

Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für den Stadt-Umland-Bereich (SUB) Husum

Öffentliche Informationsveranstaltung am 26.08.2013

Eva Stubert, Stefan Kruse

Inhalt

1. Warum ein aktualisiertes Einzelhandelskonzept für die Stadt Husum?
2. Analyse der Nachfragesituation
3. Analyse der Angebotssituation
4. Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung
5. Weiteres Vorgehen

Anlass der Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes

Neue bundesrechtliche Vorgaben

- Novellierung des BauGB 2013

Verschiedene Urteile (OVG, BVerwG) u. a. zu

- Großflächigkeit von Einzelhandelsvorhaben
- Funktionseinheit
- zentralen Versorgungsbereichen

Neue landesrechtliche Vorgaben

- Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein 2010

Veränderte Rahmenbedingungen

- Aktualisierung der Einzelhandelsdaten aus dem Jahr 2007 notwendig
- **Überprüfung der zentralen Versorgungsbereiche**
- Berücksichtigung aktueller Einzelhandelsplanungen
- **Demographische Entwicklung,...**

Vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:

- **§ 11 (3) BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare 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 Nutzungen festgesetzten Sondergebieten zu.
- **§ 2 (2) Satz 2 BauGB** in der seit dem 20.07.2004 geltenden Fassung erweitert das kommunale Abstimmungsgebot dahin, dass Gemeinden sich sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- **§ 34 (3) BauGB** knüpft die Zulässigkeit im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 (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 (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 (1) und (2) BauGB zulässigen baulichen Nutzungen zu steuern.

„Sieg für den Masterplan“

Urteil verbietet Einzelhandel-Ansiedlung im Außenbereich / Stadt und Verband jubeln

Mit Freude und Genugtuung reagiert die Stadt auf den Urteilsspruch des Bundesverwaltungsgerichtes gegen den Bau eines Supermarktes am Bärenbruch in Marten.

Der Leipziger Richterspruch (wir berichteten gestern) sei nicht nur ein Sieg in diesem Einzelfall, so Stadtdirektor Ullrich Sierau, sondern „er stärkt auch die städtische Einzelhandelspolitik insgesamt, die seit Jahren für alle Marktteilnehmer verlässliche Rahmenbedingungen schafft.“

Die Projektentwicklungsgesellschaft Laon aus Lohne hatte 2003 die Bauvoranfrage zur Errichtung eines Plus-Lebensmittelmarktes an der Straße Bärenbruch in Marten gestellt. Vor dem Hintergrund des Masterplans Einzelhandel veränderte die Stadt daraufhin den gültigen Bebauungsplan und erließ eine Veränderungssperre. Denn der Masterplan hat die Stärkung der Zentren zum Ziel. Ein Supermarkt im Außenbereich, wie eben an dieser Stelle in Marten, sei kontraproduktiv, so die Auffassung der Stadt.

Da der Investor das natürlich anders sah, schloss sich ein mehrjähriges Justiz-Verfahren an, das am Donnerstag seinen Schlusspunkt in Leipzig fand.

„Rechtlich können wir nichts mehr machen, außer einer Verfassungsbeschwerde“, so Laon-Prokurist Wolfgang Blome. Daran denke seine Firma aber nicht. Auch ein Schadenersatzverfahren gegen die Stadt Dortmund wolle er nicht weiter betreiben. Blome spekuliert darauf, sein Geld von seinem früheren Anwalt zu bekommen. Der

habe nämlich in dem Schadenersatz-Verfahren einen Formfehler begangen, für den er (bzw. dessen Versicherung) finanziell gerade stehen soll.

Ebenso wie die Stadt begrüßt auch der Einzelhandelsverband Westfalen-Münsterland das Urteil. Thomas Schäfer: „Wir halten das Urteil für richtig und gut, da es unsere Arbeit an dem Masterplan Einzelhandel bestätigt. Es zeigt, dass wir damit einen richtigen und vor allem rechtssicheren Weg eingeschlagen haben.“ ■ jöh

Ruhrnachrichten vom 28.03.2009

Ziele der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes

- Erhalt von empirisch abgesicherten und fachlich fundierten Aussagen zur aktuellen Angebots- und Nachfragesituation im SUB Husum
- Aufzeigen zukünftiger Perspektiven für die städtebauliche und räumlich-funktionale Ausrichtung des SUB im Bereich Einzelhandel
- (Weiter-)Entwicklung eines zukunftsfähigen und rechtssicheren Steuerungsinstrumentariums
 - ➡ Überprüfung und ggf. Modifizierung der konzeptionellen Bausteine
 - Zielaussagen
 - Zentren- / Standortstrukturmodell, Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche
 - „Husumer Sortimentsliste“
 - Grundsätze zur zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung
- Kommunikationsprozess

Ergebnisse der Evaluierungsgespräche

Ergebnisse der Interviews zur Evaluierung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2007/08

- Interview mit der Verwaltung der Stadt Husum (Herrn Hölscher, Stadtbauamtsleiter und Herrn Scheil, Stadtbauamt, Planungsabteilung) am 05.08.2013
- Interview mit dem Wirtschaftskreis Husum mit den Herren Cohrs, Göttisch, Hauschildt und Singelmann am 06.08.2013
- Telefoninterview mit Herrn Sievers IHK 21.08.2013

- Potenzielle Flächen, die immer wieder in den Fokus von Entwicklern oder Inverstoren geraten, sollten abschließend im neuen EHK mit einer Aussage hinsichtlich der Möglichkeit einer Einzelhandelsentwicklung belegt werden bspw. Brachfläche „Poggenburgstraße“/ Nahversorgung in Rödemis?
- Planungsrechtliche Empfehlungen für bestehende Standortbereiche im Husumer Stadtgebiet mit insb. Lebensmitteleinzelhandel
- Zukünftige mögliche Einzelhandelsentwicklung im „Gewerbegebiet Ost“
- Überprüfung der Einstufung als Nahversorgungszentren in Mildstedt und Hattstedt (insbesondere rechtliche Überprüfung)

Ergebnisse der Interviews zur Evaluierung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2007/08

Weitere Hinweise:

- Einzelhandelskonzept sollte im Einklang stehen zu Verkehrskonzept/Parkraumkonzept
 - Kurzfassung mit den konzeptionellen Kernaussagen
 - Politische Akzeptanz des EHK war und ist vorhanden
 - Akzeptanz auch von Investorensseite und aus Sicht der Händlerschaft/der Gewerbetreibenden
- Gutes Instrument zur Einzelhandelssteuerung
 - Schafft Interessenausgleich

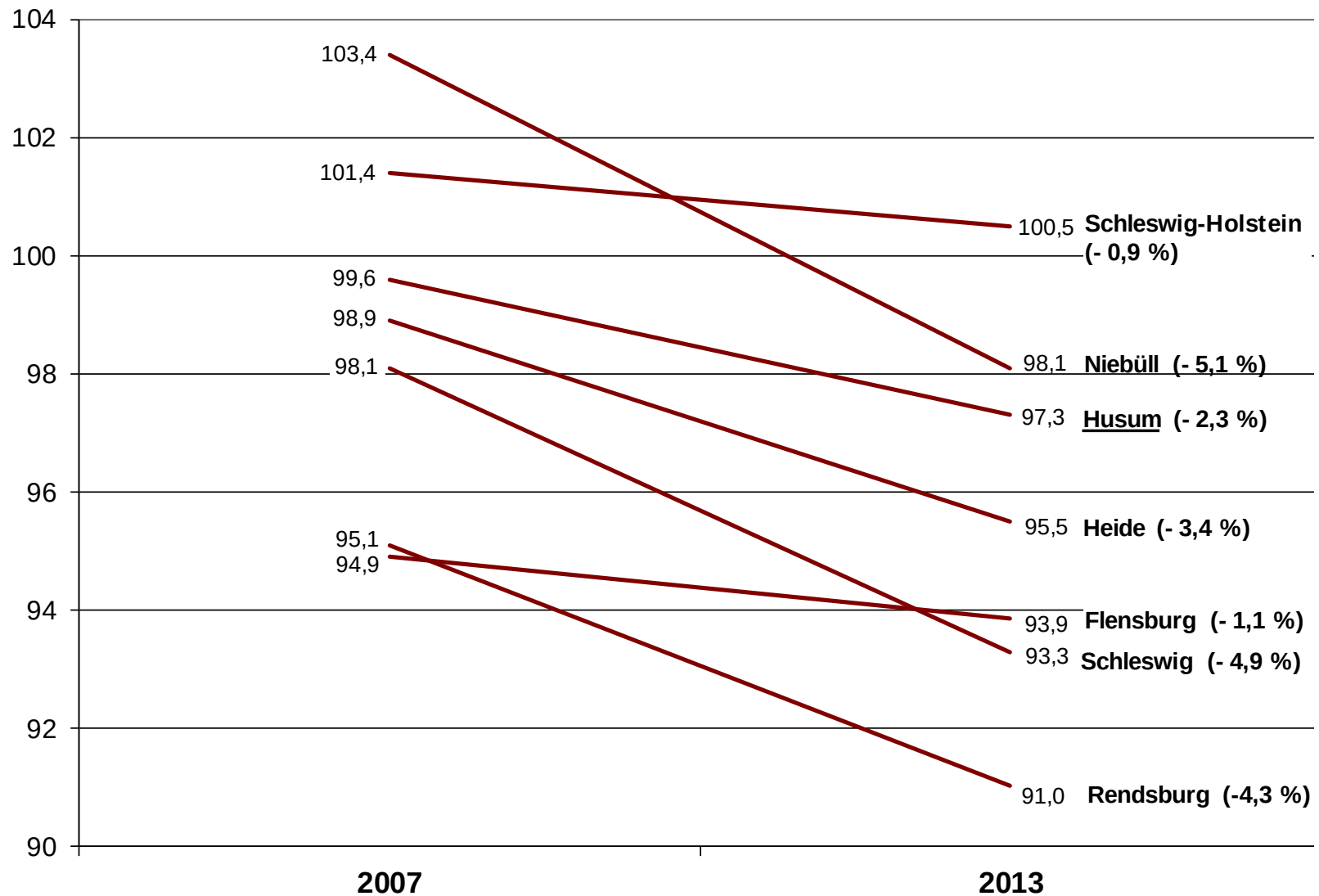
Nachfragesituation

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Branchen (Mio. Euro)

Warengruppe	Stadt Husum	Umlandgemeinden	SUB gesamt	Entwicklung seit 2007
Nahrungs- und Genussmittel	47,2	23,3	70,5	
Blumen (Indoor) / Zoo	2,3	1,1	3,4	
Gesundheit und Körperpflege	7,5	3,7	11,1	
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	4,1	2,0	6,1	
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	61,1	30,2	91,2	+6 %
Bekleidung / Textilien	10,5	5,2	15,6	
Schuhe / Lederwaren	2,9	1,4	4,3	
GPK / Haushaltswaren	1,4	0,7	2,1	
Spielwaren / Hobbyartikel	2,5	1,2	3,7	
Sport und Freizeit	2,1	1,0	3,2	
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	19,4	9,6	29,0	+ 3 %
Wohneinrichtung	2,7	1,3	4,0	
Möbel	6,5	3,2	9,7	
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	3,3	1,6	4,9	
Elektronik / Multimedia	8,7	4,3	13,0	
Medizinische und orthopädische Artikel	1,6	0,8	2,4	
Uhren / Schmuck	1,3	0,7	2,0	
Bau- und Gartenmarktsortimente	12,2	6,0	18,3	
Überwiegend langfristiger Bedarf	36,4	18,0	54,4	+ 2 %
Sonstiges	0,9	0,4	1,3	
Summe	117,8	58,1	175,9	+ 4 %

Quelle: IfH, Köln 2013; eigene Berechnungen

Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von BBE, Köln 2007 und IfH, Köln 2013

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Potenziale durch Tourismus

- Im Jahr 2012 insgesamt knapp 300.000 Übernachtungen in Betrieben > 10 Betten in der Husumer Bucht*, davon ca. 80 % in der Stadt Husum; insgesamt positive Entwicklungstendenz**
- Insgesamt geschätzte 500.000 bis 600.000 Übernachtungen inkl. der kleinen Betriebe und Ferienwohnungen
- Zusätzlich erhebliches Potenzial durch > 3 Mio. Tagestouristen (Schätzung), davon ca. 2 Mio. Wohnortausflugsverkehr aus der Region
- Bei einzelhandelsrelevantem Ausgabenpotenzial von etwa 15 bis 20 Euro / Tag ca. 30 bis 40 Mio. Euro touristische, einzelhandelsrelevante Kaufkraft im SUB Husum
- Touristische Nachfrageschwerpunkte typischerweise in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Schreibwaren / Papier / Bücher, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Geschenkartikel

* Kommunen Husum (mit Schobüll), Hattstedt, Hattstedtermarsch, Horstedt, Wobbenbüll, Mildstedt, Südermarsch, Simonsberg, Uelvesbüll, Witzwort, Oldenswort und Norderfriedrichskoog

** Quelle: Statistisches Amt für Hamburg und Schleswig-Holstein, Standort Kiel; jährliche Sonderauswertungen; Stand: 01.05.2013

Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung

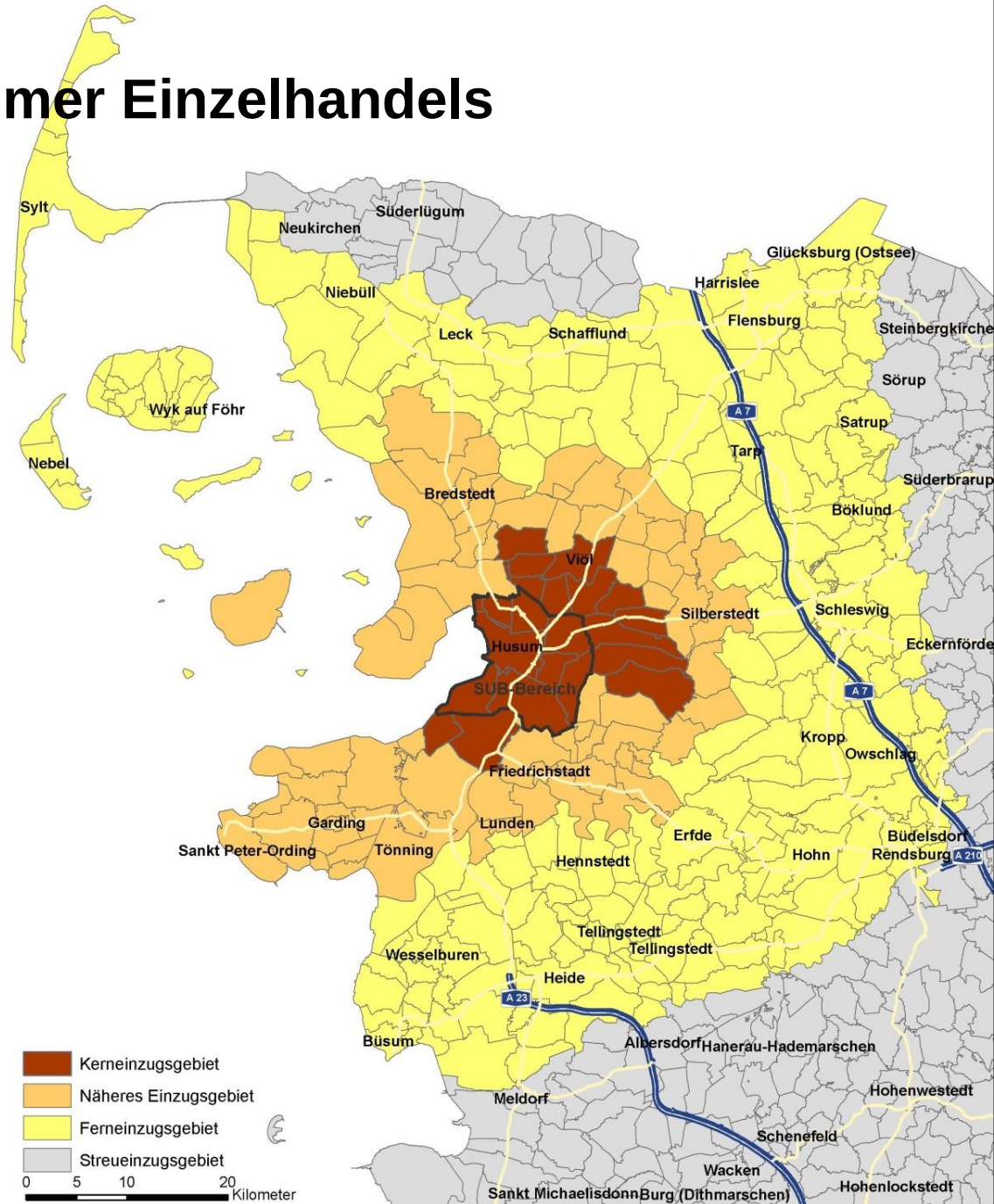
Kundenherkunftserhebung

- **Befragungswoche von Montag, dem 05.08. bis Samstag, dem 10.08.2013**
- **Dokumentation der Kundenherkunft in insgesamt 22 Einzelhandelsbetrieben**
- **Insgesamt 8.141 Kunden erfasst davon**

Einzugsgebiet des Husumer Einzelhandels

- Weitläufige regionale Bedeutung des Einzelhandelsstandortes Husum
- Große Entfernung zu Konkurrenzcentren (Mittelzentren Heide, Schleswig und Rendsburg sowie zu den Oberzentren Flensburg, Kiel, Neumünster)
- insbesondere hohe Versorgungsbedeutung des Husumer Einzelhandels für den SUB und darüber hinaus (großes Kerneinzugsgebiet)

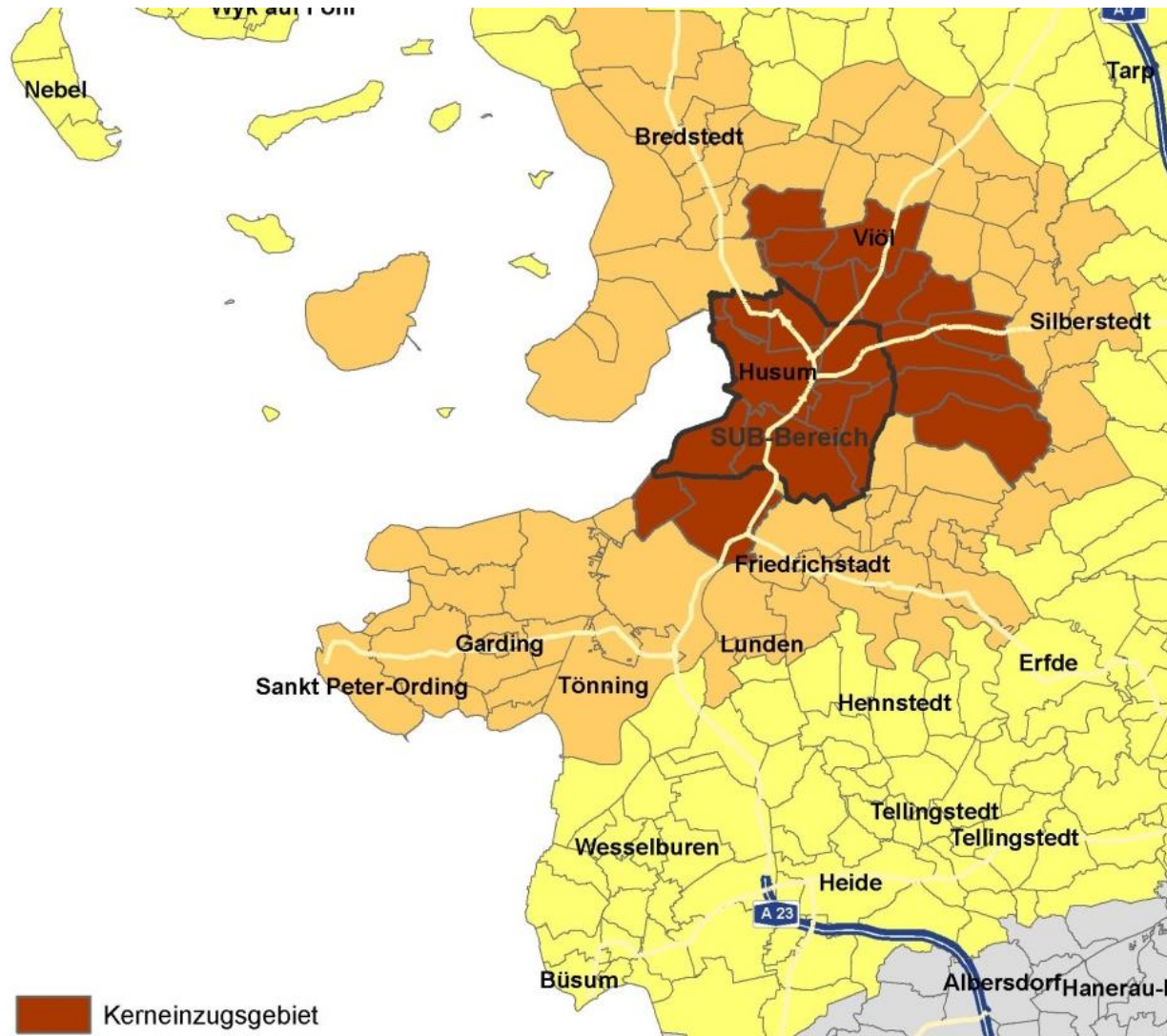
Zonen	Einwohner	in %
Kerneinzugsgebiet	43.680	13
Näheres Einzugsgebiet	56.150	16
Ferneinzugsgebiet	241.840	71
Insgesamt	341.670	100



Räumlich definiertes Kerneinzugsgebiet des Husumer Einzelhandels

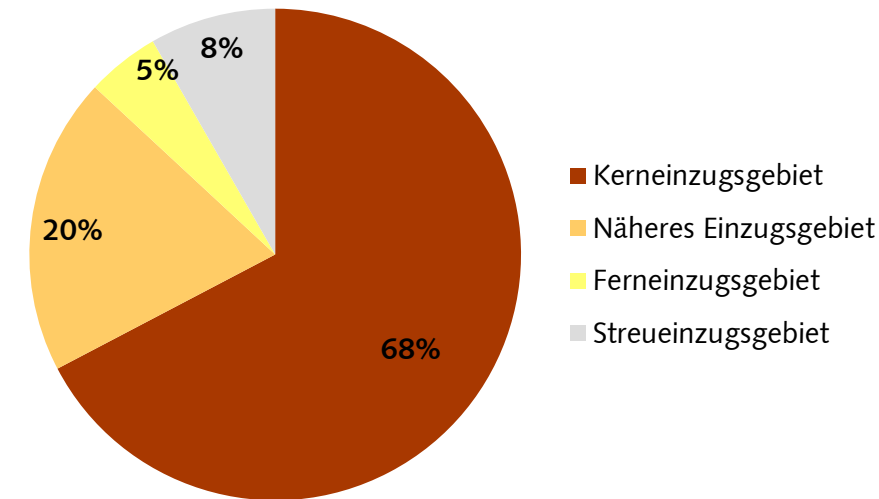
43.680 Einwohner

Ort	
Husum (inkl. Schobüll)	SUB
Hattstedt	SUB
Wobbenbüll	SUB
Simonsberg	SUB
Mildstedt	SUB
Schwesing	SUB
Rantrum	SUB
Horstedt	SUB
Südermarsch	SUB
Ahrenviöl	
Arlewatt	
Ahrenschoft	
Oster-Ohrstedt	
Viöl	
Witzwort	
Ostenfeld	
Bohmstedt	
Wester-Ohrstedt	
Uelvesbüll	
Wittbek	
Immenstedt	
Olderup	



Einzugsgebiet des Husumer Einzelhandels - Stadtgebiet

Kundenanteile in % 2013

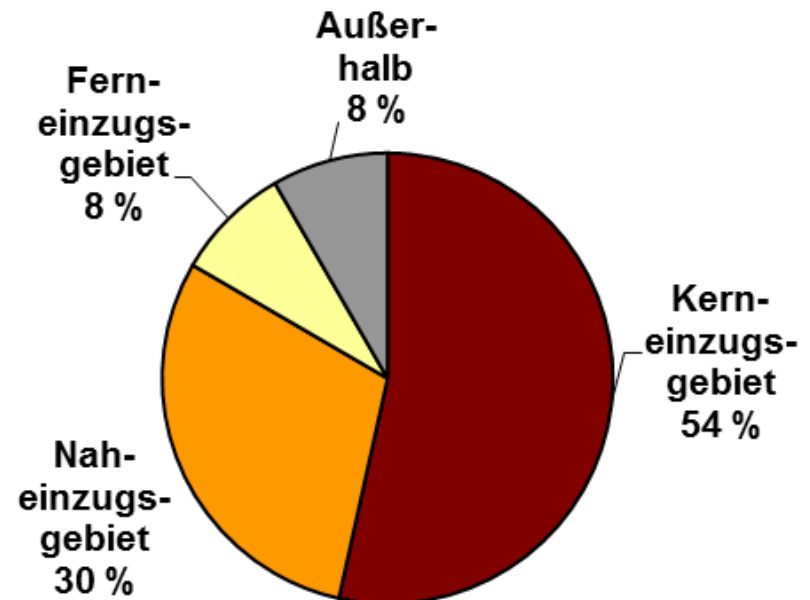


n = 8.141

- Verschiebung der Kundenanteile aus dem Näheren Einzugsgebiet in das Kerneinzugsgebiet
- Gestiegene Versorgungsbedeutung für die kleinen Kommunen im Umland auch über den SUB Husum hinaus
- Hohe Anteile aus dem Ferneinzugsgebiet und Streumsatz (13 %) (touristische Bedeutung)
- Nur rund 50 % der Kunden aus dem Stadtgebiet Husum

Kundenanteile in % 2007

Der Zeitraum der Erhebung war Montag, 11. Juni bis Samstag, 16. Juni 2007



n = 7.977

Analyse der Angebotssituation

Methodik der Angebotsanalyse

- Flächendeckende Erhebung des Einzelhandels im Juni 2013
- Sortimentsgenaue Erfassung der Einzelhandelsbetriebe / Einteilung in 17 Hauptwarengruppen
- Verzeichnung von lagespezifischen Charakteristika, z.B. Fachmarktstandort
- Unterscheidung von drei Lagekriterien
 - zentraler Versorgungsbereich
 - integrierte Lage, z.B. Wohngebiet
 - nicht-integrierte Lage, z.B. Gewerbegebiet
- Gebäudescharfe kartographische Verortung der Betriebe mit ArcGIS

Hauptwarengruppen	
Nahrungs- und Genussmittel	Kurzfristiger Bedarf
Blumen (Indoor) / Zoo	
Gesundheit und Körperpflege	
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	
Bekleidung / Textilien	Mittelfristiger Bedarf
Schuhe / Lederwaren	
Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren	
Spielwaren / Hobbyartikel	
Sport und Freizeit	
Wohneinrichtung	Langfristiger Bedarf
Möbel	
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	
Elektronik / Multimedia	
Medizinische und orthopädische Artikel	
Uhren / Schmuck	
Bau- und Gartenmarktsortimente	
Sonstiges	

Kennwerte des Einzelhandels im SUB Husum 2007 und 2013

SUB Husum	2013	2007	Veränderung
Einwohnerzahl	33.400	33.400	-
Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	342	360	- 5%
Gesamtverkaufsfläche in m²	127.200	131.000	- 3%
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m²	370	360	+ 3%
Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in m²	3,81	3,92	- 3%

Quelle: eigene Erhebungen 2007 und 2013; gerundete Werte

Kennwerte des Einzelhandels im SUB Husum 2007 und 2013

Stadt Husum	2013	2007	Veränderung
Einwohnerzahl	22.330	22.480	- 1%
Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	308	327	- 6%
Gesamtverkaufsfläche in m²	120.800	124.400	- 3%
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m²	390	380	+ 3%
Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in m²	5,41	5,53	- 2%

Umlandgemeinden	2013	2007	Veränderung
Einwohnerzahl	11.060	10.910	+ 1%
Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	34	33	+ 3%
Gesamtverkaufsfläche in m²	6.400	6.600	- 3%
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m²	190	200	- 5%
Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in m²	0,58	0,60	- 4%

Quelle: eigene Erhebungen 2007 und 2013; gerundete Werte

Kennwerte des Einzelhandels im SUB Husum im Vergleich mit Mittelzentren ähnlicher Größenordnung

	SUB Husum	Region Heide	Stadt Wunstorf	Stadt Höxter	Stadt Viernheim	Ø Städte 20 - 50 Tsd. Einwohner
Einwohnerzahl	33.400	36.700	41.900	33.700	32.600	35.600
Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	342	266	321	236	292	270
Gesamtverkaufsfläche in m²	127.200	108.300	83.200	75.000	125.200	72.100
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m²	370	410	260	320	430	270
Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in m²	3,8	3,0	2,0	2,2	3,8	2,0

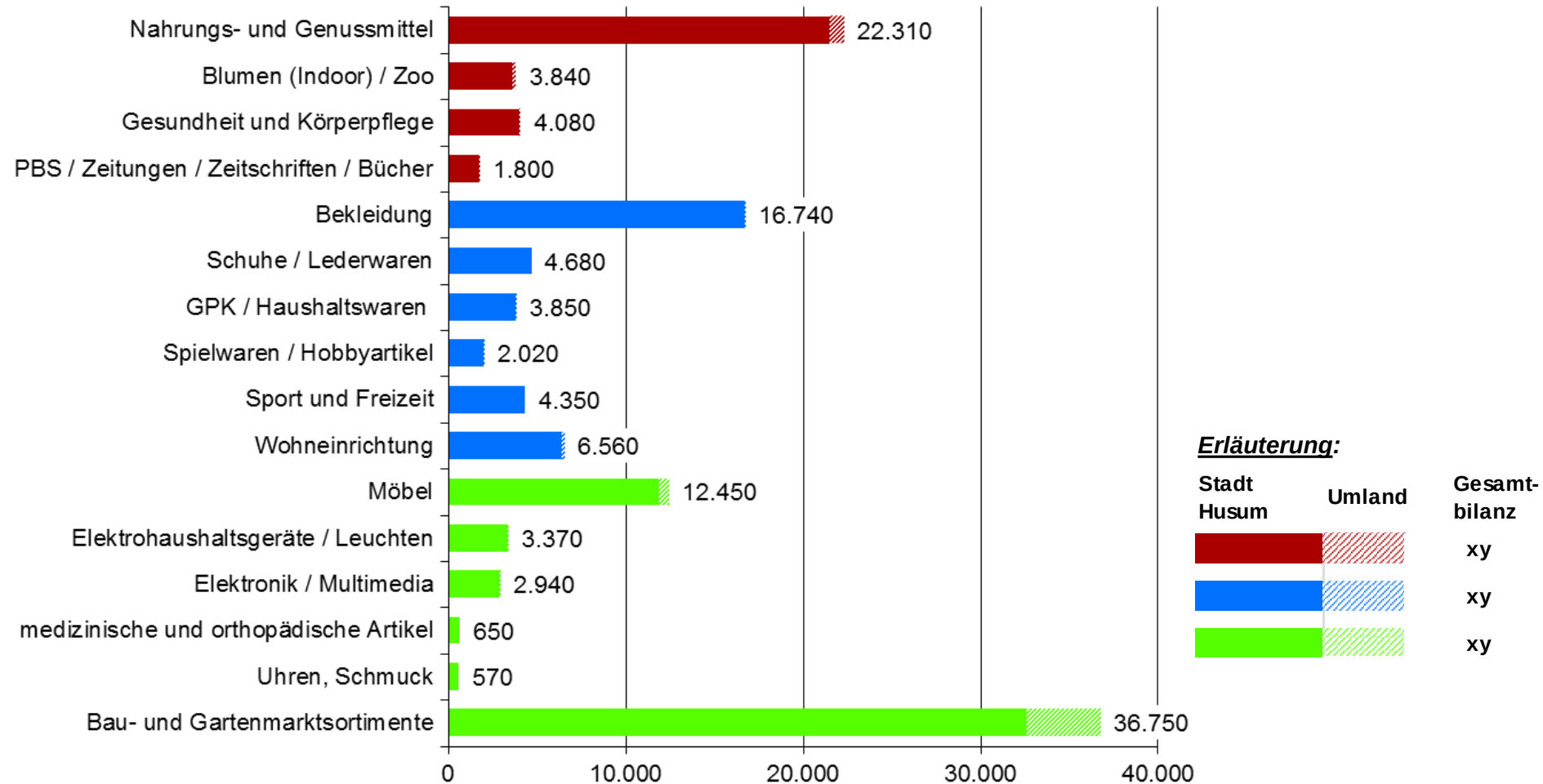
Quelle: eigene Erhebungen 2006-2013; gerundete Werte

Kennwerte des Einzelhandels im SUB Husum im Vergleich mit Mittelzentren ähnlicher Größenordnung

	SUB Husum	Region Heide	Stadt Wunstorf	Stadt Höxter	Stadt Viernheim	Ø Städte 20 - 50 Tsd. Einwohner
Einwohnerzahl	33.400	36.700	41.900	33.700	32.600	35.600
Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	342	266	321	236	292	270
Gesamtverkaufsfläche in m²	127.200	108.300	83.200	75.000	125.200	72.100
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m²	370	410	260	320	430	270
Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner in m²	3,8	3,0	2,0	2,2	3,8	2,0

Quelle: eigene Erhebungen 2006-2013; gerundete Werte

Verkaufsfläche im SUB Husum nach Hauptbranchen (m²)



Quelle: eigene Erhebungen im Juni 2013, gerundete Werte

Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung nach Branchen im kommunalen Vergleich

Warengruppe	SUB Husum	Region Heide	Stadt Wunstorf	Stadt Höxter	Stadt Viernheim	Ø Städte 20 - 50 Tsd. Einwohner
Nahrungs- und Genussmittel	0,67	0,50	0,53	0,41	0,57	0,43
Gesundheit und Körperpflege	0,12	0,11	0,09	0,08	0,17	0,08
PBS / Zeitungen / Zeitschriften...	0,05	0,06	0,04	0,06	0,11	0,04
Bekleidung / Textilien	0,50	0,41	0,20	0,35	0,76	0,23
Schuhe / Lederwaren	0,14	0,09	0,05	0,06	0,22	0,06
GPK / Haushaltswaren	0,12	0,08	0,08	0,06	0,19	0,09
Wohneinrichtung / Möbel	0,57	0,47	0,27	0,42	0,55	0,30
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	0,10	0,05	0,05	0,05	0,13	0,04
Elektronik / Multimedia	0,09	0,11	0,07	0,06	0,12	0,05
Bau- und Gartenmarktsortimente	1,10	0,73	0,50	0,55	0,34	0,50
Übrige Warengruppen	0,35	0,35	0,12	0,13	0,68	0,21
Gesamt*	3,81	2,95	1,99	2,22	3,84	2,02

* durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Quelle: eigene Erhebungen 2006-2013

Verteilung der EH-Betriebe im SUB Husum

Größendifferenzierung

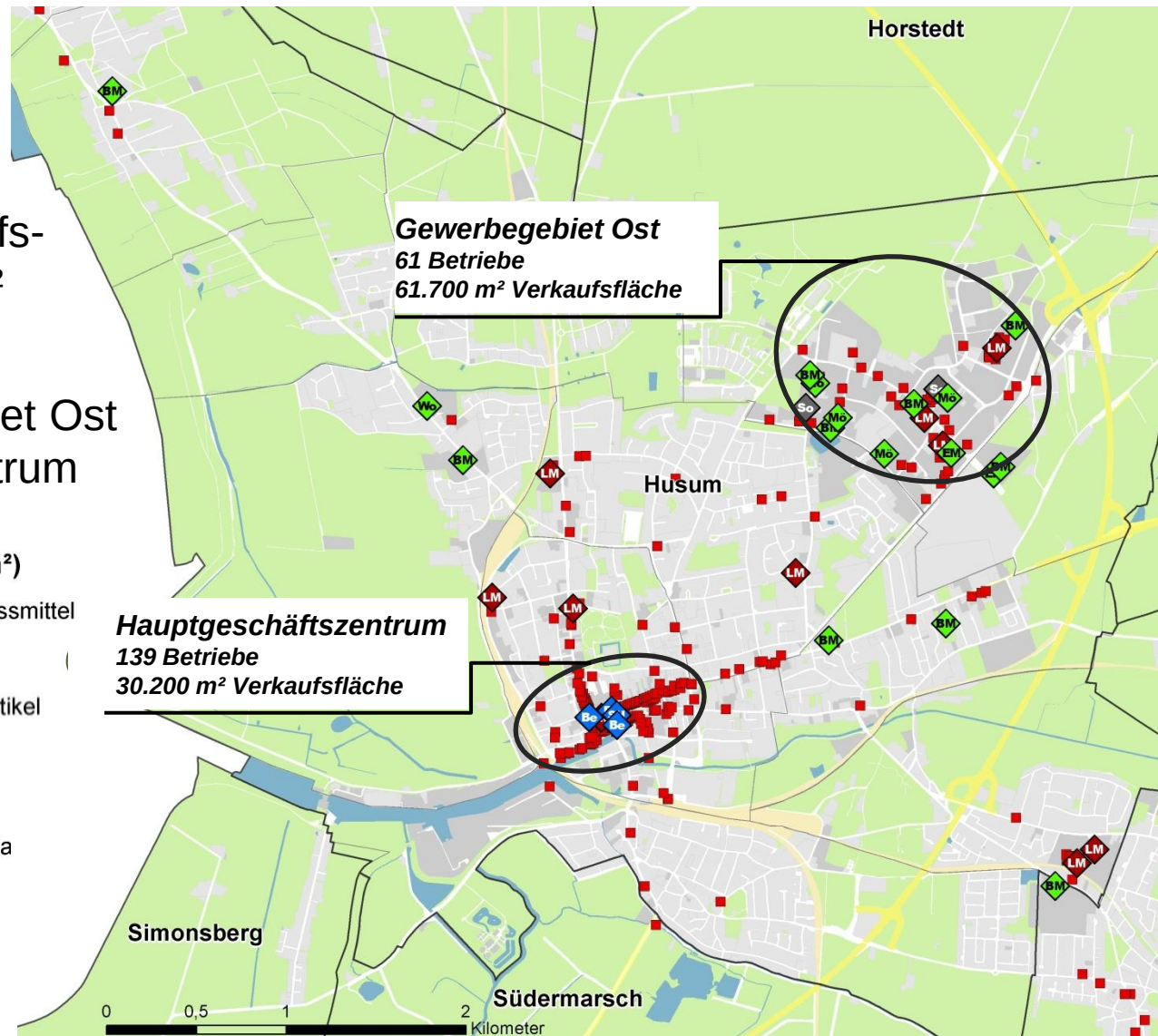
- 33 großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 86.000 m²
- Konzentrationen in den Bereichen Gewerbegebiet Ost und Hauptgeschäftszentrum

Großflächiger Einzelhandel (> 800 m²)

-  Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel
-  Hauptbranche Bekleidung
-  Hauptbranche Spielwaren / Hobbyartikel
-  Hauptbranche Baumarktsortimente
-  Hauptbranche Möbel
-  Hauptbranche Elektronik / Multimedia
-  Hauptbranche Wohneinrichtung
-  Sonstiges

Sonstiger Einzelhandel

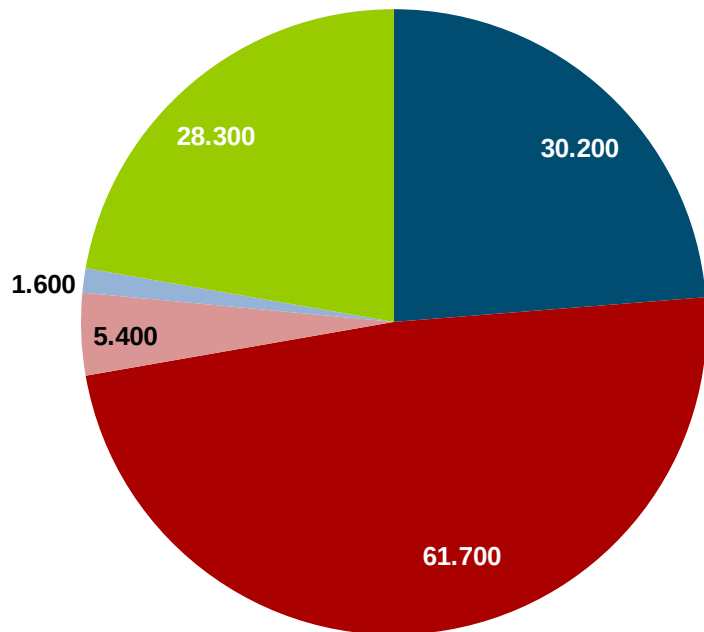
-  Einzelhandelsbetrieb



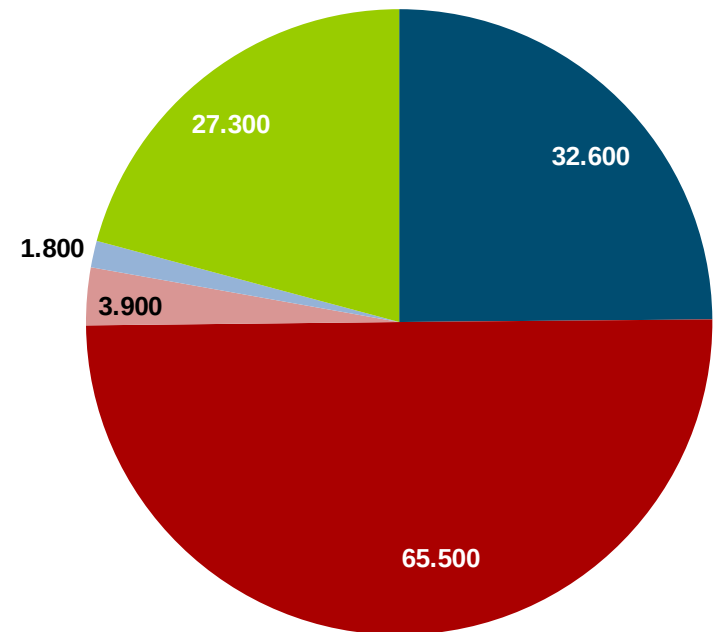
Quelle: eigene Erhebungen und eigene Darstellung auf Grundlage von GIS-Daten des Kreises Nordfriesland

Räumliche Verteilung der Verkaufsflächen im SUB Husum (m²)

Verteilung der 127.200 m²
Verkaufsfläche* 2013



Verteilung der 130.000 m²
Verkaufsfläche* 2007



■ Hauptgeschäftszentrum

■ Gewerbegebiet Ost

■ sonstige nicht-integrierte Lagen

■ Nahversorgungszentren

■ sonstige integrierte Lagen

* ohne Leerstände

Quelle: Einzelhandelserhebungen Husum 2007 und 2013; eigene Darstellung

Leerstandssituation

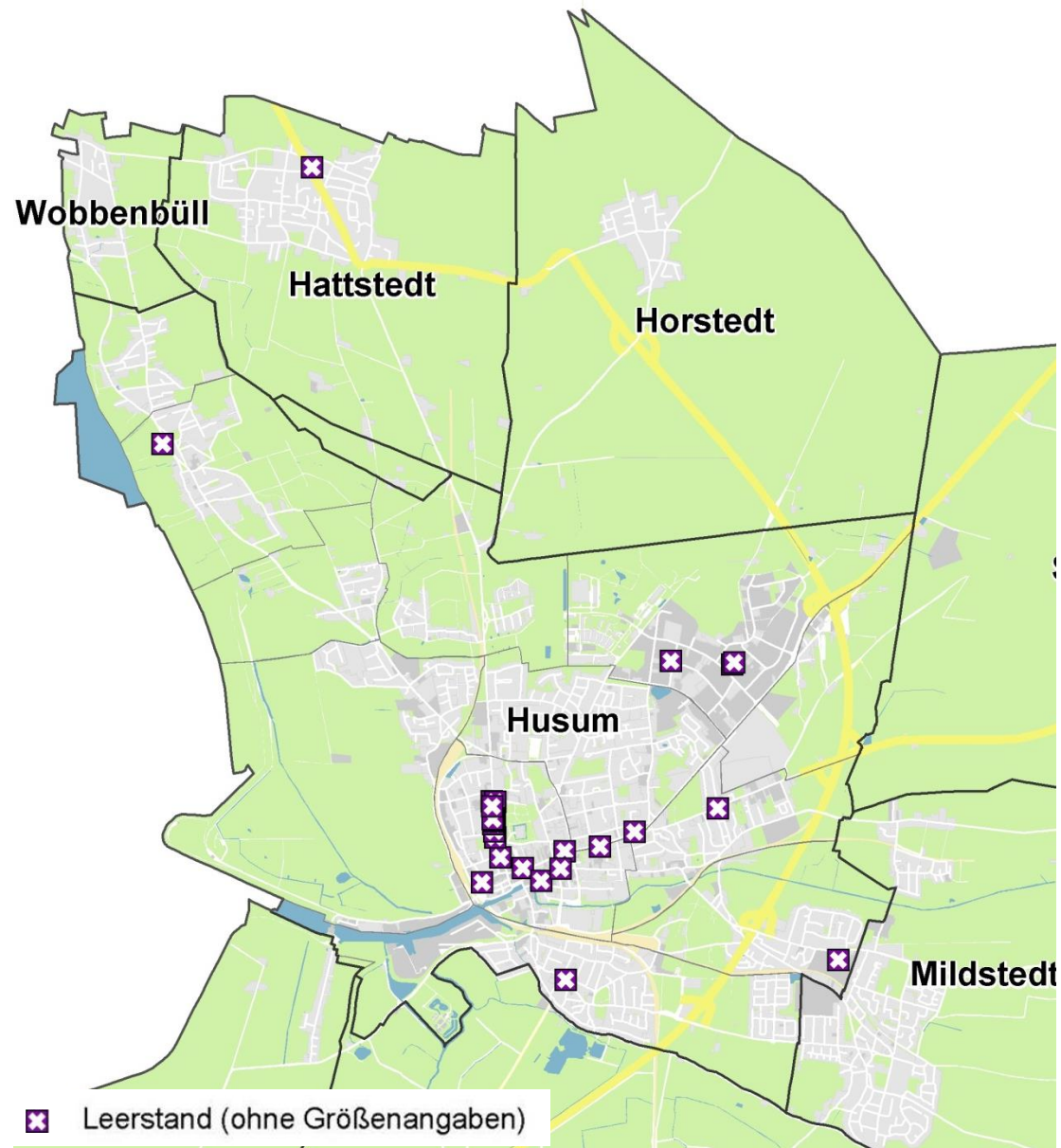
Standort	2013		
	Anzahl der Leerstände	VKF (m²)	Leerstandsquote
Innenstadt*	5	550	2%
Sonstige Husum	21	2.600	3%
Umlandkommunen	1	80	1%
Gesamt	27	3.230	2%

Zum Vergleich:

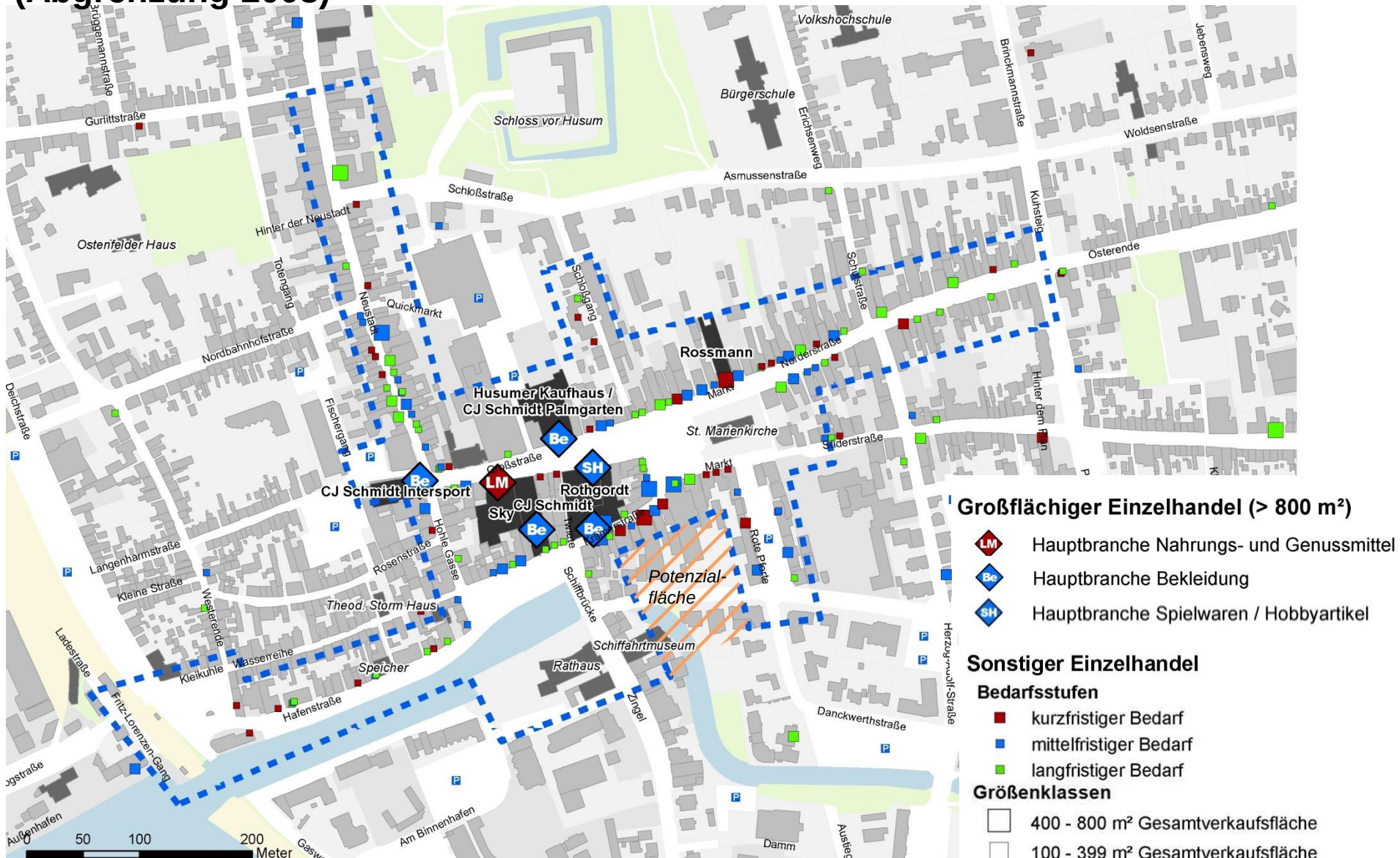
Standort	2007		
	Anzahl der Leerstände	VKF (m²)	Leerstandsquote
Innenstadt	9	620	2%
Sonstige Husum	10	840	1%
Umlandkommunen	1	110	2%
Gesamt	20	1.570	1%

* ohne Hertie (ca. 3.000 m² Leerstand)

Quelle: eigene Erhebungen und eigene Darstellung auf Grundlage von GIS-Daten des Kreises Nordfriesland



Einzelhandelsbetriebe im Hauptgeschäftszentrum Husum (Abgrenzung 2008)



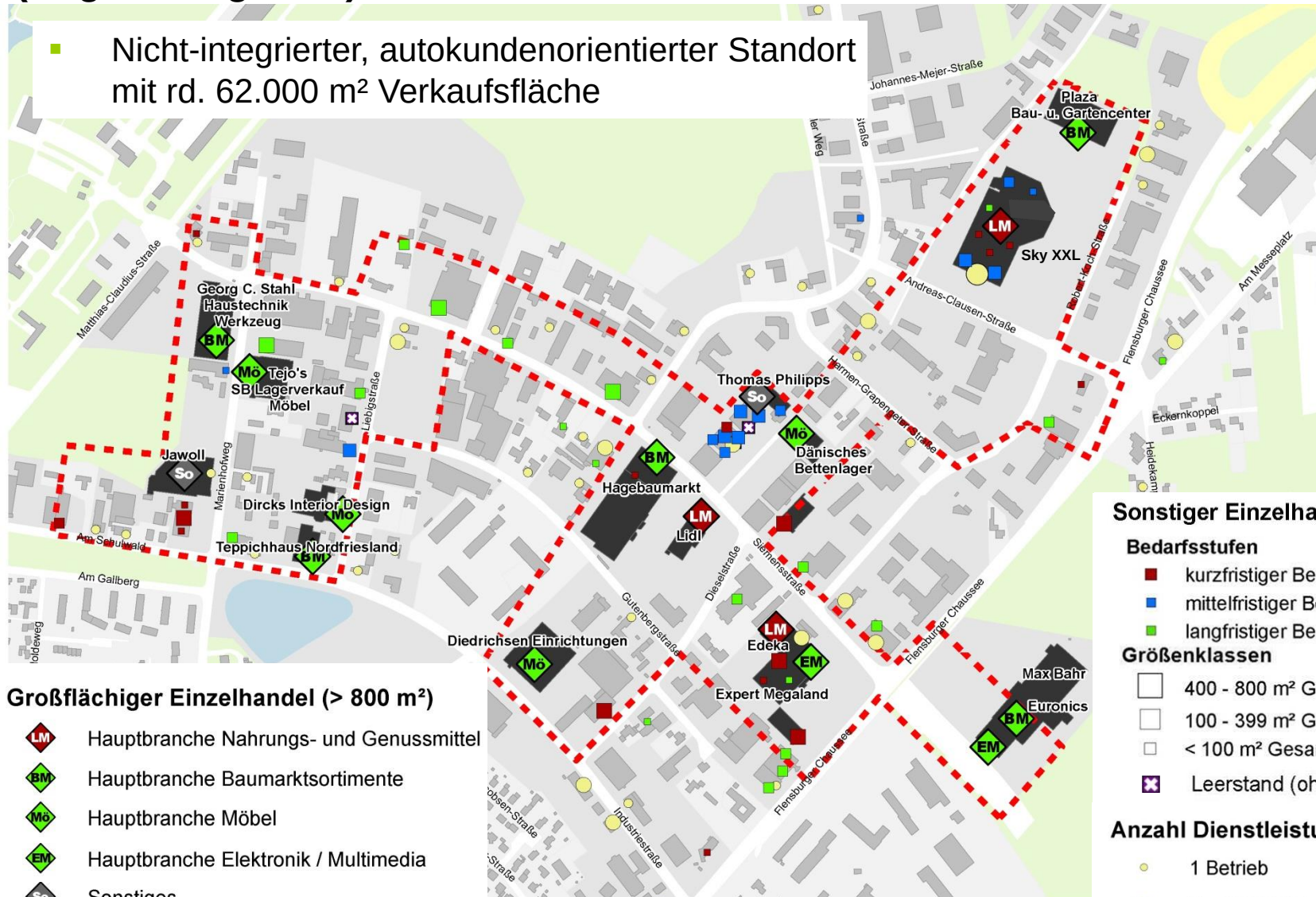
Quelle: eigene Erhebungen und eigene Darstellung auf Grundlage von GIS-Daten des Kreises Nordfriesland

Hauptgeschäftszentrum – Angebotssituation

Warengruppe	2013		2007		VKF-Anteil Gesamtstadt	
	EH-Betriebe	Verkaufsfläche (m²)	EH-Betriebe	Verkaufsfläche (m²)	2013	2007
Nahrungs- und Genussmittel	24	2.120	26	2.380	10%	11%
Blumen (Indoor) / Zoo	2	590	1	140	16%	7%
Gesundheit und Körperpflege	8	1.140	10	1.290	29%	34%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	5	1.040	11	1.470	59%	59%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	39	4.890	48	5.270	16%	18%
Bekleidung / Textilien	29	12.680	32	11.820	76%	76%
Schuhe / Lederwaren	8	3.200	10	2.320	68%	66%
GPK / Haushaltswaren	4	1.670	15	2.560	44%	46%
Spielwaren / Hobbyartikel	4	660	7	1.070	33%	45%
Sport und Freizeit	3	1.640	2	2.090	38%	46%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	48	19.850	66	19.870	63%	63%
Wohneinrichtung	18	1.900	8	1.900	30%	36%
Möbel	6	1.550	8	2.200	13%	18%
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	1	280	4	770	8%	22%
Elektronik / Multimedia	7	510	10	1.110	18%	35%
Medizinische und orthopädische Artikel	6	440	6	510	68%	73%
Uhren / Schmuck	11	550	10	450	96%	93%
Bau- und Gartenmarktsortimente	2	150	3	530	0%	1%
Überwiegend langfristiger Bedarf	51	5.380	49	7.460	9%	12%
Sonstiges	1	60	0	40	26%	1%
Summe	139	30.180	163	32.630	25%	26%
Leerstände	5	550	9	620	17%	42%

Gewerbegebiet Ost (Abgrenzung 2008)

- Nicht-integrierter, autokundenorientierter Standort mit rd. 62.000 m² Verkaufsfläche



Gewerbegebiet Ost – Angebotssituation

Warengruppe	2013		2007		VKF-Anteil Gesamtstadt	
	EH-Betriebe	Verkaufsfläche (m²)	EH-Betriebe	Verkaufsfläche (m²)	2013	2007
Nahrungs- und Genussmittel	15	8.460	16	9.030	39%	44%
Blumen (Indoor) / Zoo	1	1.810	1	1.090	50%	57%
Gesundheit und Körperpflege	2	1.500	2	1.390	38%	37%
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1	330	2	620	19%	25%
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	19	12.100	21	12.130	39%	42%
Bekleidung / Textilien	4	3.040	5	2.510	18%	16%
Schuhe / Lederwaren	3	1.410	2	1.130	30%	32%
GPK / Haushaltswaren	1	1.700	1	2.220	45%	40%
Spielwaren / Hobbyartikel	-	680	-	450	34%	19%
Sport und Freizeit	5	1.960	5	1.810	45%	40%
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	13	8.790	13	8.120	28%	26%
Wohneinrichtung	1	2.320	1	2.000	36%	38%
Möbel	5	9.800	6	9.040	83%	74%
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	1	2.750	1	2.620	82%	76%
Elektronik / Multimedia	3	2.000	2	1.760	69%	56%
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-	-	-	0%	0%
Uhren / Schmuck	-	-	-	20	0%	4%
Bau- und Gartenmarktsortimente	18	23.740	12	26.560	73%	75%
Überwiegend langfristiger Bedarf	28	40.610	22	42.000	70%	69%
Sonstiges	1	160	2	3.200	69%	98%
Summe	61	61.660	58	65.450	51%	53%
Leerstände	3	870	-	-	28%	0%

Nahversorgungszentrum Hattstedt (Abgrenzung 2008)

- **12 Betriebe** mit einer Verkaufsfläche von **rd. 1.200 m²**
- Magnetbetrieb Topkauf (ehemals H.C. Lüneburg)
- **Angebot** ggü. **2007** bis auf Aufgabe Schlecker relativ stabil; ein Leerstand
- Fehlende Kompaktheit; städtebaulich nur bedingt zentraler Charakter

Einzelhandel

Bedarfsstufen

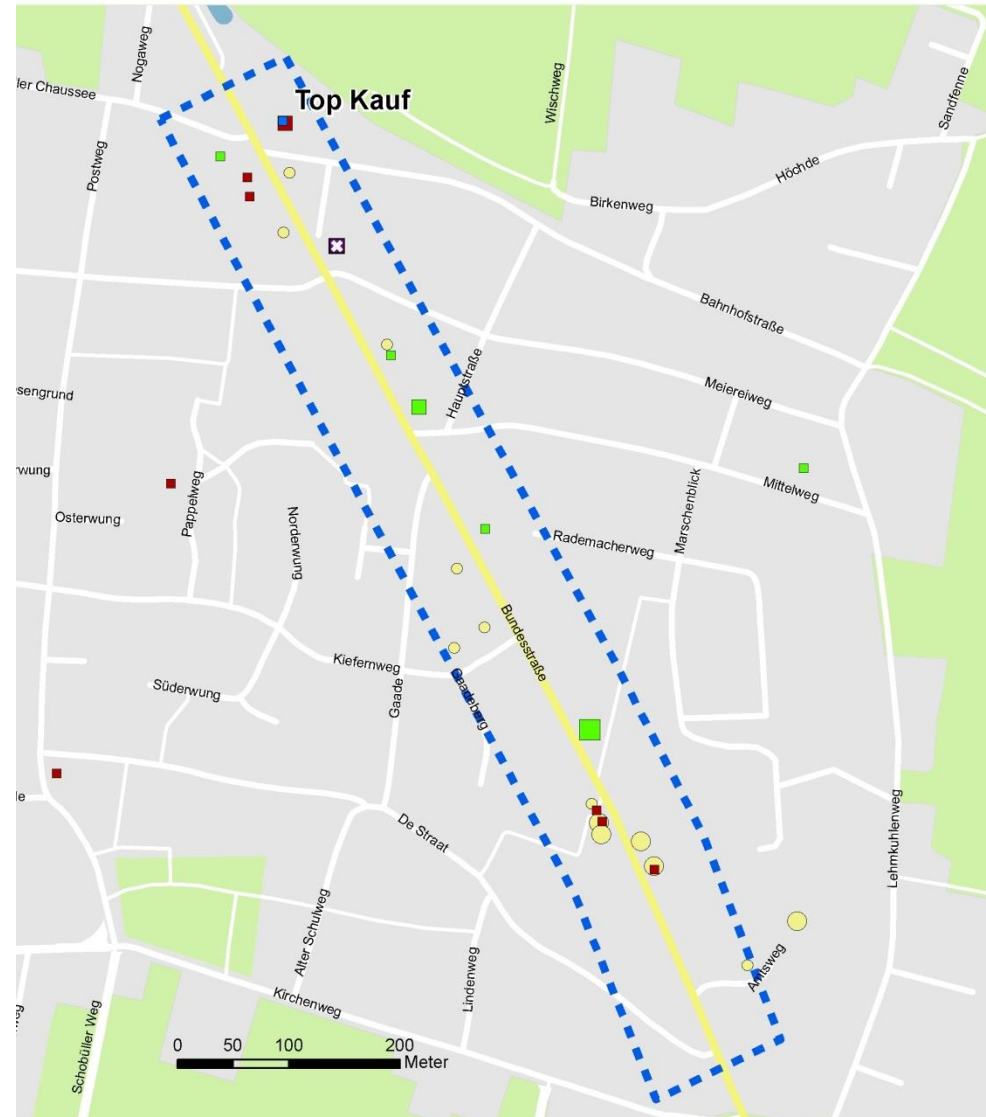
- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

Größenklassen

- 400 - 800 m² Gesamtverkaufsfläche
- 100 - 399 m² Gesamtverkaufsfläche
- < 100 m² Gesamtverkaufsfläche
- ✕ Leerstand (ohne Größenangaben)

Anzahl Dienstleistungsbetriebe

- 1 Betrieb
- 2 - 4 Betriebe
- mehr als 4 Betriebe



Nahversorgungszentrum Mildstedt (Abgrenzung 2008)

- 6 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 450 m²
- Magnetbetrieb **Topkauf**
- **Angebot ggü. 2007** weitgehend stabil
- Ausstattung für Einstufung als zentraler Versorgungsbereich nur bedingt ausreichend

Einzelhandel

Bedarfsstufen

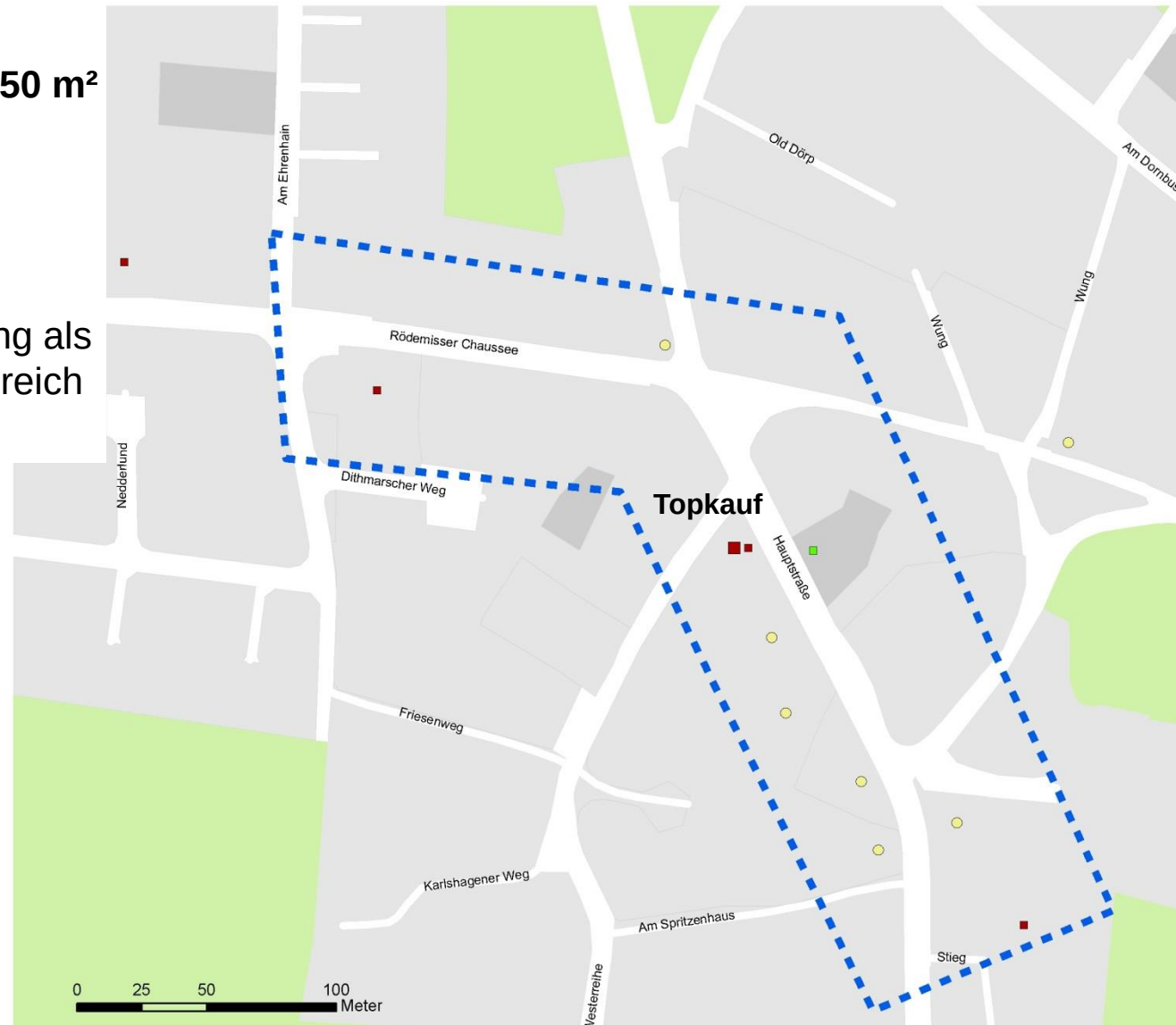
- kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf

Größenklassen

- 400 - 800 m² Gesamtverkaufsfläche
- 100 - 399 m² Gesamtverkaufsfläche
- < 100 m² Gesamtverkaufsfläche

Anzahl Dienstleistungsbetriebe

- 1 Betrieb
- 2 - 4 Betriebe
- mehr als 4 Betriebe



Nahversorgungssituation

- Sehr hohes quantitatives Ausstattungsniveau, mit **0,67 m²** Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner (2007: 0,65 m²) deutlich über dem Bundesdurchschnitt (ca. 0,35 bis 0,40 m²)
- Angebotskonzentration auf Husum; Umlandkommunen aufgrund geringer Mantelbevölkerung nur mit kleinteiligen bzw. ohne Nahversorgungsstrukturen

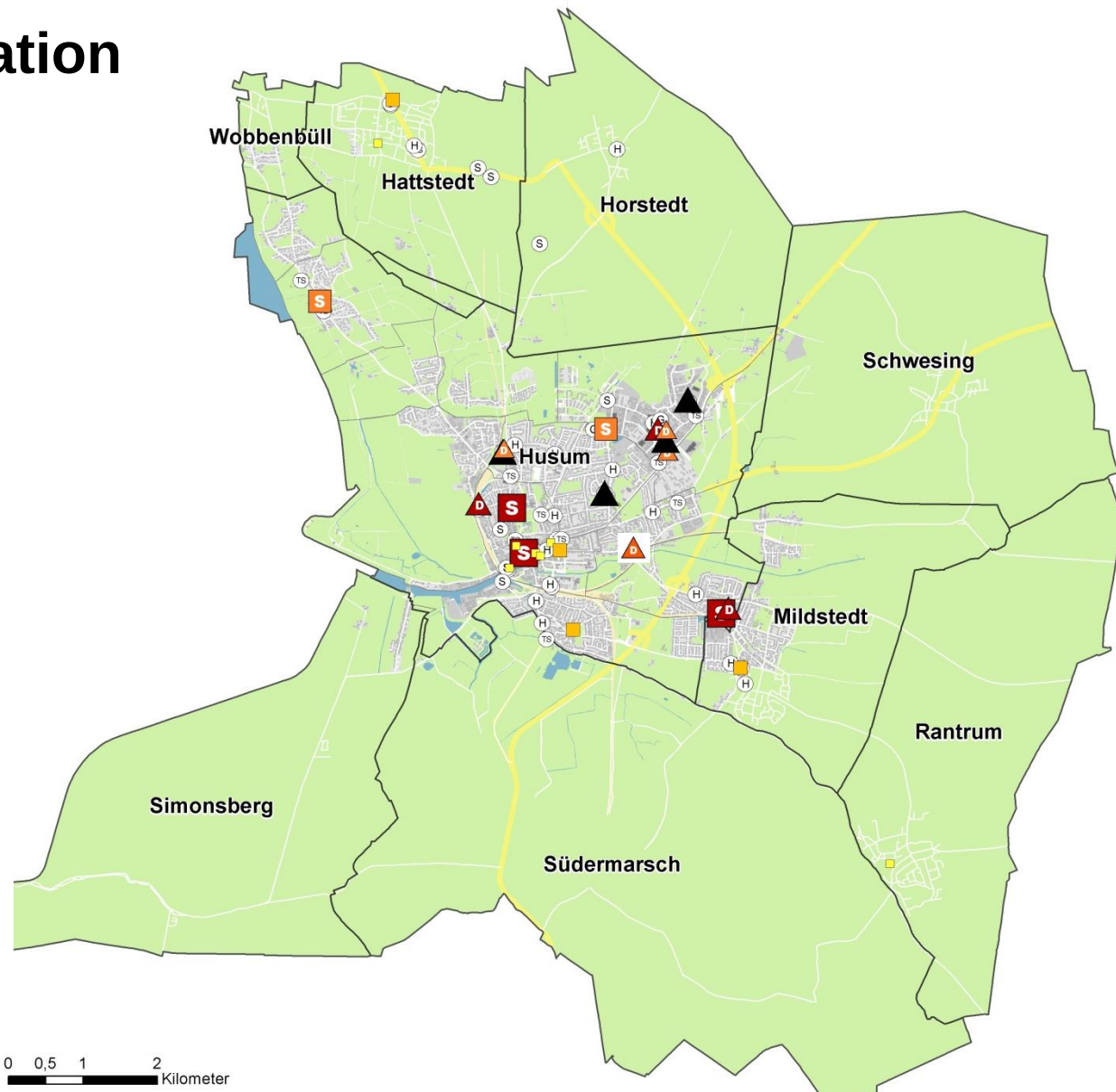
	Stadt Husum	Umlandgemeinden	SUB Gesamt
Lebensmittelverkaufsfläche (m²)	21.460	850	22.310
Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner (m²)	0,96	0,08	0,67
Anzahl Betriebe	80	17	97
<i>darunter</i>			
<i>Lebensmitteldiscounter</i>	7	-	7
<i>Verbrauchermärkte (1.500 - 4.999 m² VKF)</i>	4	-	4
<i>Supermärkte (400 - 1.499 m² VKF)</i>	6	-	6
<i>Lebensmittelmärkte (200 – 399 m² VKF)</i>	2	2	4
<i>Getränkemärkte</i>	3	-	3
<i>Sonstige (u. a. Fachgeschäfte, Lebensmittelhandwerk)</i>	58	15	73

Quelle: eigene Erhebungen Juni 2013

Nahversorgungssituation

- ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - < 5.000 m²)
- S Supermarkt (> 800 - < 1.500 m²)
- S Supermarkt (400 - ≤ 800 m²)
- ▲ D Lebensmitteldiscounter (> 800 m²)
- ▲ D Lebensmitteldiscounter (≤ 800 m²)
- Lebensmittelmarkt (200 - < 400 m²)
- Lebensmittelladen (< 200 m²)
- ⊙ Getränkemarkt
- ⊙ Lebensmittelhandwerk
- ⊙ Tankstellenshop/ Kiosk
- ⊙ Sonstiger Lebensmittelanbieter

0 0,5 1 2
Kilometer



Quelle: eigene Erhebungen und eigene Darstellung auf Grundlage von GIS-Daten des Kreises Nordfriesland

Nahversorgungssituation

Strukturprägende Anbieter mit 800-Meter-Isodistanzen

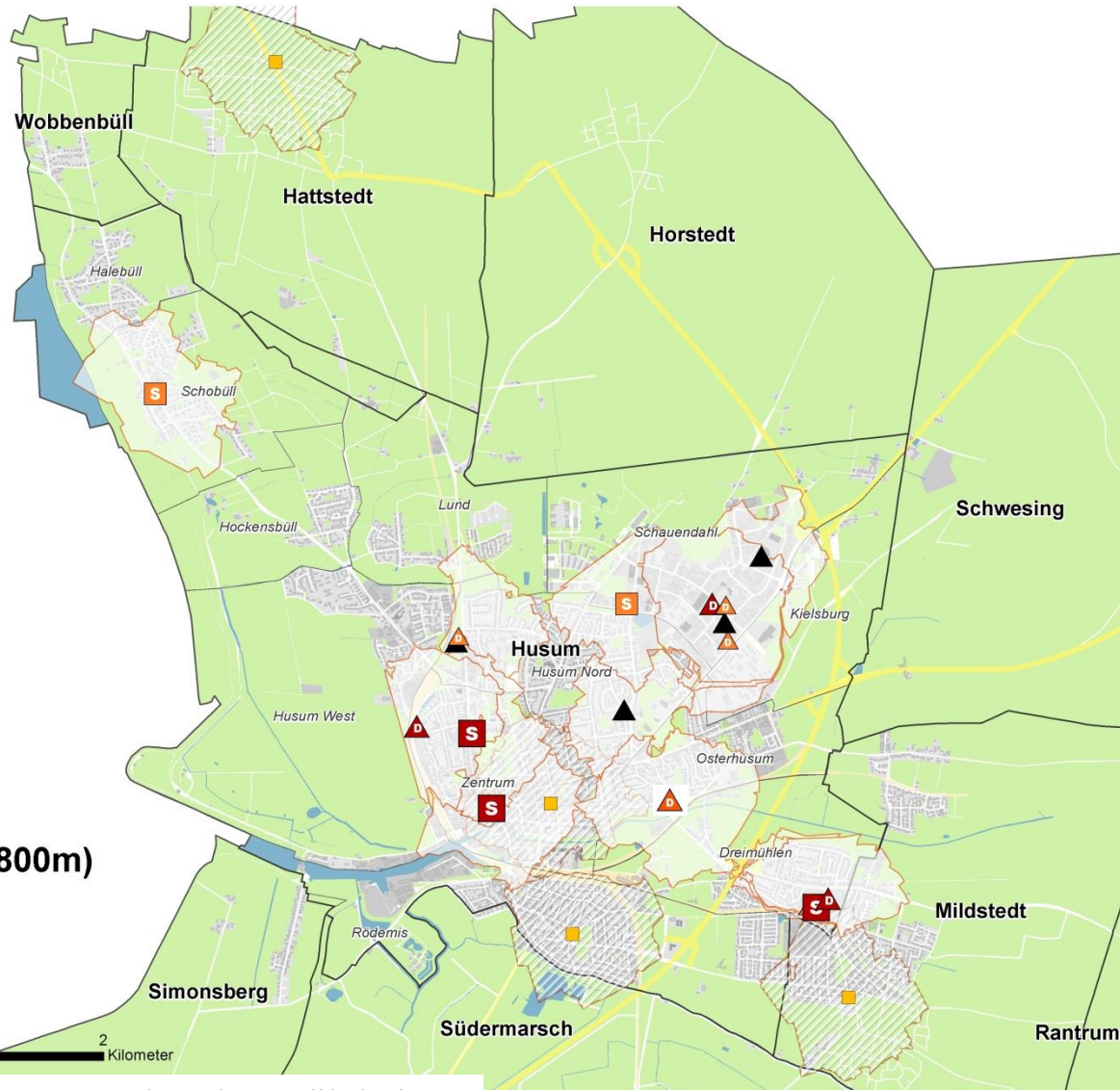
Strukturprägende Betriebe

- ▲ Verbrauchermarkt (1.500 - 4.999 qm)
- ▲ D Lebensmitteldiscounter (> 800 qm)
- ▲ D Lebensmitteldiscounter (bis 800 qm)
- S Supermarkt (>800 - 1.499 qm)
- S Supermarkt (400 - 800 qm)
- Lebensmittelmarkt (200 - 399 qm)

Isodistanzen strukturprägender Betriebe (800m)

- ab 400 qm Gesamtverkaufsfläche
- 200 bis < 400 qm Gesamtverkaufsfläche

0 0,5 1 2 Kilometer



Zusammenfassung der Analyseergebnisse

- Insgesamt leicht gestiegenes Nachfragevolumen im SUB von aktuell rd. **176 Mio. Euro einzelhandelsrelevanter Kaufkraft**; zusätzliche Nachfragebasis durch **regionales Einzugsgebiet** und **Touristen**
- Mit **3,81 m²** pro Einwohner (2007: 3,92 m²) trotz leichter Abnahme nach wie vor **deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung**
- Attraktives **Hauptgeschäftszentrum** mit rd. **30.200 m² VKF** (rd. 25 % Anteil an Gesamtstadt)
- Leicht **rückläufige Angebotsausstattung des Hauptgeschäftszentrums** (- 2.500 m²) gegenüber 2007 v. a. durch Hertie-Aufgabe; jedoch gemildert durch „Zwischennutzung“ als Husumer Kaufhaus
- Gute quantitative und räumliche Versorgungssituation (Nahrungs- und Genussmittel)
- **Randlagen des Hauptgeschäftszentrums** (u. a. Neustadt, Norderstraße) mit **tendenziell rückläufiger Einzelhandelsrelevanz**; Häufung von Leerständen und z. T. Trading-Down-Tendenzen jedoch eher **außerhalb** des abgegrenzten Zentrums
- **Umlandkommunen** mit geringer einzelhandelsseitiger Ausstattung; Definition als zentrale Versorgungsbereiche möglich?

Weiteres Vorgehen

Weiteres Vorgehen

Überprüfung und ggf. Modifizierung der konzeptionellen Bausteine zur Einzelhandelsentwicklung im SUB Husum aus dem Jahr 2007

- 1** **Entwicklungsziele**
- 2** **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche**
- 3** **Umgang mit dezentralem Standort „Gewerbegebiet Ost“ und sonstigen Versorgungstandorten**
- 4** **Husumer Sortimentsliste**
- 5** **Grundsätze der räumlichen Entwicklung**