in den weiteren periodischen Warengruppen *Gesundheit, Körperpflege* sowie *Schnittblumen, Zeitschriften* vorhanden.

Mit den Lebensmittelvollsortimentern EDEKA und COMBI sowie den Lebensmitteldiscountern NETTO (2x), ALDI und LIDL sind insgesamt sechs Lebensmittelmärkte im Siedlungskern von Schortens angesiedelt. Ergänzt werden die Betriebe u. a. durch den Getränkemarkt HOL AB.

Darüber hinaus wird im Stadtteil Graftschaft über einen NAH UND GUT-Markt ein Angebot gewährleistet.

In den restlichen Ortsteilen finden sich keine qualifizierten Anbieter mit einem Nahversorgungsangebot (u. a. Accum, Sillenstede, Roffhausen, Middelsfähr).

Abgerundet wird das Angebot in der Stadt Schortens durch mehrere Betriebe des Lebensmittelhandwerks, Spezialanbieter sowie durch Anbieter mit überwiegend periodischen Sortimenten wie Apotheken.

Drogeriewaren werden in der Stadt Schortens ausschließlich vom ROSS-MANN angeboten sowie auf geringfügigen Verkaufsflächen als Randsortiment der Lebensmittelbetriebe vorgehalten.

Die Verkaufsflächendichte ist im periodischen Bedarfsbereich mit 0,51 m² pro Kopf im Vergleich mit anderen Grundzentren als durchschnittlich einzuschätzen.

Qualitativ besteht allerdings bei einigen der Märkte Modernisierungsbedarf. Im regionalen Vergleich sind die Märkte im Erscheinungsbild und der Verkaufsflächenausstattung nicht mehr zeitgemäß aufgestellt, was zu Kaufkraftabflüssen führt.

Die Analyse der räumlichen Verteilung der Nahversorgungsbetriebe in Schortens zeigt, dass zwar einige ländlich geprägte Räume nicht in den Erreichbarkeitsradien eingefasst sind, dies jedoch für eine ländlich geprägte Gebiete nicht unüblich ist. Ein großer Teil des Hauptortes sowie der Ortsteil Graftschaft sind mit Nahversorgungsbetrieben fußläufig gut erreichbar. Hingegen bestehen in den Ortsteilen Roffhausen und Middelsfähr sowie Sillenstede und Accum aufgrund eines fehlenden Nahversorgungsbetriebes räumliche Versorgungslücken. Hier müssen von der Bevölkerung weitere Wege für einen Einkauf zurückgelegt werden.

Im Kernort ist die Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs in der Stadt Schortens mit dem aktuellen Angebot grundsätzlich gewährleistet. Qualitativ besteht Entwicklungspotenzial bei der Modernisierung einiger Bestandsbetriebe.

Für eine verbesserte Versorgung der Bevölkerung mit periodischen Sortimenten bestehen Entwicklungspotenziale, insbesondere um bestehende Kaufkraftabflüsse zu verringern (vgl. auch Befragungsergebnisse im Kapitel 9).

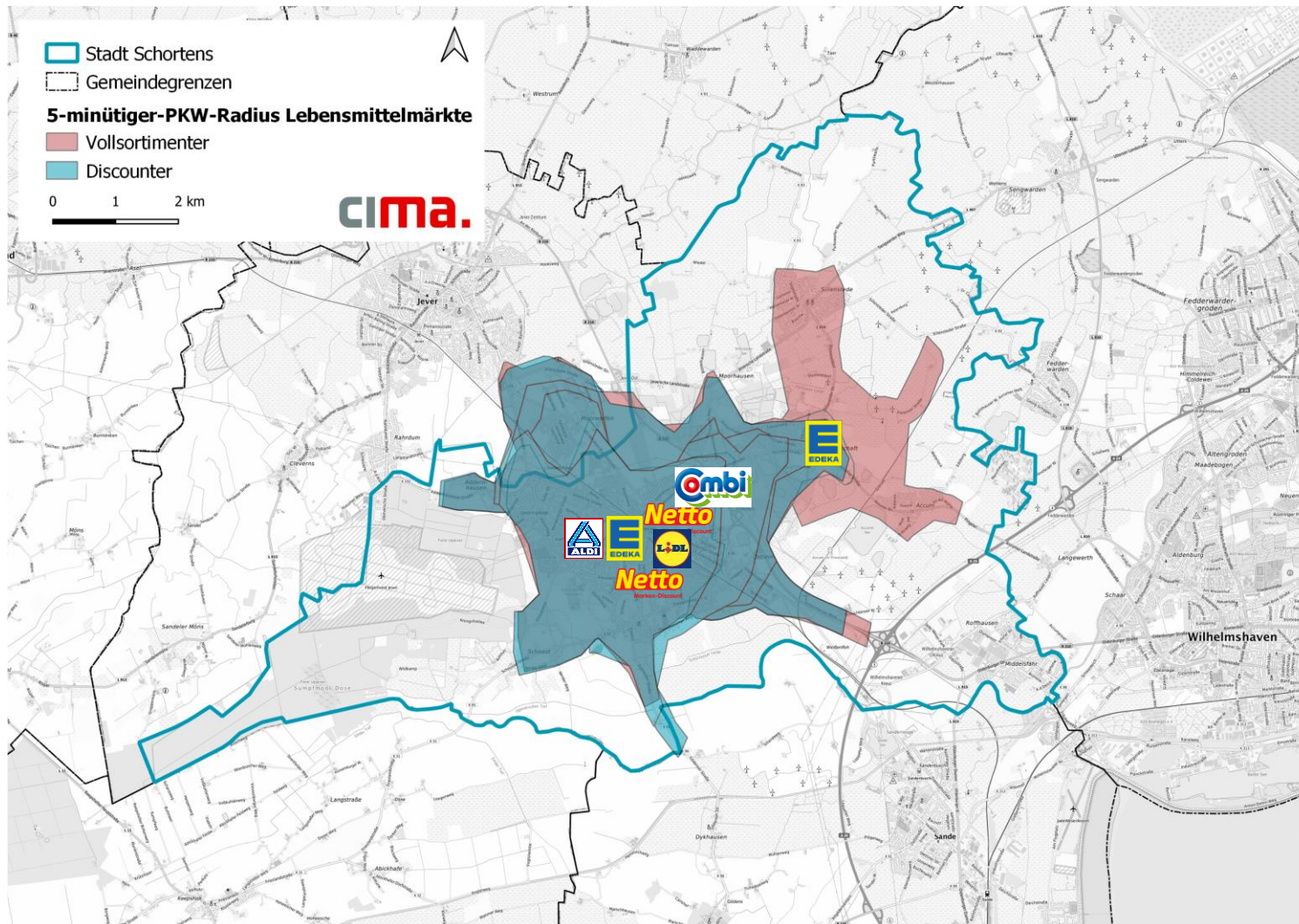
Räumliche Versorgungslücken bestehen insbesondere in den Ortsteilen Roffhausen und Middelsfähr sowie Sillenstede und Accum. Hier müssen von der Bevölkerung derzeit weitere Wege für einen Einkauf zurückgelegt werden.

Abbildung 17: Nahversorgungsbetriebe in der Stadt Schortens (Auswahl)



Quelle: cima, 2025

Abbildung 18: Nahversorgungserreichbarkeit in der Stadt Schortens (5-minütiger PKW-Radius)



Kartengrundlage: © GeoBasis DE/BKG, 2025

Bearbeitung: cima, 2025

Bearbeitung: cima, 2025

Zusammenfassender Überblick

Die nachfolgende Abbildung 20 fasst die in diesem Kapitel vorgestellten maßgeblichen Strukturdaten des Einzelhandels auf Ebene der Stadt Schortens zusammen und stellt diese den einzelhandelsrelevanten Kenndaten aus dem Jahr 2018 gegenüber, sofern diese im Gutachten angegeben wurden.

Abbildung 20: Zusammenfassendes Datenblatt Stadt Schortens

Stadt Schortens	2018*	2024
Anzahl Betriebe	107	90
Verkaufsfläche in m ²	36.775	30.130
Umsatz in Mio. €	105,1	94,2
Nachfragepotenzial in Mio. €	108,3	132,8
Zentralität in %	82	71
Zentralität periodisch in %	93**	88
Zentralität aperiodisch in %	75**/65**	53
Bevölkerung***	20.329	20.932
Verkaufsfläche pro Kopf in m ²	1,81	1,44
im periodischen Bedarf	k.A.	0,51
im aperiodischen Bedarf	k.A.	0,93
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer in %****	95,6	96,4

Quelle: cima, 2025

* Dr. Donato Acocella, 2018;

** Kurzfristiger/Mittelfristiger/langfristiger Bedarf nach Dr. Donato Acocella, 2018

*** Bevölkerungszahl: LSN, 31.12.2023

**** Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer: Michael Bauer Research GmbH 2024

Über alle Warengruppen hinweg hat sich die **Anzahl der Betriebe** seit dem Jahr 2018 von 107 auf nunmehr 90 Betriebe verringert (-16 %). Dennoch werden weiterhin einige zentrale Warengruppen im aperiodischen Bedarfsbereich in der Stadt angeboten.

Hinsichtlich der **Verkaufsfläche** wurden bei der aktuellen Erhebung über alle Betriebe hinweg rd. 6.645 m² weniger erhoben als im Jahr 2018. Der **Umsatz** ist über alle Warengruppen hinweg ebenfalls gesunken (-10,4 %). Der überwiegende Teil hiervon entfällt auf Betriebe mit aperiodischen Hauptsortimenten und lässt sich u. a. auf die Schließung von Betrieben (u. a. gesamter Popken-Komplex mit Zoo Popken, Kaufhaus Ring-Preis) zurückführen.

6 Zentrenstruktur in der Stadt Schortens

6.1 Zum Begriff des zentralen Versorgungsbereichs

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“¹⁰ ist als „Planungskategorie“ erstmals mit der Neuregelung § 34 Abs. 3 BauGB 2004 in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten „unbeplanten“ Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

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

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

- Innerhalb eines Stadtgebietes sind entsprechend der festgelegten Zentren zentrale Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und

Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.¹¹

- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierung zu definieren. Es hat eine gebietsscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.¹²
- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereichs ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Stadt ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Stat. Neben- und Nahversorgungszentren

¹⁰ Eine ausführliche Definition des Begriffes zentraler Versorgungsbereich findet sich im Anhang.

¹¹ Vgl. Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

¹² Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

ordnen sich hinsichtlich ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Stadt unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierten Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.

- „Abweichend von der [...] Definition eines zentralen Versorgungsbereiches kann nach der Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts (BVerwG, Urt. v. 17. 12.2009-4 C 2.08 -, juris-Rn. 7 f. = BVerwGE 136, 10) auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von (ausschließlich) Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat (zentraler Versorgungsbereich Nahversorgung/Nahversorgungszentrum).“ (Arbeitshilfe LROP 2017 Niedersachsen, Frage 5.10).
- „Eine Gemeinde hat grundsätzlich die Möglichkeit, einen zentralen Versorgungsbereich zu planen und nach und nach zu entwickeln (vgl. Urt. OVG NI vom 15.3.2012 – 1 KN 152/10 -, LS in DVBl 2012, 851, Juris-Rdnr. 50)“ (Arbeitshilfe LROP 2017 Niedersachsen, Frage 5.13).

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

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und Dienstleistungsbesatzes,
- siedlungsstrukturell integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),

- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- heutige und geplante Versorgungsfunktion,
- städtebauliche Planungen der Stadt/Gemeinde.

6.2 Zentrenkonzept Stadt Schortens

In den folgenden Kapiteln wird die Zentrenstruktur der Stadt Schortens dargestellt und unterschiedliche Standortkategorien und deren Versorgungsaufgaben beschrieben.

Mit Hilfe der relevanten Strukturkennziffern (Verkaufsfläche in m², Anzahl der Betriebe, Umsatz) innerhalb der aktuellen zentralen Einkaufsstandorte in Schortens wird deren Bedeutung dargestellt. In den Abgrenzungen der relevanten Standorte sind vorhandene und zum Teil geplante Einzelhandelsbetriebe sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Verwaltung, Kultur etc.) eingegliedert, wenn sich diese funktional in die Gebiete einfügen.

Aufgrund der Siedlungsstruktur, des Besatzes an Einzelhandelsbetrieben und Komplementäreinrichtungen sowie der Versorgungsaufgaben der Kommunen hat die cima für die Stadt Schortens folgende Zentrenstruktur herausgearbeitet:

Zentraler Versorgungsbereich

- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Schortens

Solitäre Nahversorgungsstandorte

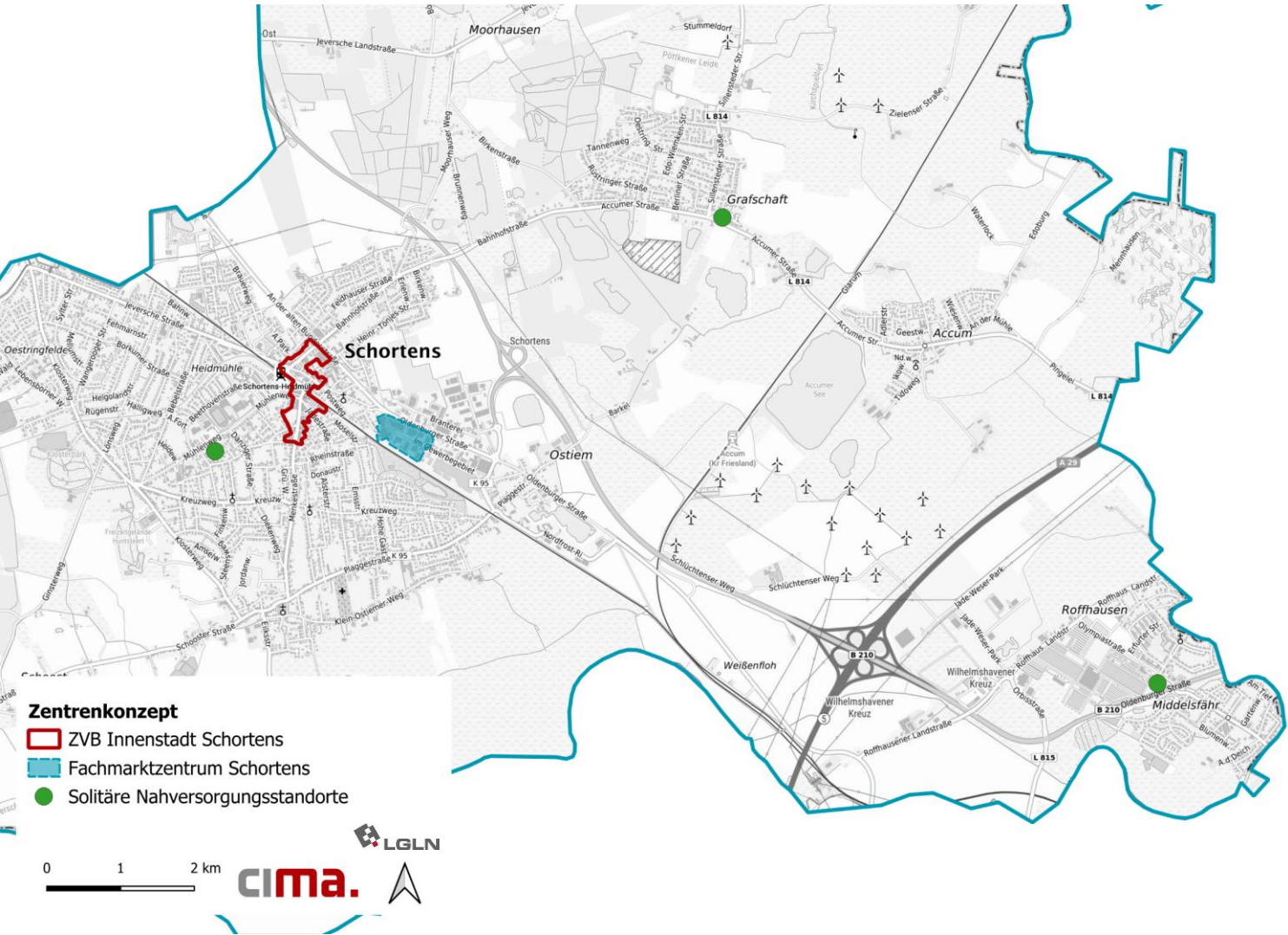
- Prüfstandort für die Ausnahmeregelung vom Integrationsgebot Mühlenweg Heidmühle
- Solitärer Nahversorgungsstandort Accumer Straße Grafschaft
- Potenzieller Solitärer Nahversorgungsstandort Olympia Roffhausen

Sonstige Standorte

- Fachmarktzentrum Oldenburger Straße Schortens

In der folgenden Abbildung 21 wird die Zentrenstruktur der Stadt Schortens überblickend dargestellt.

Abbildung 21: Zentrenstruktur der Stadt Schortens



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/ LGLN, 2025
Bearbeitung: cima, 2025

6.2.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Schortens

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Schortens übernimmt die Funktion des Hauptzentrums im Grundzentrum Schortens. Innerhalb des definierten Bereichs ist ein bedeutender Anteil der Einzelhandelsbetriebe in Schortens ansässig. Ergänzend finden sich dort zahlreiche einzelhandelsnahe Dienstleistungen, freizeitbezogene Einrichtungen (z. B. Gastronomie) sowie Gesundheitseinrichtungen und Verwaltungsgebäude. Eine Anbindung an das ÖPNV-Netz ist über mehrere Bushaltestellen u. a. entlang der Menkestraße sowie der Bahnhofstraße sowie dem Bahnhofsteilpunkt „Schortens“ ebenso gegeben wie eine Integration an angrenzende Wohngebiete.

Anhand der Einzelhandelsstrukturdaten innerhalb des abgegrenzten Zentrums wird die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereichs dargestellt. Dabei gibt es insgesamt ein Angebot von 40 Betrieben, die auf einer Verkaufsfläche von circa 9.325 m² einen Umsatz von circa 45,1 Mio. € erwirtschaften. Ankerbetriebe in der Innenstadt von Schortens sind vor allem die Lebensmittelmärkte. Das Sortiment *Nahrungs- und Genussmittel* ist durch die Betriebe COMBI, LIDL und NETTO (2 x) sowie Betriebe des Lebensmittelhandwerks mit circa 3.940 m² Verkaufsfläche vertreten. Im aperiodischen Bedarfsbereich existieren 23 Betriebe, die über eine Verkaufsfläche von circa 4.025 m² verfügen.

Abbildung 22: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Schortens

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe (Hauptsortiment)	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf (gesamt)	17	5.300	34,5
davon Nahrungs- und Genussmittel	12	3.940	27,8
Aperiodischer Bedarf (gesamt)	23	4.025	10,6
Einzelhandel gesamt	40	9.325	45,1

Quelle: cima, 2025 (Rundungsdifferenzen möglich)

Für die anhand der Flurstücke parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs werden vorhandene Einzelhandelsnutzungen sowie bedeutende komplementäre Nutzungen (Dienstleistung, Gastronomie, Kultur etc.) berücksichtigt, die im Rahmen der Erhebung im Juni 2024 aufgenommen worden sind.

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Nord-Süd-Achse der Menkestraße im südlichen Bereich. Nördlich der Bahntrasse verläuft das Zentrum entlang der Oldenburger Straße und der Bahnhofstraße bis zum Kreuzungspunkt am COMBI-Markt. Im Süden endet der zentrale Versorgungsbereich wiederum mit dem Betrieb NETTO MARKEN-DISCOUNT im Bereich Menkestraße / Elsa-Brandström-Straße, im Osten stellt der Lebensmittelmarkt LIDL an der Jadestraße den Abschluss des Zentrums dar. Im westlichen Bereich werden zusätzlich noch einige Grundstücke entlang der Alte Ladestraße eingefasst.

Das Zentrum ist an der Bahnhofstraße (COMBI, NETTO), der Jadestraße (LIDL) sowie an der Menkestraße (ROSSMANN im Norden und NETTO im Süden) durch größere Nahversorgungsbetriebe geprägt. Ergänzt werden die Nutzungen hier insbesondere an der Menkestraße durch zahlreiche inhabergeführte Geschäfte mit aperiodischem Verkaufsschwerpunkt, so u. a. durch den Bekleidungsanbieter WÜBBENHORST, das Floristikgeschäft ZUM HOLLÄNDER oder den Anbieter CARLS BETTEN UND MATRATZEN mit nennenswerten Verkaufsflächen. Daneben sind auch eine Vielzahl an Dienstleistungsangeboten an der Menkestraße verortet. Anzuführen sind u. a. Kreditinstitute, ärztliche Praxen, gastronomische Betriebe sowie weitere Dienstleistungen (Frisierbetriebe, Versicherungs- und Immobilienbüros, Rechtsanwälte, Reisebüros), die sich z. T. in einzelnen Geschäftshäusern konzentrieren. Die Oldenburger Straße wird durch kleinteilige Angebote sowie weitere Dienstleistungsangebote geprägt, so sind hier u. a. ein Biomarkt, ein Bäckereibetrieb und ein Buchgeschäft sowie weitere Angebote im Gesundheitssegment (Optik, Akustik, Orthopädie) dem Einzelhandel zuzuordnen. Der FINDUS FLOHMARKT findet sich ergänzend an der Bahnhofstraße mit nennenswerten Verkaufsflächen, weiter nördlich entlang der Bahnhofstraße durchzieht sich vermehrt Wohnnutzung.

Ergänzt wurde der zentrale Versorgungsbereich um die Fläche des ehemaligen Popken-Quartiers im südlichen Abschnitt der Menkestraße. Hier soll den Planungen nach Geschäfts- und Wohnhäuser mit einem Nutzungsmix aus Wohnen, Gewerbe und Handel entwickelt werden. Gekürzt wurde der zentrale Versorgungsbereich im Vergleich zur bestehenden Abgrenzung aus 2018 lediglich in Randlagen, die durch Wohnnutzung charakterisiert sind und die z. T. rückwärtig gelegen sind.

Um den zentralen Versorgungsbereich weiterzuentwickeln, sollten bestehende positive Strukturen erhalten und gestärkt werden. Daneben sollten die sich negativ auswirkenden Strukturen in den Fokus der Entwicklungsplanungen gerückt werden. Im Folgenden sind diese Strukturen näher dargestellt.

Stärken der Innenstadt

Eine Vielzahl frequenzbringender Nahversorgungsbetriebe sorgt für eine hohe Anziehungskraft für einen Nahversorgungseinkauf und ergänzt sich mit der Potenzialfläche „Popken-Quartier“ für zukünftige Entwicklungen.

Die Innenstadt zeichnet sich zudem durch ein Angebot aus kleinteiligen Geschäften, Dienstleistungsbetrieben und Gastronomie aus, dass ein breites Publikum ansprechen kann.

Der Wochenmarkt dient zudem als zentraler Begegnungsort und belebt die Innenstadt regelmäßig.

Neue Begrünungselemente und Baumbestände tragen zu einer höheren Aufenthaltsqualität bei und können noch weiter ausgebaut werden (Blumenbeete, Bepflanzungen etc.).

Die Innenstadt profitiert zuletzt auch von einer günstigen Verkehrsanbindung, einschließlich eines umfangreichen Parkraumangebots und Fahrradstellplatzangebotes und der Nähe zum Bahnhof. Die Erreichbarkeit der verschiedenen Angebote innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist mit allen Verkehrsmitteln möglich.

Abbildung 23: Bestehende Stärken (Auswahl)



Nutzungsmix (Oldenburger Str.)



Potenzialfläche (Menkestr.)



Begrünung (Oldenburger Str.)



Nahversorgung (Menkestr.)

Quelle: cima, 2025

Schwächen der Innenstadt

Eine mangelnde Aufenthaltsqualität an öffentlichen Flächen mindert die Verweildauer von Besuchenden und die Attraktivität des Stadtbildes. Insbesondere durch das Fehlen von Spielflächen und gestalterischen Highlights wird dies auffällig. Ein kleinstädtischer Platz als identitätsstiftender, zentraler Treffpunkt fehlt in der Innenstadtlage, während die Weitläufigkeit der Menkestraße die Orientierung und fußläufige Erreichbarkeit der innerstädtischen Angebote für weniger mobile Personen potenziell erschwert. Im südlichen Bereich der Menkestraße bestehen deutliche Sanierungsrückstände bei Gebäuden. Die ein- bis zweigeschossige Bebauung vermittelt insbesondere an der Menkestraße einen unvollendeten Stadtbaucharakter.

Daneben fehlt im Dienstleistungsbereich ein umfangreiches gastronomisches Angebot, welches zur Belebung der Innenstadt (auch nach den Öffnungszeiten des Handels) und zu Kopplungseffekten der Einzelhandelsbetriebe beitragen könnte. Diese Einschätzung bestätigte sich von den Teilnehmenden auch in der Online-Befragung sowie im zweiten Arbeitskreis.

Die Bahntrasse und andere trennende Elemente wie die Wohnnutzung in der Oldenburger Straße sowie der stark frequentierte Eingangsbereich zur Bahnhofstraße/Oldenburger Straße mindern die städtische Funktionalität und Integration.

Die Fachmarktlage an der Oldenburger Straße wirkt zuletzt als starke Konkurrenz zur Innenstadt und beeinträchtigt deren wirtschaftliche Position und Entwicklungsmöglichkeiten maßgeblich. Neben einer unzureichenden Quantität des Einzelhandelsangebotes im periodischen und aperiodischen Bedarfsbereich (siehe Kapitel 5.1) zeigt sich in der Online-Befragung auch eine unzureichende qualitative Ausstattung (s. Kapitel 10). Wie in Kapitel 5.3 erläutert, gibt es deutliche Kaufkraftabflüsse und damit deutliche Entwicklungspotenziale. Vorhandene Flächenpotenziale sollten auf ihre zeitgemäße Nutzbarkeit geprüft und gezielt vermarktet werden. Dies umfasst auch die Leerstände innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.

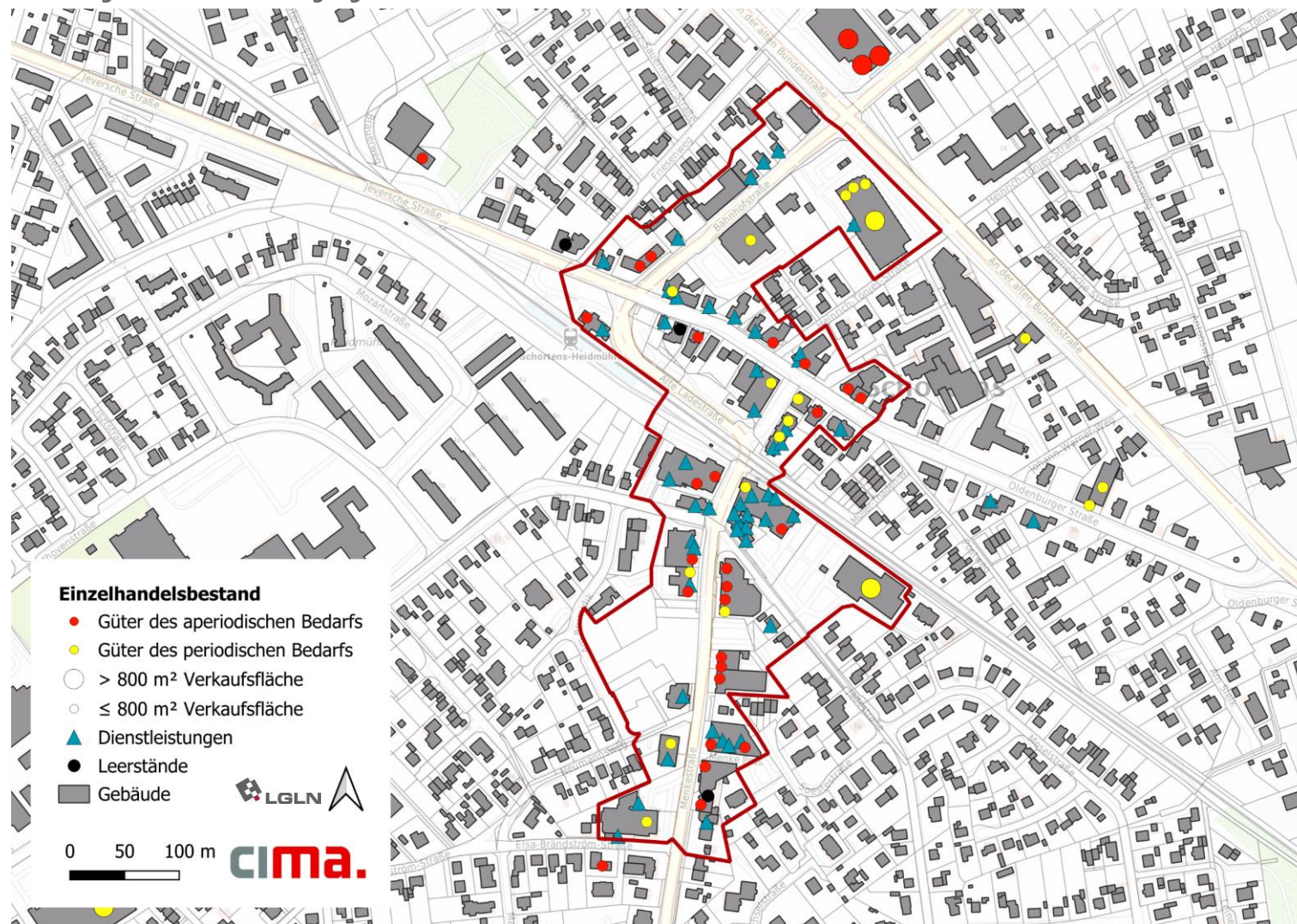
Es bietet sich außerdem an, das bestehende Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot durch saisonale Events, Feste und Märkte zu ergänzen. Damit werden nicht nur die bestehenden Betriebe gefördert, sondern das Angebot im Ortskern Schortens, wird der Bevölkerung nähergebracht. Der soziale Aspekt von Events kann durch die Förderung des gut bewerteten Wochenmarktes (vgl. Kapitel 9) verstetigt werden.

Abbildung 24: Bestehende Schwächen (Auswahl)



Quelle: cima, 2025

Abbildung 25: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Schortens



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/ LGLN, 2025
 Bearbeitung: cima, 2025

Abbildung 26: Eindrücke aus dem ZV Innenstadt Schortens



Nördlicher Bereich des ZV (Bahnhofstr.)



Nördlicher Bereich des ZV (Oldenburger Str.)



Westlicher Bereich des ZV (Alte Ladestr.)



Südlicher Bereich des ZV (Menkestr.)



Östlicher Bereich des ZV (Jadestr.)



Mittlerer Bereich des ZV (Menkestr.)

Quelle: cima, 2025

Die **cima** empfiehlt, Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig priorisiert im zentralen Versorgungsbereich anzusiedeln, um die gewachsene Einzelhandelslage in ihrer Funktion zu erhalten und zu stärken. Mit insgesamt 40 Betrieben stellt der zentrale Versorgungsbereich innerhalb der Stadt Schortens den Standort mit den meisten Betrieben dar. Die großen Lebensmittelmärkte fungieren als Ankerbetriebe, welche durch kleinteiligen Einzelhandel ergänzt werden.

6.2.2 Prüfstandort für die Ausnahmeregelung vom Integrationsgebot Mühlenweg Heidmühle

Insbesondere für die Wohngebiete im Stadtteil Heidmühle und umliegende ländlichere Ortsteile sorgt der Nahversorgungsstandort mit EDEKA und ALDI westlich des zentralen Versorgungsbereiches für ein ergänzendes Angebot mit Gütern des periodischen Bedarfsbereiches. Ergänzt werden die Betriebe um Konzessionäre im EDEKA-Markt, so u. a. ein Bäckerreigeschäft und eine Poststelle. Am Standort sind keine weiteren Dienstleistungsbetriebe ansässig. Der Discounter ALDI hat in der jüngeren Vergangenheit eine Modernisierung am Standort vollzogen.

Die wichtige Nahversorgungsfunktion des Nahversorgungsstandortes am Standort Mühlenweg im Stadtteil Heidmühle gilt es aus gutachterlicher Sicht zu erhalten und zu stärken, sofern dies bei einer Verkaufsflächenerweiterung mit der Raumordnung vereinbar ist.

Der innenstadtnahe Nahversorgungsstandort am Mühlenweg wird als Prüfstandort für die Ausnahmeregelung vom Integrationsgebot gemäß LROP ausgewiesen.

6.2.3 Solitärer Nahversorgungsstandort Accumer Straße Graftschaft

Prioritär für die umliegenden Wohngebiete im abgesetzten Ortsteil Graftschaft und umliegende ländlichere Ortsteile (u. a. Accum, Sillenstede) sorgt der NAH UND GUT-Markt an der Accumer Straße für ein wohnortnahes Angebot mit Gütern des periodischen Bedarfsbereiches.

Ergänzt wurde der Markt bis vor kurzem noch durch eine Apotheke und einen Bäckereibetrieb, die nach dem Erhebungszeitpunkt der Analyse den Betrieb aufgegeben haben. Im Umfeld des Marktes befinden sich ein Kreditinstitut sowie eine Spielhalle als ergänzende Nutzungen.

Die wichtige Nahversorgungsfunktion des Nahversorgungsstandortes am Standort Accumer Straße im ländlich geprägten Stadtteil Graftschaft gilt es aus gutachterlicher Sicht zu erhalten und zu stärken, sofern dies bei einer Verkaufsflächenerweiterung mit der Raumordnung vereinbar ist.

Grundsätzlich bestehen Möglichkeiten für ein Erweiterungsvorhaben des Marktes über die Prüfung der wohnortbezogenen Nahversorgung gemäß LROP. Umsetzungshemmend könnte das begrenzte Kaufkraftpotenzial im ländlichen Ortsteil wirken.

6.2.4 Potenzieller Solitärer Nahversorgungsstandort Olympiastraße Roffhausen

Der Standortbereich Olympiastraße befindet sich im Stadtteil Roffhausen an der Grenze zum Stadtteil Middelsfähr. In der Olympiastraße bieten lediglich Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckerei und Fleischerei) spezialisierte Versorgungsmöglichkeiten. Im Stadtteil Roffhausen ist derzeit kein Lebensmittelmarkt ansässig. Weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe konzentrieren sich an der Olympiastraße.

Um die Nahversorgung für die in den Stadtteilen Roffhausen und Middelsfähr lebende Bevölkerung künftig zu gewährleisten, ist im Zuge der städtebaulichen Planungen für die Freifläche an der Oldenburger Straße die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes geplant. In Planung ist weiterer Wohnbau an der Olympiastraße, welcher zur Erhöhung des Nachfragepotenzials beitragen würde.

Im Stadtteil Roffhausen ist derzeit kein Lebensmittelmarkt ansässig. Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes könnte zu einer Verbesserung der Nahversorgungsstrukturen beitragen und bestehende Versorgungslücken für die Stadtteile Roffhausen und Middelsfähr schließen. In diesem Zuge könnten bestehende Kaufkraftabflüsse verringert werden (vgl. auch Befragungsergebnisse im Kapitel 9).

Sofern ein großflächiges Einzelhandelsvorhaben mit der Raumordnung vereinbar ist, ist dieses aus gutachterlicher Sicht zu fördern.

6.2.5 Fachmarktzentrum Oldenburger Straße Schortens

Neben dem zentralen Versorgungsbereich als Hauptzentrum der Stadt Schortens wird ein weiterer planerischer Bereich als Fachmarktzentrum für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel ausgewiesen. Fachmarktzentren sind jedoch keine zentralen Versorgungsbereiche. Sie stellen keine städtebaulich integrierte Lage gemäß LROP dar.

Mit dem Ziel der Verkehrsbündelung an verkehrlich gut erreichbaren Standorten, sollen Einzelhandelsansiedlungen mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an geeigneten Standorten im Stadtgebiet konzentriert werden. Dadurch werden Kopplungskäufe ermöglicht.

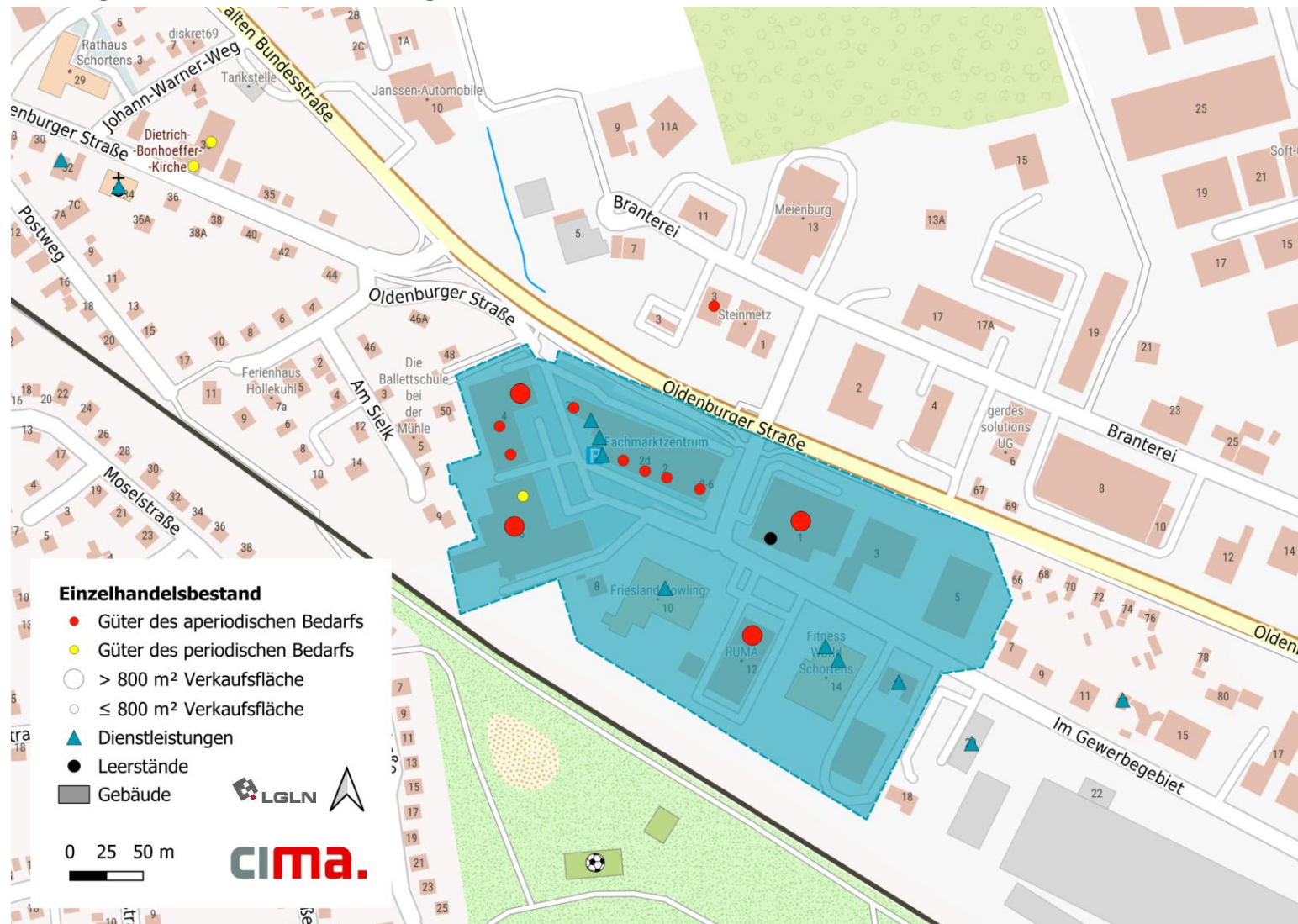
Aufgrund von fehlenden direkt verfügbaren Flächenpotenzialen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind Ansiedlungsmöglichkeiten im zentralen Versorgungsbereich für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel deutlich eingeschränkt. Das Fachmarktzentrum ist über die Oldenburger Straße als wichtige Verkehrsachse gut erreichbar und liegt im östlichen Kernort von Schortens. Der Standort wird deshalb für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel vorgesehen, der sich nicht im zentralen Versorgungsbereich ansiedeln kann.

Im Fachmarktzentrum sind bereits Einzelhandelsbetriebe in städtebaulich nicht-integrierter Lage ansässig, die auch zentrenrelevantes Sortiment führen. Prägend für das Fachmarktzentrum sind die Non-Food-Discounter JAWOLL, ZIMMERMANN und TEDI mit beträchtlichen Verkaufsflächen. Ergänzt werden diese u. a. um die Betriebe JYSK, DAS FUTTERHAUS und RUMA. Auch Fachgeschäfte klassischerweise zentrenrelevanter Ausprägung wie HOL'AB, APOLLO OPTIK und weitere Bekleidungsdiscounter wie NKD, RENO und TAKKO finden sich im Fachmarktzentrum.

Die Abgrenzung stellt einen empfohlenen Handlungsraum dar, in dem Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten auch großflächig ermöglicht werden kann.

Der Standort ist aufgrund seiner Lage und des Umfeldes für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten geeignet und prioritär an diesem Standort vorzusehen.

Abbildung 27: Fachmarktzentrum Oldenburger Straße Schortens



Kartengrundlage: © GeoBasis-DE/ LGLN, 2025
 Bearbeitung: cima, 2025

6.2.6 Sonstiges Stadtgebiet Schortens

Auch außerhalb der vorgestellten Einzelhandelsstandorte der Stadt Schortens besteht ein Einzelhandelsangebot mit insgesamt 26 Betrieben. Mit größeren Verkaufsflächen sind u. a. die Märkte SONDERPOSTEN-BAU-MARKT, CEKA, HARMS KÜCHEN (Oldenburger Straße), RAIFFEISENMARKT (Jeversche Straße) und BLUMENHAUS GARLICH (Plaggestraße) außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs anzuführen.

Die weiteren Betriebe bieten sowohl periodische als auch aperiodische Sortimente an, weisen allerdings überwiegend geringe Verkaufsflächen auf. Hier enthalten sind überwiegend kleinteilige Anbieter, so u. a. mit einem Lebensmittelangebot (Bäckereien, Lebensmittelspezialgeschäfte Tankstellenshops. Auch kleinteilige aperiodische Anbieter mit den Hauptsortimenten Fahrräder sowie Kfz-Zubehör finden sich außerhalb der vorgestellten Einzelhandelsstandorte.

7 Branchenkonzept für die Stadt Schortens

7.1 Sortimentsliste

7.1.1 Vorbemerkung

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LROP Niedersachsen oder auch der Rückgriff auf allgemein gültige Sortimentslisten (z. B. Empfehlungen aus dem LROP, der IHK etc.) ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der baurechtlichen Steuerung nicht aus.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass baurechtliche Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleitete Sortimentsliste beziehen müssen. Gleichmaßen sind Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadt- oder Gemeindegebietes nur fundiert zu begründen, wenn sie auf nachvollziehbaren kommunalen Einzelhandelskonzepten bzw. städtebaulichen Entwicklungskonzepten beruhen.¹³

Die Liste der zentrenrelevanten oder nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Schortens dient dem Schutz und der Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Sicherung einer wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

Die Sortimentsliste regelt im Wesentlichen die Zulässigkeit von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (mehr als 800 m² Verkaufsfläche): Auch wenn ein Sortiment als zentrenrelevant eingestuft wird, darf es z. B. in

Mischgebieten außerhalb der Innenstadt in Form eines kleineren Fachgeschäftes angeboten werden.

7.1.2 Rechtliche und planerische Rahmenbedingungen

Grundlegende Notwendigkeit ortsspezifischer Sortimentslisten

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

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

Auch das Bundesverwaltungsgericht kommt in einem Urteil vom 26.03.2009 (4 C 21.07) zu dem Ergebnis, dass ein *„(nahezu) vollständiger Einzelhandelsausschluss durch das Ziel einer Stärkung der in einem*

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

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

gesamstädtischen Einzelhandelskonzept ausgewiesenen Stadtbezirks- und Ortsteilzentren als städtebaulich gerechtfertigt angesehen“ werden kann. Ein Ausschluss von Sortimenten kann diejenigen Sortimente umfassen, deren Verkauf typischerweise in den zentralen Versorgungsbereichen einer Stadt erfolgt und in einer konkreten örtlichen Situation für die jeweiligen zentralen Versorgungsbereiche von erheblicher Bedeutung sind.

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

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

Das Landesraumordnungsprogramm für Niedersachsen sieht für Randsortimente folgende Regelung vor: *„Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig, wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt [...]“*. Für diese Regelung ist die Einordnung der Sortimente in der Sortimentsliste relevant.

Grenzen einer Sortimentsliste

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

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

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

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

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

¹⁶ Vgl. BVerwG, Beschl. v. 04.10.2001 Az. 4 BN 45.01

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

Kriterien zur Zentrenrelevanz einzelner Sortimente

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

- **Aktueller Bestand:** Die Flächenverteilung des aktuellen Bestandes innerhalb der Stadt Schortens sollte als wichtiger Anhaltspunkt für die Zentrenrelevanz von Sortimenten dienen. Dabei steht im Fokus der Betrachtung, ob die jeweiligen Angebote in integrierten Lagen oder nicht-integrierten Lagen zu finden sind. Die aktuelle Standortverteilung (Verkaufsfläche in m²) dient dabei als Grundlage für die Bewertung der Zentrenrelevanz.
- **Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Nutzungen:** Kopplungsmöglichkeiten mit anderen Nutzungen, die zumeist in integrierten Innenstadtlagen angeboten werden, sind für die Abwägung der Zentrenrelevanz mit zu berücksichtigen. Oftmals sind Kopplungskäufe zwischen Lebensmitteln und Drogeriewaren sowie Bekleidung und Schuhen zu beobachten. Die Verbundwirkung der einzelnen Sortimente ist bei der Festlegung der Zentrenrelevanz zu beachten.

Darüber hinaus sollte der Branchenmix der Innenstadt bzw. des Ortskerns attraktiv und möglichst komplett sein. Daher können auch Branchen, die aufgrund der jeweiligen Kundschaftsfrequenz auf den ersten Blick nicht zentrenrelevant erscheinen, ebenfalls der Innenstadtlage vorbehalten sein, um einen für die Kundschaft attraktiven, vollständigen Branchen-Mix zu gewährleisten.

- **Frequenzbringende Funktion:** Je nach Stadt- oder Gemeindegröße fungieren unterschiedliche Sortimente als Frequenzbringer. In einem kleinen Grundzentrum sind die Frequenzbringer der Innenstadt bzw. des Ortskerns in den Branchen des täglichen und mittelfristigen Bereichs (u. a. Lebensmittel, Drogerieartikel, Schreibwaren, Bekleidung, Schuhe, Bücher, Spielwaren) zu finden.
- **Beratungsintensität:** Die Angebotsformen einer Innenstadt bzw. eines Ortskerns umfassen in erster Linie beratungsintensive Fachgeschäfte, die der Kundschaft einen Mehrwert beim Einkaufen bieten können. Aus diesem Grund sind solche Betriebsformen für einen zentralen Versorgungsbereich besonders wichtig.
- **Möglichkeiten der Integration zukünftiger Handelsformate:** Die Integration bestimmter Formate ist ein weiterer Punkt, den es abzuwägen gilt (siehe auch Warentransport). Aufgrund der Handelsentwicklungen und Marktbestrebungen einzelner Unternehmen darf eine Diskussion über die Zentrenrelevanz von Sortimenten die Anforderungen diverser Angebotsformen nicht unberücksichtigt lassen. Neben dem Flächenanspruch dieser Betriebsformen ist auch die Wirkung auf das Stadt-/Ortsbild zu beurteilen. Ein Gartenfachmarkt oder ein Baumarkt sind für einen zentralen Versorgungsbereich in der Regel nur selten geeignet.

Auch die Flächenverfügbarkeit im zentralen Versorgungsbereich muss als weiterer Diskussionspunkt beachtet werden. Ohne die Möglichkeit, zeitgemäße, moderne Flächen in der integrierten Innenstadtlage zu entwickeln bzw. vorhandene Flächen zu modernisieren, sind die Entwicklungsmöglichkeiten eines zentralen Versorgungsbereichs eingeschränkt.

- **Einfacher Warentransport:** Die Größe und Transportfähigkeit der Waren spielt eine weitere Rolle bei der Zentrenrelevanz von Sortimenten. Großformatige Waren, die einen gewissen Ausstellungsbedarf haben und meist per Auto transportiert werden müssen, sind möglicherweise für die zentralen Standorte weniger geeignet, da der Flächenbedarf und die Warenlogistik von Betrieben mit einem solchen

Sortimentsschwerpunkt oftmals nicht in der Innenstadt bzw. dem Ortskern erfüllt werden können (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Im Gegensatz dazu stehen sogenannte „Handtaschensortimente“. Diese Waren sind kleinformatig und können leicht transportiert werden (z. B. Bekleidung, Schuhe).

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

7.1.3 Ableitung der Sortimentsliste für die Stadt Schortens

Die nachfolgend aufgeführte ortsspezifische, kommunale Sortimentsliste definiert die nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Schortens. Sie baut auf der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes von 2018 für die Stadt Schortens¹⁸ auf und ist zudem aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet. Damit gilt diese als maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Nahversorgungsrelevant sind Sortimente, die täglich oder wöchentlich nachgefragt werden (periodischer Bedarf). Nahversorgungsrelevante Sortimente sind als spezielle „Unterform“ der zentrenrelevanten Sortimente zu betrachten. Ihre herausgehobene Bedeutung für die wohnortnahe Versorgung des täglichen und wöchentlichen Bedarfs kann eine Ansiedlung auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen rechtfertigen, um in integrierten Lagen eine fußläufige Nahversorgung sicherstellen zu können.

¹⁸ Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Dr. Acocella, 2018.

Zentrenrelevant sind Sortimente, die

- eine bestimmte, zentrenprägende Funktion am Standort erfüllen (z. B. frequenzbringende Funktion),
- von Kundschaft ohne Probleme transportiert werden können,
- i. d. R. einer zentralen Lage bedürfen, da sie auf eine gewisse Kundenschaftsfrequenz angewiesen sind,
- Konkurrenz vor Ort benötigen, um positive Agglomerationseffekte entstehen zu lassen,
- vorwiegend in den Innenstädten bzw. Ortskernen angeboten werden,
- i. d. R. einen Erlebniseinkauf nach sich ziehen.

Nicht-zentrenrelevant sind hingegen vor allem Sortimente, die

- aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet sind,
- nur sehr schwer zu transportieren sind oder eines zusätzlichen „Transportmittels“ bedürfen,
- überwiegend an nicht-integrierten Standorten angeboten werden und
- eher einem Versorgungs- als einem „Erlebniseinkauf“ dienen.

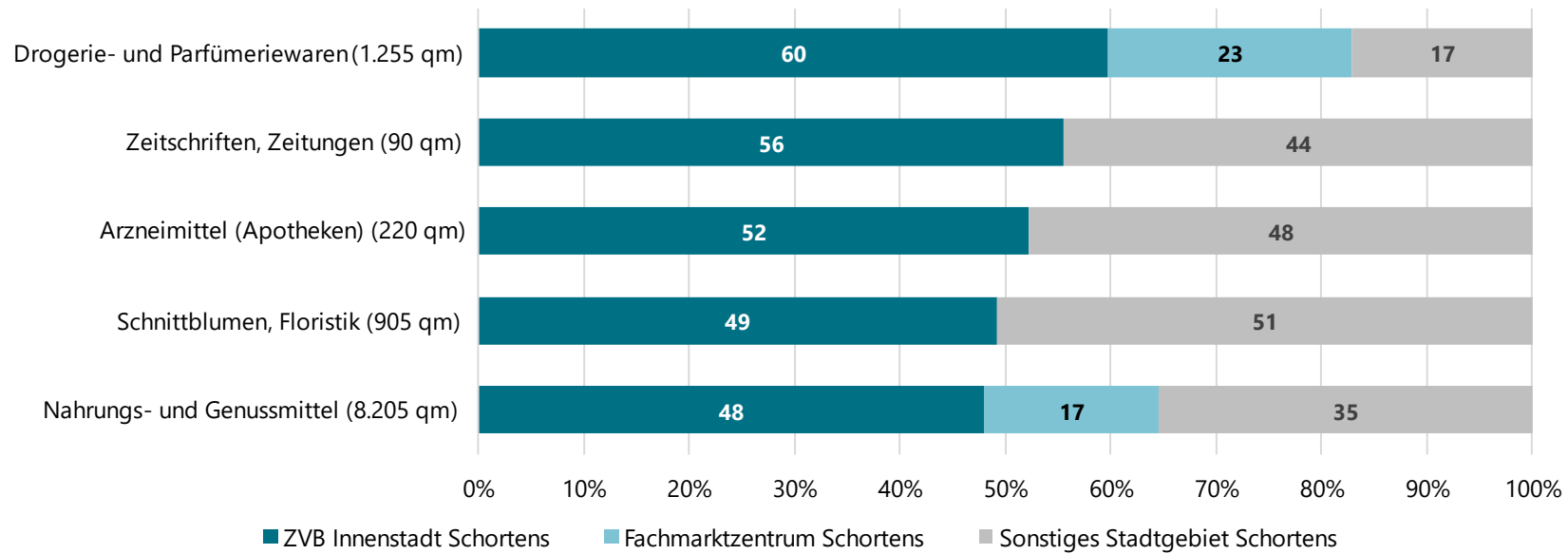
Zudem verfügen die Betriebe, die diese Sortimente anbieten, auf den jeweiligen Verkaufsflächen in der Regel nur über eine im Vergleich zu nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten geringe Flächenproduktivität.

Herleitung und Darstellung der Schortens Sortimentsliste

Nachfolgend werden in Abbildung 28 und Abbildung 29 die Verkaufsflächenanteile des Einzelhandels in der Stadt Schortens für die Sortimente des periodischen und aperiodischen Bedarfs dokumentiert.

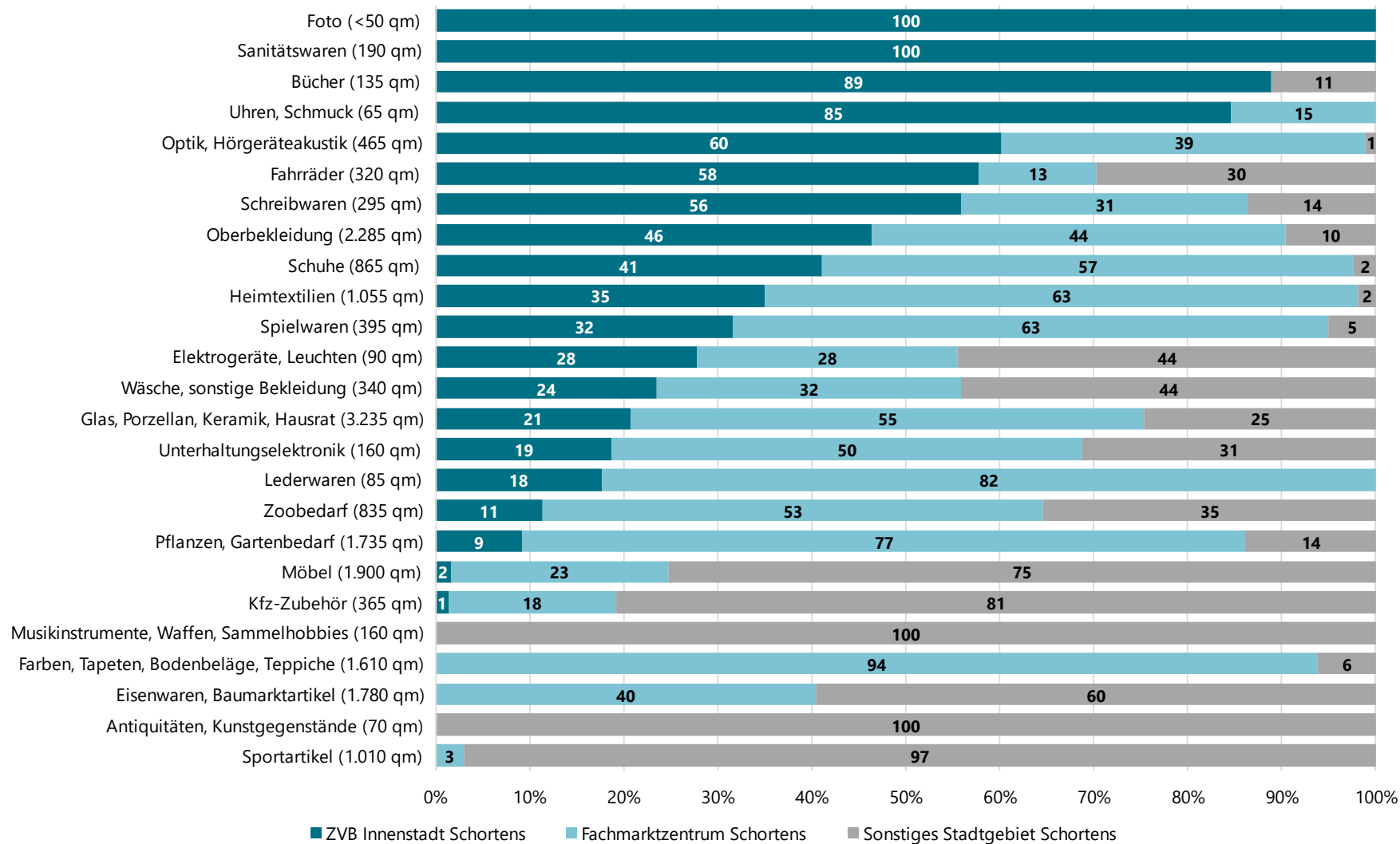
Abbildung 30 stellt darauf aufbauend die abgeleitete ortsspezifische Sortimentsliste für die Stadt Schortens dar.

Abbildung 28: Verkaufsflächenanteile des zentralen Versorgungsbereichs auf Sortimentsebene: periodischer Bedarf



Quelle: cima, 2025 (Rundungsdifferenzen möglich)

Abbildung 29: Verkaufsflächenanteile des zentralen Versorgungsbereichs auf Sortimentsebene: aperiodischer Bedarf



Quelle: cima, 2025 (Rundungsdifferenzen möglich)
 Anmerkung: Kein Einzelhandelsbestand im Sortiment Computer, Büro-/Telekommunikation

Abbildung 30: Sortimentsliste für die Stadt Schortens

Zentrenrelevante Sortimente	
Nahversorgungsrelevante Sortimente (zugleich zentrenrelevant) ▪ Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren (inkl. Getränke) ▪ Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch -, Putz-, Reinigungsmittel) ▪ Parfümerie- und Kosmetikartikel ▪ Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken) ▪ (Schnitt-)Blumen ▪ Zeitungen und Zeitschriften	▪ Bekleidung, Wäsche ▪ Bücher ▪ Computer und Kommunikationselektronik (inkl. Zubehör) ▪ Elektrokleingeräte ▪ Fahrräder und Fahrradzubehör ▪ Foto und Zubehör ▪ Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat ▪ Kunstgegenstände ▪ Lederwaren, Koffer und Taschen ▪ Optik, Akustik ▪ Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf ▪ Sanitätswaren ▪ Schuhe ▪ Spielwaren, Bastelartikel ▪ Sportbekleidung und -schuhe ▪ Ton- und Bildträger ▪ Uhren, Schmuck ▪ Unterhaltungselektronik ▪ Wolle, Kurzwaren, Handarbeit, Stoffe
Nicht-zentrenrelevante Sortimente	
	▪ Antiquitäten ▪ Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad - und Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Be -schläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Holz, Werkzeuge, Metall - und Kunststoffwaren) ▪ Elektrogroßgeräte (inkl. Antennen, Satellitenanlagen) ▪ Erotikartikel ▪ Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge ▪ Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u.a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser, -geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgeräte)Elektrogroßgeräte (inkl. Antennen, Satellitenanlagen) ▪ Heimtextilien, Gardinen/ Zubehör, Bettwäsche ▪ Kfz-Zubehör / Motorrad-Zubehör ▪ Lampen und Leuchten ▪ Matratzen und Bettwaren ▪ Möbel (inkl. Küchen, Büromöbel) ▪ Musikalien, Musikinstrumente ▪ Sport- und Freizeitgroßgeräte (inkl. Angel -, Jagd, Camping- und Reitsportbedarf) ▪ Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel ▪ Waffen

Bearbeitung: cima, 2025

Bestätigung der Sortimentseinteilung der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes 2018

Die folgenden Sortimente sind Leitsortimente von Innenstadt- und Ortskernlagen, so auch in der Stadt Schortens. Die zentrenrelevanten Sortimente sind entweder bereits strukturprägend für den zentralen Versorgungsbereich oder sollen – sofern diese Sortimente überwiegend außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs oder bislang nicht in Schortens angeboten werden – zukünftig in der Innenstadtlage angesiedelt werden. Für folgende Sortimente ergibt sich deshalb, mit Ausnahme einiger redaktioneller Anpassungen der Sortimentsnamen, keine Abweichung von den Sortimentseinteilungen des Einzelhandelskonzeptes:

- Nahrungs- und Genussmittel, Reformwaren (inkl. Getränke)
- Drogerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel)
- Parfümerie- und Kosmetikartikel
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken)
- (Schnitt-)Blumen
- Zeitungen und Zeitschriften

- Bekleidung, Wäsche
- Bücher
- Computer und Kommunikationselektronik (inkl. Zubehör)
- Elektrokleingeräte
- Foto und Zubehör
- Glas, Porzellan und Keramik, Hausrat
- Kunstgegenstände
- Lederwaren, Koffer und Taschen
- Optik und Akustik
- Sanitärwaren
- Schuhe
- Spielwaren, Bastelartikel
- Sportbekleidung und -schuhe
- Ton- und Bildträger
- Uhren, Schmuck

- Unterhaltungselektronik
- Wolle, Kurzwaren, Handarbeit, Stoffe

Die nicht-zentrenrelevanten Sortimente stellen allesamt nicht innenstadt-kerntypische Sortimente dar (z. B. Baumarktartikel, Kfz-Zubehör, Möbel). Gegenwärtig werden die nicht-zentrenrelevanten Sortimente nicht in der Stadt angeboten oder sind aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs nicht für zentrale Standorte geeignet. Folgende Sortimente werden in Schortens ebenso bestätigt (nicht abschließend):

- Antiquitäten
- Baumarktspezifisches Kernsortiment (u. a. Bad- und Sanitäreinrichtungen und -zubehör, Bauelemente, Baustoffe, Beschläge, Eisenwaren, Fliesen, Installationsmaterial, Heizungen, Öfen, Holz, Werkzeuge, Metall- und Kunststoffwaren)
- Elektrogroßgeräte (inkl. Antennen, Satellitenanlagen)
- Farben, Lacke, Tapeten, Teppiche und Bodenbeläge
- Gartenmarktspezifisches Kernsortiment (u.a. Gartenbedarf (z. B. Erde, Torf), Gartenhäuser,-geräte, (Groß-)Pflanzen und Pflanzgeräte)
- Heimtextilien, Gardinen/ Zubehör, Bettwäsche
- Kfz-Zubehör / Motorrad-Zubehör
- Lampen und Leuchten
- Matratzen und Bettwaren
- Möbel (inkl. Küchen und Büromöbel)
- Sport- und Freizeitgroßgeräte (inkl. Angel-, Jagd, Camping- und Reitsportbedarf)

Abweichungen von der bisherigen Sortimentsliste des EHK 2018

Im Vergleich zu der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes¹⁹ wurden primär Anpassungen textlicher Art vorgenommen. Inhaltliche Abweichungen werden nachfolgend erläutert:

■ **Tiernahrung, Tiere und zoologische Artikel** → *(nicht-zentrenrelevant)*:

Nach der bisherigen Sortimentsliste werden Zooartikel (Tiernahrung und Tierpflegemittel) den nahversorgungsrelevanten Sortimenten und Tiermöbel und lebendige Tiere den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet. In der Stadt Schortens wird zoologischer Bedarf jedoch nur zu rd. 11 % (VKF-Anteil) in der Innenstadt angeboten. Hier wird das Sortiment als Randsortiment der Lebensmittelmärkte vertrieben. Der Hauptanbieter DAS FUTTERHAUS befindet sich im Fachmarktzentrum Oldenburger Straße, weiteres Angebot besteht insbesondere über den Anbieter RAIFFEISEN im sonstigen Stadtgebiet. Damit entfaltet das Sortiment keine strukturprägende Wirkung auf den zentralen Versorgungsbereich. Aufgrund der niedrigeren Zentralität in diesem Segment ist es planerisch geboten, dieses Sortiment auch außerhalb der Innenstadt weiterhin anbieten zu können. Das Sortiment Zoologischer Bedarf (inkl. Tiernahrung) wird mittlerweile vor allem in Fachmärkten (neben Baumärkten auch Tierbedarf-Abholmärkte), oftmals auch in nicht-integrierten Lagen angeboten. Die Kundschaft kauft Artikel dieses Sortiments zwecks Bevorratung i. d. R. in größeren Mengen mit dem eigenen Pkw ein. Da aus Sicht der cima bei dieser Entwicklung keine Umkehr zu erkennen ist und so Möglichkeiten zur Ansiedlung oder Erweiterung dieses Sortiments in der Stadt Schortens erhöht werden, wird empfohlen, diese Warengruppe den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen. Es ist dennoch weiterhin erwünscht, dass auch die nicht-zentrenrelevanten Sortimente grundsätzlich in der Innenstadt angesiedelt werden (vgl. Ansiedlungsregeln in Kapitel 7.2)

■ **Fahrräder und Fahrradzubehör** → *(zentrenrelevant)*:

Das Sortiment wird nach der bisherigen Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevant geführt. Aktuell wird das Sortiment mit einem Verkaufsflächenanteil von 58 % jedoch mehrheitlich im zentralen Versorgungsbereich angeboten. Zwei Betriebe an der Menkestraße gewährleisten hier das Angebot und bieten auch dienstleistungsorientierte Nutzungen an (Beratung, Reparaturen). Weitere Verkaufsflächen in diesem Sortiment finden sich insbesondere im sonstigen Stadtgebiet. Das Sortiment entfaltet damit durchaus eine strukturprägende Wirkung im zentralen Versorgungsbereich. Es ist planerischer Wille der Stadt Schortens, das Sortiment künftig in der Innenstadt zu halten und hier Entwicklungsmöglichkeiten zu bieten.

■ **Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf** → *(zentrenrelevant)*:

Das Sortiment wird nach der bisherigen Sortimentsliste als nahversorgungsrelevant geführt. Aktuell wird das Sortiment in der Stadt Schortens insbesondere durch ein Fachgeschäft in der Innenstadtlage und nachrangig in den Nahversorgungsbetrieben angeboten. Das Sortiment entfaltet demnach ebenfalls eine strukturprägende Wirkung auf den zentralen Versorgungsbereich. Das Sortiment wird künftig als zentrenrelevant eingestuft.

■ **Erotikartikel, Waffen, Musikalien/ Musikinstrumente** → *(nicht-zentrenrelevant)*:

Die bisher noch nicht in der Sortimentsliste aufgeführten Sortimente Erotikartikel, Waffen sowie Musikalien / Musikinstrumente werden der Vollständigkeit halber mit bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten aufgeführt.

■ **Baby-/ Kinderartikel** → *(Sortimentsgruppe entfällt)*:

Das Sortiment Baby- und Kleinkinderartikel existiert in der jüngeren cima-Sortimentssystematik nicht mehr und wird auch in der

¹⁹ Gutachten als Grundlage für die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes. Dr. Acocella, 2018.

Schortenser Liste 2025 nicht mehr als eigenes Sortiment geführt. Babybedarf kann je nach Produkt einem passenden Sortiment zugeordnet werden, etwa zu Kfz-Zubehör (z. B. Autokindersitze), Fahrradzubehör (z. B. Fahrradkindersitze), Möbeln, Bekleidung, Heimtextilien oder Spielwaren. Die Zentrenrelevanz richtet sich daher zukünftig nach den übrigen Sortimentszuteilungen.

7.2 Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien

Anhand der Einzelhandelsanalyse konnte verdeutlicht werden, dass in Schortens in verschiedenen Sortimenten der Bedarf für weitere Ansiedlungen oder Verkaufsflächenenerweiterungen besteht. Nachfolgend soll aufgezeigt werden, an welchen Standorten für welche Sortimente Entwicklungspotenziale bestehen. Durch die Schaffung einer möglichst attraktiven Einzelhandelslandschaft mit einem für Grundzentren angemessenen Angebot soll in einigen Sortimenten des periodischen und aperiodischen Bedarfsbereichs die Kaufkraftbindung der eigenen Bevölkerung gesteigert werden.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schortens mittel- bis langfristig zu gewährleisten, sollten zukünftige Planvorhaben am Zentren- und Branchenkonzept bewertet und beurteilt werden.

Mit der Orientierung an den folgenden Ansiedlungs- und Entwicklungsstrategien sollen unternehmerische Initiativen nicht aus der Stadt Schortens getrieben bzw. Konkurrenzen eingedämmt oder vermieden werden. Vielmehr soll es zu einer „gesunden“ Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte innerhalb von Schortens. Wenn es der Stadt Schortens gelingt, sich an diesem Zentrenkonzept zu orientieren, bedeutet dies nicht zuletzt auch Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) zentrenorientierte Entwicklungen und Spielräume.

Für eine schnelle und einfache Umsetzung der Konzeptaussagen sollten die bestehenden B-Pläne entsprechend den Zielvorstellungen des Zentrenkonzeptes (inkl. Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs) angepasst werden.²⁰

Das hier vorgelegte Zentrenkonzept für die Stadt Schortens wurde auf Basis der aktuellen rechtlichen und landesplanerischen Rahmenbedingungen erarbeitet.

Für die unterschiedlichen Sortiments- und Standortkategorien ergeben sich folgende strategische Aussagen:

Nahversorgungsrelevante Sortimente

- Im Grundzentrum Schortens ist die Ansiedlung von groß- und kleinflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten auf den zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren. Planvorhaben bedürfen ggf. einer nachzuweisenden Verträglichkeit.
- Eine Nahversorgungsfunktion im sonstigen Stadtgebiet wird über mehrere Lebensmittelbetriebe in Solitärlage gestellt. Es gilt aus gutachterlicher Sicht, diese aufrecht zu erhalten und zu stärken. Hierzu sei auf die planerische Anwendung der Prüfung einer wohnortbezogenen Nahversorgung bzw. der Ausnahmeregelung vom Integrationsgebot gemäß LROP verwiesen (nähere Ausführungen in Kapitel 10.6).
- Neue Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind ausnahmsweise nur an Standorten mit Wohnbezug und zur Schaffung einer fußläufigen Nahversorgung bzw. zur Verbesserung der Nahversorgungssituation zu entwickeln. Diese bedürfen einer nachzuweisenden Verträglichkeit. Dorfläden oder ähnliche Betriebe zur Grundversorgung von Ortsteilen unterliegen grundsätzlich nicht dieser Nachweispflicht.
- Eine weitere Entwicklung der Nahversorgung an nicht-integrierten Standorten ist konzeptionell nicht vorgesehen.

²⁰ Das Gutachten der cima ersetzt keine rechtsförmliche Beratung. Die cima empfiehlt, zu Rechtsangelegenheiten, die sich im Zusammenhang mit diesem Gutachten und Gegenständen ihrer Beratung ergeben, stets die Beratung von Rechtsdienstleistern einzuholen.

- Primäres Ziel: Sicherung und Weiterentwicklung der Nahversorgung für einen möglichst großen Teil der Bevölkerung.

Zentrenrelevante Sortimente

- Ansiedlungen und Erweiterungen groß- und kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollen priorisiert auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Schortens konzentriert werden. Planvorhaben bedürfen ggf. einer nachzuweisenden Verträglichkeit.
- Konzeptionell ist eine Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs grundsätzlich nicht vorgesehen, ausnahmsweise nach vorheriger Einzelfallprüfung aber kleinflächig in sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen mit direktem Wohnbezug möglich.
- Eine weitere Entwicklung von zentrenrelevanten Sortimenten an nicht-integrierten Standorten ist konzeptionell nicht vorgesehen.
- Bei Neuansiedlungen als Randsortiment großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gilt in Anlehnung an das LROP eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.
- Primäres Ziel: Entwicklung eines attraktiven und langfristig wettbewerbsfähigen zentralen Versorgungsbereichs in der Innenstadt der Stadt Schortens.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Bei möglichen Ansiedlungen und Erweiterungen groß- und kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten soll ebenfalls zunächst geprüft werden, ob diese im zentralen Versorgungsbereich als sinnvolle Ergänzung angesiedelt werden

können. Planvorhaben bedürfen ggf. einer nachzuweisenden Verträglichkeit.

- In solitären Nahversorgungsstandorten sind Nachnutzungen der bestehenden Betriebe nicht-zentrenrelevanter Art kleinflächig und großflächig möglich.
- In sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen mit direktem Wohnbezug sind Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten ausnahmsweise nach einer Einzelfallprüfung möglich.
- Im Fachmarktzentrum Oldenburger Straße ist die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten großflächig möglich und zu priorisieren. Es gilt in Anlehnung an das LROP eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.
- In sonstigen nicht-integrierten Standorten und Gewerbegebieten sind Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten kleinflächig und ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung großflächig zulässig. Bestehenden Betrieben werden zur Anpassung an die Marktbedingungen Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt.
- Bei Neuansiedlungen großflächiger Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs gilt in Anlehnung an das LROP eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.
- Primäres Ziel: Sicherung einer Grundversorgung mit aperiodischen, nicht-zentrenrelevanten Sortimenten an zentralen, gut erreichbaren Standorten, sodass zusätzliche Einkaufsverkehre zu neuen, diffusen Standorten vermieden werden.

Abbildung 31: Übersicht der Ansiedlungsregeln (geltend für Neuansiedlungen und Erweiterungen bestehender Einzelhandelsbetriebe)

	Zentrenrelevante Hauptsortimente		Nicht-zentrenrelevante Hauptsortimente
	Nahversorgungsrelevante Hauptsortimente		
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Schortens	großflächig möglich*	großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung*	großflächig möglich*
weitere Standortkategorien			
Solitäre Nahversorgungsstandorte	großflächig möglich, wenn Kriterien der wohnotbezogenen Nahversorgung bzw. Ausnahmeregelung des Integrationsgebots gem. LROP eingehalten werden**	keine Ansiedlung	bei Nachnutzung kleinflächig und großflächig möglich**
siedlungsstrukturell integrierte Lagen (mit direktem Wohnbezug)	kleinflächig und ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung ggf. großflächig möglich**	grundsätzlich keine Ansiedlung, ausnahmsweise nach vorheriger Prüfung kleinflächig möglich**	ausnahmsweise möglich nach Einzelfallprüfung**
Fachmarktzentrum Schortens	keine Ansiedlung***	keine Ansiedlung***	großflächig möglich, prioritäre Ansiedlung*
Sonstige nicht integrierte Standorte (u. a. Gewerbegebiete)	keine Ansiedlung***	keine Ansiedlung***	kleinflächig und ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung ggf. großflächig möglich **/****

Bei allen Vorhaben sind die Vorgaben der Landesraumordnung Niedersachsen (LROP) zu beachten.

Generell ist zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe Bestandsschutz genießen.

Ansiedlungen von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren Anbietern (z. B. Hofläden, Tankstellen) zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind generell möglich.

Im raumordnerischen Sinne von Agglomerationswirkungen müssen außerhalb städtebaulich integrierter Lagen mehrere räumlich konzentrierte nicht-großflächige Betriebe, von denen zusammen raumbedeutsame Wirkungen ausgehen oder ausgehen können, einer Zusammenschau unterzogen werden und gelten somit gemeinsam als großflächiger Einzelhandel.

*) ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich

**) ggf. Verträglichkeitsuntersuchung erforderlich sowie Einschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente. Die Ziele der Landesraumordnung sind zu beachten.

***) ausnahmsweise zulässig: Einzelhandel im Zusammenhang mit Handwerks- oder Produktionsbetrieben (Direktvermarktung) mit deutlich untergeordneter, in jedem Fall aber kleinflächiger VKF zentrenrelevanter bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente.

****) Gemäß EuGH-Urteil vom 30.01.2018 (C-31/16 und C-360/15) ist ein genereller Ausschluss von kleinflächigem Einzelhandel für Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten nicht zulässig.

Quelle: cima, 2025

7.2.1 Ansiedlungsstrategien für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Schortens

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Schortens soll langfristig entwickelt und attraktiv aufgestellt werden. Ziel ist der Erhalt und die Stärkung der Zentrums- und Versorgungsfunktion. Um dies erreichen zu können, sind innerörtliche Entwicklungen zukünftig prioritär auf diesen Bereich zu konzentrieren. Zur Etablierung und Positionierung der Zentrums- lage sollen Neuansiedlungen und Erweiterungen von Betrieben vor allem mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten zukünftig gezielt hier stattfinden, sofern sie raumordnerisch verträglich sind.

Die cima empfiehlt für den zentralen Versorgungsbereich die folgende Strategie:

- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen zentrenrelevanter Sortimente sollen gezielt und prioritär hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente sollen hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sollen ebenfalls, wenn möglich und im Einzelfall sinnvoll, hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind.

Bei potenziellen neuen Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich darauf zu achten, dass sie eine sinnvolle Ergänzung der bestehenden Angebote darstellen. Eine ansprechende und zeitgemäße, gestalterische Umsetzung neuer Entwicklungen sollte ebenso berücksichtigt werden wie die Sicherstellung der verkehrlichen Erreichbarkeit. Kombiniert werden sollten Einzelhandelsbetriebe mit komplementären Nutzungen.

²¹ Die Begrifflichkeit ist klar abzugrenzen von den im LROP definierten „städtebaulich integrierten Lagen“, die lediglich Lagen definieren, die „im engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des § 2 Abs. 2 und § 9

7.2.2 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Mit dieser Lagekategorie sind die solitären Nahversorgungsstandorte in Heidmühle (EDEKA, ALDI), Graftschaft (NAH UND GUT) sowie Roffhausen (potenzieller Lebensmittelmarkt) gemeint.²¹

Die Standorte übernehmen (z. T. potenziell) eine wichtige Nahversorgungsfunktion insbesondere für die umliegende Wohnbevölkerung.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- An den solitären Nahversorgungsstandorten ist die Ansiedlung zentrenrelevanter Sortimente auszuschließen.
- Erweiterungen nahversorgungsrelevanter Sortimente der bestehenden Betriebe sind nach Einzelfallprüfung möglich. Der Nachweis der baurechtlichen und raumordnerischen Verträglichkeit (insb. wohnortbezogene Nahversorgung gemäß LROP bzw. Ausnahmeregelung vom Integrationsgebot gem. LROP und Nichtschädigung der bestehenden integrierten Nahversorgungsbetriebe) ist durch Einzelfallprüfung an den Standorten zu erbringen (nähere Darlegungen im Kapitel 10.6).
- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist bei Nachnutzung eines Betriebes und nach Einzelfallprüfung sowohl kleinflächig als auch großflächig möglich. Hinzuweisen ist in Anlehnung an das LROP auf eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.

Die bestehenden Betriebe genießen an den solitären Nahversorgungsstandorten Bestandsschutz, unterliegen jedoch - anders als ein zentraler Versorgungsbereich - keinem besonderen baurechtlichen Schutz. Die konkrete Verträglichkeit von großflächigen Erweiterungsvorhaben oder ggf. greifende Ausnahmeregelungen müssen durch ein gesondertes Gutachten geprüft werden.

Abs. 2a BauGB“ (Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP 2017, S. 47) stehen.

7.2.3 Ansiedlungsstrategien für sonstige siedlungsstrukturell integrierte Lagen mit direktem Wohnbezug

Mit dieser Lagekategorie sind siedlungsstrukturell integrierte Lagen gemeint, die etwa unmittelbar in Wohngebiete integriert sind oder bei denen ein klarer Zusammenhang zu im Umfeld anschließenden Wohngebieten besteht.²²

Auch in den sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen kann die Ansiedlung von Einzelhandel zielführend sein, beispielsweise um eine ergänzende Nahversorgungsfunktion für die umgebende Wohnbevölkerung zu übernehmen. Von Lebensmittelhandwerk und vergleichbaren kleinflächigen Anbietern zur Deckung der wohnortnahen Grundversorgung sind in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder übrige Nahversorgungsstrukturen zu erwarten.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Grundsätzlich sollte die Neuansiedlung zentrenrelevanter Sortimente im zentralen Versorgungsbereich erfolgen. In sonstigen siedlungsstrukturell integrierten Lagen ist sie grundsätzlich nicht vorgesehen, aber ausnahmsweise nach vorheriger Einzelfallprüfung kleinflächig möglich.
- Ausnahmsweise sind Neuansiedlungen nahversorgungsrelevanter Sortimente in siedlungsstrukturell integrierter Lage nach Einzelfallprüfung möglich. Sie sollten zur Schaffung oder Verbesserung einer fußläufigen Nahversorgung nur in direkter Nähe zu Wohn- und bevölkerungsstarken Mischgebieten entstehen. Der Nachweis der baurechtlichen und raumordnerischen Verträglichkeit (insb. Nichtschädigung der bestehenden integrierten Nahversorgungsbetriebe) ist durch Einzelfallprüfung zu erbringen.

²² Die Begrifflichkeit ist klar abzugrenzen von den im LROP definierten „städtebaulich integrierten Lagen“, die lediglich Lagen definieren, die „im engen räumlichen und funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Versorgungsbereichen im Sinne des § 2 Abs. 2 und § 9

- Bei der Ansiedlung von Lebensmittelhandwerk (Bäckereibetrieb, Fleischereibetrieb etc.) und vergleichbaren kleinflächigen Anbietern mit prioritärer wohnortnaher Grundversorgungsfunktion sind in der Regel keine schädlichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbe- reich zu erwarten.
- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung zulässig. Jedoch sollten hierbei insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit und Vereinbarkeit mit der Wohnfunk- tion beachtet werden.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

7.2.4 Ansiedlungsstrategien für das Fachmarktzentrum Oldenburger Straße Schortens

Das Fachmarktzentrum Oldenburger Straße soll als prioritärer Standort für nicht-zentrenrelevante Sortimente vorgesehen werden.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Groß- und kleinflächige Ansiedlungen und Erweiterungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente sollen, wenn möglich und im Einzelfall sinnvoll, prioritär hier stattfinden, wenn sie raumordnerisch im Einzelfall verträglich sind. Es gilt in Anlehnung an das LROP eine Beschränkung zentrenrelevanter Sortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² maximal.

Abs. 2a BauGB“ (Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP 2017, S. 47) stehen.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

7.2.5 Ansiedlungsstrategien für sonstige nicht-integrierte Standorte

Diese Kategorie umfasst Ortsrandlagen sowie weitere nicht-integrierte Lagen in der gesamten Stadt Schortens. Nicht-integrierte Lagen weisen keinen oder nur einen sehr geringen Wohnbezug auf.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen.
- Die Ansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente ist ausnahmsweise nach Einzelfallprüfung zulässig. Jedoch sollten hierbei insbesondere die verkehrliche Erreichbarkeit und Bündelung mit anderen Einkaufsstandorten beachtet werden.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

7.2.6 Ansiedlungsstrategien für Gewerbegebiete

Diese Kategorie umfasst ausgesprochene Gewerbegebiete ohne nennenswerten Einzelhandel in der Stadt Schortens.

Die cima empfiehlt für diese Standorte die folgende Strategie:

- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen, da Gewerbegebiete grundsätzlich gewerblichen Nutzungen vorbehalten werden sollen.

- Neuansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten im Hauptsortiment sind auszuschließen, da Gewerbegebiete grundsätzlich gewerblichen Nutzungen vorbehalten werden sollen.
- Die Neuansiedlung nicht-zentrenrelevanter Sortimente in Gewerbegebieten soll möglichst nicht stattfinden. Ausnahmsweise sind Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten nach Einzelfallprüfung zulässig. Für bestehende Betriebe werden Erweiterungsmöglichkeiten eingeräumt.

Als unproblematisch schätzt die cima grundsätzlich kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel sowie Verkaufseinrichtungen in unmittelbarem Zusammenhang mit einem Handwerks-, Produktions-, Wartungs-, Reparatur- oder Dienstleistungsbetrieb ein, solange diese auf einer deutlich untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind. Auch dem Verkauf von Brennstoffen oder Kraftfahrzeugen, der nicht zum Einzelhandel im engeren Sinne gerechnet wird, kann in den Gewerbegebieten zugestimmt werden.

Allgemein ist anzumerken, dass bereits bestehende Betriebe an ihren Standorten Bestandsschutz genießen.

8 Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende kommunale Einzelhandelskonzept für die Stadt Schortens trifft Aussagen zu den standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten innerhalb der unterschiedlichen Standortkategorien. Basierend auf den Konzeptaussagen sollen zukünftige Einzelhandelsansiedlungen gezielt gesteuert und für die bestehenden Einzelhandelsstrukturen verträglich gestaltet werden. In Zukunft sollen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes in die Bauleitpläne der Stadt Schortens übernommen werden und Planungen sich an diesen orientieren.

Um eine nachhaltige Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schortens mittel- bis langfristig zu gewährleisten, ist es aus Sicht der cima notwendig, das vorgelegte Einzelhandelskonzept in den zuständigen Gremien als städtebauliches Entwicklungskonzept (im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB) zu beschließen.

Durch den Beschluss des Konzeptes wird nicht ausgeschlossen, dass einzelne Projekte auch weiterhin einer Einzelfallbetrachtung unterzogen werden können. Allerdings ist festzuhalten, dass die „Hürde“ für solche Projekte mit dem Beschluss des Einzelhandelskonzeptes höher wird und ein Abweichen vom Konzept nur mit einem erhöhten Begründungsaufwand erfolgen kann. Die Beurteilung von Einzelfällen erfolgt auf der Grundlage der Kriterien und Ziele des Einzelhandelskonzeptes. Eine dauerhafte Nichtbeachtung kann dazu führen, dass das Konzept nicht mehr abwägungsrelevant ist.

Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs sollte in regelmäßigen Abständen überprüft, aber nur hinreichend begründet um weitere Bereiche ergänzt werden. Eine Verkleinerung des zentralen Versorgungsbereichs ist bei Funktionsverlusten in den Randbereichen hingegen denkbar. Grundlage für die Einordnung der cima war die Ist-Situation zum Zeitpunkt der Bestandserhebung.

Das Einzelhandelskonzept ist die notwendige Grundlage für rechtssichere Bebauungsplanfestsetzungen hinsichtlich der Sortiments- und Verkaufsflächenbeschränkungen an bestimmten Standorten. Als informelles Planungsinstrument kann es jedoch lediglich den Entwicklungsrahmen und die notwendigen Begründungen vorgeben und ersetzt nicht die baurechtliche Steuerung von Vorhaben. Es muss eine Umsetzung der standortbezogenen Empfehlungen durch Überarbeitung der entsprechenden Bebauungspläne bzw. die Aufstellung von einfachen Bebauungsplänen erfolgen. Dabei sollte sich grundsätzlich auf die Liste der zentrenrelevanten, nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimente (Sortimentsliste) für die Stadt Schortens bezogen werden.

Notwendig beim Ausschluss einzelner Sortimente im Bebauungsplan ist der Bezug auf das Einzelhandelskonzept bzw. auf die Sortimentsliste der Stadt Schortens, die auch gleichzeitig Bestandteil der Begründung des Bebauungsplans sein sollte. Bei großflächigen Einzelhandelsansiedlungen empfiehlt die cima darüber hinaus auf den Einzelfall bezogene Verträglichkeitsuntersuchungen (nach § 11 Abs. 3 BauNVO), in deren Rahmen auch die Vereinbarkeit mit dem kommunalen Einzelhandelskonzept und den Zielen der Raumordnung und Landesplanung überprüft werden muss.

Bei der Überarbeitung der Bebauungspläne ist generell zu beachten, dass die bestehenden Einzelhandelsbetriebe selbstverständlich Bestandsschutz genießen. Ferner bezieht sich der Ausschluss nicht auf den Handel mit Kraftfahrzeugen. Dieser ist nicht dem Einzelhandel im engeren Sinne zuzurechnen. Darüber hinaus sollten Verkaufseinrichtungen in Verbindung mit Produktions- und Handwerksbetrieben (z. B. Direktverkauf) weiterhin zulässig sein, sofern diese auf einer deutlich untergeordneten Betriebsfläche eingerichtet sind (sogenanntes Handwerkerprivileg).

Um keine Entwicklungen zuzulassen, die den formulierten Zielsetzungen entgegenstehen, empfiehlt es sich, gefährdete Bereiche, d. h. die Bereiche, die einem akuten Ansiedlungs- oder Handlungsdruck unterliegen, genau

zu bestimmen und vorrangig zu bearbeiten. Dies können vom Grundsatz her Gebiete im beplanten Innenbereich (gemäß § 30 BauGB) und im unbeplanten Innenbereich (gemäß § 34 BauGB) sein. Bei Letzteren ist die Aufstellung von Bebauungsplänen zu überprüfen (§ 9 Abs. 2a BauGB). Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB Möglichkeiten auf, ungewünschte Einzelhandelsansiedlungen in diesen Bereichen bei Anfrage auszuschließen.

Der Ausschluss sämtlicher Einzelhandelsflächen entlang gefährdeter Bereiche ist u. U. nicht vollständig möglich und oft personell und finanziell in der Verwaltung nicht leistbar. Insbesondere in Mischgebieten (aber auch darüber hinaus) sind kleinflächige Einzelhandelsansiedlungen möglich. Es besteht jedoch auch in Mischgebieten die Möglichkeit, zum Schutz und zur Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen. Jedoch sollte auch hier auf das Einzelhandelskonzept und auf die für die Stadt Schortens geltende Liste zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente Bezug genommen werden. Für einen akuten Fall stehen im Baurecht auch die Möglichkeiten einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) und Zurückstellung von Baugesuchen (§ 15 BauGB) zur Verfügung.

Mit der Orientierung am vorgelegten Einzelhandelskonzept sollen weder unternehmerische Initiativen noch Wettbewerbsbetriebe grundsätzlich eingedämmt oder verhindert werden. Vielmehr soll es aber zur gesunden Konkurrenz der Unternehmen untereinander kommen und nicht zu einer Konkurrenz der Standorte. Wenn es der Stadt Schortens gelingt, sich (auch politisch) auf dieses Einzelhandelskonzept festzulegen, bedeutet dies folglich Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen in den Zentren und den übrigen Einzelhandelslagen.

9 Online-Befragung

Um das Meinungsbild der Bevölkerung einzufangen und sie in die Erstellung des Einzelhandelskonzeptes einzubinden, wurde im Zeitraum vom 14. Oktober bis zum 28. Oktober 2024 eine Online-Befragung durchgeführt. Insgesamt wurde eine Stichprobengröße (n) von 223 Befragten erreicht. 85 % dieser Befragten beantworteten den Online-Fragebogen bis zum Ende. Die übrigen Befragten beantworteten einen Teil der Fragen.

Die Befragung hat nicht den Anspruch einer Repräsentativbefragung. Dennoch können wichtige Erkenntnisse aus den Befragungsergebnissen für einzelne Untersuchungsbausteine abgeleitet werden.

Der Fragebogen, den die cima entwickelt und mit der Stadt Schortens abgestimmt hat, konnte online ausgefüllt werden.

Die Befragung wurde u. a. in der lokalen Presse aktiv beworben.

Ziel der Befragung war es, Erkenntnisse über die Einkaufsorientierung und Zufriedenheit mit den Einkaufsmöglichkeiten und den Angeboten in der Stadt Schortens zu erhalten. Schwerpunkte der Befragung lagen auf der Einkaufsorientierung und -häufigkeit im Hinblick auf die Innenstadt sowie der Bewertung diverser Eigenschaften der Innenstadt. Auch die standort-übergeordnete Bewertung des Einzelhandels- und Nahversorgungsangebotes wurde abgefragt. Thematisch gliederte sich die Befragung in folgende Bereiche:

- Bewertung des Einzelhandelsangebotes insgesamt,
- Verkehrsmittelwahl,
- Einkaufsverhalten und -orientierung.

Die Ergebnisse der Befragung wurden von der cima grafisch aufbereitet, die Kernergebnisse textlich zusammengefasst. Alle im Text oder in den Abbildungen ausgewiesenen Werte sind als circa-Werte zu verstehen. Diese können geringfügig von den Werten der Rohdaten abweichen (z. B. durch Rundungen).

Um eine größere Übersichtlichkeit zu gewährleisten, wurde in vielen Fällen nur eine Zusammenstellung der häufigsten Nennungen aufbereitet. Abweichungen durch die Anzahl der Befragten und der Teilnehmendenzahl an den unterschiedlichen Fragen sind durch die Angaben „weiß nicht/keine Angabe“ sowie die Vollständigkeit der Beantwortungen bedingt.

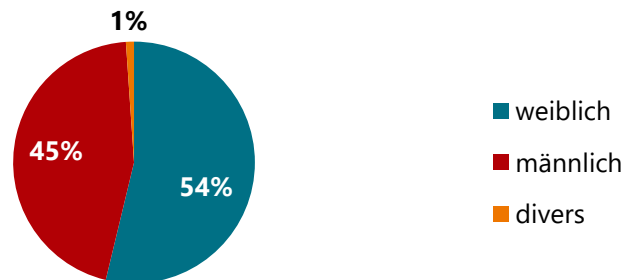
9.1 Ergebnisse der Online-Befragung

Geschlecht und Alter der Befragten

Um die soziodemographische Struktur der Befragten festzustellen und die vorliegende Bevölkerungsstruktur der Befragung mit der tatsächlich vorliegenden Bevölkerungsstruktur in der Stadt Schortens vergleichen zu können, wurden Fragen zu Geschlecht und Alter der Befragten gestellt.

Abbildung 32: Geschlecht der Befragten

Welchem Geschlecht ordnen Sie sich zu?

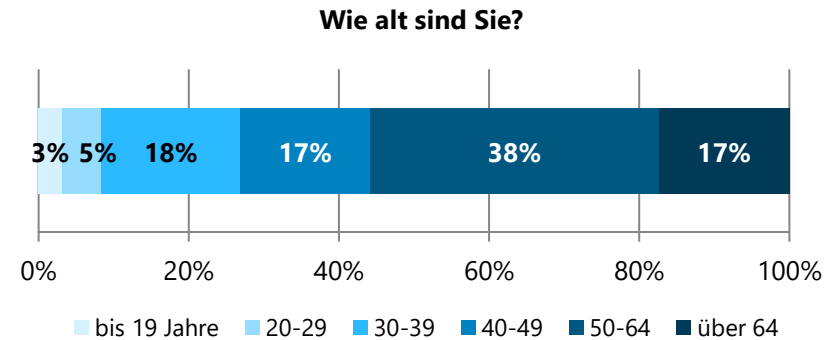


Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), rundungsbedingte Abweichungen; n = 191)

- Rd. 54 % der Befragten sind weiblich.
- Rd. 45 % der Befragten sind männlich.

Gemäß dem Landesamt für Statistik Niedersachsen waren am 31.12.2023 in der Stadt Schortens 51 % der Bevölkerung weiblich und 48 % männlich. Damit sind die weiblichen Befragten in der Online-Befragung leicht überrepräsentiert.

Abbildung 33: Altersstruktur der Befragten



Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), n = 190

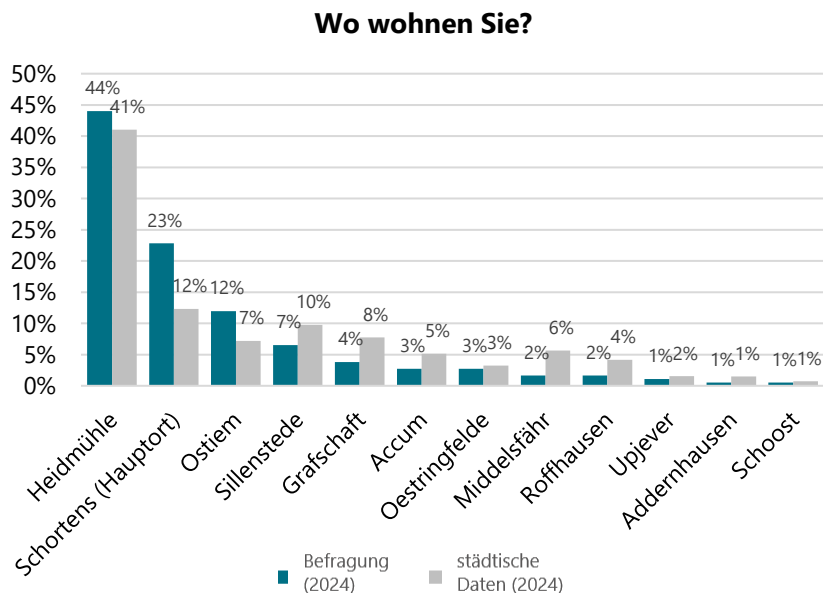
- Die Altersklasse mit den meisten Teilnehmenden ist die der 50- bis 64-Jährigen (ca. 38 %), gefolgt von den 30- bis 39-Jährigen (ca. 17 %).
- 17 % der Befragten sind über 64 Jahre alt.
- 8 % der Befragten sind unter 29 Jahre alt.

Gemäß dem Landesamt für Statistik Niedersachsen waren im Jahr 2023 in der Stadt Schortens 17 % der Bevölkerung unter 18 Jahren, 10 % zwischen 18 und 29 Jahren, 47 % zwischen 30 und unter 65 Jahren und 26 % in der Altersklasse 65 Jahre oder älter. Damit ist in der Online-Befragung insbesondere der Anteil der unter 18-Jährigen und der über 65-Jährigen unterrepräsentiert.

Wohnort der Befragten

Zum Zweck der Repräsentativitätsprüfung wurde zudem der Wohnort abgefragt. So können abweichende räumliche Einkaufsverhaltensmuster abgeleitet werden.

Abbildung 34: Wohnort der Befragten



Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), rundungsbedingte Abweichungen, n = 184

- Rd. 23 % der Befragten wohnen im Schortenser Kernort, 44 % in Heidmühle, 12 % der Befragten wiederum in Ostiem
- Der Rest der Befragten (rd. 21 %) verteilt sich auf die restlichen Ortsteile der Stadt Schortens.

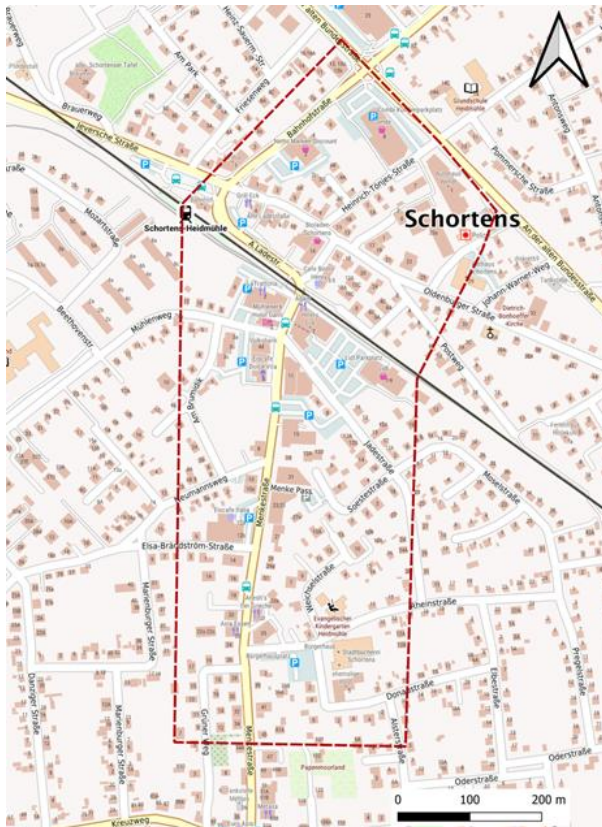
Nach Bevölkerungsdaten der Stadt Schortens (27.06.2024) wohnen circa 12 % der Bevölkerung im Kernort Schortens, circa 41 % im Ortsteil Heidmühle und 7 % im Ortsteil Ostiem. Die restliche Bevölkerung verteilt sich auf die übrigen Ortsteile. Somit bestehen kleinere Abweichungen des Wohnortes zwischen der Befragung und der tatsächlichen Bevölkerungsstruktur.

Die Repräsentativität der Befragung ist aufgrund der absoluten Stichprobengröße nicht gegeben. Bei der Bevölkerungsstruktur (Geschlecht, Alter, Wohnort) sind Abweichungen der Befragten von der tatsächlichen Struktur in der Stadt Schortens zu beobachten. Die jeweiligen Abweichungen zwischen den städtischen Daten und den Befragungsdaten sind der Abbildung 34 zu entnehmen.

Abgrenzung der Innenstadt in der Befragung

Um das räumliche Einkaufsverhalten der Befragten nachvollziehen zu können, wurden verschiedene Fragen zur Innenstadtlage in die Befragung eingebaut. Die Innenstadt wurde für die Befragung schematisch wie folgt abgegrenzt (Abb. 35).

Abbildung 35: Schematische Abgrenzung der Innenstadtlage

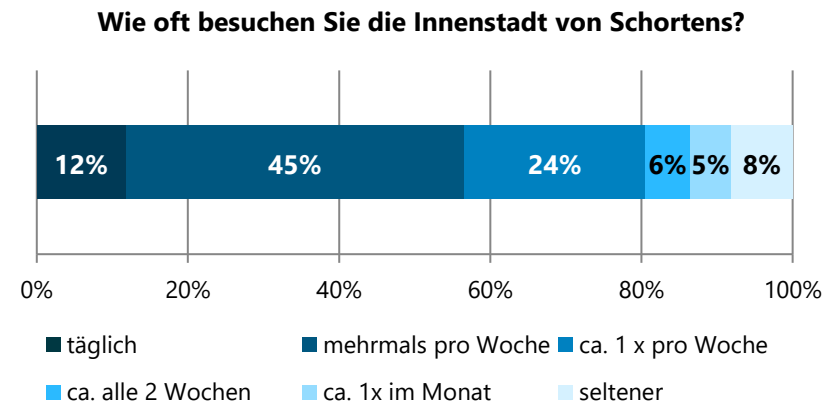


Kartengrundlage: © GeoBasis DE/ BKG, 2025
Bearbeitung: cima, 2025

Besuchshäufigkeit in der Innenstadtlage von Schortens

Die Zyklen, in denen Standorte in Schortens besucht werden, geben Aufschluss über die grundsätzliche Frequenz sowie die Art des Angebots. Insbesondere klassische Nahversorgungsbetriebe fungieren oftmals als (täglich aufgesuchte) frequenzbringende Betriebe (Abb. 36).

Abbildung 36: Besuchshäufigkeit der Innenstadt von Schortens



Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), n = 221

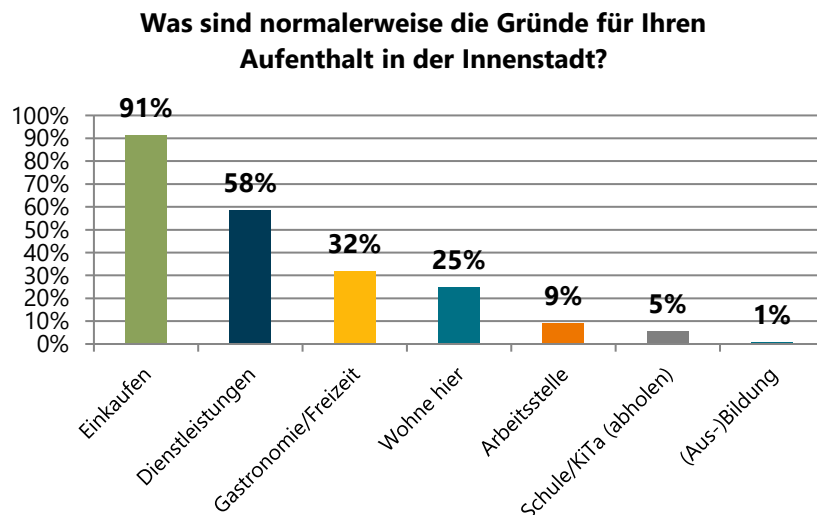
- Rd. 81 % der Befragten besuchen die Innenstadt von Schortens mindestens einmal pro Woche (2017: 87 %)
- Rd. 13 % der Befragten besuchen die Innenstadt circa einmal im Monat oder seltener

Insgesamt zeigt sich, dass die Innenstadt von etwa 81 % der Befragten mindestens einmal pro Woche aufgesucht wird. In der Innenstadtlage konzentrieren sich insbesondere die Nahversorgungsbetriebe in der Stadt, weswegen die Lage weiterhin regelmäßig von Kundschaft aus Schortens zum Einkauf frequentiert wird.

Aufenthaltsgründe in der Innenstadt von Schortens

Neben der Häufigkeit des Standortbesuchs sind die Aufenthaltsgründe für den Besuch der Innenstadt von Bedeutung. Diese geben Aufschluss über die Ausstattung der Innenstadt mit verschiedenen Funktionen (Abb. 37).

Abbildung 37: Aufenthaltsgründe in der Innenstadt



Quelle: cima, 2025 (Mehrfachnennungen möglich), n = 190

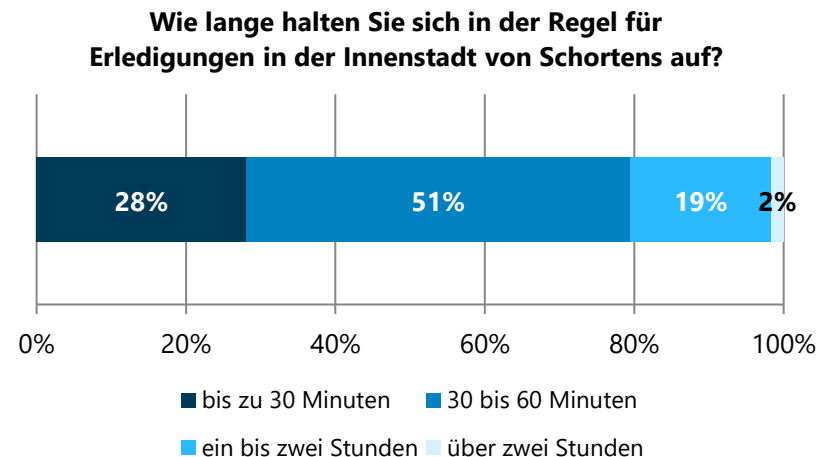
- Die Innenstadt wird von den Befragten vorwiegend zum Einkauf (91 %) und für Dienstleistungen (58 %) aufgesucht. Die Gastronomie/Freizeit als Aufenthaltsgrund spielt für 32 % der Befragten ebenfalls eine Rolle.
- Mit einem Anteil von 25 % der Befragten ist die Innenstadt gleichzeitig auch als Wohnort eingestuft.
- 5 % der Befragten besuchen die Innenstadt zum Abholen der Kinder aus der Schule bzw. KiTa.
- 10 % gaben an, die Innenstadt aufgrund der Arbeitsstelle bzw. der (Aus-) Bildung zu besuchen.

Das Befragungsergebnis verdeutlicht, dass die Innenstadt von Schortens unterschiedliche Aufenthaltsgründe der Befragten aufweist und gemäß der vorliegenden Ausstattung auch sich ergänzende Funktionen erfüllt. Der Einzelhandel übernimmt dabei insbesondere durch frequenzschaffende Nahversorger eine stark dominierende Rolle.

Aufenthaltsdauer in der Innenstadt von Schortens

Über die Aufenthaltsdauer lässt sich ermitteln, ob die Innenstadt für zielstrebige und schnelle Tätigkeiten besucht wird oder zum längeren Aufenthalt einlädt (Abb. 38).

Abbildung 38: Aufenthaltsdauer in der Innenstadt



Quelle: cima, 2025, n = 185

- Die Mehrheit der Befragten hält sich für Erledigungen in der Innenstadt unter eine Stunde dort auf. Dies trifft auf rd. 79 % der Befragten zu (2017: 74 %).

Die Angaben der Befragten verweisen auf eine eher durchschnittliche bzw. geringere Aufenthaltsdauer in der Innenstadt. Es kann geschlossen werden, dass die Befragten überwiegend zielstrebig ihre Erledigungen bzw. Versorgungseinkäufe verrichten und sich zwischendurch oder anschließend nicht übermäßig lange weiter in der Innenstadt aufhalten.

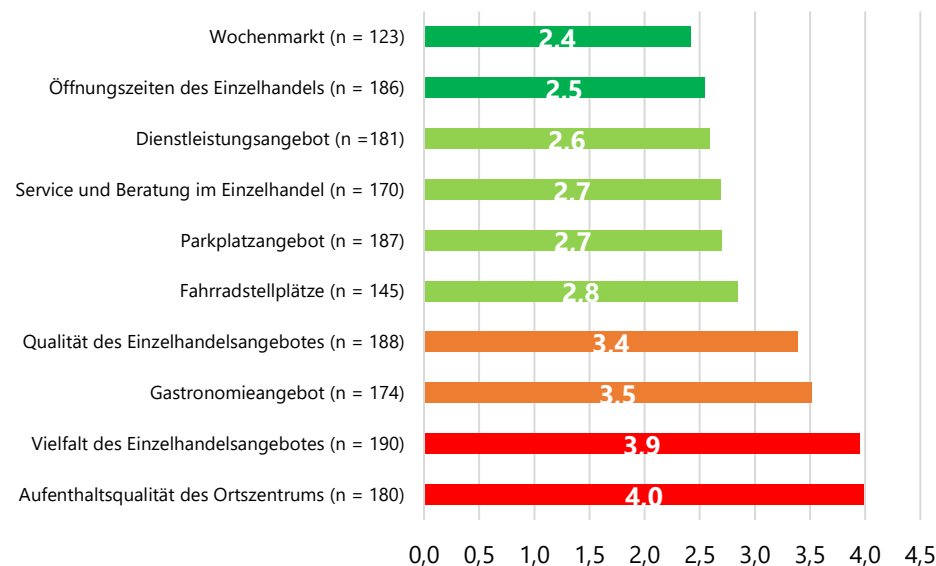
Bewertung der Innenstadt von Schortens

Um jeweilige Stärken und Schwächen der Innenstadt abzubilden, wurden die Befragten nach einer Bewertung von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend) auf der Schulnotenskala für einzelne Eigenschaften gebeten (Abb. 39).

- Insgesamt sind in der Innenstadt von Schortens Durchschnittsnoten zwischen 2,4 (Wochenmarkt) und 4,0 (Aufenthaltsqualität) festzustellen. In Teilen lassen sich aus der Benotung deutliche Verbesserungspotenziale ableiten.
- Positiv werden mit Durchschnittsnoten unter 3,0 vor allem die Öffnungszeiten des Einzelhandels, das Dienstleistungsangebot sowie Service und Beratung im Einzelhandel bewertet. Hier spiegelt sich der Einkauf als Hauptgrund für den Innenstadtbesuch bei den Befragten wider. Auch das Parkplatzangebot und das Angebot an Fahrradstellplätzen wurde grundsätzlich und vergleichsweise gut bewertet. Besonders positiv wird der Wochenmarkt bewertet, wenngleich dieser von einer geringeren Anzahl der Teilnehmenden bewertet wurde.
- Negativ werden mit Durchschnittsnoten über 3,5 vor allem die Aufenthaltsqualität, die Vielfalt des Einzelhandelsangebotes sowie das Gastronomieangebot bewertet. Der Besuch der Innenstadt aufgrund der Gastronomie wurde nur von rd. einem Drittel der Befragten als Hauptgrund eingeordnet.

Abbildung 39: Bewertung der Innenstadt

Bitte vergeben Sie für folgende Eigenschaften der Innenstadt von Schortens Schulnoten.
(1 = sehr gut, 6 = sehr schlecht)



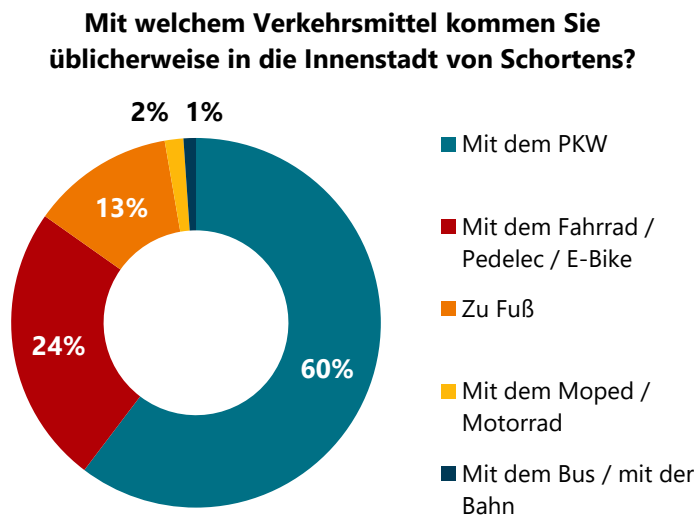
Quelle: cima, 2025, n = 123-190 je nach Kategorie

Insgesamt wird ein ausgeglichenes Stimmungsbild mit den Angeboten in der Innenstadt deutlich. Optimierungsbedarf besteht in der Verbesserung des Angebotsmix für eine größere Vielfalt des Einzelhandelsangebotes sowie in der Aufwertung der städtebaulichen Qualitäten der Innenstadt zur Erhöhung der Verweildauer. Auch der Ausbau des Gastronomieangebotes in Kombination mit Veranstaltungen bzw. dem Wochenmarkt kann die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt aus Sicht der Befragten weiter erhöhen. Positiv bewertet werden insbesondere der Wochenmarkt, die Öffnungszeiten und der Service des Handels sowie die Dienstleistungen vor Ort.

Verkehrsmittelwahl

Die Frage nach der Verkehrsmittelwahl für Einkäufe in der Innenstadt lässt Rückschlüsse zum Mobilitätsverhalten der Befragten zu und beleuchtet ggf. Abhängigkeiten der Innenstadt vom PKW-Verkehr (Abb. 40).

Abbildung 40: Verkehrsmittelwahl



Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), n = 184

- Mit rd. 60 % der Befragten fährt die Mehrheit mit dem PKW in die Innenstadt von Schortens. Knapp 24 % erreichen den Standort aber auch mit dem Fahrrad/E-Bike/Pedelec und weitere rd. 13 % zu Fuß.

Die Innenstadt wird überwiegend mit dem PKW erreicht. Aufgrund der zentralen Lage der Innenstadt inkl. Bahnanschluss und der zahlreichen Nahversorgungsbetriebe wird diese auch häufig mit dem Fahrrad oder zu Fuß erreicht.

Beurteilung der Erreichbarkeit der Innenstadt mit dem jeweiligen Verkehrsmittel

Die Frage nach der Bewertung der Erreichbarkeit der Innenstadt liefert weitere Erkenntnisse zur Zufriedenheit der Mobilitätsangebote im Stadtgebiet von Schortens (Abb. 41).

- Die Erreichbarkeit mit dem PKW wurde von rd. 73 % der Befragten mit mindestens der Note gut bewertet.
- Die Befragten vergaben für die Erreichbarkeit mit dem Fahrrad/Pedelec/E-Bike zu 85 % die Note gut oder sehr gut.
- Am negativsten wurde die Erreichbarkeit mit dem Bus/ der Bahn eingeschätzt. Hier gaben 31 % der Befragten eine Note von mangelhaft oder ungenügend an.

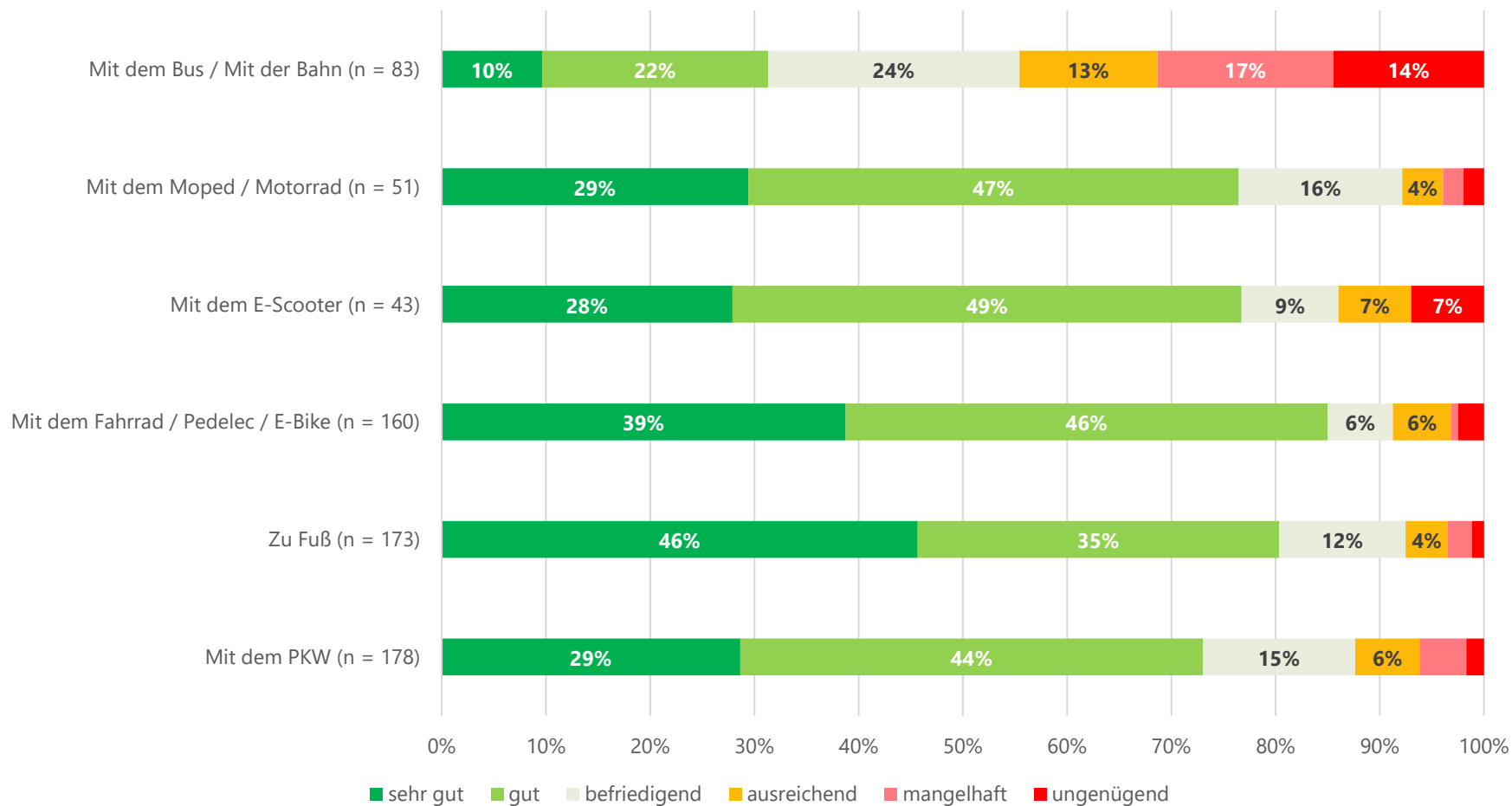
Die Erreichbarkeit der Innenstadt von Schortens wurde überwiegend positiv bewertet. Die am häufigsten verwendeten Verkehrsmittel sind dabei auch die, die am besten bewertet wurden.

Die Erreichbarkeit der Innenstadt mit dem ÖPNV (Bus/Bahn/Taxibus) wurde, trotz der zentralen Lage am Bahnhof, von Teilen der Befragten als verbesserungswürdig eingeschätzt.

Abbildung 41: Erreichbarkeit mit dem jeweiligen Verkehrsmittel

Wie beurteilen Sie die Erreichbarkeit mit den jeweiligen Verkehrsmitteln?

(Schulnoten von 1=sehr gut, bis 6=sehr schlecht)



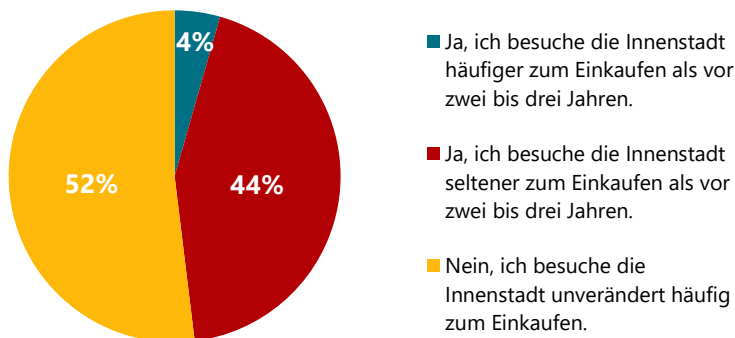
Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), n = 43 bis 178)

Veränderung des Einkaufsverhaltens in der Innenstadt

Die Entwicklung des Einkaufsverhaltens der Befragten kann durch eine Frage mit zeitlichem Bezug sowie dem Fokus auf den Einkauf erfasst werden. Die Befragten wurden daher gebeten, ihr Einkaufsverhalten unabhängig des Sortiments je Standort mit dem vor drei Jahren zu vergleichen (Abb. 42).

Abbildung 42: Vergleich des Einkaufsverhaltens

Hat sich Ihr Einkaufsverhalten in Schortens in den letzten zwei bis drei Jahren verändert?



Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), n = 181

- Rd. 52 % der Befragten gaben an, die Innenstadt unverändert häufig zum Einkaufen zu nutzen.
- Rd. 44 % der Befragten gab an, dass sie ihre Besuche zum Einkauf in der Innenstadt von Schortens im Vergleich vor drei Jahren reduziert haben.

In einem zweiten Schritt konnten die Befragten angeben, warum sich ihr Einkaufsverhalten verändert hat (Abb. 43).

Die Einzelantworten wurden gesichtet, anschließend wurden diejenigen ausgewählt, die weitere Antworten gut repräsentieren. Die Liste ist demnach nicht abschließend und gibt die häufigsten Gründe wieder.

Ursache für rückläufig angegebene Besuche der Innenstadt von rd. 44 % der Befragten sind vor allem fehlende Einzelhandels- und Gastronomieangebote.

Abbildung 43: Gründe für die Änderung des Einkaufsverhaltens in Schortens

Seltener, weil



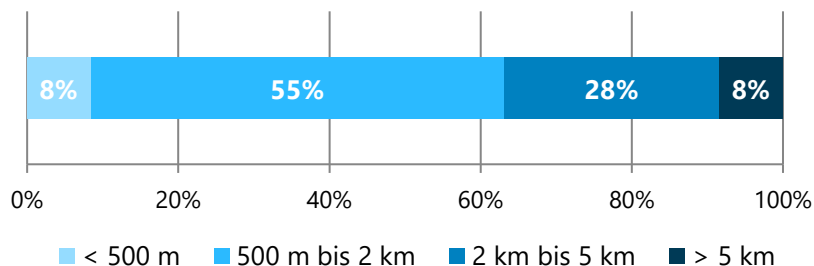
Quelle: cima, 2025, n = 38, hier Auswahl an Antworten

Entfernung des Wohnortes vom Einkaufsort

Die Entfernung des Einkaufsortes (für Lebensmittel und Drogeriewaren) vom Wohnort der Teilnehmenden gibt Aufschluss über die hauptsächlichsten Einkaufsorte (Abb. 44).

Abbildung 44: Entfernung Einkaufsort vom Wohnort (periodischer Bedarf)

In welcher Entfernung von Ihrem Wohnort befindet sich der Einkaufsort, an dem Sie sich hauptsächlich mit Gütern des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren) eindecken?



Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), n = 190

Für knapp zwei Drittel der Befragten ist der nächstgelegene Einkaufsort für Lebensmittel und Drogeriewaren grundsätzlich fußläufig in bis zu 2 km erreichbar. 36 % gaben hingegen an, über 2 km für einen Nahversorgungseinkauf zurücklegen zu müssen.

Haupteinkaufsort nach Warengruppen

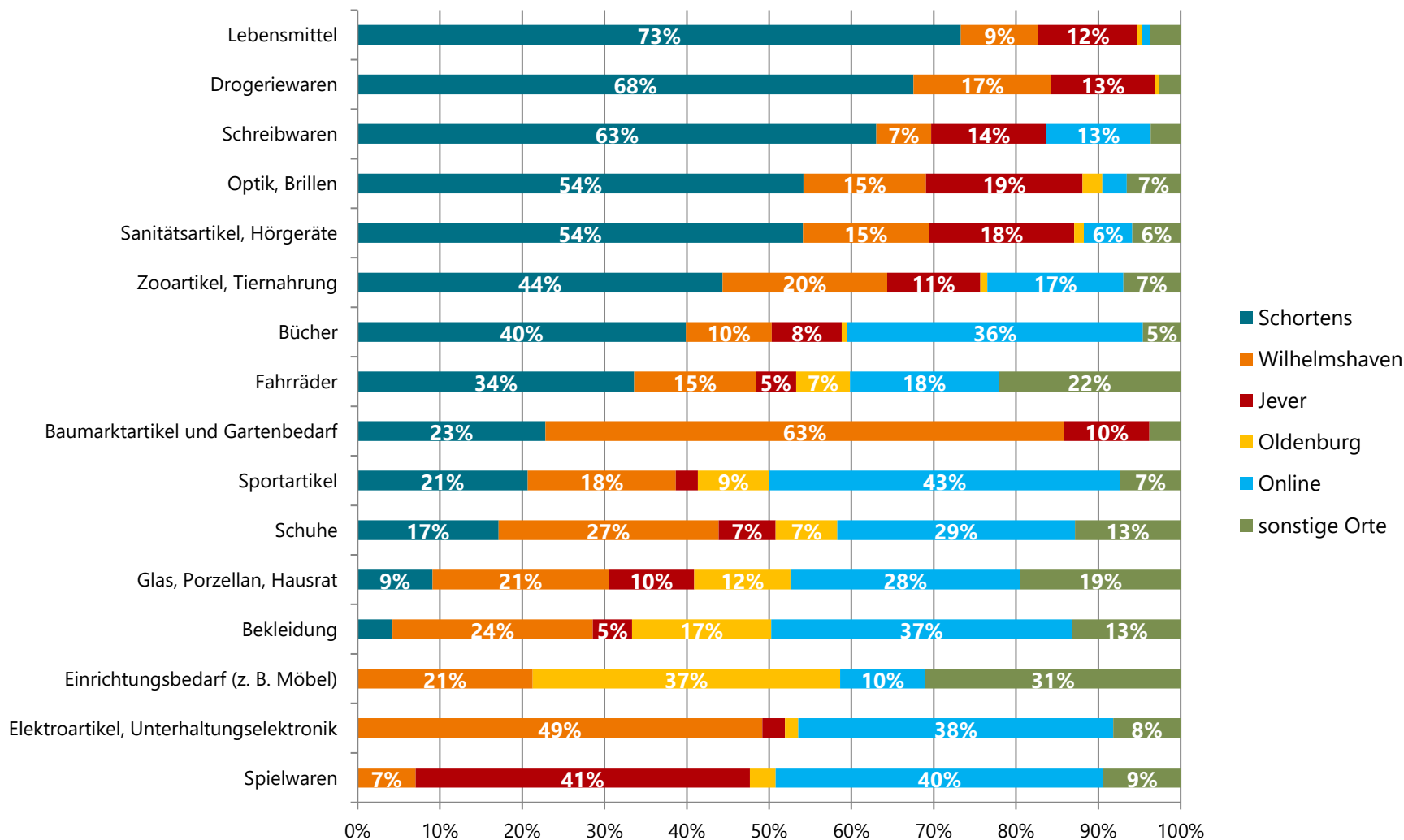
Darüber hinaus sollte die Online-Befragung die Haupteinkaufsorte der Befragten nach Warengruppen gegliedert zeigen. Es standen u. a. die Kommunen Schortens, Wilhelmshaven, Jever, Sande, Friedeburg und Oldenburg neben sonstigen Standorten (genannt wurden u. a. Wiesmoor und Varel) und dem Online-Angebot zur Auswahl (Abb. 45).

- Aus den periodischen Warengruppen werden *Lebensmittel* mit rd. 73 % am häufigsten in Schortens nachgefragt. Trotz des vorhandenen Angebots in Schortens gaben rd. 9 % an, dieses Sortiment in Wilhelmshaven einzukaufen, zudem gaben weitere rd. 12 % an, Lebensmittel in Jever nachzufragen.
- Für das Sortiment *Drogeriewaren* ist zu beobachten, dass rd. 68 % der Befragten angaben, dies in Schortens einzukaufen. Auch hier entfalten die Einzelhandelsstandorte in Wilhelmshaven (17 %) sowie Jever (13 %) eine Attraktivität für Teile der Schortenser Bevölkerung.
- Die aperiodischen Sortimente *Schreibwaren* sowie *Optik, Brillen und Sanitätsartikel* werden nach Angaben der Befragten von rd. der Hälfte in Schortens nachgefragt. Damit stellen diese für einen größeren Teil der Bevölkerung den Haupteinkaufsort dar, wenngleich umliegende Orte wie Jever und Wilhelmshaven auch hier Nachfrage aus Schortens binden können. Keine Person gab an, die Sortimente *Elektroartikel, Spielwaren und Einrichtung* hauptsächlich in Schortens einzukaufen.
- Größere Attraktivität wird von dem Oberzentrum Wilhelmshaven u. a. bei den Segmenten *Baumarktartikel* (63 %), *Elektroartikel* (49 %) und *Bekleidung* (24 %), im Mittelzentrum Jever bei *Spielwaren* (41 %) und *Optik, Brillen* (19 %) und zuletzt auch in Oldenburg im Sortiment *Einrichtungsbedarf* (z. B. Möbel) (37 %) entfaltet.
- Das Internet stellt vor allem bei den typischerweise online-starken Warengruppen (*Elektroartikel und Unterhaltungselektronik* mit 38 %, *Spielwaren* mit 40 %, *Sportartikel* mit 43 %) den wichtigsten Haupteinkaufsort für einen großen Anteil der Befragten dar.

Von den periodischen Warengruppen werden lediglich Lebensmittel und Drogeriewaren von einem Großteil der Befragten in der Stadt Schortens nachgefragt, allerdings werden auch hier teils hohe Kaufkraftabflüsse deutlich. Bei den aperiodischen Warengruppen wird der Großteil außerhalb der Stadt, vor allem in den Städten Wilhelmshaven und Jever nachgefragt. Der Online-Handel bietet eine weitere Wettbewerbskomponente.

Abbildung 45: Einkaufsort Schortens nach Warengruppen

Denken Sie an Ihr persönliches Einkaufsverhalten. Wo kaufen Sie die folgenden Sortimente hauptsächlich ein?



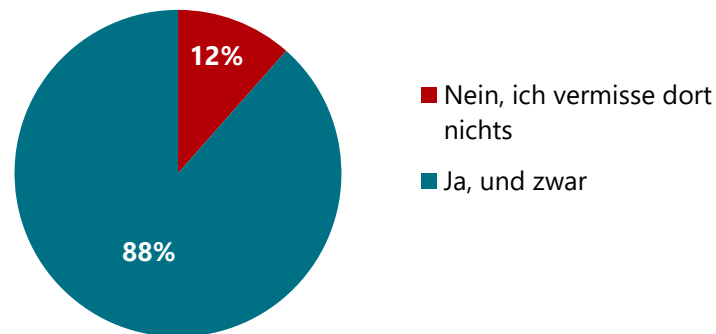
Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), n = 85-191; Werte unter 5 % werden aufgrund der Lesbarkeit nicht beschriftet.

Fehlende Sortimente in Schortens

Für eine umfassende Beurteilung des Einzelhandelsangebotes in Schortens ist es auch von hoher Relevanz, zu identifizieren, ob gewisse Geschäfte oder Sortimente in der Stadt vermisst werden (Abb. 46).

Abbildung 46: Fehlende Sortimente in Schortens

Wenn Sie an das Einzelhandelsangebot in Schortens denken, gibt es Geschäfte oder Sortimente, die Sie vermissen?



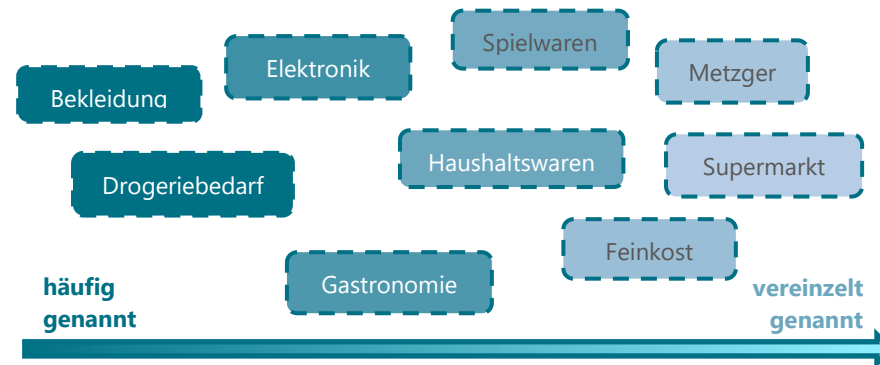
Quelle: cima, 2025 (Angaben in Prozent der Befragten), n = 165

- Fast alle Befragten (rd. 88 %) gaben an, dass ihnen Geschäfte oder Sortimente fehlen würden.

In einem zweiten Schritt konnten die Befragten angeben, welche Geschäfte oder Sortimente sie in Schortens vermissen (Abb. 47).

Die Antworten wurden gesichtet und anschließend wurde aufgenommen, wie häufig diese genannt wurden. Darüber hinaus wurden auch weitere Sortimente genannt, jedoch lediglich von Einzelpersonen.

Abbildung 47: Genannte fehlende Sortimente in Schortens



Quelle: cima 2025, n = 146

- Am häufigsten wurden die Sortimente Bekleidung und Drogeriebedarf genannt.
- Vereinzelt wurde sich ein Elektrofachgeschäft sowie ein Geschäft mit den Sortimenten Haushaltswaren und Spielwaren gewünscht.
- Neben Handelsbetrieben wurde eine breitere Auswahl an Gastronomieangeboten ebenfalls häufiger genannt.

Insgesamt lässt sich erkennen, dass die Befragten einige Geschäfte oder Sortimente in Schortens vermissen. Dabei benannten die Befragten insbesondere Geschäfte im aperiodischen Bedarfsbereich.

9.2 Zusammenfassung zentraler Erkenntnisse

Zentrale Erkenntnisse der Online-Befragung

- Die Struktur der Befragten nach Geschlecht, Alter sowie Wohnort weichen leicht von der tatsächlichen Bevölkerungsverteilung in der Stadt Schortens ab und sorgen damit für eine leichte Verzerrung der Ergebnisse.
- Der PKW ist für die Anbindung der Innenstadt das mit Abstand wichtigste Verkehrsmittel, auch wenn vom und in der Innenstadt auch Wege mit dem Fahrrad und zu Fuß zurückgelegt werden.
- Positiv bewertet werden in der Innenstadt wiederum insbesondere der Wochenmarkt, die Öffnungszeiten des Einzelhandels, das Dienstleistungsangebot sowie Service und Beratung im Einzelhandel. Dies wurde auch in der **Sitzung des 2. Arbeitskreises am 15. Januar 2025** deutlich, in dem eine Beteiligung der Teilnehmenden erfolgte. Als Stärken herausgestellt wurden hier u. a. die gute und kostenfreie Parkplatzsituation, die attraktiven Veranstaltungen sowie die gute Lebensmittelversorgung in Kombination mit inhabergeführten Geschäften.
- Insgesamt wird auf Basis der Online-Befragung eine geäußerte Unzufriedenheit mit den quantitativen und qualitativen Angeboten in der Innenstadt sowie der Aufenthaltsqualität deutlich. Optimierungsbedarf besteht in der Verbesserung des Angebotsmix für eine größere Vielfalt des Einzelhandelsangebotes. Auch der Ausbau des Gastronomieangebotes in Kombination mit Veranstaltungen kann die Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt aus Sicht der Befragten erhöhen. Auch hier setzten die **Teilnehmenden des 2. Arbeitskreises** an. Als Schwächen der Innenstadt wurden hier u. a. formuliert, dass es Schortens an Aufenthaltsqualität und einem vielfältigen Einzelhandels- und Gastronomieangebot mangle. Weiterhin bemängelt wurde der städtebaulich gewachsene Umstand eines fehlenden Stadtkerns mit Platzcharakter und die weit ausgedehnte Einzelhandelslage.

- Beim Haupteinkaufsort nach Warengruppen zeigt sich, dass von den periodischen Warengruppen lediglich Lebensmittel und Drogeriewaren von einem Großteil der Befragten in der Stadt Schortens nachgefragt werden. Die niedrigen Nachfragewerte in den periodischen Warengruppen sind dennoch für ein Grundzentrum untypisch und deuten auf Kaufkraftabflüsse in umliegende Kommunen hin.
- Der Haupteinkaufsort bei den aperiodischen Warengruppen variiert in vielen Fällen zwischen den Städten Wilhelmshaven und Jever sowie dem Internet. Einige der Warengruppen werden zudem von keinem Befragten primär in Schortens eingekauft (u. a. Elektroartikel, Unterhaltungselektronik).

Abschließend bleibt festzuhalten, dass die Online-Befragung zum Einkaufsverhalten wichtige Erkenntnisse geliefert hat, die auch für die Erstellung des vorliegenden Einzelhandelskonzeptes genutzt worden sind.

Auch zukünftig sollte bei Überlegungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes in Kombination mit ergänzenden Nutzungen an geeigneten Stellen auf eine Bürger*innenbeteiligung zurückgegriffen werden. Nur so können auch die Wünsche und Ideen der Bevölkerung, für die ein solches Angebot letztendlich geschaffen werden soll, sinnvoll in einen gemeinsamen Prozess eingebunden werden.

10 Anhang

10.1 Bestimmung des Marktgebietes und des Nachfragepotenzials

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

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindizes der verschiedenen Bedarfsbereiche.

Das einzelhandelsrelevante Nachfragepotenzial leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Bevölkerungszahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen im Einzugsbereich und
- den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffern berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland.

Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von MB research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der cima mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor,

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

6.582 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Berechnung für das Jahr 2024). Die Nachfragepotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner*innen und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

Hinweise zur Verwendung der Verbrauchsausgaben im Einzelhandel

Die Verbrauchsausgaben im Einzelhandel sind die wesentliche Grundlage zur Berechnung des Kaufkraftpotenzials in einer Kommune oder einer Region insgesamt sowie in einzelnen Sortimentsbereichen. Die cima verwendet grundsätzlich, u. a. auf Basis der veröffentlichten Daten des Statistischen Bundesamtes aus dem jeweiligen Vorjahr, selbst berechnete Verbrauchsausgaben. Diese Zahlen sind seit Jahren in der Beratungspraxis sowie von behördlicher Seite anerkannt. In der Regel werden somit aufgrund der Verfügbarkeit jeweils Verbrauchsausgaben auf Basis der Daten des Vorjahres verwendet. Von Jahr zu Jahr ergeben sich dabei meist leichte Veränderungen im Ausgabeverhalten, sowohl im Einzelhandel insgesamt als auch in einzelnen Sortimenten.

10.2 Erhebung des bestehenden Einzelhandelsangebotes und Analyse der örtlichen Situation

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schortens wurde im Juni 2024 eine sortimentsscharfe Vollerhebung des Einzelhandels durch die cima durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebs ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgte nach den folgenden Merkmalen:

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

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

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

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach 31 Branchen und 14 zusammengefassten Warengruppen, die in der folgenden Abbildung 32 dokumentiert sind.

Abbildung 48: Die 31 cima-Branchen und 14 cima-Warengruppen

Warengruppen	Branchen/Sortimente
Periodischer Bedarf	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
Gesundheit, Körperpflege	Arzneimittel (Apotheken) Drogerie-, Parfümeriewaren
Schnittblumen, Zeitschriften	Schnittblumen, Floristik Zeitschriften, Zeitungen
Aperiodischer Bedarf	
Bekleidung, Wäsche	Oberbekleidung Wäsche, sonstige Bekleidung
Schuhe, Lederwaren	Schuhe Lederwaren
Bücher, Schreibwaren	Bücher Schreibwaren
Spielwaren, Hobbybedarf	Spielwaren Musikinstrumente, Waffen, Sammelhobbies
Sportartikel, Fahrräder	Sportartikel Fahrräder
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	Elektrogeräte, Leuchten Unterhaltungselektronik Foto Computer, Büro-/ Telekommunikation
Uhren, Schmuck	Uhren, Schmuck
Sanitätsartikel, Optik, Akustik	Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätsartikel) Optik, Hörgeräteakustik
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
Einrichtungsbedarf	Heimtextilien Möbel Antiquitäten, Kunstgegenstände
Baumarktartikel, Pflanzen, Zooartikel	Zoobedarf Baumarktartikel, Werkzeuge Farben, Tapeten, Bodenbeläge, Teppiche Kfz-Zubehör Pflanzen, Erden

Quelle: cima, 2025

10.3 Abgrenzung von Betriebstypen

Die cima differenziert darüber hinaus die folgenden Betriebstypen:

Fachgeschäft

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

Fachmarkt

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

Supermarkt

- Circa 400 m² bis 1.500 m² Verkaufsfläche, Lebensmittelvollsortiment inklusive Frischfleisch, in der Regel ab 800 m² Verkaufsfläche bereits zunehmender Non-Food-Anteil.

Lebensmitteldiscounter

- Meist Betriebsgrößen zwischen circa 500 m² und 1.500 m² Verkaufsfläche, ausgewähltes, spezialisiertes Sortiment mit geringer Artikelzahl, grundsätzlich ohne Bedienungsabteilungen.

Fachmarktzentrum

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte verschiedener Branchen, i.d.R. kombiniert mit einem Verbrauchermarkt und/oder einem Lebensmittel-Discounter, meist zusammen über 8.000 m² VKF, periphere Lage, viele Parkplätze.

Verbrauchermarkt

- Verkaufsfläche circa 1.500 m² bis 5.000 m², Lebensmittelvollsortiment und mit zunehmender Fläche ansteigender Anteil an Non-Food-Abteilungen (Gebrauchsgüter).

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m², neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Standort häufig peripher, großes Angebot an eigenen Parkplätzen.

Warenhaus

- In der Regel Verkaufsflächengröße über 3.000 m², Lebensmittelabteilung, breites und tiefes Sortiment bei den Non-Food-Abteilungen, in der Regel zentrale Standorte.

Kaufhaus

- In der Regel Verkaufsflächen über 1.000 m², breites, tiefes Sortiment, im Gegensatz zum Warenhaus meist mit bestimmtem Branchenschwerpunkt.

Shopping-Center

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

Mall in einem Shopping-Center

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

10.4 Zur Definition zentraler Versorgungsbereiche und dem Erfordernis ihrer Abgrenzung

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

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

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

Aus dieser Abwägungsrelevanz heraus, die 2004 in die Novellierung des BauGB aufgenommen wurde, kann das Erfordernis zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche abgeleitet werden.²³

Im Zusammenhang mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB zu Planungen im unbeplanten Innenbereich rückte dann die baurechtliche Dimension der zentralen Versorgungsbereiche stärker in den Vordergrund. Die Neuregelung nach § 34, Abs. 3 BauGB trifft die Festsetzung, dass von großflächigen Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortkommune oder anderen benachbarten Kommunen zu erwarten sein dürfen.

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

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

Grenzt eine Kommune keine zentralen Versorgungsbereiche ab, so können diese jedoch als faktische zentrale Versorgungsbereiche nach den tatsächlichen Gegebenheiten vor Ort festgelegt werden.²⁴ Sie sind immer wieder zu überprüfen und ggf. gerichtlich festzustellen.

Was zentrale Versorgungsbereiche konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret inhaltlich manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Mittlerweile hat das BVerwG jedoch Kernaussagen zu zentralen Versorgungsbereichen getroffen:²⁵

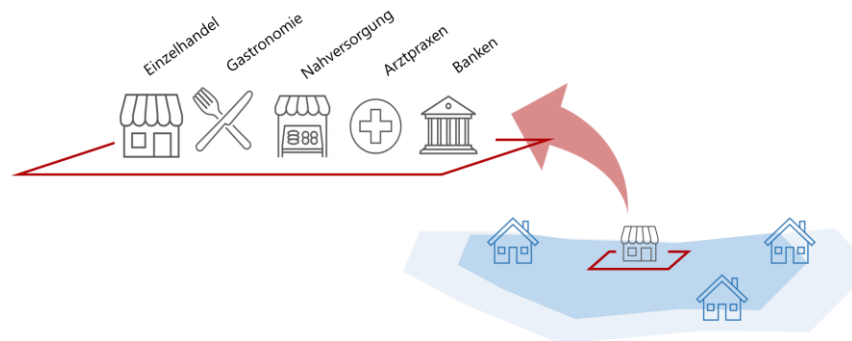
Zentrale Versorgungsbereiche sind „räumlich abgrenzbare Bereiche, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.“

²³ Vgl. hierzu auch Einzelhandelserslass des Landes Nordrhein-Westfalen. Gem. RdErl. d. Ministeriums für Bauen und Verkehr u. d. Ministeriums für Wirtschaft, Mittelstand und Energie vom 22.09.2008, S. 13

²⁴ Siehe hierzu auch Kuschnerus: Der sachgerechte Bebauungsplan. Ziffer 209, S. 115 unter Bezugnahme auf BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und BT-Drs. 15/2250, S. 54

²⁵ Vgl. BVerwG, Urteile vom 17.12.2009 – 4 C.1.08 und 4 C.2.08.

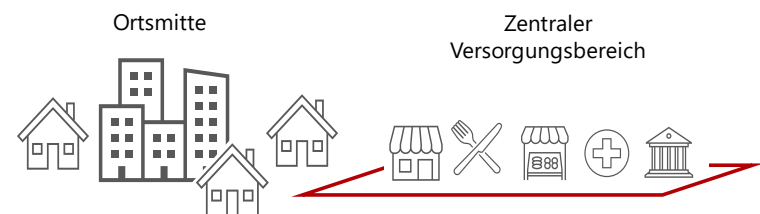
Abbildung 49: Abgrenzung und Nahbereich zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima, 2025

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

Abbildung 50: Funktionale Lage des zentralen Versorgungsbereichs



Quelle: cima, 2025

Vertiefend führt Kuschnerus hierzu aus:²⁶

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

Das BVerwG führt dazu weiter aus:²⁷

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

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

1. **Hauptzentren bzw. Innenstadtzentren**, die einen größeren Einzugsbereich, in der Regel das gesamte Stadtgebiet und ggf. darüber hinaus ein weiteres Umland, versorgen und in denen regelmäßig ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird,
2. **Nebenzentren**, die einen mittleren Einzugsbereich, zumeist bestimmte Bezirke größerer Städte, versorgen und in denen regelmäßig zumindest ein breiteres Spektrum von Waren für den mittel- und kurzfristigen, ggf. auch den langfristigen Bedarf angeboten wird,

²⁶ Vgl. Kuschnerus, U.: Der sachgerechte Bebauungsplan. Bonn 2010, S. 109f

²⁷ BVerwG, Urt. V. 17.12.2009 – 4 C 2.08

3. **Grund- und Nahversorgungszentren**, die einen kleineren Einzugsbereich, in der Regel nur bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. gesamte kleinere Orte, versorgen und in denen regelmäßig vorwiegend Waren für den kurzfristigen Bedarf und ggf. auch für Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs, angeboten werden.²⁸

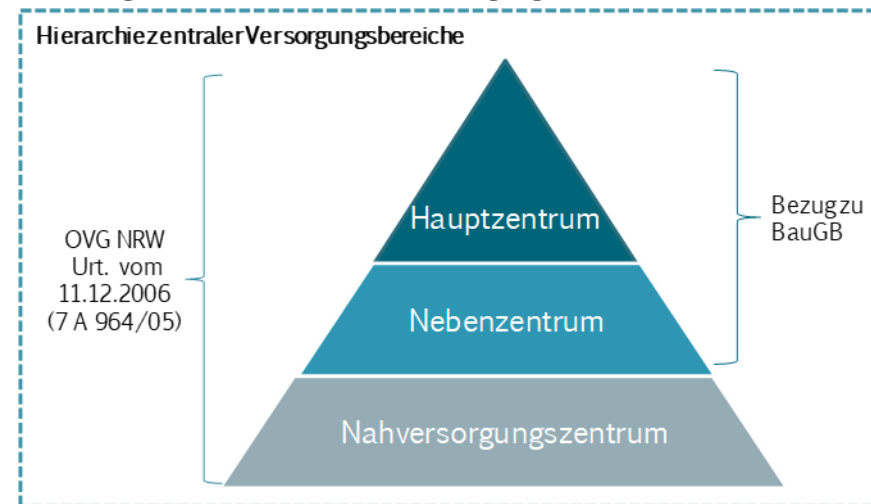
Ebenfalls kann ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, eine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich übernehmen. Das OVG Münster hat die obenstehende Hierarchie von zentralen Versorgungsbereichen bestätigt.²⁹

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

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

²⁸ Das BVerwG führt in seiner Urteilsbegründung zu den Urteilen vom 17.12.2009 hierzu aus: „Ein zentraler Versorgungsbereich setzt keinen übergemeindlichen Einzugsbereich voraus. Auch ein Bereich, der auf die Grund- und Nahversorgung eines bestimmten örtlichen Bereichs zugeschnitten ist, kann eine zentrale Versorgungsfunktion über den

Abbildung 51: Hierarchie zentraler Versorgungsbereiche



Quelle: cima, 2025

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

Die Abgrenzung von Innenstädten und Stadtteilzentren kann sich leiten lassen von einer Multifunktionalität von Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, kulturelle Einrichtungen, Bildungs- und Weiterbildungseinrichtungen), hohen Passantenfrequenzen und offensichtlichen

unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen. Der Zweck des Versorgungsbereichs besteht in diesem Fall in der Sicherstellung einer wohnortnahen Grundversorgung der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung.“

²⁹ Vgl. OVG NRW, Urteil vom 11.12.2006 – 7A 964/05 – BRS 70 Nr. 90).

Barrieren, die einen deutlichen Nutzungswechsel zwischen zentraler Versorgungslage und den übrigen Siedlungsräumen erkennen lassen.

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

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

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

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

³⁰ Vgl. Geyer: Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3, 2005.

³¹ Zum Begriff ‚Zentral‘ wird in den Urteilsbegründungen der BVerwG-Urteile vom 17.12.2009 – 4 C 1.08 und 4 C 2.08 Stellung genommen. Er ist funktional und nicht geographisch aufzufassen. Es muss ein relevanter Besitz an Versorgungsfunktion vorliegen.

- Ggf. optimale Einbindung des „zentralen Versorgungsbereichs“ in das städtische oder regionale ÖPNV-Netz.

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

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

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

Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z. B. als kreisförmige Markierungen zu definieren. Es hat eine weitestgehend parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert und entwicklungsfähig sind.³⁰ Erste verwaltungsgerichtliche Urteile fordern darüber hinaus, dass zentrale Versorgungsbereiche Einzelhandelsunternehmen mit maßgeblich relevanter Versorgungsfunktion enthalten müssen. Es reicht nicht, einen Standortbereich mit nur noch rudimentärer Versorgungsfunktion (Kiosk, Trinkhalle, kleinflächiger Nahversorger etc.) als zentralen Versorgungsbereich auszuweisen.³¹

Zentrale Versorgungsbereiche sind letztendlich auch als Entwicklungsangebot aufzufassen. Sie definieren, wo sich zukünftig die Entwicklung von großflächigem Einzelhandel mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten etablieren soll. Mit dem Entwicklungsangebot

verknüpft ist die Überprüfung nach Auswirkungen und ggf. schädlichen Auswirkungen auch auf benachbarte zentrale Versorgungsbereiche.

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

10.5 Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche

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

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

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

ist nicht als eine feststehende Grenze zu bewerten. Auch in Zukunft werden sich diesbezüglich die Verwaltungs- und Oberverwaltungsgerichte hier enthalten.

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

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

In der Erstkommentierung zum BauGB 2004 heben BERKEMANN und HALAMA hervor, dass bei der Feststellung schädlicher Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion von zentralen Versorgungsbereichen hinsichtlich von Projektentwicklungen im unbeplanten Innenbereich hohe Hürden zu berücksichtigen sind, die anders zu bewerten sind als die Beurteilung von Auswirkungen nach § 11 Abs. 3 BauNVO. Schädliche Auswirkungen für Vorhaben gemäß § 34 Abs. 3 BauGB im unbeplanten Innenbereich dürften dann vorliegen, wenn ein potenzielles Ansiedlungsvorhaben außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs zu deutlichen negativen immobilienwirtschaftlichen Effekten in einem zentralen Versorgungsbereich führt (z. B. Leerziehen ganzer Immobilien durch sicher zu prognostizierende Betriebsaufgaben). Die Rechtsprechung verlangt hier eine exakte gutachterliche Beweisführung mit Dokumentation der örtlichen Standortverhältnisse.³²

Grundsätzlich hat die Abwägung, ab wann schädliche Auswirkungen eintreten können, anhand der örtlichen Standortrahmenbedingungen zu

³² Einen möglichen Verfahrensweg weist hier das OVG-Urteil vom 22.11.2010 mit Aktenzeichen 7 D 1/09.NE. Im vorliegenden Fall wird die plausible Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches mittels Passantenfrequenzrelationen dokumentiert und ein potenziell eintretender immobilienwirtschaftlicher Schaden aufgrund der eintretenden Umsatzverlagerungen aufgezeigt.

erfolgen. Umsatzverlagerungseffekte stellen hinsichtlich schädlicher Auswirkungen nur einen Anfangsverdacht dar. Gesunde Einzelhandelsstrukturen sind z. B. bezüglich der Verträglichkeit anders zu bewerten als Zentren, die bereits durch Trading-Down-Effekte gekennzeichnet sind.

Auch erhebliche Veränderungen von Verkehrsströmen oder ein unerwünschtes Verkehrsaufkommen können schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche sein.³³

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

10.6 Wichtige Regelungen aus dem Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen

Bezüglich der Änderungen im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen sollen in diesem Kapitel einige besondere Aspekte herausgehoben und erläutert werden. Die Darstellung ist nicht als vollständig zu verstehen, sondern liefert erste Hinweise zur Handhabung des vorliegenden Gutachtens. Die cima verweist an dieser Stelle auf die jeweils aktuell rechtsgültige Form des Landes-Raumordnungsprogramms nebst dazugehöriger Begründung sowie die „Arbeitshilfe zum Abschnitt 2.3 „Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels“ des LROP“ aus dem September 2017³⁴.

Nahversorgung

Das LROP unterscheidet grundlegend zwischen zwei Typen des Einzelhandels mit periodischen Sortimenten:

▪ Nicht-raumbedeutsame Nahversorgung³⁵

- Betriebe mit weniger als 800 qm Verkaufsfläche, sofern sie keine Agglomeration mit anderen Betrieben bilden.
- Betriebe zur wohnortbezogenen Nahversorgung: Hierzu zählen Betriebe, deren Sortiment zu mindestens 90 % aus periodischen Sortimenten (u. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- und Parfümeriewaren) besteht und deren Umsatz zu mehr als 50 % mit Kaufkraft aus einem fußläufigen Einzugsbereich generiert wird. Der fußläufige Einzugsbereich ist dabei mit 10-Minuten-Gehzeit definiert, wobei auch Barrieren, wie Bahnschienen, Flussläufe, etc. zu berücksichtigen sind.
- Einzelhandelsvorhaben, die keine raumbedeutsamen Auswirkungen haben können (Atypische Fallgestaltung - Widerlegung der Regelvermutung des § 11 Abs. 3 BauNVO).

▪ Raumbedeutsame Nahversorgung

- Dazu zählen Einzelhandelsgroßprojekte im Sinne des §11 Abs. 3 BauNVO, bei denen die obigen Punkte nicht zutreffen. Die Zulässigkeit der Darstellung und Festsetzung von Kerngebieten und Sondergebieten für derartige Vorhaben bestimmt sich nach den landes- und regionalplanerischen Vorgaben (vgl. LROP, Abschnitt 2.3, Ziffer. 02).

Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung³⁶

Die mit der LROP-Änderung neu eingeführte Kategorie zielt auf die Ermöglichung von Einzelhandelsgroßprojekten in eher ländlichen Regionen ab,

³³ Vgl. Berkemann, Halama: Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 363

³⁴ Arbeitshilfe Einzelhandel des niedersächsischen Ministeriums für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz (niedersachsen.de)

³⁵ vgl. Begründung LROP zu Abschnitt 2.3 Z. 02, Satz 2 u.3

³⁶ vgl. LROP Nds., Kap. 2.3, Ziffer 10, Satz 1 und 2.

um Versorgungsstrukturen auch außerhalb der Zentralen Orte mit großflächigen Märkten ergänzen zu können.

- Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung werden hierbei grundsätzlich in Abstimmung mit den unteren Landesplanungsbehörden festgelegt, da ihr Einzugsgebiet bestimmt und in den RROPs abschließend geregelt werden muss.
- Des Weiteren sind folgende Aspekte zu beachten: Hierzu zählen neben mind. 90 % periodischem Sortiment die Notwendigkeit eines räumlichen Zusammenhanges des Projektes mit dem Ortskern oder einer Wohnbebauung, die Einhaltung der Anforderungen des Abstimmungsgebotes und Beeinträchtigungsverbotes des LROP, eine Nicht-Beeinträchtigung der Funktion und Leistungsfähigkeit des Zentralen Ortes (Erreichbarkeit Zentraler Orte, agglomerierende Wirkungen) sowie eine Anbindung an das ÖPNV-Netz.

▪ **Konzentrationsgebot (Ziel der Raumordnung) lt. LROP Niedersachsen – Abschnitt 2.3 Ziffer 04**

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des Zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (Konzentrationsgebot)“.

Das Konzentrationsgebot besagt, dass neue Einzelhandelsgroßprojekte nur innerhalb des Zentralen Siedlungsgebietes eines jeweiligen Zentralen Ortes zulässig sind.

▪ **Kongruenzgebot (grundzentral als Ziel der Raumordnung, mittel- und oberzentral als Grundsatz der Raumordnung) lt. LROP Niedersachsen – Abschnitt 2.3 Ziffer 03**

„In einem Grundzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).“

In einem Mittel- oder Oberzentrum darf das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine periodischen Sortimente den grundzentralen Verflechtungsbereich gemäß Abschnitt 2.2 Ziffer 03 Sätze 8 und 9 als Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot grundzentral).

In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral).“

Das Einzugsgebiet darf den Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten. Eine wesentliche Überschreitung ist gegeben, wenn mehr als 30 % des Vorhabenumsatzes von außerhalb des anzuwendenden Kongruenzraums erzielt wird.

▪ **Integrationsgebot (Ziel der Raumordnung) lt. LROP Niedersachsen – Abschnitt 2.3 Ziffer 05**

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot)“[...] „Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein.“

Ziel der Raumordnung ist es weiterhin, Lebensmittel- und Drogeriebetriebe in den Zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln. Hiermit soll die frequenzschaffende Wirkung zur Stärkung der weiteren Nutzungen im Zentralen Versorgungsbereich bzw. Versorgungskern nutzbar gemacht werden. Mit der nachstehenden zitierten **Ausnahmeregelung vom Integrationsgebot** soll jedoch die Möglichkeit geschaffen werden, im Umfeld ungünstiger Rahmenbedingungen eine flächendeckende Versorgung der Bevölkerung mit Gütern des periodischen Bedarfsbereichs zu ermöglichen.

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des

Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist.“

■ **Beeinträchtungsverbot (Ziel der Raumordnung) lt. LROP Niedersachsen – Abschnitt 2.3 Ziffer 08**

„Ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtungsverbot).“

Das Beeinträchtungsverbot sagt aus, dass neue Einzelhandelsgroßprojekte ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht wesentlich beeinträchtigen dürfen.

■ **Abstimmungsgebot (Ziel der Raumordnung) lt. LROP Niedersachsen – Abschnitt 2.3 Ziffer 07**

„Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen (Abstimmungsgebot).“