

Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Varel

Ausschuss für Stadtentwicklung, Planung und Umweltschutz



Stadt + Handel
Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer GbR
Huckarder Str. 12 Hirschstraße 89
44147 Dortmund 76137 Karlsruhe

www.stadt-handel.de

Gliederung

1. Einführung
2. Angebots- und Nachfrageanalyse
3. Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen
4. Zentren- und Standortkonzept
5. Sortimentsliste für Varel
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen/ Ausblick

Einführung

Zielstellung

Wozu dient das Einzelhandelsentwicklungskonzept?

- Sicherung und Weiterentwicklung der **vorhandenen Einzelhandelsstandorte**, insbesondere der Zentren
- Sicherung und Weiterentwicklung der **wohnortnahen Grundversorgung**
- Basis für **einzelhandelsbezogene Bauleitplanung**
- Grundlage für die **interkommunale Abstimmung**
- Beurteilungsgrundlage für **künftige Neuansiedlungen**
- **Planungssicherheit** für Stadt und Investoren (bestehende und neue)

weitere Fragestellungen in Varel

- Geplante Erweiterung des Verbrauchermarktes Famila in direkter Nähe zum Innenstadtzentrum
- Innenstadtentwicklung (u. a. Leerstände/ Postgelände)

Einführung

Empirische Untersuchungen

	Bestandserhebung	Haushaltsbefragung	Händlerbefragung	Passantenbefragung	Kundenherkunfts- erhebung
Daten- grundlage	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch ein spezialisiertes Meinungsforschungsinstitut i. A. von Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel	Erhebung durch Stadt + Handel
Zeitraum	KW 15 (13. – 17. April 2010)	KW 16 (19. – 24. April 2010)	KW 15 (13. – 17. April 2010)	KW 15 (13. – 17. April 2010)	KW 16 (19. – 24. April 2010)
Methode	flächendeckende Vollerhebung	telefonische Befragung (n=250)	flächendeckende Verteilung von Fragebögen	standardisierter Fragebogen (n=600)	standardisierter Fragebogen
Inhalt	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse	Einkaufsort nach Sortiment, Angebotslücken, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Veränderung bei der Wahl der Einkaufsorte, Verkehrsmittelwahl	Angebotslücken, Umsatzherkunft, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort, Einzugsbereiche	Kundenherkunft, gekaufte Sortimente, Angebotslücken, Einschätzung zum Einzelhandelsstandort	Kundenherkunft

Einführung

Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen



- Mittelzentrum
- rd. 24.900 Einwohner
- Kaufkraftkennziffer: 96,0

○ Mittelzentrum
○ Oberzentrum

Quelle: ©Google-Grafiken ©2010 Terra-Metrics, Kartendaten ©2010 PPWK Teletlas; BBE 2008

Gliederung

1. Einführung
- 2. Angebots- und Nachfrageanalyse**
3. Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen
4. Zentren- und Standortkonzept
5. Sortimentsliste für Varel
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen/ Ausblick

Angebots- und Nachfrageanalyse

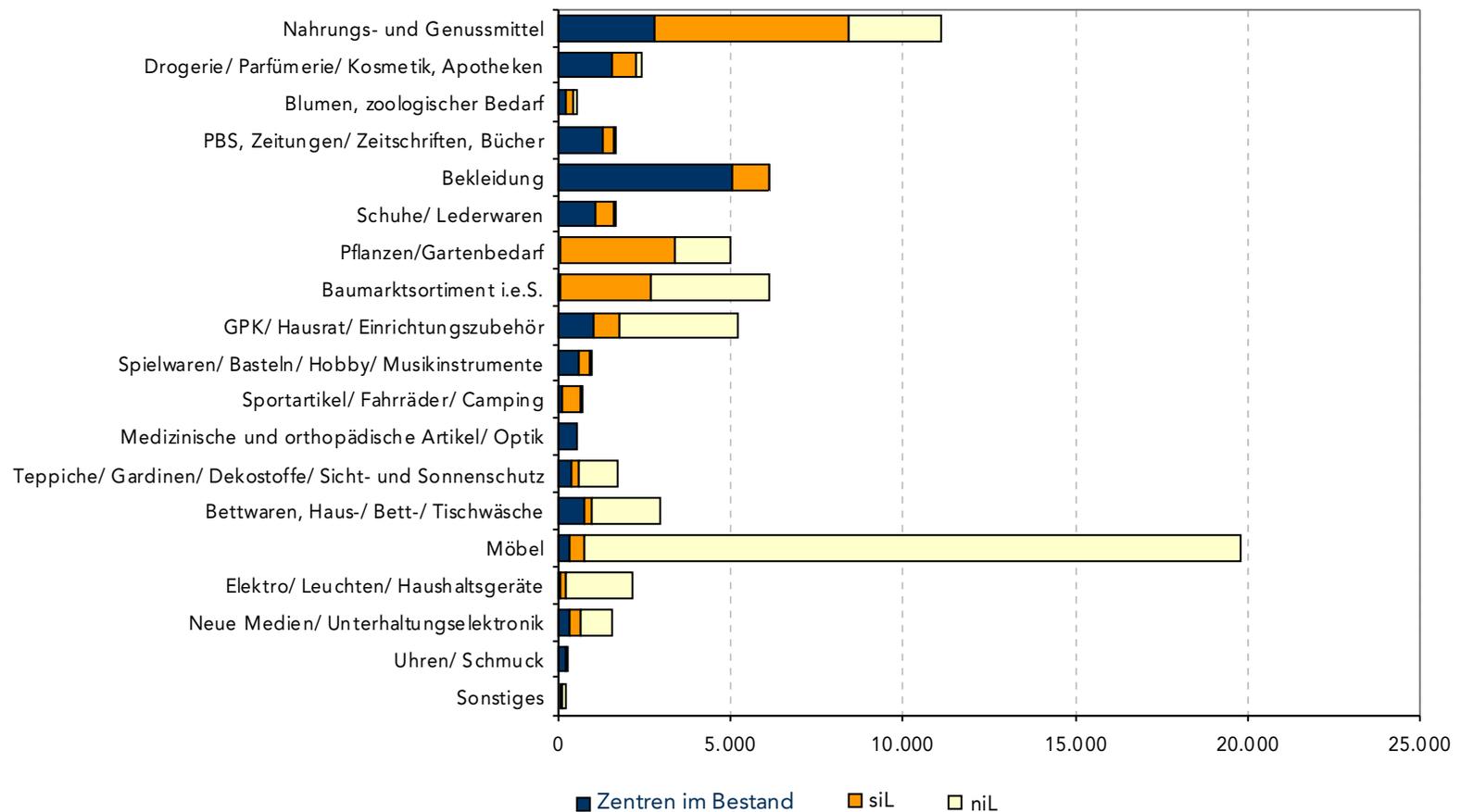
Einzelhandelsbestand

	Einzelhandelsentwicklungskonzept 2010	Einzelhandelsstrukturuntersuchung 2001
	Stadt + Handel	GMA
Anzahl der Betriebe* (Leerstände gesamstädtisch)	222 (53)	222 (nicht erfasst)
Gesamtverkaufs-fläche (VKF)*	70.930 m ²	62.190 m ²
VKF/ Einwohner	2,85 m ² / Ew	2,54 m ² / Ew

Quelle: Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 04/2010; Einwohnerdaten der Stadt Varel; Einzelhandelsstrukturuntersuchung GMA 2001, VKF-Angaben gerundet; *ohne Leerstand

Angebots- und Nachfrageanalyse

Einzelhandelsbestand nach Warengruppen und Lagen in m²



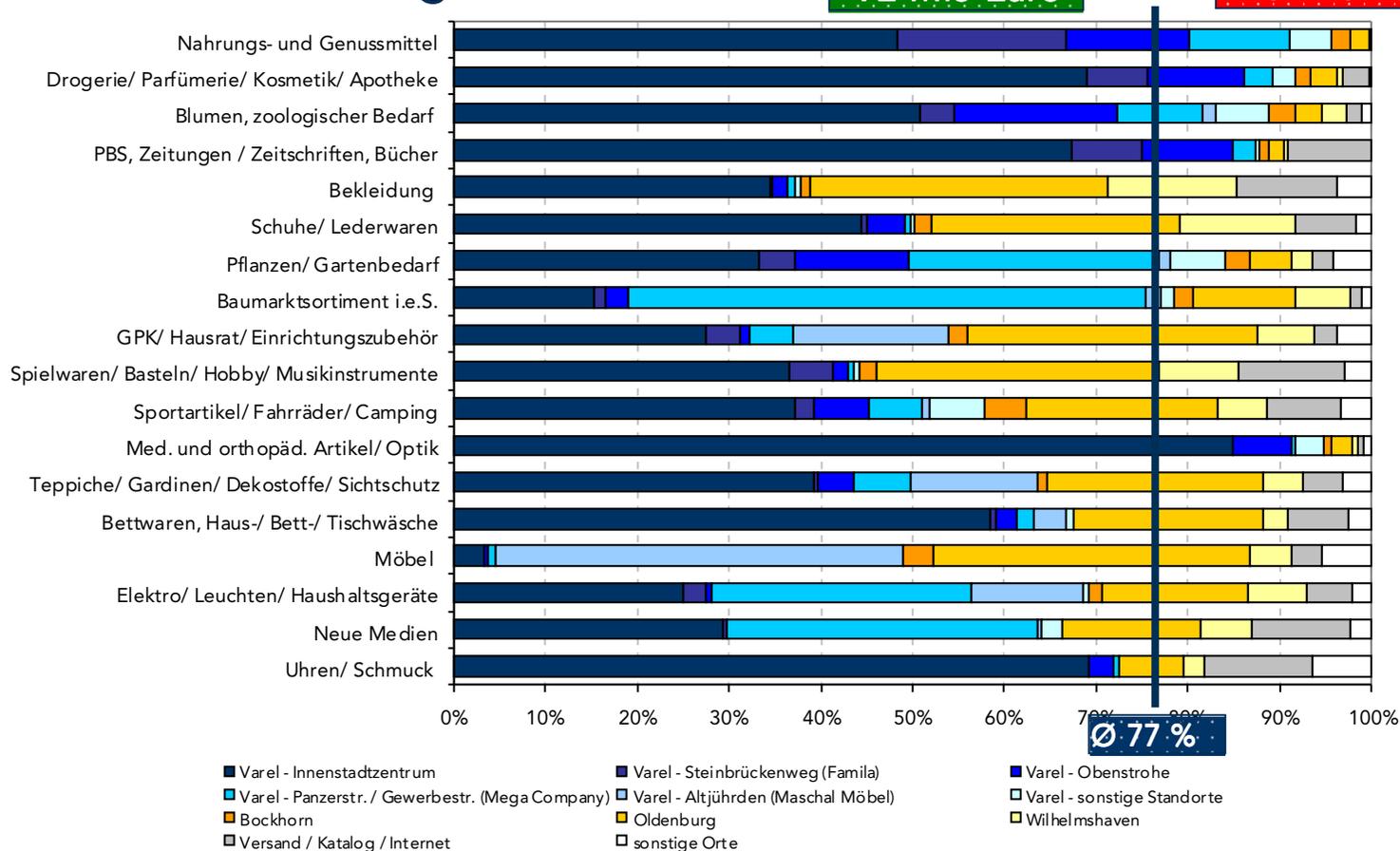
Quelle: Einzelhandelsbestandshebung Stadt + Handel 04/2010; siL = städtebaulich integrierte Lage; niL = städtebaulich nicht integrierte Lage

Angebots- und Nachfrageanalyse

Einkaufsorientierung in Varel

**KK-Bindung
~92 Mio Euro**

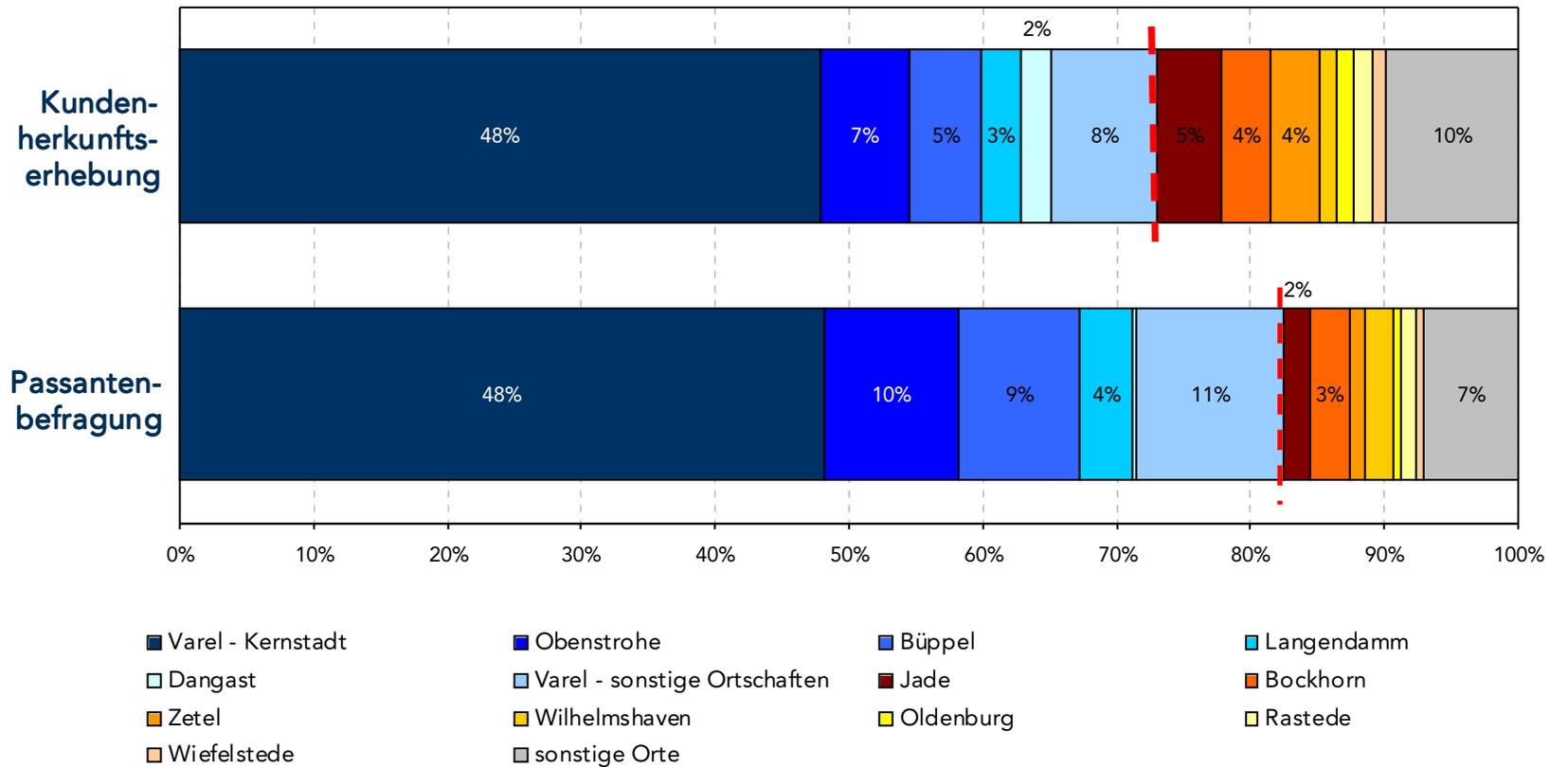
**KK-Abfluss
~28 Mio Euro**



Quelle: telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 04/2010

Angebots- und Nachfrageanalyse

Kundenherkunftserhebung



Quelle: Kundenherkunftserhebung Stadt + Handel 04/2010; Passantenbefragung am Standort Innenstadt Stadt + Handel 04/2010

Angebots- und Nachfrageanalyse

Spezieller Bedarf in Varel: Tourismus

Tourismuskennziffern im Jahr 2008	Anzahl	EH- Ausgaben pro Tourist und Tag
Tagestouristen (2008)	350.000	~17 €
Anzahl Übernachtungen		
- insgesamt	549.980	~ 5 €
- in Dangast	411.871	

→ Zusätzliches Kaufkraftpotenzial durch Touristen: rd. 8 bis 9 Mio. Euro

Zu beachten:

- Versorgungseinkauf vs. Erlebniseinkauf
- Besuchsmotive: Shopping untergeordnet zu anderen Aktivitäten (Sport, Natur, ...)
- Unterschiedliche Ausgabenstrukturen von Tagesbesuchern und Übernachtungsgästen
- Zielgruppenorientierte Angebote: Bücher/ Zeitschriften, Bekleidung/ Schuhe/ Leder, Sportartikel/ Freizeit- und Campingzubehör, Souvenirs/ Handwerkskunst/ Schmuck, Regionaltypische Lebensmittel/ Spirituosen und Weine, Spielwaren

Quelle: Arbeitskreis Innenstadt Varel vom 28. April 2010; Vortrag ift-consulting „Shoppingtourismus“ vom 21.04.2009

Angebots- und Nachfrageanalyse

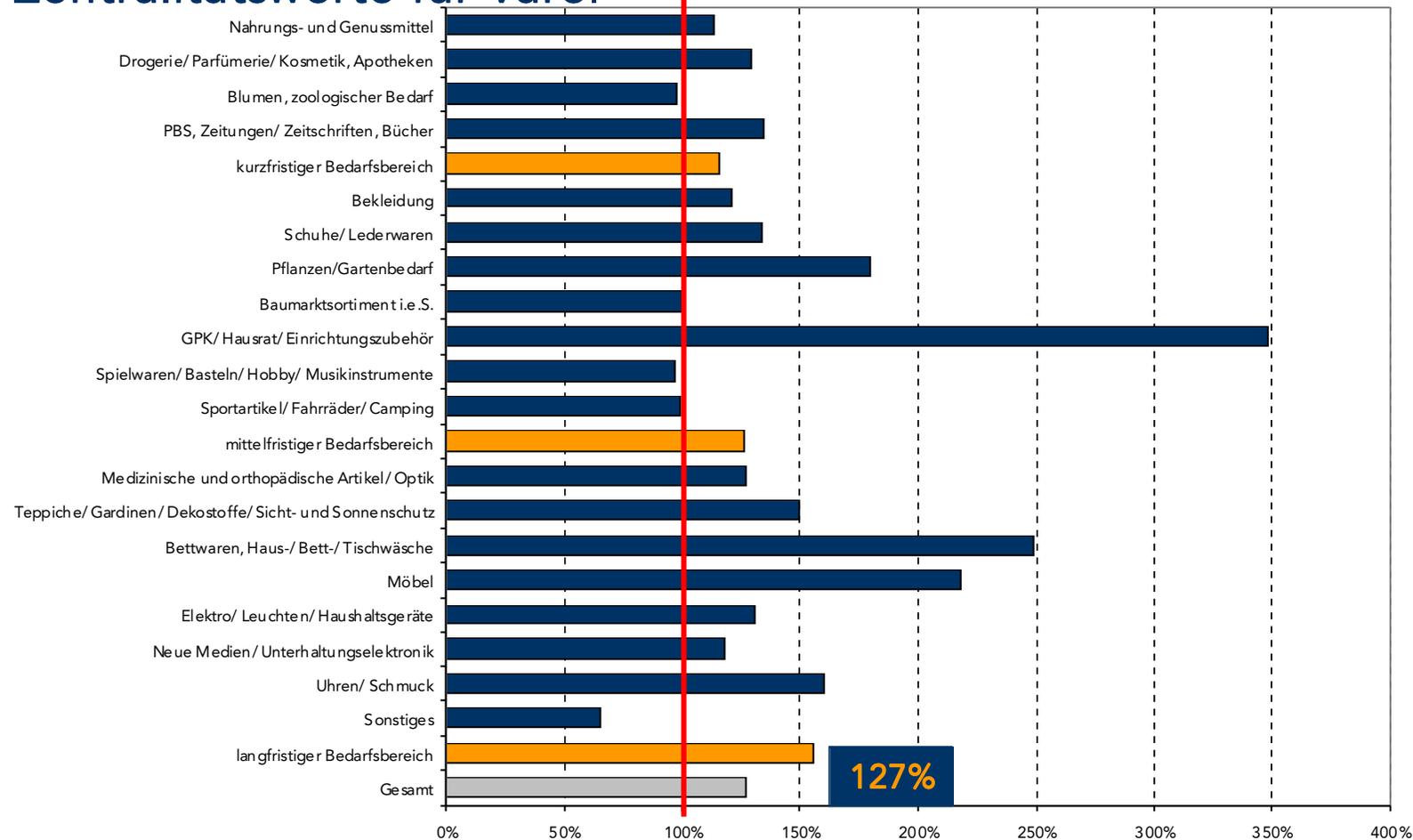
Nachfrageanalyse - Sortimentsspezifische Kennzahlen

Warengruppen	VKF in m ²	Kaufkraft in Mio. €	Umsatz in Mio. €
Nahrungs- und Genussmittel	11.130	47,9	54,1
Drogerie/ Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken	2.470	7,3	9,4
Blumen, zoologischer Bedarf	560	1,7	1,7
PBS, Zeitungen/ Zeitschriften, Bücher	1.650	4,6	6,2
kurzfristiger Bedarfsbereich	15.810	61,4	71,3
Bekleidung	6.150	10,9	13,2
Schuhe/ Lederwaren	1.680	2,6	3,5
Pflanzen/Gartenbedarf	5.000	1,8	3,3
Baumarktsortiment i.e.S.	6.150	11,5	11,5
GPK/ Hausrat/ Einrichtungszubehör	5.250	1,7	5,8
Spielwaren/ Basteln/ Hobby/ Musikinstrumente	940	2,6	2,5
Sportartikel/ Fahrräder/ Camping	710	1,9	1,9
mittelfristiger Bedarfsbereich	25.880	33,0	41,7
Medizinische und orthopädische Artikel/ Optik	520	1,8	2,2
Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe/ Sicht- und Sonnenschutz	1.700	1,4	2,2
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	2.960	1,4	3,4
Möbel	19.810	6,7	14,6
Elektro/ Leuchten/ Haushaltsgeräte	2.150	3,0	4,0
Neue Medien/ Unterhaltungselektronik	1.600	8,7	10,2
Uhren/ Schmuck	280	1,2	1,9
Sonstiges	220	1,0	0,7
langfristiger Bedarfsbereich	29.240	25,2	39,2
Gesamt	70.930	119,6	152,2

Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2010; Kaufkraftzahlen BBE 2008

Angebots- und Nachfrageanalyse

Zentralitätswerte für Varel

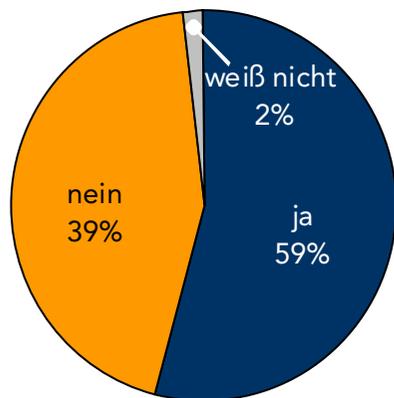


Quelle: Berechnung Stadt + Handel 2010; Kaufkraftzahlen BBE 2008

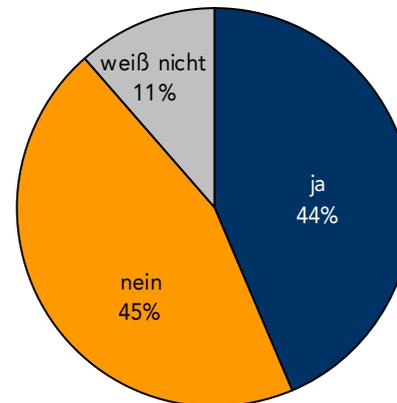
Angebots- und Nachfrageanalyse

„Gibt es Artikel oder Angebote, die Sie beim Einkauf in Varel insgesamt vermissen?“

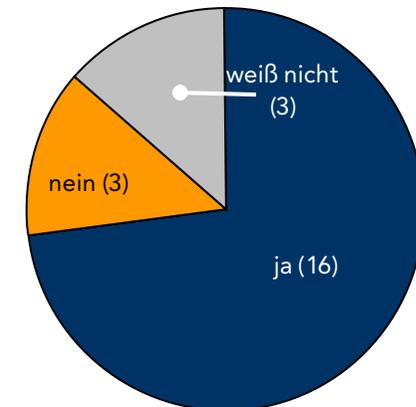
Haushaltsbefragung (n = 251)



Passantenbefragung (n = 601)



Händlerbefragung (n=22)



Artikel/Angebote**	Anteil*
Bekleidung	31 %
Spielwaren/Basteln/Hobby/ Musikinstrumente	18 %
Schuhe/Lederwaren	10 %
GPK, Hausrat, Einrichtungsgegenstände	9 %
Sportartikel	8 %

Artikel/Angebote**	Anteil*
Bekleidung	36 %
Spielwaren/Basteln/Hobby/ Musikinstrumente	16 %
GPK, Hausrat, Einrichtungsgegenstände	12 %
Schuhe/Lederwaren	6 %
Fischgeschäft	3 %

Artikel/Angebote**	Anzahl
GPK, Hausrat, Einrichtungsgegenstände	9
Spielwaren/Basteln/Hobby/ Musikinstrumente	4
Schuhe/Lederwaren	4
Bekleidung	3
Nahrungs- und Genussmittel	2

Quelle: telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 04/2010; Passantenbefragung 04/2010; Händlerbefragung 04/2010, *Anteil derer, die Artikel oder Angebote beim Einkauf in Varel vermissen, Mehrfachnennungen möglich; ** jeweils fünf häufigsten Nennungen

Gliederung

1. Einführung
2. Angebots- und Nachfrageanalyse
- 3. Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen**
4. Zentren- und Standortkonzept
5. Sortimentsliste für Varel
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen/ Ausblick

Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Grundsätzliches

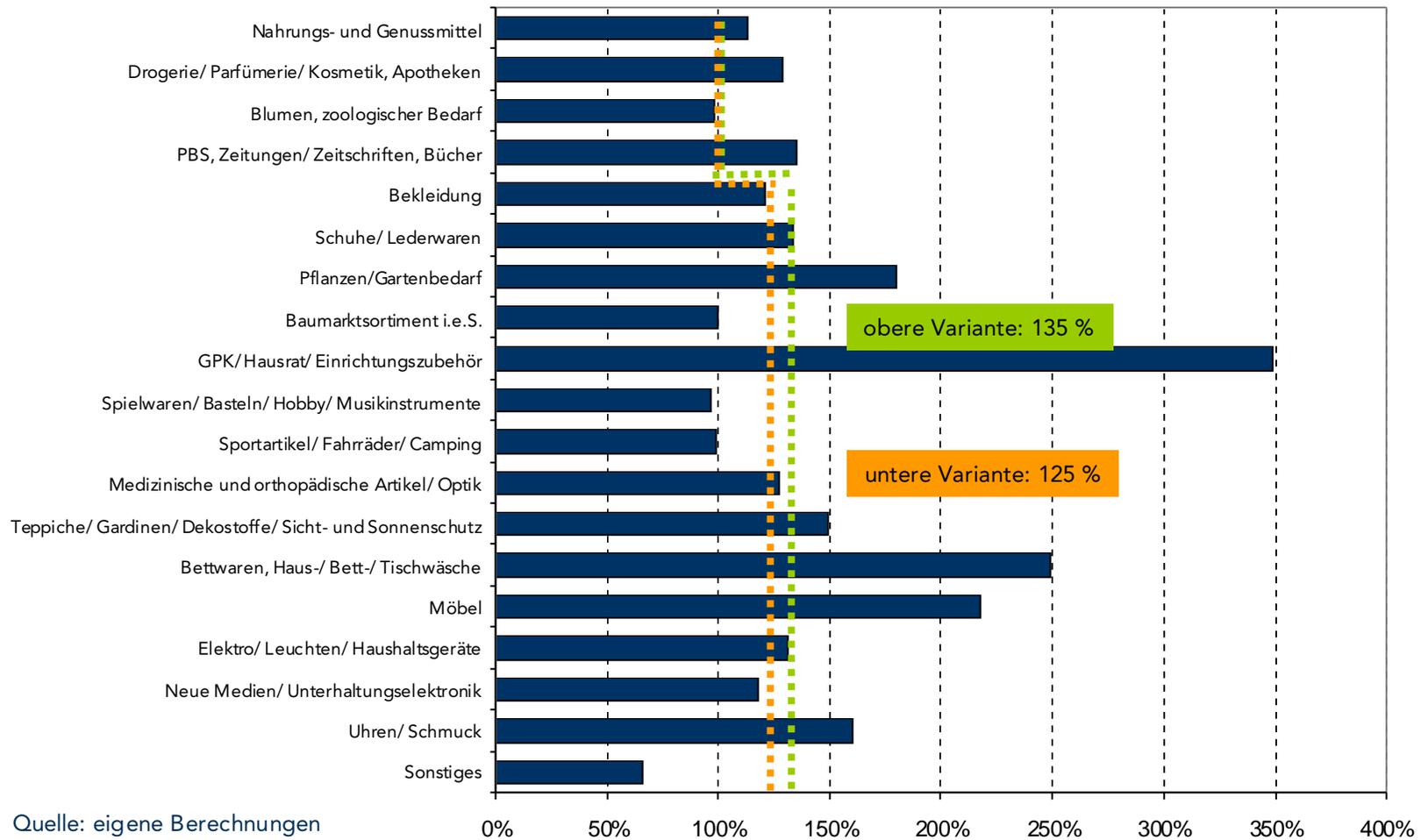
- Aufzeigen von Spielräumen: (2015, 2020)
- Keine ‚sklavischen‘ Grenzen

Parameter

- Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Kopf
⇒ Stagnation/ sortimentsbezogene Unterschiede
- Bevölkerungsentwicklung
⇒ rückläufig (minus ~ 1 % bis ~ 4 % in den nächsten 10 Jahren)/ Beachten: Alterstrukturverschiebung
- Verkaufsflächenansprüche der Anbieter
⇒ leichte Impulse

Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Zentralitätswerte und Versorgungsauftrag



Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

(in m² VKF)

Warengruppe	2015		2020	
	v	Δ	v	Δ
Nahrungs- und Genussmittel (NuG)	-	-	-	100
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	-	100	-	100
Blumen, zoologischer Bedarf	-	-	-	100
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	-	-	-	-
kurzfristiger Bedarfsbereich	100	100	-	300
Bekleidung	200	700	100	800
Schuhe/Lederwaren	-	-	-	100
Pflanzen/Gartenbedarf	100	100	-	200
Baumarktsortiment i.e.S.	1.900	2.700	1.700	2.800
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	100	100	100	200
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	300	400	300	400
Sportartikel/Fahrräder/Camping	200	300	200	300
mittelfristiger Bedarfsbereich	2.800	4.300	2.400	4.800
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	-	-	-	100
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sichtschutz	-	-	-	-
Bettwaren, Haus-/ Bett-/ Tischwäsche	-	-	-	-
Möbel	-	200	-	300
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	-	100	-	100
Medien	100	300	100	300
Uhren/Schmuck	-	-	-	-
Sonstiges	200	300	200	300
langfristiger Bedarfsbereich	300	900	300	1.000
Gesamt	3.200	5.300	2.700	6.100

Strukturdaten

Wesentliche Rahmenbedingungen für Varel

- Für ein Mittelzentrum insgesamt angemessene Verkaufsflächenausstattung
 - Angemessene Kaufkraftbindungswerte (rd. 77%)
 - Angemessen bis hohe Zentralität (127 %), punktuelle Defizite
 - Bedeutung des Tourismus:
 - monetär rd. 8-9 Mio. Euro/ anno
 - Fokus auf besondere Bedarfe
 - Vermisste Angebote: Bekleidung/ Sport/ Spielwaren
 - Punktuelle Verkaufsflächenpotenziale
- Empfehlung für einen zukünftigen Entwicklungsfokus: weniger quantitativ, mehr räumlich-qualitativ

Gliederung

1. Einführung
2. Angebots- und Nachfrageanalyse
3. Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen
- 4. Zentren- und Standortkonzept**
5. Sortimentsliste für Varel
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen/ Ausblick

Zentren- und Standortkonzept

Folgende Ziele werden empfohlen:

1. Ziel:

Stärkung der Zentren

- Stärkung der Zentren
- gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung vermeiden

2. Ziel:

Ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung

- sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen
- gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermeiden

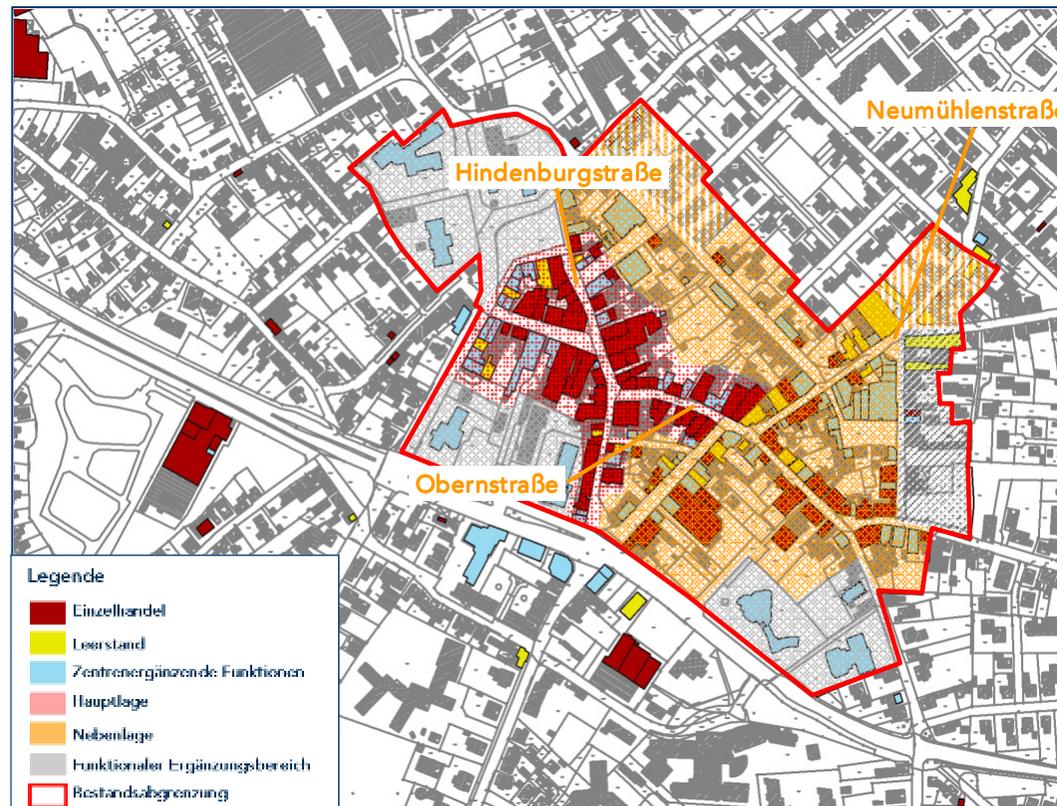
3. Ziel:

Ergänzende Standorte bereitstellen

- Bereitstellung von Flächen für den großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandel
- gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren und die Nahversorgung vermeiden

Zentren- und Standortkonzept

Innenstadtzentrum

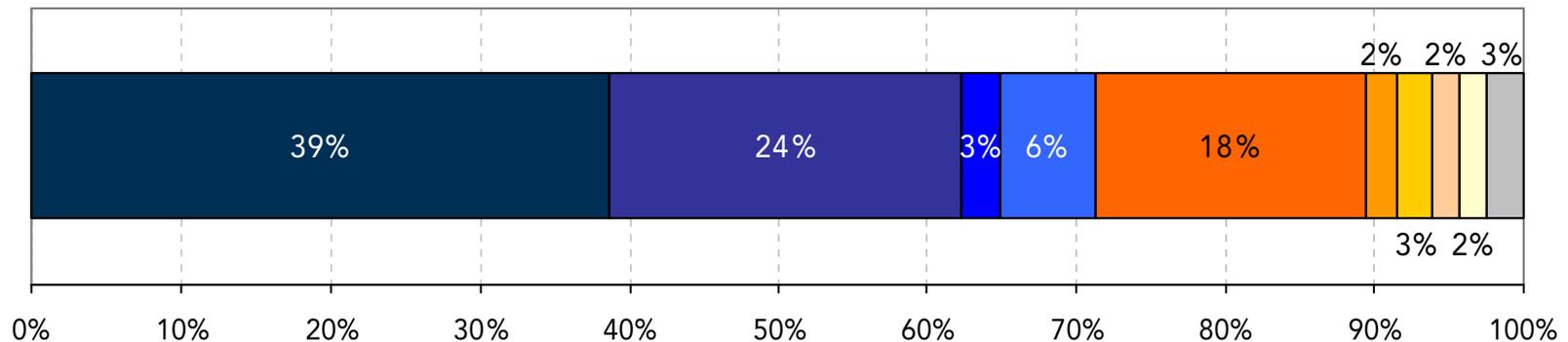


Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 04/2010; Kartengrundlage: Stadt Varel

- Passanten vermissen zentrenrelevante Sortimente wie Bekleidung oder Spielwaren
- Geringer absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen
- Kleinteiligkeit der Betriebsstruktur
- Lage im nordöstlichen Bereich durch Kleinteiligkeit und Leerstand geprägt
- Postgelände mit Entwicklungschancen?!

Zentren- und Standortkonzept

Gekaufte Sortimente



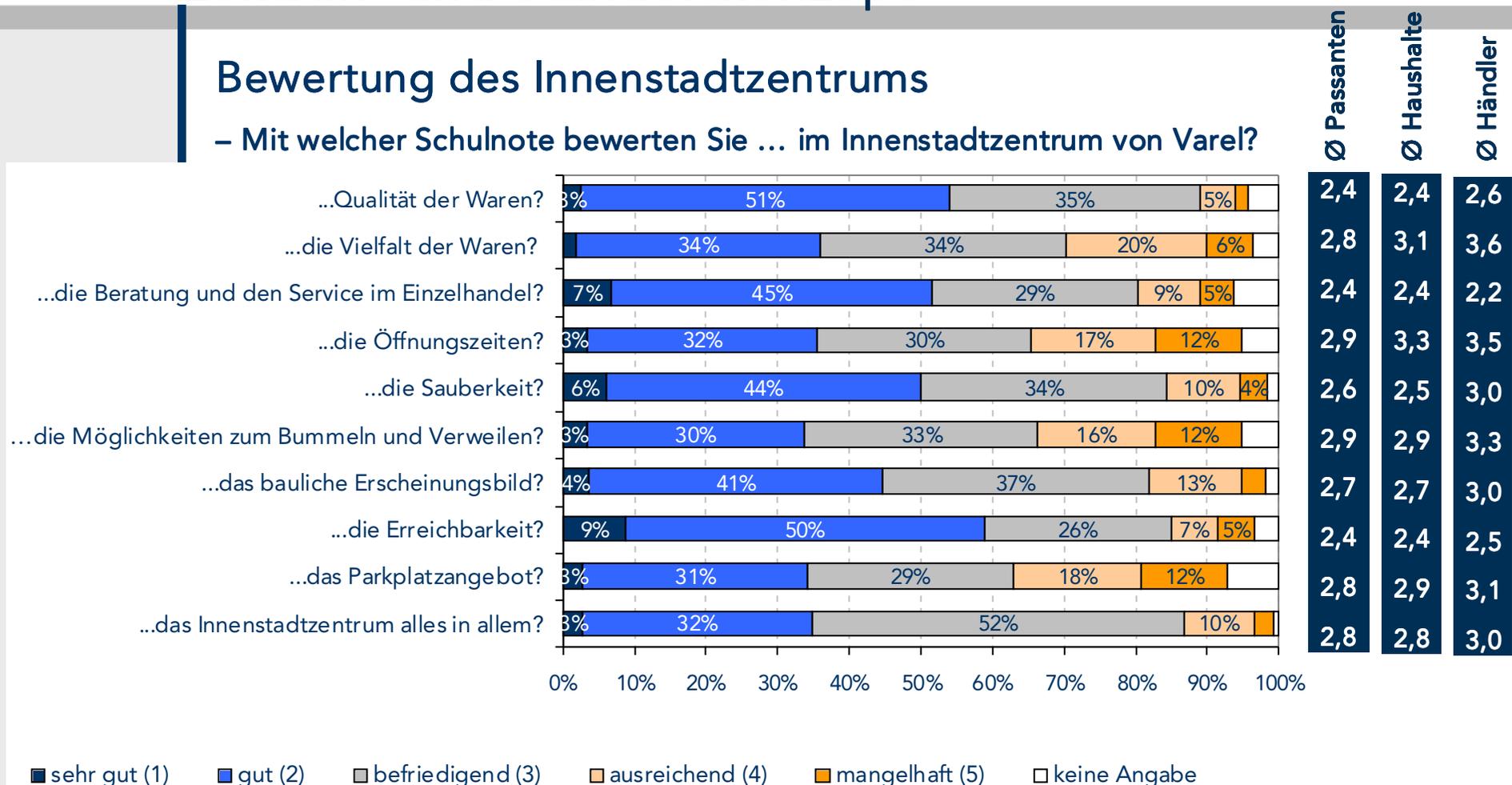
- Nahrungs- und Genussmittel (NuG)
- Blumen, zoologischer Bedarf
- Bekleidung
- GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör
- Uhren/Schmuck
- Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken
- PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher
- Schuhe/Lederwaren
- Spielwaren/Basteln/Hobby/ Musikinstrumente
- Sonstiges

Quelle: Passantenbefragung 04/2010; Standort Innenstadtzentrum (Mehrfachnennungen möglich)

Zentren- und Standortkonzept

Bewertung des Innenstadtzentrums

– Mit welcher Schulnote bewerten Sie ... im Innenstadtzentrum von Varel?



Quelle: telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 04/2010; Passantenbefragung 04/2010; Händlerbefragung 04/2010

Zentren- und Standortkonzept

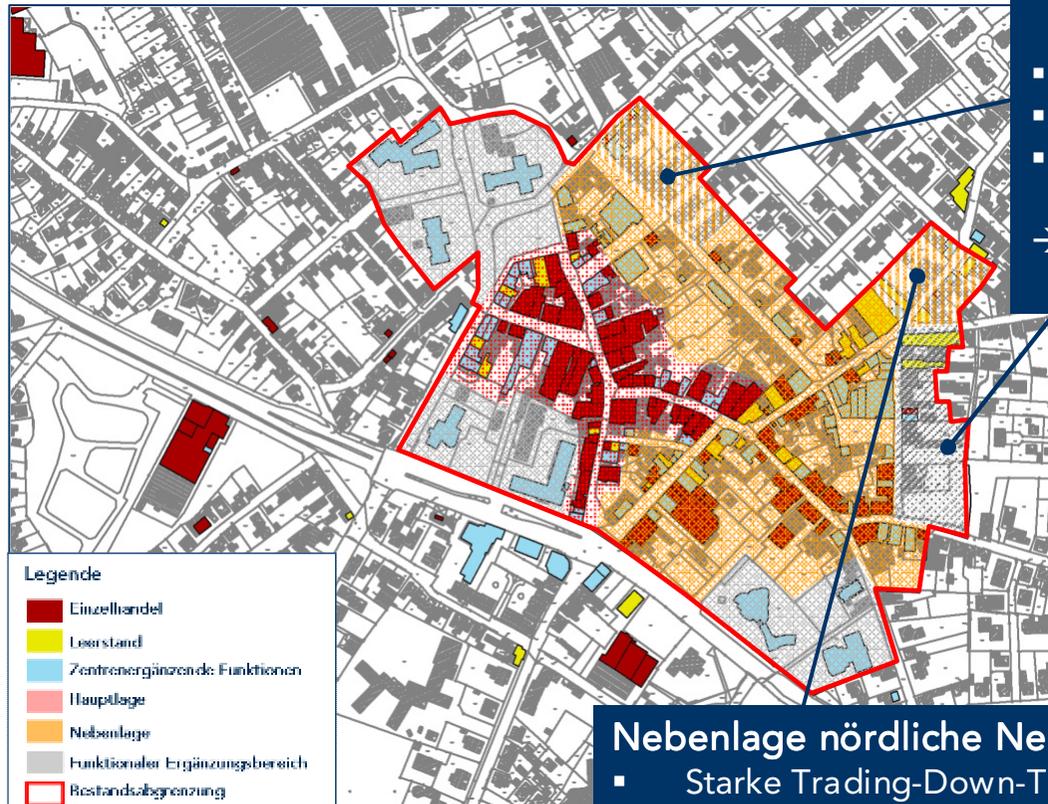
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Übergeordnete Entwicklungsziele

- Sicherung der **Nahversorgungsfunktion**
- Sicherung und Stärkung der **Vielfalt an kleinen Fachgeschäften**
- Sicherung der **Magnetbetriebe**
- Ansiedlung **neuer Magneten/ bisher fehlender Angebotsformen**
 - Ausbau der Angebotsvielfalt im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (mittelzentrale Versorgungsfunktion!) u. a.: Bekleidung, Sportartikel
 - Kleinteilige Ladenstrukturen vs. gängige Flächenanforderungen (z. B. von Filialisten) /Zielgröße für Filialisten variabel, aber mindestens 100 m²
 - Neue Flächen erschließen
 - Flächenzusammenlegungen als Option
 - Einbeziehung der Eigentümer
 - Wirtschaftsförderung: lenkende Angebotsplanung

Zentren- und Standortkonzept

Diskussion zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 04/2010; Kartengrund

26. Oktober 2010

Einzelhande
Diese Folie ist Bestandtei

Nebenlage nördliche Nebbsallee/ Ergänzungsbereich östliche Neumarktstraße

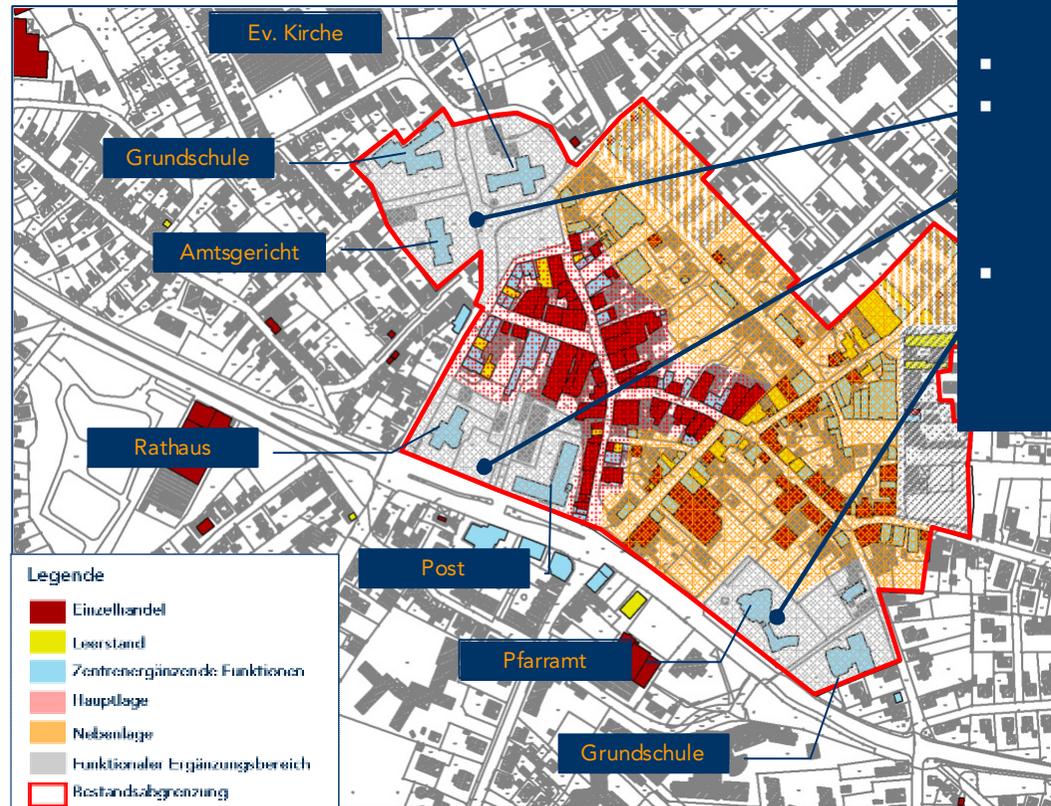
- Überwiegend Wohnnutzung
- Kleinteilige Strukturen
- Lage abseits der gewachsenen Geschäftslagen
- keine Perspektive für zukünftige Einzelhandelsnutzungen

Nebenlage nördliche Neumühlenstraße

- Starke Trading-Down-Tendenzen
- Aktuell nahezu keine Einzelhandelsfunktion
- Perspektive für zukünftige Einzelhandelsnutzungen fraglich
- Besser geeigneter Standort für neue Einzelhandelsentwicklungen: Postgelände

Zentren- und Standortkonzept

Diskussion zentraler Versorgungsbereich Innenstadtzentrum



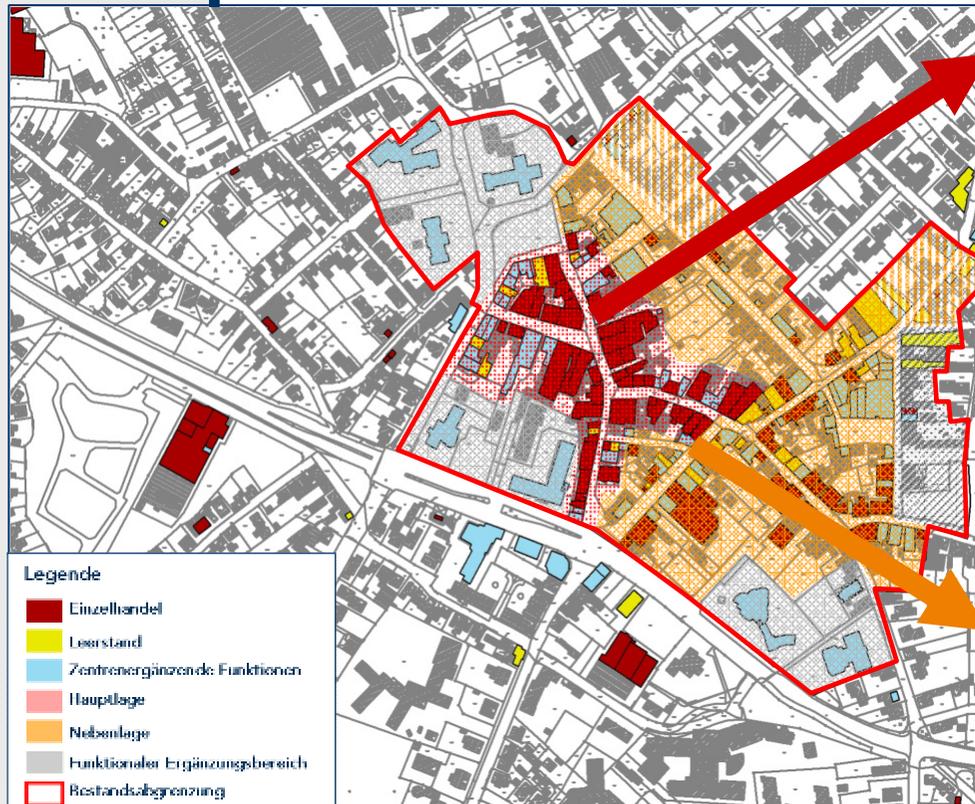
Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 04/2010; Kartengrundlage: Stadt Varel

Funktionale Ergänzungsbereiche:

- Prägung durch zentrenergänzende Funktionen
- Nahezu keine Einzelhandelsnutzungen
- Perspektiven für zukünftige Einzelhandelsansiedlungen kurz- bis mittelfristig nicht erkennbar (mit Ausnahme des Postgeländes)
- Im Kontext einer ‚ganzheitlichen‘ Interpretation des Begriffs ‚zentraler Versorgungsbereich‘ aber Bestandteil des Zentrums

Zentren- und Standortkonzept

Zentraler Versorgungsbereich
Innenstadtzentrum



Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 04/2010; Kartengrundlage: Stadt V

Hindenburgstraße, Schloßstraße

- Geprägt durch Filialisten
- Ergänzung des vorhandenen Angebots durch weitere Anbieter
- Fachgeschäfte und Fachmärkte mit zentrenrelevanten Leitsortimente wie Sportartikel, Bekleidung, Spielwaren
- Mittleres bis hohes Preissegment

Obernstraße, Neue Straße, Nebbsallee

- Weiterentwicklung als Ergänzungslage zur Fußgängerzone für Anbieter mit
 - A: Spezialangeboten mit Zielpublikum
 - B: discountorientierte Anbieter
- Aktives Ladenflächenmanagement zur Nachnutzung der Leerstände/ Etablierung von Zwischennutzungen

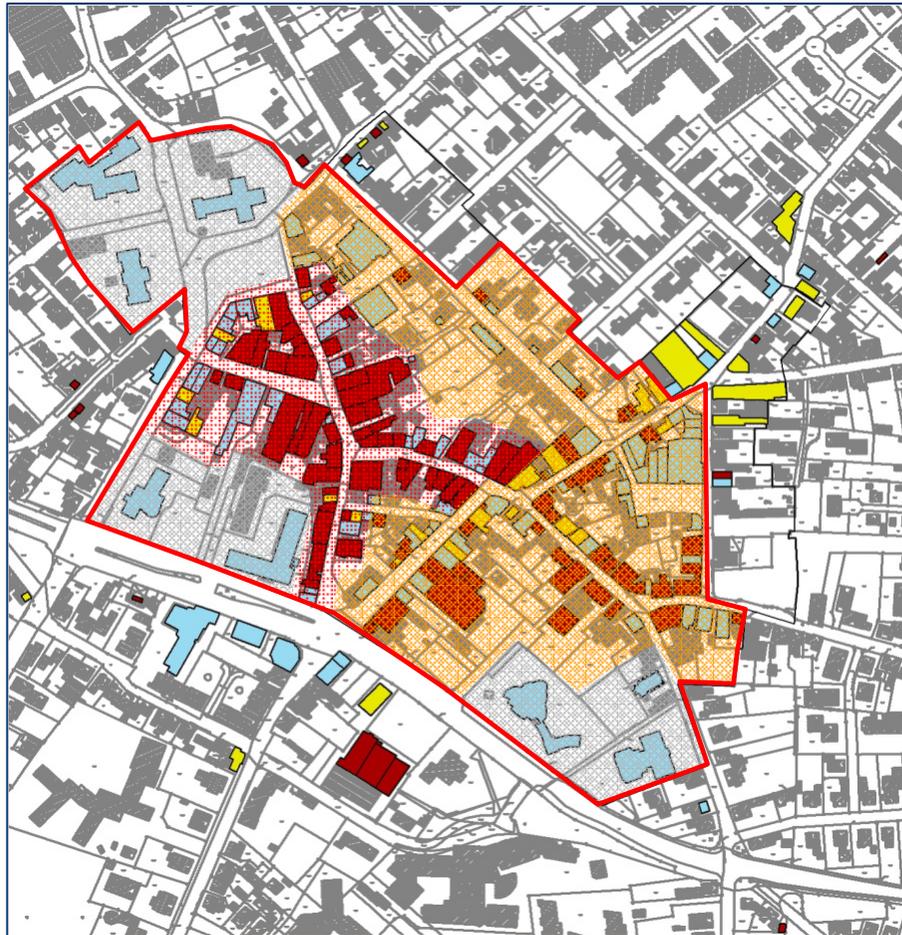
Zentren- und Standortkonzept

Entwicklungsoption Postgelände

- **Empfohlene Sortimente:**
 - Bekleidung, Sportartikel
 - Drogerie,
 - Spielwaren,
 - Medien/ Elektronik,
 - Hausrat/ Einrichtungszubehör,
 - Bettwaren/ Haus-, Bett- und Tischwäsche, Teppiche/ Gardinen/ Dekostoffe
- Betriebstypen: Fokus auf **größere Fachmarktkonzepte** zur **Ergänzung** der kleinteiligen Innenstadtstrukturen
- Größenordnung: **Gesamtverkaufsfläche rd. 4.000 – 8.000 m²** (Vergleich: Innenstadtzentrum rd. 15.000 m²)
- Ergänzende funktionale Empfehlungen: Unterbringung von „junge“, **Szene-, Außengastronomie**; Integration in die **Parkraumbewirtschaftung/** das Parkleitsystem
- Städtebauliche Empfehlungen: **bauliche Öffnung** des Objektes, **attraktive Fassadengestaltung**, Geschossigkeit an Umgebung anpassen

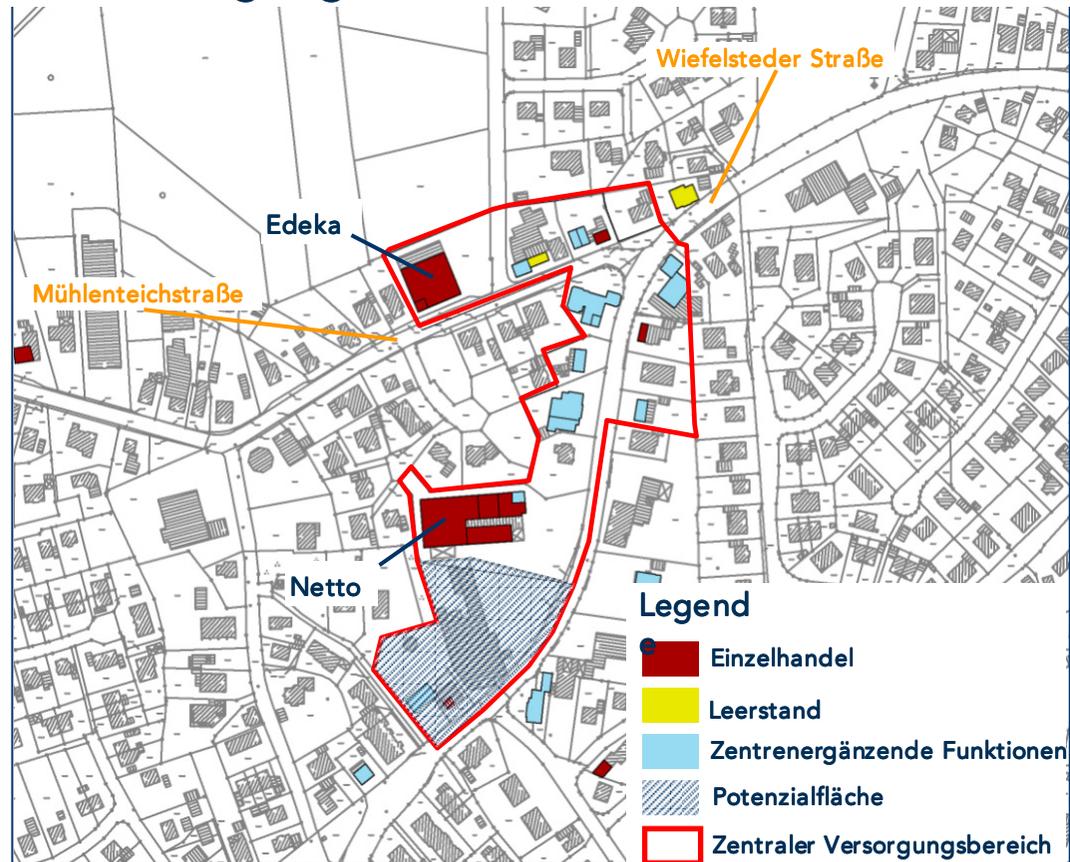
Zentren- und Standortkonzept

Abgrenzung IS-Zentrum als zentraler Versorgungsbereich



Zentren- und Standortkonzept

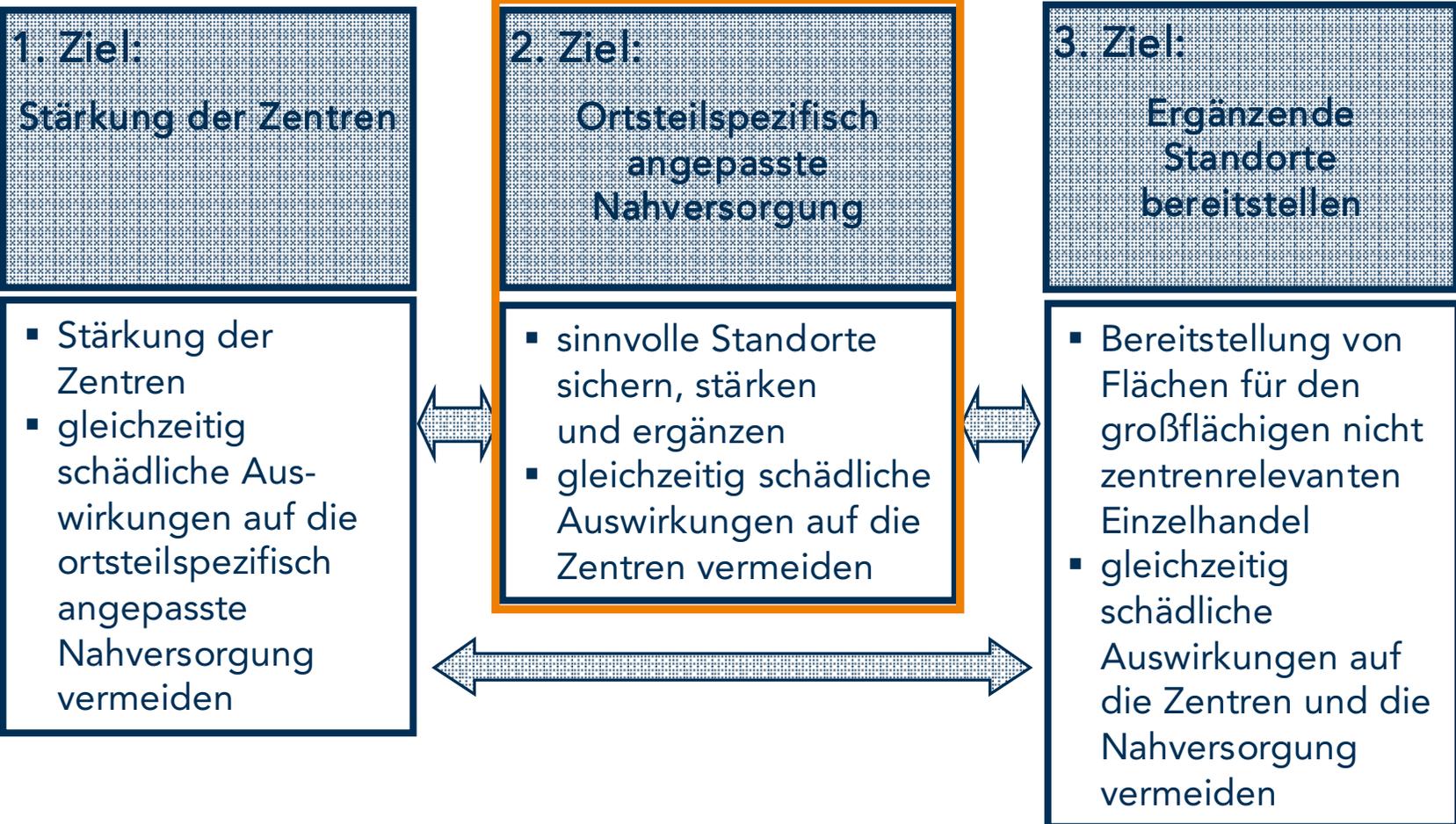
Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Oberstrohe



- Sicherung und Ausbau der Nahversorgungsfunktion
- Denkbar: Behutsame, ortsangepasste Erweiterung des Nahversorgungszentrums auf dem Grundstück des ehemaligen Landgasthofs Haßmann Orientierung

Zentren- und Standortkonzept

Folgende Ziele werden empfohlen:



Zentren- und Standortkonzept

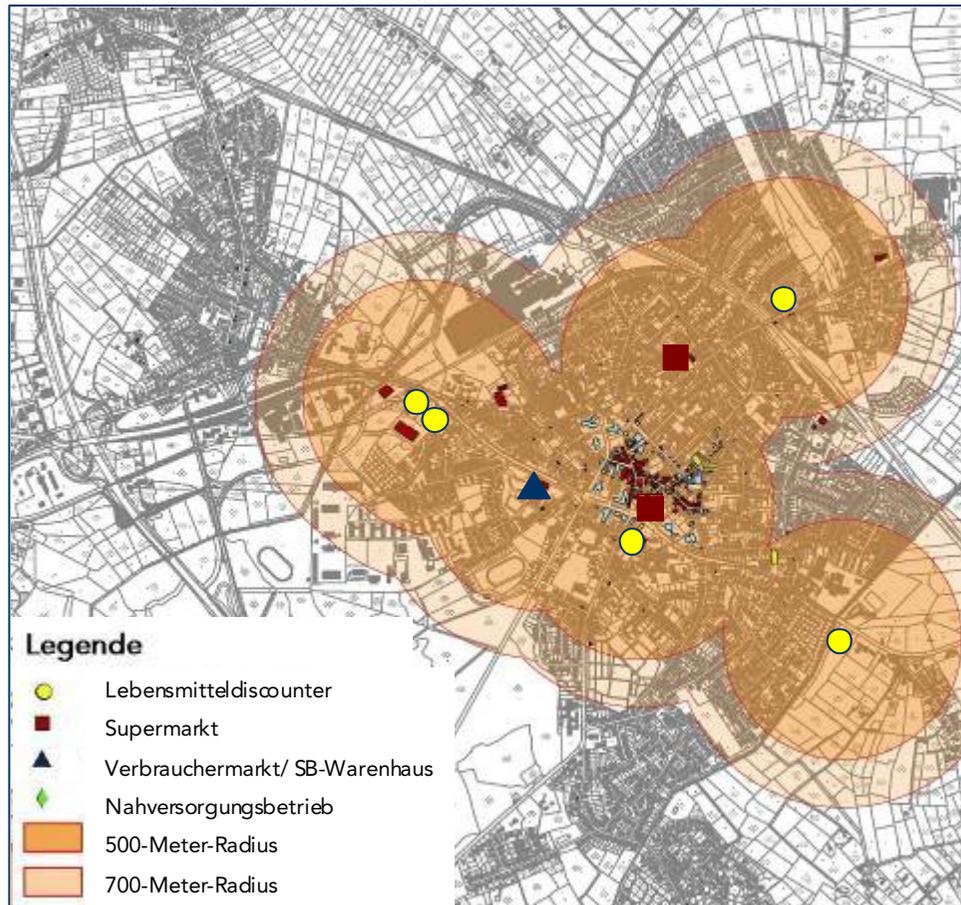
Nahversorgung in Zahlen

Verkausflächenausstattung	<ul style="list-style-type: none">0,45 m² VKF je EW (2001: 0,41 m² VKF je EW; Bundesdurchschnitt: 0,39 m² VKF)
Verkausflächenanteil	<ul style="list-style-type: none">In zentralen Versorgungsbereichen: rd. 25 %In sonstigen städtebaulich integrierten Lagen: rd. 51 %In städtebaulich nicht integrierten Lagen: rd. 24 %
Betriebstypenmix	<ul style="list-style-type: none">6x Lebensmitteldiscounter3x Supermarkt1x Verbrauchermarkt / SB-Warenhausergänzt um 55 weitere Lebensmittel- Fachgeschäfte (inkl. Tankstellen, Kioske und Lebensmittel-Handwerk)
Kaufkraftbindung NuG (Einkaufsorientierung)	<ul style="list-style-type: none">~ 96 %

Quelle: Bestandserhebung Stadt + Handel 04/2010, telefonische Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 04/2010; Einwohnerdaten der Stadt Varel, Einzelhandelsstrukturuntersuchung GMA 2001; VKF-Angaben gerundet

Zentren- und Standortkonzept

Empfehlungen zur Nahversorgung in der Kernstadt Varel



- Nahezu flächendeckende räumliche Nahversorgung
- Ausgewogener Betriebstypenmix
- Überdurchschnittliche Ausstattungsdaten
→ kein dringender stadtplanerischer Handlungsbedarf
 - Aber: Sicherung des Lebensmittelmarkts im Zentrum als wesentlicher Frequenzbringer
 - Sicherung integrierter Standorte durch Verbesserung der Standortrahmenbedingungen

Zentren- und Standortkonzept

Empfehlungen zur Nahversorgung

- **1. Priorität: Fokus der Nahversorgung auf die Zentren**
 - Innenstadtzentrum Varel
 - Nahversorgungszentrum Obenstrohe

- **2. Priorität: Entwicklung in siedlungsstrukturell integrierten Lagen zur Weiterentwicklung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung**
 - Sicherung der Standorte in integrierten Lagen
 - Grundsätzlich: Neuansiedlungen/ Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes und ohne negative Auswirkungen auf die Nahversorgung und die Zentren

- **Qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung (Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze, Service)**

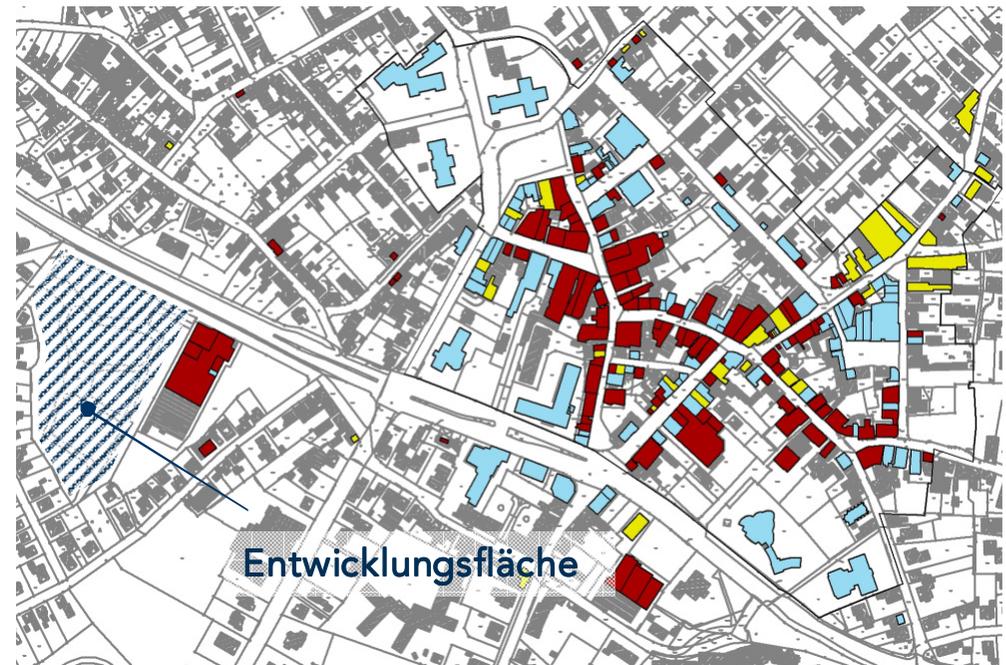
- **Ansonsten konsequenter Ausschluss von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel**

Zentren- und Standortkonzept

Erweiterungsplanung familia-Markt

Betriebliche/standortspezifische Rahmenbedingungen

- Betriebstyp des SB-Warenhauses/ Verbrauchermarktes in Varel einmalig („Traditionsunternehmen“)
- Verkaufsflächenausstattung des Betriebes sowie baulich-architektonische Gestaltung genügt nicht mehr den aktuellen Marktansprüchen



Zentren- und Standortkonzept

Erweiterungsplanung familia-Markt

Empfehlungen I: Ergänzende Fachmärkte

- Ergänzende Fachmärkte mit **nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment grundsätzlich denkbar**
- **Verlagerung von Anbietern** mit nahversorgungsrelevantem Sortiment aus nicht integrierten Lagen an den familia-Standort als denkbare Option
- Ergänzende Fachmärkte mit **zentrenrelevantem Hauptsortiment nicht empfehlenswert!**

Empfehlungen II: Nahversorgungsrelevante Sortimente (vornehmlich NuG)

- **Entwicklungsrahmen für das SB-Warenhaus vorhanden!**
- je nach Standort deutlich **unterschiedliche Sensibilität der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen**

Zentren- und Standortkonzept

Erweiterungsplanung familia-Markt

Empfehlungen III: Zentrenergänzende Randsortimente

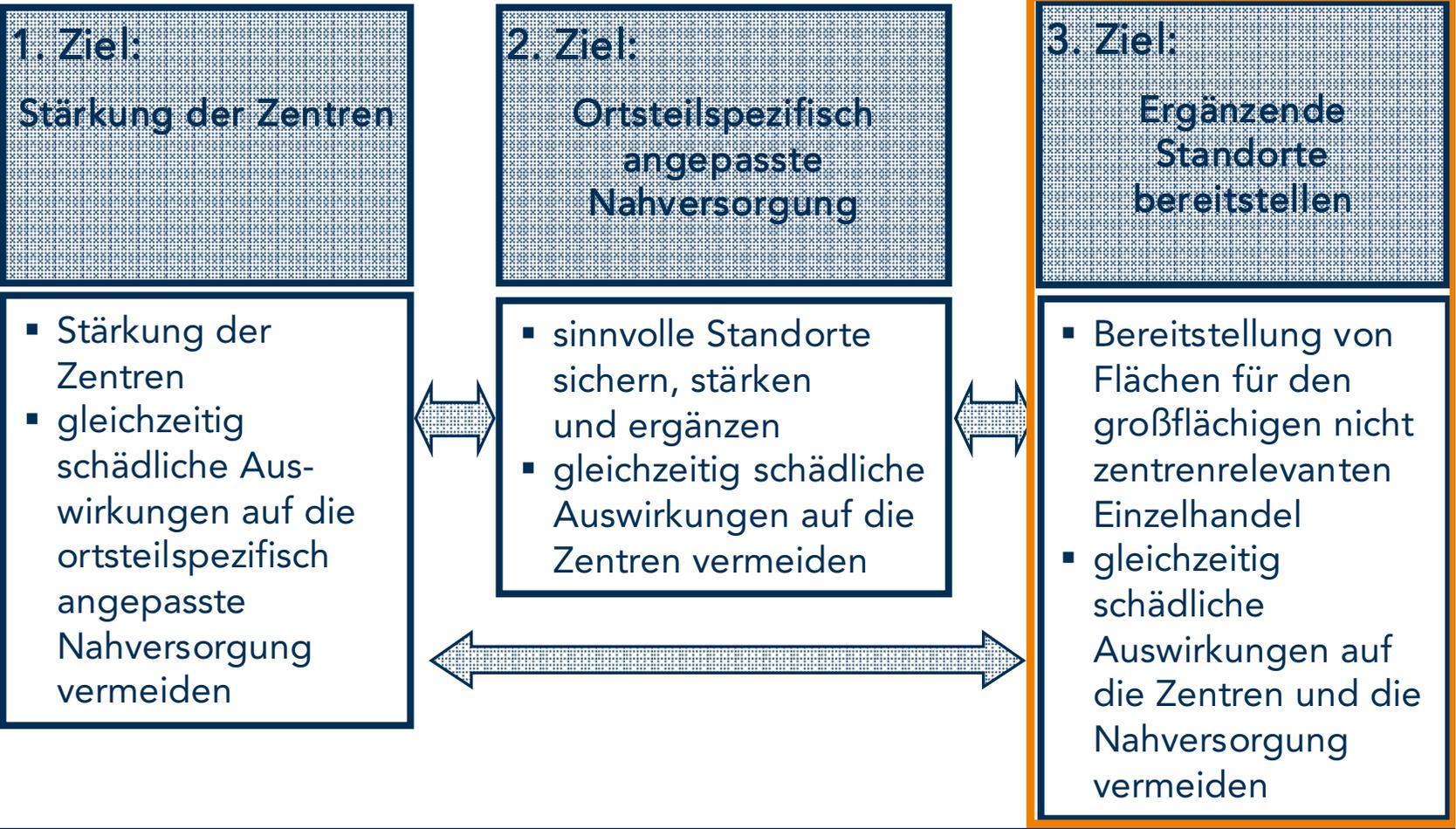
- **Zentrenrelevante Randsortimente:** je nach Sortiment und Standort deutlich **unterschiedliche Sensibilität der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen:** sortimentspezifischer Nachweis der sortimentspezifischen Verträglichkeit empfehlenswert/ erforderlich

Empfehlungen IV

- Bauplanungsrechtliche Absicherung
- Ausweisung Sondergebiet
- Sortimentsgenaue Festsetzung maximal zulässiger zentrenrelevanter Randsortimente

Zentren- und Standortkonzept

Folgende Ziele werden empfohlen:



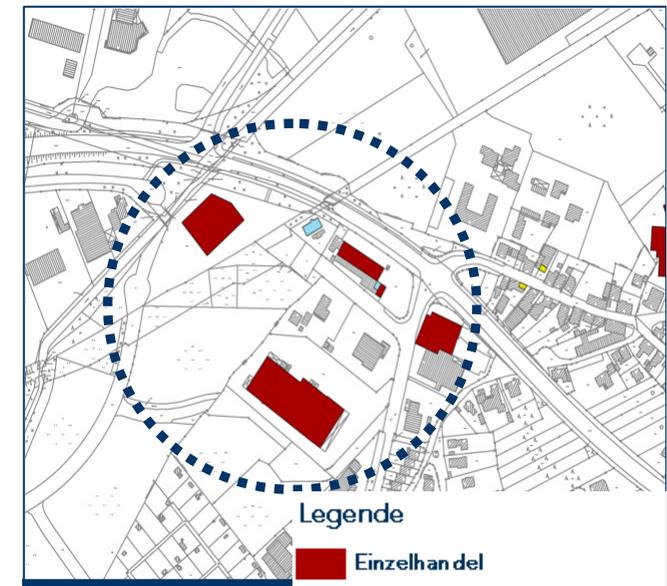
Zentren- und Standortkonzept

Zielsetzung für ergänzende Standorte

- Angebotsergänzung gegenüber den Zentren für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment
- Bereithaltung von leistungsfähigen Angebotsflächen, die
 - aktuellen Ansiedlungsvoraussetzungen entsprechen,
 - eine attraktive örtliche/ überörtliche Magnetwirkung aufweisen und
 - regional und landesplanerisch konsensfähig sind.

Empfehlungen GE Panzerstraße

- **Bestandsschutz** bestehender Betriebe
- Positivraum für **großflächige und kleinflächige Einzelhandelsvorhaben** mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten
- **Keine weiteren Einzelhandelsbetriebe** mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- **Restriktiver Umgang mit Randsortimenten**
- **Bauplanungsrechtliche Absicherung**



Gliederung

1. Einführung
2. Angebots- und Nachfrageanalyse
3. Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen
4. Zentren- und Standortkonzept
- 5. Sortimentsliste für Varel**
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen/ Ausblick

Sortimentsliste für Varel

„Vareler Liste“: zentren-/ nahversorgungsrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente

Augenoptik
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)
Bücher
Computer (PC-Hardware und -Software)
Elektrokleingeräte
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör
Glas/Porzellan/Keramik
Haus-/Bett-/Tischwäsche
Hausrat/Haushaltswaren
Heimtextilien/Gardinen
Kinderwagen
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie
Meterware für Bekleidung und Wäsche
Med. und orthopädische Geräte (einschl. Hörgeräte)
Musikinstrumente und Musikalien

Papier/Büroartikel/Schreibwaren, Künstler- & Bastelbedarf
Schuhe, Lederwaren
Spielwaren
Sport- und Campingartikel
Telekommunikationsartikel
Uhren/Schmuck
Unterhaltungselektronik
Waffen/Jagdbedarf/Angeln
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/
Bilderrahmen/Kunstgegenstände

Zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente

Blumen
Drogerie/Kosmetik/Parfümerie
Nahrungs- und Genussmittel
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)
Zeitungen/Zeitschriften
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere

Sortimentsliste für Varel

„Vareler Liste“: nicht zentrenrelevante Sortimente

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Baumarkt-Sortiment im engeren Sinne

- Bauelemente
- Baustoffe
- Bodenbeläge/Parkett/Fliesen (inkl. Teppichböden)
- Eisenwaren
- Elektroinstallationsmaterial
- Farben/Lacke/Tapeten
- Sanitär- und Installationsbedarf

Bettwaren

Elektrogroßgeräte

Fahrräder und Zubehör

Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)

Kfz-Zubehör

Leuchten/ Lampen

Möbel

Pflanzen/ Samen

Teppiche (ohne Teppichböden)

Sonstiger Einzelhandel a.n.g.

Gliederung

1. Einführung
2. Angebots- und Nachfrageanalyse
3. Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen
4. Zentren- und Standortkonzept
5. Sortimentsliste für Varel
- 6. Ansiedlungsleitsätze**
7. Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen/ Ausblick

Ansiedlungsleitsätze

Ansiedlungsleitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment...

- ... ist zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.
- im Innenstadtzentrum unbegrenzt (Positivraum)
 - im Nahversorgungszentrum Obenstrohe unterhalb der Großflächigkeit zur Versorgung des Stadtteils

Ansiedlungsleitsatz II: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Randsortiment...

- ... ist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur in einer Größenordnung von bis zu 10 % der Gesamtverkauffläche, insgesamt höchstens 800 m², bezogen auf die Gesamtheit der zentrenrelevanten Randsortimente anzusiedeln.

Ansiedlungsleitsatz III: Einzelhandel mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment...

- ... ist primär in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.
... ist nachgeordnet zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten zur Versorgung des Gebietes anzusiedeln.

Ansiedlungsleitsatz IV: Großflächiger nicht zentrenrelevanter Einzelhandel...

- ... ist primär am Sonderstandort Gewerbegebiet Panzerstraße anzusiedeln.

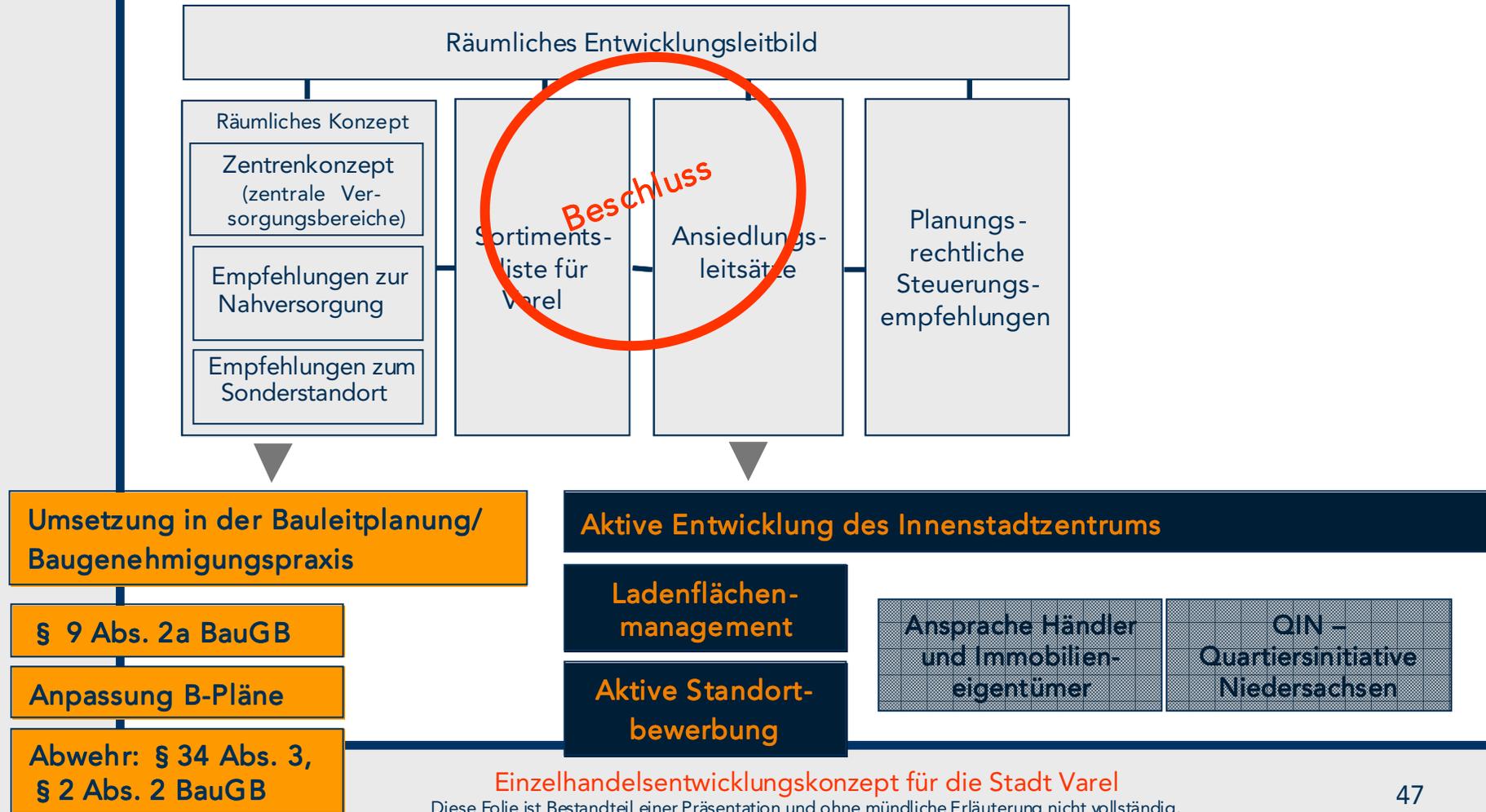
Ansiedlungsleitsatz V: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von Handwerks-, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben (Handwerkerprivileg)...

Gliederung

1. Einführung
2. Angebots- und Nachfrageanalyse
3. Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen
4. Zentren- und Standortkonzept
5. Sortimentsliste für Varel
6. Ansiedlungsleitsätze
7. Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen/ Ausblick

Handlungs- und Umsetzungsempfehlungen

Einzelhandelsentwicklungskonzept als Grundlage für eine aktive Standortpolitik!



Ausblick

- Übergabe des abgestimmten Endberichts an die Verwaltung
- Information der Öffentlichkeit und Träger
- Abwägung eingegangener Stellungnahmen
- Politische Beratung und Beschluss des Konzeptes
(als städtebauliches Entwicklungskonzept nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB)

Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Varel

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!



Stadt + Handel
Dipl.-Ing.e Beckmann und Föhrer GbR
Huckarder Str. 12 Hirschstraße 89
44147 Dortmund 76137 Karlsruhe

www.stadt-handel.de