

EINZELHANDELSKONZEPT

für die Stadt Jever

-Fortschreibung-



Titelbild: Auszug aus den Geodaten des Landesamtes für Geoinformation und Landesvermessung Niedersachsen,
© 2022 (<https://www.govdata.de/dl-de/by-2-0>)



Einzelhandelskonzept für die Stadt Jever

- Fortschreibung -

Im Auftrag der Stadt Jever

Stefan Kruse
Johannes Schwegmann



Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

November 2022

Datenschutzerklärung

Diese Datenschutzerklärung klärt darüber auf, wie personenbezogene Daten im Rahmen der Erarbeitung dieses Einzelhandelskonzepts genutzt werden und zu welchem Zweck das geschieht.

Wir verarbeiten die personenbezogenen Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt, und ist im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzepts für die Stadt Jever als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus verwenden wir die Daten im Rahmen unserer weiteren Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen (z. B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die bei uns gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald die Daten für die für sie bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker+Kruse Stadtforschung Planung, Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Ing. Rolf Junker und Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 | Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info(at)junker-kruse.de | www.junker-kruse.de

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden keine männlichen und weiblichen Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich alle Geschlechter angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

INHALTSVERZEICHNIS

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts	7
2	Corona-Pandemie	9
3	Übergeordnete Zielaussagen	11
	3.1 Ziele und Grundsätze der Landesplanung	11
	3.2 Ziele und Grundsätze der Regionalplanung	15
	3.3 Flächennutzungsplan	15
	3.4 Stadtentwicklungskonzepte	16
4	Methodische Vorgehensweise	17
	4.1 Angebotsanalyse	17
	4.2 Nachfrageanalyse	22
	4.3 Städtebauliche Analyse	23
	4.4 Prozessbegleitung	24
5	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung	26
6	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	34
	6.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen	34
	6.2 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Jever	36
	6.3 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Jever	38
7	Aktuelle Angebotssituation in Jever	42
	7.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern in Jever	42
	7.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in Jever	46
	7.3 Die Jeversche Innenstadt	51
	7.4 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Jever	57
	7.5 Wohnungsnahe Grundversorgung in Jever	62
	7.6 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse	65
8	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Jever	67
9	Einzelhandelskonzept für die Stadt Jever	74
	9.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild	74
	9.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung	75
	9.3 Räumliche Standortstruktur	79

9.3.1	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Jever	83
9.3.2	Integrierte (solitäre) Standorte zur Nahversorgung	90
9.4	Jeversche Sortimentsliste	94
9.5	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	100
9.6	Prüfschema zur Einzelhandelsentwicklung	111
10	Planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzepts	113
10.1	Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO	113
10.2	Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO	114
10.3	Anwendung des § 15 BauNVO	114
10.4	Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB	114
10.5	Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB	115
10.5.1	Definition des „zentralen Versorgungsbereichs“	116
10.5.2	Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels.....	117
10.5.3	Festsetzungsinhalte	117
10.5.4	Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung	118
	Verzeichnisse	119
	Anhang	121
	Legende	121
	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	122

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts

Die Stadt Jever verfügt über ein Einzelhandelskonzept, das der Rat der Stadt im März 2016 politisch beschlossen hat.¹ Eine bedeutsame Grundlage solcher Einzelhandelskonzepte – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst dieser Konzepte. Seit der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts 2016 haben Veränderungen in der Jeverischen Einzelhandelslandschaft stattgefunden und es werden verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Jeverische Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen 2017 (LROP NI) Kapitel 2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt².

Von daher ist es folgerichtig, dass die Stadt Jever im Jahr 2022 eine Fortschreibung/Aktualisierung ihres Einzelhandelskonzeptes beauftragt hat. Diese Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Jever im Allgemeinen und insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Jever, wie die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation, eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die Fortschreibung des Konzepts auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite weiterhin gewährleisten. Die Stadt Jever erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept und dem „abschließenden“ Ratsbeschluss ein „neues“ städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie auch zukünftig in die Lage versetzt – für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen – Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzepts herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.³ Dies wiederum „entlastet“ die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen, als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

¹ Stadt + Handel (2016): Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Jever. Dortmund.

² zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

³ Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzepts i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB ist in einschlägigen Urteilen, z.B. des BVerwG, nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorte in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht eingebunden ist.“⁴

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrage-seitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Jever. Darauf aufbauend sind die im Jahr 2016 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandelskonzepts (Zielsetzungen, Zentrenhierarchie, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

Der europäische Gerichtshof (EuGH) hat in dem Urteil vom 30.01.2018 (Az. C-360/15 und C-31/16) entschieden, dass Einzelhandel eine Dienstleistung im Sinne der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie (2006/123/EG) ist. Demgemäß sind wirtschaftliche Bedarfsprüfungen (im Sinne von prognostischen Ermittlungen der Verkaufsflächenbedarfe) nicht mehr zulässig. Die Steuerung des Einzelhandels muss zudem nicht diskriminierend, erforderlich und verhältnismäßig sein. Das vorliegende Einzelhandelskonzept, welches konkrete städtebauliche Zusammenhänge und Kriterien berücksichtigt und bewusst auf eine bedarfsorientierte Argumentation verzichtet, bietet die Grundlage für eine EuGH-konforme Steuerung des Einzelhandels in Jever und erfüllt die Anforderung der Artikel 14 und 15 der Europäischen Dienstleistungsrichtlinie.

⁴ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

2 Corona-Pandemie

Die anhaltende Corona-Pandemie verbunden mit dem ersten Lockdown (Mitte März bis Mai 2020), dem Lockdown light (ab November 2020) und dem harten Lockdown (a Mitte Dezember 2020 bis Mai 2021) stellt den Einzelhandel insgesamt, aber insbesondere die Innenstädte, so auch die Jeverische Innenstadt, vor besondere Herausforderungen. Seit Langem zeigt sich in vielen Städten ein schleichender Abwärtstrend der Zentren / Innenstädte durch die anhaltende Konkurrenz auf der „Grünen Wiese“ und den weiterhin wachsenden Onlinehandel. Die Corona-Krise beschleunigt diese Strukturprobleme und drohenden Funktionsverluste. Neben dem Einzelhandel sind jedoch auch weitere wichtige frequenzbringende Funktionen in den Innenstädten betroffen: Gastronomie, Dienstleistungen, Hotellerie und Tourismus, Kultur, Freizeit und Sport, Events usw. Diese innerstädtischen Funktionen haben sich bisher synergetisch ergänzt, jetzt zeigt sich eine wechselseitig verstärkende Abwärtsspirale. Touristen, Geschäftsreisende und Kulturbesucher fehlen dem Einzelhandel und der Gastronomie. Es droht eine Insolvenzwelle mit zunehmendem Leerstand in den Innenstädten, die nach und nach sichtbar und spürbar werden wird. Folgende Entwicklungen während der Corona-Pandemie ließen sich beobachten:

- Während des ersten Lockdowns konnte der Onlinehandel teilweise von der Situation profitieren. Gleichzeitig wurde jedoch auch bewusster eingekauft, wobei die Bedeutung des stationären Einzelhandels als Kommunikationspunkt mit Servicequalität und vor allem auch Standorte mit Nahversorgungsfunktion besonders wertgeschätzt wurden.
- Der Einzelhandel insgesamt hat sich aus aktueller Sicht während der Coronapandemie relativ stabil entwickelt. Wachstumseffekte sind allerdings weitestgehend auf den Onlinehandel und zum Teil auf den Lebensmitteleinzelhandel beschränkt.
- Der von den bundesweiten Restriktionen betroffene Einzelhandel im Nonfoodbereich bewegt sich hingegen in einem extrem schwierigen Umfeld und kämpft nach der Erholungsphase in den Sommern 2021 und 2022 mit deutlichen Umsatzverlusten und einem Umsatzniveau, das weiterhin oftmals dramatisch unter dem Vorkrisenniveau liegt. Insgesamt gesehen hat die Pandemie den tiefgreifenden Strukturwandel weiter beschleunigt.
- Eine abschließende Bewertung der Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel und die Einzelhandelslandschaft im Allgemeinen wie auch auf die Situation in der Stadt Jever im Besonderen ist derzeit aufgrund weiter anhaltend hoher Inzidenzen und noch nicht absehbarer möglicher neuer zukünftiger Einschränkungen nicht möglich. Die Situation vor Ort sollte daher beobachtet werden, ob aufgrund einschneidender Veränderungen der Einzelhandelsituation (z. B. in Form von einer deutlichen Zunahme von Leerständen oder der Schließung von funktionstragenden Betrieben) eine Aktualisierung und Neubewertung der Datenbasis vorzunehmen ist.

Grundsätzlich ist jedoch festzuhalten, dass sich die Zielrichtung eines Einzelhandelskonzeptes mit einem Fokus auf die Innenstadtentwicklung sowie vor allem auch eine weitreichende Grundversorgung nicht verändern wird. Dabei behält die Steuerungs- und Lenkungsfunction des Konzeptes und auch eine konsequente Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums im Rahmen der Einzelhandelssteuerung – zur Vermeidung von langfristig nicht korrigierbaren Fehlentwicklungen – weiterhin eine herausragende Bedeutung.

Folgende, durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel lassen sich bereits beobachten:

- Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe nimmt anhaltend weiter ab. Zwischen 2015 und 2019 sind es rund 5.000 Geschäfte pro Jahr. 2022 wird es bis zu 47.000 Geschäfte weniger im deutschen Einzelhandel geben als noch 2020 und bis zu 75.000 weniger im Vergleich zu 2015⁵.
- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf **lokaler / regionaler Ebene**. Diese aufgebauten lokalen / regionalen Online-Plattformen werden diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die **Verknüpfung** von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die **Bedeutung und Wertschätzung** sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Das bestätigt eine Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.⁶

⁵ Quelle: IFH Köln GmbH im Auftrag des HDE e. V; Handelsszenario 2022

⁶ Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (Zugriff im 10/2022)

3 Übergeordnete Zielaussagen

3.1 Ziele und Grundsätze der Landesplanung

Mit seinen Zielen und Grundsätzen ist das **LROP Niedersachsen** – 2017⁷ aufgestellt und 2022⁸ geändert, wobei das einzelhandelsrelevante Kapitel 2.3 unverändert blieb – das wichtigste Planungsinstrument der Landesplanungsbehörde in Niedersachsen. Die Vorgaben der Landesplanung sind bei der Erarbeitung von Regionalplänen, Flächennutzungsplänen und Bebauungsplänen sowie anderen Fachplänen der nachgeordneten Planungsebenen zu beachten. Das LROP ist in vier Abschnitte unterteilt, u. a. zur Entwicklung des Landes und seiner Teilräume, der Siedlungsstrukturen (u. a. des Einzelhandels), der Freiraumstrukturen und der technischen Infrastruktur.⁹

Kapitel 2.3 befasst sich mit der Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels. Dabei werden die im Raumordnungsgesetz (ROG) festgelegten Grundsätze der Raumordnung zur Daseinsvorsorge und zur Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche im Hinblick auf den großflächigen Einzelhandel konkretisiert. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelssteuerung ist somit hervorzuheben, dass durch die Festlegung der zentralen Orte eine Versorgung der Bevölkerung mit einem ausgewogenen Warenangebot, sozialen, kulturellen und wirtschaftsbezogenen Einrichtungen und Dienstleistungen sowie eines entsprechenden Wohnungsangebots im Sinne des dezentralen Konzentrationsgebotes auf kurzem Wege sichergestellt wird. Die Festlegung von Zielen und Grundsätzen für die Ansiedlung, Erweiterung und Änderung von großflächigen Einzelhandelseinrichtungen trägt dazu bei, dass in allen Landesteilen eine bedarfsorientierte Warenversorgung der Bevölkerung durch eine ausgewogene und breit gefächerte, nach Zentralörtlichkeit differenzierte Einzelhandelsstruktur sichergestellt wird. Die Stadt Jever wird als Mittelzentrum eingestuft (LROP NI 2017, Kapitel 2.2, Ziffer 07).

⁷ Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2017: Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (Stand: 26.09.2017)

Im Folgenden: LROP NI 2017

⁸ Niedersächsisches Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz 2022: Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (Stand: 07.09.2022)

Im Folgenden: LROP NI 2022

⁹ Quelle: Website des Niedersächsischen Ministerium für Ernährung, Landwirtschaft und Verbraucherschutz: Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen. Abruf unter <https://www.ml.niedersachsen.de> (Zugriff im 10/2022)

Das Landes-Raumordnungsprogramm gibt in seinem Kapitel 2.3 u. a. vor, dass Einzelhandelsgroßprojekte¹⁰ abzustimmen sowie nur innerhalb des Zentralen Siedlungsgebiets¹¹ zulässig sind. Auch dürfen diese ausgeglichene Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht wesentlich beeinträchtigen. In den Erläuterungen zu Abschnitt 2.3, Ziffer 05, Sätze 1 und 2 werden zentrenrelevante Sortimente dargestellt, die stets zu beachten sind und die Innenstadtlagen prägen sowie eine hohe Besuchsattraktivität implementieren. Diese Liste ist auf kommunaler Ebene auf Grundlage der örtlichen Situation zu überprüfen und ggf. zu ergänzen.

Folgende Ziele und Grundsätze mit Bezug zum großflächigen Einzelhandel werden im LROP NI 2017 im Kapitel 2.3 festgelegt:

¹⁰ „Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren“ sowie „mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raumbedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen)“ (vgl. LROP NI 2017: 18)

¹¹ Darunter sind die Ortsteile zu verstehen, die über eine „ausreichend großen Ausstattung an dauerhaft tragfähigen Einrichtungen der allgemeinen Daseinsvorsorge“ (RROP 2020: 72 f.) verfügen und eine „leistungsfähige [...] Verknüpfung mit dem öffentlichen Personennahverkehr“ (ebd.) aufweisen. Diese sind „in Abstimmung [...] mit den Städten und Gemeinden“ (LROP NI 2017: 99) festzulegen, wobei „auch die Darstellungen des Flächennutzungsplans zu berücksichtigen“ (ebd.) sind. Daher sollen „Arbeitsplatz-, Bildungs- und Versorgungsangebote [...] in der Regel auf die zentralen Siedlungsgebiete in den Gemeinden ausgerichtet werden“ (§ 2 Nr. 5 Niedersächsisches Raumordnungsgesetz (NROG)). Zentrale Siedlungsgebiete werden im jeweiligen Regionalen Raumordnungsprogramm (RROP) definiert (vgl. LROP NI 2017: 99); für die Stadt Jever ist dies das RROP Landkreis Friesland, das 2020 beschlossen wurde.

2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels

01 Zur Herstellung dauerhaft gleichwertiger Lebensverhältnisse sollen Einrichtungen und Angebote des Einzelhandels in allen Teilräumen in ausreichendem Umfang und ausreichender Qualität gesichert und entwickelt werden.

02 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur zulässig, wenn sie den Anforderungen der Ziffern 03 bis 10 entsprechen. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe gemäß § 11 Abs. 3 Nrn. 1 bis 3 der Baunutzungsverordnung einschließlich Hersteller-Direktverkaufszentren. Als Einzelhandelsgroßprojekte gelten auch mehrere selbständige, gegebenenfalls jeweils für sich nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe, die räumlich konzentriert angesiedelt sind oder angesiedelt werden sollen und von denen in ihrer Gesamtbetrachtung raum-bedeutsame Auswirkungen wie von einem Einzelhandelsgroßprojekt ausgehen oder ausgehen können (Agglomerationen).

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

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

In einem Mittel- oder Oberzentrum soll das Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojektes in Bezug auf seine aperiodischen Sortimente den maßgeblichen Kongruenzraum nicht wesentlich überschreiten (Kongruenzgebot aperiodisch mittel- und oberzentral). Der maßgebliche Kongruenzraum gemäß Satz 3 ist von der unteren Landesplanungsbehörde unter Berücksichtigung insbesondere

- der zentralörtlichen Versorgungsaufträge der Standortgemeinde sowie benachbarter Zentraler Orte,
- der verkehrlichen Erreichbarkeit der betreffenden Zentralen Orte,
- von grenzüberschreitenden Verflechtungen und
- der Marktgebiete von Mittel- und Oberzentren auf Grundlage kommunaler Einzelhandelskonzepte

zu ermitteln, sofern er nicht im Regionalen Raumordnungsprogramm festgelegt ist.

Eine wesentliche Überschreitung nach den Sätzen 1 bis 3 ist gegeben, wenn mehr als 30 vom Hundert des Vorhabenumsatzes mit Kaufkraft von außerhalb des maßgeblichen Kongruenzraumes erzielt würde.

Das Kongruenzgebot ist sowohl für das neue Einzelhandelsgroßprojekt insgesamt als auch sortimentsbezogen einzuhalten.

Periodische Sortimente sind Sortimente mit kurzfristigem Beschaffungsrhythmus, insbesondere Nahrungs-/Genussmittel und Drogeriewaren. Aperiodische Sortimente sind Sortimente mit

mittel- bis langfristigem Beschaffungsrhythmus, zum Beispiel Bekleidung, Unterhaltungselektronik, Haushaltswaren oder Möbel.

Die Träger der Regionalplanung können in den Regionalen Raumordnungsprogrammen im Einzelfall Standorte für Einzelhandelsgroßprojekte mit aperiodischem Kernsortiment außerhalb des kongruenten Zentralen Ortes in einem benachbarten Mittel- oder Grundzentrum festlegen. Voraussetzung ist, dass den Grundsätzen und Zielen zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen in gleicher Weise entsprochen wird wie bei einer Lage innerhalb des kongruenten Zentralen Ortes.

04 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind nur innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des jeweiligen Zentralen Ortes zulässig (Konzentrationsgebot).

05 Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Kernsortimente zentrenrelevant sind, sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig (Integrationsgebot). Diese Flächen müssen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente zu mindestens 90 vom Hundert periodische Sortimente sind, sind auf der Grundlage eines städtebaulichen Konzeptes ausnahmsweise auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig, wenn eine Ansiedlung in den städtebaulich integrierten Lagen aus städtebaulichen oder siedlungsstrukturellen Gründen, insbesondere zum Erhalt gewachsener baulicher Strukturen, der Rücksichtnahme auf ein historisch wertvolles Ortsbild oder aus verkehrlichen Gründen nicht möglich ist; Satz 2 bleibt unberührt.

06 Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,

a) wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder

b) wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.

07 Neue Einzelhandelsgroßprojekte sind abzustimmen (Abstimmungsgebot). Zur Verbesserung der Grundlagen für regionalbedeutsame Standortentscheidungen von Einzelhandelsprojekten sollen regionale Einzelhandelskonzepte erstellt werden. Zur Verbesserung der Versorgungsstrukturen in Grensräumen soll eine grenzüberschreitende Abstimmung unter Berücksichtigung der Erreichbarkeiten und gewachsener Strukturen erfolgen.

08 Ausgegliche Versorgungsstrukturen und deren Verwirklichung, die Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung dürfen durch neue Einzelhandelsgroßprojekte nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).

09 [...] ¹²

¹² Ist nur für die Region Lüneburger Heide relevant.

10 Abweichend von Ziffer 02 Satz 1 sowie den Ziffern 03 bis 05 sind neue Einzelhandelsgroßprojekte, deren Sortimente auf mindestens 90 vom Hundert der Verkaufsfläche periodische Sortimente sind, auch zulässig, wenn

- sie an Standorten errichtet werden, die im Regionalen Raumordnungsprogramm als Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung festgelegt sind,
- sie den Anforderungen der Ziffern 07 (Abstimmungsgebot) und 08 (Beeinträchtigungsverbot) entsprechen,
- sie im räumlichen Zusammenhang mit dem jeweiligen Ortskern oder mit Wohnbebauung liegen und
- ihr jeweiliges Einzugsgebiet den zu versorgenden Bereich im Sinne des Satzes 4 nicht überschreitet.

Die Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung dürfen die Funktion und Leistungsfähigkeit der Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und sind im Benehmen mit der jeweiligen Gemeinde- oder Samtgemeinde festzulegen. Sie sollen in das Netz des öffentlichen Personennahverkehrs eingebunden sein. Das Regionale Raumordnungsprogramm muss für jeden dieser Standorte einen zu versorgenden Bereich festlegen.

3.2 Ziele und Grundsätze der Regionalplanung

Das Regionale Raumordnungsprogramm 2020 für den Landkreis Friesland (RROP 2020) weist als zusammenfassender, überörtlicher und fachübergreifender Plan die fachlichen und rechtlichen Rahmenbedingungen unter Aufzeigung der Zielvorstellungen für die künftige Entwicklung des Landkreises Friesland auf, zu dem auch die Stadt Jever gehört.

Das RROP 2020 verweist auf die Ziele und Grundsätze zur Raumentwicklung in Niedersachsen aus dem LROP NI 2017. Eine Ergänzung der landesplanerischen Festlegungen findet nur in unwesentlichen Fällen statt, weshalb das RROP zu vernachlässigen ist. Einziger wesentlicher Punkt ist die zeichnerische Darstellung des Zentralen Siedlungsgebiet (ZS). In der Stadt Jever ist dies der Hauptort Jever samt einiger arrondierenden Flächen.

3.3 Flächennutzungsplan

Der **Flächennutzungsplan (FNP) der Stadt Jever**¹³ stellt für das Stadtgebiet die verschiedenen Bauflächen nach der Art ihrer baulichen Nutzung gemäß § 1 BauNVO dar, dazu gehören:

1. Wohnbauflächen
2. gemischte Bauflächen
3. gewerbliche Bauflächen
4. Sonderbauflächen

¹³ Quelle: Webseite der Stadt Jever: Geodaten Stadt Jever: Flächennutzungsplan. Abruf unter <https://www.stadt-jever.de/portal/seiten/geodaten-stadt-jever-flaechennutzungsplan-903000205-20820.html> (Zugriff im 10/2022)

Die Entwickelbarkeit von Standorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe beruht auf den Festsetzungen zu den Baugebieten (§§ 2-11 BauNVO). Besondere Festsetzungen hinsichtlich der Einzelhandelssteuerung im FNP stellen die Sondergebiete mit spezifischen Zweckbestimmungen dar (z. B. Möbel oder Bau- und Gartenmarkt).

Die Ausweisung bzw. Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ist im Rahmen der Fortschreibung des FNP zu überprüfen und kann künftig in den FNP aufgenommen werden.

3.4 Stadtentwicklungskonzepte

Im Rahmen der öffentlichen Förderprogramme von Bund und Land Niedersachsen helfen Fördermittel, der Stadt den demographischen und wirtschaftlichen Strukturwandel zu gestalten. Dazu wurden städtebauliche Entwicklungskonzepte gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB erarbeitet und beschlossen, womit der Zugang zu öffentlichen Fördermitteln ermöglicht wurde. An dieser Stelle sei aber nur die Konzepte zitiert, die Auswirkungen auf das Thema Einzelhandel hat:

Bereits dreimal fanden im innerstädtischen Bereich von Jever städtebauliche Erneuerungsmaßnahmen statt, indem Sanierungsgebiete definiert wurden:

- 1972 – 1991: „Hopfenzaun/Steinstraße (Sanierungsgebiet I)“
- 1986 – 2001: „St.-Annen-Straße/Große Wasserfortstraße/Große Burgstraße/ Wangerstraße“ sowie „Alter Markt/Grüner Garten/Schlachte“ (Sanierungsgebiet II)
- 2004 – 2015: „Am Kirchplatz/St.-Annen-Straße“ (Sanierungsgebiet III)
- Seit 2014 befindet sich das Sanierungsgebiet IV („Lohne / Schlachte / Hooksweg neu“) in der Umsetzung

Des Weiteren wird derzeit (November 2022) das **Innenstadtkonzept** (*INKA Jever 2023*) aufgestellt, das die langfristige städtebauliche Entwicklung der Jeverischen Innenstadt darstellt. Die Fertigstellung ist für Frühjahr 2023 geplant.

4 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Jever stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen als auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Jeverischen Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe im zentralen Bereich.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Jever gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Köln GmbH.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Jever ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

4.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Mai 2022 eine flächendeckende **Vollerhebung des Jeverischen Einzelhandelsbestands** (inkl. Leerstände) durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer Begehung des gesamten Stadtgebiets bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe.

Im Rahmen der Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – soweit möglich bzw. vom Geschäftsinhaber / Filialleiter zugelassen¹⁴ – erhoben und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte vorgenommen.

Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde: Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen,

¹⁴ Sofern eine lasergestützte Messung nicht möglich war, wurden die Flächen abgeschritten bzw. geschätzt.

Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwägt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereichs zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die einschlägige Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt. Zwar legen wir bei der Erfassung der Verkaufsflächen einen sehr hohen Grad von Genauigkeit und Sorgfalt an, jedoch kann und soll diese Bestandserfassung nicht den Anspruch erfüllen, der z. B. an ein DIN-Flächenaufmaß anzulegen ist.

In der sich anschließenden Auswertung werden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle 1 dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker+Krusse

Warengruppe	Sortiment
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe	
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel
	Backwaren / Konditoreiwaren
	Fleischwaren
	Getränke
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
	Zoologische Artikel, lebende Tiere
	Heim- und Kleintierfutter
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel
	Drogeriewaren / Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Papier / Büroartikel / Schreibwaren (PBS) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren, Büromaschinen
	Zeitungen / Zeitschriften
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe	
Bekleidung	Bekleidung
Schuhe / Lederwaren	Schuhe
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Glas, Porzellan, Keramik (GPK) / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	Hobbyartikel (inkl. Künstlerartikel / Bastelzubehör sowie Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle)
	Musikinstrumente und Zubehör
	Spielwaren
	sonstige Babyartikel (Kinderwagen, Kindersicherheit)
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen
	Campingartikel
	Fahrräder und technisches Zubehör
	Reitsportartikel
	Sportartikel / -kleingeräte
	Sportbekleidung und Sportschuhe
überwiegend langfristige Bedarfsstufe	
Wohneinrichtung	Bettwaren
	Matratzen
	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe
	Teppiche (Einzelware)
Möbel	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen, Wohndekorationsartikel
	Möbel
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte
	Elektrokleingeräte
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel
Elektronik / Multimedia	Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
Medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck
Baumarktsortimente	baumarktspezifisches Sortiment: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte
	Pflanzen / Samen
Sonstiges	Erotikartikel
	Sammlerbriefmarken und -münzen

Quelle: Zusammenstellung Junker+Krusse

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Jeverschen Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Standortbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzepts zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 9.4).

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen, städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentraler (Versorgungs)Bereich

Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)

Beispiel: Innenstadt



Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage

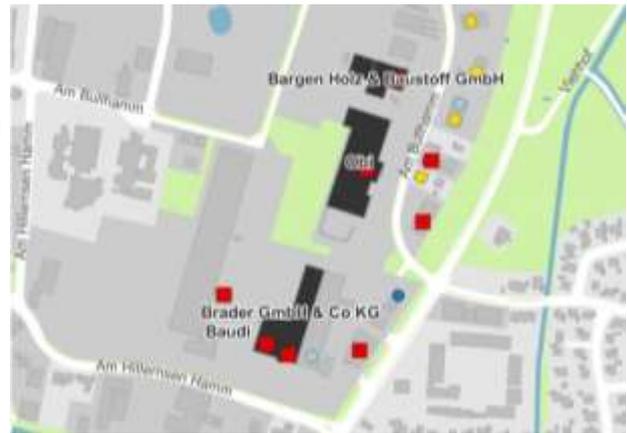
Eine Legaldefinition des Begriffspaares der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Jeverschen Konzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Jever integriert sind und einen unmittelbaren Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, deren direktes siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren, wie z. B. Autobahnen, Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise, den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Beispiel: Edeka, Adolf-Ahlers-Straße



Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und Pkw-kundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Sonderstandort Am Hillernsen Hamm / Am Bullhamm

Quelle: Zusammenstellung Junker+Kruse; Kartengrundlagen Stadt Jever (2022), Legende für Kartengrundlage im Anhang

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Jeverischen Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mitberücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Jever. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* oder *wohnungsnaher Grundversorgung* wird hier die Versorgung der Bürger mit nahversorgungsrelevanten Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die

warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Jever wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen für die Gesamtstadt einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel / Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel pharmazeutische Artikel
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: Zusammenstellung Junker+Kruse

4.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Analyse der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das aktuelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Jeverischen Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotsituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Köln GmbH oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Köln GmbH zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebiets. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

Kundenherkunftserhebung

Ein wichtiger Baustein zur Betrachtung der Nachfrageseite ist eine Kundenherkunftserhebung zur Bestimmung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsbereichs des Einzelhandelsstandorts Jever. Diese Erhebung wurde in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Jever im August 2022 durchgeführt. Hierzu wurde in zwei Zeiträumen von jeweils einer Woche (innerhalb und außerhalb der Sommerferien in Niedersachsen) in mehr als 40 teilnehmenden Einzelhandelsbetrieben unterschiedlicher Hauptbranche und Größenordnungen in Jever (ausschließlich) der Wohnort (Gemeinde oder Postleitzahl) des jeweils zahlenden Kunden dokumentiert. Insgesamt wurden rund 3.700 Kunden erfasst. Hierdurch ergibt sich eine valide empirische Grundlage, die neben anderen Faktoren in die Bestimmung des aktuellen Einzugsgebiets der Stadt Jever eingeflossen ist (vgl. Kapitel 6.3).

4.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Jever im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf dem *zentralen Bereich*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2016 ist die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs vorgenommen worden. Insgesamt wird dieser wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische zentrale Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt, dies auch mit Blick auf die aktuelle Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadt-/Ortsteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefergreifende Analyse eines Geschäftszentrums sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch

gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzepts, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung des Zentrums genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte¹⁵
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Jever. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund einschlägiger Rechtsprechung¹⁶ keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

4.4 Prozessbegleitung

Wie die Erfahrungen gezeigt haben, ist die Umsetzung des besten Konzepts nur dann möglich, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere Politik, lokale Kaufmannschaft, Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Dies wird jedoch in der Regel nicht nur durch eine entsprechende Streuung des Konzepts erzielt, sondern vielmehr durch gezielte und persönliche Informationen und Diskussionen mit den Betroffenen.

Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Jever wurde dementsprechend durch einen Lenkungskreis begleitet. Da das vom Gutachterbüro vorgelegte Einzelhandelskonzept eine

¹⁵ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

¹⁶ vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06)

Entscheidungsgrundlage darstellt, dessen Umsetzung nicht zuletzt auch von der Akzeptanz der politischen Entscheidungsträger in der Stadt Jever abhängt, wurden die politischen Vertreter in den projektbegleitenden Lenkungskreis eingebunden. Zu den Mitgliedern des Lenkungskreises gehörten neben dem Gutachterbüro Vertreter folgender Institutionen bzw. Gremien:

- CDU
- Bündnis 90/Die Grünen
- FDP
- SWG/Freie Bürger
- SPD
- Jever aktiv e.V.
- Oldenburgische IHK
- Bürgerverein Jever e.V.
- Landkreis Friesland
- Handelsverband Nordwest e.V.
- Stadtverwaltung, Abteilung 2

Der Lenkungskreis tagte zwei Mal: am 06. Juli 2022 und am 24. August 2022. Hier wurden die Untersuchungsinhalte diskutiert und die jeweiligen Ergebnisse als Grundlage für die weiteren Arbeitsschritte abgestimmt.

Allen Teilnehmern sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt.

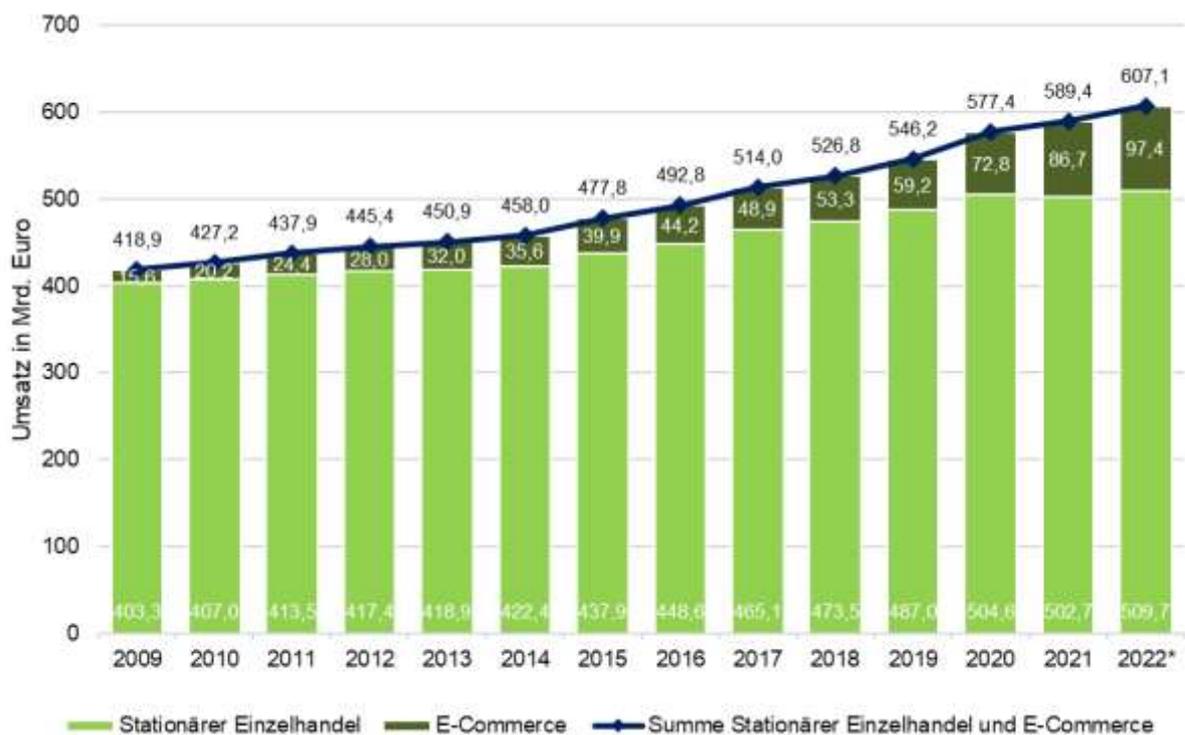
5 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund eines Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Onlinehandel hervorgerufen wird. Die **Corona-Pandemie** und deren Auswirkungen trifft den stationären Einzelhandel enorm und stellt ihn vor neue Herausforderungen. Nachfolgend werden wesentliche **Entwicklungen** und **Trends**, welche zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur haben, skizziert.

Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

- Zwischen den Jahren 2010 und 2018 stieg die Gesamtzahl der **Verkaufsfläche** in Deutschland von rund 122 Mio. um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m² an¹⁷. Die jährlichen Zuwachsraten sind in den letzten Jahren jedoch gesunken und von 2018 auf 2019 stagniert.

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2022)

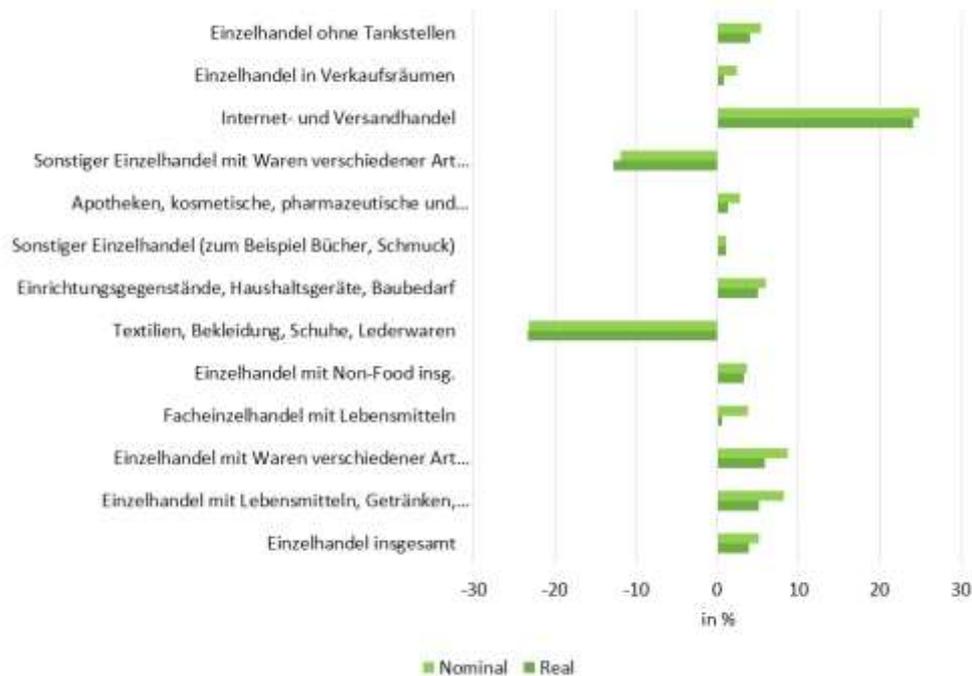


Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) und Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2022)
* = Schätzung

¹⁷ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2019 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 11/2021)

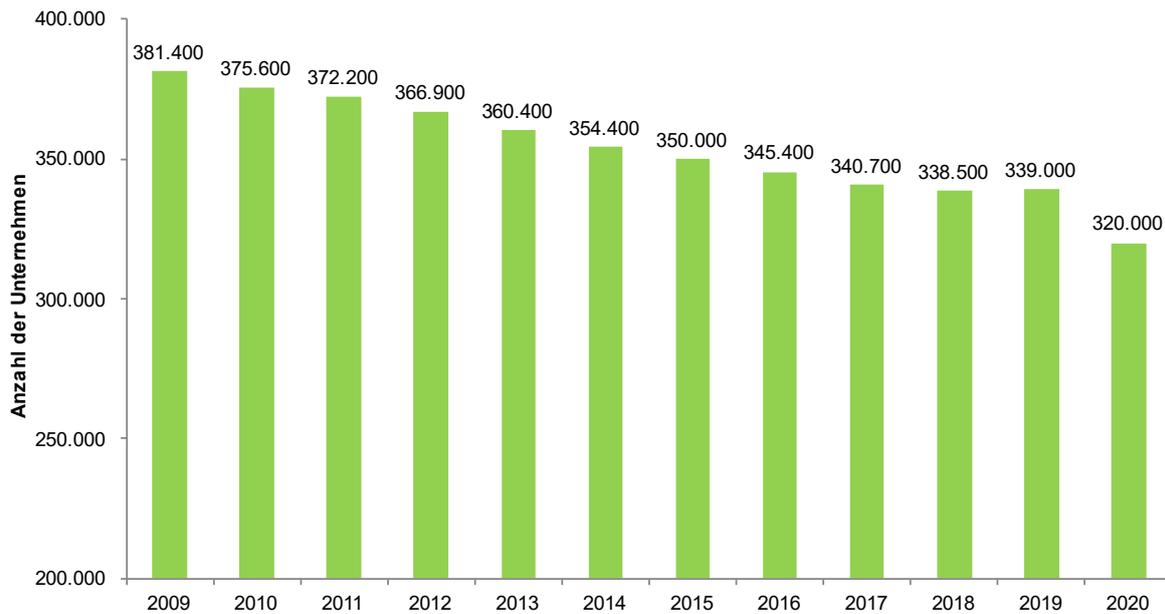
- Der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2022 ein Gesamtumsatz von rund 607 Mrd. Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 45 % entspricht. Infolge der Corona-Pandemie stagnierte 2020, 2021 und 2022 (Schätzung) der Umsatz des stationären Einzelhandels, wohingegen der Umsatz des Online-Handels jährlich steigt und im gesamten Einzelhandel für Umsatzzuwächse sorgt.

Abbildung 2: Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland nach Branchen im Jahr 2020 (gegenüber dem Vorjahr); Abruf unter <https://de.statista.com> (Zugriff: 04/2021)

- Dabei gibt es allerdings große Unterschiede in den einzelnen **Warengruppen**. Während in 2020 in den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren aber auch Uhren / Schmuck enorme Umsatzeinbußen von bis zu -20 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden, erzielen u. a. der Lebensmitteleinzelhandel und der Bau- und Gartenbedarf Umsatzzuwächse. Größter Gewinner der Krise ist gleichwohl der Internet- und Versandhandel.

Abbildung 3: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2020

Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 11/2021)

- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** jedoch weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2020 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 375.600 um etwa 15 % auf rund 320.000¹⁸. Die IFH Köln GmbH prognostiziert bis 2023 rund 80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie¹⁹. Erste Unternehmen haben bereits Insolvenzverfahren eingeleitet, darunter die Warenhauskette Galeria Karstadt Kaufhof sowie bekannte Bekleidungsfilialisten wie Bonita, Esprit, Gina Tricot, Hallhuber und Promod.
- Diese gegenläufigen Entwicklungen (von Umsatz und Anzahl der Betriebe) sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2021 nur noch bei 13,6 %²⁰. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten.
Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit

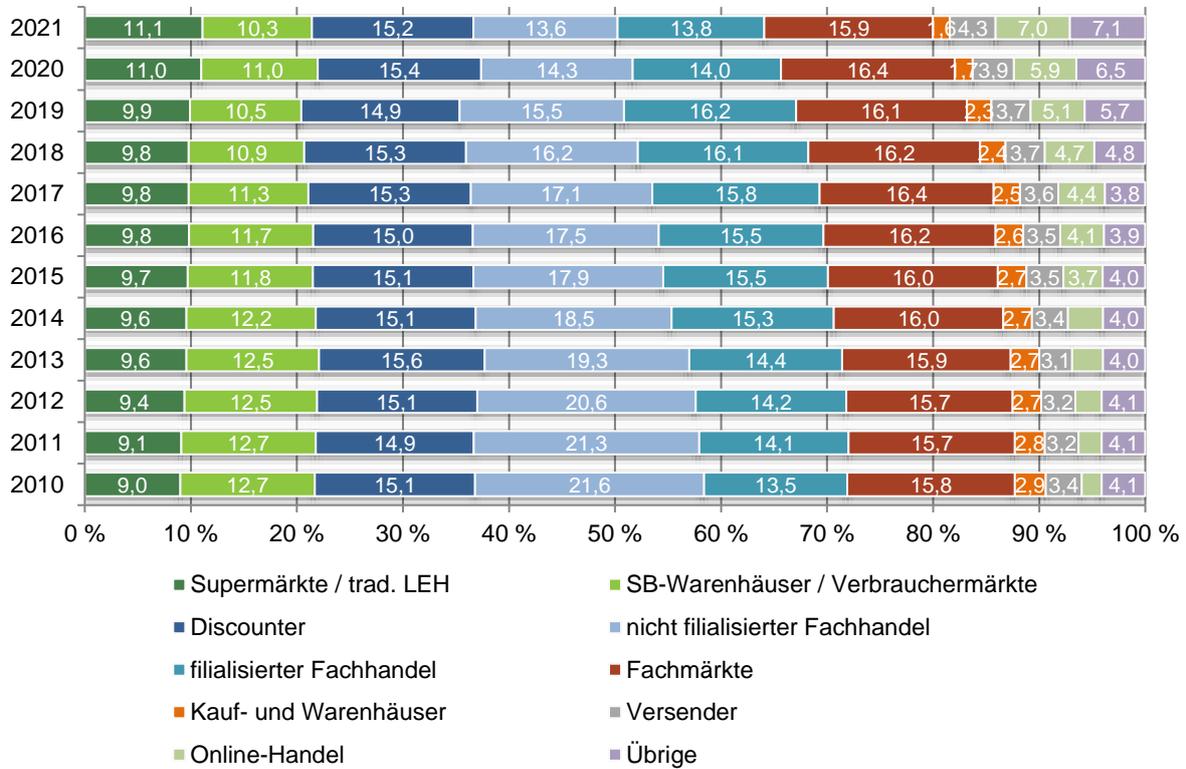
¹⁸ Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 11/2021)

¹⁹ Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschaeftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 11/2021)

²⁰ Quelle: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 10/2022)

zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ war dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Woolworth, Wehmeyer, Schlecker) ablesbar.

Abbildung 4: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2021



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 10/2022)

- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter – wenn auch langsamer – gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m², existierten im Jahr 2021 schon 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. m².²¹ Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäre Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten

²¹ Quelle: EHI Retail Institute e. V., EHI Shopping-Center Report 2021, S. 28, Köln

Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen. Auch für **Factory Outlet Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

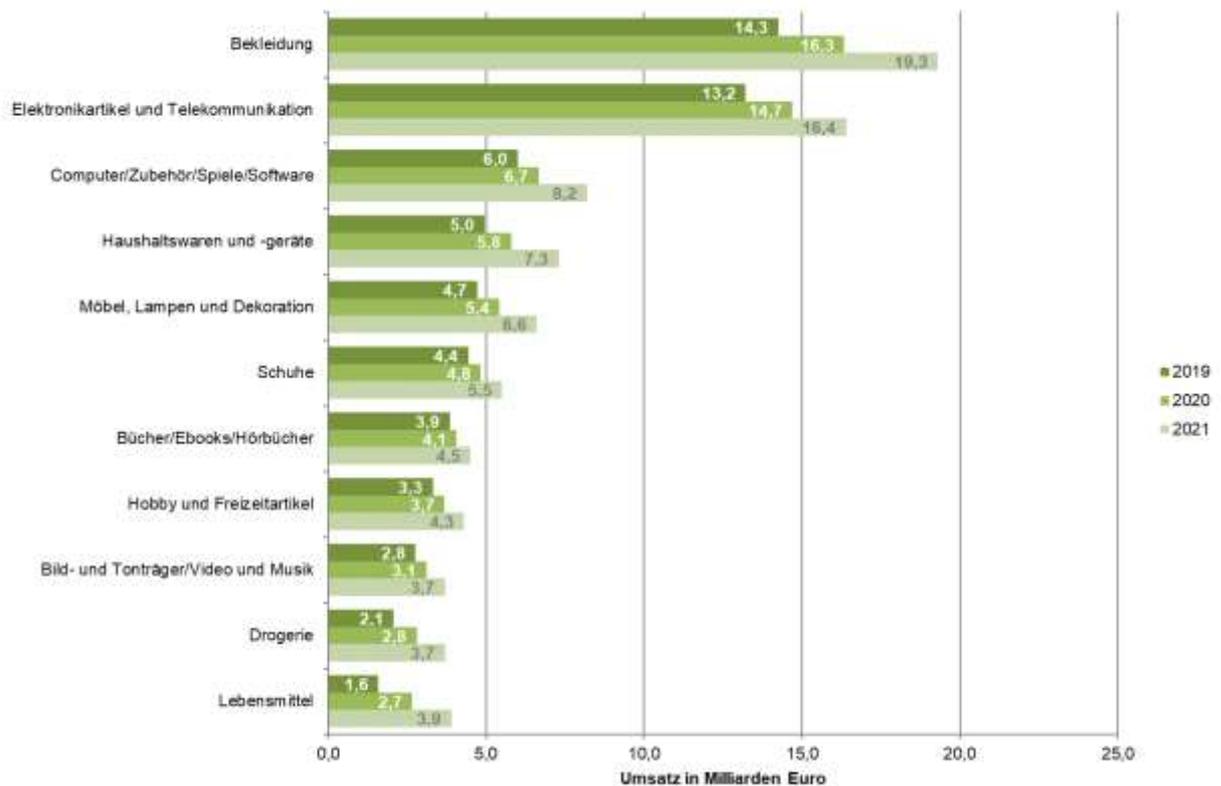
- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „**neue**“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

Steigender Wettbewerbsdruck durch E-Commerce²²/ Onlinehandel

- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen „neue“ Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Dazu gehört vor allem der **Onlinehandel**, der durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, besonders hervortritt. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig zunehmende Marktanteile auf, die durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 59 Mrd. Euro im Jahr 2019 an. Bedingt durch die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (=Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Onlinehandel im Jahr 2020 sogar auf über 71 Mrd. Euro ansteigen.²³ Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert 2020 einem relativen Umsatzanteil von über 12 %.

²² „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter www.destatis.de (Zugriff: 03/2020)

²³ Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 11/2021)

Abbildung 5: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2021

Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Online-Handel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2018 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 10/2022)

- Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuft Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit 16 Mrd. Euro im Jahr 2020, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 14,7 Mrd. Euro (vgl. Abbildung 5). Es zeigt sich aber, dass während der Corona-Pandemie in all diesen Warengruppen Umsatzzuwächse im Onlinehandel generiert wurden.
- Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Online-Shop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben.

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben **neue Handelsformate** den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste - gekoppelt mit dem Onlinehandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die **Marktzutrittsgrößen** bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- Onlinehandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

Folgende, durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel lassen sich bereits beobachten:

- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf **lokaler / regionaler Ebene**. Diese aufgebauten lokalen / regionalen Online-Plattformen werden diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die **Verknüpfung** von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die **Bedeutung und Wertschätzung** sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Das bestätigt eine Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.²⁴

Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen in Verbindung mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie stellen die räumliche Planung im Allgemeinen sowie in der Stadt Jever im Besonderen weiterhin vor große Herausforderungen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder

²⁴ Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (Zugriff: 09/2020)

denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.

- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-) Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite sowie Angebotsverschiebungen an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Stadt- und Ortsteile in größeren Städten.
- Ein **kommunales Einzelhandelskonzept** ist ein langfristig angelegtes Steuerungsinstrument für die Einzelhandels- und Stadtentwicklung, welches in regelmäßigen Abständen überprüft und aktualisiert wird (etwa alle fünf Jahre). Auf Grundlage einer Status-Quo-Analyse der Angebots- und Nachfrageseite werden mittelfristige Entwicklungsprognosen getroffen und übergeordnete Entwicklungsziele und Maßnahmen definiert. Ein Ende aller Maßnahmen (u. a. Maskenpflicht) scheint zum gegenwärtigen Zeitpunkt (November 2022) nicht seriös prognostizierbar zu sein. Das gilt sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite. Gleichwohl ist der Einzelhandel in erheblichem Ausmaß betroffen.

6 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation in der Stadt Jever eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Jever auswirken können.

6.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Jever mit ihren rund 15.000 Einwohnern liegt im Norden Niedersachsens in nordöstlichen Teil der ostfriesischen Halbinsel. Sie befindet sich nur rund 15 km von der niedersächsischen Nordseeküste entfernt und ist die Kreisstadt des Landkreises Friesland. Landesplanerisch ist der Stadt Jever die Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums zugewiesen.

Karte 1: Lage der Stadt Jever in der Region



Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Kartengrundlagen: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Bis auf das Mittelzentrum Wittmund ist Jever ausschließlich von Grundzentren umgeben. Dazu gehören Wangerland, Schortens und Friedeburg. Das nächstgelegene Oberzentrum ist die Stadt Wilhelmshaven in rund 15 km Entfernung. Die Stadt Jever konkurriert als Wirtschaftsstandort vor allem mit den benachbarten Mittelzentren in der Region.

Durch eine gute verkehrliche Anbindung werden die räumlich-funktionalen Verflechtungen JEVERS mit der Region begünstigt. Jever ist durch die B 210 (Emden – Aurich – Wilhelmshaven), die von Westen nach Osten über die ostfriesische Halbinsel verläuft, zu erreichen. Diese schließt in Wilhelmshaven an die Autobahn A 29 an, die in Nord-Süd-Richtung über Oldenburg bis zum Autobahndreieck Ahlhorner Heide mit der Bundesautobahn 1 verläuft.

Mit der DB-Anschlussstelle Bahnhof Jever ist die Stadt an das bundesweite Schienennetz angebunden. Aufgrund seiner innenstadtnahen Lage ermöglicht der JEVERSche Bahnhof auswärtigen Kunden den Besuch der Innenstadt mit der Bahn. Darüber hinaus bietet ein Netz aus Buslinien Verbindungen innerhalb JEVERS und in benachbarte Orte der Region.

Die Stadt Jever ist staatlich anerkannter Erholungsort und durch seine Nähe zu den friesischen und ostfriesischen Küstenbädern sowie den ostfriesischen Inseln ein beliebtes Ausflugsziel für Touristen. Die Stadt wird vor allem durch Tagesbesucher bestimmt.

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Das JEVERSche Stadtgebiet umfasst rund 42 km² und gliedert sich in vier Ortsteile. In der folgenden Tabelle 4 werden die Einwohner der Ortsteile sowie deren Anteile an der Gesamtbevölkerung dargestellt.

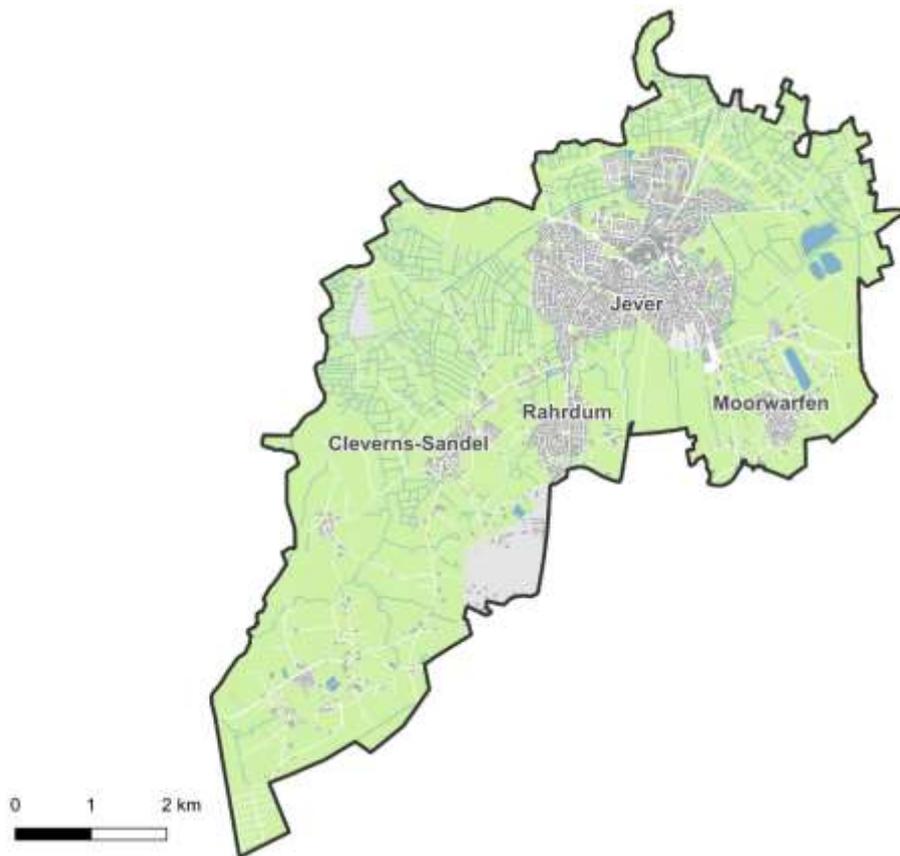
Tabelle 4: JEVERSche Stadtgliederung mit Einwohnerzahlen

Ortsteil	Einwohner	Anteil
Jever (Hauptort)	11.297	76 %
Clevers-Sandel	1.042	7 %
Moorwarfen	1.067	7 %
Rahrdum	1.508	10 %
Gesamt	14.914	100 %

Quelle: Stadt Jever, Stand: 13.04.2022

Das Stadtgebiet ist geprägt durch einen zusammenhängenden, nördlich gelegenen Siedlungskörper sowie drei südlich von diesem gelegene, ländlich geprägte Ortsteile, die sich in der nördlichen Hälfte des Stadtgebietes befinden (vgl. Karte 2). Den Siedlungsschwerpunkt bildet der Hauptort Jever, der den größten statistischen Bezirk darstellt. In dem Hauptort leben mit rund 11.300 Einwohnern drei Viertel der Einwohner JEVERS. Die übrigen Ortsteile sind diesem quantitativ deutlich untergeordnet. Der Ortsteil Rahrdum ist dabei bezogen auf die Einwohnerzahl mit rund 1.500 Einwohnern und einem Anteil von 10 % der zweitgrößte Ortsteil. In den Ortsteilen Clevers-Sandel und Moorwarfen lebt mit jeweils rund 7 % nur ein kleiner Teil der JEVERSchen Bevölkerung.

Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur Jever



Quelle: Darstellung Junker+Kruse; Kartengrundlagen Stadt Jever 2022; Legende für Kartengrundlage im Anhang

6.2 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Jever

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Köln GmbH zurückgegriffen. Diese werden durch die IfH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial stellt sich für die Stadt Jever folgendermaßen dar:

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Jever

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Jeverischen Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro / Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.674	39,9
Blumen (Indoor) / Zoo	126	1,9
Gesundheit und Körperpflege	461	6,9
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	171	2,6
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>3.431</i>	<i>51,2</i>
Bekleidung	476	7,1
Schuhe / Lederwaren	129	1,9
GPK / Haushaltswaren	116	1,7
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	147	2,2
Sport und Freizeit	222	3,3
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>1.089</i>	<i>16,2</i>
Wohneinrichtung	172	2,6
Möbel	415	6,2
Elektro / Leuchten	203	3,0
Elektronik / Multimedia	454	6,8
Medizinische und orthopädische Artikel	86	1,3
Uhren / Schmuck	74	1,1
Baumarktsortimente	517	7,7
Gartenmarktsortimente	118	1,8
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>2.040</i>	<i>30,4</i>
<i>Sonstige</i>	<i>270</i>	<i>4,0</i>
Gesamt	6.831	101,9

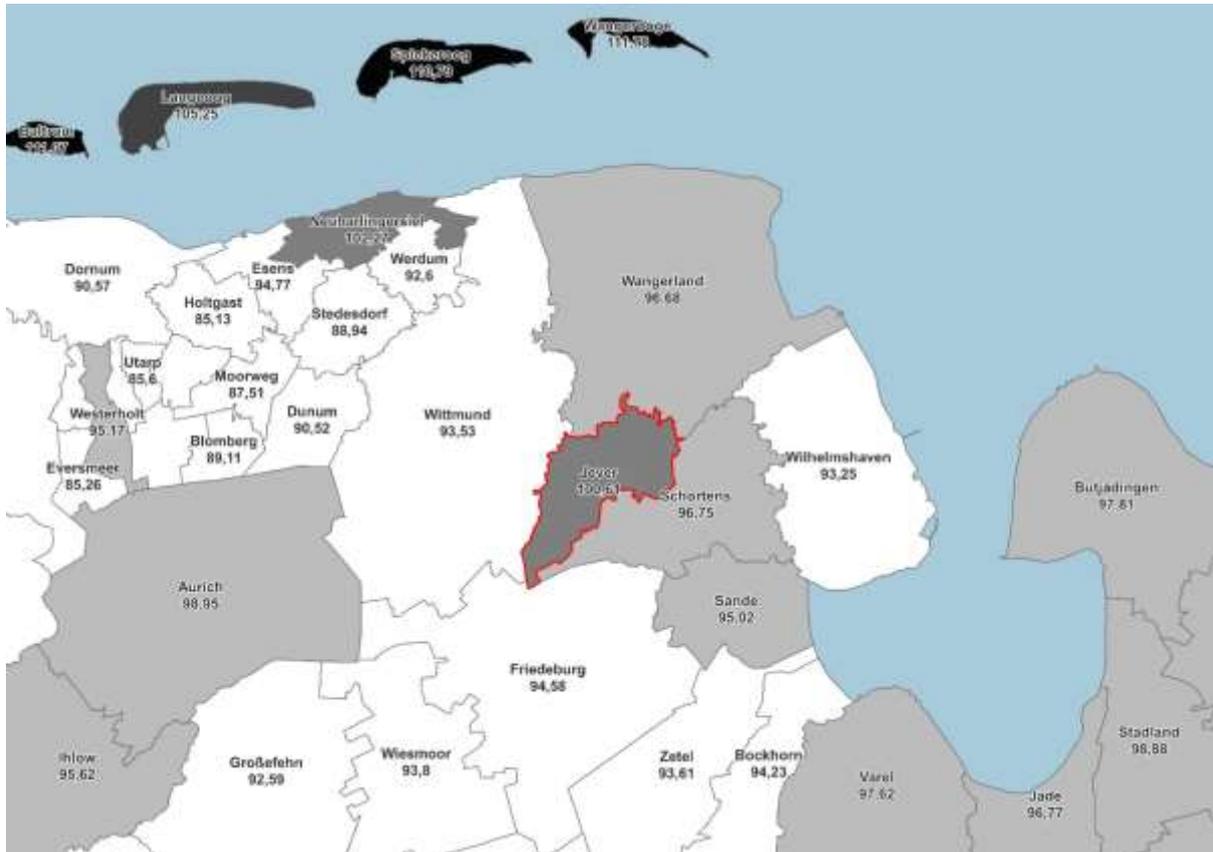
Quelle: eigene Berechnung auf Basis IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln, 2021;
Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für Jever rund 102 Mio. Euro (2021)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei unterschiedlich ausgeprägt. Auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt mit rund 40 Mio. Euro bzw. rund 40 % der höchste Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (rund 10 Mio. Euro bzw. 10 %), Bekleidung (rund 7 Mio. Euro bzw. 7 %) sowie Gesundheit und Körperpflege (rund 7 Mio. Euro bzw. 7 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind Elektronik / Multimedia und Möbel.

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt Jever zu Grunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei

gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Jever vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Jever eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer** von **100,61**, d. h. das Kaufkraftniveau der Jeverischen Bevölkerung liegt um rund 1 % über dem Bundesdurchschnitt. Im Vergleich zum Jahr 2016 (KKZ: 100,52) ist das Kaufkraftniveau überwiegend konstant. Dagegen ist das absolute Kaufkraftvolumen um rund 25 % gestiegen.²⁵

Karte 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (2021)



Quelle: Darstellung und Berechnung Junker+Krusse auf Basis IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln 2021 und © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Im **regionalen Vergleich** wird deutlich, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern der an Jever grenzenden Kommunen Wangerland, Schortens, Friedeburg und Wittmund unter dem Bundesdurchschnitt liegen. Der Küstenort Neuharlingersiel sowie die ostfriesischen Inseln und Jever selbst erreichen dagegen Werte oberhalb des Bundesdurchschnitts.

6.3 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Jever

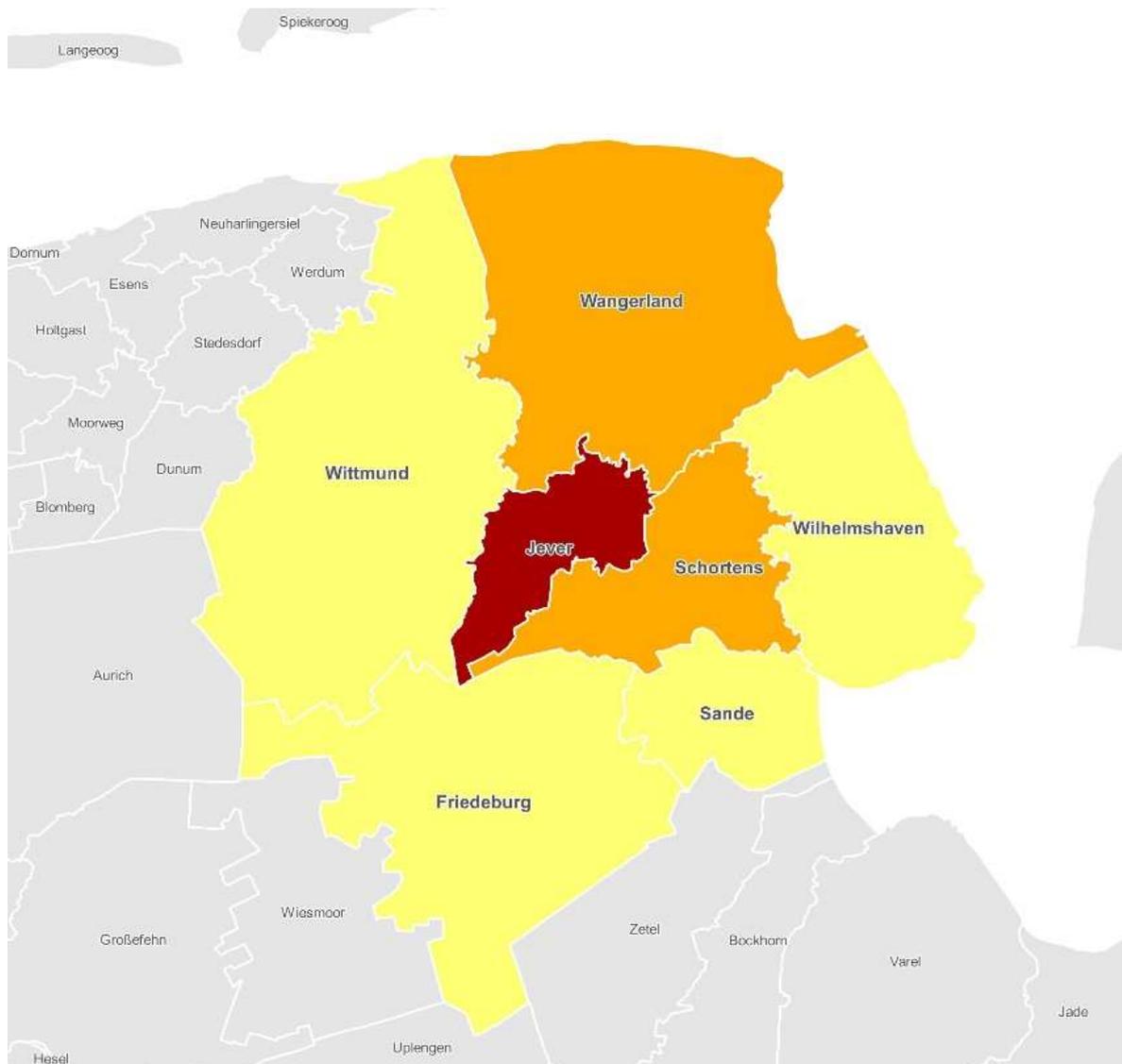
Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das

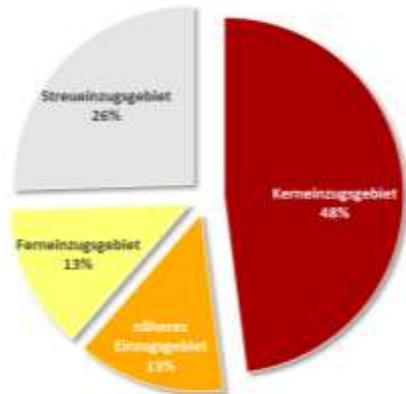
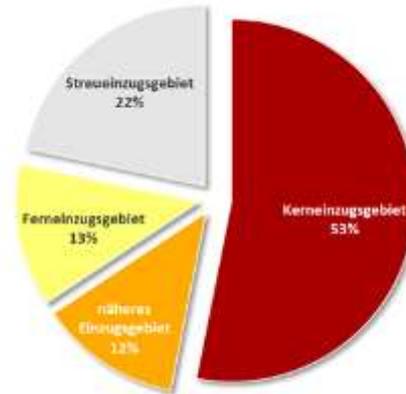
²⁵ Auf Basis von BBE-Marktforschung-Daten ergab sich 2012 anhand der damaligen Bevölkerungszahl ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rund 184 Mio. Euro. (Quelle: BBE Handelsberatung (2012): Konzept – Zentrale Versorgungsbereiche in Jever. Köln. S. 29)

Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Jever, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Kapitel 4.2) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Kreisstadt Jever als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Kreisstadt Jever wie folgt abgrenzen:

Karte 4: Einzugsbereich des Jeverschen Einzelhandels



Woche 1**Woche 2**

Quelle: Darstellung Junker+Kruise, Kartengrundlagen: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Kerneinzugsgebiet

Als **Kerneinzugsgebiet** für den Einzelhandel in Jever bietet die Stadt Jever mit ihren vier Ortsteilen selbst ein Kundenpotenzial von rund 15.000 Einwohnern. 48 % (Woche 1) bzw. 53 % (Woche 2) und damit durchschnittlich die Hälfte der während der Kundenherkunftserhebung befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet.

Näheres Einzugsgebiet

Dem **näheren Einzugsgebiet** (oder Naheinzugsgebiet) werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungskommune liegen. Dazu zählen mit einem Kundenpotenzial von insgesamt mehr als 1.200 Einwohnern (Summe beider Erhebungszeiträume) Wangerland und Schortens. Das Kundenpotenzial entspricht einem Anteil von rd. 13 % (Woche 1) bzw. 12 % (Woche 2) des gesamten Einzugsgebietes. Einzelne Betriebe in Jever, wie beispielsweise Magnetbetriebe an verkehrsgünstigen Standorten, können dabei aber auch deutlich überdurchschnittliche Werte aufweisen.

Ferneinzugsgebiet

Das **Ferneinzugsgebiet** umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Jever mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch auch räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Jever ausgerichtet sind. Dabei handelt es sich um Städte und Gemeinden, die sich an jene des näheren Einzugsgebietes anschließen. Das Kundenpotenzial entspricht in beiden Erhebungszeiträumen einem Anteil von etwa 13 % des gesamten Einzugsgebietes.

Streueinzugsgebiet

Das **Streueinzugsgebiet** umfasst wiederum all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Städte zugeordnet werden können und die den Einkaufsstandort Jever nicht regelmäßig aufsuchen (z. B. Reisende, Touristen etc.). Als sogenannte Streuumsätze des Einzelhandels werden „Zufallskäufe“ durch Personen von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebietes

bezeichnet. 26 % (Woche 1) bzw. 22 % (Woche 2) der ermittelten Kunden des Jeverschen Einzelhandels kommen aus diesem Streugebiet.

Insgesamt konnte durch die Kundenherkunftserfassung im August 2022 das Einzugsgebiet aus dem Einzelhandelskonzept von 2016 weitestgehend bestätigt werden. Während der überwiegende Anteil der Kunden erwartungsgemäß aus dem Stadtgebiet Jever selbst stammt, ist vor allem für das Streueinzugsgebiet ein beachtlich hoher Anteil zu konstatieren, der die Bedeutung des Einzelhandelsstandorts Jever als Ausflugsziel für Touristen unterstreicht.

7 Aktuelle Angebotssituation in Jever

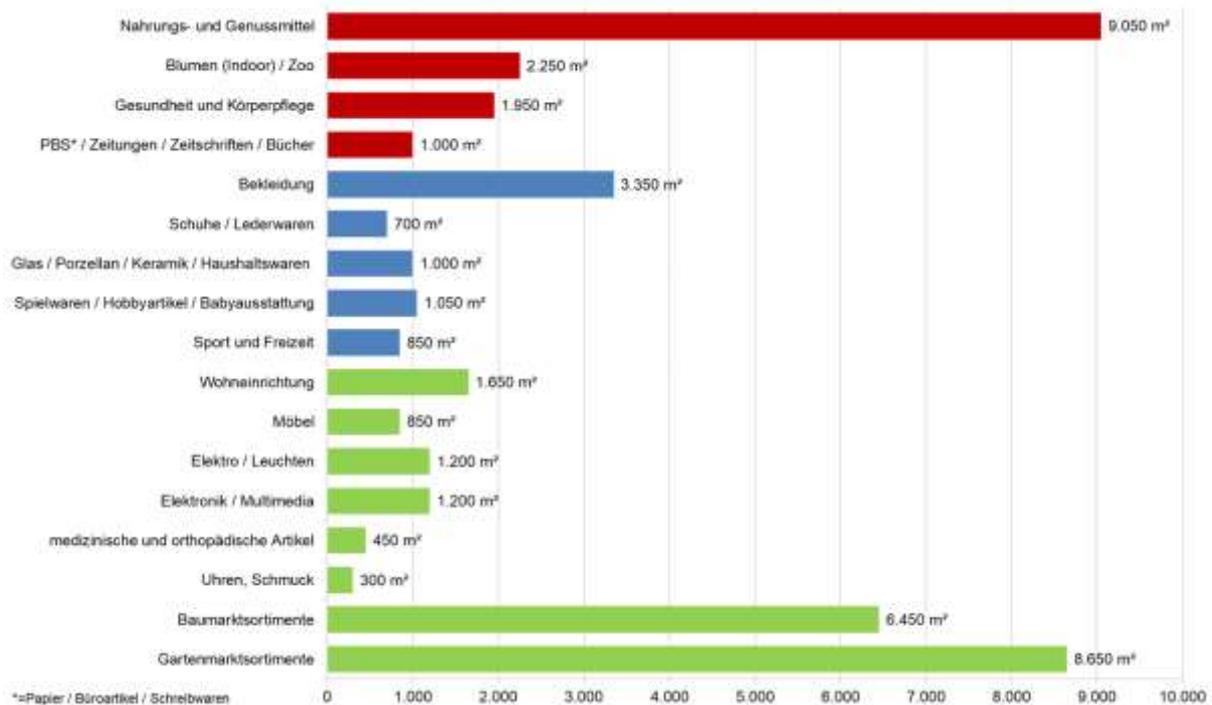
Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Jever unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem beschlossenen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2016. Das heißt: Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt wurde entsprechend seiner damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich erfolgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen – Veränderungen in der räumlichen Abgrenzung ergeben haben.

7.1 Einzelhandelsrelevante Kennziffern in Jever

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächendeckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssituation in Jever getroffen werden. Die wesentlichen Kennwerte des Einzelhandels in Jever stellen sich zum Erhebungszeitpunkt wie folgt dar:

- Es bestehen insgesamt **138 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kapitel 2) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **41.950 m²**. Seit 2016 ist somit über alle Warengruppen ein Verkaufsfächenzuwachs von knapp 900 m² (+2 %) bei einer leicht gesunkenen Anzahl an Einzelhandelsbetrieben (2016: 153 Betriebe) festzustellen. Hier spiegeln sich u. a. einzelne Veränderungen im Bestand sowie methodische Änderungen wider.

Abbildung 6: Warengruppenspezifische Verkaufsflächen in Jever (in m²)

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung Jever 2022

- **Quantitative Angebotsschwerpunkte** liegen in Jever in den flächenintensiven Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** (insgesamt rund 15.100 m² Verkaufsfläche) sowie in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund 9.050 m² Verkaufsfläche). Auch die innerstädtische Leitbranche **Bekleidung** weist mit rund 3.350 m² Verkaufsfläche eine relativ hohe quantitative Bedeutung auf.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **304 m²** und ist gegenüber 2016 (268 m²) gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker+Krusse in anderen Städten mit 10.000 bis 25.000 Einwohnern (280 m²)²⁶ ist der Wert als überdurchschnittlich zu bewerten.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt **2,81 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,5 m² pro Einwohner. Im interkommunalen Vergleich liegt dieser Wert über dem Durchschnitt (zum Vergleich: Der diesbezügliche Durchschnittswert aller Kommunen mit 10.000 bis 25.000 Einwohnern aus der bundesweiten Junker+Krusse Datenbank beträgt rund 1,92 m²). In der Gegenüberstellung zur letzten Erhebung (2,90 m²) ist der Wert leicht gesunken.

In einem warengruppenspezifischen Vergleich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungsgrade zu Kommunen ähnlicher Größenordnung zeigen sich aus rein quantitativer Sicht in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Blumen / Zoologische Artikel, Gesundheit und

²⁶ Quelle: Junker+Krusse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 10.000 und 25.000 Einwohnern (n=87)

Körperpflege, PBS / Bücher / Zeitungen / Zeitschriften, Bekleidung, Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung, Sport und Freizeit, Wohneinrichtung, Elektro / Leuchten, Elektronik / Multimedia, medizinische und orthopädische Artikel, Uhren / Schmuck sowie Bau- und Gartenmarktsortimente überdurchschnittliche Angebotsausstattungen. Unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattungen zeigen sich ausschließlich in der nicht zentrenrelevanten Warengruppe Möbel.

Tabelle 6: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich

Warengruppe	Jever (rund 15.000 Einwohner)	Kommunen mit 10.000 - <25.000 Einwohnern (Durchschnitt)
Nahrungs- und Genussmittel	0,61	0,45
Blumen (Indoor) / Zoo	0,15	0,05
Gesundheit und Körperpflege	0,13	0,08
PBS* / Zeitungen / Zeitschr. / Bücher	0,07	0,03
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>0,96</i>	<i>0,62</i>
Bekleidung	0,22	0,17
Schuhe / Lederwaren	0,05	0,05
GPK** / Haushaltswaren	0,07	0,07
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	0,07	0,03
Sport und Freizeit	0,06	0,04
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>0,47</i>	<i>0,36</i>
Wohneinrichtung	0,11	0,08
Möbel	0,06	0,30
Elektro / Leuchten	0,08	0,04
Elektronik / Multimedia	0,08	0,03
Medizinische und orthopädische Artikel	0,03	0,02
Uhren / Schmuck	0,02	0,01
Bau- und Gartenmarktsortimente	1,01	0,46
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>1,39</i>	<i>0,93</i>
Gesamtsumme	2,81	1,92

* Papier / Büroartikel / Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung in Jever 2022 und Junker+Kruse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 10.000 und 25.000 Einwohnern (n=87)

Stellt man das warengruppenspezifisch differenzierte Verkaufsflächenangebot sowie die rechnerisch ermittelten warengruppenspezifischen Umsätze des Jeverischen Einzelhandels der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber, so ergibt sich sowohl die gesamtstädtische als auch die nach Warengruppen differenzierte einzelhandelsrelevante Zentralität. Hierbei handelt es sich um eine Maßzahl, die den Kaufkraftzu- bzw. -abfluss im Saldo darstellt und Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes zulässt. Ein Wert von 1

bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genau so groß ist wie die lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der entsprechenden Warengruppe; Werte über 1 deuten auf Zuflüsse von außen hin.

Tabelle 7: Umsätze und Zentralitäten in Jever nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	9.050	43,7	1,10
Blumen (Indoor) / Zoo	2.250	4,5	2,40
Gesundheit und Körperpflege	1.950	10,6	1,54
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1.000	4,1	1,61
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>14.250</i>	<i>62,9</i>	<i>1,23</i>
Bekleidung	3.350	8,0	1,13
Schuhe / Lederwaren	700	2,3	1,21
GPK / Haushaltswaren	1.000	2,2	1,28
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	1.050	3,0	1,38
Sport und Freizeit	850	2,5	0,77
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>6.950</i>	<i>18,1</i>	<i>1,11</i>
Wohneinrichtung	1.650	3,0	1,17
Möbel	850	1,1	0,18
Elektro / Leuchten	1.200	5,3	1,77
Elektronik / Multimedia	1.200	7,4	1,09
Medizinische und orthopädische Artikel	450	1,9	1,44
Uhren / Schmuck	300	2,0	1,84
Baumarktsortimente	6.450	9,0	1,17
Gartenmarktsortimente	8.650	7,6	4,28
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>20.750</i>	<i>37,3</i>	<i>1,23</i>
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	41.950	118,3	1,16

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022

- Dem in der Stadt Jever vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 102 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 118 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,16** über alle Warengruppen. Per Saldo lässt sich also feststellen, dass der erzielte Jahresumsatz über dem örtlichen Kaufkraftvolumen liegt und es somit Kaufkraftzuflüsse aus der Region gibt. Angesichts der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation ist dieser Wert – unabhängig von warengruppen-spezifischen und räumlichen Betrachtungen – als sehr gut einzuordnen. Die Stadt Jever wird ihrer landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum gerecht. Gegenüber dem Jahr 2016 ist zwar eine positive Umsatzentwicklung (um rund 4 Mio. Euro; +3 %) zu beobachten, jedoch stieg das Kaufkraftvolumen in diesem Zeitraum deutlich stärker (+25 %) an. Dementsprechend ist die Zentralität über alle Warengruppen im Vergleich zum Jahr 2016 (1,41) gesunken.

- Vor dem Hintergrund der Versorgungsfunktion JEVERS erscheinen aus rein quantitativer Sicht lediglich die Zentralitätswerte in den Warengruppen Sport und Freizeit sowie Möbel ausbaufähig. Weiterführende Betrachtungen hierzu erfolgen in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in JEVER in den nachfolgenden Kapiteln. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des JEVERSchen Einzelhandels erfolgen in Kapitel 8 dieses Konzepts.

7.2 Angebotsstruktur des Einzelhandels in JEVER

Das Einzelhandelsangebot in JEVER weist auf gesamtstädtischer Ebene folgende strukturelle Merkmale auf:

Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe

- Mit 36 Betrieben entfällt der größte Einzelanteil (rund 26 %) der Einzelhandelsbetriebe auf Kernsortimentsanbieter der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Dabei spielen in diesem Zusammenhang jedoch insbesondere auch die zahlreichen Betriebe des Lebensmittelhandwerks (v.a. Bäckereien) im JEVERSchen Stadtgebiet eine quantitative Rolle. Rund 9.050 m² Verkaufsfläche entfallen auf diese Warengruppe. Die *einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung* in dieser Warengruppe von ca. 0,61 m² liegt über dem Vergleichswert aus Kommunen vergleichbarer Größenordnung²⁷ (0,45 m² pro Einwohner) und weist auf eine im Bundesvergleich überdurchschnittliche Ausstattung hin.
Der Bereich Nahrungs- und Genussmittel nimmt mit rund 44 Mio. Euro den größten Einzelanteil (37 %) am Umsatz in den verschiedenen Warengruppen ein. Die Zentralität von 1,10 zeigt per Saldo Kaufkraftzuflüsse.
Diese Werte zeigen aus rein quantitativer Sicht einen überdurchschnittlichen Ausstattungsgrad in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in JEVER und unterstreichen die hohe Bedeutung dieser Sortimentsgruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben der Haushalte.
- Die Angebotsausstattungen in den übrigen Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsdeckung sind als gut einzustufen. Rund 1.950 m² Verkaufsfläche entfallen auf die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege**. Mit rund 0,13 m² Verkaufsfläche je Einwohner besteht auch hier eine für Städte dieser Größenordnung überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung (Schnitt: 0,08 m² / EW)²⁸. Es existieren zwei Drogeriemärkte im Stadtgebiet, von denen sich einer innerhalb der Innenstadt befindet (Rossmann), einer im Sonderstandort Mühlenstraße (Famila). Das weitere sortimentspezifische Fachangebot besteht neben Fachgeschäften in der JEVERSchen Innenstadt (Parfümerie und Friseurbedarf) vor allem in mehreren Apotheken. Rund ein Drittel der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche entfällt auf Nebensortimente der Lebensmittelanbieter, wo sie maßgeblich zur wohnortnahen Grundversorgung der JEVERSchen Bevölkerung beitragen. Die Zentralität von 1,54 zeigt Kaufkraftzuflüsse.

²⁷ Quelle: Junker+Kruse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 10.000 und 25.000 Einwohnern (n=87)

²⁸ Quelle: ebd.

Insgesamt entfällt mit rund 14.250 m² etwa ein Drittel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots und mehr als die Hälfte des Umsatzes im Jeverischen Einzelhandel auf die Warengruppen der **kurzfristigen Bedarfsstufe**. Dies liegt vor allem an dem hohen Anteil dieser Warengruppen (v. a. Lebensmittel) an den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Gesamtzentralität der Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs zeigt mit 1,23 per Saldo Kaufkraftzuflüsse. Detailliertere Aussagen zur wohnungsnahen Grundversorgungssituation in Jever folgen in Kapitel 7.5 dieser Untersuchung.

Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe

- Im Bereich der mittelfristigen Bedarfsstufe ist die größte Verkaufsfläche mit rund 3.350 m² in der Warengruppe **Bekleidung** vorhanden, was rund 8 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Dabei verteilt sich die warengruppenspezifische Verkaufsfläche auf 22 Betriebe, die dieser Warengruppe zuzuordnen sind. Die Zentralität von 1,13 weist aus quantitativer Sicht auf einen überdurchschnittlichen Ausstattungsgrad in dieser zentralen Leitbranche des innerstädtischen Einzelhandels hin. Die meisten Anbieter sind in der Jeverischen Innenstadt lokalisiert, wo sich insgesamt mehr als 70 % der Betriebe und der Verkaufsfläche dieser Warengruppe befinden. Größter Anbieter ist Takko (rund 600 m²), der hingegen in nicht integrierter Lage liegt.
- In den ebenfalls zentrenprägenden Leitbranchen **Schuhe / Lederwaren** sowie **Sport und Freizeit** bewegen sich die Gesamtverkaufsflächen zwischen 700 m² und 850 m², was Anteilen von rund 2 % am gesamten Verkaufsflächenangebot der Stadt Jever entspricht. Die warengruppenspezifische Zentralität der Warengruppe Schuhe / Lederwaren von 1,21 liegt auf einem guten Niveau und zeigt Kaufkraftzuflüsse. Die vier Kernsortimentsanbieter im Bereich Schuhe / Lederwaren befinden sich allesamt in der Jeverischen Innenstadt. Die Warengruppe Sport und Freizeit weist hingegen eine Zentralität von 0,77 und damit Kaufkraftabflüsse auf. Sie ist durch verschiedene Fachanbieter strukturiert, darunter zwei Reitsportfachgeschäfte, ein Campingartikelgeschäft und mehrere Fahrradläden. Im Bereich Sportbekleidung und -schuhe wird das größte Angebot in der Innenstadt von Sport 2000 – Sporthaus Jever vorgehalten.
- Weitere Angebotsbausteine der mittelfristigen Bedarfsstufe bilden die Warengruppen **Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren** und **Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung**. Ersteres weist in Jever ein niedrigpreisiges, discountorientiertes Angebot auf, wobei rund 89 % der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche auf Angebote von Rand- und Nebensortimenten bei Fachgeschäften, Lebensmittelanbietern und Drogeriemärkten sowie bei preisorientierten Billiganbietern und Bau- und Gartenmärkten entfallen. Lediglich ein Betrieb bietet Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren als Kernsortiment an. Auch Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung werden – neben zwei Hobbyfachgeschäften sowie einem klassischen Spielwarengeschäft – hauptsächlich als Randsortiment oder Aktionswaren u. a. von Lebensmittelanbietern, Drogeriemärkten oder Bekleidungsgeschäften angeboten. Beide Warengruppen verzeichnen mit Zentralitäten von 1,28 bzw. 1,38 Kaufkraftabflüsse. Dabei ist anzumerken, dass insbesondere der mittelständische Spielwarenhandel in den letzten Jahren verstärkt durch Angebotskonzentrationen in großen Fachmärkten sowie die zunehmende Konkurrenz des E-Commerce geprägt war. Dennoch besitzt dieser Angebotsbaustein ebenso wie Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren eine hohe Bedeutung für eine attraktive innerstädtische Angebotsstruktur.

Mit insgesamt rund 6.950 m² Verkaufsfläche, 41 Kernsortimentsanbietern und einem Umsatz von rund 18 Mio. Euro (Gesamtzentralität: 1,11) haben die Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfs** einen bedeutenden Anteil am gesamtstädtischen Einzelhandelsangebot in Jever bei einer für ein Mittelzentrum dieser Größenordnung und im Hinblick auf die regionale Angebots- und Konkurrenzsituation insgesamt **guten quantitativen Angebotsausstattung**. Die Zentralitätswerte in vier von fünf Warengruppen weisen auf Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland hin.

Warengruppen der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe

- Rund 20.750 m² Verkaufsfläche und damit rund die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entfallen auf Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe. Quantitative Angebotschwerpunkte liegen in der Warengruppe **Bau- und Gartenmarktsortimente** (insgesamt rund 15.100 m² Verkaufsfläche). Dieser Flächenanteil repräsentiert jedoch nicht zwangsläufig einen besonderen Stellenwert dieser Warengruppen innerhalb der Jeverschen Einzelhandelsstrukturen, sondern ist größtenteils auf das flächenintensive Angebot der Betriebe dieser Warengruppen zurückzuführen. Zu nennen sind hier insbesondere die Baumärkte Obi, Baudi sowie Brader GmbH & Co KG. Im Bereich Gartenmarktsortimente dokumentiert die Zentralitätskennziffer mit einem Wert deutlich über 1 die umfangreiche Angebotsausstattung.
- In der Warengruppe **Möbel** ist unter allen Warengruppen mit 0,18 die mit Abstand niedrigste Zentralität zu verzeichnen, was auf die Ausstrahlungskraft des Einzelhandelsangebotes in dem übergeordneten Oberzentrum und damit hohe Kaufkraftabflüsse hindeutet. Das Verkaufsflächenangebot beträgt insgesamt nur rund 850 m² Verkaufsfläche. Die Verkaufsflächenausstattung ist mit 0,06 m² Verkaufsfläche je Einwohner unterdurchschnittlich. Ein klassischer Möbelmarkt existiert in Jever nicht. Das bestehende Angebot ist durch einen kleinteiligen Anbieter, Bunter Wohnen – Shabby, Vintage, Antiquitäten, geprägt. Des Weiteren wird die Warengruppe als Randsortiment vorgehalten, auf das rund 95 % der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche entfällt.
- Das Angebot in den **übrigen, weniger flächenintensiven Warengruppen des langfristigen Bedarfs** liegt jeweils zwischen 300 m² und 1.650 m² Verkaufsfläche. Die Zentralitätswerte bewegen sich hier bei 1,09 aufwärts.

Mit einer Zentralität von 1,23 über alle Warengruppen der überwiegend **langfristigen Bedarfsstufe** hinweg kann abschließend auch hier insgesamt ein **quantitativ guter Ausstattungsgrad** für die Stadt Jever konstatiert werden. Allerdings zeigt sich ein quantitatives Entwicklungspotenzial in der Warengruppe Möbel.

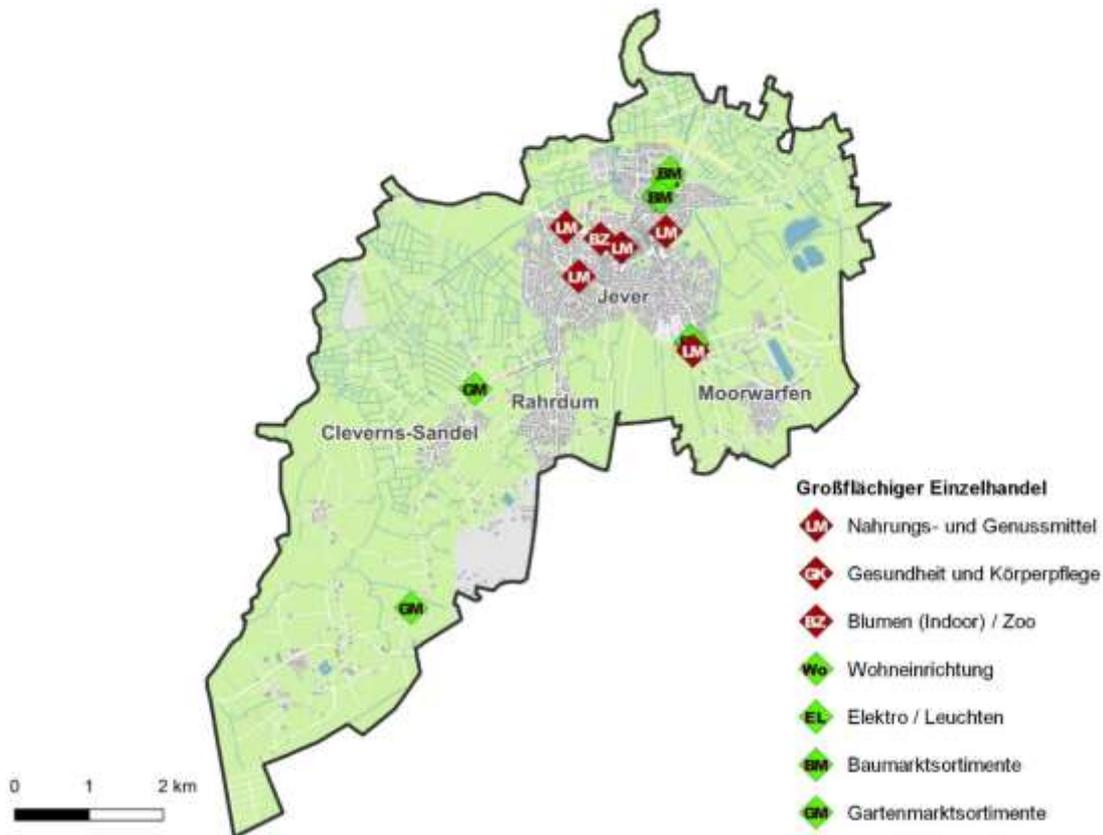
Großflächiger Einzelhandel in Jever

- Aktuell existieren in Jever **15 großflächige Anbieter**²⁹ mit einer Verkaufsfläche von zusammen rund 29.700 m². Obwohl diese Betriebe nur rund 11 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie **knapp drei Viertel des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.

²⁹ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der

- Mit rund 16.000 m² Verkaufsfläche entfallen mehr als 50 % der Fläche der großflächigen Betriebe auf die sechs Anbieter der Hauptbranchen **Bau- und Gartenmarktsortimente**, was auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen ist.
- In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** vereinen fünf großflächige Anbieter in Jever eine Verkaufsfläche von rund **9.650 m²** auf sich und machen damit rund 32 % der Fläche aller großflächigen Einzelhandelsbetriebe aus. Erwartungsgemäß befinden sich diese Anbieter fast ausschließlich im Hauptort Jever und haben wichtige Magnetfunktionen für den weiteren Einzelhandel.
- Darüber hinaus existiert jeweils ein großflächiger Anbieter in den Warengruppen Blumen (In-door) / Zoo, Gesundheit und Körperpflege, Elektro / Leuchten sowie Wohneinrichtung. Diese verfügen über Verkaufsflächen von 800 m² bis 1.150 m² und machen damit Anteile von rund 3 bis 4 % an der Verkaufsfläche aller großflächiger Anbieter aus.

Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² zutrifft (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m²) in Jever

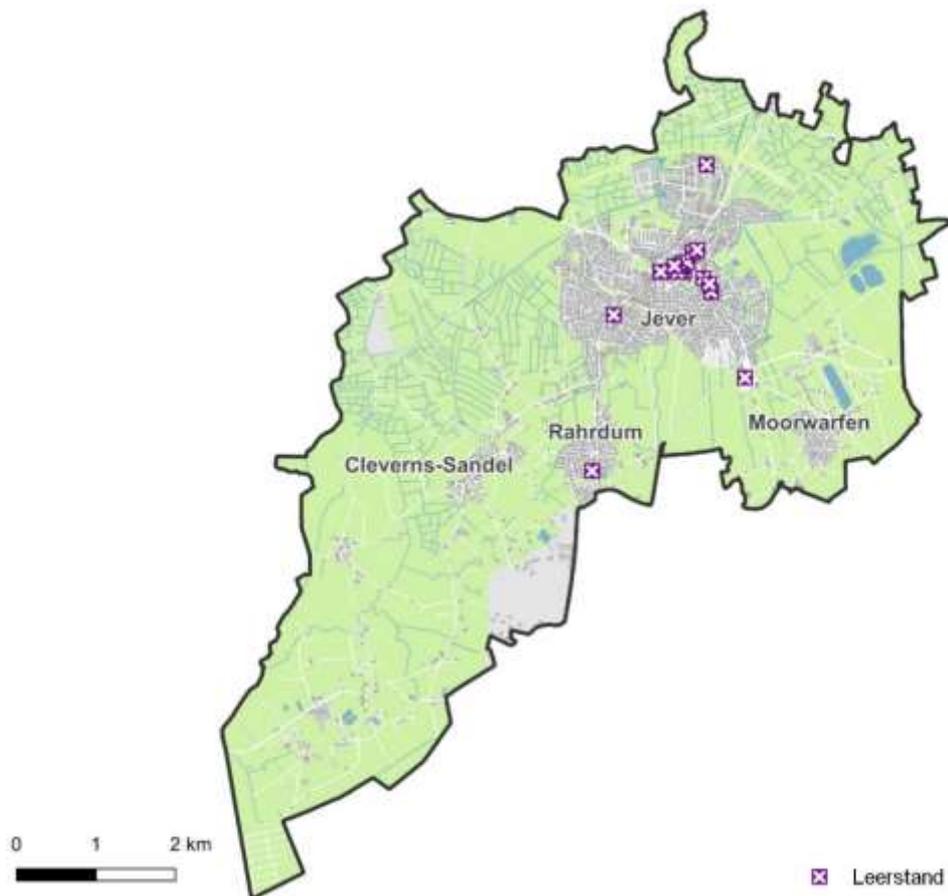
Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022; Kartengrundlagen: Stadt Jever 2022; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Leerstände in Jever

- Zum Erhebungszeitpunkt (Mai 2022) bestehen im Jeverischen Stadtgebiet **17 Leerstände** von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche³⁰ von rund 2.800 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von etwa 11 % der Ladenlokale und rund 7 % der Verkaufsfläche. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Einzelhandelsstruktur immer einer gewissen Fluktuation und Veränderung unterliegt.
- Rund drei Viertel der Ladenleerstände liegen innerhalb der Jeverischen Innenstadt. Die Leerstandsquote beträgt etwa 13 % der Ladenlokale und 22 % der Fläche. Dabei handelt es sich beispielsweise um das ehemalige Schuhhaus Pekol sowie vornehmlich kleinere Leerstände mit z. T. deutlich weniger als 200 m² Verkaufsfläche.

³⁰ Der Flächenwert der Leerstände ist geschätzt, da die Ladenlokale teilweise nur bedingt einsehbar bzw. messbar waren.

Karte 6: Leerstände in Jever

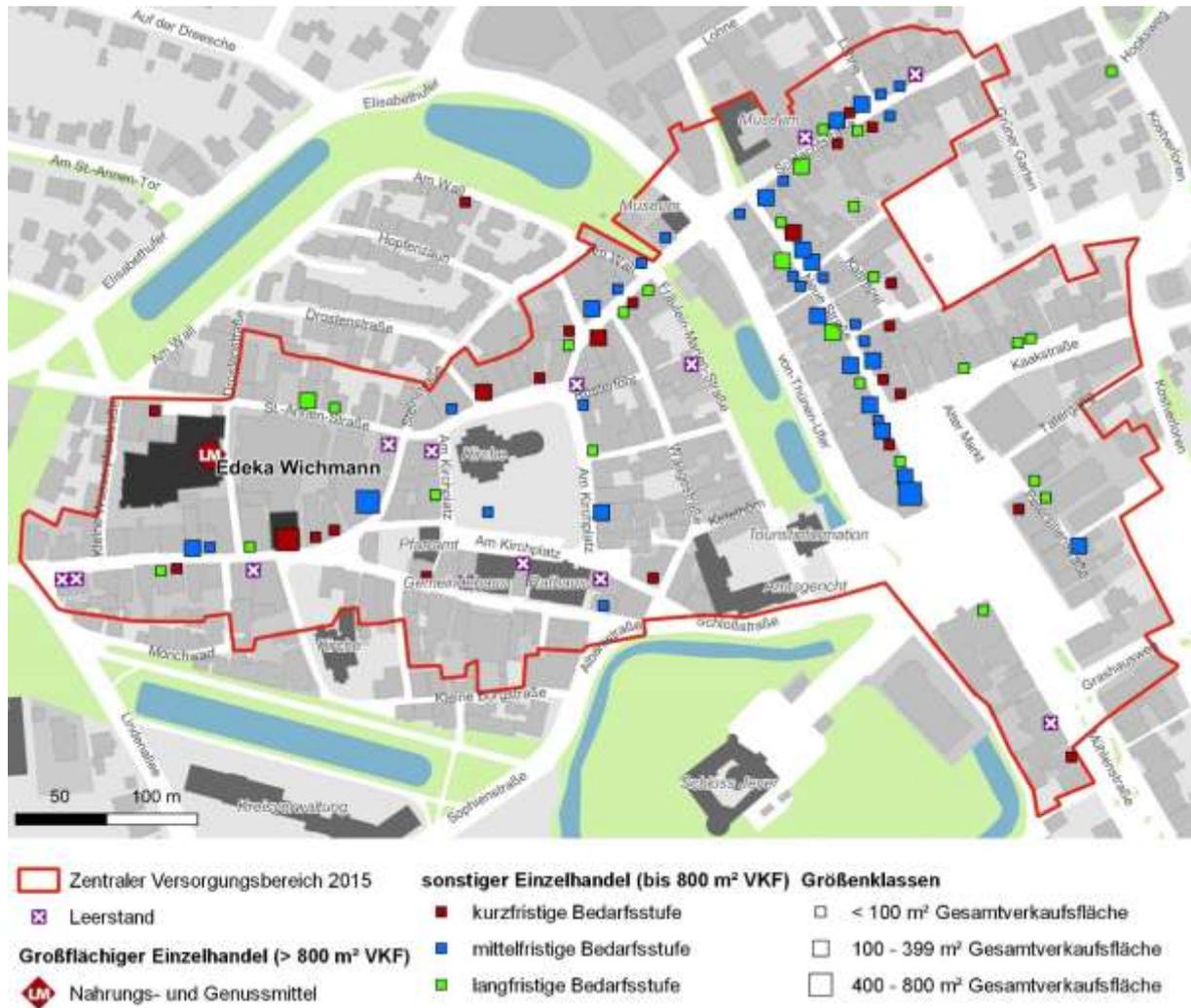


Quelle: Darstellung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung in Jever 2022; Karten-
grundlagen: Stadt Jever 2022; Legende für Kartengrundlage im Anhang

7.3 Die Jeverische Innenstadt

Die Jeverische **Innenstadt**, im nördlichen Stadtgebiet gelegen, bildet den siedlungsräumlichen, wirtschaftlichen und kulturellen Mittelpunkt der Stadt Jever. Innerhalb dieses Stadtbereichs prägen eine hohe Nutzungsdichte mit einer Mischung aus Einzelhandel, Dienstleistung, Wohnen sowie öffentlichen Einrichtungen das Stadtbild. Das Geschäftszentrum erstreckt sich in Ost-West-Richtung im Wesentlichen entlang der St.-Annen-Straße und Großen Wasserpfort- / Großen Burgstraße, rund um den Kirchplatz sowie entlang der Wangerstraße / Schlachtstraße. In Nord-Süd-Richtung verläuft es entlang der Neuen Straße zwischen der Schlachtstraße im Norden und dem Alten Markt im Süden. Die Innenstadt Jever weist eine Ausdehnung von rund 600 m in Ost-West-Richtung und bis zu 300 m in Nord-Süd-Richtung auf. Über den fußläufig erreichbaren Bahnhof sowie Busbahnhof ist die Innenstadt an das ÖPNV-Netz angebunden.

Karte 7: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen in der Jeverischen Innenstadt



Quelle: Darstellung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung in Jever 2022; Kartengrundlagen: Stadt Jever 2022; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2016; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Einzelhandelsangebot

Die Jeverische Innenstadt ist mit insgesamt 86 Betrieben (rund 62 % der Betriebe in Jever) und rund 9.100 m² Verkaufsfläche (rund 22 % der Verkaufsfläche in Jever) der bedeutendste Angebotsschwerpunkt in Jever.

In der folgenden Tabelle ist das Einzelhandelsangebot in der Jeverischen Innenstadt differenziert nach Warengruppen dargestellt:

Tabelle 8: Angebotssituation in der Jeverischen Innenstadt

Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche	
		in m ²	Anteil an Gesamtstadt in %
Nahrungs- und Genussmittel	14	1.350	15 %
Blumen (Indoor) / Zoo	1	100	5 %
Gesundheit und Körperpflege	5	750	39 %
PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	5	550	56 %
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	<i>25</i>	<i>2.750</i>	<i>19 %</i>
Bekleidung	20	2.350	70 %
Schuhe / Lederwaren	4	600	88 %
GPK / Haushaltswaren	2	300	29 %
Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung	5	700	68 %
Sport und Freizeit	5	700	81 %
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	<i>36</i>	<i>4.650</i>	<i>67 %</i>
Wohneinrichtung	13	750	44 %
Möbel	-	-	0 %
Elektro / Leuchten	-	50	4 %
Elektronik / Multimedia	3	150	14 %
Medizinische und orthopädische Artikel	4	250	57 %
Uhren / Schmuck	4	300	97 %
Baummarktsortimente	1	150	2 %
Gartenmarktsortimente	-	50	1 %
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	<i>25</i>	<i>1.700</i>	<i>8 %</i>
sonstige	-	-	-
Gesamtsumme	86	9.100	22 %

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: Berechnung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022

Der Angebotsschwerpunkt der Jeverischen Innenstadt liegt erwartungsgemäß im Bereich des **mittelfristigen Bedarfs**, auf den mehr als die Hälfte der innerstädtischen Verkaufsfläche und rund 70 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Bedarfsstufe entfallen. Die innerstädtische Leitbranche Bekleidung stellt derzeit mit rund 2.350 m² den größten Verkaufsflächenanteil in der Jeverischen Innenstadt dar, was einem Anteil von 70 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe in Jever entspricht. Hier wird ein breites und differenziertes Angebot auf einem mittleren bis niedrigem Angebotsniveau vorgehalten, das sowohl inhabergeführte Betriebe als auch namhafte Filialisten umfasst (insgesamt 20 Betriebe). Der größte Anbieter ist Kik in der Steinstraße, gefolgt von Wübbenhorst Mode und Seemann in der Neuen Straße. Die Warengruppe Schuhe / Lederwaren nimmt rund 600 m² ein (88 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe in Jever), welche durch vier Fachgeschäfte vorgehalten werden.

Das Angebot in der **langfristigen Bedarfsstufe** fällt mit rund 1.700 m² deutlich geringer aus, wobei der Angebotsschwerpunkt auf die Warengruppen Wohneinrichtung entfällt. Die 13 Betriebe machen mit rund 700 m² einen Anteil von 44 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche dieser Warengruppe aus. In den übrigen Warengruppen ist das Angebot sehr kleinteilig, die Kernsortimentsanbieter weisen durchweg Betriebsgrößen von maximal rund 100 m² auf.

Die Warengruppen der **kurzfristigen Bedarfsstufe** werden in der Innenstadt auf einer Verkaufsfläche von knapp 2.750 m² Verkaufsfläche angeboten. Ein differenziertes Angebot innerhalb der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in Innenstädten ist ein maßgeblicher Bestandteil der funktionalen Heterogenität einer Innenstadt und ist regelmäßig zu erhalten bzw. weiterzuentwickeln. Insbesondere strukturprägende Lebensmittelanbieter sind unverzichtbare Grundpfeiler (Frequenzbringer) eines funktionierenden Zentrums (auch für andere Nutzungsbausteine), die zudem die Grundversorgung der in der Innenstadt lebenden Menschen sicherstellen. Ein Anteil von lediglich rund 15 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche von Nahrungs- und Genussmitteln zeigt allerdings, dass die Jeverische Innenstadt Nachholbedarf hat. Positiv zu bewerten ist das Angebot an kleinteiligen, inhabergeführten Anbietern (u. a. Bäcker, Metzger sowie Obst- und Gemüsehandel).

Das zweitgrößte Angebot in der kurzfristigen Bedarfsstufe entfällt mit 750 m² Verkaufsfläche auf die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege, vertreten durch den Drogeriemarkt Rossmann, das Geschäft Nordmann (Haarpflegeprodukte) und Apotheken. Vier Buchhandlungen sowie eine Buch- und eine Blumenbinderei ergänzen das innerstädtische Angebot.

Grundsätzlich sind Angebote über alle Warengruppen vorhanden. Einzelne Warengruppen weisen dabei nur eine geringe Breite und Tiefe auf, was darauf zurückzuführen ist, dass diese nur als Rand- oder Nebensortiment angeboten werden.

Die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb liegt in der gesamten Jeverischen Innenstadt bei rund 106 m², was einem sehr kleinteiligen innerstädtischen Einzelhandelsangebot entspricht. Mit dem Supermarkt Edeka Wichmann befindet sich lediglich ein großflächiger Anbieter im Zentrum der Stadt. Insgesamt zeigt sich in der Jeverischen Innenstadt ein mittleres bis niedriges Angebotsniveau.

Leerstände

Im zentralen Bereich stehen zum Zeitpunkt der Erhebung (Mai 2022) insgesamt 13 Ladenlokale mit rund 2.500 m² Verkaufsfläche leer, was einer Leerstandsquote von rund 13 % der Ladenlokale und rund 22 % der Fläche entspricht. Die Leerstände weisen eine durchschnittliche Flächengröße von rund 190 m² auf. Mehr als die Hälfte der Leerstände weisen dabei Flächen von kleiner 100 m² auf. Größter Leerstand ist die 800 m² große Fläche des ehemaligen Schuhhauses Pekol in der Schlachtstraße, in welcher sich auch ein weiterer Leerstand mit 300 m² Verkaufsfläche befindet. Weitere Leerstände befinden sich u.a. in der Großen Wasserpfortstraße sowie in der Straße Am Kirchplatz. Gleichzeitig ist zu betonen, dass es sich bei einigen wenigen Leerständen um ehemalige Dienstleistungsbetriebe handelt und dadurch die Zahl der Einzelhandelsleerstände geringer ausfällt.

Dauerhafte Leerstände können, je nach Ausmaß zum Funktions- bzw. Attraktivitätsverlust einzelner Lagen oder gar des gesamten Zentrums beitragen. Im Hinblick auf potenzielle Folgenutzungen der Ladenlokale spielen neben der Flächengröße und dem Zuschnitt auch die vorhandene Eigentümerstruktur eine Rolle. Generell ist zu berücksichtigen, dass kleine Ladenlokale insbesondere in

Nebenlagen in der Regel nur eingeschränkt als Einzelhandelsflächen vermarktbar sind, so dass Folgenutzungen an diesen Standorten sowohl durch Einzelhandel, aber vor allem auch durch Dienstleistungen oder Gastronomie in Erwägung zu ziehen sind. Zur Ableitung von Handlungsstrategien ist daher generell eine vertiefende Analyse der Leerstände³¹ insbesondere im Hinblick auf ihre Lage, Größe, Dauer und potenzielle Folgenutzung (für Einzelhandel oder andere Nutzungen) notwendig.

Räumlich funktionale Struktur

Die Innenstadt gliedert sich in zwei Bereiche: Die Altstadt, umgeben von Wasseranlagen und Gräben, die in Grünanlagen eingebettet sind, sowie die Neustadt rund um Neue Straße/Marienstraße. Es existieren zwei Verbindungswege zwischen den beiden Bereichen, nämlich die Schloß- sowie die Schlachtstraße. Dazwischen liegen Wasser- und Grünanlagen. Südlich der Altstadt grenzen das Schloss und der Schlosspark an diese. Die wichtigsten Einzelhandelslagen sind die **Neue Straße** sowie die **Schlachtstraße/Wangerstraße**. Die beiden Bereiche (Altstadt und Neustadt) ergänzen sich und bilden eine multifunktionale Einheit.

Ein Einkaufszentrum existiert nicht, der einzige großflächige Betrieb ist ein Lebensmittelmarkt in der Lindenbaumstraße. Das weitere Einzelhandelsangebot ist kleinteilig und überwiegend inhabergeführt. Das Angebotsniveau besteht zum Großteil aus inhabergeführtem Facheinzelhandel mit zum Teil spezialisiertem Angebot, wohingegen filialisierte Betriebe die Ausnahme bilden. Geringere Einzelhandelsdichten werden Am Kirchplatz sowie in der Steinstraße/Große Wasserpfortstraße erreicht. Ergänzt wird dies durch ein umfangreiches Dienstleistungsangebot. Insbesondere in den Straßen, in denen ein geringes Einzelhandelsangebot lokalisiert ist, ist das Dienstleistungsangebot ausgeprägt. Dies betrifft beispielsweise die Straßen Mühlenstraße, Große Burgstraße und Kaakstraße. Die Verkehrsbelastung ist im gesamten zentralen Versorgungsbereich (ZVB) gering.

Foto 1 und Foto 2: Kirchplatz



Quelle: Aufnahmen Junker+Kruse (Juni 2022)

Plätze mit Aufenthaltsqualität und (außen-)gastronomischen Angeboten sind der Kirchplatz sowie der Alte Markt. Der Kirchplatz ist ein wichtiger Identitätsfaktor und liegt zentral in der Innenstadt. Auf ihm befindet sich die namensgebende Stadtkirche. Der Kirchplatz stellt aufgrund der Dichte

³¹ Eine differenzierte Analyse der Leerstände in Jever ist nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.

an gastronomischen Nutzungen sowie seiner Funktion als Wochenmarktstandort, der zweimal wöchentlich stattfindet, den kulturellen Mittelpunkt in der Jeverschen Innenstadt dar.

Foto 3 und Foto 4: Alter Markt (links) und Schlachtstraße (rechts)



Quelle: Aufnahmen Junker+Kruse (Juni 2022)

Darüber hinaus zeigen sich in einigen wenigen Bereichen Funktionsverluste, z. B. in der St.-Annen-Straße. Die Straßen in den Randbereichen des zentralen Versorgungsbereich bzw. die Nebenstraßen – z. B. die St.-Annen-Straße, die Waagestraße und der Grashausweg – sind durch eine rasch abnehmende, geringe Einzelhandelsdichte geprägt. Demgegenüber besteht dort eine höhere bzw. mittlere Dienstleistungsdichte.

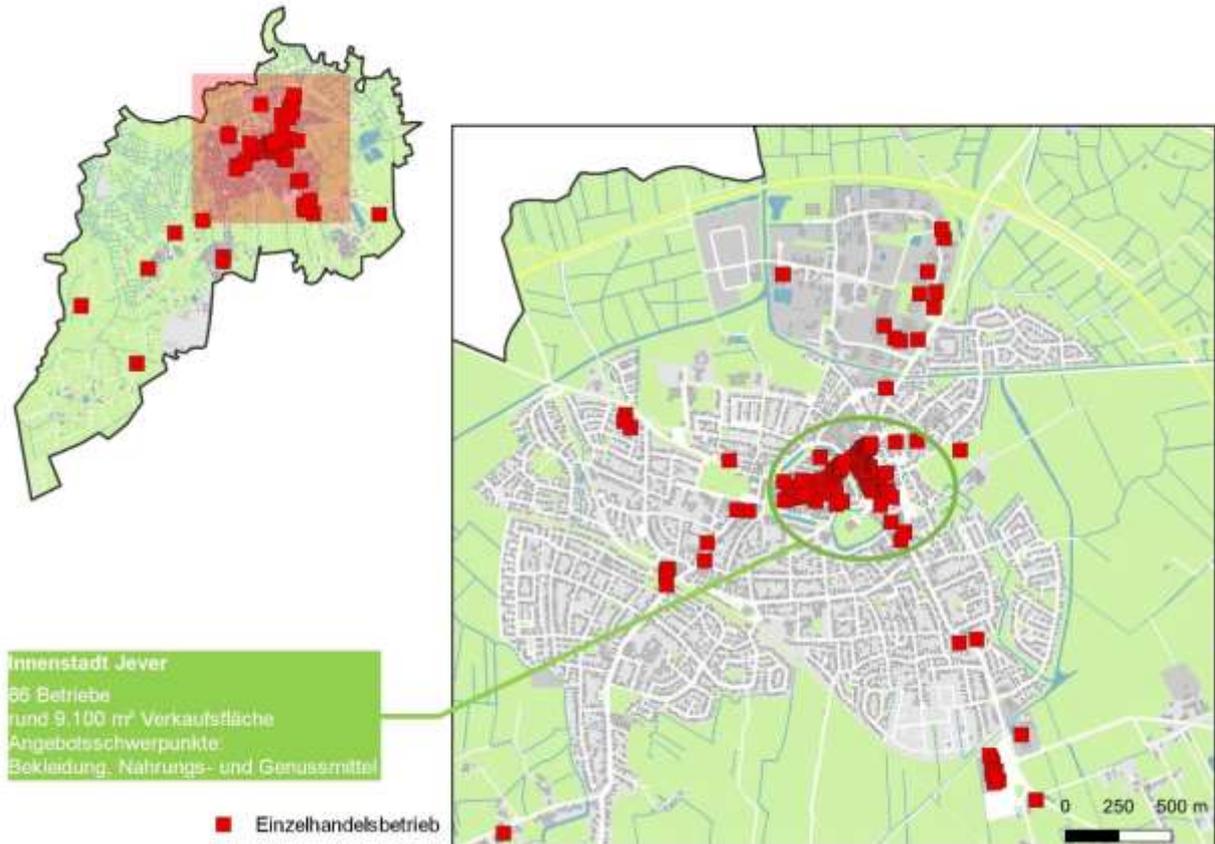
Die Stärken und Schwächen der Jeverschen Innenstadt können wie folgt zusammengefasst werden:

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> • Umfangreiches Verkaufsflächenangebot über (fast) alle Bedarfsstufen und Warengruppen, insbesondere in den Warengruppen Bekleidung sowie Nahrungs- und Genussmittel, aber ... • Hohe Einzelhandelsdichte in der Neuen Straße sowie der Schlachtstraße/Wangerstraße • Guter Nutzungsmix aus Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistung → multifunktionale Innenstadt mit historischer Altstadt und Neustadt • Inhabergeführter Facheinzelhandel mit zum Teil spezialisiertem Angebot • Großflächiger Lebensmittelmarkt • Gute Aufenthaltsqualität mit Platzsituationen (Kirchplatz und Alter Markt) und Fußgängerzone • Leerstände treten nicht gehäuft und in erster Linie in Nebenstraßen auf • Zweimal wöchentlich stattfindender Wochenmarkt als wichtiger Frequenzerzeuger • Gute Erreichbarkeit mit ÖPNV und MIV • Geringe Verkehrsbelastung im gesamten ZVB 	<ul style="list-style-type: none"> • ... in einigen zentrenrelevanten Warengruppen, insbesondere Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren sowie Uhren, Schmuck ist das Verkaufsflächenangebot dürftig • Abnehmender Einzelhandelsbesatz in den Randbereichen • Funktionsverlust in der St.-Annen-Straße

7.4 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Jever

Neben der Innenstadt existieren auch einige Einzelbetriebe in solitären Lagen, die von hoher Bedeutung für die Jeverschen Einzelhandelsstruktur sein können. Neben großflächigen Fachmärkten sind hier vor allem auch die strukturprägenden Lebensmittelmärkte zu nennen, die einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Grundversorgung im Jeverschen Stadtgebiet leisten. Die nachfolgende Karte zeigt die räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Jever sowie die räumlichen Angebotsschwerpunkte gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2016.

Karte 8: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Jever und räumlicher Angebotschwerpunkt



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022; Karten-
 grundlagen: Stadt Jever; räumliche Zuordnung gemäß Abgrenzung aus dem Einzelhandelskonzept 2016

Insbesondere die Angebote in der Innenstadt sowie die vereinzelt großflächigen, solitären Anbieter aus dem Bau- und Gartenmarktbereich nehmen Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet ein. Das übrige Angebot dient hingegen fast ausschließlich der Grundversorgung der Bevölkerung. Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots im Jeverschen Stadtgebiet stellt sich wie folgt dar:

Tabelle 9: Einzelhandelsangebot in den Jeverschen Raumeinheiten

Raumeinheit	Einwohner (gerundet, Stand 04/2022)	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche (in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung (in m ² je Einwohner)
Jever (Hauptort)	11.300	129	34.650	3,07
Clevers-Sandel	1.000	5	7.150	6,86
Moorwarfen	1.100	2	100	0,10
Rahrdum	1.500	2	100	0,05
Gesamt	14.900	138	41.950	3,40

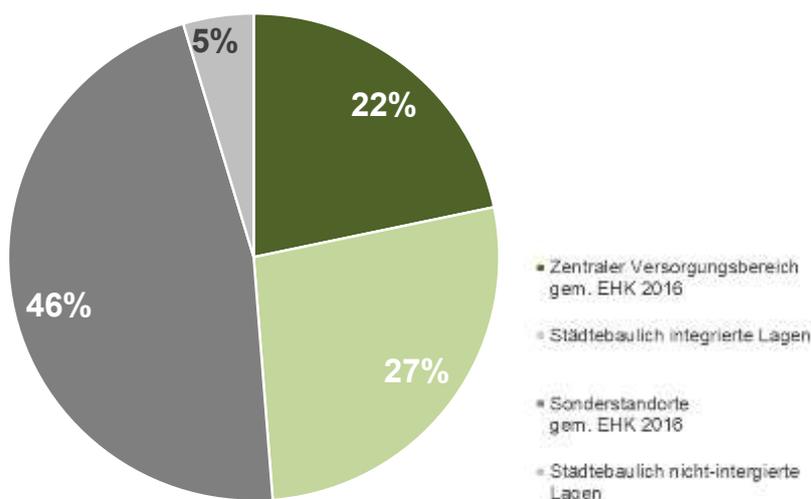
Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022

- Deutlicher Angebotsschwerpunkt ist der **Hauptort Jever**, in dem sich die Jeverische Innenstadt befindet. Mit rund 93 % aller Betriebe ist dort der größte Anteil an Einzelhandelsbetrieben vorzufinden, die rund 86 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ausmachen.
- **Clevers-Sandel** weist die mit Abstand höchste quantitative Verkaufsflächenausstattung in der Stadt Jever auf, verfügt aber nur über fünf Betriebe. Dies ist auf die zwei großformatigen Gartenmärkte (Otten – Die Schöngärtnerei sowie Gärtnerei Sluiter) und die geringe Einwohnerzahl in diesem Ortsteil zurückzuführen. Insgesamt verfügt dieser über 14 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- In **Moorwarfen** und **Rahrdum** beläuft sich das Angebot auf jeweils zwei Einzelhandelsbetriebe mit je rund 100 m² Verkaufsfläche. In der Folge liegt auch die Verkaufsflächenausstattung deutlich unter dem Jeverischen Durchschnitt.

Bei der Beurteilung der lokalen Einzelhandels- und Versorgungssituation und möglichem Handlungsbedarf in den Themenfeldern „Wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung“ sowie der „Vitalität des multifunktionalen städtebaulichen Zentrums“ geht es neben der räumlich funktionalen Konzentration der Einzelhandelseinrichtungen zu verschiedenen Standortbereichen vor allem auch um die Einordnung der einzelnen Einzelhandelsbetriebe hinsichtlich ihrer städtebaulichen Lage, d. h. ihrer siedlungsräumlichen und städtebaulichen Integration in den zentralen Versorgungsbereich oder Wohnsiedlungsbereiche. Im Rahmen der Einzelhandelsbestandsaufnahme wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu den städtebaulichen Lagekategorien zentraler Versorgungsbereich (Innenstadt), integrierte Lage und nicht integrierte Lage vorgenommen (vgl. hierzu Kapitel 4.1). Dabei wurde der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt gemäß Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2016 in seiner damaligen Funktion und Abgrenzung in diese räumlich differenzierte Analyse eingestellt. Es ergibt sich folgendes aktuelles Bild:

Abbildung 7: Verteilung der Verkaufsflächen in Jever differenziert nach städtebaulicher Lage (gem. Einzelhandelskonzept 2016)



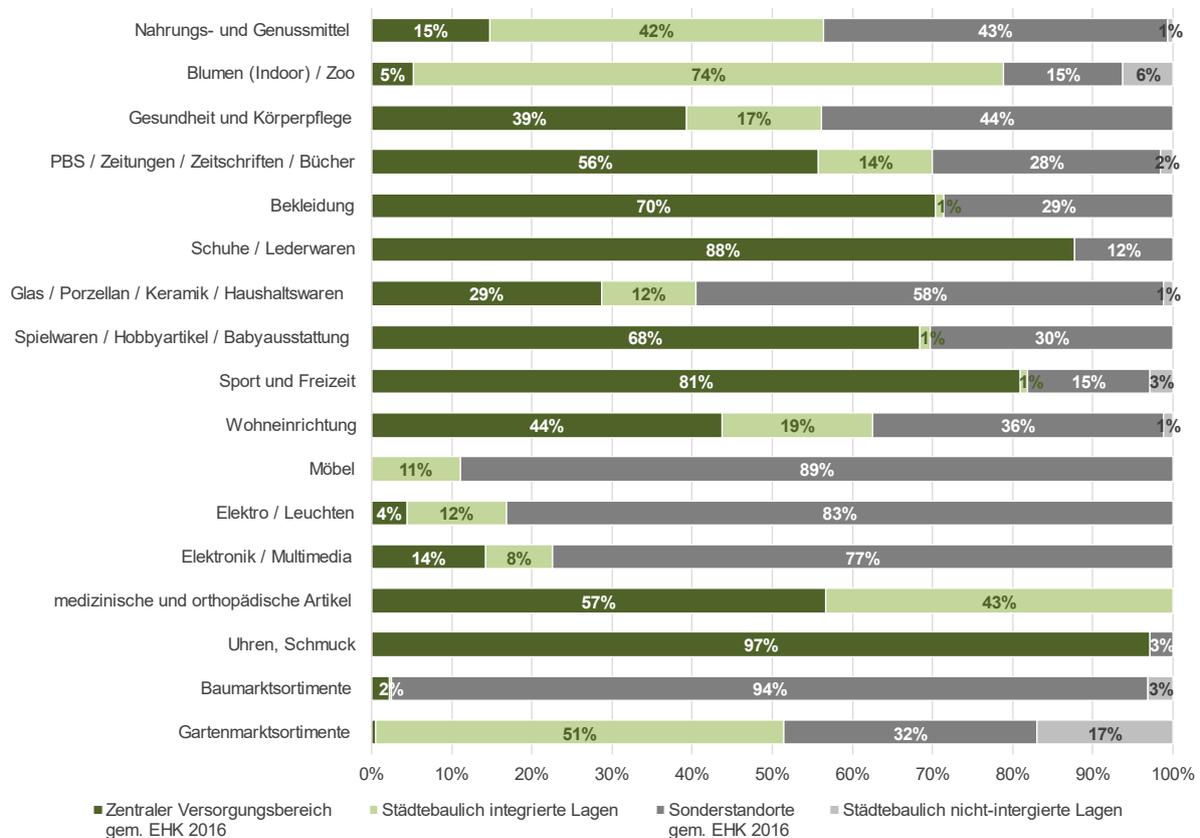
Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022; räumliche Einordnung gemäß Standortmodell aus dem Einzelhandelskonzept 2016

- Der Verkaufsflächenanteil der **Jeverschen Innenstadt** (gem. Einzelhandelskonzept 2016) an der Gesamtstadt liegt bei 22 % und rangiert damit auf einem vergleichsweise durchschnittlichen Niveau³². Dies ist vor allem der kleinteiligen Angebotsstruktur des Geschäftsbereichs geschuldet.
- Auf die städtebaulich **integrierten Lagen** innerhalb des Jeverschen Stadtgebiets entfallen mit rund 11.350 m² Verkaufsfläche mehr als ein Viertel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die sich auf 25 Einzelhandelsbetriebe aufteilen. Bezogen auf die Betriebe entspricht dies einem Anteil von rund 18 % an der Gesamtheit der Einzelhandelsgeschäfte. Mehr als die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe in den integrierten Lagen weisen Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment auf, wohingegen der größte Verkaufsflächenanteil mit knapp 40 % auf die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente entfällt.
- In Jever befinden sich in **städtebaulich nicht integrierten Solitärlagen** 27 Einzelhandelsbetriebe und rund 21.500 m² Verkaufsfläche. Dies entspricht mehr als der Hälfte der Gesamtverkaufsfläche und knapp einem Fünftel aller Betriebe in der Stadt Jever. Fast die Hälfte der Verkaufsfläche wird dabei vor allem durch die flächenintensiven Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente eingenommen, allerdings auch 18 % durch die nahversorgungsrelevante Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

Während Angebotsanteile städtebaulich nicht integrierter Standorte für die üblicherweise als nicht zentrenrelevant einzuordnenden und flächenintensiven Angebote in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Möbel in der Regel unkritisch zu bewerten sind, so ist ein hoher Angebotsanteil üblicherweise als zentrenrelevant einzuordnenden Warengruppen in nicht integrierten Einzelhandelslagen kritisch zu bewerten. Im Folgenden wird die räumliche Angebotsverteilung auf die einzelnen Lagekategorien daher sortimentspezifisch betrachtet (vgl. nachfolgende Abbildung 8):

³² Erfahrungswerte durch bundesweite Untersuchungen des Büros Junker+Krusse in vergleichbaren Kommunen zeigen, dass die Verkaufsflächenanteile der Innenstädte im Schnitt bei 20 - 25 % liegen, vitale und funktionsfähige Innenstädte jedoch in der Regel einen Anteil von rund einem Drittel (oder mehr) des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots aufweisen.

Abbildung 8: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Jever nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie (gem. Einzelhandelskonzept 2016) – warengruppenspezifische Betrachtung



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022, räumliche Einordnung gemäß Einzelhandelskonzept 2016

- Die warengruppenspezifische Betrachtung der räumlichen Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Jever offenbart ein durchschnittliches Bild. So wird rund die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in zentralen sowie städtebaulich **integrierten Lagen** offeriert und richtet sich demnach an Kunden, die die Angebotsstandorte fußläufig erreichen können.
- **Acht** der 17 Warengruppen haben ihren **Angebotsschwerpunkt in der Jeverschen Innenstadt**. Besonders hervorzuheben sind in diesem Zusammenhang die zentrenprägenden Warengruppen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Hobbyartikel / Babyausstattung, Sport und Freizeit sowie Uhren / Schmuck, deren Verkaufsfläche sich z. T. zu über 80 % in der Innenstadt von Jever befindet.
- **Positiv** zu werten ist, dass der Großteil der Verkaufsfläche in städtebaulich nicht integrierten Lagen sowie Sonderstandorten auf nicht zentrenrelevante und besonders flächenintensive Warengruppen, wie Möbel, Bau- sowie Gartenmarktsortimente, entfällt. Diese würden innerhalb dicht bebauter (städtebaulich integrierter) Bereiche nicht die nötigen Flächen finden und zum Abtransport der Sortimente wird der Pkw benötigt. Deshalb kommt ihnen auch keine zentrenprägende Funktion zu.

- **Negativ** fällt dagegen auf, dass der Verkaufsflächenanteil der Sonderstandorte auf einem hohen Niveau liegt und die Innenstadt um das Dreifache übersteigt. Dieser Umstand erzeugt eine Konkurrenzsituation zwischen der Innenstadt und den Sonderstandorten und lädt zum Einkaufen per Auto ein. Außerdem führt dies zu einer Schwächung der Innenstadt, u. a. indem diese für zukünftige Ansiedlungsvorhaben weniger attraktiv erscheint.

7.5 Wohnungsnahe Grundversorgung in Jever

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur nimmt die wohnungs- bzw. wohnortnahe Grundversorgung ein. Hierunter wird die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden. In der Praxis wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung sind darüber hinaus strukturelle (Betriebsformenmix) und räumliche Aspekte (Erreichbarkeit) zu berücksichtigen.

Derzeit führen in Jever **36 Einzelhandelsbetriebe Nahrungs- und Genussmittel** als Kernsortiment und zwei weitere Betriebe als (dem Kernsortiment untergeordnetes) Rand- bzw. Nebensortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **9.100 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **22 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Jever entspricht. Die ebenfalls nahversorgungsrelevante Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** führen **sieben Anbieter** als Kernsortiment. Das sortimentspezifische Verkaufsflächenangebot dieser Warengruppe beträgt rund **1.950 m²**. In der Gesamtschau für die Stadt Jever ist eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst noch zufriedenstellende, aber ausbaufähige Angebotsausstattung** mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu verzeichnen:

Tabelle 10: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Jeverischen Raumeinheiten

Raumeinheit	Einwohner (gerundet, Stand 04/2022)	Anzahl der Betriebe NuG	Verkaufsfläche NuG (gerundet, in m ²)	Verkaufsflächen- ausstattung NuG (in m ² je Einwohner)
Jever (Hauptort)	11.300	33	8.900	0,79
Clevers-Sandel	1.000	-	< 50	0,02
Moorwarfen	1.100	1	50	0,06
Rahrdum	1.500	2	50	0,04
Gesamt	14.900	36	9.050	0,61

NuG = Nahrungs- und Genussmittel

Rundungsbedingte Abweichungen möglich, da die Daten als gerundete Werte ausgewiesen werden, die Berechnungen aber auf Basis nicht gerundeter Einzelwerte erfolgen.

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,61 m² pro Kopf** und liegt somit sehr deutlich über dem bundesweiten Vergleichswert von rund **0,45 m² pro Kopf**. Einen Ausstattungsgrad deutlich über dem

gesamstädtischen Durchschnittwert erreicht **Jever (Hauptort)** (u. a. fünf strukturprägende Lebensmittelanbieter). Die übrigen Ortsteile **Clevers-Sandel**, **Moorwarfen** und **Rahrdum** sind hingegen im Hinblick auf die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel quantitativ sehr deutlich unterdurchschnittlich aufgestellt. In diesen Stadtbereichen sind nur marginale Lebensmitteleinzelhandelsstrukturen nachzuweisen, die Nahrungs- und Genussmittel vorwiegend als Randsortiment vorgehalten.

Mit ca. **44 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund 37 % des Gesamtumsatzes des Jeverischen Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **1,10** zeigt, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel 10 % über dem sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der Jeverischen Bevölkerung liegt. Der Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zielzentralität: 1,0) wird um 10 % überschritten.

Die **qualitative Angebotsmischung** aus einem SB-Warenhaus, einem Verbrauchermarkt, einem Supermarkt und zwei Lebensmitteldiscountern, einem Getränkemarkt sowie diversen Lebensmittelmärkten und -läden, Fachgeschäften und Betrieben des Lebensmittelhandwerks ist aus struktureller Sicht positiv zu werten. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass Lebensmittelvollsortimenter die Grundversorgungssituation in Jever besonders bestimmen und nicht (wie vielerorts) die discountorientierten Angebote (Lebensmitteldiscounter).

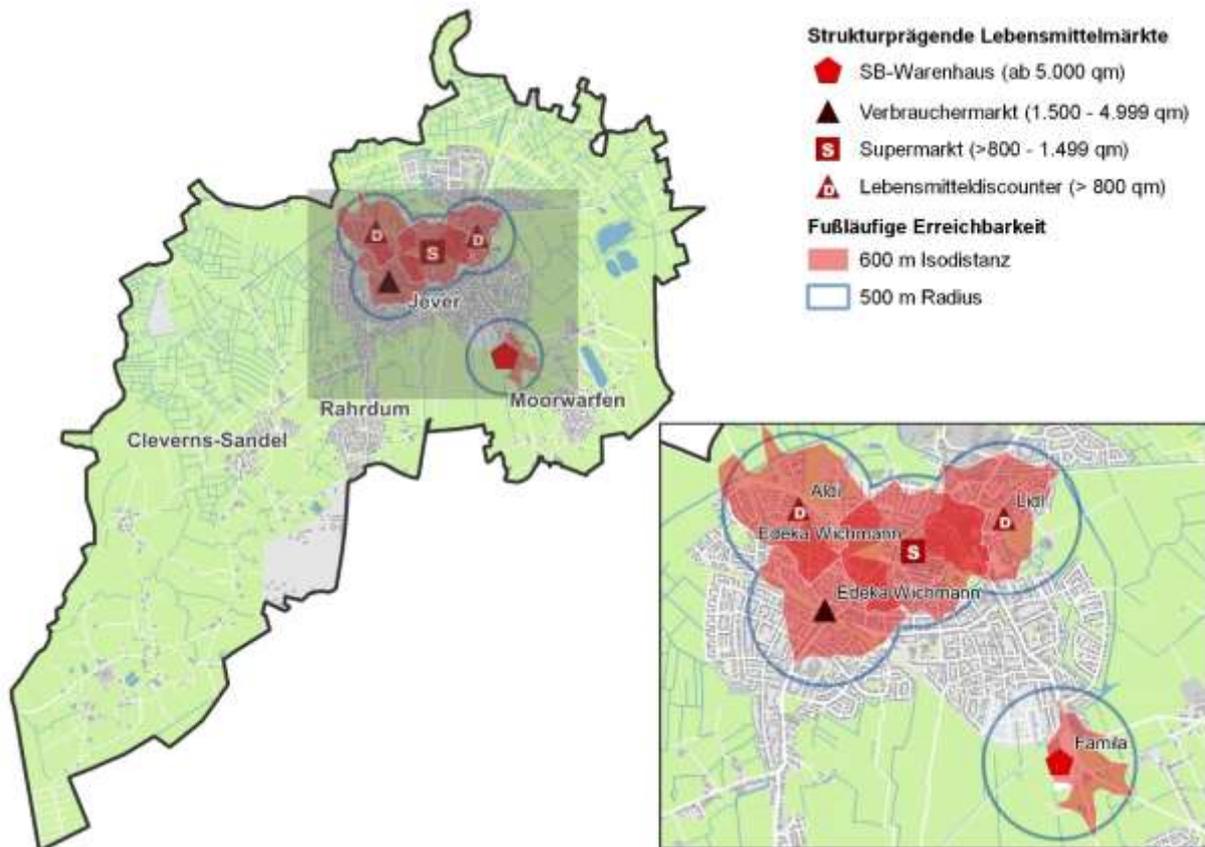
Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle.

Eine gesicherte und ausreichende Grundversorgung der Wohnbevölkerung einer Stadt mit Nahrungs- und Genussmitteln setzt eine gute Erreichbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten vom Wohnort, insbesondere zu Fuß oder mit dem Fahrrad, voraus. Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird daher die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistanzen. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – v.a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i.d.R. noch in einer Gehzeit bis zu 10 Minuten möglich sein soll.

Die Anwendung von Einzugsradien, wie im Einzelhandelskonzept 2016 (500 m und 700 m) erfolgt, ist aus heutiger Sicht tendenziell ungenau, da tatsächliche Wegelängen unberücksichtigt bleiben und somit das fußläufige Einzugsgebiet der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe regelmäßig überschätzt wird. Aus diesem Grund werden sogenannte Isodistanzen zur Bewertung der fußläufigen wohnungsnahen Grundversorgung herangezogen, denen tatsächliche Wegstrecken zugrunde liegen. Dabei entspricht ein Radius von 500 m in etwa einer Isodistanz von 600 m.

In der nachfolgenden Karte 9 sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 400 m²) im Jeverischen Stadtgebiet mit der Isodistanz von 600 m sowie dem Radius von 500 m dargestellt.

Karte 9: Strukturprägende Lebensmittelmärkte in Jever mit 600 m - Fußwegedistanzen sowie 500 m Radius



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022; Kartengrundlagen: Stadt Jever; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der strukturprägenden Anbieter in Jever verdeutlichen eine Konzentration ausschließlich in dem Jeverschen Hauptort, wohingegen es in dem übrigen Stadtgebiet keine strukturprägenden Anbieter gibt.

Der **Jeversche Hauptort** verfügt über fünf strukturprägende Lebensmittelanbieter. Drei der fünf Anbieter, ein Verbrauchermarkt und zwei Discounter, befinden sich im städtebaulich integrierten Standortbereich. Sie liegen in der nördlichen Hälfte des Hauptortes, ebenso wie ein Supermarkt der sich im Zentralen Bereich befindet und dort die fußläufige Nahversorgungsfunktion für die Einwohner Jevers übernimmt. Aufgrund der räumlichen Nähe überlappen sich deren Isodistanzen mehrfach. Neben den zentral gelegenen Anbietern verfügt die Stadt über ein SB-Warenhaus in städtebaulich nicht integrierter Lage. Dieser Sonderstandort Famila – Mühlenstraße befindet sich im Südosten des Hauptortes Jever, angrenzend an den Ortsteil Moorwarfen, und ist ein auf Pkw-Kunden ausgerichteter Standort. Weite Teile der Wohnsiedlungsbereiche in dem Ortskern sind nicht durch Isodistanzen abgedeckt, so dass sich insbesondere in dessen südlicher Hälfte größere räumliche Versorgungslücken zeigen.

Im **übrigen Jeverschen Stadtgebiet** (Cleverns-Sandel, Moorwarfen und Rahr dum) zeigt sich ein deutliches räumliches Versorgungsdefizit. Die vorhandenen Anbieter, eine Bäckerei und ein Kiosk in Rahr dum sowie eine Tankstelle in Moorwarfen, können die Versorgungsfunktion nur sehr unzureichend erfüllen. Vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung ist die Ansiedlung

eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes ökonomisch und betriebswirtschaftlich abgeschlossen.

7.6 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **138 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **41.950 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Jever als gut aufgestellter Angebotsstandort mit einer entsprechenden quantitativen Angebotsausstattung über alle Warengruppen. Umgerechnet auf aktuell rund 14.900 Einwohner in der Stadt Jever ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 2,81 m² je Einwohner**. Im **Vergleich** zur letzten Einzelhandelserhebung aus dem Jahr **2016** ist das gesamtstädtische Verkaufsflächenangebot leicht gesunken.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt **304 m²** und ist mit Blick auf das Jahr 2016 (268 m²) gestiegen. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus Erhebungen des Büros Junker+Kruse in Städten mit 10.000 bis 25.000 Einwohnern (280 m²) stellt sich der Wert überdurchschnittlich dar.
- Die Stadt Jever weist ein leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau auf (einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2022: 100,6). Dabei steht dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 102 Mio. Euro** ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 118 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,16** über alle Warengruppen, was auf ein leicht überdurchschnittliches Umsatz-Kaufkraft-Niveau hindeutet. Vor dem Hintergrund der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation ist dieser Wert als gut einzuordnen und entspricht der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum.
- Das **Einzugsgebiet** des Einzelhandelsstandortes Jever erstreckt sich vor allem auf die angrenzenden Nachbarkommunen. Im Rahmen einer Kundenherkunftserhebung wurde ein Anteil auswärtiger Kunden von rund 52 % (Woche 1) bzw. 47 % (Woche 2) ermittelt. Zusammengefasst stammt rund die Hälfte der Kunden des Jeverischen Einzelhandels aus Jever selbst.
- Bedeutendster Angebotsstandort ist die Jeverische Innenstadt. Diese präsentiert sich mit ihren kompakten städtebaulichen Strukturen und ihrer multifunktionalen Nutzungsmischung aus Einzelhandel, öffentlichen und privaten Dienstleistungsreinrichtungen sowie Gastronomieangeboten grundsätzlich als funktionsfähiger Standort. Unter einzelhandelsseitigen Gesichtspunkten handelt es sich um ein quantitativ gut ausgestattetes Zentrum mit Angebotskonzentrationen in den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs, insbesondere in den Sortimenten der Warengruppe Bekleidung, aber auch Nahrungs- und Genussmittel. Bei den Magnetbetrieben handelt es sich um den Supermarkt Edeka Wichmann sowie den Drogeriemarkt Rossmann.
- Mit Blick auf eine räumlich ausgewogene **wohnungsnahe Grundversorgung** ist festzustellen, dass gesamtstädtisch eine quantitativ gute, aber ausbaufähige Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs vorhanden ist, die zudem Schwächen hinsichtlich der räumlichen

Verteilung bzw. der „Flächendeckung“ aufweist. Dies betrifft neben der südlichen Jeverischen Innenstadt und Siedlungsrandbereichen vor allem die kleineren Ortsteile.

8 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Jever

Im Folgenden wird eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2030) des Einzelhandels in Jever gegeben. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Jever fließen folgende Faktoren ein:

Gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation in Jever wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 6 und 7). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität³³ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Jever von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Jeverschen Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Onlinehandels voraussichtlich nur gering ansteigen.

Bevölkerungsentwicklung in der Stadt Jever bis 2030

Die Einwohnerzahl von Jever ist seit dem letzten Einzelhandelskonzept leicht gestiegen. Bis zum Prognosehorizont 2030 geht LSN³⁴ von einem Bevölkerungsanstieg aus. LSN weist diesbezüglich für den Zeitraum 2020 bis 2030 einen Anstieg um rund 7 % aus. Die Bevölkerungsentwicklung ist dabei landesweit und so auch in Jever durch eine Zunahme der älteren Bevölkerungsgruppen geprägt.

³³ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

³⁴ Landesamt für Statistik Niedersachsen (2021): Kleinräumige Bevölkerungsvorausberechnung für die Jahre 2025 und 2030 - korrigierte Version vom 22.10.2021; abrufbar unter www.statistik.niedersachsen.de (Zugriff: 08/2022)

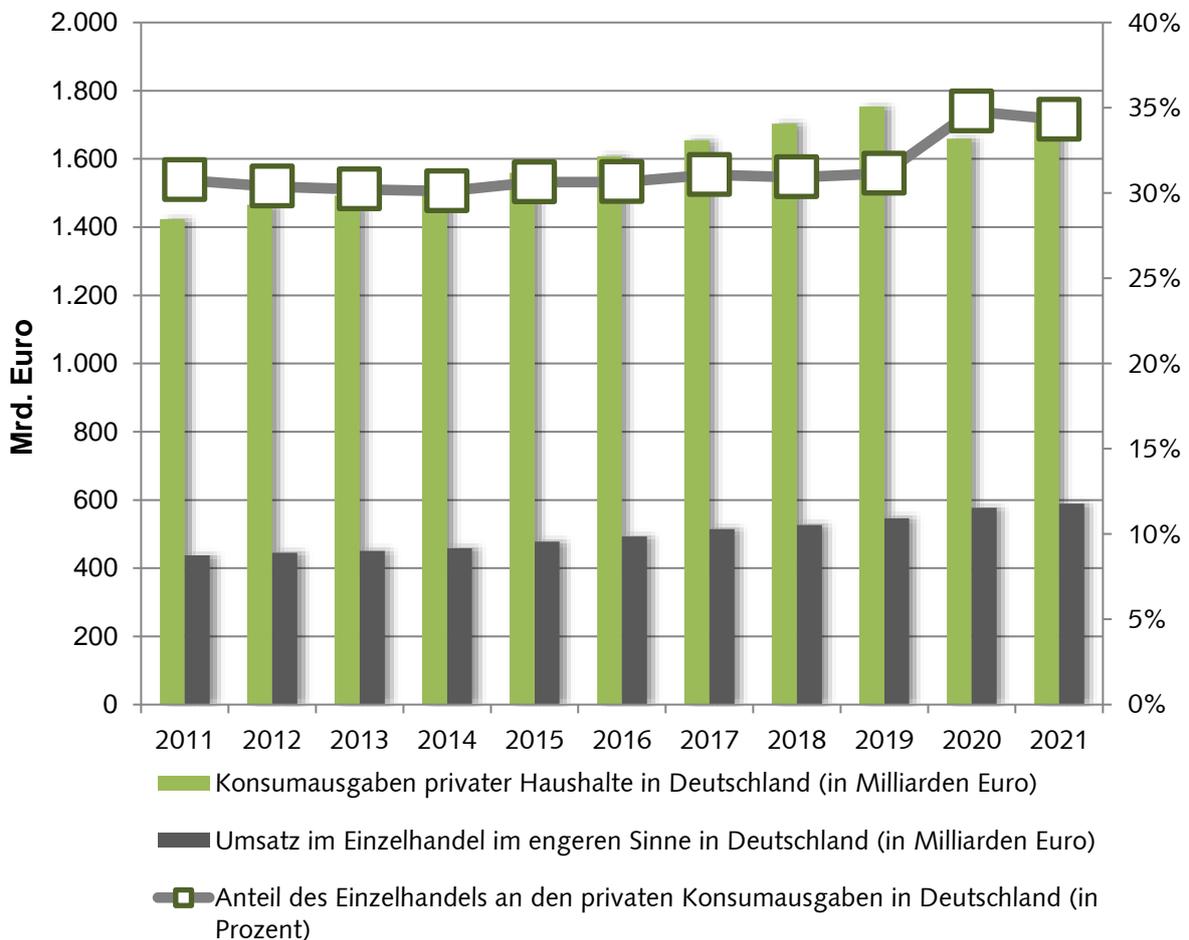
Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- Zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

Abbildung 9: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken); Höhe der Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland von 1991 bis 2021. Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2022)

- Die **Konsumausgaben der privaten Haushalte** – u. a. für Wohnen und Energiekosten – in Deutschland sind in den letzten 10 Jahren um jährlich rd. zwei Prozent gestiegen, allerdings

in Folge der Corona-Pandemie in 2020 erstmalig wieder gesunken. 2021 setzte dann wieder eine Erholung ein, wenngleich das Vor-Corona-Niveau noch nicht erreicht ist.

- Der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten Konsumausgaben blieb zwischen 2011 und 2019 relativ konstant (rd. 30 bis 31 %). Im Jahr 2020 ist jedoch eine Zunahme auf rd. 35 % zu konstatieren, was wiederum im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie steht. 2021 ist dieser Anteil wieder leicht auf rd. 34 % gesunken.
- Einem Rückgang des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben hat eine in den letzten Jahren erhöhte Umsatzsteigerung im Einzelhandel entgegengewirkt. Während der **gesamtdesche Einzelhandelsumsatz** ungefähr auf demselben Niveau verblieb, kann seit 2015 ein jährliches Wachstum von 2,5 bis 4,5 % festgestellt werden. Dieser Trend hat sich auch in den Jahren 2020 und 2021 fortgesetzt, ein Effekt der Corona-Pandemie ist daher beim allgemeinen (also branchenübergreifenden) Einzelhandelsumsatz nicht erkennbar (vgl. Kapitel 5).

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen³⁵ Kaufkraft zu rechnen ist und bezüglich des Umsatzes nur geringe Zunahmen anzunehmen sind.

Jedoch müssen auch spezifische Entwicklungen in den einzelnen Warengruppen bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Entwicklung des E-Commerce

Bei der Ermittlung künftiger Potenziale in Jever ist vor dem Hintergrund der Entwicklungen im Onlinehandel (s. Kapitel 5) zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden. Dieser fällt tendenziell niedriger aus, da ein gewisser Umsatzanteil dem Onlinehandel zufließt, welcher jedoch nicht allein aus „pure-players“ besteht, sondern vor allem auch Multi-Channel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle. Also: der stationäre Handel vertreibt online oder ein bisher nur online agierender Händler eröffnet ein stationäres Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen (s. Kapitel 5). Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt auch dem stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten.

Einerseits stellt der Onlinehandel zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den

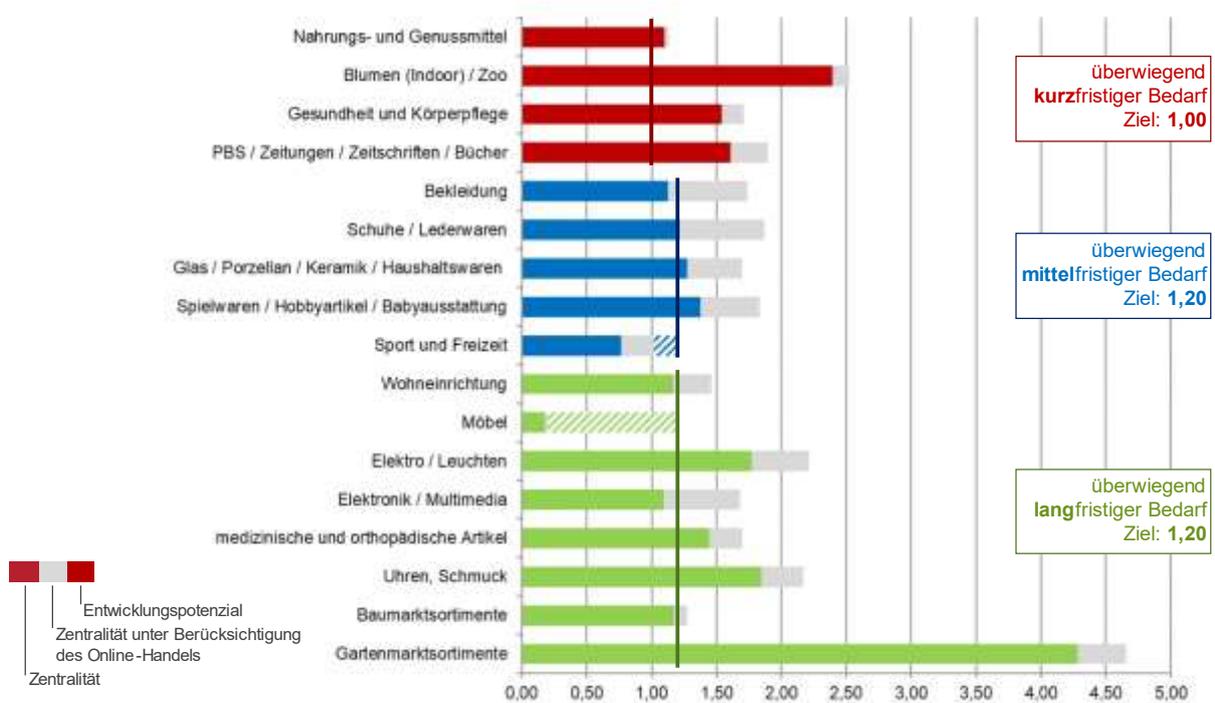
³⁵ Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel dar, andererseits kann die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebots das städtische Zentrum zu erhalten bzw. weiterzuentwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2030

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion Jever als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation.

Abbildung 10: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Jever



Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in der Stadt Jever

Mit Blick auf die zuvor benannten Aspekte werden folgende Zielzentralitäten definiert:

- Im Hinblick auf eine Sicherung und Stärkung der Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird grundsätzlich eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird in allen vier Warengruppen bereits heute überschritten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,2 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Jever vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation im Umland widerspiegeln.
Der angesetzte Wert wird in den Warengruppen Schuhe / Lederwaren, Glas / Porzellan /

Keramik / Haushaltswaren sowie Spielwaren/ Hobbyartikel / Babyausstattung bereits erreicht bzw. überschritten. In der Warengruppe Bekleidung wird das Delta zwischen Status Quo und Ziel durch den Onlinehandel minimiert bzw. aufgebraucht. Entwicklungsspielräume ergeben sich in der Warengruppe Sport und Freizeit.

- Im **langfristigen Bedarfsbereich** wird ebenfalls eine Zielzentralität von 1,2 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelzentrale Einzugsgebiet Rechnung trägt. Bereits heute überschreiten die Zentralitäten der Warengruppen Elektro / Leuchten, medizinische und orthopädische Artikel, Uhren / Schmuck sowie Gartenmarktsortimente diesen Wert z. T. deutlich. Ein auffälliges rechnerisches Entwicklungspotenzial ergibt sich in der Warengruppe Möbel.

In der Gesamtbetrachtung der erörterten Entwicklungsfaktoren ergeben sich für den Einzelhandelsstandort Jever auf gesamtstädtischer Ebene somit **relevante Entwicklungsspielräume** in den folgenden Warengruppen:

- Im Hinblick auf eine Sicherung und Stärkung der Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird grundsätzlich eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird in sämtlichen Warengruppen erreicht, weshalb rechnerisch kein zusätzliches Verkaufsflächenpotenzial erkennbar ist. Nichtsdestotrotz bedeutet das nicht, dass in diesen Warengruppen keine Entwicklung mehr stattfinden kann; vielmehr sind weitere Ansiedlungen stets möglich, wobei die Jeversche Innenstadt als Perspektivstandort oberste Priorität genießt. In allen Warengruppen bestehen teilweise strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,2 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Jever vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation im Umland widerspiegeln. Die angesetzten Werte werden in der Warengruppe Sport und Freizeit unterschritten, was auf Entwicklungsspielräume hindeutet. Darin zeigt sich jedoch auch eine ausgeprägte und steigende Konkurrenz zum Onlinehandel. Bestehende Kaufkraftabflüsse komplett durch Neuansiedlungen im stationären Einzelhandel zu kompensieren unterliegt dabei einem hohen betrieblichen Risiko. Gleichwohl sind auch diese Warengruppen von hoher Bedeutung für einen attraktiven Angebotsmix, so dass die Rückgewinnung von Kaufkraftabflüssen durch attraktive Fachangebote (inhabergeführte Geschäfte oder auch Filialisten) in der Innenstadt Jever ein legitimes städtebauliches Ziel darstellt und – trotz ausgeprägten Wettbewerbs – Spielraum für Angebotsausweitungen an geeigneten Angebotsstandorten bietet.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** wird ebenfalls eine Zielzentralität von 1,2 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelzentrale Einzugsgebiet Rechnung tragen. Bereits heute überschreiten die Zentralitäten mehrerer Warengruppen diesen Wert deutlich. Insbesondere die sehr hohe und überdurchschnittliche Zentralität der Gartenmarktsortimente ist auffallend. Demgegenüber besteht in der Warengruppe Möbel das höchste Entwicklungspotenzial des Jeverischen Einzelhandelsangebot. Dabei unterschreitet das quantitative Potenzial die heutigen Markteintrittsgrößen moderner Anbieter i. S. v. Wohnkauf- bzw. Einrichtungshäusern deutlich. Zudem ist zu berücksichtigen, dass im Umland eine gute Wettbewerbssituation besteht und der Möbelsektor durch unterschiedliche Vertriebskanäle bestimmt wird (u. a. Handwerk), welche das, durch klassische Möbelmärkte

abschöpfbare, Potenzial einschränken. Die rechnerischen Entwicklungspotenziale sind entsprechend zu relativieren.

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Jever aus rein quantitativer Sicht in einigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Aber auch gute quantitative Zentralitäten bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzepts kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebots auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt** in Jever dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Warengruppen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies zu Umsatzumverteilungen innerhalb der Jeverschen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten des Jeverschen Zentrums bzw. der Nahversorgungsstandorte sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die auch weiterhin eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig

eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Jever und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die **Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotssituation** ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ...sie die zentralörtliche Funktion Jevers als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,**
- ...sie den zentralen Versorgungsbereich und die Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,**
- ...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,**
- ...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird und**
- ...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums in Jever beitragen.**

9 Einzelhandelskonzept für die Stadt Jever

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 6 und Kapitel 0) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 8) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Grundsätzlich sind auch im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Jever Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht dem zentralen Versorgungsbereich i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonderstandorten zugeordnet sind, sind kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Jeverische Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Einzelhandelsstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Jever umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 9.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 9.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 9.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs (vgl. Kapitel 9.3.1)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 9.3.2)
- Jeverische Sortimentsliste (vgl. Kapitel 9.4)
- Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 0)

9.1 Übergeordnetes Entwicklungsleitbild

Der Einzelhandelsstandort Jever soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es, eine klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf bestimmte Standortbereiche** zu sichern und zu stärken. Der Entwicklungsfokus soll dabei in erster Linie auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Jever sowie eine wohnortnahe Grundversorgung im Jeverischen Stadtgebiet gelegt werden.

Das Leitbild setzt dazu einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Jever:

Der Einzelhandel wird in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte

Einzelhandelsstandorte im Jeverschen Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt Jever innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Folgende Aspekte stützen das Leitbild:

- Aus **ökonomischer Sicht** wird durch die Berücksichtigung klarer sortiments- und größenspezifischer Zielvorstellungen ein ruinöser Verdrängungswettbewerb zu Lasten städtebaulich sinnvoller Standorte vermieden. Durch klare räumlich-funktionale Strukturen und Vorgaben kann die Kaufkraftbindung und Ausstrahlung des Jeverschen Einzelhandels insgesamt verbessert werden. Durch ergänzende Zielvorgaben seitens der Stadt Jever bleiben Investitions- und Ansiedlungsinteressen, insbesondere auch in dem zentralen Versorgungsbereich, erhalten. Mögliche Entwicklungsimpulse zur Stärkung bzw. Erweiterung des Einzelhandelsstandorts Jever können – durch das Zusammenwirken von gesamtstädtischem Entwicklungsleitbild und definierten Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung – entsprechend planerisch gefördert und gelenkt werden. Es besteht die Chance einer zukunftsfähigen Verstärkung von sinnvollen und tragfähigen Einzelhandelsstrukturen.
- Aus **politischer** und **planerischer Sicht** ist die Anwendung des Leitbildes mit einer stringenten Planungs- und Steuerungspraxis verbunden; die Planungs- und Investitionssicherheit – sowohl auf Seiten der Investoren als auch auf Seiten der bestehenden Betreiber – wird somit gegeben. Die Jeversche Stadtplanung kann ihrer Steuerungsfunktion für die Stadtentwicklung gerecht werden. Damit erhalten Politik und Verwaltung in der Stadtplanung eine aktive Rolle. Durch die Förderung einer sich ergänzenden Arbeitsteilung der Einzelhandelsstandorte in Jever wird zudem das Entwicklungsziel einer attraktiven und lebendigen städtebaulich-funktionalen Jeverschen Innenstadt unterstützt. Eine stringente Anwendung des Leitbildes setzt sowohl positive Signale nach innen als auch nach außen. Einzelinteressen werden der Stadtentwicklung nachgeordnet und es entstehen diesbezüglich keine Abhängigkeiten.
- Aus **rechtlicher Sicht** kann die Jeversche Stadtplanung ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten nutzen, was impliziert, dass das bauplanungsrechtliche Instrumentarium im Rahmen der Umsetzung des Leitbildes bzw. des Einzelhandelskonzepts zielgerichtet und konsequent angewendet wird. Städtebauliche Begründungen, z. B. im Rahmen von Bauleitplanungsverfahren, werden auf Grundlage des empirisch hergeleiteten Einzelhandelskonzepts erleichtert.

9.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung

Basierend auf der einzelhandelsspezifischen Situation in Jever werden, unter Berücksichtigung allgemeiner Entwicklungstrends, übergeordnete Ziele zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung formuliert. Es muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele sowie auch der Maßnahmen, die diese Ziele konkretisieren, nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen im Sinne der Stadtentwicklung auf positiv zu bewertende Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Sicherung und Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion (Mittelzentrum)

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Jever ist die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum mit zentralen Versorgungsfunktionen zum einen für die eigene Bevölkerung, zum anderen aber auch darüber hinaus. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, vor dem Hintergrund der regionalen Angebots- und Konkurrenzsituation derzeit erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,16).

Ansiedlungsanfragen offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Jever. Eine Entwicklung von Standorten außerhalb der stadtentwicklungsplanerisch definierten Versorgungsstandorte (insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und der Nahversorgungsstandorte) kann eine Angebotsverschiebung vor allem in Richtung städtebaulich nicht integrierter Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Jever sollte es daher sein, einer solchen drohenden bzw. sich verschärfenden räumlichen Schieflage zu begegnen und somit die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch weiterzuentwickeln. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der Jeverschen Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt. Dabei ist ein attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt von hoher Bedeutung für die überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts und die Kundenbindung in zentrenrelevanten Sortimenten.

Sicherung eines attraktiven Einzelhandelsangebots sowie der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die *Quantität* des Einzelhandelsangebots (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen / -konzepte und Betriebsgrößenordnungen) sowie durch die *Qualität* des vorhandenen Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Jever auch künftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu entwickeln. Ein Ziel ist es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu sichern und zu stärken, das der Versorgungsfunktion der Stadt Jever innerhalb der Region gerecht wird. Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Standortprioritäten**.

Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß Entwicklungsleitbild

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Jever ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um potenziell negativen Folgewirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die Versorgungsstruktur zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier die bestehende Konzentration von (zentrenrelevanten) Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und von nahversorgungsrelevanten Sortimenten an Nahversorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel Pkw-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z. B. an solitären städtebaulich nicht integrierten Standorten) zu einer Schwächung bzw. Gefährdung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen.

Für eine langfristig zielorientierte und nachhaltige Stadtentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes und vor dem Hintergrund der demografischen wie auch allgemein strukturellen Entwicklung (Abnahme der Bevölkerung, Strukturwandel im Einzelhandel, Bedeutungsgewinn des Onlinehandels) ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte in Jever unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt, den solitären Sonderstandorten und den Nahversorgungsstandorten ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote umgesetzt werden kann.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Stadtkerns (Jeversche Innenstadt)

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Die Jeversche Innenstadt stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Jever dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Volkshochschule, Wohnen etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität der Jeverschen Innenstadt und soll gesichert und gestärkt werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in der Jeverschen Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung des Geschäftsbereichs bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf die Innenstadt gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Jever, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen bzw. -größenstrukturen durch moderne Einzelhandelsbetriebe mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten, anzustreben.

Sicherung und Stärkung einer wohnortnahen Grundversorgung im Jeverschen Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte

Das Ziel der Sicherung einer weitgehend fußläufigen Versorgung impliziert eine flächendeckende wohnungsnah (und somit auch fußläufige) Versorgung. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten³⁶ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Ziels erschweren. Diese Problematik trifft aber auch auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche und Ortsteile mit geringen Einwohnerdichten / -zahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Jeverschen Stadtgebiet zu sichern und zu stärken. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen, städtebaulich integrierten

³⁶ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

Nahversorgungsstandorte zu erhalten und zu stärken sowie dezentrale Standorte stadtverträglich zu gestalten oder nach Möglichkeit zurückzufahren.

Zentrenverträgliche Entwicklung (großflächiger) Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment an ergänzenden Einzelhandelsstandorten

Solitär gelegene Einzelbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment und überörtlicher Bedeutung stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte für die Innenstadt dar, andererseits handelt es sich aber auch um sinnvolle und notwendige Ergänzungen des Einzelhandels in der Jeverischen Innenstadt.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – wenn erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe angestrebt werden muss.

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb der Innenstadt ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten städtebaulich nicht-integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht-integrierten Standorten jedoch konsequent auszuschließen.

Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Gewerbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Zielgruppe, nämlich Handwerk und produzierendem Gewerbe, zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine mögliche Entwicklungsoption.

Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterkarierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere ein multifunktionaler Geschäftsbereich ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung in Jever, keine zusätzlichen Einzelhandelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungspotenziale in der Stadt Jever besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten außerhalb des bestehenden zentralen Versorgungsbereichs und der ergänzenden Sonderstandorte. Eine

Öffnung neuer (in der Regel Pkw-kundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche bewirkt in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen, aufgrund einer Verschärfung des Wettbewerbes. Hierbei gilt es auch zu berücksichtigen, dass ein einmal für Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Stadt Jever entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

9.3 Räumliche Standortstruktur

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Jever sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Jeverschen Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandorts in das **Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standorts. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2016 festgelegte Standortstruktur des Jeverschen Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten und unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Folgende Standortkategorien sind zu unterscheiden:

Abbildung 11: Standortstrukturmodell für die Stadt Jever



Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Zentrum

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,
- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Die Jeverische Innenstadt mit ihrem abgegrenzten Geschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung³⁷ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Solitäre Nahversorgungsstandorte (städtebaulich integriert – mit Entwicklungsperspektive)

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Jeverischen Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Erweiterung, Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Erweiterungen, Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Jever sind derzeit folgende drei Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- Adolf-Ahlers-Straße, Jever (Hauptort) (derzeit Edeka)
- Hooksweg, Jever (Hauptort) (derzeit Lidl)
- Wittmunder Straße, Jever (Hauptort) (derzeit Aldi)

Sonderstandorte

Bei solitären Sonderstandorten handelt es sich um Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb einer Standortgemeinschaft. Weitere idealtypische Merkmale dieses Standorttyp sind:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch relevante Anteile nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente vorhanden,
- Pkw-kundenorientierter Standort,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,

³⁷ „Zentrale Versorgungsbereiche‘ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund 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 – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05).
vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 9.3.1.

- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Im Sinne der Ergänzungsfunktion ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung einiger Sonderstandorte in Jever möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment liegen soll. In Jever bestehen zwei Angebotsstandorte, deren Entwicklungsperspektiven im Folgenden beschrieben werden.

In Jever sind derzeit folgende drei Angebotsstandorte als solitäre Sonderstandorte zu definieren, die sich allesamt im Hauptort befinden:

- Am Hillernsen Hamm / Am Bullhamm (Angebotsschwerpunkt: Baumarktsortimente; derzeit u. a. Obi, Barges Holz & Baustoff, Brader, Baudi)
- Famila – Mühlenstraße (Angebotsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel; derzeit u. a. Famila, Müller, Euronics XXL, Jysk)
- Mühlenstraße / Sillensteder Straße, ehem. „Möbelmarkt – Mühlenstraße“ (Angebotsschwerpunkt: Elektronik / Multimedia; derzeit nur ein kleinflächiger Anbieter mit Kernsortiment Elektronik / Multimedia)

Derartige solitäre Standorte / Betriebe ergänzen die Jeverschen Zentren- und Angebotsstruktur und treten daher nicht in einen unmittelbaren Wettbewerb mit diesen. Allerdings besteht auch ein Erfordernis zur Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente (siehe Ansiedlungsregel 3 in Kapitel 9.5).

Solitärer Einzelhandelsbetrieb

Solitäre gelegene, großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, deren Gesamtverkaufsfläche mehr als 5.000 m² beträgt, sind primär auf Pkw-orientierte Kundschaft ausgerichtet. Sie stellen kein bauplanerisches Schutzgut dar und sind daher in ihrer Entwicklungsperspektive eingeschränkt. Im Hinblick auf die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben sollte auf solche Standorte weiterhin nicht zurückgegriffen werden.

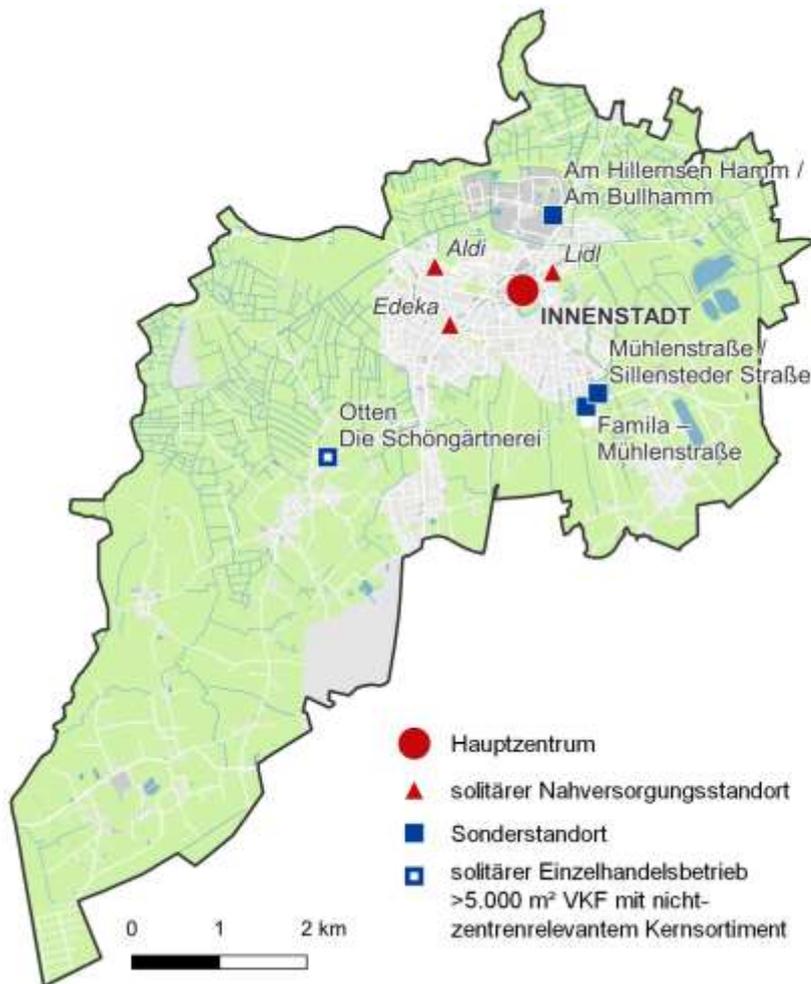
Bestehende Standorte besitzen im Sinne der Ziele und Grundsätze des Jeverschen Einzelhandelskonzeptes Bestandsschutz, dazu zählt:

- Schenumer Straße 8a, Ortsteil Cleverns (derzeit Otten - Die Schöngärtnerei)

Gesamtstädtische Übersicht

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in Jever stellt sich wie folgt dar:

Karte 10: Räumliche Standortstruktur in Jever



Quelle: Darstellung Junker+Kruse; Kartengrundlagen: Stadt Jever; Legende für Kartengrundlage im Anhang

9.3.1 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Jever

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Jever dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2006 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition „zentraler Versorgungsbereich“

Unter *zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Kommune zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.³⁸ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.³⁹ In der Stadt Jever besteht mit der Innenstadt derzeit ein zentraler Versorgungsbereich.

Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁴⁰ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandelskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!⁴¹

³⁸ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

³⁹ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2007 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

⁴⁰ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A.; Der standortgerechte Einzelhandel; 2. Auflage; Bonn, 2018

⁴¹ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Jever dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Jeverischen Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen.

Im Sinne des Einzelhandelskonzepts für Jever ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist der Geschäftsbereich in der Jeverischen Innenstadt; ebenso sind jedoch auch mögliche Nahversorgungszentren diesbezüglich zu betrachten.

Wichtige Abgrenzungskriterien des zentralen Versorgungsbereichs sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs** heranzuziehen sind.

● Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

● Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereichs stehen und diese – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen

ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Jeversche Sortimentsliste; siehe Kapitel 9.4) unabdingbar.

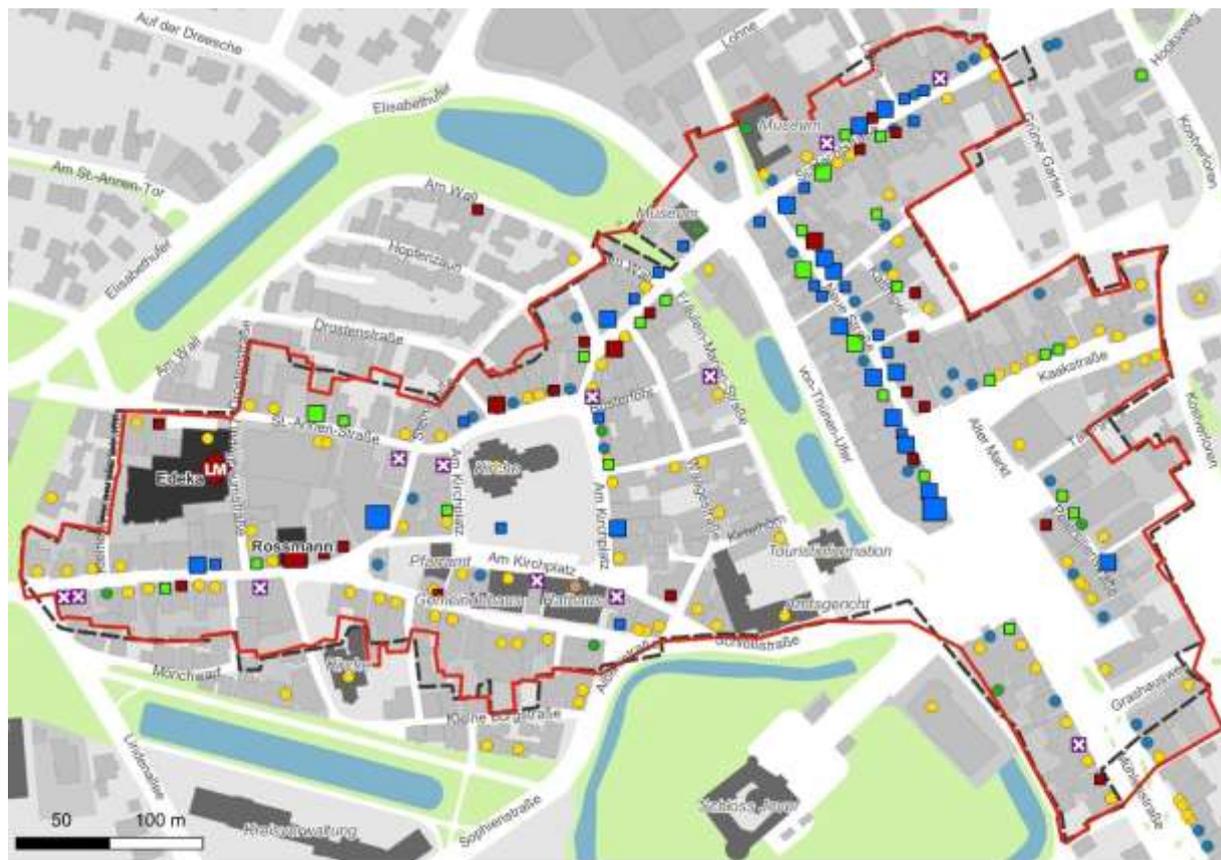
In der nachfolgenden Karte 11 wird der zentrale Versorgungsbereich der Stadt Jever auf mikro-räumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzung wurde auf Basis der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte / -verfügbarkeiten vorgenommen. Sie dient als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzung dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Grundsätze dieses Einzelhandelskonzepts – folgende Kriterien beachten: Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen. Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereichs (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 9.2 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen. Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien ist der im Jahr 2016 abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Innenstadt überprüft worden.

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Jever

Die Innenstadt der Stadt Jever als Geschäftsbereich ist sowohl quantitativ der bedeutendste Angebotsschwerpunkt in Jever als auch unter qualitativen und städtebaulichen Gesichtspunkten. Sie stellt darüber hinaus unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten einen schützenswerten zentralen Versorgungsbereich u. a. im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie des § 11 (3) BauNVO dar. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt in Jever wie in nachfolgender Karte 11 (durch die rote Linie) dargestellt.

Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



- | | | |
|--|---|-------------------------------------|
| Großflächiger Einzelhandel (> 800 m² VKF) | □ 100 - 399 m ² Gesamtverkaufsfläche | ● Öffentliche Einrichtung |
| LM Nahrungs- und Genussmittel | □ 400 - 800 m ² Gesamtverkaufsfläche | ● Sonstiges |
| sonstiger Einzelhandel (bis 800 m² VKF) | ⊗ Leerstand | Abgrenzungen |
| ■ kurzfristige Bedarfsstufe | Sonstige Nutzungen | ▭ Zentraler Versorgungsbereich 2016 |
| ■ mittelfristige Bedarfsstufe | ● Dienstleistung & Handwerk | ▭ Zentraler Versorgungsbereich 2022 |
| ■ langfristige Bedarfsstufe | ● Gastgewerbe | |
| Größenklassen | ● KFZ-Handel | |
| □ < 100 m ² Gesamtverkaufsfläche | ● Kunst, Kultur, Bildung | |

Quelle: Darstellung Junker+Krusse auf Grundlage der Junker+Krusse Einzelhandelserhebung in Jever 2022; Karten-
grundlagen: Stadt Jever; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Die **räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereichs ist im Wesentlichen durch die Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie ergänzender zentrenprägender Einrichtungen (wie Dienstleistung und Gastronomie) geprägt. Der aktuelle Bestand ist im Hinblick auf eine zukünftige Entwicklung der Jeverischen Innenstadt überprüft worden. Seit der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2016 haben sich keine einschneidenden Veränderungen ergeben, die eine Anpassung der Abgrenzung nötig machen würden.

Die **Innenstadt** erstreckt sich über Teile der Altstadt und der Neustadt, im Wesentlichen entlang der St.-Annen-Straße sowie Großen Wasserport- / Großen Burgstraße, über den Kirchplatz, entlang der Wangerstraße / Schlachtstraße und der Neuen Straße. Im Osten begrenzt wird der ZVB durch die Schlachtstraße im Norden und den Alten Markt / Mühlenstraße im Süden. Die westliche Hälfte der Altstadt ist dabei von dem Wall, der angrenzenden Grünanlagen und dem südlich angrenzenden Schloss Jever umgeben.

Mit der vorgenommenen **Abgrenzung** des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt liegt aus gutachterlicher Sicht eine adäquate Dimensionierung, auch im Sinne einer potenziellen Angebotsausweitung, vor. Mit Blick auf die **weitere Entwicklung** und Wahrung der städtebaulichen Stabilität der Innenstadt ist es auch zukünftig ratsam, den Jeverschen Geschäftsbereich „von Innen nach Außen“ zu entwickeln und die einzelhandelsrelevante Entwicklung auf die bestehenden Haupt- und Nebenlagen zu konzentrieren, um einen funktionalen Bezug einzelner Lagen mit dem eigentlichen Kern des Geschäftsbereichs zu gewährleisten. Dabei spielt ein funktionsfähiges städtebaulich kompaktes Grundgerüst mit starken Eckpunkten und Eingangsbereichen eine entscheidende Rolle.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- **Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung** einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt.
- **Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit** des Innenstadteinzelhandels.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und **Attraktivitätssteigerung** der Jeverschen Innenstadt, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten. Auch in zentrenrelevanten bzw. nahversorgungsrelevanten Branchen mit guten Zentralitäten und Verkaufsflächenausstattungen (z. B. Gesundheit und Körperpflege, PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren sowie Uhren, Schmuck) sind qualitative und räumliche Verbesserungen durch zielgerichtete Weiterentwicklungen (z. B. im bekannteren Standard- und höherwertigen Segment) möglich.
- **Profilierung und Positionierung** des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt Jever gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. In diesem Zusammenhang bieten angemessen dimensionierte Entwicklungen u. a. durch Aktivierung der Leerstände mit attraktiven Frequenzbringern und / oder Handelsmagneten innerhalb der Innenstadt eine gute Entwicklungsoption in exponierter Lage. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Innenstadteinzelhandels anzustreben.
- **Keine weitere räumliche Ausdehnung** des zentralen Versorgungsbereichs, stattdessen ist auf eine **Entwicklung von innen heraus** (stärker verdichten und vernetzen) zu achten.
- **Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung** auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.

- **Sicherung der Grundversorgung** für die in der Jeverischen Innenstadt sowie im näheren Umfeld lebende Bevölkerung durch Ausbau und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote in der Innenstadt.
 - Das Lebensmittelangebot in der Innenstadt wird in besonderem Maße durch einen **großflächigen Lebensmittelmarkt** (Edeka) getragen, der die Lebensmittelversorgung in der Innenstadt sicherstellt und die innerstädtische Wohnbevölkerung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs versorgt. Auch trägt er wesentlich dazu bei, dass die Versorgungssituation und -bedeutung der Innenstadt als herausragendes Versorgungszentrum der Stadt Jever sichergestellt wird. Daher ist es von entscheidender Bedeutung, dass dieser Vollsortimenter **geschützt** und **gestärkt** wird. Ausbau- und Weiterentwicklungsplanungen dieses Marktes sind positiv zu begleiten.
- **Aktives Leerstandsmanagement:** Zum Erhebungszeitpunkt existierten gesamtstädtisch 17 Leerstände mit einer Fläche von rund 2.800 m², die sich insbesondere auf die Innenstadt konzentrieren: Hier befinden sich 13 Leerstände mit einer Fläche von rund 2.500 m². Die innerstädtische Leerstandsquote von rund 13 % der Ladenlokale und rund 22 % der Fläche weist auf ein über das typische Maß (10 %) einer üblichen Fluktuation und marktseitigen Neuordnung des Einzelhandels hin. Zwar sind dies noch keine alarmierenden Werte und zudem muss betont werden, dass es sich bei einigen wenigen Leerständen um ehemalige Dienstleistungsbetriebe handelt und dadurch die Zahl der Einzelhandelsleerstände geringer ausfällt, gleichwohl ist ein frühzeitiges aktives Eingreifen zu empfehlen.
 - **Potenzialflächen bzw. Leerstände und Baulücken im Bestand nutzen.** Außerdem ist es ratsam, größere Potenzialflächen durch Zusammenlegungen zu schaffen.
- **Digitalisierung als Chance für den Einzelhandel nutzen.** Der Einzelhandel ist seit jeher durch einen stetigen Wandel gekennzeichnet. Prägend sind derzeit markante Veränderungen aufgrund der deutlichen Zunahme des Onlinehandels. Dabei gerät der stationäre Einzelhandel zunehmend unter Druck. Vor diesem Hintergrund ist die digitale Transformation zu forcieren. Sind die technischen Rahmenbedingungen geschaffen, ist die Nutzung von Internetauftritten sowie virtuellen Marktplätzen ein möglicher Ansatz zur Stärkung und Sicherung der Innenstadt als Einzelhandelsstandort. Darüber hinaus ist vor allem auch ein aktives Engagement von Handel, Immobilieneigentümern, übrigen Nutzern in der Innenstadt (Gastronomie, Dienstleistungen, u. a.), Verwaltung und Politik für eine klare strategische Positionierung und ein zielgerichtetes Management pro Innenstadt unabdingbar.
- **Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels,** denn diese ist das erste sichtbare Zeichen eines Geschäftes für den potenziellen Kunden. Wichtige Themenfelder zur Verbesserung der Außendarstellung des Einzelhandels sind Fassadengestaltung, Werbeanlagen, Sondernutzungen im Straßenraum sowie Schaufenstergestaltung. Auf der Suche nach Lösungen bieten sich verschiedene Modelle an. Zur Verbesserung der Schaufenstergestaltung können beispielsweise Informationsveranstaltungen mit Experten für die Händlerschaft durchgeführt sowie Gestaltungswettbewerbe angeregt werden.

Aufwertungen der Fassaden sind nur in Zusammenarbeit mit den Immobilienbesitzern möglich. Anreizförderungen schaffen hier häufig gute Voraussetzungen für die Eigeninitiative.

Insgesamt soll so durch die Stärkung und Aufwertung das Erscheinungsbild verbessert und ein Imagegewinn für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Jever erwirkt werden.

9.3.2 Integrierte (solitäre) Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Jeverschen Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Jever und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb Jever nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Jever – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als der zentrale Versorgungsbereich werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandorts bezieht sich dabei **immer** auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (**keine wettbewerbliche Schutzfunktion**). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

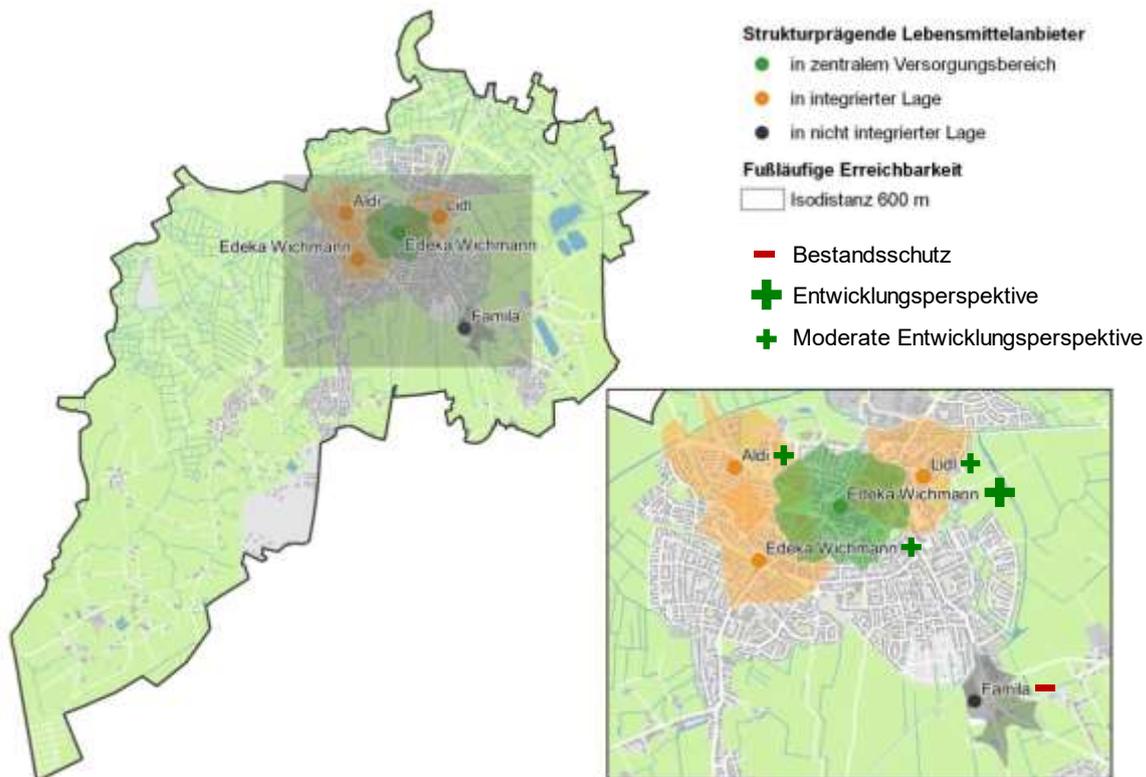
Zum Erhebungszeitpunkt können in Jever folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Adolf-Ahlers-Straße, Jever (Hauptort) (derzeit Edeka)
- Hooksweg, Jever (Hauptort) (derzeit Lidl)
- Wittmunder Straße, Jever (Hauptort) (derzeit Aldi)

Die drei Anbieter leisten aufgrund ihrer integrierten Lage einen wichtigen Beitrag zur (fußläufigen) Nahversorgung der Bevölkerung. Ebenso befinden sich alle drei Standorte gemäß RROP (vgl. Kapitel 3.2) im Zentralen Siedlungsgebiet, weswegen grundsätzlich Entwicklungsperspektiven bestehen.

In der nachfolgenden Karte 12 sind die bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmärkte mit einer Einschätzung der perspektivischen Entwicklungsperspektive im Sinne dieses Konzeptes dargestellt. Auch lassen sich in der kartographischen Darstellung die derzeit fußläufig unterversorgten Bereiche ablesen. Das Bevölkerungspotenzial bewegt sich dabei deutlich unterhalb der Grenze für einen marktgängigen Markt zur Verbesserung der Nahversorgungssituation. Daher ist eine Neuansiedlung aus betriebswirtschaftlicher Sicht auszuschließen. Falls eine Ansiedlung doch möglich ist, sollte diese unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes an einen Nahversorgungsstandort im Sinne des Einzelhandelskonzeptes erfolgen und nicht in Konkurrenz zu dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt treten.

Karte 12: Perspektiven der Nahversorgungsstandorte in Jever



Quelle: Darstellung Junker+Kruse auf Grundlage der Junker+Kruse Einzelhandelserhebung in Jever 2022; Kartengrundlagen: Stadt Jever; Legende für Kartengrundlage im Anhang

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestands an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung

dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in der gesamten südlichen Hälfte sowie den Randbereichen des Jeverischen Hauptorts ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standorts rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rund 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in dem zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.

- Dabei müssen großflächige Einzelhandelsvorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO den Vorgaben der Ziele 03 bis 08 sowie 10 des Kapitels 2.3 des LROP NI 2017 entsprechen. In Jever muss das jeweilige Vorhaben dazu folgende **Kriterien** erfüllen:
 - Ziffer 03 Sätze 2, 4 und 5: Einzugsgebiet eines neuen Einzelhandelsgroßprojekts darf den grundzentralen Verflechtungsbereich nicht wesentlich überschreiten (max. 30 % Kaufkraftabschöpfung). Der Verflechtungsbereich wird von der unteren Landesplanungsbehörde bestimmt.
 - Ziffer 04: Lage im zentralen Siedlungsgebiet, das im RROP 2020 festgelegt wird
 - Ziffer 05: Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen zulässig
 - Ziffer 06: Neue Einzelhandelsgroßprojekte mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen an verkehrlich gut erreichbaren Standorten innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes zulässig,
 - wenn die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente nicht mehr als 10 vom Hundert der Gesamtverkaufsfläche und höchstens 800 m² beträgt oder
 - wenn sich aus einem verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzept die Raumverträglichkeit eines größeren Randsortiments ergibt und sichergestellt wird, dass der als raumverträglich zugelassene Umfang der Verkaufsfläche für das zentrenrelevante Randsortiment auf das geprüfte Einzelhandelsgroßprojekt beschränkt bleibt.
 - Ziffer 07: Abstimmung neuer Einzelhandelsgroßprojekte
 - Ziffer 08: Keine wesentliche Beeinträchtigung von ausgeglichenen Versorgungsstrukturen, Funktionsfähigkeit der Zentralen Orte und integrierter Versorgungsstandorte sowie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung durch neue Einzelhandelsgroßprojekte
 - Ziffer 10: Zulässigkeit von neuen Einzelhandelsgroßprojekten (abweichend von Ziffer 02 Satz 1 sowie den Ziffern 03 bis 05), deren Sortimente auf mindestens 90 % der Verkaufsfläche der kurzfristigen Bedarfsstufe zuzuordnen sind, wenn
 - sie an Standorten errichtet werden, die im RROP 2020 als Standorte mit herausgehobener Bedeutung für die Nahversorgung festgelegt sind,
 - sie den Anforderungen der Ziffern 07 (Abstimmungsgebot) und 08 (Beeinträchtungsverbot) entsprechen,

- sie im räumlichen Zusammenhang mit dem jeweiligen Ortskern oder mit Wohnbebauung liegen und
 - ihr jeweiliges Einzugsgebiet den zu versorgenden Bereich im Sinne des Satzes 4 nicht überschreitet.
 - Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen.
- In Bezug auf die Jeverische Innenstadt ist insbesondere der **großflächigen Lebensmittelmarkt** in der Lindenbaumstraße (Edeka) zu nennen, der die innerstädtische Lebensmittelversorgung sicherstellt und die innerstädtische Wohnbevölkerung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs versorgt. Es ist daher von entscheidender Bedeutung, dass dieser Vollsortimenter **geschützt** und **gestärkt** wird. (vgl. Kapitel 9.3.1)
 - Eine besondere Rolle im Rahmen der wohnungsnahen Grundversorgung nehmen zudem auch Drogeriemärkte ein. Durch die Insolvenz der Fa. Schlecker sind auch kleinere Drogeriemarkt-Filialen in Jever geschlossen worden. Die Betriebsgrößen der ehemaligen Schlecker-Märkte (zwischen 100 und 300 m²) entsprechen heute nicht mehr den aktuellen Standortanforderungen der Betreiber moderner Drogeriemärkte. Die Aufgabe der Filialen deutet ohnehin auf eine mangelnde ökonomische Rentabilität aus den jeweiligen Einzugs- bzw. Versorgungsgebieten an diesen Standorten hin. Unter räumlichen Gesichtspunkten hat eine Konzentration des branchenspezifischen Angebots stattgefunden. **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **ausschließlich im räumlichen Kontext des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt** sinnvoll.
 - Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.
 - Die **landwirtschaftliche Direktvermarktung**, beispielsweise in Hofläden, durch Abokisten oder Beschickung von Wochen- und Bauernmärkten in ländlich geprägten Bereichen leistet einen Beitrag insbesondere zur qualitativen Abrundung des gesamtstädtischen, grundversorgungrelevanten Angebots. Daher sollte diese Vermarktungsform von landwirtschaftlichen Produkten direkt durch den Erzeuger positiv begleitet werden.
 - Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Bereichen bzw. Wohnplätzen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus. Zudem ist festzuhalten, dass alternative Nahversorgungskonzepte im Gegensatz zum klassischen Lebensmitteleinzelhandel unter dem

Gesichtspunkt der Wirtschaftlichkeit häufig schwierig zu betreiben sind. In der Praxis kommen sie daher bislang nur in Ausnahmefällen vor. Sie sollten aber dennoch zur Sicherung der Nahversorgung auch künftig in Einzelfällen zumindest in Betracht gezogen werden.

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Jeverischen Stadtgebiet, die sich auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Jever dient der Umsetzung dieses Ziels.

9.4 Jeverische Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Jever und der Definition solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Jeverische Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzepts in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten** und **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig⁴².

Rechtliche Prämissen und Rahmenbedingungen, Begriffsdefinitionen sowie schließlich die Herleitung der für die Stadt Jever ortsspezifischen Liste werden im Folgenden dargestellt.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichterlich anerkannt⁴³. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

⁴² vgl. dazu vgl. Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 519

⁴³ vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁴⁴. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren zuweilen bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁴⁵.

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente⁴⁶ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren

⁴⁴ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

⁴⁵ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁴⁶ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebs wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebots und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas / Porzellan / Keramik im Möbelhaus).

zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheit und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Jever – für den innerstädtischen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Landesplanerische Vorgaben in NI

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Waren zu beachten. Im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen⁴⁷ (LROP NI 2017, zu Abschnitt 2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels) sind Leitsortimente benannt, die i. d. R. zentrenrelevant sind und die in besonderem Maße die Angebotsstruktur niedersächsischer Innenstädte prägen. Aufgrund der örtlichen Situation kann eine Kommune diese Liste der zentrenrelevanten Sortimente erweitern. Die Leitsortimente gemäß dieser Auflistung bedürfen „einer Betrachtung im Einzelfall“⁴⁸ unterliegen somit der kommunalen Abwägung.

Folgende zentrenrelevante Sortimente werden im NROP NI 2017 definiert:

- Genuss- und Lebensmittel, Getränke,
- Drogerieartikel, Kosmetika und Haushaltswaren,
- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren, Büroorganisation,
- Kunst, Antiquitäten,
- Baby- und Kinderartikel, Spielwaren,
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Sportartikel,
- Unterhaltungselektronik, Elektrohaushaltswaren, Foto/Film, Optik,

⁴⁷ Quelle: LROP NI 2017: 113 f. (zu Abschnitt 2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels)

⁴⁸ Quelle: LROP NI 2017: 113

- Uhren, Schmuck, Musikinstrumente,
- Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe,
- Teppiche (ohne Teppichböden),
- Blumen,
- Campingartikel, Fahrräder und Fahrradzubehör,
- Tiernahrung und Zoobedarf,
- Lampen / Leuchten.

Herleitung der Jeverischen Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus, Bishopink und Wirth⁴⁹ stellen im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Zunächst gilt es, die Zielvorgaben der Raumordnung im entsprechenden Bundesland zu prüfen. Wenn bindende Vorgaben zu zentrenrelevanten Sortimenten bestehen (wie im Landesraumentwicklungsprogramm Niedersachsen), müssen diese in die ortsspezifische Sortimentsliste aufgenommen werden. Die Gemeinde ist an die verbindlichen Zielvorgaben der Raumordnung gebunden.
- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts werden die tatsächlich vorhandenen, weiteren typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – isolierten, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzepts / Einzelhandelskonzepts notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

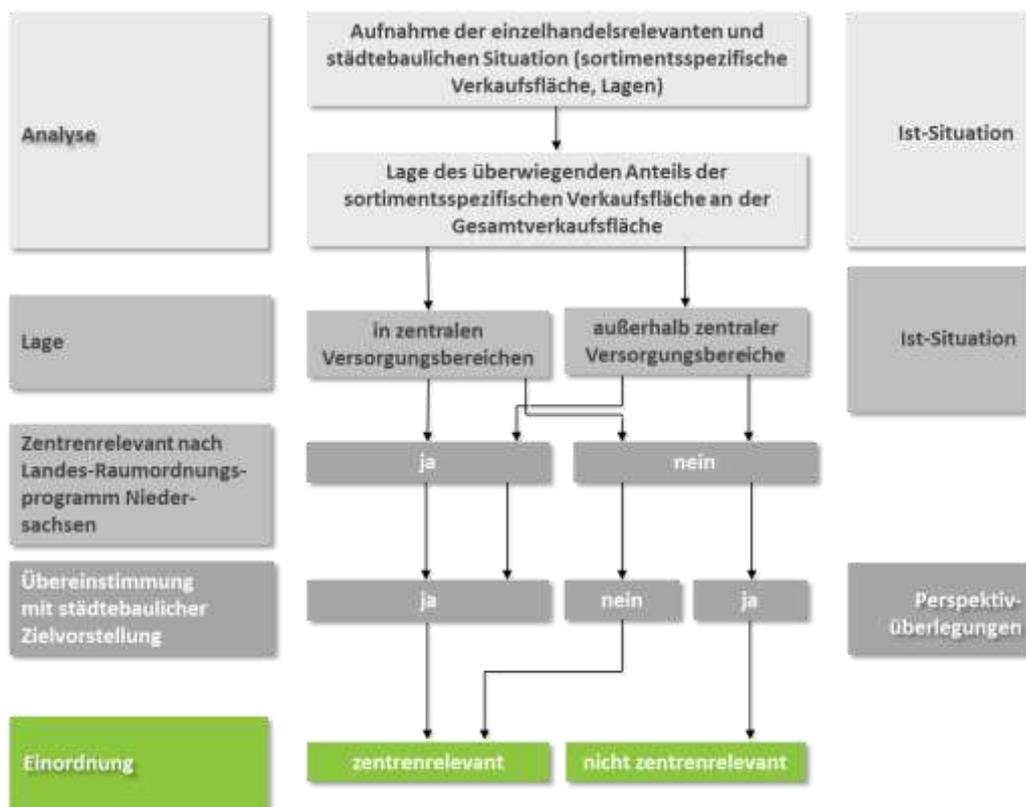
⁴⁹ Quelle: Kuschnerus, U., Bishopink, O., Wirth, A. (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Rdnr. 521

Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Jever selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Jever.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Jever unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben:

Abbildung 12: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: Darstellung Junker+Krusse

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Jever sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt Jever aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Jever ergibt sich die im Folgenden dargestellte Jeverische Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt Jever

Zentrenrelevante Sortimente <i>(abschließende Aufzählung)</i>	
<i>davon nahversorgungsrelevante Sortimente:</i>	
Backwaren / Konditoreiwaren	Getränke ¹
Blumen	Nahrungs- und Genussmittel ²
Drogeriewaren / Körperpflegeartikel	Zeitungen / Zeitschriften
Fleischwaren	
Angler- und Jagdartikel, Waffen	Kosmetik- / Parfümerieartikel
Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme
Baby- und Kinderartikel	Medizinische und orthopädische Artikel ⁵
Bekleidung, Wäsche	Musikinstrumente und Zubehör
Bücher	Papier, Büroartikel, Schreibwaren
Büromaschinen	Reitsportartikel
Elektroklein- und -großgeräte	Schuhe
Elektronik und Multimedia ³	Spielwaren
Fahrräder und technisches Zubehör	Sportartikel / -kleingeräte
Glaswaren / Porzellan / Keramik, Haushaltswaren	Sportbekleidung
Handarbeitsartikel / Kurzwaren / Meterware / Wolle	Sportschuhe
Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe	Teppiche (Einzelware)
Hobbyartikel ⁴	Uhren / Schmuck
Kinderwagen	Wohndekorationsartikel, Kunstgegenstände und Bilderrahmen
Nicht-zentrenrelevante Sortimente <i>(nicht abschließende Aufzählung)</i>	
Bettwaren, Matratzen	Pflanzen / Samen
Bauelemente, Baustoffe, Holz	Sportgroßgeräte
baumarktspezifisches Sortiment ⁶	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)
Campingartikel ⁷	Zoologische Artikel <i>(inkl. Heim- und Kleintierfutter, lebende Tiere)</i>
Gartenartikel / -geräte	
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör (inkl. Kindersitze)	
Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	
Möbel (inkl. Küchen)	

rot dargestellt: i. d. R. zentrenrelevantes Sortiment lt. LROP NI 2017 zu Abschnitt 2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels:

Kern an Sortimenten, die i. d. R. als zentrenrelevant einzuordnen sind und daher als Empfehlung zu verstehen sind.

Orange und kursiv dargestellt: Veränderungen zum EHK 2016

Quelle: Darstellung Junker+Kruse

Erläuterungen

¹ dazu gehören u. a. Wein / Sekt / Spirituosen

² dazu gehören u. a. Kaffee / Tee / Tabakwaren

³ dazu gehören u. a.: Bild und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör

⁴ dazu gehören u. a.: Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen

⁵ dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel

⁶ dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge

⁷ ohne Bekleidung und Schuhe

Im Vergleich zur Jeverschen Sortimentsliste in der Fassung der letzten Anpassung 2016 wurden teilweise Anpassungen, insbesondere begrifflicher Natur, vorgenommen. Inhaltliche Änderungen sind in der Tabelle 11 orange und kursiv dargestellt. Diese betreffen folgende Sortimente:

- Das Sortiment **Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintier-futter), lebende Tiere** war bislang (also im EHK 2016) als zentren- und nahversorgungsrelevant eingestuft worden und wird häufig v. a. in Form eines Randsortiments in großflächigen Märkten zu finden ist. Dazu gehören zum einen Lebensmittelmärkte, weshalb dieses Sortiment ein der Nahversorgung dienendes darstellt, während dies auf übrige Zooartikel sowie lebende Tiere nicht zutrifft. Zum anderen wird das Sortiment auch in Bau- oder Gartenmärkten vorgehalten. So auch in Jever: Es wird in einem Betrieb als Kern- sowie in acht Betrieben als Randsortiment vorgehalten. Von diesen Betrieben befinden sich zwei in zentraler, fünf in städtebaulich integrierter sowie zwei in städtebaulich integrierter Lage. Das Sortiment Zoologische Artikel (inkl. Heim- und Kleintier-futter), lebende Tiere wird somit zum Großteil außerhalb zentraler Versorgungsbereiche angeboten. Aufgrund dessen und der untergeordneten funktionalen Bedeutung dieses Sortiments innerhalb der Warengruppe Blumen (Indoor) / Zoo sowie im Rahmen der Einzelhandelsstruktur sind für dieses Sortiment durch eine Ansiedlung eines entsprechenden Betriebes auch außerhalb des Zentrums keine negativen städtebaulichen Auswirkungen zu erwarten. Daher wird eine Einstufung des Sortiments als nicht-zentrenrelevant empfohlen.

Des Weiteren sind einige Sortimente zu behandeln, die klassischerweise zwischen der Einstufung als zentrenrelevante sowie nicht zentrenrelevante Sortimente „wechseln“. Diese sind:

- In der Warengruppe Sport und Freizeit ist marktseitig ein Trend zu großflächigen Fachmärkten außerhalb zentraler Lagen zu beobachten. Dies umfasst u. a. das Teilsortiment **Fahrräder und technisches Zubehör**. Derzeit findet in vielen Kommunen diesbezüglich eine intensive Diskussion im Zusammenhang mit der Differenzierung des Sortiments Fahrräder von der übergeordneten Warengruppe Sportartikel statt. Das Angebot in Jever teilt sich in großflächige Betriebe, die Fahrräder als Randsortiment anbieten (z. B. Bau- sowie Lebensmittelmärkte), sowie Fachgeschäfte mit dem Kernsortiment Fahrräder, die diese Artikel auf Verkaufsflächen von rd. 300 m² anbieten, auf. Lediglich zwei Betriebe befinden sich in zentralen Versorgungsbereichen, der Rest in städtebaulich nicht integrierten Lagen. Der Verkaufsflächenanteil innerhalb zentraler Lagen liegt bei 77 %. Daher wird für diese Sortimente die Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment empfohlen.

9.5 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen dieses Einzelhandelskonzepts bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Jever** (vgl. Kapitel 9.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Jever abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln** formulierten Leitlinien zum zukünftigen Umgang mit Einzelhandelsbetrieben in Jever bilden die Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsprojekte hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Ansiedlungsregeln ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Ansiedlungsregeln für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar;
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend;
- die Grundsätze betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d.h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

ANSIEDLUNGSREGEL 1

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten werden nur noch in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – ausnahmsweise auch zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten **Nahversorgungsstandorten** in den Ortsteilen sowie Siedlungsbereichen ermöglicht.

Standorte für **Drogeriemärkte** sollen konsequent nur in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.

Die maximale Dimensionierung eines Betriebes mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel soll sich an der jeweiligen Versorgungsfunktion des Standorts orientieren:

- zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: Gesamtstädtische Versorgungsfunktion und landesplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion für den grundzentralen Verflechtungsbereich
- (solitäre) Nahversorgungsstandorte: Versorgungsfunktion für umliegende Siedlungsgebiete (funktionales Versorgungsgebiet)

Einzelhandelsbetriebe (mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel) können außerhalb des Jeverschen zentralen Versorgungsbereichs (Innenstadt) in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten, Allgemeinen Wohngebieten und Urbanen Gebieten) möglich sein, wenn sie

- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind,
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz) und

- keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Zusätzlich ist die Lage entscheidend:

- Innerhalb des Kernsiedlungsbereiches muss das Vorhaben der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 35 % (in Ausnahmefällen bis zu 50%) der sortimentspezifischen Kaufkraft im Kernsiedlungsbereich (Jever-Hauptort) nicht übersteigen).
- Außerhalb des Kernsiedlungsbereiches / in den Ortsteilen darf das Vorhaben die Kaufkraftabschöpfung von einzelnen Betrieben zur Nahversorgung (Soll-Umsatz) die sortimentspezifische Kaufkraft im Ortsteil nicht übersteigen.

In Gewerbe- / Industriegebieten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Lagen ist keine Angebotsneuan siedlung oder -ausweitung über genehmigten Bestand hinaus zulässig.

Ausnahme: Kleinflächige Verkaufsstätten (< 200 m² Gesamtverkaufsfläche) mit dem Schwerpunkt im Lebensmittelbereich und hier insbesondere im Bereich sofort zu konsumierender Produkte hat („Convenience-Stores“) oder kleinflächige Verkaufsstellen (< 50 m² Gesamtverkaufsfläche), die z. B. Getränke, Snacks, Zeitungen, Tabakwaren, o. Ä. anbieten (Kiosks), können auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs realisiert / erweitert werden, wenn die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m² Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

Erläuterungen (ohne Drogeriemärkte)

Neuan siedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen daher zukünftig **in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt** liegen. Unter bestimmten Bedingungen sind auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzepts ausgehen.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Jeverschen Einzelhandelskonzepts werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll: Im Falle eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens im **kompakten Siedlungsbereich** der Jeverschen Kernstadt würde ein zu versorgendes Gebiet als

Nahbereich definiert werden. Dieser entspricht der fußläufigen Erreichbarkeit in einer Entfernung von rund 600 m, um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen.

Berechnungsbeispiel zur Kaufkraftabschöpfung

Ausgangssituation

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m²
- Standort: städtebaulich integriert
- Einwohner: im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rund 3.000 Einwohner

Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens

- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rund 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 960 m², Nahrungs- und Genussmittel an:
 $1.200 \text{ m}^2 \times 80 \% = 960 \text{ m}^2$
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 6,7 Mio. Euro:
 $960 \text{ m}^2 \times 7.000 \text{ Euro} / \text{m}^2 = 6,7 \text{ Mio. Euro}$
 (Die Flächenproduktivität der Lebensmitteldiscounter liegt im Jahr 2022 zwischen 4.070 bis max. 9.320 Euro / m²)⁵⁰

Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet

- Die Einwohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rund 7,6 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel:
 $3.000 \text{ EW} \times 2.549 \text{ Euro je Einwohner} = 7,6 \text{ Mio. Euro}$
- Ein Einzelanbieter kann in der Regel rund 35 % dieser Kaufkraft abschöpfen:
 $7,6 \text{ Mio. Euro} \times 35 \% = 2,7 \text{ Mio. Euro}$

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation)

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel übersteigt die abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung um mehr als das Doppelte:
 $6,7 \text{ Mio. Euro} / 2,7 \text{ Mio. Euro} = 2,9$

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient nicht primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet, sondern müsste mehr als die Hälfte des Soll-Umsatzes im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel durch Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebiets beziehen (ggf. zu Lasten anderer städtebaulich wünschenswerter Standorte). Das Vorhaben ist im Sinne der aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzepts abgeleiteten Ansiedlungsregel 1 nicht zulässig.

Insbesondere in **Jever-Süd**, **Jever-Nord** und den **dünn besiedelten Wohnsiedlungsrandbereichen** Jeverns erfordert die vorhandene aufgelockerte Siedlungsstruktur jedoch eine weiter ausdifferenzierte Regelungssystematik: Die in diesen Bereichen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen führen dazu, dass städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift das erforderliche Kaufkraftpotenzial im fußläufigen (600m) Nahbereich eines Planvorhabenstandorts als Prüfkriterium nicht. Um aber auch in solchen Stadtbereichen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im

⁵⁰ Quelle: Hahn Gruppe; 17. Retail Real Estate Report Germany 2022/2023; Bergisch-Gladbach

gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung von möglichen wohnnahen Nahversorgungsstandorten (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Jevers zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien (u. a. siedlungsräumliche Strukturen, verkehrliche Barrieren, Lage und Entfernung zu Zentren und Nahversorgungsstandorten) einzelfallbezogen zu definieren. In der Regel sind in diesem Zusammenhang jedoch auch hier die umliegenden zusammenhängenden Siedlungskörper der jeweiligen statistischen Bezirke als grundlegender Orientierungsmaßstab heranzuziehen. Die Kaufkraftabschöpfung sollte hier die sortimentspezifische Kaufkraft im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet nicht übersteigen.

Eine über den Bestandsschutz bzw. die bauplanungsrechtlichen Festsetzungen hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“, Verkaufsstätten i. S. d. „Handwerkerprivilegs“ s. u.) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Erläuterungen zu Drogeriemärkten

Entwicklungen der Drogeriemarkt-Branche

Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der Drogeriemärkte in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rund 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rund 13 %.

Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2021 sind es 5.060 Märkte der vier größten Anbieter (dm, Rossmann, Müller sowie Budnikowsky)⁵¹. Das entspricht einem Anteil von 49 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Diese „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regale, breitere Gänge, Lichtdesign, etc.). Die Unternehmen wählen für die Ansiedlung von Drogeriemärkten vor allem Standorte mit hoher Kundenfrequenz, guter Verkehrsanbindung (guten Parkmöglichkeiten, Anbindung an den öffentlichen Nahverkehr) und entsprechend hohen Umsatzerwartungen (und nicht wie Schlecker mit geringen Ladenmieten in Randlagen oder Vorstädten). Folgende Standorte stehen im Blickwinkel der Expansion:

⁵¹ Quelle: ebd.

- innerstädtische 1A und 1B-Lagen
- Einkaufszentren
- Fachmarktzentren
- Nahversorgungs- und Stadtteilzentren
- Verbundstandorte mit gut frequentierten Lebensmittelmärkten

Die Expansionsbestrebungen der Unternehmen zielen damit nicht nur auf Lagen in den städtischen Zentren (zentralen Versorgungsbereichen) ab, sondern auch auf Lagen außerhalb der Zentren. Dabei handelt es sich sowohl um wohnsiedlungsräumlich integrierte Standorte als auch um nicht integrierte Standorte (an Hauptverkehrsstraßen oder in Gewerbegebieten bzw. an Fachmarktstandorten). Nicht zuletzt aufgrund ihrer Gesamtverkaufsfläche entwickeln moderne Drogeriemärkte außerhalb der Zentren jedoch eine Ausstrahlungskraft, die deutlich über den Nahbereich hinausreicht, so dass ihnen i. d. R. keine reine Nahversorgungsfunktion zukommt. Dabei findet aufgrund der Flächenansprüche, die unter 800 m² und damit der Großflächigkeit liegen, häufig keine eingehende planerische Auseinandersetzung mit entsprechenden Ansiedlungsbegehren statt.

Handlungsempfehlung zum planerischen Umgang mit Drogeriemärkten in Jever

Das Angebot an Drogeriewaren wird in der Stadt Jever, wie auch in vielen anderen Städten, vor allem in zwei Fachmärkten (Drogeriemarkt) sowie als typisches Randsortiment in Lebensmittelmärkten (Verbrauchermarkt, Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter) angeboten. Während sich einer der beiden klassischen Drogeriemärkte in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt befindet, ist der andere Drogeriemarkt im SO Famila – Mühlenstraße lokalisiert.

Zur absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit von Drogeriewaren in der Stadt Jever ist folgendes festzuhalten:

In Jever leben rund 15.000 Einwohner. Diese verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Warengruppe Drogeriewaren (ohne pharmazeutische, medizinische Artikel) von 296 Euro pro Kopf bzw. rund 4,4 Mio. Euro⁵² insgesamt. Legt man die Flächenproduktivitäten der Marktführer zugrunde (2021: dm 6.855 Euro / m² Verkaufsfläche; Rossmann 5.822 Euro / m² Verkaufsfläche⁵³) und geht davon aus, dass die Umsätze von Drogeriewaren zu rund 40 % von Drogerien selbst getätigt werden, ergibt sich (bei rechnerischer 100 % Abschöpfung der lokalen Kaufkraft) eine Tragfähigkeit für zwei Drogeriemärkte.

Die Stadt Jever ist jedoch aus rein quantitativer Sicht gut mit Drogeriewaren ausgestattet. Dies belegt auch der Zentralitätswert von deutlich über 1 (vgl. Kapitel 7.1). Handlungsdruck entsteht allenfalls aufgrund einzelbetrieblicher Ansprüche. **Das bedeutet jedoch nicht, dass es keine Ansiedlung von Drogeriemärkten in Jever mehr geben kann**, sondern bei dem bereits fast ausgeschöpften Kaufkraftpotenzial ist der Standort umso entscheidender.

Für eine Stadt der Größe Jever muss **der räumliche Ansiedlungsschwerpunkt für einen Drogeriemarkt aus versorgungsstruktureller Sicht in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen**. Drogeriemärkte sind in der Regel hoch frequentierte Geschäfte. **Diese Frequenzen sollten in Jever unbedingt innerhalb der Innenstadt generiert werden und keinesfalls außerhalb.**

⁵² IFH Köln GmbH – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021

⁵³ Hahn Gruppe; 16. Retail Real Estate Report Germany 2021/2022; Bergisch-Gladbach

Zulässigkeit von Vorhaben gemäß landesplanerischen Vorgaben

Durch die Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes sowie die Operationalisierung der Nahversorgung setzt sich die Stadt Jever einen Rahmen zum Umgang mit Vorhaben zur Ansiedlung von Lebensmittelmärkten. Dabei stehen vor allem die Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie die Sicherung und Stärkung einer wohnungsnahen Versorgung im Vordergrund. Sie dienen einer ersten Einordnung eines potenziellen Vorhabens und nicht zuletzt auch mit Blick auf die Entscheidung ggf. ein Bauleitplanverfahren einzuleiten, um es im Sinne städtebaulicher Zielvorstellungen zu ermöglichen oder auch abzuwehren. Schließlich stellt doch das Einzelhandelskonzept entsprechend der systematischen Stellung in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB als städtebauliches Entwicklungskonzept bei der Aufstellung von Bebauungsplänen einen Abwägungsbelang dar.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass sich die Zulässigkeit von Vorhaben in Gebieten mit Bebauungsplan entweder nach den Festsetzungen für die Baugebiete gemäß §§ 2 bis 9 BauNVO bzw. nach § 11 (3) BauNVO bei Großflächigkeit sowie im unbeplanten Innenbereich nach § 34 (2) BauGB (ggf. i. V. m. § 11 (3) BauNVO) und § 34 (3) BauGB ergibt.

Kleinflächige Lebensmittelmärkte sind demnach regelmäßig in Kerngebieten (MK), Mischgebieten (MI), Urbanen Gebieten (MU), allgemeinen Wohngebieten (WA), besonderen Wohngebieten (WB), Gewerbe (GE)- und Industriegebieten (GI) zulässig und zur Gebietsversorgung in Kleinsiedlungsgebietes (WS) bzw. ausnahmsweise zur Gebietsversorgung in reinen Wohngebieten (WR) gemäß Baunutzungsverordnung (BauNVO) zulässig. Auch kann sich gemäß § 34 BauGB eine Zulässigkeit von kleinflächigen Lebensmittelmärkten ergeben.

Mit Blick auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes) ist jedoch hervorzuheben, dass - in Abwägung gesamtstädtischer Interessen - in Gewerbe- und Industriegebieten kein Einzelhandel, insbesondere auch kein Lebensmitteleinzelhandel, angesiedelt werden darf. Darüber hinaus sollen Betriebe die Anforderungen an einen Nahversorgungsstandort (s.o.) erfüllen.

Die Ansiedlung **großflächiger Lebensmittelmärkte** sollte jeweils im Zuge einer Einzelfallbetrachtung immer in Abstimmung mit der zuständigen Behörde (Landkreis Friesland) durchgeführt werden. Die Zulässigkeit großflächiger Lebensmittelmärkte unterliegt dabei den Vorgaben des LROP NI 2017 Kapitel 2.3 Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels sowie dem § 11 (3) BauNVO. Dabei ist die Vermutungsregel des § 11 (3) S. 3 BauNVO zu berücksichtigen:

- Standorte für großflächige Lebensmittelmärkte dürfen gemäß dem Ziel 05 des Kapitels 2.3 des LROP NI 2017 nur innerhalb der städtebaulich integrierten Lagen liegen. In Ausnahmefällen sind diese Standorte auch außerhalb der städtebaulich integrierten Lagen innerhalb des zentralen Siedlungsgebietes des Zentralen Ortes im räumlichen Zusammenhang mit Wohnbebauung zulässig. Damit verknüpft ist eine Kerngebiets- oder Sondergebietspflicht für Vorhaben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten i. S. v. § 11 (3) BauNVO, zu denen unter Berücksichtigung der zentrenrelevanten Sortimente nach LROP NI 2017⁵⁴ auch großflächige Lebensmittelmärkte gehören.

Im Planungsfall ist bei einem Vorhaben mit einer Geschossfläche größer 1.200 m² im

⁵⁴ Quelle: LROP NI 2017: 113 f.

Rahmen einer typisierenden Betrachtung gemäß § 11 (3) S. 2 BauNVO anzunehmen⁵⁵, dass Auswirkungen (i. S. v. § 11 (3) BauNVO) von einem solchen Vorhaben ausgehen (Regelvermutung). Im Rahmen einer städtebaulichen Wirkungsanalyse ist zu untersuchen, ob ein Umschlagen absatzwirtschaftlicher Auswirkungen in negative städtebauliche Auswirkungen zu erwarten ist, welches einer Zulässigkeit des Vorhabens ggf. entgegenstehen würde. Zur Festsetzung eines städtebaulich verträglichen Vorhabens in einem Kerngebiet oder einem Sondergebiet ist immer ein entsprechendes Bauleitplanverfahren durchzuführen.

ANSIEDLUNGSREGEL 2

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sind nur noch in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt möglich.

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gem. Ansiedlungsregel 1) sollen zukünftig ausschließlich in der Innenstadt möglich sein.

Moderate Entwicklungsperspektiven für kleinteilige Läden zur „Gebietsversorgung“ an solitären städtebaulich integrierten Standorten (z. B. Allgemeinen Wohngebieten (WA), Dorfgebieten (MD), Mischgebieten (MI) oder Urbanen Gebieten (MU) gemäß Baunutzungsverordnung) sind möglich.

In Gewerbe- / Industriegebieten sind keine Angebotsneuansiedlungen oder -ausweitungen über den genehmigten Bestand hinaus möglich.

Erläuterungen

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt mit seiner Versorgungsfunktion als Zentrum zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Jeverischen Stadtgebiets attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment ab 800 m² Verkaufsfläche sollen demnach zukünftig nur noch in der Jeverischen Innenstadt zulässig sein, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandorts, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie

⁵⁵ Unterhalb des Wertes der Regelvermutung von 1.200 m² Geschossfläche ist es Aufgabe der Genehmigungsbehörde, im Einzelfall Anhaltspunkte dafür geltend zu machen, dass mit maßgeblichen Auswirkungen zu rechnen ist.

- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebots.

Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass nicht jede zur Verfügung stehende Fläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt durch Einzelhandel genutzt werden sollte / muss, sondern im Einzelfall auch andere zentrentypische Nutzungen (wie beispielsweise Dienstleistungen oder Gastronomie) i. S. einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums in den Abwägungsprozess eingestellt werden sollten.

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten zu dem zentralen Versorgungsbereich erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Daher impliziert die Ansiedlungsregel einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs** in Jever. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs in Jever erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf den zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete bzw. für allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Jever weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete, Allgemeine Wohngebiete und Urbane Gebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Jever entspricht. Die maximale Verkaufsflächengrößenordnung solcher Ladenlokale liegt deutlich unterhalb von 800 m², sogar unterhalb von 400 m².

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in

Gewerbe- und Industriegebieten oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** ist auszuschließen.

ANSIEDLUNGSREGEL 3

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und vorrangig an den dafür vorgesehenen Sonderstandorten Am Hillernsen Hamm / Am Bullhamm, Famila – Mühlenstraße sowie Mühlenstraße / Sillensteder Straße möglich. Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sind zu begrenzen.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Jeverschen Sortimentsliste können im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen. Vorrangig sind diese an den dafür vorgesehenen Sonderstandorten Am Hillernsen Hamm / Am Bullhamm, Famila – Mühlenstraße sowie Mühlenstraße / Sillensteder Straße zu realisieren. Bei der nach § 11 (3) BauNVO erforderlichen bauleitplanerischen Zulassungsentscheidung ist im Einzelfall zu prüfen, ob die Ansiedlung eines derartigen Betriebes mit den städtebaulichen Zielsetzungen für den zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzepts der Stadt Jever sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe ($\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt möglich (z. B. im MI, GE). Dabei ist eine Einzelfallprüfung erforderlich.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich vermieden werden. Die zentrenrelevanten Randsortimente dürfen 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 800 m^2 Verkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem einzigen oder einigen wenigen Sortimenten belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereichs sinnvoll sein.

Erläuterungen

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des Zentrums den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat

(bei Möbelanbietern z. B. Glas / Porzellan / Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment⁵⁶ vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Stadt Jever eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 800 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in dem zentralen Versorgungsbereich sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall geprüft werden.

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebs sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzepts bewertet werden.

⁵⁶ Als typische Beispiele für einen funktionalen Bezug sind u. a. zu nennen: GPK / Haushaltswaren und Wohneinrichtung in Möbelhäusern; Haushaltswaren, Wohneinrichtung, Arbeitskleidung / -schuhe, Schnittblumen in Bau- u. Gartenmärkten.

AUSNAHMEN ANSIEDLUNGSREGEL 1-3: ANNEXHANDEL / WERKSVERKAUF

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben im Gewerbegebiet („Annexhandel“) können angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsstätte dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet
- und im betrieblichen Zusammenhang errichtet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 (3) BauNVO (800 m² Verkaufsfläche) nicht überschritten wird.

9.6 Prüfschema zur Einzelhandelsentwicklung

Um bei Einzelhandelsvorhaben (Neuansiedlung, Erweiterungen, Verlagerungen, Nutzungsänderungen) zukünftig eine Vereinfachung und Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch dann ggf. erforderlichen formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein **Prüfschema** empfohlen, das eine erste Bewertung von Planvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und der dort formulierten Zentren- und Standortstruktur sowie den definierten Zielen und Grundsätzen ermöglicht.

Grundsätzlich sei angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste Grobbewertung ermöglichen soll und z. B. eine – im Einzelfall erforderliche – konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse in keiner Weise ersetzen kann.

Tabelle 12: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	Ansiedlungsregel 1	Ansiedlungsregel 2	Ansiedlungsregel 3	
	Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment	Kleinflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	Ja	Ja	Ja¹	Ja¹
Solitäre Nahversorgungsstandorte	Ja in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung sowie Nahversorgungsfunktion, keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	Nein	Ja^{1,2} Voraussetzung: ZS gemäß RROP	Ja^{1,2}
WS-, WA-, WB-, MD-, MI-, MU-Gebiete gem. BauNVO	Ja Einzelfallprüfung, Voraussetzungen: städtebaulich integriert, Nahversorgungsfunktion, Zentrenverträglichkeit, keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	Ja Nicht großflächige Betriebe Einzelfallprüfung: Versorgungsfunktion für den Nahbereich, Zentrenverträglichkeit	Ja^{1,2} Voraussetzung: ZS gemäß RROP	Ja^{1,2} Einzelfallprüfung erforderlich
Sonderstandorte	Nein mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen	Nein mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen	Ja^{1,2} Voraussetzung: ASB gemäß Regionalplan	Ja^{1,2}
Sonstige GE- / GI-Gebiete gem. BauNVO	Nein Ausnahmen: Kioske / Convenience-Stores, Annexhandel / Werksverkauf	Nein Ausnahme: Annexhandel / Werksverkauf	Nein Ausnahme: Annexhandel / Werksverkauf	Ja^{1,2} Einzelfallprüfung erforderlich

¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).

² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen (max. 800 m² Verkaufsfläche, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereichs ggf. weiter beschränkt sein kann/sollte).

Quelle: Darstellung Junker+Krusse

10 Planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzepts

Das Einzelhandelskonzept ist nach dem Beschluss des Stadtrats der Stadt Jever als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung „zu berücksichtigen“. Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich. Die Planungspraxis zeigt zwar, dass die Umsetzung von Einzelhandelskonzepten teilweise auf Schwierigkeiten trifft; bei vollständiger und gezielter Anwendung des Rechtsinstrumentariums ist sie jedoch durchaus möglich.

Im Folgenden wird kurz erläutert, in welcher Weise das Einzelhandelskonzept durch die Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente verwirklicht werden kann. Neben der Bauleitplanung und der Anwendung der Einfügungsklausel des § 34 Abs. 1 BauGB im Allgemeinen stehen folgende spezifische Rechtsinstrumente für die Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels zur Verfügung:

- § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO (Beschränkung von Arten und Unterarten von Einzelhandelsnutzungen in festgesetzten Baugebieten);
- § 11 Abs. 3 BauNVO (Beschränkung der Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels auf Kerngebiete und eigens dafür festgesetzte Sondergebiete);
- § 15 BauNVO (Unzulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall, sofern sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen);
- § 34 Abs. 3 BauGB (Unzulässigkeit von Vorhaben, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind);
- Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB (Ausschluss oder Einschränkung von bestimmten Arten von Nutzungen - also auch des Einzelhandels) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden).

10.1 Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO

Nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO können die Standardvorschriften der BauNVO über die Zulässigkeit von Vorhaben in den Baugebieten der §§ 2 bis 9 BauNVO individuellen Bedürfnissen angepasst werden, indem bestimmte Vorhaben ausgeschlossen oder nur für ausnahmsweise zulassungsfähig erklärt werden. Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, in bestimmten Baugebieten den zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen und nur nahversorgungsrelevante Betriebe ausnahmsweise zulässig zu machen. Über § 1 Abs. 10 BauNVO können vorhandenen Betrieben über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden (sogenannte Fremdkörperfestsetzung).

Da großflächiger Einzelhandel in aller Regel ohnehin nur in eigens dafür festgesetzten Sondergebieten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig ist, liegt die Hauptbedeutung der Steuerung über § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO darin, die Entwicklung des nicht großflächigen Einzelhandels zu steuern – entweder durch die Neuaufstellung von Bebauungsplänen oder durch die Änderung vorhandener Pläne durch Hinzufügung textlicher Festsetzungen. Auch die im Aufstellungsverfahren befindlichen Bebauungspläne sollten hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept überprüft werden; ggf. sind deren Festsetzungen anzupassen.

10.2 Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in eigens für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig, wenn sie sich *„nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können“*. Dabei sind u. a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Betriebs sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu berücksichtigen.

Das Einzelhandelskonzept leistet einen wichtigen Beitrag zur rechtssicheren Anwendung dieser Vorschrift, indem es den zu schützenden zentralen Versorgungsbereich definiert und die Datengrundlage zur Klärung der Frage liefert, welche Auswirkungen von der Ansiedlung eines bestimmten Betriebs auf die Versorgung der Bevölkerung in dessen Umfeld zu erwarten wären.

10.3 Anwendung des § 15 BauNVO

Das Einzelhandelskonzept kann im Geltungsbereich von Bebauungsplänen dazu beitragen, die „Eigenart des Baugebiets“ zu definieren, zu der sich ein beantragtes Vorhaben nach „Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung“ nicht in Widerspruch setzen darf. In erster Linie ist für diese Definition allerdings der betreffende Bebauungsplan mit seinen Festsetzungen verantwortlich. Das Einzelhandelskonzept kann hier nur Interpretationshilfe liefern.

10.4 Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB

Für den unbeplanten Innenbereich hat der Gesetzgeber mit der Änderung des Baugesetzbuchs durch das EAG Bau 2004 die Möglichkeiten erweitert, die Entwicklung auch von nicht großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu steuern. Bis zum EAG Bau 2004 konnten über die Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB nur Auswirkungen des beantragten Vorhabens in seiner „näheren Umgebung“ berücksichtigt werden. Seit 2004 können auch „Fernwirkungen“ zur Unzulässigkeit eines Vorhabens nach § 34 BauGB führen. Vorhaben des Einzelhandels sind gemäß § 34 Abs. 3 BauGB unzulässig, wenn von ihnen *„schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind“*. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um einen großflächigen Betrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt oder um einen kleineren Betrieb. Die Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit darf nicht als Indiz dafür verwendet werden, dass schädliche Auswirkungen zu erwarten sind. Dies muss immer im Einzelfall

nachgewiesen werden. Das Einzelhandelskonzept kann durch seine Datengrundlage einen solchen Nachweis erleichtern.

Schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind insbesondere dann zu erwarten, wenn der prognostizierte Kaufkraftabfluss aus zentralen Versorgungsbereichen dort zu Ladenleerständen, zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt oder zur Aufgabe eines für den Fortbestand des Zentrums wichtigen „Frequenzbringers“ führt, so dass mit einem erheblichen Absinken des Versorgungsniveaus zu rechnen ist. § 34 Abs. 3 BauGB stellt dabei ausschließlich auf in der Realität bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche ab. Eine mögliche Beeinträchtigung von lediglich geplanten Zentren kann einem Vorhaben nicht entgegengehalten werden. Ein Einzelhandelskonzept muss also – wie im vorliegenden Einzelhandelskonzept geschehen – klare Aussagen dazu treffen, ob definierte zentrale Versorgungsbereiche bereits vorhanden sind oder erst entwickelt werden sollen.

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Jever ist also auch zur Beurteilung von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB heranzuziehen. Es benennt den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt Jever, der vor schädlichen Auswirkungen durch Neuansiedlung von Betrieben außerhalb des Zentrums bewahrt werden soll und grenzt diesen ab. Das Konzept definiert zudem die Bedingungen, bei deren Vorliegen Einzelhändler zur Nahversorgung auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs zugelassen werden.

10.5 Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB

Da sich der Nachweis der „Zentrenschädlichkeit“ eines Projekts im Baugenehmigungsverfahren mit seinen engen Fristen oft nur schwer führen lässt, eröffnete die BauGB-Novelle 2007 zusätzlich die Möglichkeit, durch einen einfachen Bebauungsplan bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. § 9 Abs. 2a BauGB lautet:

„2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.“

Ein Bebauungsplan, der lediglich Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB enthält, kann gemäß § 13 Abs. 1 BauGB im vereinfachten Verfahren aufgestellt werden. Damit kann u. a. von einer frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden abgesehen und auf einen Umweltbericht verzichtet werden. Der Geltungsbereich eines Bebauungsplans mit Festsetzungen

nach § 9 Abs. 2a BauGB kann aber auch auf ganze Quartiere ausgedehnt werden, die zum Teil bereits mit rechtsverbindlichen Bebauungsplänen überplant sind. Dort ist das identische Regelungsziel der Steuerung des zentrenrelevanten Einzelhandels durch die Einfügung von Festsetzungen nach § 1 Abs. 5, 9 BauNVO 1990 zu erreichen. Für derartige „strategische Bebauungspläne“ muss ein Umweltbericht angefertigt werden, da sie nicht nur Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB, sondern auch solche nach der BauNVO enthalten. Der Umweltbericht ist jedoch einfach herzustellen, da von einem Plan zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels die „klassischen“ Umweltschutzgüter (Tiere, Pflanzen, Boden, Wasser, Luft) nicht betroffen sind.

§ 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf *„ein [...] städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB [...], das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“*. Damit wird verdeutlicht und anerkannt, dass die Aufstellung eines Einzelhandelskonzepts in aller Regel Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels werden direkt aus dem Einzelhandelskonzept abgeleitet. Das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept rechtfertigt die gesamtstädtische Steuerung des Einzelhandels durch strategische Bauleitplanung. Diese Bauleitplanung kann zweckmäßigerweise auf mehrere Bebauungspläne verteilt werden. Das Einzelhandelskonzept definiert den zentralen Versorgungsbereich und bietet die Maßstäbe und Argumente dafür, auf welche Weise dieser zu schützen ist und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

10.5.1 Definition des „zentralen Versorgungsbereichs“

Der Gesetzesbegriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ umfasst grundsätzlich alle Stufen von Zentren. Der Begriff des zentralen Versorgungsbereichs setzt eine Mehrzahl von einander ergänzenden oder konkurrierenden Nutzungen voraus⁵⁷, das Zentrum muss eine eigene städtebauliche Qualität besitzen. Ein einzelner Betrieb stellt kein Zentrum dar, auch nicht bei Großflächigkeit. Er darf nicht durch einen Bebauungsplan vor Konkurrenz geschützt werden, auch wenn er eine wichtige Nahversorgungsfunktion hat und sein Verbleib für die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung wünschenswert wäre. Schutz vor Konkurrenz darf kein Ziel der Bauleitplanung sein, daher ist auch eine „Überversorgung“ in der Angebotsstruktur kein städtebaulich verwendbares Argument.

Anders als bei der Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB könnten über § 9 Abs. 2a BauGB auch Bereiche geschützt werden, die nach der planerischen Konzeption der Stadt in ihren zentralen Funktionen erst noch entwickelt werden sollen. Ein Nukleus sollte allerdings bereits vorhanden sein. Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts der Stadt Jever wurde daher nicht nur das bereits vollständige, funktionsfähige vorhandene Zentrum benannt und abgegrenzt. Es wurde auch geprüft, ob andernorts ggf. weitere Zentren zu entwickeln sind.

⁵⁷ OVG Nordrhein-Westfalen, Urteil vom 11.12.2006 - 7 A 964/05-. juris.

10.5.2 Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels

Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB können nur für unbeplante Innenbereichsflächen gemäß § 34 BauGB getroffen werden. Wie oben bereits erwähnt wurde, kann der Geltungsbereich von strategischen Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des zentrenrelevanten Einzelhandels aber auch die Flächen von rechtsverbindlichen Bebauungsplänen mitumfassen, denen Festsetzungen nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO hinzugefügt werden sollen. Der jeweilige Bebauungsplan ändert dann als Sammelbepauungsplan die einbezogenen, bereits vorhandenen Bebauungspläne. Nur auf diese Weise lässt sich verhindern, dass sich die Geltungsbereiche vorhandener Bebauungspläne ohne gezielte Festsetzungen zur Zulässigkeit des zentrenrelevanten Einzelhandels in einem sonst nach § 34 BauGB zu beurteilendem Umfeld wie Schlupflöcher auswirken.

Die vordringlichen Geltungsbereiche zur Abwehr von zentrenunverträglichen Einzelhandelsansiedlungen in besonders gefährdeten Bereichen (z. B. Konversionsflächen, aufgegebene Bahnflächen, Gewerbebrachen, Bauflächen an Ausfallstraßen) lassen sich meist aus der örtlichen Gebietsstruktur ableiten.

Schwieriger ist es, weiträumige Teilbereiche strategisch zu überplanen, um bei den in Jever gegebenen potenziellen Ansiedlungsflächen den Erhalt und die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs in allen Problembereichen abzusichern. Hier empfiehlt sich folgendes Vorgehen:

- In einem ersten Schritt sollten die Problembereiche eingegrenzt werden, in denen die vorsorgliche Regulierung der Standortwahl des Einzelhandels nach Maßgabe der Grundsätze des Einzelhandelskonzepts durch verbindliche Bauleitplanung sinnvoll und erforderlich erscheint.
- Die dafür aufzustellenden Bebauungspläne sollten dann sachlich getrennt, verfahrensmäßig jedoch gebündelt durch das Aufstellungsverfahren geführt werden.

Der zentrale Versorgungsbereich muss innerhalb der Pläne jeweils flächenscharf abgegrenzt werden. Dabei gelten die üblichen Anforderungen an solche Abgrenzungen, insbesondere das Bestimmtheitsgebot: es muss ohne Interpretationsspielraum erkennbar sein, für welche Flächen welche Festsetzungen gelten. Im Regelfall sollte die Abgrenzung nach innen den Flurstücksgrenzen folgen. Nach außen können die Grenzen der Stadt und der Ortsteile verwendet werden.

10.5.3 Festsetzungsinhalte

§ 9 Abs. 2a BauGB eröffnet ebenso wie § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO die Möglichkeit, bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. Als „Arten von Nutzungen“ kommen sowohl Einzelhandelsbetriebe generell als auch bestimmte Typen von Einzelhandelsbetrieben (etwa Lebensmittelgeschäfte) in Frage. Dabei ist auf in der Realität vorzufindende und im Einzelfall nach objektiven Kriterien eindeutig bestimmbar Typen abzustellen. Die Betriebsform (z. B. Bedienungsladen oder Selbstbedienung, Discounter oder Vollversorger) ist kein zulässiges Kriterium, sondern dem Wettbewerb zu überlassen. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Schwelle der „Zentrenschädlichkeit“ für unterschiedliche Sortimente unterschiedlich anzusetzen ist.

Analog zu § 1 Abs. 9 BauNVO muss eine Feindifferenzierung der Nutzungsarten städtebaulich begründet sein. Ausgeschlossene Sortimente müssen auch tatsächlich in der jeweiligen örtlichen

Situation zentrenrelevant sein. Allerdings dürfen auch Sortimente ausgeschlossen werden, die in den zu schützenden zentralen Versorgungsbereichen noch nicht vertreten sind, wenn ihre Ansiedlung zur Entwicklung dieser Zentren nur dort zulässig sein soll.

Die Bauleitplanung zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels kann für Teile des Geltungsbereichs eines Bebauungsplans jeweils unterschiedliche Festsetzungen treffen, also z. B. für bereits gut versorgte Bereiche oder nicht integrierte Lagen weitergehende Nutzungsbeschränkungen vorsehen als für unterversorgte Ortsteile.

10.5.4 Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung

In der Begründung der Bebauungspläne ist darzulegen, in welcher Weise deren Festsetzungen dem Erhalt und der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs dienen und im Interesse der verbrauchernahen Versorgung und der Innenentwicklung liegen. Der Ausschluss bestimmter Arten von Nutzungen muss daraufhin geprüft werden, ob er zur Umsetzung dieser Ziele geeignet, erforderlich und angemessen ist. Dabei kann auf eine schlüssige, städtebaulich begründete Planungskonzeption, insbesondere also auf das Einzelhandelskonzept, zurückgegriffen werden; ein konkreter Gefährdungsnachweis für jede einzelne ausgeschlossene Nutzung ist nicht erforderlich.

Der Ausschluss bestimmter Arten von Einzelhandelsnutzungen kann die Privatnützigkeit des Grundeigentums in erheblichem Maße einschränken, denn die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebs stellt oft die wirtschaftlichste Verwertungsmöglichkeit eines Grundstücks dar, z. B. an stark befahrenen Verkehrsstraßen. Diese privaten Belange sind zutreffend zu ermitteln und mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen. Zur frühzeitigen Ermittlung der privaten Belange kann es angeraten sein, auch bei Aufstellung im vereinfachten Verfahren eine frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit durchzuführen.

Im Rahmen der Planaufstellung ist weiterhin die Frage zu prüfen, ob durch den Bebauungsplan Entschädigungsansprüche ausgelöst werden können. Dies ist grundsätzlich möglich, da das Planungsziel darin besteht, bisher zulässige Grundstücksnutzungen künftig auszuschließen. Allerdings dürfte i. d. R. die Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit der Nutzung abgelaufen sein, so dass nach § 42 BauGB allenfalls Eingriffe in ausgeübte Nutzungen zu entschädigen wären.

Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2022)	26
Abbildung 2: Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr	27
Abbildung 3: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2020	28
Abbildung 4: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2021	29
Abbildung 5: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2021	31
Abbildung 6: Warengruppenspezifische Verkaufsflächen in Jever (in m ²)	43
Abbildung 7: Verteilung der Verkaufsflächen in Jever differenziert nach städtebaulicher Lage (gem. Einzelhandelskonzept 2016)	59
Abbildung 8: Räumliche Verteilung des Verkaufsflächenangebots in Jever nach städtebaulicher Lage bzw. Standortkategorie (gem. Einzelhandelskonzept 2016) – warengruppenspezifische Betrachtung	61
Abbildung 9: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)	68
Abbildung 10: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Jever	70
Abbildung 11: Standortstrukturmodell für die Stadt Jever	80
Abbildung 12: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	98

Tabellen

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker+Kruse	19
Tabelle 2: Definition von Lagekategorien	20
Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung	22
Tabelle 4: Jeverische Stadtgliederung mit Einwohnerzahlen	35
Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Jever	37
Tabelle 6: Einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattungen im Vergleich	44
Tabelle 7: Umsätze und Zentralitäten in Jever nach Warengruppen	45
Tabelle 8: Angebotssituation in der Jeverischen Innenstadt	53
Tabelle 9: Einzelhandelsangebot in den Jeverischen Raumeinheiten	58
Tabelle 10: Kennziffern zum Lebensmittelangebot in den Jeverischen Raumeinheiten	62
Tabelle 11: Sortimentsliste für die Stadt Jever	99
Tabelle 12: Ansiedlungsempfehlungen nach Lage und Größe (Prüfschema)	112

Karten

Karte 1: Lage der Stadt Jever in der Region	34
Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur Jever	36
Karte 3: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich (2021)	38
Karte 4: Einzugsbereich des Jeverischen Einzelhandels	39

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m ²) in Jever	50
Karte 6: Leerstände in Jever	51
Karte 7: Einzelhandelsbetriebe nach Bedarfsstufen in der Jeverschen Innenstadt	52
Karte 8: Räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe in Jever und räumlicher Angebotsschwerpunkt	58
Karte 9: Strukturprägende Lebensmittelmärkte in Jever mit 600 m - Fußwegedistanzen sowie 500 m Radius	64
Karte 10: Räumliche Standortstruktur in Jever	83
Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	87
Karte 12: Perspektiven der Nahversorgungsstandorte in Jever	91

Fotos

Foto 1 und Foto 2: Kirchplatz.....	55
Foto 3 und Foto 4: Alter Markt (links) und Schlachtstraße (rechts)	56

Anhang

Legende

Grenzen

-  Stadtgrenze
-  Raumeinheit
-  statistischer Bezirk
-  Flurstück

Gebäude

-  Gebäude
-  öffentliches Gebäude
-  Magnetbetrieb

Nutzungen

-  Bahnfläche
-  Siedlungsfläche
-  Gewerbefläche
-  Gewässer
-  Freifläche
-  Straßennetz

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebs oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH Köln GmbH) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandels-relevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH Köln GmbH ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandels-zentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Begriff	Erläuterung
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt)
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Begriff	Erläuterung
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses möglichst ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 - 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienungselemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rund 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu

Begriff	Erläuterung
	<p>Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmittel-discounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.</p>
<p>Nicht zentrenrelevante Sortimente</p>	<p>Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotenzial für gewachsene Zentren ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben. Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.</p>
<p>SB-Warenhaus</p>	<p>Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).</p>
<p>Sonderstandort Ergänzungsstandort</p>	<p>bzw. Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine Pkw-kundenorientierte Lage.</p>
<p>Sortimentsliste (ortstypische)</p>	<p>Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können. Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.</p>
Stadtteilzentrum	<p>Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereichs) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p>
(Städtebaulich) Integrierte Lage	<p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Jeverischen Einzelhandelskonzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Jever integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² - max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.</p>
Umsatzkennziffer	<p>Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebiets an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.</p>
Verbrauchermarkt	<p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 - 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch Pkw-kundenorientiert.</p>
Verkaufsfläche	<p>Gemäß Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.</p>
Verkaufsflächenausstattung je Einwohner	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebiets.</p>
Zentraler Versorgungsbereich	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.</p> <p>Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende</p>

Begriff	Erläuterung
	<p>Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereichs hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:</p> <p>Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Pkw-Kunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie).</p> <p>Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.</p>
<p>Zentrenrelevante Sortimente</p>	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotenziale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren – angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren – durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>
<p>Zielzentralität</p>	<p>Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.</p>