



Einzelhandelskonzept für die Stadt

SCHORTENS

Auftraggeber: Stadt Schortens

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Katharina Staiger

Hamburg, im Juni 2011



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Büros in Dresden, Hamburg, Köln, München, Salzburg
Geschäftsführer: Dr. Manfred Bauer, Dr. Stefan Holl
Poststraße 25 20354 Hamburg
Tel.: 040 / 30 99 77 78-0 Fax: 040 / 30 99 77 78-9
Email: info@gma.biz Internet: www.gma.biz

Vorbemerkung

Im Februar 2011 erteilte die Stadt Schortens der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Hamburg, den Auftrag zur Erstellung eines Einzelhandelskonzeptes.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung erfolgten verschiedene Primärerhebungen in Schortens. Der GMA standen zudem Daten und Informationen des Statistischen Bundesamtes, des Landesamtes für Statistik und Kommunikationstechnologie, Niedersachsen (LSKN), der Stadtverwaltung Schortens sowie GMA-interne Unterlagen zur Verfügung. Die Daten der Untersuchung wurden von den Mitarbeitern der GMA nach bestem Wissen erhoben, mit der gebotenen Sorgfalt aufbereitet und nach neuesten wissenschaftlichen Erkenntnissen ausgewertet.

Die Untersuchung dient der Vorbereitung für kommunalpolitische Entscheidungen der Stadt Schortens. Eine Vervielfältigung und Weitergabe der vorliegenden Untersuchung bedarf der schriftlichen Zustimmung der Auftraggeberin und der GMA.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Hamburg, im Juni 2011
KST skh

| INHALTSVERZEICHNIS | | Seite |
|---------------------------|--|--------------|
| I. | Grundlagen | 1 |
| 1. | Aufgabenstellung und Vorgehensweise | 1 |
| 2. | Wesentliche Tendenzen in der Einzelhandelsentwicklung | 2 |
| 3. | Makrostandort Schortens | 3 |
| II. | Bürgerbefragung | 5 |
| 1.1 | Einkaufshäufigkeit bezogen auf auswärtige Orte | 6 |
| 1.2 | Räumliche Einkaufsorientierung | 7 |
| 1.3 | Bewertung der Geschäfte | 12 |
| 1.3.1 | Positiv genannte Geschäfte | 12 |
| 1.3.2 | Negativ genannte Geschäfte | 14 |
| 1.4 | Ergänzungen zu unterschiedlichen Standortbereichen | 15 |
| 1.5 | Verbesserungsvorschläge aus Sicht der BürgerInnen | 17 |
| III. | Marktgebiet und Kaufkraft | 18 |
| 1. | Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Schortens | 18 |
| 2. | Kaufkraftvolumen | 21 |
| IV. | Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Schortens | 23 |
| 1. | Standortgefüge des Einzelhandels in Schortens | 23 |
| 2. | Aktueller Einzelhandelsbestand in Schortens | 24 |
| 3. | Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich | 25 |
| 4. | Zentralitätskennziffern | 27 |
| 5. | Nahversorgungssituation | 29 |

| | | |
|-------------|---|-----------|
| V. | Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Schortens | 32 |
| 1. | Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose für das Jahr 2015 | 32 |
| 2. | Branchenbezogene Entwicklungspotenziale | 32 |
| VI. | Einzelhandelskonzept für Schortens | 38 |
| 1. | Ziele für die Einzelhandelsentwicklung | 38 |
| 2. | Sortimentskonzept | 38 |
| 3. | Standortkonzept | 40 |
| 3.1 | Zentren- und Standortstruktur in Schortens | 41 |
| 3.1. | Begriff „zentraler Versorgungsbereich“ | 41 |
| 3.2 | Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt | 45 |
| 3.3 | Nahversorgungszentren | 46 |
| 3.4 | Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel | 48 |
| 3.5 | Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung | 48 |
| 4. | Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes | 50 |
| VII. | Zusammenfassung | 52 |

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung und Vorgehensweise

Die Stadt Schortens hat vor über 10 Jahren eine Grundlagenuntersuchung zum Einzelhandel erstellen lassen. Mittlerweile sind zahlreiche Veränderungen im Einzelhandel eingetreten, wovon als größte Veränderung die Entwicklung des Fachmarktzentrums im Gewerbegebiet I zu nennen ist. Am Standort Mühlenweg wurde eine Verbundlage eines Vollversorgers / Lebensmitteldiscounters neu entwickelt. Seitens verschiedener Betreiber, Eigentümer bzw. Projektentwickler besteht das Interesse, Einzelhandelsbetriebe anzusiedeln bzw. leerstehende Flächen wieder zu belegen. Darüber hinaus gewinnt die Sicherstellung einer möglichst wohnortnahen Versorgungsstruktur immer mehr an Bedeutung.

Mit dem Einzelhandelskonzept soll eine sachlich fundierte Grundlage zur Bewertung der branchen- und standortbezogenen Entwicklungsmöglichkeiten für den gesamten Einzelhandel erstellt werden. Das Einzelhandelskonzept bildet die Grundlage für ein umsetzungsorientiertes Steuerungsinstrument für weitere Planungen. Das Konzept basiert auf folgenden Vor-Ort-Arbeiten bzw. Befragungen:

- einer Erhebung aller Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet
- einer persönliche Befragung von 25 Einzelhandelsbetrieben, welche über die Hälfte der Verkaufsfläche und des Bruttoumsatzes präsentieren
- einer Wohnorterhebung von Kunden an vier Standorten in der Stadtmitte, vor den Supermärkten Combi, Neukauf und nah & gut (Grafschaft) sowie vor den Lebensmitteldiscountern Aldi, Lidl und Netto
- einer telefonische Befragung von 400 BürgerInnen der Stadt Schortens.

Mit der Kundenwohnorterhebung wurden die Einkaufsverflechtungen innerhalb der Stadt Schortens aufgezeigt. Gleichzeitig wurde ermittelt, wie die Umlandbedeutung des örtlichen Einzelhandels einzuschätzen ist. Die Bürgerbefragung diente dazu, Erkenntnisse über das Einkaufsverhalten und die Bewertung des örtlichen Einzelhandelsangebotes zu erhalten.

Da im Rahmen des Konzeptes umsetzungsorientierte Maßnahmen abgeleitet werden sollen, wurden die wesentlichen Ergebnisse in drei Workshops mit Vertretern aus der Politik, dem örtlichen Handel, der Verwaltung, der IHK, dem Landkreis Friesland im Mai / Juni 2011 vorgestellt und erörtert.

2. Wesentliche Tendenzen in der Einzelhandelsentwicklung

Als wesentliche Trends der Nachfrage- und Angebotsstruktur sind in den nächsten Jahren v. a. folgende Aspekte zu beachten:

- die Entwicklung der Bevölkerungszahl und eine weitere Abnahme der durchschnittlichen Haushaltsgröße
- die Verschiebung im Altersaufbau der Bevölkerung
- eine weitgehende Sättigung bei der Ausstattung der Haushalte mit langfristigen Bedarfsgütern
- eine weiterhin steigende bzw. anhaltend hohe Mobilität der Bevölkerung, auch bei älteren Bevölkerungsgruppen, und ein ansteigender individueller Aktionsraum
- der weiter wachsende Anspruch breiter Bevölkerungsschichten an eine aktive Gestaltung der Freizeit, wobei der Einzelhandel und das Dienstleistungsgewerbe im Wettbewerb mit anderen Freizeitaktivitäten stehen
- der Einsatz neuer Technologien am Point of Sale (RFID)
- veränderte logistische Konzepte (Mindestabnahmemengen, kooperativer Bezug von Waren)
- z. T. ungeklärte Nachfolgefragen im alteingesessenen, inhabergeführten Facheinzelhandel
- die Preisbetonung und der zunehmende Marktanteil von diskontierenden Händlern und Filialisten
- zunehmende Bedeutung des Online-Shoppings mit relevanten Marktanteilen bei Büchern, CD's / DVD's, Damenbekleidung, Spielwaren und Unterhaltungselektronik / Computerzubehör
- steigende Bedeutung des Internets als neuer Vertriebskanal von bundesweit agierenden Handelsketten bzw. von kleineren Einzelhändlern, um Standort- und Akti-

onsartikel (v. a. Elektrowaren, Bekleidung, Spielwaren) oder Dienstleistungen (z. B. Verkauf von Eintrittskarten, Reisen, Fotoentwicklung, Mobilfunkverträge) online anzubieten.

3. Makrostandort Schortens

Bezeichnend für das Grundzentrum Schortens ist die Lage zwischen dem Mittelzentrum Jever und dem Oberzentrum Wilhelmshaven. In siedlungsstruktureller Hinsicht gliedert sich die Stadt Shortens in die zusammen gewachsenen Stadtteile Schortens, Heidmühle, Ostiem sowie Oestringfelde. Die Stadtteile Grafschaft, Accum sowie Roffhausen und Middelsfähr sind hingegen deutlich vom Kernstadtbereich räumlich abgesetzt.

Zwischen 2005 und 2010 ging die Einwohnerzahl von Schortens – wie auch im Umland – zurück, wobei der Rückgang über dem Durchschnitt des Landkreises Friesland lag. Einzig die benachbarte Stadt Jever konnte ein leichtes Wachstum noch verzeichnen.

Tabelle 1: Einwohnerentwicklung 2005 – 2010 im Vergleich

| Daten | Einwohner (30.09.) | | Veränderung 05 / 10 | |
|---------------------|--------------------|---------------|---------------------|--------------|
| | 2005 | 2010 | abs. | in % |
| Schortens | 21.224 | 20.736 | - 488 | - 2,3 |
| Jever | 13.915 | 13.959 | + 44 | + 0,3 |
| Sande | 9.447 | 9.216 | - 231 | - 2,4 |
| Wangerland | 10.196 | 10.036 | - 160 | - 1,6 |
| Wangerooge | 1.025 | 927 | - 98 | - 9,6 |
| Bockhorn | 8.746 | 8.561 | - 185 | - 2,1 |
| Varel | 25.186 | 24.651 | - 535 | - 2,1 |
| Zetel | 11.788 | 11.679 | - 109 | - 0,9 |
| LK Friesland | 101.527 | 99.765 | - 1.762 | - 1,7 |

Quelle: Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN)

Innerhalb des Stadtgebiets verlief die Einwohnerentwicklung sehr unterschiedlich, so war die höchste Abnahme in den östlich gelegenen Stadtteilen Ostiem, Roffhausen und Middelsfähr zu verzeichnen.

Tabelle 2: Einwohnerentwicklung nach Stadtteilen

| Daten | Einwohner (31.12.) | | Veränderung 05 / 10 | |
|---|--------------------|---------------|---------------------|--------------|
| | 2005 | 2010 | abs. | in % |
| Schortens | 2.433 | 2.377 | - 56 | - 2,3 |
| Graschaft | 1.671 | 1.636 | - 35 | - 2,1 |
| Accum | 1.081 | 1.078 | - 3 | - 0,3 |
| Schoost | 150 | 152 | + 2 | + 1,3 |
| Sillensteede | 2.243 | 2.179 | - 64 | - 2,9 |
| Oestringfelde* | 1.270 | 1.233 | - 37 | - 2,9 |
| Heidmühle | 8.364 | 8.279 | - 85 | - 1,0 |
| Ostiem | 1.777 | 1.676 | - 101 | - 5,7 |
| Roffhausen | 904 | 854 | - 50 | - 5,5 |
| Middelsfähr | 1.445 | 1.347 | - 98 | - 6,8 |
| Summe | 21.338 | 20.811 | - 527 | - 2,5 |
| * mit Addernhausen und Upjever Quelle: Stadt Schortens | | | | |

Schortens ist nicht nur **Wohnstandort**, sondern auch **Arbeitsplatzstandort**¹. Insgesamt waren 4.428 sozialversicherungspflichtig Beschäftigte registriert, was etwa 210 Beschäftigte / 1.000 Einwohner entsprach. Das Pendlersaldo fällt negativ aus, den 3.179 Einpendlern, standen 4.821 Auspendler gegenüber.

¹ Quelle: LSKN, Stand 30.06.2009. Durchschnitt Landkreis Friesland: 245 Beschäftigte / 1.000 EW.

II. Bürgerbefragung

Im April 2011 wurden per Zufallsprinzip 400 Haushalte in Schortens ausgewählt und telefonisch zum Einkaufsverhalten und zur örtlichen Einzelhandelssituation befragt. Differenziert wurde nach den Merkmalen Altersgruppe, Arbeitsort, Berufstätigkeit, Wohnort innerhalb von Schortens. Der Großteil der Befragten entfällt auf die Altersgruppe der 30 – 50-Jährigen. Heidmühle gaben nur 37 Befragte an, wobei dies nicht den Einwohnerschwerpunkt¹ entspricht. Es ist davon auszugehen, dass die BürgerInnen nicht mehr gänzlich zwischen Heidmühle und Schortens differenzieren. Von den Befragten waren 57 % berufstätig.

Tabelle 3: Merkmale der BürgerInnen

| Altersgruppe / Arbeitsort | abs. | in % | Wohnort | abs. | in % |
|----------------------------------|-------------|-------------|----------------|-------------|-------------|
| bis 30 Jahre | 66 | 17 | Schortens | 110 | 28 |
| 31-50 Jahre | 196 | 49 | Ostiern | 44 | 11 |
| 51-70 Jahre | 104 | 26 | Heidmühle | 37 | 9 |
| 70 Jahre und älter | 34 | 9 | Addernhausen | 30 | 8 |
| Gesamt | 400 | 100 | Roffhausen | 28 | 7 |
| Jever | 72 | 18 | Oestringfelde | 26 | 7 |
| Wilhelmshaven | 54 | 14 | Grafschaft | 25 | 6 |
| Wittmund | 19 | 5 | Middelsfähr | 22 | 6 |
| Sande | 24 | 6 | Silllenstede | 20 | 5 |
| Schortens | 36 | 9 | Upjever | 20 | 5 |
| Sonstiger Ort | 25 | 6 | Schoost | 20 | 5 |
| nicht berufstätig | 170 | 43 | Accum | 18 | 5 |
| Gesamt | 400 | 100 | Gesamt | 400 | 100 |

Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011

¹ In Heidmühle wohnen fast 8.300 Einwohner, während Schortens etwa 2.370 Einwohner zählt.

1.1 Einkaufshäufigkeit bezogen auf auswärtige Orte

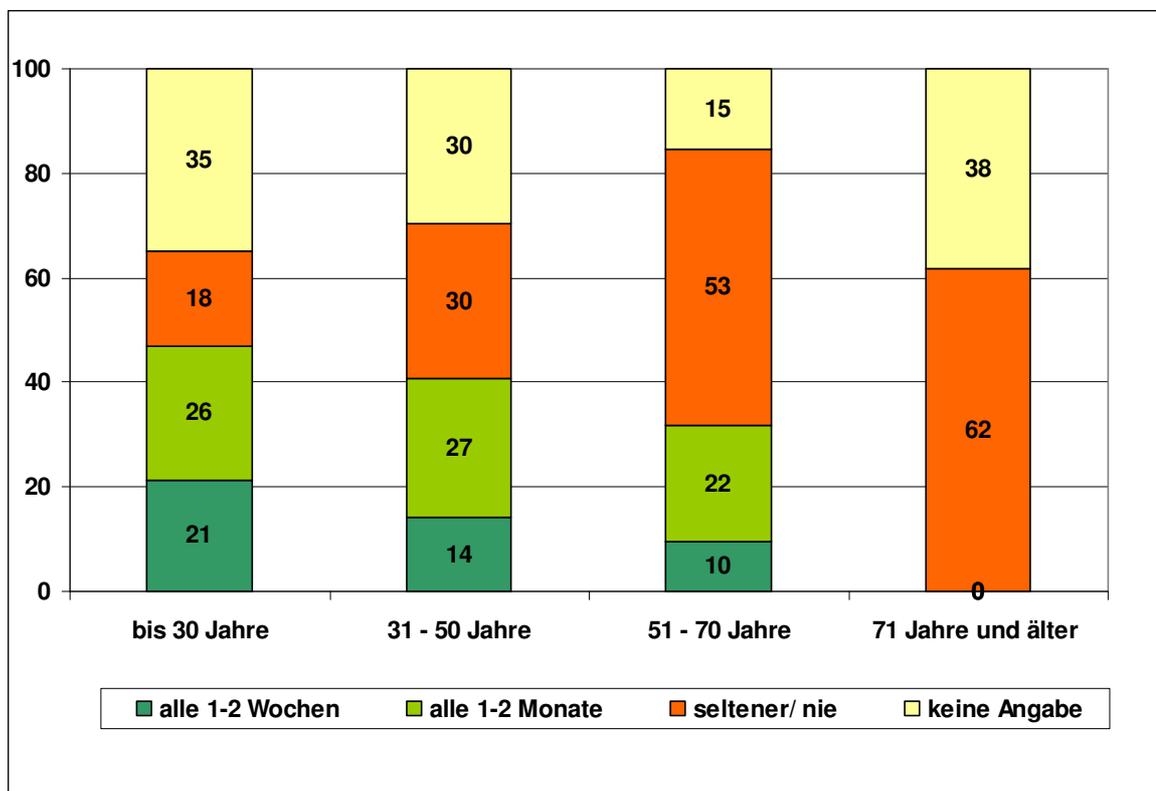
Frage: „Wie häufig kaufen Sie in anderen Städten, z.B. Jever, Wilhelmshaven ein?“

Im Mittel aller Befragten fällt die Einkaufshäufigkeit wie folgt aus:

- alle 1 – 2 Wochen: 13 %
- alle 1 – 2 Monate: 23 %
- seltener / nie: 36 - 37%
- keine Angabe: 27- 28 %.

Die Einkaufshäufigkeit fällt je nach Altersgruppe unterschiedlich aus. Während die bis 30-Jährigen am Häufigsten in auswärtigen Orten einkaufen, nimmt der Einkauf außerhalb Schortens mit zunehmendem Alter ab.

Abbildung 1: Einkaufshäufigkeit bezogen auf auswärtige Orte



Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

Die Einkaufshäufigkeit hängt mit der Berufstätigkeit bzw. mit dem Arbeitsort zusammen. So kaufen jeweils Berufstätige mit dem Arbeitsort in Jever, Wilhelmshaven oder auch in Wittmund zu über 20 % mindestens alle 1 – 2 Wochen in anderen Einkaufsorten ein. Bei Berufstätigen mit dem Arbeitsort in Schortens trifft dies nur auf ca. 8 % der Befragten zu.

1.2 Räumliche Einkaufsorientierung

Frage: „In welchem Ort kaufen Sie die folgenden Waren bevorzugt ein?“

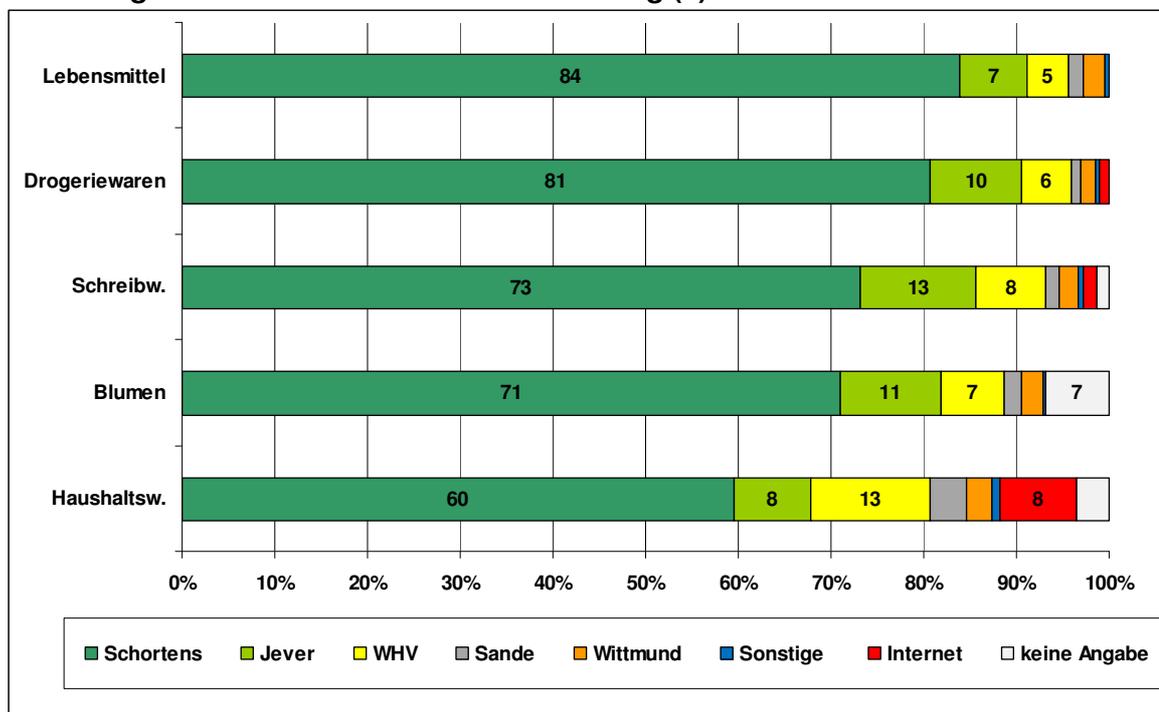
Bei dieser Fragestellung wurde zwischen 10 Branchen, den Einkaufsorten Schortens, Jever, Wilhelmshaven, Sande und Wittmund sowie dem Internet / Versandhandel differenziert. Je Branche wurde nur ein Einkaufsort erfasst. Anhand dieser Frage kann eine differenzierte Analyse der räumlichen Einkaufsorientierung der Befragten vorgenommen werden, so dass branchenbezogene Stärken und Schwächen des örtlichen Einzelhandelsstandortes deutlich werden.

Unter den abgefragten Branchen ist Schortens der bevorzugte Einkaufsort für Lebensmittel / Getränke, Drogeriewaren, Schreibwaren und Blumen, wobei die Reihenfolge im Vergleich zu anderen Bürgerbefragungen üblich ist. Ebenfalls noch sehr stark auf das örtliche Einzelhandelsangebot sind die BürgerInnen beim Kauf von Haushaltswaren ausgerichtet, was im Vergleich zu anderen Befragungen sehr hoch ausfällt. Dies ist auf das Angebot in Schortens (Fachgeschäft Hayen) zurückzuführen. Immerhin über 40 % der Befragten kaufen Bücher, Bekleidung und Schuhe hauptsächlich in Schortens ein, was im Vergleich zu anderen Befragungen hoch ausfällt. Bei Elektrowaren sind noch über ein Viertel aller Befragten auf den örtlichen Einzelhandel ausgerichtet. Der höchste Anteil des Internets entfällt auf den Kauf von Büchern und Elektrowaren.

Unter den auswärtigen Einkaufsorten kommt Jever und Wilhelmshaven die größte Bedeutung zu, wobei mehr Befragte Bekleidung und Schuhe in Wilhelmshaven als in Jever einkaufen. Beim Kauf von Möbeln orientieren sich die Befragten nach Wilhelmshaven und insbesondere nach Altjührden oder nach Oldenburg¹.

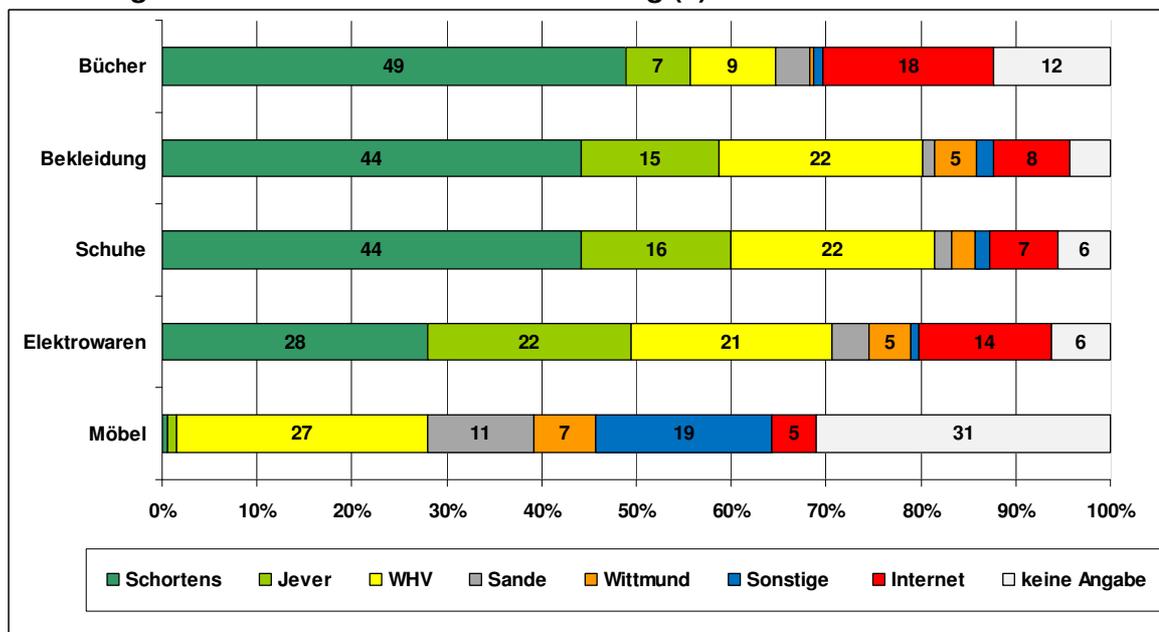
¹ Oldenburg und Altjührden sind der Rubrik Sonstige GK zugeordnet.

Abbildung 2: Räumliche Einkaufsorientierung (1)



Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

Abbildung 3: Räumliche Einkaufsorientierung (2)



Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

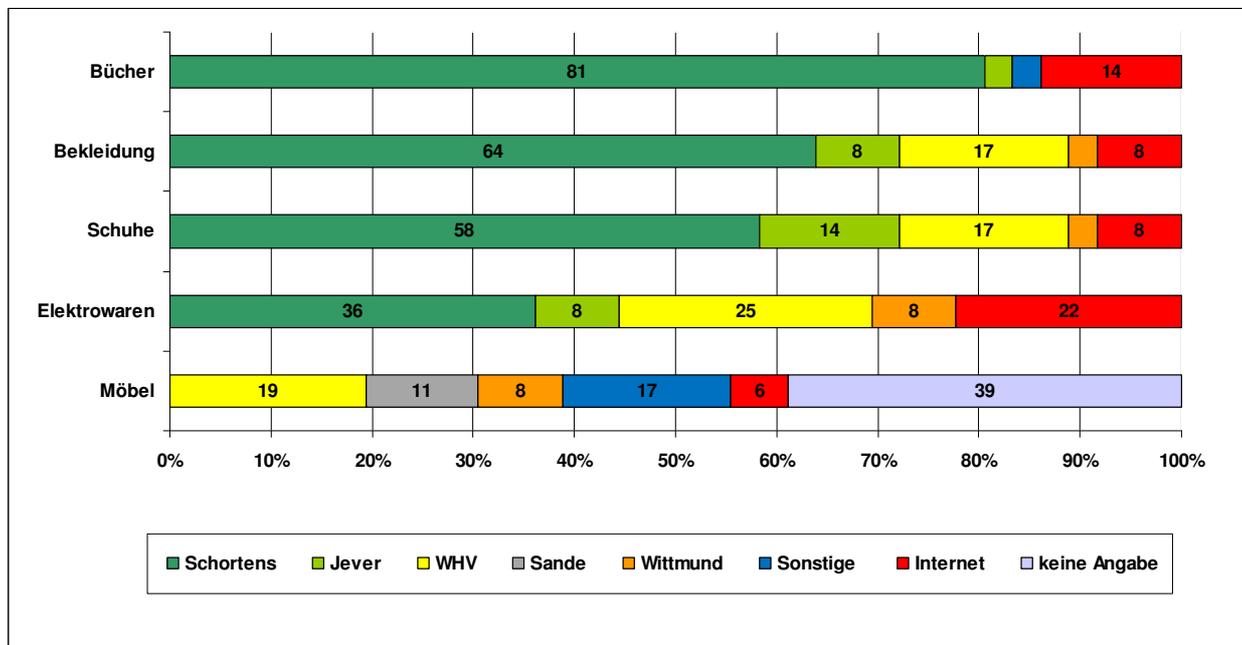
Betrachtet man die Einkaufsorientierung nach Altersgruppen, so zeigt sich, dass bei der innerstädtischen Leitbranche Bekleidung nicht einmal mehr ein Viertel der Jüngeren (bis 30 Jahre) Schortens als Haupteinkaufsort angibt. Auch beim Kauf von Elektrowaren fällt gerade bei den Jüngeren der Einkauf in Schortens sehr gering aus.

Tabelle 4: Haupteinkaufsort Schortens differenziert nach Altersgruppen

| Daten | in % der Befragten | | | |
|--|--------------------|------------|------------|----------------|
| | bis 30 J. | 31 - 50 J. | 51 - 70 J. | 70 J. u. älter |
| Lebensmittel, Getränke | 71 | 81 | 93 | 100 |
| Drogeriewaren | 62 | 79 | 91 | 97 |
| Schreibwaren, Zeitschriften | 53 | 70 | 86 | 91 |
| Blumen | 55 | 76 | 78 | 59 |
| Bücher | 32 | 53 | 60 | 27 |
| Schuhe | 26 | 41 | 58 | 56 |
| Elektrowaren | 14 | 22 | 39 | 56 |
| Bekleidung | 23 | 41 | 59 | 59 |
| Haushaltswaren | 47 | 54 | 3 | 77 |
| Möbel | 2 | 1 | - | - |
| Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011. | | | | |

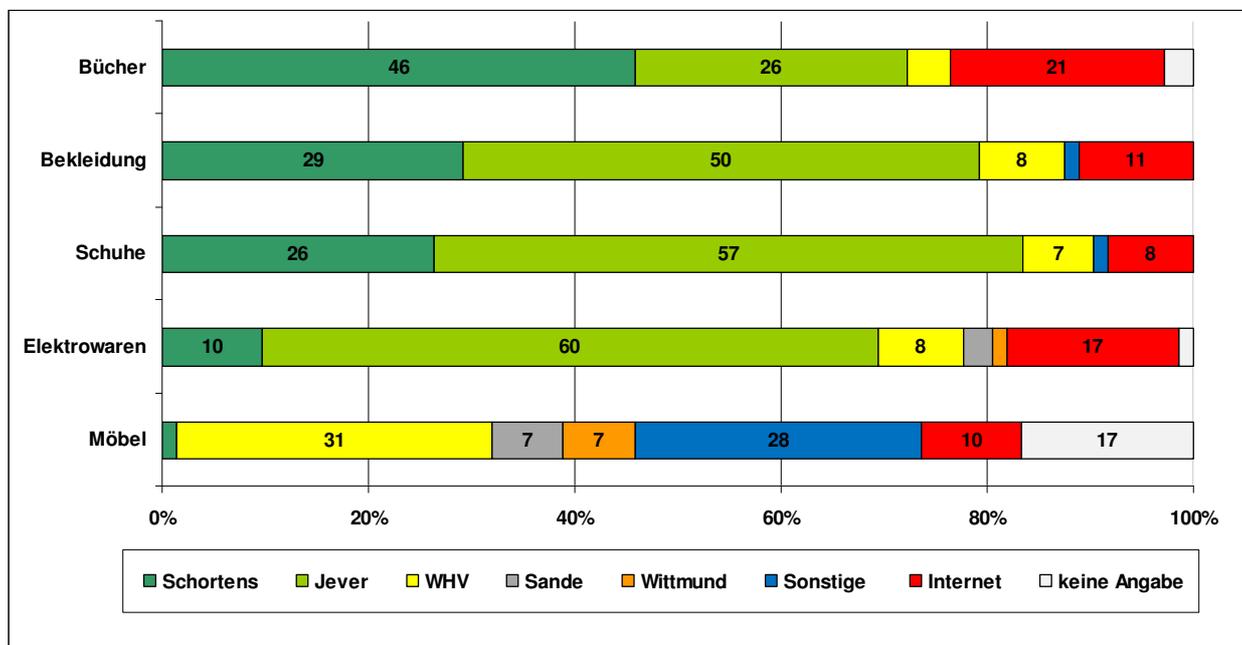
Die räumliche Einkaufsorientierung korrespondiert bei Berufstätigen mit dem jeweiligen Arbeitsort. So decken Berufstätige, die in Schortens arbeiten, auch hauptsächlich ihren Bedarf in Schortens ein. Eine im Vergleich dazu geringere Orientierung in den Einzelhandels in Schortens, ist für diejenigen festzuhalten, die in Jever, Wilhelmshaven oder Wittmund arbeiten.

Abbildung 4: Räumliche Einkaufsorientierung der Berufstätigen mit Arbeitsort Schortens



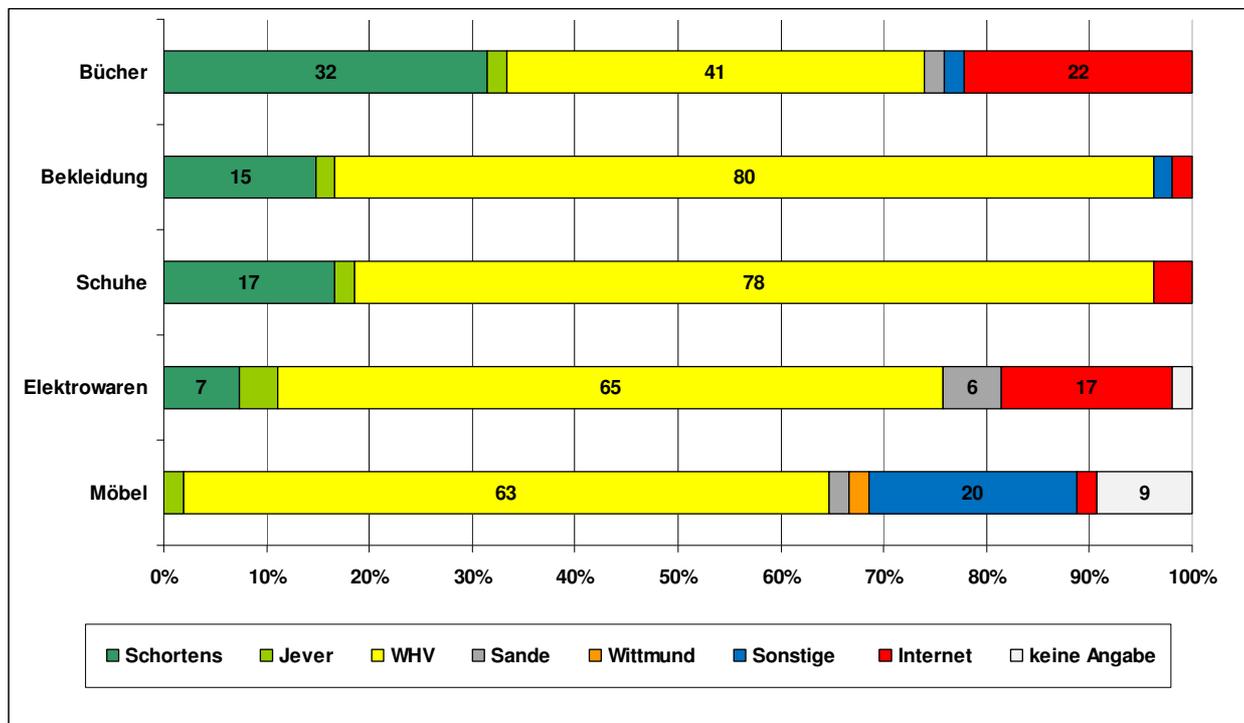
Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

Abbildung 5: Räumliche Einkaufsorientierung der Berufstätigen mit Arbeitsort in Jever



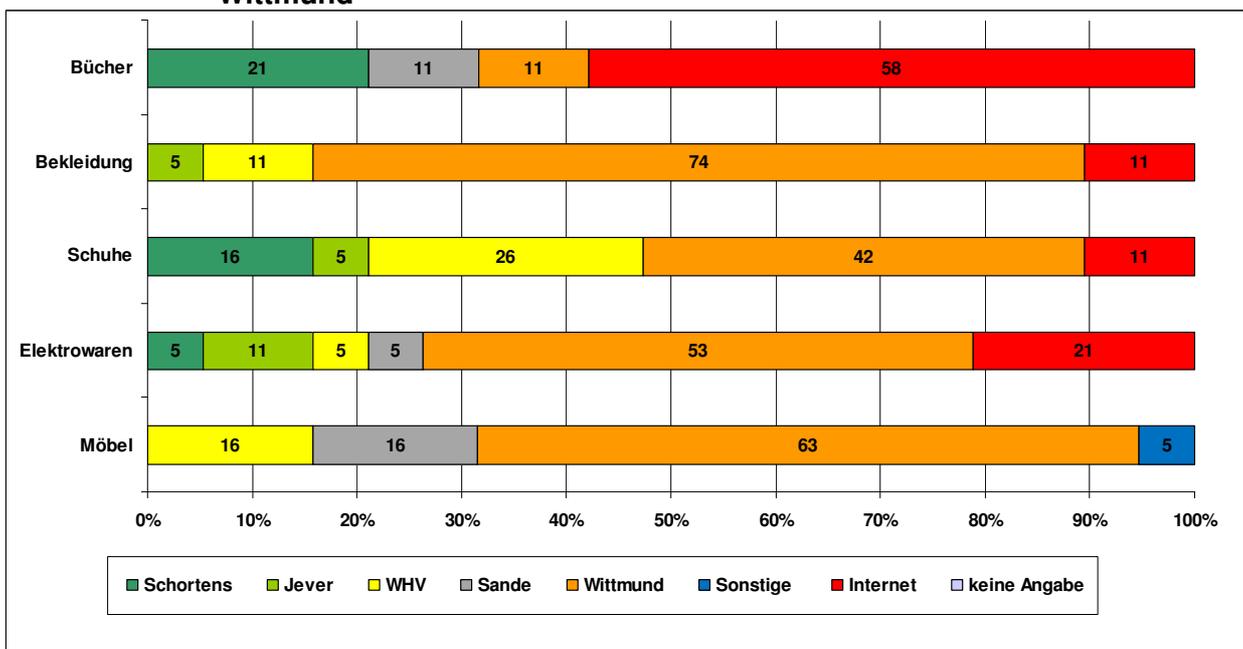
Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

Abbildung 6: Räumliche Einkaufsorientierung der Berufstätigen mit Arbeitsort in Wilhelmshaven



Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

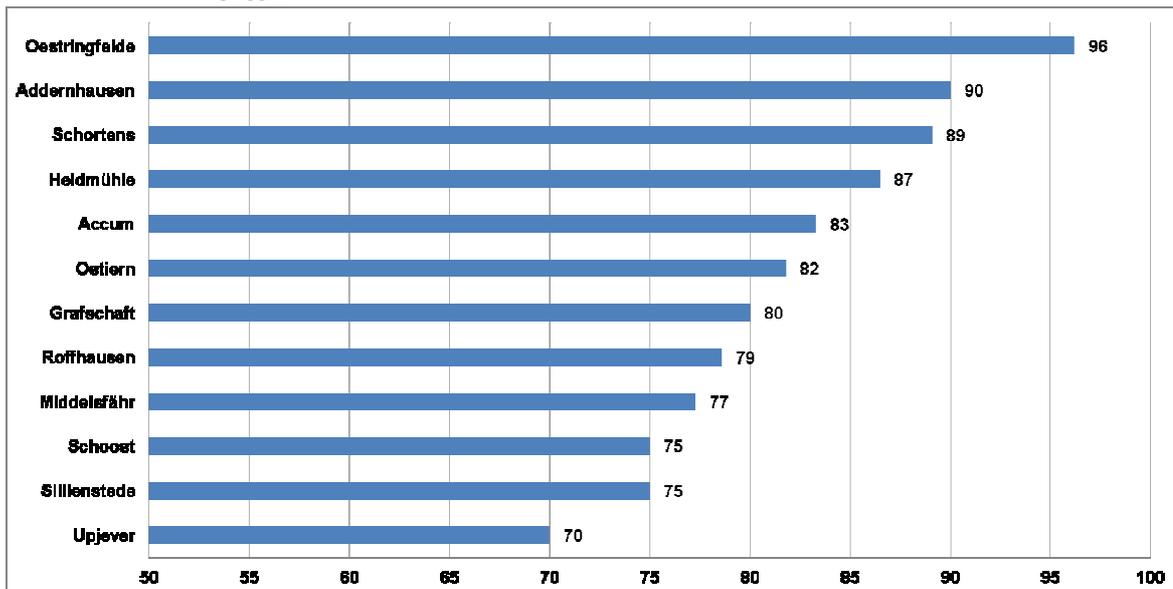
Abbildung 7: Räumliche Einkaufsorientierung der Berufstätigen mit Arbeitsort in Wittmund



Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

Auch hinsichtlich der Wohnorte in der Stadt Schortens fällt die Ausrichtung auf den lokalen Einzelhandel unterschiedlich aus, was bereits beim Einkauf von Lebensmitteln zeigt. So sind Verbraucher aus den von der Kernstadt – und damit von den Lebensmittelmärkten- entfernt liegenden Stadtteilen weniger auf den lokalen Einzelhandels ausgerichtet.

Abbildung 8: Schortens als Einkaufsort für Lebensmittel differenziert nach Wohnorten



Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

1.3 Bewertung der Geschäfte

1.3.1 Positiv genannte Geschäfte

Fragen: „Gibt es in Schortens Geschäfte, die Ihnen gut gefallen?“

„Falls ja, welche Geschäfte gefallen Ihnen gut und was ist der Grund dafür?“

Über die Hälfte aller Befragten (52 %) beantwortete die Frage mit ja. Auffallend ist, dass nur ca. 38 % der jüngeren Befragten (bis 30 Jahre) die Frage mit ja beantwortete. Geschäfte gefallen v. a. den 31 – 50-Jährigen (ca. 59 %) und den 51 – 70-Jährigen (ca. 56 %). Hingegen führen nur ca. 29 % der über 70-Jährigen Geschäfte positiv auf. Von den Befragten wurden 20 Fachgeschäfte und 11 Filialbetriebe genannt. Unter den Fachgeschäften rangiert an erster Stelle mit deutlichem Abstand das Haushaltswarengeschäft Hayen. Bei den Filialbetrieben rangiert Apollo an erster Stelle.

Tabelle 5: Hauptsächlich positiv genannte Geschäfte

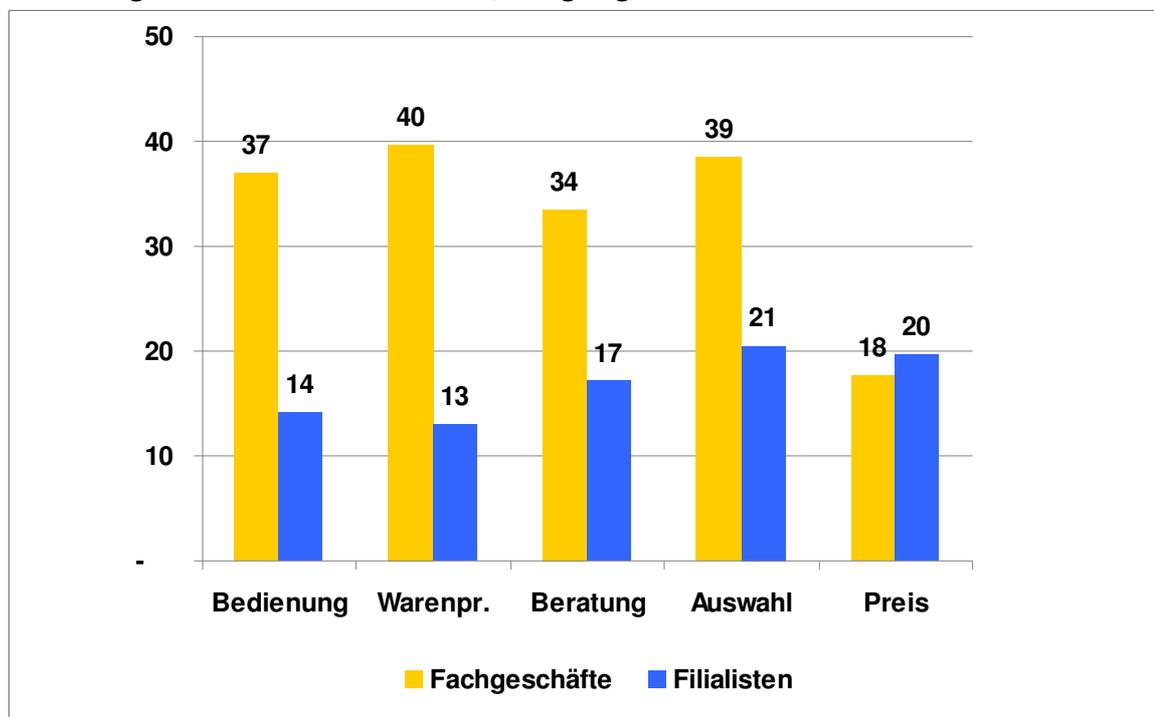
| Fachgeschäfte | in % | Filialisten | in % |
|----------------------|-------------|--------------------|-------------|
| Hayen | 39 | Apollo | 30 |
| Mona Schuhe | 26 | Aldi | 18 |
| Ringpreis | 16 | Rossmann | 18 |
| Janssen | 15 | E aktiv | 5 |
| Steffens | 14 | Combi | 5 |
| Harms | 13 | Lidl | 3 |
| Bücherstube | 11 | Quick Schuhe | 3 |
| Optik Bruns | 9 | NKD | 2 |
| Sport Puttkammer | 7 | Zimmermann | 1 |
| Mode Inge | 7 | Netto | 1 |
| Juwelier Mömich | 5 | Schlecker | 1 |

Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % aller Befragten.

Zwischen 1 und 3 % aller Befragten führen die Geschäfte Popken, Friesen Radcenter, Fleischerei Krips, Fleischerei Schlimgen, Stadtbäcker, Wübbenhorst und die Apotheken Vital, Adler und Olympia an. Bei fast allen Fachgeschäften wurde das Gefallen mit der Freundlichkeit der Bedienung, der Warenpräsentation, der Beratung und der spezifischen Auswahl begründet. Im Vergleich dazu wird das spezifische Preisniveau allerdings nicht in dem Maße wie die anderen Gründe genannt¹.

Bei den Filialbetrieben werden im Vergleich zu den Fachgeschäften weitaus weniger Gründe für die positive Wahrnehmung angeführt. Die Auswahl und das Preisniveau wird bei fast allen Betrieben positiv hervorgehoben.

¹ Bei 10 Fachgeschäften werden weitere Gründe, wie z. B. kein Kaufzwang, Gestaltung der Schaufenster und Sauberkeit angeführt.

Abbildung 9: Gründe für Geschäfte, die gut gefallen

Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

1.3.2 Negativ genannte Geschäfte

Fragen: „Gibt es in Schortens Geschäfte, die Ihnen nicht gefallen?“

„Falls ja, welche Geschäfte gefallen Ihnen nicht und was ist der Grund dafür?“

Etwa ein Viertel aller Befragten bemängelt Geschäfte in Schortens. Während bei den über 70-Jährigen überhaupt kein Geschäft negativ genannt wird, trifft dies auf knapp ein Drittel der 31 – 50-Jährigen und auf jeweils etwa ein Viertel der beiden anderen Altersgruppen zu. Insgesamt zeigt sich allerdings, dass die Negativbewertungen nicht das Ausmaß annehmen, wie die positiven Bewertungen.

Von den Fachgeschäften werden lediglich das Kaufhaus (ca. 10 %), Herrenbekleidung Janssen und das Friesenradcenter (jeweils unter 4 %) negativ empfunden. Das Missfallen bezieht sich in erster Linie auf Filialbetriebe, so v. a. auf Schlecker (ca. 15 % aller Befragten) und Bauspezi (ca. 14 % aller Befragten), welcher zum Zeitpunkt der Befragung noch in Betrieb war. Die weiteren Nennungen beziehen sich auf Takko (ca. 9 %), Fressnapf

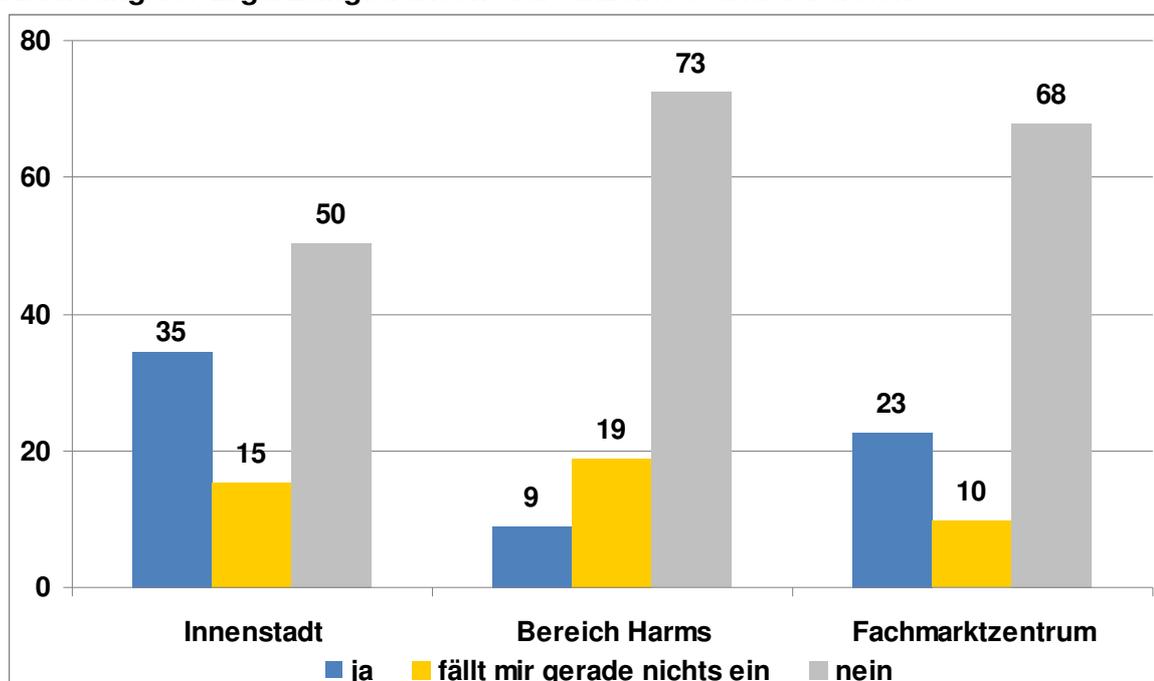
und Quick Schuhe (jeweils ca. 8 %), Tedi (ca. 5 %), NKD und Netto (jeweils ca. 4 %), Aldi und Zimmermann (jeweils ca. 3 %). Die weiteren Filialisten K&K Schuhe, Lidl, Kik, Rossmann und der Edeka aktiv Markt gefallen jeweils 1 % aller Befragten nicht.

Begründet wird das Missfallen der Filialbetriebe mit der Bedienung (22 %), der fehlenden Beratung (ca. 19 %); die Auswahl und die Warenpräsentation wird von jeweils 14 – 15 % kritisiert.

1.4 Ergänzungen zu unterschiedlichen Standortbereichen

Ergänzungswünsche wurden insbesondere für die Innenstadt von gut einem Drittel aller Befragten geäußert, während Ergänzungen für das Fachmarktzentrum oder auch für den Standortbereich um Küchen Harms kaum geäußert werden. Zu beachten ist, dass zwischen ca. 10 und 20 % der Befragten in dem Moment als sie befragt wurden, spontan keine Ergänzungswünsche nennen konnten.

Abbildung 10: Ergänzungswünsche für einzelne Standortbereiche



Quelle: GMA-Bürgerbefragung 04 / 2011, in % der Befragten

In der **Innenstadt**¹ werden insbesondere Ergänzungen im Bekleidungssektor, aber auch bei Elektrowaren, Elektronik / Computer gewünscht:

| | |
|---------------------------------------|----------|
| ▪ Bekleidung: | ca. 14 % |
| ▪ Elektrowaren, Elektronik, Computer: | ca. 12 % |
| ▪ Markenartikel: | ca. 4 % |
| ▪ Mehr Auswahl allg.: | ca. 4 % |
| ▪ Parfümerie: | ca. 3 % |
| ▪ Feinkost: | ca. 3 % |
| ▪ Schuhe: | ca. 2 %. |

Einzelnennungen bezogen sich auf Lederwaren, Baumarkt, Juwelier, Schlachter und Sportbekleidung. Am Häufigsten wünschen sich Ergänzungen für die Innenstadt Befragte aus der Altersgruppe 30 - 50 Jahre (= ca. 44 % dieser Altersgruppe). Von den jüngeren führen hingegen nur gut ein Viertel dieser Altersgruppe (ca. 26 %) Ergänzungen an. Am zufriedensten mit dem innerstädtischen Einzelhandelsangebot sind Befragte der Altersgruppe 51 – 70 Jahre, nur ein Befragter wünscht sich hier eine Ergänzung.

Am **Standortbereich Küchen Harms** beziehen sich die Ergänzungswünsche auf qualitativ hochwertigere Geschäfte (ca. 7 % aller Befragten). Jeweils 1 % aller Befragten wünschen sich mehr billigere Geschäfte, einen Baumarkt und ein Modegeschäft.

Für das **Fachmarktzentrum**² wünschen sich 15 % aller Befragten einen Lebensmittelmarkt. Ferner wird eine Ergänzung gesehen in einem Baumarkt (ca. 5 %), einem Elektrofachmarkt (ca. 4 %) und einem Gartencenter (ca. 2 %). Interessant ist, dass ein zusätzlicher Lebensmittelmarkt am Fachmarktzentrum insbesondere von den 31 – 50-Jährigen (ca. 22 % dieser Altersgruppe) gewünscht wird. Mit Blick auf den Stadtteil³, in welchem die Befragten wohnen, zeigen sich keine signifikante Ausprägung.

¹ Insgesamt wurden von den Befragten 177 Ergänzungswünsche abgegeben.

² Insgesamt wurden von den Befragten 109 Ergänzungswünsche abgegeben.

³ Aus Akkum und aus Heidmühle jeweils 4 Befragte, aus Ostiem 5 Befragte, aus Sillenstede 2 Befragte, aus Addernhausen 9 Befragte, aus Roffhausen 6 Befragte, aus Graftschaff 7 Befragte, aus Östringfelde 7 Befragte, aus Schoost 2 Befragte, aus Schortens 13 Befragte.

1.5 Verbesserungsvorschläge aus Sicht der BürgerInnen

Frage: „Welche Verbesserungen sind notwendig, damit Schortens als Einkaufsort attraktiver wird?“

Knapp zwei Drittel der Befragten sind der Meinung, dass Verbesserungen im örtlichen Einzelhandel nicht notwendig sind. Von den Befragten mit Vorschlägen wurden insgesamt 139 Anregungen unterbreitet. Die Vorschläge beziehen sich in erster Linie auf die Atmosphäre und Gestaltung des innerstädtischen Einkaufsbereichs, aber auch auf zusätzliche Geschäfte und einer Fußgängerzone bzw. verkehrsberuhigten Zone:

III. Marktgebiet und Kaufkraft

1. Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Schortens

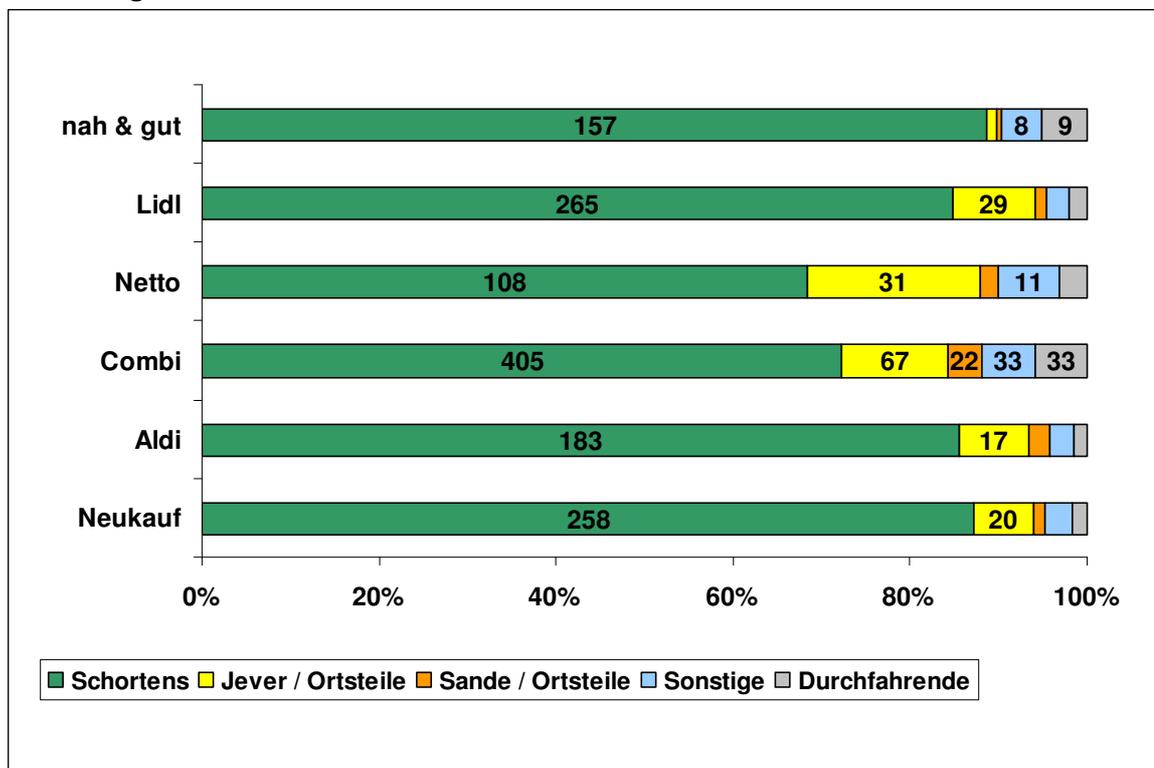
Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher überwiegend zum Einkauf auf einen Einzelhandelsstandort orientieren. Zur Abgrenzung des Marktgebietes wurden folgende Kriterien herangezogen:

- die Angebotssituation in Schortens und im Umland
- die Verkehrserschließung im Untersuchungsraum und die damit zusammenhängenden Zeit-Distanz-Werte
- Siedlungsstrukturen im Untersuchungsraum
- Ergebnisse der Betriebsbefragungen
- Ergebnisse der Wohnorterhebungen in der Innenstadt an drei Standorten vor den Lebensmittelmärkten (Neukauf, Lidl, Aldi, Netto, E-aktiv Markt Grafschaft, am Dänischen Bettenlager und am Fachmarktzentrum).

Im Rahmen der **Wohnorterhebungen**¹ wurden insgesamt 2.477 Kunden mit Wohnort erfasst. Der überwiegende Teil der Kunden entfällt auf die Lebensmittelmärkte (Neukauf: 296, Aldi: 214, Combi: 560, Netto: 158, Lidl: 312, nah & gut: 177). Beim Dänischen Bettenlager wurden 133 Kunden und am Fachmarktstandort (Sonderposten Zimmermann / Takko) 210 Kunden gezählt. Unter den vier ausgewählten Standorten in der Innenstadt ist die geringste Kundenzahl beim Radio Geschäft Fleischer (14 Kunden) zu verzeichnen. Auf die anderen Bereiche entfallen 73 Kunden im Bereich des Fachgeschäftes Hayen, 138 Kunden im Bereich des Blumenmarktes Beim Holländer und 192 Kunden vor Rossmann.

Bei den Lebensmittelmärkten fällt der Kundenanteil differenziert nach Schortens und Umland sehr unterschiedlich aus. So kamen bei Neukauf, Aldi, Lidl und nah & gut über 85 % jeweils aus der Stadt Schortens. Bei Combi und Netto liegen die Vergleichswerte bei ca. 60 %.

¹ Die Erhebung erfolgte vor den Märkten am Freitag Nachmittag (01.04.2011 von 14-18 Uhr) und in einer Nacherhebung in der Innenstadt am Freitag Nachmittag (13.02.2011 von 14-18 Uhr).

Abbildung 11: Kundenanteile nach Räumen bei den Lebensmittelmärkten


Beim Dänischen Bettenlager stammen etwa 52 % aus Schortens, während am Fachmarktzentrum etwa 60 % aus Schortens kamen. Bei den innerstädtischen Standorten schwanken die Kundenanteile zwischen 64 % bei Radio Fleischer, ca. 74 % bei Rossmann, ca. 70 % im Bereich um den Blumenhändler und 90 % im Bereich von Hayen, welche aus Schortens gezählt wurden.

Setzt man die jeweilige Kundenzahl in Relation zur Einwohnerzahl, so zeigen sich innerhalb der Stadt Schortens starke Unterschiede. Verbraucher aus Mittelsfähr, Upjever, aber auch aus Roffhausen sind lang nicht mehr in dem Maße auf den Einzelhandel von Schortens ausgerichtet, wie die übrigen Stadtteile. Unter den auswärtigen Orten zeigt sich eine vergleichsweise hohe Kundendichte in Jever und Moorwarfen bzw. in Sande und Dykhansen. Auch die Befragung in ausgewählten Betrieben zum spezifischen Einzugsgebiet bestätigt die vergleichsweise starke Ausrichtung von Verbraucher aus den diesen Orten.

Tabelle 6: Ergebnisse der Wohnorterhebung vor den Lebensmittelmärkten

| Wohnorte | Kunden | Einwohner | Kunden / 1.000 EW |
|--|--------------|---------------|-------------------|
| Schortens/Heidmühle | 1.474 | 10.656 | 138 |
| Graschaft | 118 | 1.636 | 72 |
| Accum | 69 | 1.078 | 64 |
| Addernhausen | 13 | 241 | 54 |
| Schoost | 9 | 152 | 59 |
| Sillenstede | 108 | 2.179 | 50 |
| Oestringfelde | 27 | 730 | 37 |
| Ostiem | 45 | 1.676 | 27 |
| Roffhausen | 12 | 854 | 14 |
| Middelsfähr | 6 | 1.347 | 4 |
| Upjever | 2 | 262 | 8 |
| Summe Schortens | 1.883 | 20.811 | 90 |
| Jever | 210 | 10.505 | 20 |
| Clevers-Sandel | 4 | 1.113 | 4 |
| Moorwarfen | 17 | 958 | 18 |
| Rahrdum | 2 | 1.617 | 1 |
| Sande | 40 | 6.116 | 7 |
| Cäciliengroden | 1 | 1.267 | 1 |
| Dykhausen | 2 | 196 | 10 |
| Neustadtgödens | 6 | 1.240 | 5 |
| Friedeburg, Repsholt | 11 | 3.885 | 3 |
| Hooksiel | 19 | 1.600 | 12 |
| Wilhelmshaven | 95 | 81.022 | 1 |
| Wittmund | 28 | 57.471 | 0,5 |
| Durchfahrende | 10 | --- | --- |
| Insgesamt | 2.477 | --- | --- |
| Quelle: GMA-Wohnorterhebung 04 und 05 / 2011 | | | |

Vor diesem Hintergrund lässt sich für den Einzelhandel von Schortens folgendes Marktgebiet von knapp 22.000 Einwohner abgrenzen:

- Zone I: Schortens (ohne Middelsfähr, Roffhausen) ca. 18.350 EW
- Zone II: Middelsfähr, Roffhausen, Upjever ca. 2.460 EW

- Zone III: Moorwarfen, Dykhausen ca. 1.150 EW.

2. Kaufkraftvolumen

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) bei ca. 5.349 € pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland. Davon entfielen auf Nahrungs- und Genussmittel ca. 1.810 € p. a. und auf Nichtlebensmittel ca. 3.539 € p. a.

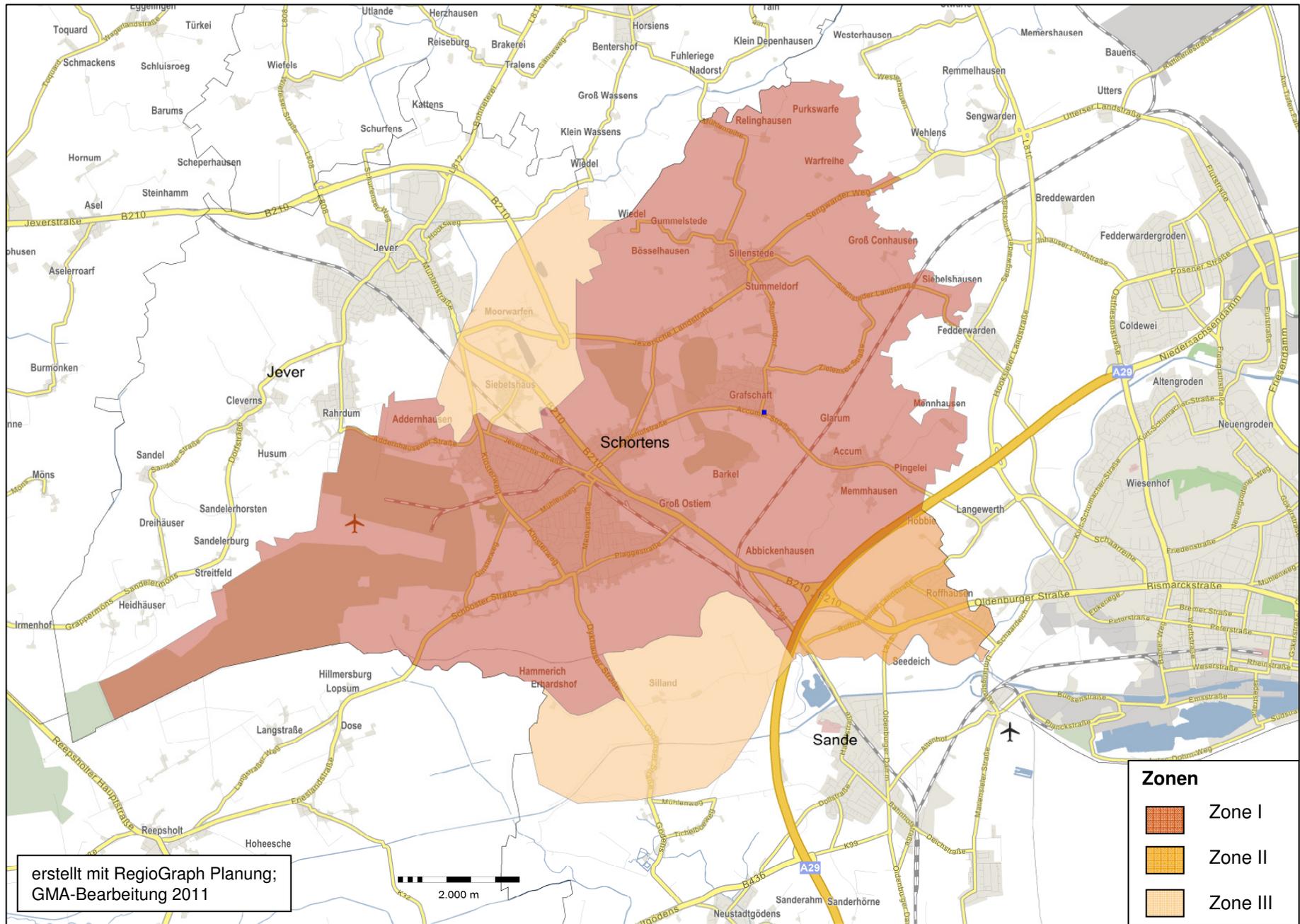
Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten sind zur Berechnung der Kaufkraft die lokalen Kaufkraftkoeffizienten¹, welches in Schortens mit 96,9 unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt, und die Einwohnerzahl zu berücksichtigen. Das Kaufkraftvolumen ist für die Stadt Schortens insgesamt mit **ca. 107,9 Mio. €** zu beziffern.

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen 2010 im Marktgebiet

| Branchen | Kaufkraft in Mio. € | | | |
|-------------------------------------|---------------------|-------------|------------|--------------|
| | Zone I | Zone II | Zone III | Summe |
| Nahrungs- und Genussmittel | 32,2 | 4,3 | 2,1 | 38,6 |
| Gesundheit / Körperpflege | 11,5 | 1,5 | 0,7 | 13,8 |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 2,1 | 0,3 | 0,1 | 2,5 |
| Bücher, Schreib-, Spielwaren | 4,7 | 0,6 | 0,3 | 5,6 |
| Bekleidung, Schuhe, Sportbekleidung | 12,2 | 1,6 | 0,8 | 14,7 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 8,8 | 1,2 | 0,6 | 10,6 |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 9,3 | 1,2 | 0,6 | 11,1 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 8,1 | 1,1 | 0,5 | 9,7 |
| Uhren / Schmuck / Optik / Akustik | 1,9 | 0,3 | 0,1 | 2,3 |
| Sonstige Sortimente | 4,4 | 0,6 | 0,2 | 5,3 |
| Einzelhandel gesamt | 95,1 | 12,8 | 5,3 | 114,1 |
| Quelle: GMA-Berechnungen 05 / 2011 | | | | |

¹ Quelle: Gesellschaft für Konsumforschung (GfK) Nürnberg. Die GfK berechnet basierend auf der amtlichen Steuerstatistik das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau; Sande (95,2), Jever (102,8).

Karte 1: Das Marktgebiet



IV. Situationsanalyse des Einzelhandelsstandortes Schortens

1. Standortgefüge des Einzelhandels in Schortens

Als maßgebliche Handelsschwerpunkte sind folgende Standortbereiche hervorzuheben:

- In der Innenstadt konzentriert sich der Geschäftsbesatz auf die Durchgangsachsen Menkestraße und Bahnhofstraße und auf Teilbereiche der Oldenburger Straße. Als großflächige Frequenzbringer sind der Combi Supermarkt, die Discounter Lidl und Netto¹ und Rossmann zu nennen. Auch der inhabergeführte Fachmarkt für Tiernahrung, zoologischer Bedarf ist großflächig. Hinzu kommen inhabergeführte Fachgeschäfte, kleinere Fachmärkte und Betriebe des Lebensmittelhandwerks.
- Nördlich der Innenstadt schließt sich an der Bahnhofstraße direkt an der Bundesstraße der Standort des Küchenmarktes Harms an, in dessen mehrgeschossiges Gebäude im Untergeschoss das Dänische Bettenlager, der Sportfachmarkt Puttkammer sowie das Friesen Radcenter integriert sind.
- In integrierter Lage befindet sich am Mühlenweg die Verbundlage des Neukauf Supermarktes mit dem Aldi Discounter.
- Das an der Bundesstraße in dezentraler Gewerbegebietslage vorhandene Fachmarktzentrum setzt sich größtenteils aus Fachmärkten mit zentrenrelevanten Sortimenten (Hol ab, Takko, K&K Schuhcenter, NKD, Fressnapf) und einem Fachmarkt mit nicht zentrenrelevanten Sortiment (Matratzen Concord), einer Bäckereifiliale, Apollo Optik und dem Sonderpostenmarkt Tedi zusammen. Der Baumarkt Bauspezi wurde vor kurzem geschlossen. In direkter Nähe sind ein Fachmarkt für Bodenbeläge/Heimtextilien (Ruma) und ein Sonderpostenmarkt (Zimmermann) lokalisiert. Auf der gegenüberliegenden Seite des Gewerbegebietes ist ein Gartencenter vorhanden.

In Sillenstede, Graftschaft, Accum, Ostiem, Roffhausen und Middelsfähr beschränkt sich das Einzelhandelsangebot auf wenige Betriebe, überwiegend aus dem Nahrungs- und Genussmittelsektor. Eine kleine Verbundlage eines Supermarktes mit Apotheke besteht im Stadtteil Graftschaft.

¹ Netto ist momentan mit zwei Einheiten in der Menkestraße mit ca. 800 m² bzw. 400 m² VK.

2. Aktueller Einzelhandelsbestand in Schortens

Zum Zeitpunkt der Erhebung¹ waren in der Stadt Schortens insgesamt **116 Einzelhandelsbetriebe** mit einer **Verkaufsfläche von ca. 29.7 00 m²** ansässig. Die **Bruttoumsatzleistung** beträgt **ca. 74 – 75 Mio. €**

Tabelle 8: Einzelhandelsbestand in der Stadt Schortens nach Bedarfsbereichen

| Hauptsortiment | Anzahl der Betriebe [*] | Verkaufsfläche ^{**} in m ² | Umsatz in Mio. € |
|---------------------------------|----------------------------------|--|------------------|
| Nahrungs- und Genussmittel | 41 | 8.900 | 32,8 |
| Gesundheit, Körperpflege | 12 | 1.820 | 10,9 |
| Blumen, zoologischer Bedarf | 6 | 1.790 | 3,0 |
| Bücher, Schreib-, Spielwaren | 5 | 680 | - |
| Bekleidung, Schuhe, Sport | 15 | 3.630 | 7,5 |
| Elektrowaren, Medien, Foto | 5 | 600 | - |
| Hausrat, Einrichtung, Möbel | 7 | 4.050 | 9,1 |
| Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf | 8 | 3.520 | 5,2 |
| Optik / Uhren, Schmuck | 5 | 360 | - |
| Sonstige Sortimente | 12 | 4.350 | 1,9 |
| Einzelhandel insgesamt | 116 | 29.700 | 74,3 |

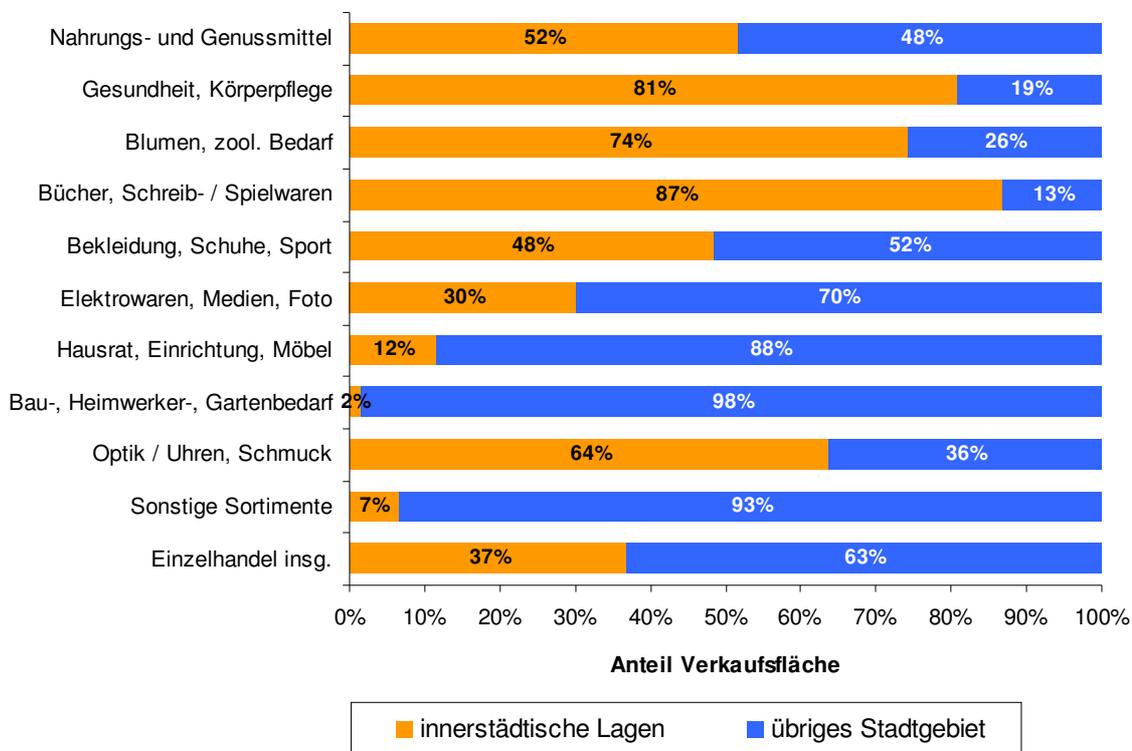
^{*} Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt, aufgrund der geringen Zahl der Betriebe ist die Ausweisung des Umsatzes einzelner Hauptsortiment nicht möglich
^{**} Aufteilung der Mehrbranchenunternehmen
 Quelle: GMA-Erhebungen 05 / 2011 (ca.-Werte, gerundet).

Das innerstädtische Angebot umfasst 51 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 11.000 m², die ca. 37 % der Verkaufsfläche auf sich einigen. In den Branchen Gesundheit / Körperpflege², Blumen / zoologischer Bedarf und Bekleidung, Schuhe, Sport konzentriert sich das Einzelhandelsangebot auf die Innenstadt. Auch bei Nahrungs- und Genussmitteln ist noch gut die Hälfte der Verkaufsfläche in der Innenstadt vorhanden, was im Vergleich zu anderen Grundzentren hoch ausfällt.

¹ Im Juni kam ein auf Computer und Zubehör spezialisierter kleines Fachgeschäft bei Küchen Harms neu hinzu.

² Drogerie-, Apotheker- und Sanitätswaren.

Abbildung 12: Einzelhandelsbestand in Schortens nach Lagen



Quelle: GMA-Erhebungen 04 / 2011

Nach Lagen verteilt sich das Einzelhandelsangebot wie folgt:

- Innenstadt: 50 Betriebe ca. 11.000 m² VK
- Gewerbegebiete: 16 Betriebe ca. 8.500 m² VK
- Kernstadtgebiet: 24 Betriebe ca. 8.100 m² VK
- Stadtteile: 25 Betriebe ca. 2.100 m² VK.

3. Einzelhandelsausstattung im interkommunalen Vergleich

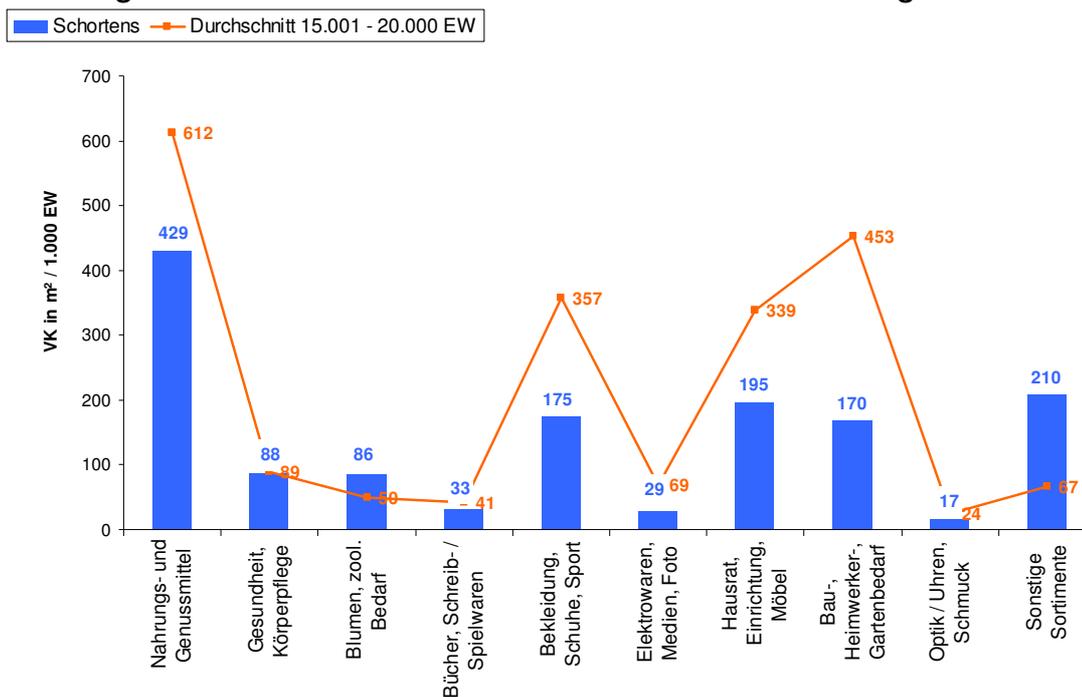
Für ein besseres Verständnis der Einzelhandelsausstattung wird ein kommunaler Vergleich mit ähnlich großen Kommunen (ca. 10.000 – 20.000 Einwohner), wobei diese Vergleichskennziffern nur der Orientierung dienen und nicht als Ziel- oder Richtwert zu verstehen sind.

Der Einzelhandelsbesatz der Stadt Schortens kann wie folgt charakterisiert werden:

- Mit ca. 5,6 Betrieben je 1.000 Einwohner liegt ein im Vergleich zum Referenzwert (ca. 8,4 Betriebe) unterdurchschnittlicher Betriebsbesatz vor. Dies gilt gleichermaßen für den Nahrungs- und Genussmittelsektor (Schortens: 2,0 Betriebe, Referenzwert: 2,5 Betriebe) als auch für den Nichtlebensmittelsektor (Schortens: 3,6 Betriebe, Referenzwert: 5,9 Betriebe).
- In Schortens entfällt auf 1.000 Einwohner eine Verkaufsfläche von ca. 1.400 m², die Flächendichte bewegt sich unter dem Referenzwert von ca. 2.100 m².

Die Flächendichte bewegt sich in Schortens insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, Bekleidung, Schuhe, Sport und im Bau-/ Heimwerker-/ Gartenbedarf auf einem im Vergleich geringeren Niveau.

Abbildung 13: Einzelhandelsbestand im interkommunalen Vergleich



Quelle: GMA-Erhebung

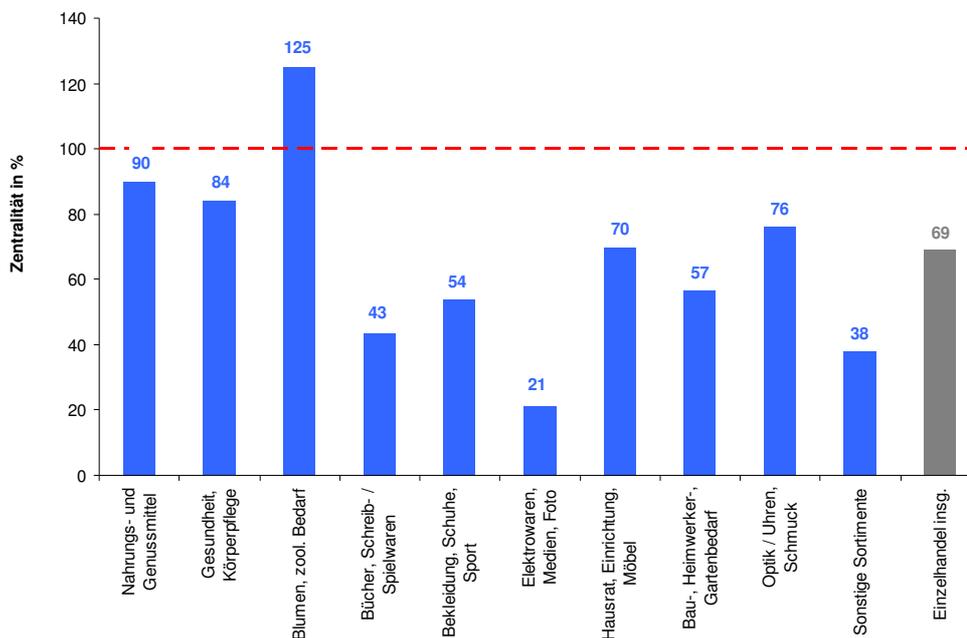
4. Zentralitätskennziffern

Im gesamten Einzelhandel von Schortens wurde 2010 eine Bruttoumsatzleistung von **ca. 74 – 75 Mio. €** erzielt.¹ Als wichtige Orientierung für die Bedeutung einer Kommune für das nähere Umland sowie deren Entwicklungspotenzial dient die **Zentralitätskennziffer**. Zur Berechnung der Zentralität erfolgt eine Gegenüberstellung von Kaufkraft der Wohnbevölkerung und Umsatz. Dabei deuten Werte über 100 einen Bedeutungsüberschuss (hohe Kaufkraftbindung, Zuflüsse aus dem Umland) und Werte unter 100 einen Kaufkraftabfluss an.

Der Einzelhandel von Schortens erreicht mit ca. 95 % eine für ein Grundzentrum mit über 20.000 Einwohner eine durchschnittliche Zentralität. Eine hohe Zentralität liegt in der Branche Blumen, zoologischer Bedarf vor, während die Zentralität sich bei Elektrowaren, Medien, Foto auf einem geringen Niveau bewegt. Auch bei Büchern, Schreib- und Spielwaren fällt die Zentralität eher gering aus. In den übrigen Branchen liegt eine durchschnittliche Zentralität vor.

Abbildung 14: Zentralität nach Branchen

¹ Die Umsätze der Betriebe mit verschiedenen Sortimenten wurden den jeweiligen Sortimenten zugerechnet (= bereinigte Umsatzleistung).



Quelle: GMA-Berechnungen 05 / 2011

Der Umsatz des Einzelhandels der Stadt Schortens setzt sich wie folgt zusammen:

- Umsatz mit der Wohnbevölkerung: ca. 58,4 Mio. €
- Umsatz mit Verbrauchern aus dem Umland: ca. 16,2 Mio. €.

Die Zuflussquote liegt bei etwa 22 %, wobei es deutliche Branchenunterschiede gibt. Die höchste Zuflussquote liegt in den Branchen Blumen, zoologischer Bedarf und Hausrat, Einrichtung, Möbeln mit jeweils ca. 36 %.

von der Kaufkraft der Wohnbevölkerung (ca. 107,9 Mio. €) werden vor Ort etwa 54 % gebunden. Nach Branchen differenziert, liegen folgende Bindungsquoten vor:

- Nahrungs- und Genussmittel: ca. 71 – 72 %
- Gesundheit / Körperpflege: ca. 75 – 76 %
- Blumen, zoologischer Bedarf: ca. 81 – 82 %
- Bücher, Schreib-, Spielwaren: ca. 34 – 35 %
- Bekleidung, Schuhe, Sport: ca. 40 – 41 %
- Elektrowaren, Foto, Medien: ca. 17 – 18 %

- Hausrat, Einrichtung, Möbel: ca. 43 – 44 %
- Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf: ca. 39 – 40 %
- Uhren / Schmuck, Optik, Akustik: ca. 59 – 60 %
- sonstige Sortimente: ca. 23 – 34 %

Angesichts der Nähe Schortens zu Jever und Wilhelmshaven, welche über entsprechend viele großflächige Formate (z. B. Marktkauf, Famila, Fachmärkte für Elektrowaren oder Bau- und Heimwerkerbedarf) verfügen, ist eine Erhöhung der Kaufkraftbindung nur noch begrenzt möglich. Dies ist auch vor dem Hintergrund zu sehen, dass Einkaufen oft mit dem Weg von oder zur Arbeit erledigt wird.

5. Nahversorgungssituation

Zur Bewertung der quartiersnahen Versorgungssituation wurden um die Standorte der großflächigen Lebensmittelmärkte (Supermärkte und Lebensmitteldiscounter) Entfernungsradien von 500 m angesetzt, welche einer fußläufigen Entfernung von etwa 10 Gehminuten entsprechen. Bezogen auf den zusammengewachsenen Siedlungsbereich von Schortens und Heidmühle werden nicht alle Wohngebiete durch die beiden Supermärkte Combi und Neukauf bzw. die Lebensmitteldiscounter Lidl, Aldi und Netto (2 Filialen) fußläufig erreicht. Dies gilt für die in Richtung Jever vorhandenen Wohngebiete, aber auch für die östlich bzw. südöstlich der Innenstadt vorhandenen Wohngebiete. Auch das entlang der Bahnhofstraße sich erstreckende Wohngebiet liegt nur noch z. T. im fußläufigen Radius des Combi Marktes.

In dem nördlich gelegenen Stadtteil Grafschaft werden durch den nah & gut Markt zumindest Teilbereiche der dortigen Wohngebiete fußläufig abgedeckt. Dieser Supermarkt übernimmt auch eine wichtige Versorgungsfunktion für Verbraucher aus Sillenstede und Accum, hier beschränkt sich das Angebot bei Nahrungs- und Genussmitteln auf Kioske, Bäckereifilialen sowie eine Fleischerei.

Eine Versorgungslücke besteht in den durch den Verlauf der Autobahn getrennten Stadtteilen Middelsfähr und Roffhausen, in welchen kein Lebensmittelmarkt lokalisiert ist.

Karte 2: Nahversorgung Kernstadt



Karte 3: Nahversorgung im nördlichen Stadtgebiet



V. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Schortens

1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose für das Jahr 2015

Die Entwicklung des Kaufkraftvolumens im Marktgebiet der Stadt Schortens bis zum Prognosezeitraum 2015 ist neben konjunkturellen Einflüssen auch von der künftigen Entwicklung des Verbraucherverhaltens der sozialdemografischen Entwicklung abhängig. Basierend auf der Einwohnerzunahme in den Anfangsjahren dieses Jahrzehntes wurde für Schortens von einer jährlichen Zunahme bis 2025 von ca. 4 % ausgegangen. Diese Wachstumsrate weiter vorausgesetzt, würden im Jahr 2025 etwa 22.200 Einwohner in Schortens leben. Da gerade in den letzten Jahren die Einwohnerentwicklung in Schortens rückläufig war, wird seitens der GMA der jährliche Zuwachs von ca. 4 % nicht angenommen. Vielmehr ist nach u. E. von einer stagnativen Entwicklung für Schortens auszugehen.

Basierend auf leichter Steigerung der Pro-Kopf-Ausgaben ist für das Prognosejahr 2015 von einem Kaufkraftzuwachs von ca. 2,9 Mio. € für die Stadt Schortens auszugehen.

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

2.1 Nahrungs- und Genussmittel

Bei **Nahrungs- und Genussmittel** sind die Supermärkte und Lebensmitteldiscounter angebotsbestimmend. Mit drei Supermärkten (Combi, Neukauf, nah & gut) liegt ein einwohnerproportionaler Besatz vor. So entfällt im Bundesdurchschnitt ein Supermarkt auf etwa 7.000 Einwohner. Bei nah & gut handelt es sich mit ca. 640 m² Verkaufsfläche um einen kleinen Supermarkt mit einer Versorgungsfunktion für Verbraucher aus Grafschaft, Silenstede, Accum. Insgesamt leben in diesen drei Stadtteilen knapp 4.900 Einwohner, so dass die Größe des Supermarktes angemessen ist. Die beiden anderen Supermärkte weisen zeitgemäße Einheiten auf.

Mit vier Lebensmitteldiscountern liegt anzahlmäßig in Relation zur Einwohnerzahl ein durchschnittlicher Besatz vor, so kommen im Schnitt auf einen Discounter etwa 5.800 Einwohner. Allerdings fällt die Einheit einer der Netto Discounters mit ca. 400 m² sehr klein aus. Dieser Discounter wird in der Bahnhofstraße in Nähe zum Combi-Marktes neu gebaut und auf eine für Netto übliche Einheit von ca. 800 m² Verkaufsfläche erweitert. Die Nachbelegung der dann frei werdenden Fläche steht noch nicht fest. Durch die Verlagerung des Netto Discounters ergibt sich in versorgungsstruktureller Hinsicht keine gravierende Veränderung. Der ebenfalls in der Menkestraße lokalisierte Netto Discounter soll nach Angaben der Fa. Netto weiter betrieben werden. Mit den beiden Netto Discountern und Lidl weist die Innenstadt damit einen hohen Discountbesatz auf.

Ergänzt wird das Angebot bei Nahrungs- und Genussmittel durch einen Bioladen und Spezialanbieter (Fisch, russische bzw. asiatische Spezialitäten, Tabak), Bäckereien, Fleischereien, Getränkemärkte, Tankstellenshops und Kioske. Während mit dem Getränkemarkt Hol ab ein üblicher Getränkefilialist in Gewerbegebietslage vertreten ist, weist der Gembler Getränkemarkt auch ein umfassendes Weinsortiment auf. Auffallend ist die Vielzahl an Kiosken (7), welche auch in den Stadtteilen eine ergänzende Versorgungsfunktion übernehmen. Insgesamt betrachtet fällt das Betriebstypenspektrum für die Größe und Lage angemessen aus.

Ergänzungen zeichnen sich mit Blick auf die wohngebietsnahe Versorgungsstruktur in den fast zusammengewachsenen Stadtteilen Roffhausen (ca. 850 Einwohner) und Middelsfähr (ca. 1.350 Einwohner) sowie im östlichen Kernstadtgebiet ab.

In Roffhausen sind in der Olympiastraße eine kleine Ladenzeile (Getränkeshop, Bäckereifiliale, Fleischerei) sowie ein Schlecker Markt, ein Postshop und ein Kiosk in direkter Nähe zu gewerblichen Betrieben vorhanden; in Middelsfähr besteht ein Kiosk. Das Kaufkraftvolumen beläuft sich bei Nahrungs- und Genussmittel auf:

- Roffhausen: ca. 1,5 Mo. €
- Middelsfähr: ca. 2,4 Mio. €.

Die ansässigen Betriebe binden von der Kaufkraft etwa 20 %. Das zusätzliche Bindungspotenzial durch einen Lebensmittelmarkt ist angesichts der Nähe zu vielen Einkaufsmög-

lichkeiten in Wilhelmshaven begrenzt und wird mit ca. 0,8 Mio. € prognostiziert. Seit Längerem ist die Ansiedlung eines kleinen Lebensmittelmarktes auf einem Areal am Standort des Technologiezentrums geplant. Im TCN sind 2.600 Arbeitnehmer¹ beschäftigt, davon ungefähr 150 Beschäftigte aus Roffhausen und Middelsfähr. Ohne Beschäftigte aus Roffhausen und Middelsfähr ist von einem Kaufkraftvolumen der Beschäftigten bei Nahrungs- und Genussmitteln von ca. 4,3 Mio. € auszugehen. Für den geplanten Lebensmittelmarkt stellen die Beschäftigten im TCN ein zusätzliches Volumen dar. Bei einer geringen Abschöpfung von etwa 15 % entspricht dies einem Umsatzvolumen von ca. 0,7 Mio. €. Insgesamt lässt sich für den geplanten Lebensmittelmarkt ein Umsatzvolumen von ca. 1,5 - Mio. € ableiten, was einer Verkaufsfläche² von ca. 500 - 600 m² entspricht. Die Entwicklung eines Lebensmittelmarktes zur Stärkung der quartiersnahen Versorgung wird empfohlen.

Am Fachmarktzentrum trägt die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht zur Stärkung der quartiersnahen Versorgung bei, da durch den Verlauf des Bahngleises die südlich gelegenen Wohngebiete fußläufig nicht erreicht werden können. Damit kann man dieser Standortlage keine Nahversorgungsqualität eingeräumt werden.

Um die Versorgung der Wohngebiete im Süden und in Ostiem zu verbessern, ist die noch verträgliche Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes im Bereich der Plaggestraße zu empfehlen. Nimmt man in etwa die Mitte der Plaggestraße, so leben in einem Umkreis von ca. 500 m etwa 1.100 Einwohner und im Umkreis von ca. 1.000 m weitere 3.350 Einwohner. Damit ist für die Entwicklung eines Lebensmittelmarktes eine ausreichende Mantelbevölkerung gegeben.

¹ Angaben des TCN. Hinzu kommen noch ca. 300 Beschäftigte der Aus- und Weiterbildungsunternehmen (Hafenlogistik, TGB, Krankenpflegeschule), die jedoch nicht immer vor Ort sind.

² Basierend auf einem Umsatz / m² Verkaufsfläche von ca. 3.500 €.

Karte 4: Entwicklungspotenzial im südöstlichen Stadtgebiet



2.2 Nichtlebensmittel

Die Branche **Gesundheit, Körperpflege** ist durch fünf Drogeriemärkte (Rossmann, 3 x Schlecker, Ihr Platz), sechs Apotheken und ein Sanitätshaus gut vertreten, zudem sind die Nebensortimente in den Supermärkten / Discountern sowie im Sonderpostenmarkt zu berücksichtigen. Entwicklungspotenzial für Neuansiedlungen ist nicht vorhanden.

Das Angebot bei **Blumen** setzt sich aus vier Blumenläden, davon zwei in der Innenstadt und zwei in Streulage, zusammen. Blumen werden ebenfalls als Randsortimente in den Lebensmittelmärkten verkauft. Im Bereich zoologischer Bedarf ist mit dem Fachgeschäft Popken und mit Fressnapf ein sehr gutes Angebot vorhanden.

Bei **Bücher, Schreib- / Spielwaren** verteilt sich das Angebot – neben den Randsortimenten in den Lebensmittelmärkten - auf eine Sortimentsbuchhandlung, ein Fachgeschäft und die Fachabteilung bei Ringpreis. ist ein geringes Angebot vorhanden. Hier liegen Potenziale zur Neuansiedlung von Betrieben bzw. Erweiterungen vor.

Im **Bekleidungssektor** sind überwiegend kleine Fachgeschäfte und das mittelgroße Fachgeschäft Wübbenhorst ansässig. Das untere Preisgenre wird durch die Bekleidungsfachmärkte Kik, Takko und NKD sehr gut abgedeckt. Im **Schuh- / Lederwarenbereich** sind zwei Fachmärkte und zwei Fachgeschäfte vorhanden, die mittleren Qualitätsstufen sind noch unzureichend abgedeckt. Sowohl bei Bekleidung als auch bei Schuhen ist das Angebot im Fachhandel noch ausbaufähig. Der **Sportartikelbereich** wird durch einen flächenseitig etwas beengten Intersport Fachmarkt, welcher eine Erweiterung plant, bereits gut vertreten. Ergänzungen im Bereich Outdoor / Trekking sind noch vorstellbar.

Bei **Elektrowaren, Medien, Foto** ist eine unterdurchschnittliche Ausstattung für Schortens bezeichnend. Das Angebot besteht aus kleinteilig strukturierten inhabergeführten Fachgeschäften, während ein Elektrofachmarkt fehlt. Vor dem Hintergrund der etablierten und starken Elektrofachmärkte in Jever und Wilhelmshaven ist ein Entwicklungspotenzial für etwa 800 m² gegeben. Dieser Fachmarkt sollte als weiterer Frequenzbringer in der Innenstadt angesiedelt werden.

Die Warengruppe **Hausrat, Einrichtung, Möbel** setzt sich aus einem mittelgroßen Haushaltswarengeschäft, Geschenkartikelläden, einem großflächigen Küchenfachmarkt, den Fachmärkten Dänisches Bettenlager, Matratzen Concord und Ruma¹ zusammen. Ein Möbelabnahmemarkt fehlt, wenngleich die Ansiedlungschancen eher gering sind

Im **Bau-, Heimwerkerbedarf** sind auf Teilsegmente kleine spezialisierte Fachgeschäfte sowie der Raiffeisenmarkt, welcher auch Tiernahrungs-, Gartenbedarf und Reitsportartikel führt, ansässig. Nach der Schließung von Bauspezi im Fachmarktzentrum wurde ein Ersatz noch nicht gefunden. Die größeren Bau- und Heimwerkermärkte sind in Wilhelmshaven, Jever oder auch in Wittmund ansässig, die Wettbewerbssituation ist ausgeprägt. Potenzial ist noch für eine Größe von etwa 1.500 m², also für ein kleines Format gegeben, was sich auch auf Erweiterungen im Bestand bezieht. Erweiterungsbedarf besteht beim Raiffeisenmarkt², welcher direkt von Wohnbebauung umgeben ist, so dass die Verlagerung gezielt überprüft werden sollte. Als möglicher Standort kommt das Fachmarktzentrum in Frage. Das Segment **Gartenbedarf** ist mit dem Gartencenter und den Gärtnereien gut abgedeckt.

Im Bedarfsbereich **Optik / Hörgeräte, Uhren / Schmuck** liegt eine durchschnittliche Ausstattung mit zwei Optikern, zwei Schmuckfachgeschäfte und einem Fachgeschäft für Hörgeräte vor.

Im Bereich **sonstiger Einzelhandel** sind derzeit zwei Fachgeschäfte für Autozubehör, zwei Fahrradgeschäfte, ein Angelsportgeschäft, ein großflächiger Zimmermann Sonderpostenmarkt, Tedi und ein Second-Hand Möbelhändler vorhanden. Schortens besitzt mit diesen speziellen Anbietern eine Ausstattung, die das Einzelhandelsangebot abrundet. Auch hier zeichnet sich v. a. bei Fahrrädern Erweiterungsbedarf ab.

¹ Dieser Fachmarkt führt Heimtextilien, Gardinen, Bodenbeläge,

² Auch das Stellplatzangebot fällt etwas gering aus.

VI. Einzelhandelskonzept für Schortens

1. Ziele für die Einzelhandelsentwicklung

Als wesentliche **Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes** sind zu nennen:

- Sicherung der Versorgungsfunktion als Grundzentrum
- Attraktivierung und Weiterentwicklung der Innenstadt
- Sicherung und Ausbau der wohnortnahen Versorgung

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine:

Sortimentskonzept: Die Sortimentsliste von Schortens dient als Grundlage für die Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben.

Standortkonzept: Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO.

Mit dem vorgeschlagenen Sortiments- und Standortkonzept sollen die Rahmenbedingungen für eine zukunftsorientierte und geordnete einzelhandelsbezogene Entwicklung geschaffen werden, so dass eine Sicherheit für möglichen Investitionen im ortsansässigen Einzelhandel, aber auch bei möglichen Interessenten erreicht werden kann. Das Einzelhandelskonzept stellt die Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereit, es entbindet jedoch nicht von Modernisierungsmaßnahmen.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die branchenbezogene Grundlage zur Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Es legt fest, welche Sortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können und welche Sortimente auch

außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können. Die spezifische Sortimentsliste beachtet nicht nur die aktuelle räumliche Verteilung des Einzelhandels, sondern auch die städtebaulichen Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes. Es wird differenziert in zentren- und nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente:

- **Zentrenrelevante Sortimente** sind Sortimente, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, sobald diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (u. a. durch Verbundkäufe).
- Die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dienen vorwiegend der quartiersnahen Versorgung (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Apotheke, Schnittblumen, Schreibwaren). Es handelt sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, welche regelmäßig nachgefragt werden.
- Das Angebot **nicht zentrenrelevanter Sortimente** stellt auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht.

Übersicht 1: Sortimentsliste von Schortens

| zentrenrelevante Sortimente | nicht zentrenrelevante Sortimente |
|---|--|
| <p>zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahrungs- und Genussmittel, Tabakwaren, Reformwaren ▪ Getränke* ▪ Drogeriewaren, Kosmetik, Apothekerwaren ▪ Schnittblumen ▪ Papier-/ Schreibwaren, Zeitschriften <p>zentrenrelevante Sortimente</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sanitätswaren ▪ Lebende Tiere, Zooartikel ▪ Bücher ▪ Spielwaren, Bastelartikel ▪ Bekleidung, Wäsche, Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Sportbekleidung, Sportartikel ▪ Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger ▪ Elektrokleingeräte, Computer / Zubehör ▪ Telekommunikation ▪ Elektrogroßgeräte ▪ Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik ▪ Kunstgewerbe, Geschenkartikel ▪ Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren ▪ Uhren, Schmuck ▪ Optik, Akustik ▪ Baby- / Kinderartikel | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Lampen / Leuchten, Beleuchtungskörper ▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Antiquitäten ▪ Matratzen, Bettwaren ▪ Heimtextilien, Gardinen / Zubehör, Bettwäsche ▪ Pflanzen/ -zubehör, Pflege-, Düngemittel ▪ Gartenbedarf, Gartenmöbel ▪ Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren, Werkzeuge, Badausstattung, Sanitär, Fliesen, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen ▪ Teppiche, Bodenbeläge ▪ Farben, Lacke, Tapeten ▪ Holz, Bauelemente ▪ Campingartikel ▪ Angelbedarf ▪ Jagdbedarf ▪ Reitsportartikel ▪ Antennen, Satellitenanlagen ▪ Sportgroßgeräte ▪ Auto- / Motorradzubehör ▪ Fahrräder, Fahrradzubehör ▪ Arbeitsbekleidung ▪ Tiernahrung, Tierpflegemittel |
| Quelle: GMA Empfehlungen 2011 | |

3. Standortkonzept

Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt eine Einordnung der bestehenden Einkaufslagen Schortens in eine Zentren- und Standortstruktur. Des Weiteren werden sog. zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt. Die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche erfolgte – in Abstimmung mit dem Arbeitskreis – auf Basis der durchgeführten Aufnahme der Erdgeschossnutzungen. Die Abgrenzung basiert auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) und ist weitgehend parzellenscharf. Es ist anzumerken, dass die Begrenzung nicht als absolut starr zu verstehen ist.

3.1 Zentren- und Standortstruktur in Schortens

Für Schortens wurde folgende Zentren- und Standortstruktur entwickelt:

- Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt
- Nahversorgungszentren Mühlenweg (Kernstadt) und Grafschaft
- Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel.

Die zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt Schortens (= Hauptzentrum) und die beiden Nahversorgungszentren sind als schutzwürdige Bereiche i. S. des Baugesetzbuches einzustufen. Die sonstigen Einzelhandelsstandorte sind als Solitär- oder Streulagen bzw. als dezentrale Standorte (Sonderstandorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel) einzustufen, die nicht die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereiches erfüllen.

3.2 Begriff „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:¹

- **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.

¹ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

- **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Ortsteile i. S. v. § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hiernach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

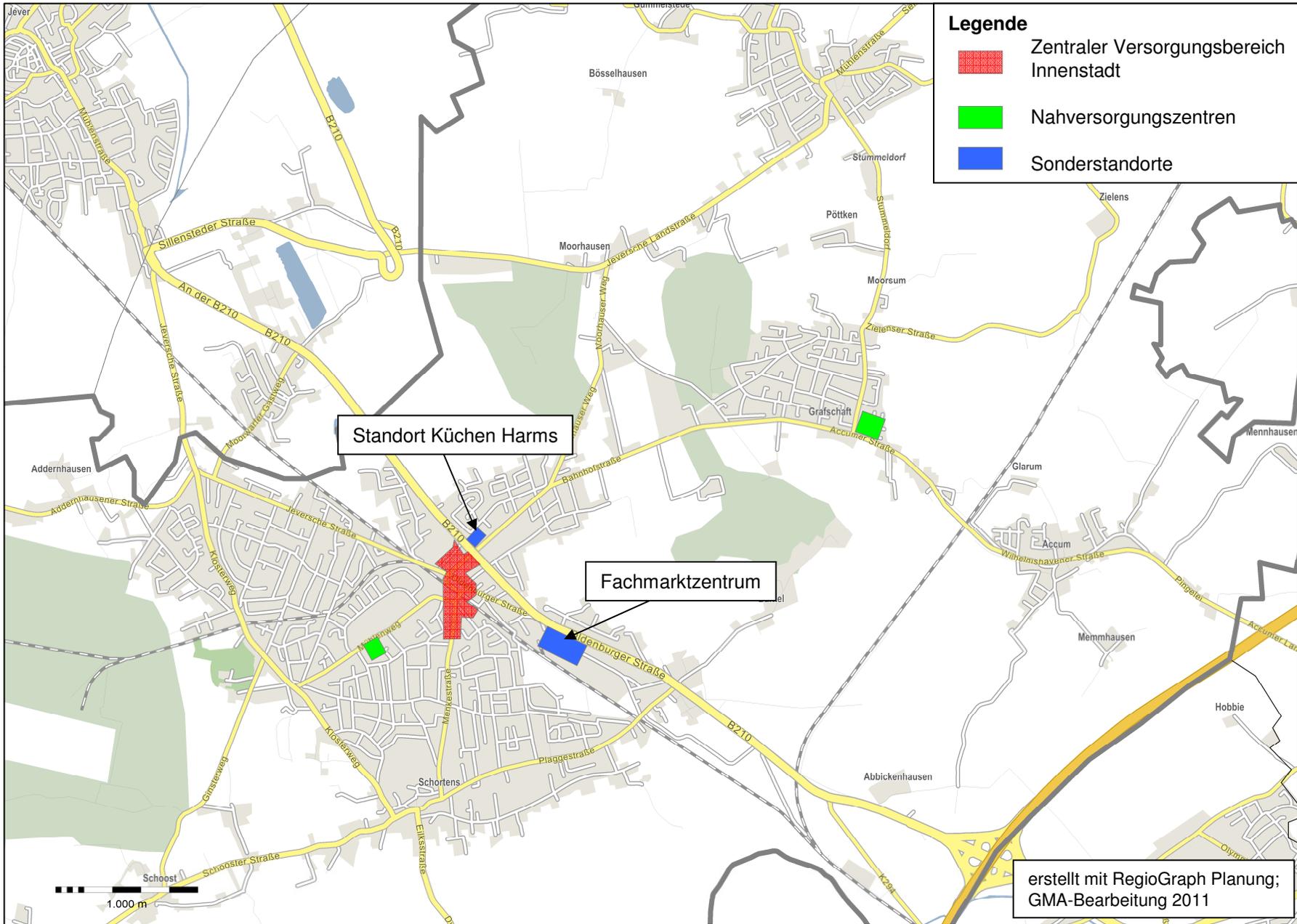
Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als unbestimmter Rechtsbegriff eingeführt, so dass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

Das OVG Münster führt in einem Urteil (Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05) hierzu aus:

„Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein „Versorgungsbereich“ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde - ggf. auch nur eines Teiles des Gemeindegebietes - insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...].

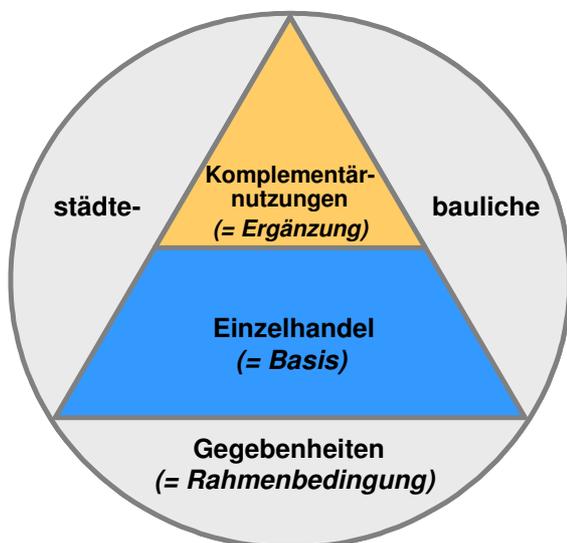
„Zentral“ sind Versorgungsbereiche nicht nur dann, wenn sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung der gemeindeweiten bzw. übergemeindlichen Versorgung dienen. [...]. Vielmehr können auch Bereiche für die Grund- oder Nahversorgung zentrale Versorgungsbereiche im Sinne von § 34 Abs. 3 BauGB sein. Das Adjektiv „zentral“ ist nicht etwa rein geografisch in dem Sinne zu verstehen, dass es sich um einen räumlich im Zentrum der jeweiligen Gemeinde gelegenen Bereich handeln muss, es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. Der Zusatz „zentral“ geht über die Bedeutung des Wortteils „Versorgungsbereich“ hinaus, so dass eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgrenzbaren Bereich diesen allein noch nicht zu einem „zentralen“ Versorgungsbereich macht. Dem Bereich muss vielmehr die Bedeutung eines Zentrums für die Versorgung zukommen. Dies ist zu bejahen, wenn die Gesamtheit der auf eine Versorgung der Bevölkerung ausgerichteten baulichen Nutzungen in dem betreffenden Bereich aufgrund der Zuordnung dieser Nutzungen innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung die Funktion eines Zentrums mit einem bestimmten Einzugsbereich hat, nämlich die Versorgung des gesamten Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem auf den Einzugsbereich abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs funktionsgerecht sicherzustellen.“

Karte 5: Zentrenstruktur



Damit übernehmen Zentrale Versorgungsbereiche die Funktion eines Zentrums zur Versorgung der Kommune bzw. eines Teilbereichs der Kommune mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen. Es handelt sich um schutzwürdige Bereiche im Sinne des Baugesetzes, d. h. diese Bereiche dürfen durch Einzelhandelsneuan siedlungen in der Kommune und in Nachbarkommunen nicht geschädigt werden

Bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandel eine konstituierende Funktion zu. Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandelsbetriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Als Maßstab kann hier die fußläufige Erreichbarkeit und ein Geschäftsbesatz ohne bzw. nur mit kleineren Lücken angesetzt werden. Eine ausreichend hohe Kundenfrequenz wird häufig maßgeblich von größeren „Magnetbetrieben“ gewährleistet. Jedoch kann sich die Attraktivität eines zentralen Versorgungsbereiches auch aus einer bestimmten Anzahl kleinerer Betriebe begründen, sofern eine hohe Funktionsdichte gegeben ist. Ergänzend werden bei der Abgrenzung die Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt. Zur Abrundung kommen darüber hinaus städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Straßenführung, Topographie, markanter Wechsel der Bebauungsstruktur) sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Rathaus / Kirche) zum Tragen. Es ist zu unterstreichen, dass sich die Schutzfunktion nicht nur auf den Einzelhandel allein bezieht. Beispielsweise können auch Freizeiteinrichtungen geschützt werden, sofern sie in einem zentralen Versorgungsbereich liegen. Weiterhin ist im Sinne der Abgrenzungskriterien darauf hinzuweisen, dass nicht per se überall in einem zentralen Versorgungsbereich Einzelhandel erwünscht oder erlaubt sein muss; die einzelhandelsgeprägten Bereiche können sich auf Teilgebiete beschränken.

Abbildung 15: Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche


Einzelhandel / Komplementärnutzungen:

- quantitative Aspekte (z. B. Anzahl, Dimensionierung)
- qualitative Aspekte (z. B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

städtebauliche Gegebenheiten:

- stadträumliche Zäsuren (z. B. Straße mit Barrierewirkung / Bahngleise / Topografie / Stadtmauer / markanter Wechsel der Bebauungsstruktur / geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen etc.)
- Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle).

Quelle: GMA-Darstellung 2011

3.3 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Der zentrale Versorgungsbereich erstreckt sich entlang den Durchgangachsen Bahnhofstraße / Menkestraße und umfasst Teilbereiche der Oldenburger Straße und des Jadedwegs. Er reicht vom Combi-Standort bis zur Einmündung der Elsa-Brandström-Straße (Radio Fleischer). In Nord-Süd-Richtung ist der Bereich mit ca. 800 m sehr lang ausgehend, so dass die Grenze eines fußläufig erlebbaren Geschäfts- und Dienstleistungszentrums erreicht wird, zumal auch die Bahnstrecke dazwischen liegt. Die nördliche Ausdehnung bis hin zum Combi-Markt resultiert aus dem aktuellen Neubau des Netto-Discounters auf einer bisher handelsseitig noch nicht genutzten Fläche südlich von Combi, d.h. die Lücke wird geschlossen. Da die zweite Filiale von Netto in der südlichen Menkestraße bleibt, besteht auch hier bis hin zum Elektrofachgeschäft Fleischer in Verbindung mit Gastronomie und Dienstleistungen ein geschlossener Besatz.

Der zentrale Versorgungsbereich dehnt sich lediglich in der Oldenburger Straße in östlicher Richtung bis hin zum Geschäftshaus von Optik Bruns bzw. der Papeterie und im Jadedweg bis zum Lidl-Discounter aus.

Der Bereich ist geprägt durch eine hohe Nutzungsdichte mit Einzelhandel, privaten Dienstleistungen und Gastronomie / Hotellerie. Der Einzelhandelsbesatz umfasst 51 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 11.000 m² und einer Umsatzleistung von ca. 35 Mio. €. Mit Combi, Lidl und Netto sind vier der sechs großflächigen Lebensmittelmärkte hier angesiedelt. Als weiterer Frequenzbringer ist Rossmann im mittleren Bereich der Menkestraße zu nennen. Die eindeutigen Verkaufsflächenschwerpunkte sind bei Bekleidung / Schuhe, Optik / Uhren / Schmuck, Bücher / Schreib- und Spielwaren, Haushaltswaren sowie Gesundheit / Körperpflege festzustellen.

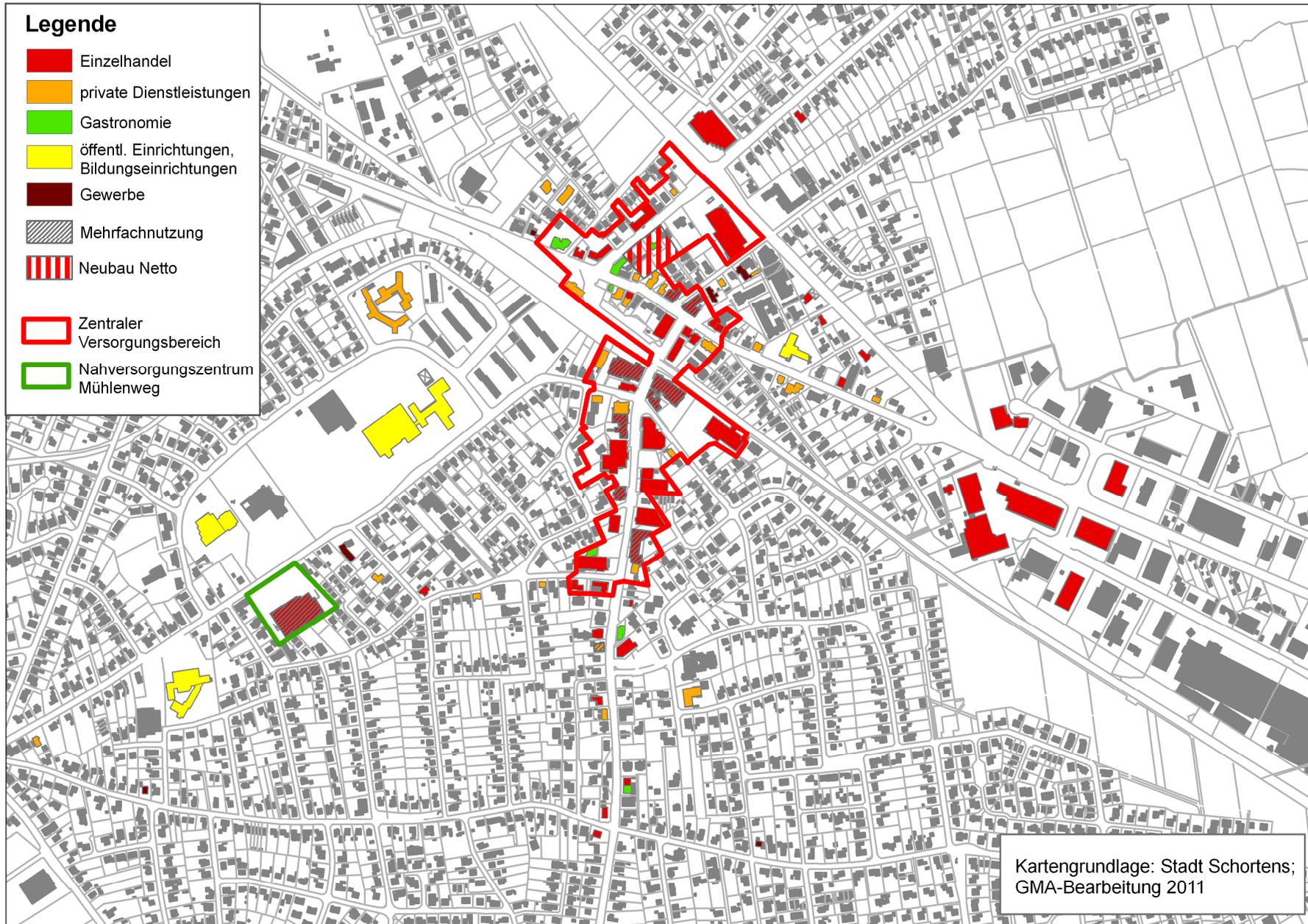
Der Leerstand fällt mit drei Einheiten in der Menkestraße vergleichsweise gering aus. Der größte Leerstand (ca. 600 m²) besteht im hinteren Teile eines Gebäudekomplex mit Gastronomie und einem Fischfachgeschäft etwa auf Höhe von Rossmann. Hier war bis vor Kurzem ein Getränkemarkt lokalisiert. Aufgrund der mittigen Lage innerhalb des zentralen Versorgungsbereich sollte die Fläche wieder einzelhandelsseitig belegt werden. Eine weitere kleinere Einheit besteht ebenfalls zurückversetzt in einem weiteren Gebäude im hinteren Grundstücksbereich.

3.4 Nahversorgungszentren

Im **Nahversorgungszentrum Grafchaft** an der Peter-Grave-Straße in Ecklage zur Sillensteder Straße sind nah & gut mit einer Bäckereifiliale, eine Apotheke sowie diverse Ärzte und Dienstleister vorhanden. Da der Supermarkt und die Apotheke auch eine wichtige Versorgungsfunktion für die Stadtteile Sillenstede und Accum übernehmen, ist dieses kleine Zentrum für die Versorgungsstruktur sehr wichtig.

Zum **Nahversorgungszentrum Mühlenweg** in der westlichen Kernstadt gelegen, gehören Neukauf mit Konzessionären (Bäckereifiliale, Postagentur, Fachgeschäft für Computer) und Aldi. Die Betriebe übernehmen eine über das Umfeld hinausgehende Versorgungsfunktion und sichern die Versorgungsstruktur maßgeblich ab.

Karte 6: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich und Nahversorgungszentrum Mühlenweg



3.5 Sonderstandorte für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten (Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen) ist – ergänzend zum Hauptzentrum – die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) auf Sonderstandorte zu empfehlen. dies bezieht sich auf das Fachmarktzentrum im Gewerbegebiet I und den Standort Küchen Harms.

3.6 Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben zu empfehlen.¹ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- Ausschluss zentrenrelevanter Sortimente
- zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur von Schortens branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert:

- **Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Schortens**
Die Neuansiedlung von Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten sollte auf die Innenstadt gelenkt werden, so dass auch eine Investitionsicherheit erreicht werden kann.
- **Zentrale Versorgungsbereiche Grafschaft und Mühlenweg**
Der Angebotsschwerpunkt bei Neuansiedlungen soll bei Betrieben des kurzfristigen Bedarfsbereichs liegen, so dass hier grundsätzlich nahversorgungsrelevante Sortimente möglich sind.

¹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

- **Sonderstandorte des großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels:**
Um die zentralen Versorgungsbereiche in ihren Strukturen nicht zu beeinträchtigen sowie in der Entwicklung nicht zu behindern, ist an den Sonderstandorten die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (groß- und nicht großflächig) auszuschließen.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten Randsortimente bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um das Sortimentskonzept nicht durch übermäßige Angebote an zentrenrelevanten Randsortimenten auszuhöhlen, ist bei Ansiedlungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen zu empfehlen:

- Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben (ab 800 m² VK) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente¹ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² VK anzuregen. Darüber hinaus wird unter Berücksichtigung der „100 m²-Regelung“ empfohlen, einzelne Sortimente auf maximal 100 m² Verkaufsfläche zu begrenzen, um sicherzustellen, dass die insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen in Schortens führen.
- Bei kleinflächigen Betrieben (bis 800 m² VK) ist eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf maximal 15 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 50 m² VK anzuregen.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist bestehenden Betrieben außerdem eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass hierdurch

¹ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche in Schortens sowie auf zentrale Versorgungsbereiche in benachbarten Orten hervorgerufen werden. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen.

4. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelsgutachten wurde in Zusammenarbeit mit der Verwaltung, der IHK, des Landkreises und des Einzelhandels erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

- Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch den Rat als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Gutachtens. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:
 - Städtebauliche Ziele für die Einzelhandelsentwicklung
 - Zentren- und Standortstruktur
 - Definition und Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt, Grafschaft und Mühlenweg
 - Sortimentsliste

- Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung
Es sollte geprüft werden, wie die Standortempfehlungen möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Neue Festsetzungsmöglichkeiten v. a. im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Hiermit kann verhindert werden, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung kann das erstellte Einzelhandelskonzept verwendet werden, wenn es durch den Rat beschlossen worden ist.¹

¹ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

- **Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen**
Die Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotentiale im Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit bezüglich einer Ansiedlung im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Innenstadt eine Entwicklung innerhalb der Innenstadt aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.
- Das vorliegende Gutachten ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in Schortens zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein fortschreibungsfähiges Konzept, das i. d. R. mittelfristig (ca. 5 - 8 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

VII. Zusammenfassung

Die wesentlichen Ergebnisse der Bürgerbefragung und der Einzelhandelssituation werden wie folgt zusammengefasst:

- Schortens ist der bevorzugte Einkaufsort im Grundbedarf, wie Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie- / Apothekerwaren, Blumen und Schreibwaren.
- Eine vergleichsweise starke Ausrichtung auf das örtliche Einzelhandelsangebot zeigt sich bei Haushaltswaren, bei Büchern, Bekleidung und Schuhe. Eine geringe Orientierung besteht hingegen bei Elektrowaren. In fast allen Bereichen suchen jüngere Verbraucher das örtliche Einzelhandelsangebot in einem geringeren Maße auf, so insbesondere bei Bekleidung oder Elektrowaren.
- Der höchste Anteil des Internets entfällt auf den Kauf von Büchern und Elektrowaren
- Mit dem Fachgeschäftsbesatz sind über die Hälfte aller Befragten zufrieden und nennen Geschäfte, die Ihnen besonders gut gefallen. Hingegen werden Filialbetriebe häufiger negativ gesehen, dies betrifft z. B. einzelne Fachmärkte.
- Verbesserungen bzw. Ergänzungen werden von etwa einem Drittel für die Innenstadt, so v. a. Bekleidung gewünscht. Am Standort von Harms sehen weniger als 10 % Ergänzungsbedarf, für das Fachmarktzentrum wünschen sich etwa 15 % Ergänzungen, wie z. B. einen Baumarkt.
- Zum Zeitpunkt der Erhebung gab es in der Stadt Schortens insgesamt 116 Betriebe mit ca. 29.700 m² und einer Umsatzleistung von ca. 74 – 75 Mio. €. p. a. Der Einzelhandel Schortens zieht ca. 20 % des Umsatzes aus dem Umland an.
- Hinsichtlich der quaternahen Versorgungsstruktur sind Verbesserungen durch die Ansiedlung eines kleinen Lebensmittelmarktes in Roffhausen und im südlichen Kernstadtgebiet zu empfehlen.
- Weitere Angebotsergänzungen beziehen sich auf Elektrowaren, Foto, Medien und auf den Bau- und Heimwerkerbedarf. In verschiedenen am Markt etablierten Betrieben zeichnet sich Erweiterungsbedarf ab, wobei ggf. auch Verlagerungen anzuregen sind.

Als wesentliche Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes sind zu nennen:

- Sicherung der Versorgungsfunktion der Stadt Schortens als Mittelzentrum
- Attraktivierung und Weiterentwicklung der Innenstadt
- Sicherung der wohnortnahen Versorgung

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine:

- Sortimentskonzept: Die Sortimentsliste dient als Grundlage für die Beurteilung von zukünftigen Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben.
- Standortkonzept: Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche Innenstadt und der Nahversorgungszentren Grafschaft und Mühlenweg.

Um eine Verbindlichkeit des Einzelhandelskonzeptes herzustellen, sollte dies durch den Rat als Teil eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden. Damit ist das Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Darüber hinaus ist die planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung zu prüfen. Die Untersuchung sollte aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen.

| Karten-, Tabellen- und Abbildungsverzeichnis | Seite |
|---|--------------|
| Kartenverzeichnis: | |
| Karte 1: Das Marktgebiet des Einzelhandels von Schortens | 22 |
| Karte 2: Nahversorgung in der Kernstadt | 30 |
| Karte 3: Nahversorgung im nördlichen Stadtgebiet | 31 |
| Karte 4: Entwicklungspotenziale im südöstlichen Stadtgebiet | 35 |
| Karte 5: Zentren- und Standortstruktur in der Stadt Schortens | 43 |
| Karte 6: Nutzungsstruktur und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Schortens und des Nahversorgungszentrums Mühlenweg | 47 |
| Tabellenverzeichnis | |
| Tabelle 1: Einwohnerentwicklung 2005 – 2010 im Vergleich | 3 |
| Tabelle 2: Einwohnerentwicklung nach Stadtteilen | 4 |
| Tabelle 3: Merkmale der BürgerInnen | 5 |
| Tabelle 4: Haupteinkaufsort Schortens differenziert nach Altersgruppen | 9 |
| Tabelle 5: Hauptsächlich positiv genannte Geschäfte | 13 |
| Tabelle 6: Ergebnisse der Wohnorterhebung vor den Lebensmittelmärkten | 20 |
| Tabelle 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen 2010 im Marktgebiet | 21 |
| Tabelle 8: Einzelhandelsbestand in der Stadt Schortens nach Bedarfsbereichen | 24 |
| Abbildungsverzeichnis | |
| Abbildung 1: Einkaufshäufigkeit bezogen auf auswärtige Orte | 6 |
| Abbildung 2: Räumliche Einkaufsorientierung (1) | 8 |
| Abbildung 3: Räumliche Einkaufsorientierung (2) | 8 |
| Abbildung 4: Räumliche Einkaufsorientierung der Berufstätigen mit Arbeitsort Schortens | 10 |
| Abbildung 5: Räumliche Einkaufsorientierung der Berufstätigen mit Arbeitsort in Jever | 10 |
| Abbildung 6: Räumliche Einkaufsorientierung der Berufstätigen mit Arbeitsort in Wilhelmshaven | 11 |
| Abbildung 7: Räumliche Einkaufsorientierung der Berufstätigen mit Arbeitsort in Wittmund | 11 |
| Abbildung 8: Schortens als Einkaufsort für Lebensmittel differenziert nach Wohnorten | 12 |

| | | |
|---------------|---|----|
| Abbildung 9: | Gründe für Geschäfte, die gut gefallen | 14 |
| Abbildung 10: | Ergänzungswünsche für einzelne Standortbereiche | 15 |
| Abbildung 11: | Kundenanteile nach Räumen bei den Lebensmittelmärkten | 19 |
| Abbildung 12: | Einzelhandelsbestand in Schortens nach Lagen | 25 |
| Abbildung 13: | Einzelhandelsbestand im interkommunalen Vergleich | 26 |
| Abbildung 14: | Zentralität nach Branchen | 27 |
| Abbildung 15: | Abgrenzungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche | 45 |