



EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT für die Stadt Cuxhaven – Fortschreibung –



im Auftrag der Stadt Cuxhaven

Junker + Kruse

Beschlossen als städtebauliches Entwicklungskonzept
i.S.d. § 1 (6) Nr 11 BauGB
durch den Rat der Stadt Cuxhaven am 09. Dezember 2014

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cuxhaven - Fortschreibung -

im Auftrag der Stadt Cuxhaven

Endbericht

Sebastian Kocyan
Stefan Kruse



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

Dortmund, April 2014

**Beschlossen als städtebauliches Entwicklungskonzept
i.S.d. § 1 (6) Nr 11 BauGB
durch den Rat der Stadt Cuxhaven am 09. Dezember 2014**

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit verzichten wir darauf, stets männliche und weibliche Schriftformen zu verwenden. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht unterliegt 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	7
2	Untersuchungsaufbau	11
3	Methodische Vorgehensweise	14
3.1	Angebotsanalyse	14
3.2	Nachfrageanalyse	22
3.3	Städtebauliche Analyse	23
4	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	24
4.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen	24
4.2	Einzugsgebiet des Cuxhavener Einzelhandels	29
4.3	Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet	30
4.4	Touristisches Kaufkraftpotenzial	33
5	Einzelhandelsrelevantes Standortprofil	35
5.1	Gesamtstädtische einzelhandelsrelevante Kennziffern	36
5.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes	47
5.3	Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte	53
5.3.1	Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich	54
5.3.2	Zentraler Bereich Schillerstraße	62
5.3.3	Zentraler Bereich Duhnen	65
5.3.4	Zentraler Bereich Altenwalde	68
5.3.5	Standortagglomerationen Grodener Chaussee/Papenstraße	70
5.3.6	Standortagglomerationen Abschnede	72
5.3.7	Angebotsstandort Alter Fischereihafen	74
5.4	Wohnungsnahе Grundversorgung in Cuxhaven	76
6	Entwicklungsspielräume des Cuxhavener Einzelhandels	85
7	Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven	94
7.1	Räumliches Entwicklungsleitbild	94
7.2	Übergeordnete Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	96

7.3	Standortstrukturmodell	100
7.4	Zentrale Versorgungsbereiche.....	106
7.4.1	Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven	108
7.4.2	Stadtteilzentrum Lotsenviertel	113
7.4.3	Nahversorgungszentrum Duhnen	115
7.4.4	Nahversorgungszentrum Altenwalde	116
7.4.5	Touristische Angebotsschwerpunkte.....	118
7.5	Ergänzungsstandorte	119
7.5.1	Ergänzungsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße	119
7.5.2	Ergänzungsstandort Abschnede.....	121
7.6	Solitäre Nahversorgungsstandorte	123
7.7	Cuxhavener Sortimentsliste	127
7.7.1	Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste	127
7.7.2	Herleitung der Cuxhavener Sortimentsliste	130
7.8	Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....	137
7.9	Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung	143
	Verzeichnisse	146
	Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....	150

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Cuxhaven verfügt derzeit über ein zehn Jahre altes Einzelhandelskonzept, das unter dem Titel „Einzelhandelskonzept Cuxhaven“ die Angebots- und Nachfragestrukturen in der Stadt Cuxhaven analysiert, um basierend auf den in dieser Analyse gewonnen Erkenntnissen Handlungsempfehlungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Cuxhaven abzuleiten¹. Wenngleich dieses Konzept vom Rat der Stadt Cuxhaven lediglich zur Kenntnis genommen und nicht beschlossen wurde dient es seit je her als Grundlage für Entscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Fragestellungen einerseits sowie als Basis für die bauleitplanerische Diskussion andererseits.

Im Hinblick auf das seinerzeit erarbeitete Konzept ist jedoch zu berücksichtigen, dass sich die darin getroffenen Aussagen zur Einzelhandelsentwicklung auf bauplanungsrechtliche Regelungen stützen, die insbesondere durch diverse Baurechtsnovellen (in den Jahren 2007 und 2011) sowie durch obergerichtliche und höchstrichterliche Rechtsprechungen nicht mehr aktuell sind. Demnach können die im aktuellen Einzelhandelskonzept der Stadt Cuxhaven gegebenen Empfehlungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung nur noch eingeschränkt angewandt werden.

Des Weiteren ist allgemein festzustellen, dass nur wenige Wirtschaftsbereiche in der jüngeren Vergangenheit derart dynamische Veränderungen zeigen wie der Einzelhandelssektor. Durch Unternehmenskonzentrationen, steigende Betriebsgrößen und Verkaufsflächenansprüche sowie eine vorwiegende Ausrichtung am mobilitätsbereiten Autokunden entstanden und entstehen immer noch zahlreiche Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Zentrenstrukturen, was in zahlreichen Fällen dazu geführt hat, dass die gewachsenen Innenstädte in ihrer Attraktivität und ökonomischen Funktion an Bedeutung verloren haben und auch das ehemals dichte Netz der wohnungsnahen Grundversorgung in vielen Regionen Deutschlands erheblich ausgedünnt ist. Während Fachmärkte, Einkaufscenter sowie discountorientierte Vertriebsschienen nach wie vor massiv auf den deutschen Einzelhandelsmarkt drängen, ist parallel dazu ein immer größer werdender Leerstand von kleinen und großen Ladenlokalen innerhalb zentraler Geschäftslagen zu beobachten.

Auch die Stadt Cuxhaven steht aktuell (wie zukünftig) vor der Aufgabe, im Spannungsfeld zwischen betreibermotivierten Standortanforderungen auf der einen und volkswirtschaftlich/ städtebaulich/ stadtentwicklungspolitisch motivierten Zielvorstellungen auf der anderen Seite, einen auf die spezifische Situation in der Stadt abgestimmten, konstruktiven Umgang mit den erwähnten Strukturentwicklungen im Einzelhandel zu finden. Nennenswerte Projekte in der Stadt Cuxhaven sind diesbezüglich unter anderem die Entwicklung des alten Bahnhofsgeländes, die Umnutzung/Gestaltung des Alten Fischereihafens, der Abriss und die damit einhergehende Umnutzung der ehemaligen Hertie-Immobilie im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich, die verträgliche Entwicklung der Fachmarktstandorte (u. a. des Angebotsstandortes Abschnede) sowie die Bindung der touristischen Potenziale an die klassischen Angebotsstandorte im Stadtgebiet.

¹ vgl. Econ-Consult (2004): Einzelhandelskonzept Cuxhaven. Köln

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes soll demnach als städtebauliches Steuerungskonzept (im Sinne von § 1 (6) Nr. 11 Baugesetzbuch) sowohl eine fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle Planvorhaben liefern als auch mögliche Entwicklungsperspektiven sowie erforderliche (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten aufzeigen. Stadtverwaltung und Politik sollen mit dem Konzept in die Lage versetzt werden, stadtentwicklungspolitische Grundsatzentscheidungen treffen sowie frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen in Cuxhaven einschätzen zu können.

Eine weitere Antriebsfeder zur Aktualisierung und Überarbeitung des derzeitigen Einzelhandelskonzeptes stellt die Leitbildnovelle der Stadt Cuxhaven dar, die vom Rat der Stadt Cuxhaven im Januar 2011 beschlossen wurde. Im Rahmen dieser Novelle setzt sich ein wesentliches Handlungsfeld mit dem Erhalt des Zentrums als attraktivstem Bereich für das Einkaufen innerhalb Cuxhavens auseinander und definiert die Aktualisierung und Anwendung des gesamtstädtischen Nahversorgungs- und Einzelhandelskonzeptes als umzusetzendes Ziel. Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist demnach auch aus dem gesamtstädtischen Leitbildprozess entwickelt und berücksichtigt insbesondere diejenigen strategischen Ziele des Leitbildes, die direkt oder indirekt mit der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet zusammenhängen.²

Ausgehend von den vorgenannten Zielsetzungen stehen im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven folgende Fragestellungen im Mittelpunkt des Untersuchungsinteresses:

- Wie stellt sich die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation in der Stadt Cuxhaven dar? Welche darüber hinausgehenden (regionalen) angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sind für die Stadt Cuxhaven relevant?
- Welche Stärken und Schwächen weist der Einkaufsstandort Cuxhaven (differenziert nach Angebots- und Nachfrageseite) auf?
- Wie stellen sich die (aus Einzelhandelssicht) relevanten städtebaulichen Rahmenbedingungen der wesentlichen Einkaufsbereiche in der Stadt Cuxhaven (insbesondere natürlich der zentralen Versorgungsbereiche und der Ergänzungsstandorte) dar?
- Wie kann die wohnungsnahе Versorgung der Bürger nachhaltig gesichert werden? Wie sind die Nahversorgungsbereiche abzugrenzen und welche Maßnahmen sind zur Sicherung der Nahversorgung erforderlich?
- Welche Entwicklungsperspektiven beziehungsweise Ziele lassen sich für den Einkaufsstandort Cuxhaven insgesamt sowie für einzelne Angebotsstandorte formulieren?
- Welche potenziellen Standorte in der Stadt Cuxhaven eignen sich für – auch großflächige – Einzelhandelsnutzungen (sowohl unter absatzwirtschaftlichen als auch städtebaulichen Aspekten)?

² vgl. Stadt Cuxhaven (2011): Leitbild Cuxhaven. Sehen, Handeln und Verstehen einer Stadt. Cuxhaven

- Welche grundsätzlichen bau- und planungsrechtlichen Strategien sind zur zukünftigen stadt- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt Cuxhaven erforderlich (unter anderem: Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche, Herleitung der Cuxhavener Sortimentsliste)?

Anforderungen an ein Einzelhandelskonzept

Für die Einzelhandelssteuerung auf Basis eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes ist es im Allgemeinen nicht entscheidend „*ob*“, sondern vielmehr „*wie*“ (im Rahmen der gesetzlichen Vorgaben sowie der kommunalen Möglichkeiten) eine Kommune im Sinne einer positiven und in die Zukunft gerichteten Entwicklungspolitik Einzelhandel in ihren Verwaltungsgrenzen an die städtebaulich gewünschten Standorte lenken und so auch (vorhandene wie perspektivische) städtebauliche Missstände vermeiden kann. Als städtebauliche Missstände in diesem Sinne sind insbesondere leerstehende Ladenlokale und Einzelhandelsimmobilien in den zentralen Versorgungsbereichen anzusehen, die dazu beitragen (können), dass die zentralen Versorgungsbereiche die ihnen zugeordnete Versorgungsfunktion mittel- bis langfristig nicht mehr erfüllen können.

Insbesondere für das „*wie*“ werden im Rahmen

- des Baugesetzbuches in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.09.2004, zuletzt geändert am 11.06.2013 (BauGB),
- der Baunutzungsverordnung in der Fassung der Bekanntmachung vom 23.01.1990, zuletzt geändert am 11.06.2013 (BauNVO) sowie
- von zahlreichen Urteilen des Bundesverwaltungsberichtes (BVerwG) und insbesondere der Obergerichte

klare Anforderungen formuliert.

So ist die – insbesondere auch rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzeptes im Sinne von § 1 (6) Nr. 11 Baugesetzbuch (BauGB) in jüngeren oberverwaltungsgerichtlichen Urteilen nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionellen Festlegungen, die dann gemäß § 1 (6) Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 (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 Standorten in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Gemeinde funktionsgerecht eingebunden ist.“³

Insbesondere im Hinblick auf die Beurteilungs- und Abwägungsprozesse im Rahmen der Bauleitplanung sind an ein kommunales Einzelhandels- und Zentrenkonzept klare Anforderungen zu stellen. Auf Basis einer dezidierten städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Angebots- und Nachfrageanalyse sind folgende Bausteine ein unabdingbarer Bestandteil eines jeden Einzelhandelskonzeptes⁴:

³ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2005 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzeptes auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2005 - 7 D 112/05.NE

⁴ vgl. dazu auch: Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Münster: S. 239ff.

- die Beschreibung der zentralen Versorgungsbereiche nach ihrer
 - exakten räumlichen Lage und Ausdehnung sowie
 - konkreten Funktion;
- die Darstellung der möglichen Weiterentwicklung dieser zentralen Versorgungsbereiche;
- die Entwicklung eines räumlichen Standortstrukturmodells mit Darstellung der einzelnen Standorte und entsprechenden Funktionszuweisungen;
- die Darstellung sonstiger Einzelhandelsagglomerationen ohne umfassende Versorgungsfunktion;
- die Ermittlung spezifischer Sortimentsverteilungen und der Vorschlag einer ortstypischen Sortimentsliste.

Soweit das eingangs bereits erwähnte Einzelhandelskonzept für die Stadt Cuxhaven die vorangestellten Bausteine bereits umfasst⁵, werden diese in die vorliegende Fortschreibung einbezogen, hinsichtlich ihrer Aktualität, Praxistauglichkeit und Rechtssicherheit überprüft sowie gegebenenfalls an die neuen rechtlichen Rahmenbedingungen angepasst. Darüber hinaus ist vor allem ein Schwerpunkt auf die künftige Umsetzung der konzeptionellen Ziele zu legen. Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven wird daher (zusätzlich) Grundsätze zur Steuerung des Einzelhandels formulieren, die den aktuellen gesetzlichen Rahmen sowie die darauf aufbauende Rechtsprechung berücksichtigen.

⁵ vgl. Fußnote 1

2 Untersuchungsaufbau

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven umfasst drei wesentliche, aufeinander aufbauende Bausteine:

- die Analyse des Status Quo,
- die Betrachtung von Entwicklungsspielräumen sowie
- das umsetzungsorientierte Konzept zur künftigen Steuerung des Einzelhandels in Cuxhaven.

Die Analyse des **Status Quo** (vgl. Kapitel 4 und 5) beinhaltet die Darstellung und Bewertung der bestehenden Angebots- und Nachfragesituation unter besonderer Berücksichtigung räumlicher und städtebaulicher Aspekte. Ein besonderer Fokus liegt dabei auf der wohnungsnahen Grundversorgung der Cuxhavener Bevölkerung in den einzelnen Stadtteilen, die insbesondere auch unter Berücksichtigung der demographischen Entwicklung nachhaltig gesichert werden soll.

Im Rahmen der Betrachtungen zu den künftigen **Perspektiven der Einzelhandelsentwicklung** in Cuxhaven werden neben möglichen, gesamtstädtischen Entwicklungsstrategien absatzwirtschaftliche Entwicklungsspielräume, unter Berücksichtigung ökonomischer und insbesondere auch demographischer Rahmenbedingungen, diskutiert (vgl. Kapitel 6).

Das „eigentliche“ **Konzept** (vgl. Kapitel 7) stellt als selbstständiger Baustein des Gesamtberichtes insbesondere Strategien und Instrumente zur zukünftigen stadt- und regionalverträglichen Steuerung des Einzelhandels in der Stadt dar. Dazu gehören

- die übergeordneten Ziele der Einzelhandelsentwicklung,
- das Standortstrukturmodell,
- die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche,
- die Identifizierung und Sicherung der solitären Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorte,
- die Cuxhavener Sortimentsliste sowie
- Ansiedlungsregeln (Grundsätze) zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Cuxhaven.

Prozessbegleitung

Wie der Erarbeitungs- und Umsetzungsprozess zahlreicher Einzelhandels- und Zentrenkonzepte gezeigt hat, ist die Akzeptanz des besten Konzeptes nur dann gegeben, wenn es gelingt, die wesentlichen Akteure sowohl in den Erarbeitungsprozess mit einzubinden als auch – auf einer breiteren Ebene – allen Akteursgruppen (insbesondere der Politik, der lokalen Kaufmannschaft und der Verwaltung) die Konsequenzen ihres Handelns (mit und ohne Konzept) aufzuzeigen. Aus diesem Grund wird von Seiten des Gutachters ein besonderer Wert auf die Vermittlung der jeweiligen Zwischen- und Endergebnisse gelegt. Die Fortschreibung

des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven wurde dementsprechend durch Sitzungen mit folgenden Gruppen/Gremien begleitet:

Kolloquium Verwaltung

Diese Gruppe setzte sich aus Vertretern der Verwaltung und des Gutachterbüros zusammen und traf sich nach Bedarf. In erster Linie wurden hier inhaltliche und organisatorische Vorbereitungen getroffen. Durch die verwaltungsinterne Beteiligung (Stadtplanungsamt, Amt für Wirtschaftsförderung) wurde sichergestellt, dass Fachbelange der einzelnen Abteilungen erörtert und berücksichtigt werden konnten.

Projektbegleitender Einzelhandelsbeirat

Der projektbegleitende Einzelhandelsbeirat traf sich während des Bearbeitungszeitraumes ebenfalls je nach Arbeitsfortschritt. Die organisatorische Federführung des Einzelhandelsbeirates oblag dabei der Industrie- und Handelskammer Stade für den Elbe-Weser-Raum. Im Rahmen der Beiratstreffen wurden die jeweiligen Untersuchungsinhalte diskutiert und das weitere Vorgehen des Gutachters konsensual abgestimmt.

Zu den Mitgliedern des Cuxhavener Einzelhandelsbeirates gehörten neben dem Gutachterbüro Vertreter der Industrie- und Handelskammer Stade für den Elbe-Weser-Raum, des Handelsverbandes Nordwest, der Kreishandwerkerschaft, diverser Interessengemeinschaften (Cuxhaven activ e.V.; Die Cuxhavener; IG Lotsenviertel), der Fraktionen des Stadtrates sowie der Stadtverwaltung.

An folgenden Terminen wurden entsprechende Sitzungen durchgeführt:

- 1. Einzelhandelsbeirat: 13. Mai 2013
- 2. Einzelhandelsbeirat: 08. Juli 2013
- 3. Einzelhandelsbeirat: 26. November 2013

Folgenden Teilnehmern der Treffen sei für ihr Mitwirken und ihre konstruktive Mitarbeit an dieser Stelle ausdrücklich gedankt:

Tabelle 1: Teilnehmer der Beiratstreffen

Teilnehmer	Funktion
Frau Arbeiter	Kreishandwerkerschaft
Herr Bening	Vertreter des Einkaufszentrums Abschnede
Herr Dr. Getsch	Oberbürgermeister Cuxhaven
Herr Duderstadt	Einzelhandelsverband
Herr Eisenhuth	Industrie- und Handelskammer Stade für den Elbe-Weser-Raum
Herr Feuster	Industrie- und Handelskammer Stade für den Elbe-Weser-Raum
Frau Fischer	SPD-Fraktion
Herr Güler	Werbegemeinschaft Cuxhaven Activ e.V.
Herr Janssen	Niedersachsen Ports GmbH & Co. KG
Herr Jothe	Bündnis 90/Die Grünen-Fraktion
Herr Knetemann	Handelsverband Nordwest e.V.
Herr Kocyan	Junker + Kruse
Herr Kruse	Junker + Kruse
Herr Kurmann	Die Cuxhavener-Fraktion
Herr Larschow	IG Lotsenviertel
Herr Santjer	SPD-Fraktion
Herr Schmidt	Bauleitplanung und Stadtentwicklung
Herr Röhler	CDU-Fraktion
Herr von Ahnen	Agentur für Wirtschaftsförderung
Herr Walter	Agentur für Wirtschaftsförderung
Herr Wagner	FDP-Fraktion
Herr Werwath	Industrie- und Handelskammer Stade für den Elbe-Weser-Raum

Quelle: eigene Zusammenstellung

Einbindung der Politik

Die vom Gutachterbüro vorgelegte Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll zukünftig eine politische Entscheidungsgrundlage darstellen, deren Anwendung beziehungsweise Umsetzung nicht zuletzt auch von der Akzeptanz der politischen Entscheidungsträger in der Stadt Cuxhaven abhängt. Zusätzlich wurden daher in den zuständigen Fachausschüssen (unter anderem Ausschuss für Wirtschaft, Häfen und Technik) die einzelnen Bausteine des Konzeptes präsentiert und diese mit den politischen Entscheidungsträgern diskutiert.

3 Methodische Vorgehensweise

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven 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 Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Cuxhavener Stadtgebiet.
- 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 Cuxhaven gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Darüber hinaus rundet dieser Arbeitsschritt die quantitativen Bausteine sinnvoll ab, so dass sich in der Gesamtschau ein detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Cuxhaven ergibt.

3.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Der Analyse der Angebotssituation in Cuxhaven liegen Daten aus einer umfassenden aktuellen Bestandserhebung **aller Einzelhandelsbetriebe** (inkl. Leerstände) im gesamten Cuxhavener Stadtgebiet zugrunde. Hierzu wurde im April/Mai 2013 eine flächendeckende Begehung des gesamten Stadtgebietes mit gleichzeitiger Erfassung und Kartierung aller Ladengeschäfte des funktionellen Einzelhandels⁶ (inkl. Leerstände) durchgeführt.

⁶ Zum funktionellen Einzelhandel (auch Einzelhandel im engeren Sinne genannt) werden neben dem eigentlichen Einzelhandel im engeren Sinne auch das Nahrungsmittelhandwerk (Bäckereien, Metzgereien, Konditoreien), Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken sowie weitere, in ihrer Funktion vergleichbare Einzelhandelseinrichtungen, gezählt.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils angebotenen Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen⁷ der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte erhoben und eine räumliche Zuordnung der Geschäfte durchgeführt. Unterschieden wurden in diesem Zusammenhang **drei Lagekategorien**:

- **Zentrale Bereiche:** Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist insbesondere ihre Multifunktionalität, d. h. eine Mischung aus unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Diese Bereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.
- **Städtebaulich integrierte Streulagen:** Dazu zählen (überwiegend solitär gelegene) Einzelhandelsbetriebe, die sich in Lagen befinden, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration nicht ausreicht, um sie als zentrale Bereiche zu bezeichnen. Sie befinden sich aber dennoch im Siedlungsgefüge integriert und besitzen eine räumliche Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen.
- **Städtebaulich nicht-integrierte Streulagen:** Die nicht-integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen beziehungsweise Bundesstraßen und rein autokundenorientierte Standorte beispielsweise in Gewerbe- oder Industriegebieten.

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe zu den **Cuxhavener Stadtteilen** vorgenommen. Dementsprechend wurde das Stadtgebiet von Cuxhaven in folgende Erhebungseinheiten unterteilt:

- Cuxhaven
- Altenbruch
- Altenwalde
- Berensch-Arensch
- Döse
- Duhnen
- Groden
- Holte-Spangen

⁷ Zur Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes zählt die Fläche, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge und Treppen in den Verkaufsräumen, der Standflächen für Einrichtungsgegenstände, der Kassen- und Vorkassenzonen, Schaufenster und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden. Dabei können aufgrund unterschiedlicher Definitionen des Begriffs Verkaufsfläche durchaus Differenzen zwischen den nach dieser Methodik ermittelten Verkaufsflächenzahlen und anderen Datenquellen entstehen (z. B. durch Nicht-Berücksichtigung von Kassenzonen und/oder gewichteten Außenflächen). Die Zugehörigkeit solcher Flächen zur Verkaufsfläche wurde jedoch durch ein Urteil des Bundesverwaltungsgerichts bestätigt (vgl. BVerwG 4 C 10.04 Beschluss vom 24. November 2005).

- Lüdingworth
- Sahlenburg
- Stickenbüttel
- Süder- und Westerwisch

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Grundlage zur Analyse und Bewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Stadtteilebene von Bedeutung. Vor allem mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zum Themenkomplex Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Hauptsortimenten eine zentrenprägende Funktion einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher alle geführten Sortimentsgruppen differenziert erfasst (rund 45 bis 50 Einzelsortimente) und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der späteren Auswertung und Analyse wurden diese Sortimentsgruppen (insbesondere zur Übersichtlichkeit der Ergebnisse) den der nachfolgenden Tabelle zu entnehmenden 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 2: Warengruppenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Cuxhaven

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe			
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u>	dazu zählen Feinkost, Fisch, Kaffee, Obst und Gemüse, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein, Sekt, Spirituosen
	Backwaren/Konditoreiwaren	<u>Backwaren/Konditoreiwaren</u>	
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u>	
	Getränke	<u>Getränke</u>	inkl. Wein, Sekt, Spirituosen
Blumen (Indoor)/Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u>	inkl. Zimmergestecke, exkl. Topf- und Zimmerpflanzen
	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen, Blumentöpfe und Vasen</u>	Topf- und Zimmerpflanzen sowie Blumentöpfe und Vasen für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel, lebende Tiere</u>	zoologische Gebrauchsartikel, Reinigungs-, Pflege und Hygienemittel, Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien
Gesundheit und Körperpflege	pharmazeutische Artikel	<u>pharmazeutische Artikel</u>	
	Drogeriewaren	<u>Drogeriewaren/Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel/Parfümeriewaren</u>	inkl. Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	Bücher	<u>Bücher</u>	inkl. Antiquariat
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	<u>Papier/Büroartikel/Schreibwaren, Büromaschinen</u>	zu Büromaschinen zählen Aktenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner
	Zeitungen/Zeitschriften	<u>Zeitungen/Zeitschriften</u>	
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe			
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u>	dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte/Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/ Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle	<u>Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle</u>	dazu zählen Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.
Schuhe/Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u>	inkl. Schuhpflegemittel, exkl. Sportschuhe
	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme	<u>Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme</u>	
Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren	Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren	<u>Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren</u>	Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas, Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.
Spielwaren/Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel/Bastelzubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen</u>	Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.
	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u>	inkl. Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u>	inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	<u>Angler-, Jagdartikel und Waffen</u>	
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u>	dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u>	inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer
	Sportartikel	<u>Sportartikel/-kleingeräte Reitsportartikel</u>	dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnas-

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
			tikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stutzen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
	Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung/Sportschuhe</u>	
	Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u>	dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turmmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Fach-Einzelhandel mit Sportbooten, Yachten)
überwiegend langfristige Bedarfsstufe			
	Bettwaren/Matratzen	<u>Bettwaren/Matratzen</u>	umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner)
	Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe	<u>Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe</u>	dazu zählen Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher), Zubehör für Gardinen und Dekostoffe, Vorhänge, Stuhl- und Sesselauflagen, dekorative Decken und Kissen
Wohneinrichtung	Teppiche (Einzelware)	<u>Teppiche (Einzelware)</u>	
	Wohneinrichtung	<u>Kunstgewerbe/Bilder/Bilder- rahmen, Wohneinrichtungsartikel</u>	kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u>	dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel (inkl. Polsterauflagen), Lattenroste
	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u>	dazu zählt weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
Elektro/Leuchten	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u>	dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
	Lampen/Leuchten/Leuchtmittel	<u>Lampen/Leuchten/Leuchtmittel</u>	Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten inkl. Zubehör
Elektronik/Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger,</u> <u>Computer und Zubehör,</u> <u>Fotoartikel,</u> <u>Telekommunikation und Zubehör,</u> <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u>	Musik- und Film-CDs/DVDs, Computer, Notebooks, Drucker, Scanner, Monitore, Tastaturen, Mouse, Speichermedien (CD/ DVD-Rohlinge, USB-Sticks), Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatronen, Toner, Software, Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör, Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör, Fernseher, Radio, Hi-Fi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.
medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte,</u> <u>Optik/Augenoptik,</u> <u>Sanitätsartikel</u>	
Uhren, Schmuck	Uhren/Schmuck	<u>Uhren/Schmuck</u>	
	Bauelemente/Baustoffe	<u>Bauelemente/Baustoffe</u>	dazu zählen Baumaterialien und -elemente aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, Dämmstoffe, Holz (Schnittholz, Holzfaser-, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u.a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäune/Zaunsysteme
Bau- und Gartenmarktsortimente	baumarktspezifisches Sortiment	<u>Bodenbeläge,</u> <u>Eisenwaren und Beschläge,</u> <u>Elektroinstallationsmaterial,</u> <u>Farben/Lacke,</u> <u>Fliesen,</u> <u>Heizungs- und Klimageräte,</u> <u>Kamine/Kachelöfen,</u> <u>Rolläden/Markisen,</u> <u>Sanitärartikel,</u> <u>Tapeten,</u> <u>Installationsmaterial,</u> <u>Maschinen/Werkzeuge</u>	Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge (Auslegware) inkl. Reinigungs- und Pflegemittel, Schrauben, Nägel, Metallbeschläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel, elektrotechnisches Zubehör, Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallations-schränke), Anstrichmittel, Polituren, Mattierungen, Tapetenablösemittel, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitten, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten), Sonnenschutz, Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Badewannen,

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Sortiment	Erläuterung
			Duschabtrennungen, Kleister, Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik, Werkstatt- einrichtungen, Regalsysteme und Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter
	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte, Pflanzgefäße/Terrakotta (Outdoor)</u>	Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z.B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z.B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche, Großspielgeräte für den Garten, Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen/Samen	<u>Pflanzen/Samen</u>	dazu zählen abgetropfte und preislich ausgezeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflanzen/ Blumen
	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u>	inkl. Autokindersitze
Sonstiges	Erotikartikel	<u>Erotikartikel</u>	
	Kinderwagen	<u>Kinderwagen</u>	

Quelle: eigene Zusammenstellung, in Anlehnung an die Warengruppendifferenzierung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants Köln, 2013

Auf Basis der Verkaufsflächendaten 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 Konzeptes zu erarbeitende beziehungsweise zu überprüfende „Cuxhavener Sortimentsliste“ zwingend geboten.

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Cuxhavener Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe sowie bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Warengruppen angesetzt sondern es wird zugleich die konkrete Situation vor Ort (unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter, detaillierte Angebotsstrukturen in Cuxhaven sowie Auswirkungen des Tourismus auf die Cuxhavener Einzelhandelslandschaft) berücksichtigt. Unter Berücksich-

tigung dieser Faktoren wird der aktuelle Umsatz des Cuxhavener Einzelhandels ausgehend vom Verkaufsflächenbestand hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

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

Unter *Nahversorgung* beziehungsweise der wohnungsnahen Grundversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden. Zu den Gütern des *kurzfristigen Bedarfs* werden zahlreiche Sortimente der Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher sowie Blumen (Indoor)/Zoo gezählt (vgl. Tabelle 2). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis wird **als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation** einer Stadt insbesondere auf das Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel abgestellt.

Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation zu berücksichtigen sind. 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 Einzelhandelsbetriebe*, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Wohnquartier gewährleisten⁸. Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise *Nahversorgungszentren*, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinaus gehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche einnehmen. Insbesondere folgende Sortimente und Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen Nahversorgung eingestuft werden:

⁸ Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte fußläufige Distanz eruiert. Aufgrund der siedlungsräumlichen Struktur Cuxhavens wird im Weiteren eine Distanz von ca. 700 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen definiert.

Tabelle 3: Angebotsbausteine einer wohnort- beziehungsweise wohnungsnahe (Grund-) Versorgung

„idealtypische“ Ausstattung ⁹ :	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: eigene Zusammenstellung

3.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Darstellung und Bewertung der Nachfragesituation dar. Ziel ist die Ermittlung des spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens sowohl innerhalb Cuxhavens als auch im Einzugsgebiet des Cuxhavener Einzelhandels. Die sich daran anschließende Gegenüberstellung von Nachfragevolumen und Angebotsbestand lässt schließlich Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Cuxhavener Einzelhandels zu.

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.

In diesem Zusammenhang legen wir Werte der IFH Retail Consultants Köln zu Grunde. Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes.

⁹ Diese „idealtypische Ausstattung“ ist nicht im Sinne einer Mindestausstattung zu verstehen (vgl. OVG NRW, Urteil vom 15. Februar 2012 – 10 D 32/11.NE). In Abhängigkeit von der Siedlungsstruktur sowie der räumlichen Verteilung insbesondere des nahversorgungsrelevanten Angebotes im Stadtgebiet, können auch Bereiche mit einem nicht der „idealtypischen Ausstattung“ entsprechendem Angebot als Nahversorgungszentren ausgewiesen werden.

3.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Cuxhaven im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Durch die Lage im Zentrum einer Stadt beziehungsweise eines Stadtteils sind für die Prosperität eines zentralen Bereiches neben dem Einzelhandelsprofil insbesondere auch städtebauliche Belange wie beispielsweise die räumliche Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Folgende Kriterien determinieren dabei die städtebauliche Gestaltung eines zentralen Bereiches:

- Einzelhandelsdichte
- 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
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Cuxhaven. Sie liefert die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO und § 9 (2a) BauGB dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereiches vor dem Hintergrund aktueller Rechtsprechung¹⁰ keine planerische „Abgrenzungsübung“ sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

¹⁰ 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)

4 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Im Folgenden werden zunächst die allgemeinen standortrelevanten Rahmenbedingungen dargestellt, die zur Einordnung der Stadt Cuxhaven hinsichtlich ihrer einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Situation dienen. Diese Rahmenbedingungen wirken sich sowohl direkt als auch indirekt auf die Positionierung, die kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Cuxhaven aus (vgl. Kapitel 4.1). Anschließend werden die nachfrageseitigen Rahmenbedingungen, und hier insbesondere das Einzugsgebiet des Cuxhavener Einzelhandels (vgl. Kapitel 4.2) sowie die im Einzugsgebiet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft (vgl. Kapitel 4.3), ermittelt. Zusätzlich erfolgt eine gesonderte Betrachtung des touristischen Nachfragepotenzials (vgl. Kapitel 4.4), da die Stadt Cuxhaven ein bedeutender Tourismusstandort ist und folglich der hier lokalisierte Einzelhandel nicht nur unwesentlich von der Kaufkraft der Tages- und Übernachtungsgäste profitiert.

Insgesamt stellen die in diesem Untersuchungsschritt gewonnenen Erkenntnisse einen wichtigen Baustein zur Ermittlung möglicher quantitativer Entwicklungsspielräume dar.

4.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelssituation in der Stadt Cuxhaven erfolgt nachstehend eine Übersicht der Rahmenbedingungen in Bezug auf die Rolle der Stadt Cuxhaven in der Region, ihre verkehrliche Anbindung an beziehungsweise in das nähere Umland, die landesplanerische Versorgungsfunktion, die Siedlungsstruktur sowie die gesamtstädtische Einwohnerverteilung.

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Stadt Cuxhaven ist mit ihren rd. **49.500 Einwohnern**¹¹ Kreisstadt des Landkreises Cuxhaven, der zum 31.12.2012 über rd. **197.400 verfügte**¹². Damit ist Cuxhaven die mit Abstand größte Kommune des Landkreises, der sich – mit Ausnahme der Kreisstadt Cuxhaven – ausschließlich aus sehr ländlich geprägten Städten, Gemeinden und Samtgemeinden zusammensetzt. Sowohl der Landkreis als auch die Stadt Cuxhaven befinden sich in einer räumlichen Randlage – siedlungs- beziehungsweise naturräumlich prägend ist die Mündung der Elbe in die Nordsee.

Aufgrund ihrer landschaftlich reizvollen Lage (unter anderem direkter Zugang zum Weltnaturerbe Wattenmeer) ist die Stadt Cuxhaven ein beliebtes Ziel für Urlaubsgäste und Tagestouristen. So konnten im Jahr 2009 knapp **400.000 Übernachtungsgäste** beziehungsweise knapp **320.000 Tagesgäste** in Cuxhaven begrüßt werden¹³. Neben seiner Funktion als **Nordseeheilbad** kommt der Stadt Cuxhaven zudem eine bedeutende Funktion in Bezug auf die wirtschaftliche Entwicklung des Landkreises zu, wenngleich sie diesbezüglich in direkter

¹¹ Stadt Cuxhaven (2013): Stadteigene Fortschreibung der Bevölkerungszahl auf Grundlage der Einwohnermeldedatei. Einwohner pro Stadtteil am 31.03.2013, nur Hauptwohnsitze

¹² Landesbetrieb für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen (LSKN)

¹³ Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH (2010): Gästestatistik – Vergleich 2008/2009

Konkurrenz zu der nicht dem Landkreis angehörigen Stadt Bremerhaven steht. Neben dem bereits erwähnten **Fremdenverkehr** ist die **Fischereiwirtschaft** nach wie vor ein sehr bedeutender Wirtschaftszweig Cuxhavens¹⁴. Insgesamt zeigt sich in der Stadt Cuxhaven eine ausgewogene und vielfältige Wirtschafts- und Dienstleistungsstruktur, die nicht zuletzt durch eine Vielzahl mittelzentraler Versorgungseinrichtungen in den Bereichen Bildung, Kultur, und Sport sowie im privaten und öffentlichen Dienstleistungssektor zum Ausdruck kommt.

An das **regionale** beziehungsweise **überregionale Straßennetz** ist die Stadt Cuxhaven über die Bundesautobahn A 27 angeschlossen, die das Stadtgebiet in Richtung Süden mit den Oberzentren Bremerhaven und Bremen verbindet. Die in Richtung Osten verlaufende Bundesstraße B 73 schließt Cuxhaven an die Mittelzentren Hemmoor und Stade sowie im weiteren Verlauf an das Mittelzentrum Buxtehude und das Oberzentrum Hamburg an. Folglich ist die Erreichbarkeit Cuxhavens mit dem motorisierten Individualverkehr trotz seiner peripheren Küstenlage (Nordsee im Westen und Norden, Elbemündung im Norden) als gut einzustufen. Über den im nördlichen Bereich der Innenstadt gelegenen Bahnhof ist Cuxhaven zudem an das Schienennetz der deutschen Bahn angebunden. Die hier verkehrenden Züge verbinden Cuxhaven im Stundentakt mit den Kommunen des Landkreises sowie den Oberzentren Bremerhaven und Hamburg.

Landesplanerische Versorgungsfunktion

Aus landesplanerischer Sicht übernimmt Cuxhaven die zentralörtliche Funktion eines **Mittelzentrums**, insbesondere für den näheren Verflechtungsbereich, der sich im Wesentlichen auf die nördlichen Städte, Gemeinden und Samtgemeinden des Landkreises Cuxhaven erstreckt. Als Mittelzentrum hat die Stadt Cuxhaven vor allem die Aufgabe, die Versorgung der peripher gelegenen ländlichen Umlandkommunen mit höher- beziehungsweise hochwertigen Angeboten und Einrichtungen zu sichern. Darüber hinaus zählt die Stadt Cuxhaven sowohl zur Metropolregion Hamburg als auch zur Metropolregion Bremen-Oldenburg.¹⁵

Mit der **Einheitsgemeinde Nordholz** (rd. 7.300 Einwohner) sowie der **Samtgemeinde Land Hadeln** (rd. 15.300 Einwohner) grenzt Cuxhaven – nicht zuletzt auch aufgrund seiner peripheren Lage – lediglich an zwei Gebietskörperschaften direkt an, wobei der Einheitsgemeinde Nordholz sowie den beiden Gemeinden Ihlienworth und Otterndorf (der Samtgemeinde Land Hadeln zugehörige Gebietskörperschaften) die Funktion eines **Grundzentrums** zukommt. Weitere Grundzentren in räumlicher Nähe sind die Gemeinden Dorum (rd. 23 km) und Bad Bederkesa (rd. 39 km) sowie die Stadt Langen (rd. 34 km). Das nächstgelegene **Mittelzentrum** ist **Hemmoor** in einer Entfernung von rd. 46 km. Als weiterer Standort mit einem konkurrierenden einzelhandelsrelevanten Angebot ist das knapp 40 km südlich gelegene **Oberzentrum Bremerhaven** einzustufen.¹⁶

¹⁴ vgl. www.cuxhaven.de (zuletzt zugegriffen am 02.01.2014)

¹⁵ Materialienband zur Änderung der Verordnung über das Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (Begründung zum novellierten Landes-Raumordnungsprogramm). Hannover

¹⁶ vgl. Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (letzte Neubekanntmachung im Jahr 2008) und Regionales Raumordnungsprogramm des Landkreis Cuxhaven, zuletzt geändert im Jahr 2012

Karte 1: Lage der Stadt Cuxhaven im Raum



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA“

Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung/ -entwicklung

Die Stadt Cuxhaven besteht in ihrer heutigen Form seit dem Jahr 1972, letzte Eingemeindungen waren die vormals selbstständigen Gemeinden Altenbruch, Altenwalde und Lüdingworth¹⁷. Das Stadtgebiet umfasst rd. 162 km², was bei der aktuellen Bevölkerungszahl von rd. **49.500 Einwohnern** einer Einwohnerdichte von knapp 306 Einwohnern/ km² entspricht. Das Siedlungsgefüge setzt sich aus dem Siedlungskern, der im Wesentlichen die Stadtteile Cuxhaven, Döse, Groden sowie Süder- und Westerwisch umfasst, sowie den räumlich abgesetzten (und zum Teil sehr ländlich geprägten) Stadtteilen Altenbruch, Altenwalde, Berensch-Arensch, Duhnen, Holte-Spangen, Lüdingworth, Sahlenburg und Stickenbüttel zusammen (vgl. Karte 2).

¹⁷ vgl. www.cuxhaven.de (zuletzt zugegriffen am 02.01.2014)

Karte 2: Siedlungsstruktur des Cuxhavener Stadtgebietes



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis

Mit knapp 28 % der Einwohner (rd. 13.700 Einwohner) ist der höchste Bevölkerungsanteil innerhalb des Stadtteils Cuxhaven lokalisiert. Eine weitere Bevölkerungskonzentration zeigt sich mit knapp 22 % beziehungsweise rund 10.670 Einwohnern im nordwestlich angrenzenden Stadtteil Döse. In den vom Kernsiedlungsbereich räumlich abgesetzt gelegenen Stadtteilen sind quantitativ deutlich untergeordnete Einwohnerzahlen zu beobachten, der Anteil an der Cuxhavener Gesamtbevölkerung liegt hier zwischen < 1,0 % (Berensch-Arensch und Holte-Spangen) und 12,8 % (Altenwalde).

Auf Basis der vorgenannten Zahlen ist die **Cuxhavener Siedlungsstruktur** insgesamt als **dispers** zu charakterisieren, wobei die räumlich abgesetzten und ländlich geprägten Stadtteile eine deutliche Ausrichtung auf den zentralen Siedlungskörper erkennen lassen.

Tabelle 4: Einwohnerverteilung in den Cuxhavener Stadtteilen

Stadtteil	Einwohnerzahl 2013	prozentual
Cuxhaven	13.710	27,7 %
Altenbruch	3.750	7,6 %
Altenwalde	6.350	12,8 %
Berensch-Arensch	430	< 1,0 %
Döse	10.670	21,6 %
Duhnen	930	1,9 %
Groden	3.070	6,2 %

Stadtteil	Einwohnerzahl 2013	prozentual
Holte-Spangen	300	< 1,0 %
Lüdingworth	1.730	3,5 %
Sahlenburg	2.920	5,9 %
Stickenbüttel	1.000	2,0 %
Süder- und Westerwisch	4.590	9,3 %
Gesamt	49.450	100 %

Quelle: Städteigene Fortschreibung auf der Grundlage der Einwohnermeldedatei, Stichtag 31.03.2013 (Hauptwohnsitze)

Gegenüber den letzten Jahren ist zudem in allen Stadtteilen – mit Ausnahme des Stadtteils Stickenbüttel (+1,0 %) – eine deutliche Bevölkerungsabnahme zu verzeichnen. Die höchsten Bevölkerungsrückgänge sind dabei in den Stadtteilen Duhnen (-16,2 %) und Lüdingworth (-8,5 %) zu beobachten, wenngleich festzuhalten ist, dass insbesondere der Stadtteil Duhnen weniger von den dort lebenden Einheimischen als vielmehr von den Übernachtungsgästen und Tagestouristen geprägt wird.

Tabelle 5: Einwohnerentwicklung seit 2004 (nach Stadtteilen)

Stadtteil	Einwohnerzahl 2004	Einwohnerzahl 2013	prozentuale Entwicklung
Cuxhaven	14.720	13.710	- 6,9 %
Altenbruch	4.000	3.750	- 6,3 %
Altenwalde	6.730	6.350	- 5,6 %
Berensch-Arensch	450	430	- 4,4 %
Döse	11.220	10.670	- 4,9 %
Duhnen	1.110	930	- 16,2 %
Groden	3.270	3.070	- 6,1 %
Holte-Spangen	310	300	- 3,2 %
Lüdingworth	1.890	1.730	- 8,5 %
Sahlenburg	3.000	2.920	- 2,7 %
Stickenbüttel	990	1.000	+ 1,0 %
Süder- und Westerwisch	4.790	4.590	- 4,2 %
Gesamt	52.490	49.450	- 5,8 %

Quelle: Städteigene Fortschreibung auf der Grundlage der Einwohnermeldedatei, Stichtag 31.03.2013 (Hauptwohnsitze)

Insgesamt beläuft sich die **absolute Bevölkerungsabnahme** innerhalb Cuxhavens zwischen 2004 und 2013 auf knapp **3.000 Einwohner**, was einem **relativen Bevölkerungsrückgang** von **-5,8 %** entspricht.

Weiteres Einzugsgebiet

Das weitere Einzugsgebiet setzt sich regelmäßig aus dem **näheren Einzugsgebiet** der direkt angrenzenden Kommunen sowie dem **Ferneinzugsgebiet** zusammen. Aufgrund der abgesetzten Lage Cuxhavens, der räumlichen begrenzten Ausdehnungsmöglichkeit des Einzugsgebietes sowie der sehr ländlich geprägten Siedlungsstruktur wird im vorliegenden Fall auf die Differenzierung zwischen näherem Einzugsgebiet und Ferneinzugsgebiet verzichtet.

Das **weitere Einzugsgebiet** umfasst Teile der Samtgemeinde Land Wursten (Cappel, Midlum), die Einheitsgemeinde Nordholz, die Samtgemeinde Land Hadeln, Teile der Samtgemeinde Am Dobrock (Belum, Bülkau, Cadenberge, Geversdorf, Neuhaus (Oste) und Wingst) sowie Teile der Samtgemeinde Nordkehdingen (Balje). In diesem Gebiet leben aktuell rund **36.700 Einwohner** mit einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial von rund **186,0 Mio. Euro**.

Insgesamt ergibt sich demnach für den Einzelhandel in Cuxhaven ein Kundenpotenzial von rd. **86.200 Einwohnern**, wobei zu berücksichtigen ist, dass sich die Anteile an dem damit verbundenen Kaufkraftpotenzial (vgl. Kapitel 4.3), das durch den Cuxhavener Einzelhandel abgeschöpft werden könnte, mit zunehmender Entfernung von Cuxhaven verringern.

Streuumsätze

Als sogenannte *Streuumsätze* des Einzelhandels werden daneben „Zufallskäufe“ durch Personen von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebietes bezeichnet. Ausgehend von dem bereits beschriebenen Fremdenverkehrspotenzial der Stadt Cuxhaven (vgl. Kapitel 4.1) ist davon auszugehen, dass ein nicht unwesentlicher Anteil des einzelhandelsrelevanten Umsatzes im Cuxhavener Einzelhandel auf die Kaufkraft von Touristen (also Übernachtungs- und Tagesgästen) entfällt. Aufgrund der erhöhten Bedeutung dieses Kaufkraftpotenzials für den Cuxhavener Einzelhandel wird sich Kapitel 4.4 differenzierter mit dieser Thematik auseinandersetzen.

4.3 Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH Retail Consultants Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und jährlich fortgeschrieben. Anhand von Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten beziehungsweise Warengruppen ermitteln. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Stadt Cuxhaven stellt sich für das Jahr 2013 wie folgt dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Cuxhaven

Warengruppe	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Cuxhavener Wohnbevölkerung	
	pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.085	103,1
Blumen (Indoor)/Zoo	102	5,1

Warengruppe	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Cuxhavener Wohnbevölkerung	
	pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Gesundheit und Körperpflege*	329	16,3
Papier, Bürobedarf, Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/ Bücher	180	8,9
überwiegend kurzfristiger Bedarf	2.697	133,4
Bekleidung	458	22,6
Schuhe / Lederwaren	128	6,3
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	62	3,0
Spielwaren / Hobbyartikel	109	5,4
Sport und Freizeit	93	4,6
überwiegend mittelfristiger Bedarf	849	42,0
Wohneinrichtung	118	5,9
Möbel	285	14,1
Elektro / Leuchten	144	7,1
Elektronik / Multimedia	383	18,9
medizinische und orthopädische Artikel	72	3,6
Uhren / Schmuck	58	2,9
Bau- und Gartenmarktsortimente	544	26,9
überwiegend langfristiger Bedarf	1.604	79,3
Kaufkraftpotenzial gesamt (inkl. „Sonstiges“)	5.188	256,5

Quelle: IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2013

* inkl. freiverkäuflichen Apothekenwaren

Diesem monetären **Kaufkraftpotenzial von rd. 257 Mio. Euro** liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Stadt Cuxhaven zugrunde. Die sogenannte *Kaufkraftkennziffer* beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Cuxhaven vom Bundesdurchschnitt (D=100) an. Derzeit ergibt sich in der **Stadt Cuxhaven** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 95,9**, das heißt, dass die Cuxhavener Bevölkerung über ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes **Kaufkraftniveau** verfügt.

Eine Analyse der in den letzten Jahren (2004 bis 2013) vollzogenen Entwicklung zeigt, dass sich sowohl das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial als auch die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer leicht negativ entwickelt haben. So beträgt der Rückgang der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden einzelhandelsrelevanten Kaufkraft seit dem Jahr 2004 knapp **11 %** bzw. rund **32 Mio. Euro**. Im selben Zeitraum hat sich auch die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer – ausgehend von einem leicht über dem Bundesdurchschnitt liegenden Niveau im Jahr 2004 (**100,4**) – tendenziell negativ entwickelt, wenngleich in den letzten beiden Jahren eine leichte Konsolidierung der Kaufkraftkennziffer zu erkennen ist.

Tabelle 7: Kaufkraftentwicklung in Cuxhaven 2004 bis 2013

Jahr	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial (in Mio. Euro)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau
2004	288,8	100,4
2005	284,4	99,8
2006	279,5	99,1
2007	277,4	98,8
2008	270,9	97,2
2009	267,2	96,8
2010	263,2	96,6
2011	261,1	96,2
2012	257,8	95,8
2013	256,5	95,9

Quelle: IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale 2004 - 2013

Im Vergleich zu den Kaufkraftkennziffern im Einzugsgebiet zeigt sich, dass sich das aktuelle einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau der Stadt Cuxhaven (95,9) **leicht über dem Durchschnitt** bewegt. Lediglich gegenüber dem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveau der Kommune Balje in der Samtgemeinde Nordkehdingen (102,8) fällt das Cuxhavener Kaufkraftniveau leicht zurück. Insgesamt kann jedoch festgestellt werden, dass die im Einzugsgebiet vorhandene Kaufkraft im Mittel leicht unter dem Bundesdurchschnitt liegt.

Tabelle 8: Kaufkraftpotenzial und -kennziffern im Einzugsgebiet

Kommune	Einwohner (absolut)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial (in Mio. Euro)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau
Cuxhaven (MZ)	49.500	256,5	95,9
Kerneinzugsgebiet	49.500	256,5	-
Einheitsgemeinde Nordholz (GZ)	7.450	37,7	93,9
Samtgemeinde Land Hadeln	15.500	78,0	93,4
Teile der Samtgemeinde Land Wursten	2.500	12,6	93,2
Teile der Samtgemeinde Am Dobrock	10.250	51,9	93,8
Teile der Samtgemeinde Nordkehdingen	1.000	5,7	102,8
weiteres Einzugsgebiet	36.700	185,9	-
Gesamt	86.200	442,4	-

Quelle: IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2012; (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
MZ = Mittelzentrum, GZ = Grundzentrum

In einem regionalen Vergleich mit den **nächstgelegenen Ober-, Mittelzentren** und **Grundzentren außerhalb des Einzugsgebietes** bewegt sich die einzelhandelsrelevante Kaufkraft

der Stadt Cuxhaven auf einem mittleren Niveau (vgl. Tabelle 9). Während in Bremerhaven (90,4) und Hemmoor (91,7) deutlich niedrigere Kaufkraftniveaus zu beobachten sind, liegen die Kaufkraftniveaus in Bad Bederkesa (98,6), Dorum (97,7) und Langen (103,6) zum Teil deutlich über dem Kaufkraftniveau Cuxhavens.

Tabelle 9: Kaufkraftpotenzial und -kennziffern in der Region

Kommune	Einwohner (<i>absolut</i>)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial (<i>in Mio. Euro</i>)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau
Bad Bederkesa (MZ)	4.950	26,6	98,6
Bremerhaven (OZ)	113.000	549,2	90,4
Dorum (GZ)	3.650	19,4	97,7
Hemmoor (MZ)	8.700	42,8	91,7
Langen (GZ)	18.500	104,6	103,6

Quelle: IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2012; (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100); durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen
OZ = Oberzentrum, MZ = Mittelzentrum, GZ = Grundzentrum

Das **Kaufkraftpotenzial im oben definierten Einzugsgebiet** um Cuxhaven (vgl. Kapitel 4.2 und Tabelle 8) beträgt insgesamt rd. **442 Mio. Euro**. Es sei an dieser Stelle jedoch noch einmal deutlich darauf verwiesen, dass aufgrund regionaler Kaufkraftverflechtungen sowie der bestehenden, sich zum Teil weiter verschärfenden Wettbewerbssituation nur gewisse Teile dieses Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet durch den Cuxhavener Einzelhandel abgeschöpft werden können, die mit steigender Entfernung zur Stadt Cuxhaven (und zunehmender Nähe zu Konkurrenzstandorten) deutlich sinken. Zudem hängt der Anteil der zufließenden Kaufkraft stark von den einzelnen Sortimenten (und den Einzugsbereichen der jeweiligen Anbieter) ab. Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus den Umlandkommunen des Einzugsgebietes geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Cuxhavener Einzelhandels ermittelten warengruppenspezifischen Zentralitätswerte (vgl. Kapitel 5).

4.4 Touristisches Kaufkraftpotenzial

Neben der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der im Cuxhavener Stadtgebiet sowie der im Einzugsgebiet lebenden Bevölkerung schöpft sich ein nicht unwesentlicher Anteil des in Cuxhaven gebundenen Einzelhandelsumsatzes aus der **touristischen Kaufkraft** (Tagesbesucher und Übernachtungsgäste). Diesbezüglich ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich ein Großteil der touristischen Ausgaben im **kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich** konzentriert, also hauptsächlich in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit.

Entsprechend der von der Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH geführten Gästestatistik besuchten im Jahr 2009 rd. **398.000 Übernachtungsgäste** die Stadt Cuxhaven und verbrachten hier durchschnittlich 7,66 Nächte, was in Summe rd. **3.050.700 Gästeübernachtungen** im Jahr 2009 entsprach. Während damit seit dem Jahr 1999 (rd. 317.500 Ankünfte) die Gästeankünfte kontinuierlich gesteigert werden konnten, blieb die Anzahl der Gästeübernach-

tungen nahezu konstant (1999: 3.060.500), da die durchschnittliche Übernachtungsdauer je Gast in den letzten Jahren um knapp 2 Tage zurückgegangen ist.¹⁸

Zusätzlich zu den Übernachtungsgästen besuchten rund **317.900 Tagesgäste** die Stadt Cuxhaven, womit gegenüber dem Jahr 1999 (rd. 320.100 Tagesgäste) ebenfalls eine konstante Entwicklung zu erkennen ist.¹⁹

Basierend auf einer Untersuchung der dwif – Consulting GmbH zum Tourismus als Wirtschaftsfaktor im Landkreis Cuxhaven²⁰ sowie ausgehend von den Gästezahlen der Stadt Cuxhaven im Jahr 2009 ergibt sich für die Stadt Cuxhaven das folgende, überschlägig ermittelte touristische Kaufkraftpotenzial:

Tabelle 10: Touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Cuxhaven

	Gäste (absolut)	Ausgaben pro Tag (in Euro)	davon Ausgaben im Einzelhandel (in Euro)	einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial (in Mio. Euro)
Übernachtungen	3.050.700	100	25 (25 %)	76,3
Tagesgäste	317.900	25	12,5 (50 %)	4,0
Gesamt	3.368.600	-	-	80,3

Quellen: Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH 2010 und dwif-Consulting GmbH 2012: eigene Berechnungen

Es zeigt sich, dass der Stadt Cuxhaven pro Jahr zusätzlich ein **touristisches Kaufkraftpotenzial** von rd. **80 Mio. Euro** zur Verfügung steht, was knapp einem Drittel des im Cuxhavener Stadtgebiet vorhandenen Kaufkraftpotenzials entspricht. Diesbezüglich ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich ein nicht näher quantifizierbarer Anteil (insbesondere in Bezug auf die Tagestouristen) auch aus Einwohnern des **weiteren Einzugsgebietes** speist. Folglich kann die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Touristen (rd. 80 Mio. Euro) nicht ohne Abzüge zu der Kaufkraft im Einzugsgebiet (rd. 442 Mio. Euro) hinzugerechnet werden. Es ist jedoch unstrittig, dass der Tourismus für den Cuxhavener Einzelhandel eine wesentliche Umsatzquelle darstellt, was insbesondere bei der Bewertung der gesamtstädtischen und warengruppenspezifischen Zentralitäten (vgl. Kapitel 5) zu berücksichtigen ist.

¹⁸ Nordseeheilbad Cuxhaven GmbH (2010): Gästestatistik – Vergleich 2008/2009

¹⁹ ebenda

²⁰ dwif-Consulting GmbH (2012): Wirtschaftsfaktor Tourismus im Landkreis Cuxhaven.

5 Einzelhandelsrelevantes Standortprofil

Unter Berücksichtigung der übergeordneten Rahmenbedingungen werden im Folgenden das Standortprofil und die Einzelhandelsstruktur der Stadt Cuxhaven dargestellt. Im Rahmen des Standortprofils werden sowohl einzelhandelsrelevante als auch städtebauliche Gesichtspunkte betrachtet. Auf Grundlage der im April/Mai 2013 durchgeführten flächendeckenden primärstatistischen Einzelhandelserhebung und der städtebaulichen Beurteilung der Versorgungsstandorte wird die derzeitige Angebotssituation im gesamten Cuxhavener Stadtgebiet bewertet.

Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass es sich bei der nachfolgenden Analyse um eine „Momentaufnahme“ des einzelhandelsrelevanten Angebotes zum Erhebungszeitpunkt handelt. Zu einem späteren Zeitpunkt erfolgte Betriebsschließungen oder betriebliche Veränderungen konnten nur bedingt berücksichtigt werden. Explizit hinzuweisen ist in diesem Zusammenhang auf folgende einzelhandelsrelevante Veränderungen:

- Die ehemalige Hertie-Immobilie in der Cuxhavener Innenstadt stand zum Erhebungszeitpunkt leer, der Abriss des Gebäudes war vorgesehen. Zwischenzeitlich ist der Abriss erfolgt und die Wiedernutzung der Fläche durch ein 5.700 m²Gesamtverkaufsfläche umfassendes Einkaufszentrum geplant. Ein erster Entwurf der sortimentspezifischen Verkaufsflächenverteilung liegt vor. Im Rahmen der Bestandsanalyse wird die Fläche grundsätzlich als „nicht bebaut“ behandelt. Punktuell werden die durch den Neubau eintretenden Veränderungen allerdings thematisiert und in den Analysedaten (soweit möglich) berücksichtigt.
- Der Lebensmitteldiscounter Penny am Schneidemühlplatz in Süderwisch sowie der Lebensmittelvollsortimenter Rewe in der Störtebecker Passage (im Hauptgeschäftsbereich) haben jeweils zum Ende des Jahres 2013 ihre Betriebe geschlossen. Im Rahmen der Bestandsanalyse werden die Verkaufsflächen dieser beiden Betriebe in vollem Umfang berücksichtigt, an den entsprechenden Stellen wird allerdings auf die durch die Betriebsschließungen zu erwartenden Auswirkungen, insbesondere in Bezug auf die wohnungsnahe Grundversorgung hingewiesen.
- Bedingt durch die insolvenzbedingte Aufgabe der Firma Praktiker wird auch der Baumarkt Max Bahr am Angebotsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße spätestens zum 31. Januar 2014 geschlossen. Zum jetzigen Zeitpunkt ist eine mögliche Nachnutzung der dann leerstehenden Immobilie nicht absehbar. Die im April/Mai 2013 erhobenen Verkaufsflächen werden in vollem Umfang in die Bestandsanalyse eingestellt – an den entsprechenden Stellen werden die durch die Schließung zu erwartenden Auswirkungen thematisiert.
- Die während der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes stattfindenden betrieblichen Entwicklungen am Angebotsstandort Abschnede werden, unter anderem aufgrund der bereits erteilten Baugenehmigungen, größtenteils in der Analyse des einzelhandelsrelevanten Angebotsbestandes berücksichtigt. Im Einzelnen handelt es sich dabei um den Neubau des Elektrofachmarktes Bening sowie die Umnutzung des ehemaligen Elektronikfachmarktes durch einen Bekleidungs- und einen Sportartikel Fachmarkt. Der Neubau sowie die damit einhergehende Verkaufsflächenerweite-

zung des Lebensmitteldiscounters Aldi wird hingegen nicht berücksichtigt, allerdings an den entsprechenden Stellen thematisiert.

Die durchgeführte Analyse basiert dabei grundsätzlich auf den im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2004 festgelegten Abgrenzungen (beispielsweise die Abgrenzung des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches).²¹

5.1 Gesamtstädtische einzelhandelsrelevante Kennziffern

Der einzelhandelsrelevante Angebotsbestand in der Stadt Cuxhaven stellt sich zum Zeitpunkt der Erhebung wie folgt dar:

- Die gesamtstädtische Verkaufsfläche von rund **126.600 m²** verteilt sich auf insgesamt **462 Einzelhandelsbetriebe**. Gegenüber dem Jahr 2003 (rund 108.900 m² Verkaufsfläche) ist demnach eine knapp **sechzehnprozentige Verkaufsflächenzunahme** bei einer konstanten Betriebsanzahl zu beobachten.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt etwa **274 m²** und liegt damit über dem bundesdeutschen Schnitt von rd. 230 m². Die bundesweit zu beobachtende Verkaufsflächenausweitung, bei einer sich gleichzeitig vollziehenden absoluten Abnahme der Einzelhandelsbetriebe, ist somit in ersten Ansätzen auch in Cuxhaven zu identifizieren. Gegenüber dem Erhebungsjahr 2003 hat die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb um knapp 40 m² zugenommen.

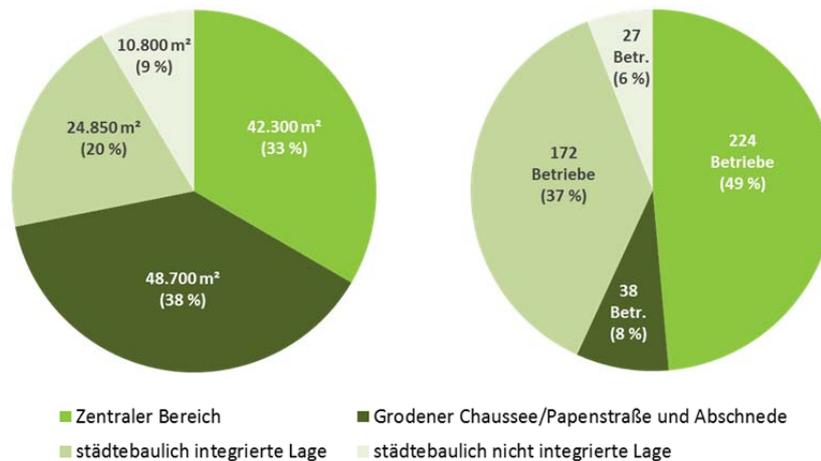
Angebotssituation nach Lagekategorien

Im Rahmen der Erhebung wurde eine Zuordnung aller Betriebe zu drei städtebaulichen Lagekategorien vorgenommen (vgl. Kapitel 3.1). Eine differenzierte räumliche Auswertung des einzelhandelsrelevanten Angebotes hinsichtlich dieser städtebaulichen Lagekategorien ergibt für den derzeitigen Einzelhandelsbestand in Cuxhaven folgendes Bild²²:

²¹ vgl. Econ-Consult (2004): Einzelhandelskonzept Cuxhaven. Köln

²² Die Angebote an den Standorten Grodener Chaussee/Papenstraße und Abschneide werden in diesem Zusammenhang – aufgrund ihrer Bedeutung für das gesamtstädtische Einzelhandelsangebot – trotz ihrer städtebaulich nicht-integrierten Lage als eigenständige Lagekategorie geführt.

Abbildung 1: Verteilung der Verkaufsfläche und Betriebe nach Lagen



Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Cuxhaven April/Mai 2013; eigene Darstellung

- Über alle Angebotsstandorte im Cuxhavener Stadtgebiet zeigt sich, dass sich der **Großteil der Betriebe** (knapp **49 %** beziehungsweise **224 Betriebe**) innerhalb der **zentralen Bereiche** befindet, während der überwiegende Anteil der **gesamstädtischen Verkaufsfläche** an den beiden Angebotsstandorten **Grodener Chaussee/Papenstraße** und **Abschnede** (knapp **38 %** beziehungsweise **48.700 m²**) lokalisiert ist. Diese typischerweise zu beobachtende Verkaufsflächen- und Betriebsstättenverteilung ist regelmäßig auf die an den jeweiligen Standorten angebotenen Produkte, die Betriebskonzepte der jeweiligen Betreiber und die Flächenverfügbarkeit an den einzelnen Standorten zurückzuführen.
- Die Betriebe in **sonstigen städtebaulich integrierten wie nicht-integrierten Streulagen** umfassen **29 %** der gesamstädtischen Verkaufsfläche (zusammen rund **35.650 m²**) verteilt auf **43 %** der gesamstädtischen Betriebsstätten (zusammen 199 Betriebe). Insbesondere der große Verkaufsflächen- und Betriebsstättenanteil in den städtebaulich integrierten Streulagen ist auf den hohen Anteil strukturprägender Lebensmittelbetriebe (Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittelhandwerk) im gesamten Stadtgebiet zurückzuführen (vgl. hierzu auch Kapitel 5.4).

Angebotssituation nach Warengruppen

Differenziert nach Warengruppen stellt sich die gesamstädtische Angebotssituation des Cuxhavener Einzelhandels wie folgt dar:

Tabelle 11: Einzelhandelssituation in Cuxhaven nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche (in %)	einwohnerbezo- gene Verkaufsflä- chenausstattung (in m ² /Kopf)
Nahrungs- und Genussmittel ²	31.000	24,5 %	0,63
Blumen (Indoor)/Zoo	5.800	4,6 %	0,12
Gesundheit und Körperpflege ¹	5.600	4,4 %	0,11
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	2.700	2,1 %	0,06
überwiegend kurzfristiger Bedarf	45.100	35,6 %	0,91
Bekleidung ¹	17.450	13,8 %	0,35
Schuhe/Lederwaren ¹	4.250	3,3 %	0,09
GPK/Haushaltswaren	4.450	3,5 %	0,09
Spielwaren/Hobbyartikel	2.250	1,8 %	0,05
Sport und Freizeit	3.700	2,9 %	0,07
überwiegend mittelfristiger Bedarf	32.050	25,3 %	0,65
Wohneinrichtung	6.050	4,8 %	0,12
Möbel	10.350	8,2 %	0,21
Elektro/Leuchten	2.200	1,7 %	0,04
Elektronik/Multimedia	3.100	2,4 %	0,06
medizinische und orthopädische Artikel	900	0,7 %	0,02
Uhren/Schmuck	650	0,5 %	0,01
Baumarktsortimente ³	17.250	13,6 %	0,35
Gartenmarktsortimente ³	8.400	6,7 %	0,17
überwiegend langfristiger Bedarf	49.000	38,7 %	0,99
Sonstiges	500	0,4 %	0,01
Gesamt	126.600	100,0 %	2,56

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Cuxhaven April/Mai 2013, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich)

¹ Ohne die projektierten Verkaufsflächen, die durch die Realisierung des Einkaufszentrums auf dem Standort der ehemaligen Hertie-Immobilie zu den ermittelten Verkaufsflächen hinzutreten werden.

² Inklusiv der einzelhandelsrelevanten Verkaufsflächen der zum Ende des Jahres 2013 geschlossenen Lebensmittelbetriebe Rewe und Penny.

³ Inklusiv der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche des spätestens zum 31.01.2014 schließenden Baumarktes Max Bahr.

PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

Unter rein quantitativen Gesichtspunkten lassen sich folgende Aspekte festhalten:

- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** der Stadt Cuxhaven liegt bei **2,56 m²/Einwohner** und damit – unabhängig von warengruppenspezifischen Betrachtungen – deutlich über dem bundesdeutschen Referenzwert von zirka 1,4 m²/ Einwohner. Auch im Vergleich zu Kommunen ähnlicher Größenordnung

sowie identischer Versorgungsfunktion (2,02 m² Verkaufsfläche/Einwohner²³) ist die quantitative Angebotsausstattung der Stadt Cuxhaven als überdurchschnittlich zu bewerten.

- Nennenswerte Angebotsdefizite sind – unter rein quantitativen Gesichtspunkten – auf den ersten Blick nicht erkennbar. Demnach wird der Einzelhandelsstandort Cuxhaven seiner **mittelzentralen Versorgungsfunktion** – unter rein quantitativen Gesichtspunkten – **durchaus gerecht**.

Überwiegend kurzfristiger Bedarf

- Mit rd. **31.000 m²** Verkaufsfläche entfällt der größte Einzelanteil (knapp 25 %) der Gesamtverkaufsfläche auf die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Auch der mit Abstand größte Anteil der Betriebe (156 Betriebe, zirka 34 %) ist dieser Warengruppe zuzuordnen, wobei in diesem Zusammenhang insbesondere auch die Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) eine wesentliche Rolle spielen. Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** von **0,63 m²/ Einwohner** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (vgl. Tabelle 11) liegt deutlich über dem bundesdurchschnittlichen Orientierungswert von etwa 0,35 - 0,40 m²/Einwohner. Dieser überdurchschnittlich hohe Wert unterstreicht zum einen die sehr gute **Angebotsausstattung** in dieser Warengruppe und belegt zum anderen die große Bedeutung dieser Warengruppe innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben, insbesondere auch unter Berücksichtigung der touristischen Kaufkraftpotenziale (vgl. Kapitel 4.4).
- Auch die Angebotsausstattungen in den **übrigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs** sind, insbesondere im Vergleich zu Städten ähnlicher Größenordnung, als umfangreich einzustufen. Vor allem in den Warengruppen **Blumen (Indoor)/Zoo** (rund 5.800 m² Verkaufsfläche) sowie **Gesundheit und Körperpflege** (rund 5.600 m² Verkaufsfläche) zeigen sich hinsichtlich der einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung überdurchschnittliche Werte (0,12 beziehungsweise 0,11 m²/Einwohner). Für die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege ist jedoch zu beachten, dass es sich hierbei oftmals um randsortimentsorientierte Angebote der zahlreich im Stadtgebiet lokalisierten Lebensmittelvollsortimenter und -discounter handelt.
- In Summe entfallen mit rund **45.100 m²** knapp 36 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sowie mit **214 Betrieben** knapp 46 % aller Einzelhandelsbetriebe auf **überwiegend dem kurzfristigen Bedarf zuzurechnende Einzelhandelsangebote**.

Überwiegend mittelfristigen Bedarf

- In den Warengruppen des überwiegend mittelfristigen Bedarfs konzentriert sich ein Verkaufsflächenangebot von rund **32.100 m²**, was einem Anteil von zirka **25 %** an der **gesamtstädtischen Verkaufsfläche** entspricht. Ein deutlicher quantitativer Angebotsschwerpunkt liegt dabei in der **zentrumprägenden Leitbranche Bekleidung**,

²³ Dieser Wert basiert auf Vergleichsdaten aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank für Mittelzentren zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern.

die mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **17.500 m²** über knapp **14 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche** verfügt. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächen-ausstattung von 0,35 m²/Einwohner liegt dabei deutlich über der Verkaufsflächen-ausstattung vergleichbar großer Städte (0,23 m²/Einwohner²⁴), was unter anderem auch auf das zur Verfügung stehende touristische Kaufkraftpotenzial (vgl. Kapitel 4.4) zurückzuführen sein dürfte.²⁵

- Die größten Konzentrationen warengruppenspezifischer Verkaufsfläche im **Bereich Bekleidung** zeigen sich dabei an den Angebotsstandorten Hauptgeschäftsbereich und Abschnede: Während das Angebot im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich durch überwiegend kleinteilige inhabergeführte wie filialisierte Modeangebote geprägt ist, setzt sich das Angebot am Standort Abschnede größtenteils aus preisorientierten Fachmarktangeboten zusammen. Eine überdurchschnittlich hohe Konzentration ist darüber hinaus im zentralen Bereich Duhnen zu beobachten, was ebenfalls auf das touristisch ausgerichtete Angebot der hier lokalisierten Betriebe zurückgeführt werden kann.
- In den ebenfalls zentrenprägenden Leitbranchen **Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren, Spielwaren** sowie **Sport und Freizeit** zeigen sich gesamtstädtische Verkaufsflächen zwischen **2.250 m²** und **4.500 m²**, was Anteilen zwischen **2** und **4 %** am gesamten Verkaufsflächenangebot der Stadt Cuxhaven entspricht. Die einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungen bewegen sich durchweg im Durchschnitt vergleichbar großer Städte. Wenngleich die quantitative Angebotsausstattung in diesen Warengruppen als zufriedenstellend einzustufen ist, so kann die räumliche Verteilung insbesondere in Bezug auf den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich (wie im Folgenden noch zu zeigen sein wird) nicht als uneingeschränkt positiv bewertet werden.
- Mit einer einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattung von **0,65 m²/Einwohner für überwiegend mittelfristige Bedarfsgüter** stellt sich das aktuelle Angebot im Cuxhavener Einzelhandel unter quantitativen Gesichtspunkten als gut beziehungsweise als leicht über dem Durchschnitt liegend dar. Unter räumlichen wie qualitativen Gesichtspunkten ist (wie noch zu zeigen sein wird) eine differenziertere Bewertung vorzunehmen.

Angebotssituation des überwiegend langfristigen Bedarfs

- Mit insgesamt rd. **49.000 m² Verkaufsfläche** nehmen die Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe einen Anteil von rd. **39 % am gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot** ein. Die absolut größten warengruppenspezifischen Verkaufsflächenanteile entfallen dabei auf **Bau- und Gartenmarktsortimente** (zusammen rund

²⁴ Dieser Wert basiert auf Vergleichsdaten aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank für Mittelzentren zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern.

²⁵ In den genannten Zahlen sind die projektierten Verkaufsflächen des Einkaufszentrums am ehemaligen Hertie-Standort noch nicht berücksichtigt. Ausgehend vom derzeitigen Projektstand sowie unter der Annahme, dass durch die Realisierung des Einkaufszentrums keine bestehenden Einzelhandelsbetriebe schließen werden, wird sich die gesamtstädtische Verkaufsfläche in der Warengruppe Bekleidung um 3.500 m², auf dann rund 21.000 m², erweitern.

25.650 m²), **Möbel** (10.350 m²) und **Wohneinrichtung** (rd. 6.050 m²). Dieses Verkaufsflächenangebot lässt jedoch keinen Rückschluss auf einen Angebotsschwerpunkt in den zuvor genannten Warengruppen zu, sondern ist vor allem auf die flächenintensiven Angebotsformen der jeweiligen Anbieter zurückzuführen.

- Die **einwohnerbezogenen Verkaufsflächenausstattungen** im langfristigen Bedarfsbereich weisen ein Spektrum zwischen 0,01 m²/Einwohner (**Uhren/Schmuck**) und 0,35 m²/Einwohner (**Baumarktsortimente**) auf, was in erster Linie ebenfalls auf den Flächenanspruch der einzelnen Produkte zurückzuführen ist. Im Vergleich zu den durchschnittlichen, warengruppenspezifischen Verkaufsflächenausstattungen vergleichbar großer Städte mit mittelzentraler Versorgungsfunktion zeigt sich, dass sich auch die Warengruppen des langfristigen Bedarfs durchweg im Durchschnitt beziehungsweise leicht über diesem bewegen (0,92 m²/Einwohner²⁶).
- Ein eindeutiger räumlicher Angebotsschwerpunkt der Angebote des überwiegend langfristigen Bedarfs ist nicht ermittelbar: Während Uhren/Schmuck sowie medizinische und orthopädische Artikel fast ausschließlich in zentralen Bereichen und städtebaulich integrierten Streulagen angeboten werden, sind die größten Verkaufsflächenanteile der großvolumigen Waren (erwartungsgemäß) in städtebaulich nicht-integrierten Streulagen und hier insbesondere an den Angebotsstandorten Grodener Chaussee/Papenstraße sowie Abschnede lokalisiert.

Stellt man dieses warengruppenspezifisch differenzierte Verkaufsflächenangebot sowie die daraus ermittelbaren warengruppenspezifischen Umsätze des Cuxhavener Einzelhandels der in Cuxhaven lokalisierten einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber (vgl. Tabelle 6 in Kapitel 4.3) so ergibt sich sowohl die gesamtstädtische als auch die nach Warengruppen differenzierte einzelhandelsspezifische Zentralität. Hierbei handelt es sich um eine Maßzahl, die den Kaufkraftzu- beziehungsweise -abfluss im Saldo darstellt und Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebotes zulässt.

²⁶ Dieser Wert basiert auf Vergleichsdaten aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank für Mittelzentren zwischen 25.000 und 50.000 Einwohnern.

Tabelle 12: Einzelhandelsspezifische Zentralität in Cuxhaven differenziert nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufs- fläche (in m ²)	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel ²	31.000	130,1	103,1	1,27 ²
Blumen (Indoor)/Zoo	5.800	10,3	5,1	2,03
Gesundheit und Körperpflege ¹	5.600	26,5	16,3	1,67 ¹
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	2.700	11,7	8,9	1,32
überwiegend kurzfristiger Bedarf	45.100	179,6	133,4	1,35
Bekleidung ¹	17.450	51,4	22,6	2,27 ¹
Schuhe/Lederwaren ¹	4.250	14,4	6,3	2,28 ¹
GPK/Haushaltswaren	4.450	7,8	3,0	2,57
Spielwaren/Hobbyartikel	2.250	5,9	5,4	1,10
Sport und Freizeit	3.700	10,8	4,6	2,35
überwiegend mittelfristiger Bedarf	32.050	90,3	42,0	2,15
Wohneinrichtung	6.050	10,0	5,9	1,71
Möbel	10.350	12,7	14,1	0,90
Elektro/Leuchten	2.200	7,6	7,1	1,07
Elektronik/Multimedia	3.100	19,8	18,9	1,05
medizinische und orthopädische Artikel	900	5,8	3,6	1,65
Uhren/Schmuck	650	5,4	2,9	1,87
Baumarktsortimente ³	17.250	23,6	23,0	1,03
Gartenmarktsortimente ³	8.400	6,3	3,9	1,61
überwiegend langfristiger Bedarf	49.000	91,4	79,3	1,15
Sonstiges	500	1,5	1,9	0,79
Gesamt	126.600	362,8	256,5	1,41

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Cuxhaven April/Mai 2013, eigene Berechnungen (Abweichungen durch Rundungen möglich)

¹ Ohne die projektierten Verkaufsflächen, die durch die Realisierung des Einkaufszentrums auf dem Standort der ehemaligen Hertie-Immobilie zu den ermittelten Verkaufsflächen hinzutreten werden. Da sich die projektierten Verkaufsflächen im Wesentlichen aus den Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren sowie Gesundheit und Körperpflege zusammensetzen werden, ist zu erwarten, dass insbesondere in diesen Warengruppen die errechneten Zentralitäten weiter ansteigen werden.

² Inklusive der/des einzelhandelsrelevanten Verkaufsflächen/Umsatzes der zum Ende des Jahres geschlossenen Lebensmittelbetriebe Rewe und Penny. Durch die Schließung dieser Betriebe wird insbesondere die einzelhandelsrelevante Zentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel um rund 0,08-Punkte absinken.

³ Inklusive der/des einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche/Umsatzes des spätestens zum 31.01.2014 schließenden Baumarktes Max Bahr. Durch diese Betriebsaufgabe werden insbesondere die Zentralitäten in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente ein Stück weit absinken.
PBS = Papier/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher; GPK = Glas/Porzellan/Keramik

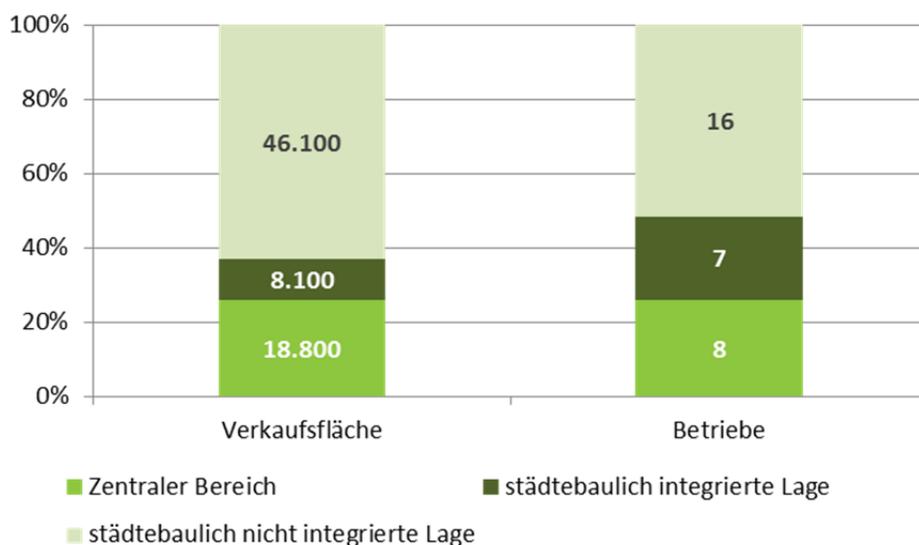
- Dem in der Stadt Cuxhaven vorhandenen **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial** von rd. **257 Mio. Euro** für das Jahr 2013 steht ein **geschätztes Jahresumsatzvolumen** von rd. **363 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine Einzelhandelszentralität von **1,41** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz übersteigt das örtliche Kaufkraftvolumen um ca. **41 %**. Per Saldo übersteigen somit die Kaufkraftzuflüsse in das Stadtgebiet die Kaufkraftabflüsse an Standorte außerhalb der Stadt Cuxhaven. Dies entspricht zunächst einmal (unabhängig von warengruppenspezifischen und räumlichen Betrachtungen) **der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt als Mittelzentrum** und lässt – insbesondere aufgrund der niedrigen Einwohnerzahlen sowie des niedrigen Kaufkraftniveaus im zugeordneten Einzugsgebiet (vgl. Tabelle 8 in Kapitel 4.3) auf eine hohe Bindung des touristischen Kaufkraftpotenzials schließen.
- Mit Ausnahme der Warengruppe Möbel können in allen anderen Warengruppen Zentralitäten **von über 1,00** ermittelt werden. Insbesondere die deutlich erhöhten Zentralitäten in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** (1,27), **Bekleidung** (2,27), **Schuhe/Lederwaren** (2,28), **Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren** (2,57), **Sport und Freizeit** (2,35) und **Uhren/Schmuck** (1,87) lassen auf die touristische Attraktivität des vorhandenen einzelhandelsrelevanten Angebotes schließen. Vor allem in den zuvor genannten Warengruppen werden von Touristen klassischerweise Urlaubs- und Versorgungseinkäufe getätigt.
- Demnach ist auch in Bezug auf die einzelhandelsspezifischen Zentralitäten das derzeitige Einzelhandelsangebot der Stadt Cuxhaven als überdurchschnittlich einzustufen.

Großflächiger Einzelhandel

- Aktuell bestehen in Cuxhaven **31 großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **73.000 m²**. Obwohl diese Betriebe nur rund **7 % aller Anbieter** repräsentieren, verfügen sie über knapp **60 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche**.
- Mit rund **22.600 m² Verkaufsfläche**, was einem Anteil von **31 %** an der Gesamtverkaufsfläche der großflächigen Einzelhandelsanbieter entspricht, entfällt der größte Verkaufsflächenanteil auf die Warengruppe **Bau- und Gartenmarktsortimente**, was vor allem auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen ist. In diesem Zusammenhang ist in erster Linie auf die Angebote der Kernsortimentsanbieter (u. a. Max Bahr und Toom) zu verweisen.
- Weitere rund **17.500 m² des Verkaufsflächenangebotes** der großflächigen Anbieter entfallen auf die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel**. Dies entspricht einem Anteil von rund **24 %** an der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter. Die mit Abstand größten Kernsortimentsanbieter in dieser Warengruppe sind die SB-Warenhäuser Real und Marktkauf.
- In der zentrumsprägenden Warengruppe **Bekleidung** entfallen rund **5.600 m²** auf großflächige Angebote, was einem Anteil von knapp **8 %** an der Verkaufsfläche aller großflächigen Anbieter entspricht. Die größten Betriebe (Woolworth, C&A und

Steffen) konzentrieren sich – mit Ausnahme des Fachmarktes Steffen – ausschließlich im **Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich** und übernehmen hier eine **frequenzerzeugende Magnetfunktion**.

Abbildung 2: Räumliche Verteilung des großflächigen Einzelhandelsangebotes¹



Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Cuxhaven April/Mai 2013; eigene Darstellung

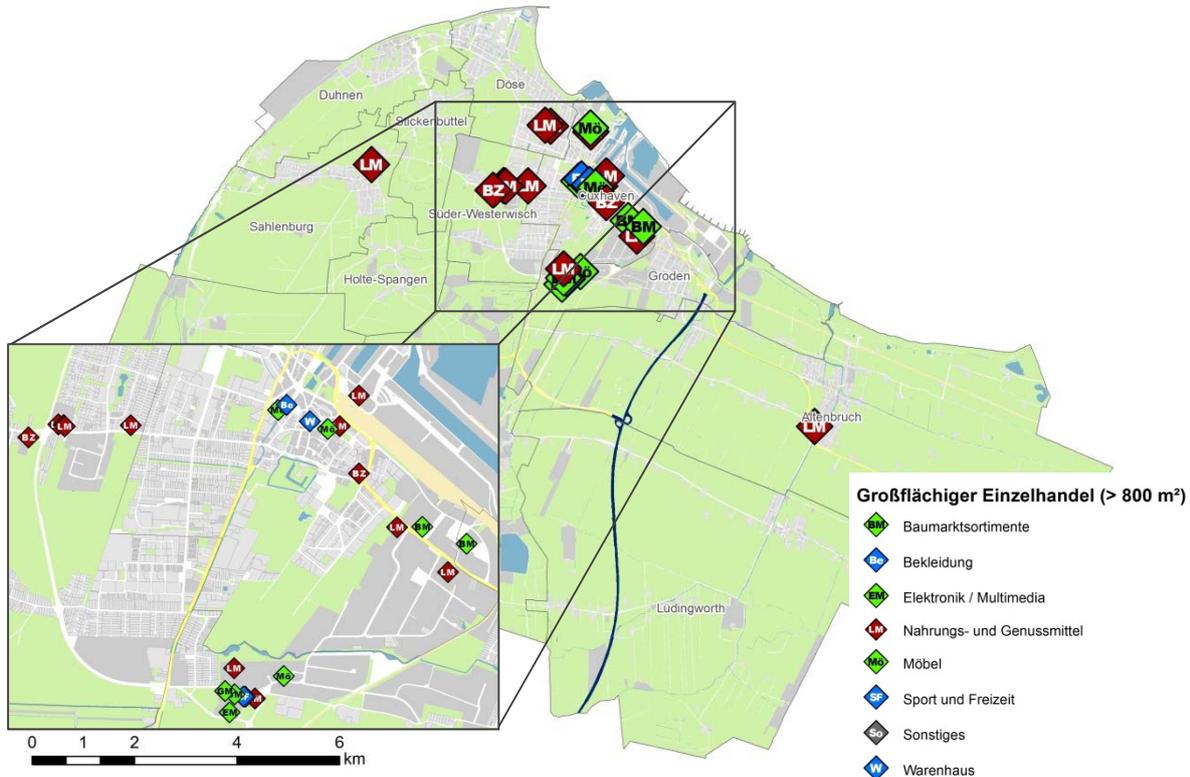
¹ Inklusive der großflächigen Einzelhandelsflächen des Lebensmittelvollsortimenters Rewe im Hauptgeschäftsbereich und des Baumarktes Max Bahr am Angebotsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße. Nicht berücksichtigt wurden hingegen die aller Voraussicht nach ebenfalls großflächigen Einzelhandelsflächen einiger Betriebe im projektierten Einkaufszentrum am nördlichen Ende der Nordersteinstraße.

- Mit rund **18.800 m² Gesamtverkaufsfläche** konzentriert sich knapp ein Viertel (**26 %**) des Verkaufsflächenangebotes großflächiger Einzelhandelsbetriebe innerhalb **zentraler Bereiche**. Bei den sechs im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich lokalisierten großflächigen Einzelhandelsbetrieben handelt es sich um zwei Textilanbieter (C&A und Woolworth), zwei Lebensmittelbetriebe (Real und Rewe²⁷), einen Möbelanbieter (Möbel Heitzer) sowie ein Gemischtwarenkaufhaus (Fleischhut). Zwei weitere großflächige Einzelhandelsbetriebe (Lebensmitteldiscounter Lidl und Möbel Gerling) sind im zentralen Bereich an der Schillerstraße lokalisiert.
- Die höchste Konzentration an großflächigen Einzelhandelsbetrieben ist in **städtebaulich nicht-integrierten Streulagen** zu beobachten (**16 Betriebe** mit rund **46.100 m² Verkaufsfläche**, was einem Anteil von knapp **63 % des großflächigen Verkaufsflächenangebotes** entspricht) und hier insbesondere an den Standortagglomerationen **Abschnede** (rund 19.200 m² Verkaufsfläche verteilt auf 8 Einzelhandelsbetriebe) und **Grodener Chaussee/Papenstraße** (rund 20.400 m² Verkaufsfläche verteilt auf 3 Einzelhandelsbetriebe).
- Weitere rund **8.100 m² Verkaufsfläche** beziehungsweise knapp **11 % des großflächigen Verkaufsflächenangebotes** sind in **städtebaulich integrierten Streula-**

²⁷ Dieser Einzelhandelsbetrieb wurde zum Jahresende 2013 geschlossen.

gen lokalisiert. Hierbei handelt es sich fast ausschließlich um großflächige Lebensmittelbetriebe, die einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung der wohnort- beziehungsweise wohnungsnahen Grundversorgung leisten (vgl. hierzu auch Kapitel 5.4).

Karte 4: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsanbieter¹



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

¹ Inklusive der großflächigen Einzelhandelsflächen des Lebensmittelvollsortimenters Rewe im Hauptgeschäftsbereich und des Baumarktes Max Bahr am Angebotsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße. Nicht berücksichtigt wurden hingegen die aller Voraussicht nach ebenfalls großflächigen Einzelhandelsflächen einiger Betriebe im projektierten Einkaufszentrum am nördlichen Ende der Nordersteinstraße.

Insgesamt zeigt sich **eine deutliche räumliche Konzentration der großflächigen Anbieter** auf die **Standortagglomerationen Abschnede** und **Grodener Chaussee/Papenstraße** sowie nachrangig auf den zentralen Bereich der Cuxhavener Innenstadt. Auch in Cuxhaven ist damit die allgemein festzustellende Angebotsverschiebung des großflächigen Einzelhandels an städtebaulich nicht-integrierte Standorte zu beobachten, wenngleich durch die projektierte Einkaufszentrumsentwicklung ein neuer, großflächiger Einzelhandelsmagnet im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich realisiert werden soll.

Grundsätzlich ist darauf hinzuweisen, dass die Angebotsverschiebung des großflächigen Einzelhandels in Gewerbegebiete oder an „Grüne-Wiese“-Standorte vor allem durch die städtebaulich nicht kontrollierte Neuansiedlung oder Verlagerung von Einzelhandelsanbietern forciert wird. Immer wieder haben sich Politik und Stadtverwaltung mit wiederkehrenden Ansiedlungs- beziehungsweise Erweiterungsanfragen von Investoren für solche Standortbereiche zu beschäftigen. In Abhängigkeit von den angebotenen Sortimenten kann dies zu einer ruinösen Konkurrenzsituation gegenüber zentralen und integrierten Einzelhandelslagen füh-

ren. Insbesondere gegenüber den zentralen Bereichen (in erster Linie Hauptgeschäftsbereich und zentraler Bereich Schillerstraße) ist eine Verschärfung der Wettbewerbssituation anzunehmen, die die Funktionsfähigkeit der Angebotsstrukturen in diesen Bereichen bedroht.

Mit Blick auf die zukünftige Stadt-, Einzelhandels- und Zentrenentwicklung ist die Konzentration des Einzelhandelsangebotes auf die städtebaulich-funktionalen Zentren und die Vermeidung einer „unfairen“ Konkurrenzsituation zu forcieren. Insbesondere die Konzentration und Struktur des Einzelhandelsangebotes im innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich gilt als wichtiges Indiz für die Ausstrahlungskraft und Stärke des Einkaufsstandorts Cuxhaven. Vor diesem Hintergrund ist der **Hauptgeschäftsbereich** auch zukünftig **als wichtigster gesamtstädtischer und regionaler Versorgungsstandort** der Stadt Cuxhaven zu sichern und zu fördern, weitere Standorte (insbesondere die Standortagglomerationen) sind **zentrenverträglich zu gestalten**.

Leerstehende Ladenlokale

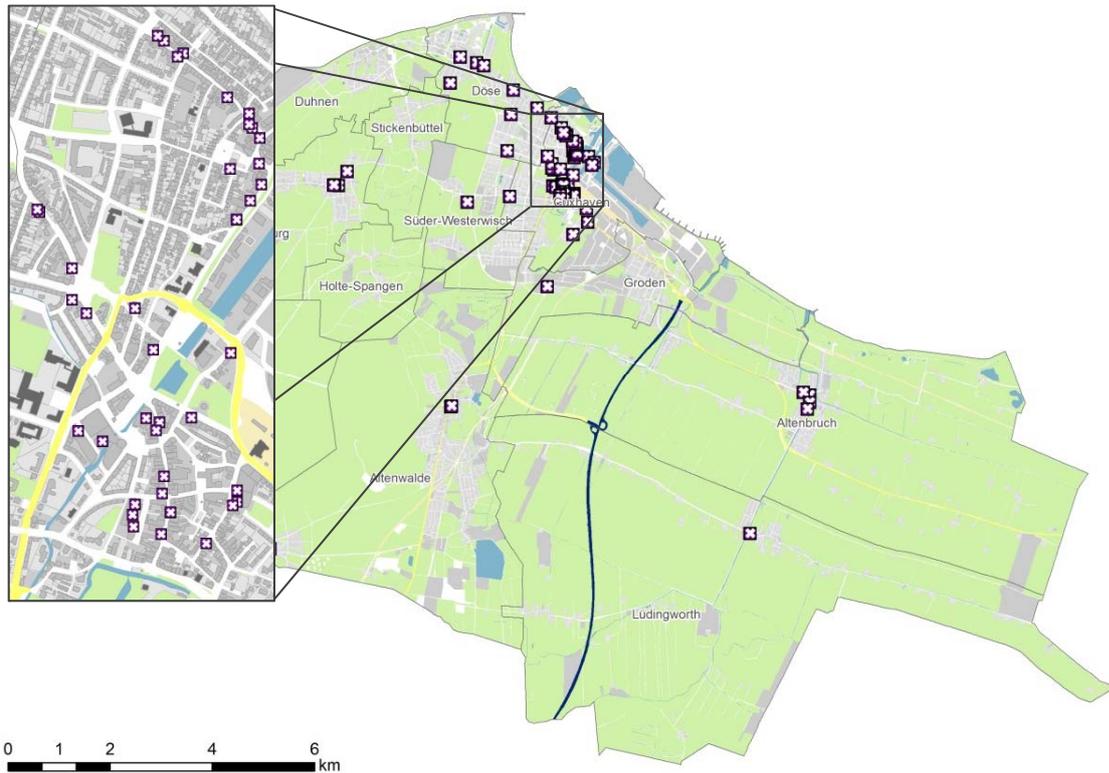
- Zum Erhebungszeitpunkt können im gesamten Stadtgebiet **74 leerstehende Ladenlokale** mit einer Gesamtverkaufsfläche von zirka 8.000 m² identifiziert werden²⁸. Dies entspricht einer Leerstandsquote von **14 % der Ladenlokale** und rund **6,0 % der Verkaufsfläche**²⁹. Von diesen Leerständen befinden sich 19 Ladenlokale mit zirka 1.300 m² Verkaufsfläche³⁰ im **Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich**. Eine städtebaulich bedenkliche Konzentration von leerstehenden Ladenlokalen ist dabei insbesondere in den Randbereichen des Hauptgeschäftsbereiches, vor allem im **Cuxhavener City Center** sowie in der **Störtebecker Passage** zu beobachten (vgl. hierzu auch Kapitel 5.3.1). Bezogen auf die absolute Anzahl der Ladenlokale im Hauptgeschäftsbereich (141 Betriebe) liegt die **Leerstandsquote bei 13,5 %** und damit leicht über der üblicherweise festzustellenden Fluktuationsrate von rund 10 %.
- Auch im zentralen Bereich an der **Schillerstraße** ist eine erhöhte Leerstandsquote zu beobachten. Hier stehen zum Erhebungszeitpunkt der Erhebung **11 Ladenlokale**, mit einer (in Teilen) geschätzten Gesamtverkaufsfläche von rund **1.050 m²**, leer. Gemessen an der Anzahl aller Betriebe im zentralen Bereich Schillerstraße entspricht dies einer **Leerstandsquote von 20 %**, was deutlich über der üblicherweise festzustellenden Fluktuationsrate von rund 10 % liegt. Eine räumliche Konzentration ist dabei im südöstlichen Bereich der Schillerstraße, im Übergang zum Alten Deichweg zu beobachten (vgl. hierzu auch Kapitel 5.3.2).

²⁸ Die tatsächlich leerstehende Verkaufsfläche wird über dem genannten Wert liegen, da einige Ladenlokale nicht einsehbar waren und demnach die Verkaufsflächen weder ausgemessen noch geschätzt werden konnten.

²⁹ In den vorgenannten Zahlen ist die zum Zeitpunkt der Erhebung leerstehende Hertie-Immobilie (rund 5.500 m² Verkaufsfläche) bereits nicht mehr berücksichtigt, da diese kurz nach der Erhebung abgerissen wurde und die frei gewordene Fläche an der Nordersteinstraße perspektivisch durch ein Einkaufszentrum mit einer projektierten Gesamtverkaufsfläche von rund 5.700 m² nachgenutzt wird.

³⁰ vgl. Fußnote 28

Karte 5: Räumliche Verteilung der leerstehenden Ladenlokale¹



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013
¹ Ohne die Leerstände der Lebensmittelbetriebe Rewe (im Hauptgeschäftsbereich) und Penny (am Schneidemühlplatz) sowie des Baumarktes Max Bahr am Angebotsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße.

5.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes

Die kleinräumige Verteilung des Einzelhandels im Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die **strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung** von grundlegender Bedeutung. Die nachfolgenden Analyseschritte geben daher einen dezidierten Überblick über die räumliche Verteilung des aktuellen Einzelhandelsangebotes im Cuxhavener Stadtgebiet. Differenziert nach Stadtteilen stellt sich das derzeitige einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenangebot der Stadt Cuxhaven wie folgt dar:

Tabelle 13: Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Cuxhavener Stadtteile¹

Stadtteil	Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche (in %)	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)
Cuxhaven	255	61.550	49 %	4,49
Altenbruch	11	1.160	< 1 %	0,31
Altenwalde	25	4.170	3 %	0,66
Berensch-Arensch	1	< 50	< 1 %	0,05

Stadtteil	Betriebe (absolut)	Verkaufsfläche (in m ²)	Anteil an Gesamt- verkaufsfläche (in %)	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)
Döse	39	8.210	6 %	0,77
Duhnen	53	3.600	3 %	3,87
Groden	35	36.770	29 %	11,98
Holte-Spangen	-	-	-	-
Lüdingworth	6	340	< 1 %	0,20
Sahlenburg	19	1.720	1 %	0,59
Stickenbüttel	2	150	< 1 %	0,15
Süder- und Westerwisch	15	9.040	7 %	1,97
Gesamt	461	126.600	100 %	2,56

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Cuxhaven April/Mai 2013; eigene Darstellung;
Durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.

¹ Ohne Berücksichtigung der betrieblichen Veränderungen seit der primärstatistischen Einzelhandelserhebung im April/Mai 2013.

- Insgesamt ist eine räumliche Konzentration des Einzelhandelsangebots im Stadtteil **Cuxhaven** festzustellen. Mit über **61.000 m² Verkaufsfläche** befinden sich knapp 50 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes beziehungsweise mit **255 Betrieben** knapp 55 % aller Anbieter innerhalb dieses Stadtteils. Eine weitere Verkaufsflächenkonzentration zeigt sich im Stadtteil **Groden** und hier insbesondere entlang der Grodener Chaussee und an der Abschnede. Die **35** in diesem Stadtteil ansässigen **Einzelhandelsbetriebe** verfügen mit einer Verkaufsfläche von rd. **36.800 m²** über knapp **29 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.
- Deutlich nachgeordnete Einzelhandelsangebote zeigen sich darüber hinaus in den Stadtteilen **Altenwalde** (rund **4.200 m² Verkaufsfläche** beziehungsweise **3 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche), **Döse** (rund **8.200 m²** beziehungsweise **6 %**), **Duhnen** (rund **3.600 m²** Verkaufsfläche beziehungsweise **3 %**) sowie **Süder- und Westerwisch** (rund **9.000 m²** Verkaufsfläche beziehungsweise **7 %**). In den Stadtteilen **Altenbruch**, **Berensch-Arensch**, **Holte-Spangen**, **Lüdingworth**, **Sahlenburg** und **Stickenbüttel** ist aufgrund der dörflichen Strukturen sowie der niedrigen Einwohnerzahlen nur ein sehr eingeschränktes beziehungsweise kein Einzelhandelsangebot vorhanden.
- Die **stadtteilbezogene Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner** lässt sich wie folgt beurteilen: Sowohl für den Stadtteil **Cuxhaven (4,49 m²/Einwohner)** als auch für den Stadtteil **Groden (11,98 m²/Einwohner)** lassen sich Ausstattungsgrade ermitteln, die auf die gesamtstädtische beziehungsweise regionale Versorgungsfunktion der in diesen Stadtteilen lokalisierten, einzelhandelsrelevanten Angebote hinweisen. Auch für den Stadtteil **Duhnen (3,87 m²/Einwohner)** lässt sich ein überdurchschnittlich hoher Ausstattungsgrad ermitteln, was in erster Linie auf die niedrige Einwohnerzahl im Stadtteil sowie die touristische Versorgungsfunktion der hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe zurückzuführen ist.

- Im Stadtteil **Süder- und Westerwisch** ist mit einem Ausstattungsgrad von **1,97 m²/Einwohner** ebenfalls ist eine erhöhte Verkaufsflächenausstattung zu beobachten, die sich in vor allem mit dem hohen Verkaufsflächenanteil in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel erklären lässt.
- In allen übrigen Stadtteilen zeigen sich Ausstattungsgrade zwischen **0,05 und 0,77 m²/Einwohner**, was auf eine maximal stadtteilweite beziehungsweise wohngebietsorientierte Versorgungsfunktion der hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe hindeutet.

Räumlich-funktionale Angebotsstruktur

In Bezug auf die räumlich-funktionale Angebotsstruktur ist insbesondere der **Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich** hervorzuheben. Ergänzt wird deren einzelhandelsrelevanter Besatz durch die Angebote in den **zentralen Bereichen Schillerstraße, Duhnen und Altenwalde**. Weitere Einzelhandelskonzentrationen zeigen sich in den **Standortagglomerationen Grodenner Chaussee/Papenstraße** und **Abschnede**, in denen überwiegend großflächige Einzelhandelsangebote vorhanden sind.

An den zuvor genannten Angebotsstandorten stellt sich das quantitative Verkaufsflächenangebot derzeit wie folgt dar:

- Der quantitative und räumliche Einzelhandelsschwerpunkt liegt mit rund **120 Betrieben** und einer Verkaufsfläche von knapp **30.000 m²³¹** (2003: 33.800 m²) im zentralen Bereich der Cuxhavener Innenstadt. Das in diesem Bereich lokalisierte Angebot konzentriert sich im Wesentlichen entlang der **Nordersteinstraße** zwischen der Südersteinstraße im Süden und dem Kaemmererplatz im Norden. Weitere nennenswerte Einzelhandelslagen befinden sich in der **Holsten-Passage**, entlang von **Segelckestraße** und **Deichstraße** sowie in dem **SB-Warenhaus Real** nördlich des Bahnhofes. Der eindeutige Angebotschwerpunkt innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches entfällt auf Angebote des **mittelfristigen Bedarfs** (rund 13.000 m² Verkaufsfläche) und hier insbesondere auf die Warengruppen **Bekleidung, Schuhe/Lederwaren** und **Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren**. Weitere Angebotsschwerpunkte zeigen sich in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs (rd. 9.250 m² Verkaufsfläche) sowie in den Warengruppen Wohnrichtung und Möbel (zusammen rund 4.200 m² Verkaufsfläche).
- Vom gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebot entfällt damit knapp **24 %** auf den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich, die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** liegt bei **244 m²**, was auf eine insgesamt kleinteilige Angebotsstruktur schließen lässt, die lediglich punktuell durch großflächige Betriebsformen ergänzt wird (vgl. hierzu auch Kapitel 5.1).
- Eine weitere Angebotskonzentration zeigt sich rund um die **Schillerstraße** im sogenannten **Lotsenviertel**. Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rund **7.000 m²** (knapp **6 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) sind in diesem Bereich **44 Einzelhandelsbetriebe** ansässig, wobei die größten Verkaufsflächenanteile auf Angebote des **langfristigen Be-**

³¹ Ohne die zukünftigen Verkaufsflächen der neuen Einzelhandelsimmobilie auf den Flächen des ehemaligen Hertie-Kaufhauses.

darfs (rd. **3.500 m² Verkaufsfläche**) entfallen. Im **kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich** ist jeweils eine Verkaufsfläche von rund **1.700 m²** zu beobachten. Die in diesem zentralen Bereich ansässigen Einzelhandelsbetriebe konzentrieren sich im Wesentlichen beidseits der Schillerstraße zwischen dem Schillerplatz im Nordwesten sowie dem Alten Deichweg im Südosten und weisen im Schnitt eine Verkaufsfläche **von 159 m² je Betrieb** auf.

- Im **Stadtteil Duhnen** ist rund um Cuxhavener Straße und Wehrbergsweg ein weiterer zentraler Bereich mit einer Verkaufsfläche von zirka **3.250 m²** lokalisiert, was einem Anteil an der gesamtstädtischen, einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche von knapp **3 %** entspricht. Diese Gesamtverkaufsfläche verteilt sich auf insgesamt **48 Einzelhandelsbetriebe**, womit sich hier eine **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** von knapp nur **68 m²** ergibt. Der Angebotsschwerpunkt dieses sehr kleinteiligen Einzelhandelsangebotes liegt im **mittel- und kurzfristigen Bedarfsbereich**.
- Im **Stadtteil Altenwalde** ist mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **2.300 m²** der kleinste zentrale Bereich im Cuxhavener Stadtgebiet lokalisiert (**2 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche). Das hier ansässige Einzelhandelsangebot verteilt sich auf insgesamt **10 Einzelhandelsbetriebe** (durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb: **230 m²**) mit einem eindeutigen Angebotsschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rund **2.150 m² Verkaufsfläche**).

Weitere Angebotskonzentrationen, insbesondere des großflächigen sowie überwiegend autokundenorientierten Einzelhandels, sind in den Standortagglomerationen entlang beziehungsweise in räumlicher Nähe der städtischen Haupteinfahrtsstraßen zu beobachten:

- Am Angebotsstandort **Grodener Chaussee/Papenstraße** ist bei aktuell **11 Einzelhandelsbetrieben** eine Verkaufsfläche von rd. **23.100 m²** vorhanden, was einer durchschnittlichen Verkaufsfläche pro Betrieb von knapp **2.100 m²** entspricht sowie einem **Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche** von knapp **18 %**. Der Angebotschwerpunkt liegt im überwiegend langfristigen Bedarfsbereich, die größten Anbieter sind die Baumärkte Toom und Max Bahr³².
- Weitere **27 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. **25.600 m²** (**20 %** des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes) befinden sich am Angebotsstandort **Abschnede**. Das hier lokalisierte Angebot wird von großflächigen, auf den autokundenorientierten Einkauf ausgerichteten Einzelhandelsbetrieben geprägt, deren Angebot sich **zu gleichen Anteilen über alle Bedarfsstufen** (je Bedarfsbereich zwischen **8.100 und 9.000 m² Verkaufsfläche**) verteilt. Größte Anbieter sind das SB-Warenhaus Marktkauf, der Sonderpostenmarkt Jawoll, der Einrichtungsfachmarkt Hammer, der Elektronikfachmarkt Bening, der Bekleidungsfachmarkt Steffen sowie der Sportfachmarkt Intersport. Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** liegt bei **948 m²**.

Ergänzend zu den zuvor genannten Angebotsstandorten befinden sich zahlreiche einzelhandelsrelevante Angebote im Cuxhavener Stadtgebiet in **städtebaulich integrierten Streulagen**. Mit einer Gesamtverkaufsfläche von insgesamt von **24.850 m²** (verteilt auf **172 Ein-**

³² Diese Aussage hat aller Voraussicht nach nur noch bis zum 31. Januar 2014 Bestand.

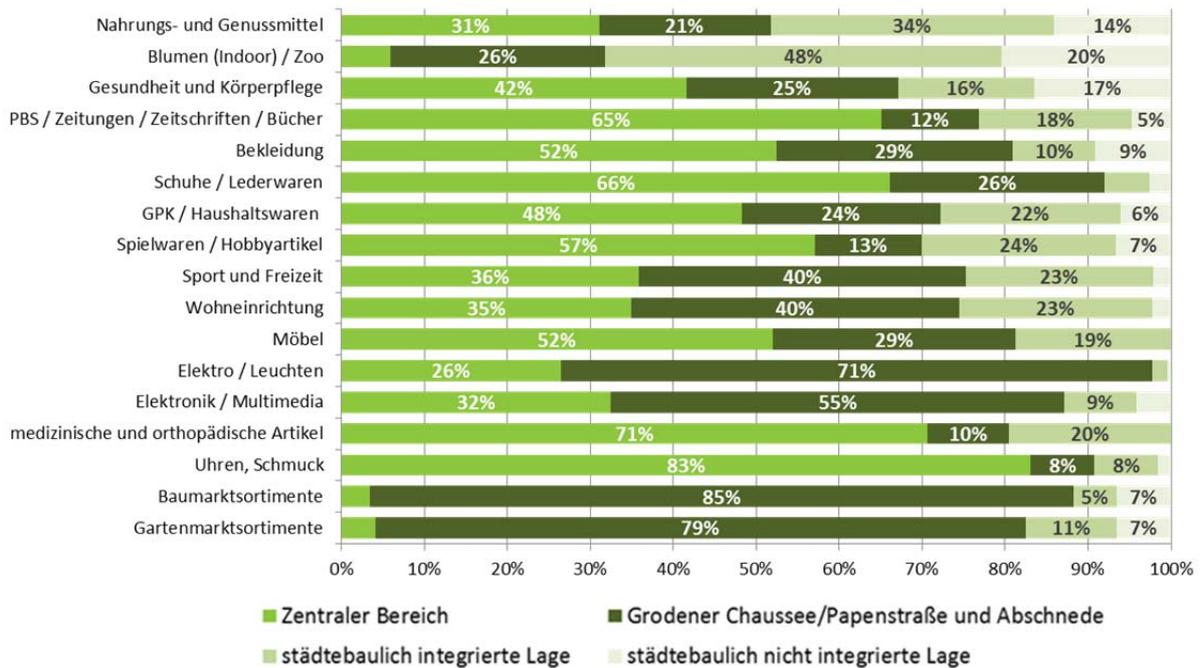
zelhandelsbetriebe) ist in dieser Lagekategorie ebenfalls ein nennenswerter Angebotsumfang zu beobachten, wenngleich darauf hinzuweisen ist, dass es sich bei diesen Angeboten jeweils um solitäre Einzelstandorte handelt, die keinen räumlichen Zusammenhang aufweisen und die Kriterien eines zentralen Bereiches (vgl. Kapitel 3) nicht erfüllen. Angebotsschwerpunkte zeigen sich in dieser Lagekategorie in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** (rund 10.600 m² Verkaufsfläche), **Blumen (Indoor)/Zoo** (rund 2.750 m² Verkaufsfläche) sowie in einem untergeordneten Umfang in den Warengruppen **Bekleidung, Möbel** und **Wohneinrichtung**.

Mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **10.800 m²** befindet sich knapp **9 %** der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in **sonstigen städtebaulich nicht-integrierten Lagen**. Hierbei handelt es sich um insgesamt **27 Einzelhandelsbetriebe**, die weder in den zentralen Bereichen oder in von Wohnsiedlungen geprägten Standorten noch an den Einzelhandelsschwerpunkten Grodener Chaussee/Papenstraße oder Abschnede lokalisiert sind. Der Angebotsschwerpunkt in diesen sonstigen städtebaulich nicht-integrierten Lagen liegt ebenfalls in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund 4.350 m² Verkaufsfläche), was in erster Linie auf die großflächigen Lebensmittelbetriebe in dieser Lagekategorie zurückzuführen ist.

Warengruppenspezifischer Einzelhandelsbestand differenziert nach Lagekategorien

In einem weiteren Analyseschritt lassen sich die in den jeweiligen Warengruppen ermittelten Verkaufsflächen nach Lagekategorien differenziert darstellen und bewerten:

Abbildung 3: Räumliche Verteilung der gesamtstädtischen Verkaufsfläche nach Lagen – warengruppenspezifische Betrachtung³³



Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Cuxhaven April/Mai 2013; eigene Darstellung;
 Durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen.
 Ohne Berücksichtigung der betrieblichen Veränderungen seit der primärstatistischen Einzelhandelserhebung im April/Mai 2013.

- Die Angebote in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel**, **Gesundheit und Körperpflege** sowie **Papier/Bürobedarf/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher** sind zu **31 %** bis **65 %** in den zentralen Bereichen sowie – entsprechend ihrer Nahversorgungsrelevanz – zu **16 %** bis **34 %** in städtebaulich integrierten Streulagen lokalisiert. Gleichwohl ist auch in diesen Warengruppen mit in Summe **17 %** bis **42 %** ein nicht unwesentlicher Anteil an den **Standortagglomerationen** Grodener Chaussee/Papenstraße und Abschnede sowie in städtebaulich nicht-integrierten Streulagen zu beobachten. In der Warengruppe **Blumen (Indoor)/Zoo** befinden sich die größten Verkaufsflächenanteile in städtebaulich integrierten wie nicht-integrierten Streulagen sowie an den Standortagglomerationen (zusammen rund **94 %**)
- Mit **52 %** der warengruppenspezifischen Verkaufsfläche im Bereich **Bekleidung** befindet sich nur knapp die Hälfte der gesamtstädtischen Verkaufsfläche innerhalb der **zentralen Bereiche**. Im **Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich** sind aktuell nur **38 %** der gesamtstädtischen, warengruppenspezifischen Verkaufsfläche lokalisiert³⁴. Mit knapp **30 %** be-

³³ Die Angebote an den Standorten Grodener Chaussee/Papenstraße und Abschnede werden in diesem Zusammenhang – aufgrund ihrer Bedeutung für das gesamtstädtische Einzelhandelsangebot – trotz ihrer städtebaulich nicht-integrierten Lage als eigenständige Lagekategorie geführt.

³⁴ Durch die Realisierung des Einkaufszentrums auf den Grundstücksflächen der ehemaligen Hertie-Immobilie wird sich diese Verkaufsflächenverteilung ein Stückweit zu Gunsten des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches verändern.

findet sich ein Großteil dieses **innerstädtischen Leitsortiments** an der **Standortagglomeration Abschnede** sowie – quantitativ deutlich untergeordnet – in städtebaulich integrierten wie nicht-integrierten Lagen (zusammen rund 19 %). Die übrigen Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs (**Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren, Spielwaren/Hobbyartikel** sowie **Sport und Freizeit**) sind trotz ihres überwiegend zentrumprägenden Angebotes ebenfalls mit nur **36 % bis 66 %** Verkaufsflächenanteil in den zentralen Bereichen vertreten. Insbesondere in den Warengruppen **Schuhe/Lederwaren** (26 %), **Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren** (24 %) sowie **Sport und Freizeit** (40 %) zeigt sich eine nennenswerte Angebotskonzentration in den **Standortagglomerationen** (vor allem dem Fachmarktstandort Abschnede), die in Konkurrenz zu den Angeboten der zentralen Bereiche tritt.

- In Abhängigkeit von der jeweiligen Warengruppe sind im **langfristigen Bedarfsbereich** die größten Verkaufsflächenanteile in unterschiedlichen Lagekategorien lokalisiert. Während die Anbieter der Warengruppen **medizinische und orthopädische Artikel** sowie **Uhren/Schmuck** überwiegend in den zentralen Bereichen ansässig sind (Verkaufsflächenanteile von **71 % bis 83 %**) befinden sich vor allem die flächenintensiven Angebote der Warengruppen **Bau- und Gartenmarktsortimente** fast ausschließlich an den Standortagglomerationen sowie in städtebaulich integrierten beziehungsweise nicht-integrierten Streulagen (in Summe zu jeweils **97 %**). Auch die einzelhandelsrelevanten Angebote in der regelmäßig als zentrenrelevant einzustufenden Warengruppe **Elektronik/Multimedia** befinden sich im Cuxhavener Stadtgebiet überwiegend außerhalb der zentralen Bereiche. Mit einem Verkaufsflächenanteil von rund **55 %** konzentriert sich das größte Verkaufsflächenangebot in dieser Warengruppe an der **Standortagglomeration Abschnede**. Vergleichsweise untypisch ist die Verkaufsflächenverteilung in der ebenfalls sehr flächenintensiven Warengruppe **Möbel**: Knapp die Hälfte des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebotes in dieser Warengruppe konzentriert sich in den zentralen Bereichen des Stadtgebietes.

5.3 Städtebauliche Analyse der Angebotsschwerpunkte

Im Folgenden gilt es, den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich, die weiteren zentralen Bereiche (Schillerstraße, Duhnen und Altenwalde) sowie die Standortagglomerationen (Grodener Chaussee/Papenstraße und Abschnede) unter strukturellen und städtebaulichen Gesichtspunkten zu bewerten.³⁵

Des Weiteren wird die aktuelle Angebotssituation im nördlich an die Innenstadt angrenzenden Alten Fischereihafen dargestellt sowie ebenfalls unter städtebaulichen Gesichtspunkten bewertet.

³⁵ Als Grundlage zur Abgrenzung dieser Angebotsstandorte dienten (soweit vorhanden) die im Einzelhandelskonzept Cuxhaven definierten beziehungsweise festgelegten Abgrenzungen (vgl. Econ Consult 2004)

5.3.1 Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich

Der Hauptgeschäftsbereich der Stadt Cuxhaven stellt sich sowohl für den Stadtteil als auch für die Gesamtstadt als siedlungsräumlicher, wirtschaftlicher und kultureller Mittelpunkt dar. Der multifunktionale Siedlungskern ist geprägt durch eine Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistungen, öffentlichen Einrichtungen und Wohnen. Die bauliche Substanz ist durchweg in einem guten (in Teilen historischen) Erhaltungszustand und weist keine nennenswerten, im Stadtbild auffallenden Mängel auf.

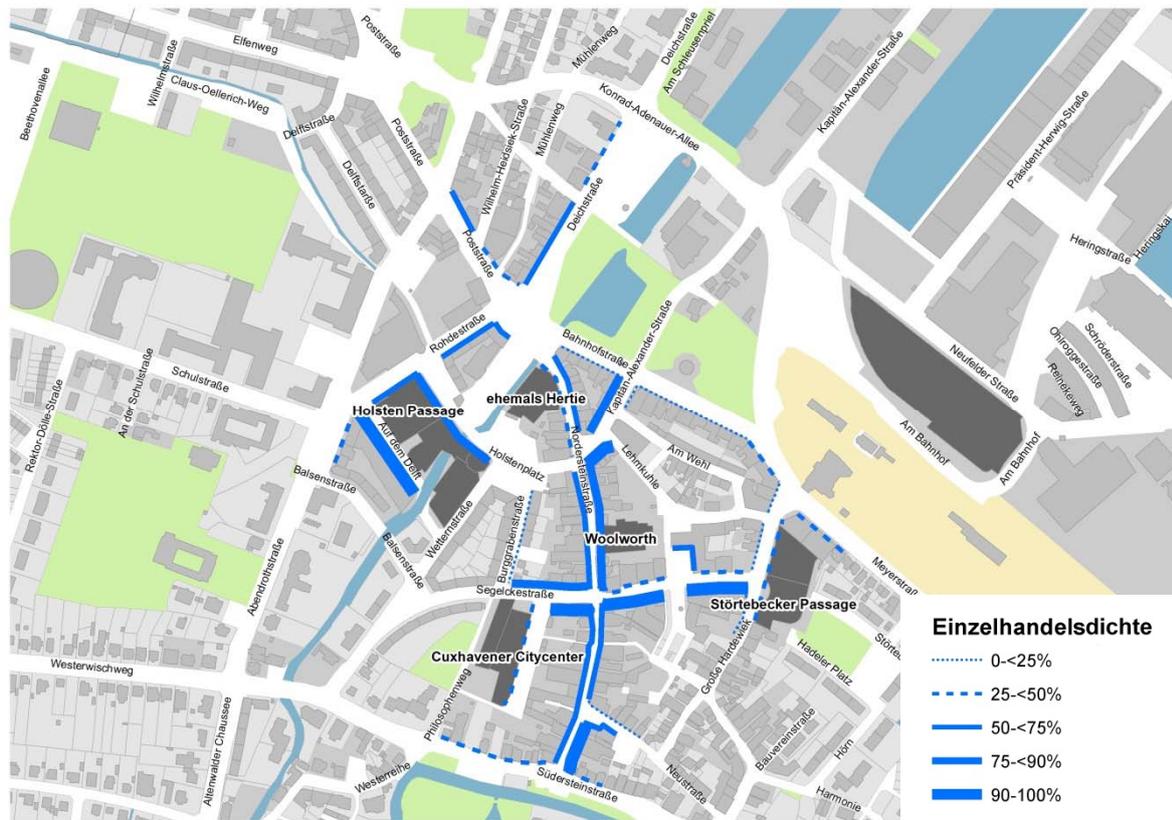
Foto 1 und 2: Nordersteinstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Die wichtigste Einzelhandelslage des Stadtkerns ist die zentral gelegene **Nordersteinstraße** zwischen der Südersteinstraße im Süden und dem Kaemmererplatz im Norden. Hier zeigt sich die belebteste Geschäftsatmosphäre im Hauptgeschäftsbereich, mit der **höchsten und durchgängigsten Einzelhandelsdichte** (vgl. Karte 6), den stärksten Passantenfrequenzen sowie der abwechslungsreichsten Nutzungsmischung. Stadtbildprägend ist insbesondere die im südlichen Bereich bereits umgesetzte sowie im nördlichen Bereich in der Planung/Umsetzung befindliche Gestaltung des öffentlichen Raumes, die die Haupteinkaufslage Cuxhavens auch optisch von den übrigen Einkaufslagen im Hauptgeschäftsbereich abhebt.

Karte 6: Einzelhandelsdichte im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

Weitere Einzelhandelslagen mit einer erhöhten Einzelhandelsdichte finden sich in der **Segelckestraße** sowie der **Johannes-Gutenberg-Platz-Strasse**. Im Gegensatz zu dem beidseitig dichten Einzelhandelsbesatz der Nordersteinstraße ist in den zuvor genannten Straßen oftmals nur ein einseitiger Einzelhandelsbesatz zu beobachten.

Foto 3 und 4: Segelckestraße und Johannes-Gutenberg-Strasse



Quelle: eigene Aufnahmen

Als klassische **Nebenlagen** sind im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich Bahnhofstraße, Große Hardewiek, Neustraße, Poststraße, Deichstraße, Rohdestraße und Südersteinstraße einzustufen. In diesen Lagen zeigt sich eine deutlich höhere Konzentration an Dienstleistungsbetrie-

ben und/oder öffentlichen Einrichtungen. In Teilen tritt hier auch die Einzelhandelsnutzung hinter die Wohnnutzung oder sonstige gewerbliche Tätigkeiten (beispielsweise Handwerk) zurück. In keiner der zuvor genannten Lagen sind dementsprechend Passantenströme wie auf der Nordersteinstraße zu beobachten.

Eine räumliche Trennung zwischen filialisiertem Einzelhandel und inhabergeführten, spezialisierten Fachanbietern ist im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich nicht zu erkennen. In nahezu allen Einzelhandelslagen zeigt sich eine Mischung der zuvor benannten Betriebsformen.

Von den drei größten im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich lokalisierten Einzelhandelsimmobilien ist lediglich die im Westen gelegene **Holsten-Passage** derzeit nicht von nennenswerten Leerständen betroffen. Insbesondere im angebotsseitigen Zusammenspiel mit der projektierten Realisierung des Einkaufszentrums auf den Grundstücksflächen des ehemaligen Hertie-Kaufhauses ist davon auszugehen, dass sich der räumliche Angebotsschwerpunkt des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches weiter in diese Richtung verlagert.

Foto 5 und 6: Holsten-Passage



Quelle: eigene Aufnahmen

Demgegenüber lassen insbesondere die Leerstände im **Cuxhavener City Center** und in der **Störtebecker Passage** ein strukturelles Problem der dort lokalisierten Verkaufsf lächen vermuten beziehungsweise befürchten. Durch die zum Jahresende 2013 vollzogene Schließung des Lebensmittelvollsortimenters Rewe in der Störtebecker Passage ist die Leerstandssituation in diesem Bereich noch verschärft worden. Wenngleich beide Standorte durch die Segelckestraße über eine direkte Anbindung an die Cuxhavener Hauptgeschäftslage verfügen und die Störtebecker Passage zudem an der Lauflage zwischen Nordersteinstraße und Bahnhof/ZOB lokalisiert ist, zeigen sich hier die größten Leerstandskonzentrationen im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich.

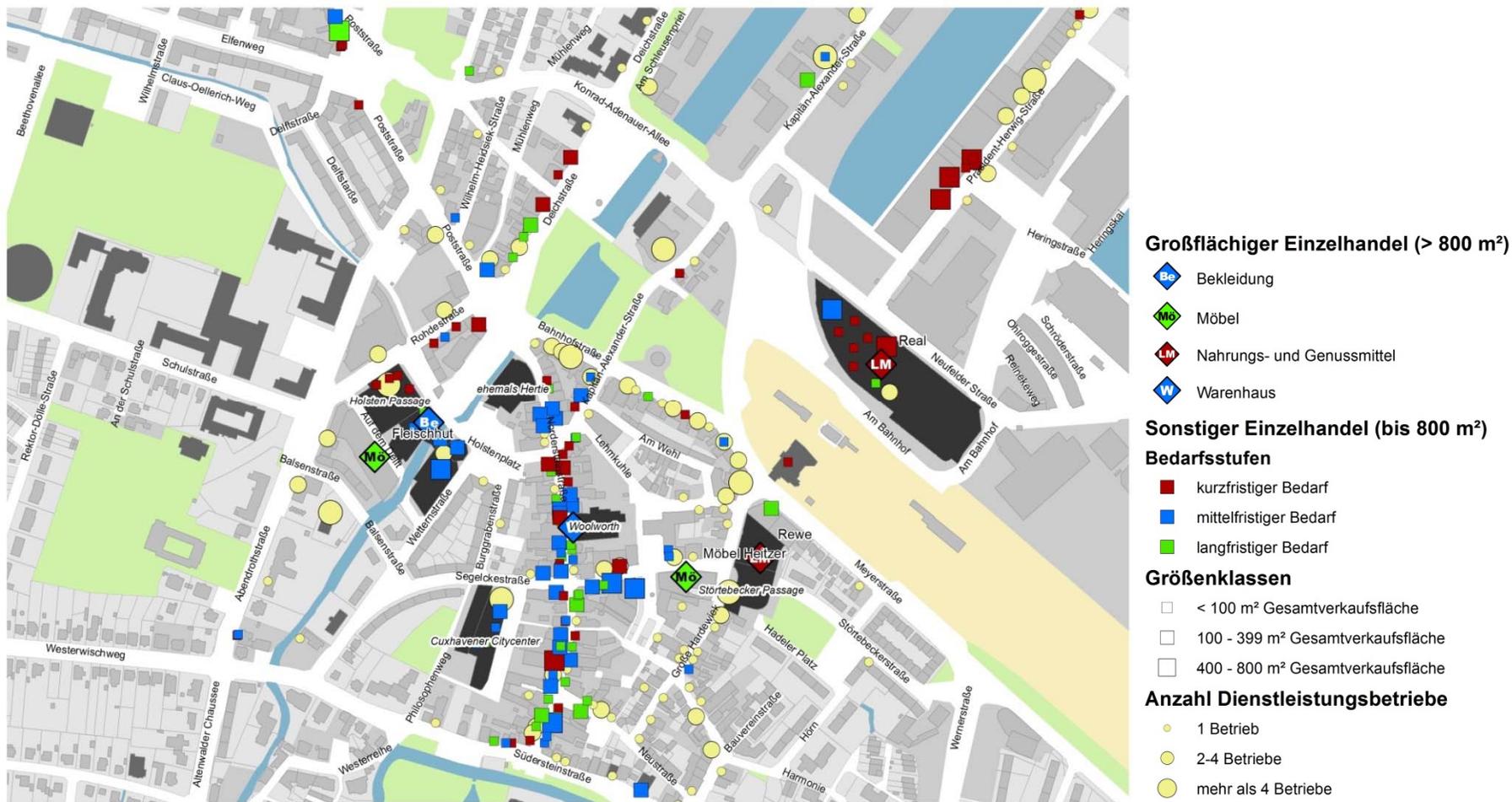
Foto 7 und 8: Cuxhavener City Center und Störtebecker Passage



Quelle: eigene Aufnahmen

Die räumliche Verteilung des Einzelhandels- (differenziert nach Größenklassen und Bedarfsstufen) und Dienstleistungsangebotes im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich stellt sich aktuell wie folgt dar:

Karte 7: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013.
Inklusive des zum Jahresende 2013 geschlossenen Lebensmittelvollsortimenters Rewe in der Störtebecker Passage.

Lage und Struktur des Hauptgeschäftsbereiches:

- **Zentrale Lage** im Stadtteil Cuxhaven, umschlossen von einem Verkehrsring bestehend aus Konrad-Adenauer-Allee im Norden, Südersteinstraße im Süden sowie Abendrothstraße im Westen. Im Osten bildet die Große Hardewiek mit den dort lokalisierten Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen die Grenze des Hauptgeschäftsbereiches.
- **Linear ausgeprägte Zentrenstruktur** mit der Nordersteinstraße als **städtebauliches Rückgrat**. Mit Ausnahme der weiteren Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen an Segelckestraße und Johannes-Gutenberg-Straße nur eine geringe Entwicklung der zentrenprägenden Nutzungen in die Fläche. Mit zunehmender Entfernung von der Nordersteinstraße sukzessive Abnahme der Einzelhandelsnutzung sowie ergänzender, zentrenprägender Dienstleistungseinrichtungen. Bedingt durch die angebotsseitige Fokussierung auf die Nordersteinstraße ist innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches kein städtebaulicher Rundlauf gegeben.
- **Als städtebaulich markante Punkte** sind die großvolumigen Einzelhandelsimmobilien (insbesondere Holsten-Passage), einzelne Baukörper (unter anderem Stadtparkasse Cuxhaven) zu identifizieren. Als stadtgestalterisch wertvoll ist zudem die Fläche am Schleusenpriel zu bewerten, die den Hauptgeschäftsbereich mit den nördlich angrenzenden Flächen des Alten Fischereihafens verbindet. Darüber hinaus zeigt sich in den meisten Straßenzügen ein städtebaulich harmonisches Nebeneinander von kleinteiliger, historischer Bebauung und moderner Architektur.
- Als **städtebaulicher Misstand** ist die leerstehende Einzelhandelsimmobilie (ehemaliges Hertie-Kaufhaus) am nördlichen Eingang der Nordersteinstraße zu klassifizieren. Erst durch die projektierte Neubebauung (Einkaufszentrum mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 5.700 m²) wird in diesem Bereich zukünftig ein städtebauliches Ensemble entstehen, welches das Stadtbild – insbesondere im Zusammenspiel mit der südlich lokalisierten Holsten-Passage und dem bereits erwähnten Schleusenpriel – aufwertet. Der Kammererplatz wird zukünftig aller Voraussicht nach verstärkt als Eingangstor in die Haupteinkaufslage des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches wahrgenommen werden.

Foto 9 und 10: Ehemaliges Hertie-Kaufhaus



Quelle: eigene Aufnahmen

Nutzungsprofil des Hauptgeschäftsbereiches:

- Mit rund **30.000 m²** Verkaufsfläche³⁶ **größter** Einzelhandelsstandort in Cuxhaven; Verkaufsflächenanteil von knapp **24 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche**. *Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass gemäß dem aktuellen Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2004 auch das SB-Warenhaus Real im Rahmen der Analyse dem Hauptgeschäftsbereich zugeschlagen wird. Ohne die Verkaufsflächen der im SB-Warenhaus lokalisierten Einzelhandelsbetriebe beläuft sich die Verkaufsfläche des Hauptgeschäftsbereiches auf knapp 22.300 m², was einem Anteil von nur 18 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht.*
- Angebote aller Warengruppen und Bedarfsstufen vorhanden, quantitativer Schwerpunkt in den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** (ca. **44 %** der Verkaufsfläche im Hauptgeschäftsbereich beziehungsweise absolut rund **13.100 m²**), insbesondere in den Warengruppen **Bekleidung** (rund **6.700 m²**) und **Schuhe/Lederwaren** (rd. **2.600 m²**)³⁷. Zweitgrößte Angebotskonzentration mit knapp **9.300 m²** in den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereiches**, insbesondere in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund **5.600 m²**)³⁸.
- Die insgesamt **sechs großflächigen Anbieter** des Hauptgeschäftsbereiches (zusammen rund **16.300 m²** Verkaufsfläche³⁹) sind räumlich über den gesamten zentralen Bereich verteilt, wobei diese Anbieter eine Konzentration auf die innenstadtprägende Warengruppe **Bekleidung** sowie die nahversorgungsrelevante Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** erkennen lassen.
- Weiterhin prägend für den Hauptgeschäftsbereich ist die große Anzahl an **kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben** (durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb: rund **245 m²**), die sich sowohl aus **überregional bekannten Filialisten als auch aus inhabergeführten Fachgeschäften zusammensetzen**. Insgesamt zeigt sich im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich eine eher preisorientierte Angebotsqualität, die nicht zuletzt durch die Ansiedlung weiterer Markenanbieter (insbesondere im Textil- und Schuhbereich) weiter gestärkt und aufgewertet werden könnte.

Erreichbarkeit des Hauptgeschäftsbereiches:

- Verbindung des Hauptgeschäftsbereiches mit den übrigen Stadtteilen über den **umgebenden Verkehrsring** sowie die hiervon abzweigenden Haupteinfahrtsstraßen (Poststraße, Westerwischweg/Brockeswalder Chaussee, Grodener Chaussee/Papenstraße, Altenwalder Chaussee/Abendrothstraße). Kleinräumige Erschließung über die im Hauptgeschäftsbereich gelegenen – in weiten Teilen als Fußgängerzone ausgestalteten – Straßenzüge.

³⁶ Inklusive der Verkaufsflächen des zum Jahresende 2013 geschlossenen Lebensmittelvollsortimenters Rewe in der Störtebecker Passage.

³⁷ Diese warengruppenspezifischen Verkaufsflächenanteile werden sich durch die projektierte Einkaufszentrumsentwicklung auf den Grundstückflächen des ehemaligen Hertie-Kaufhauses noch erhöhen.

³⁸ vgl. Fußnote 36

³⁹ vgl. Fußnote 36

- Größere **Stellplatzangebote** in den privaten Tiefgaragen und Parkhäusern (unter anderem Holsten-Passage, Störtebecker Passage), in den Randbereichen des Hauptgeschäftsbereiches (Stellplatzfläche am SB-Warenhaus Real), in Blockinnenbereichen (unter anderem südlich der Segelckestraße zwischen Kleine und Große Hardewiek) sowie auf straßenbegleitenden Stellplätzen.
- Regionaler **Anschluss** des Schienenpersonennahverkehrs (SPNV) über den **Cuxhavener Hauptbahnhof** im nordöstlichen Teil des Hauptgeschäftsbereiches (stündliche Verbindungen in Richtung Bremerhaven und Hamburg); **regionale** sowie **stadtweite Busverbindungen** über den vor dem Hauptbahnhof gelegenen zentralen Busbahnhof (ZOB); Buslinien: 51, 53, 54, 55, 550, 1001, 1002, 1003, 1005, 1006, 1007 und 1008.

Aufenthaltsqualität des Hauptgeschäftsbereiches:

- Insbesondere der südliche Abschnitt der Nordersteinstraße (zwischen Penzancer Platz und Südersteinstraße) verfügt über eine **ansprechende städtebauliche und stadträumliche Gestaltung**, welche die Attraktivität des Hauptgeschäftsbereiches positiv beeinflusst. Durch gezielte Aufwertungsmaßnahmen im öffentlichen Raum konnte die Aufenthaltsqualität in diesem Bereich erhöht werden. Diese gesteigerte Aufenthaltsqualität gilt es zu sichern und durch die (bereits geplante) Aufwertung der Fußgängerzone auch im nördlichen Bereich weiter zu entwickeln.
- Eine deutlich **geringere Aufenthaltsqualität** ist bereits in der direkt von der Nordersteinstraße abzweigenden Segelckestraße zu beobachten. Hier könnte insbesondere auch die fehlende Gestaltung und Bepflanzung des Straßenraums zur städtebaulich wie funktional unzureichenden Verknüpfung des Cuxhavener City Centers und der Störtebecker Passage mit der Nordersteinstraße beitragen. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass mit zunehmender Entfernung von der Nordersteinstraße – hiervon ausdrücklich auszunehmen ist die Deichstraße – die Aufenthaltsqualität sukzessive abnimmt.
- Insgesamt ist festzustellen, dass im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich eine **historische, städtebauliche Mitte**, wie beispielsweise ein Marktplatz, **nicht vorhanden** ist. Dementsprechend fehlt dem Hauptgeschäftsbereich ein **städtetypischer Kristallisations- und Orientierungspunkt**, der einerseits zum Aufenthalt genutzt werden kann (unter anderem durch gastronomische Einrichtungen) und von dem andererseits alle weiteren Einzelhandelslagen abzweigen beziehungsweise ausgehen. Unter Umständen bietet der projektierte Neubau des Einkaufszentrums am Kaemmererplatz die einmalige Möglichkeit, eine städtebauliche Mitte, insbesondere im Zusammenspiel mit der südlich gelegenen Holsten-Passage, entstehen zu lassen.

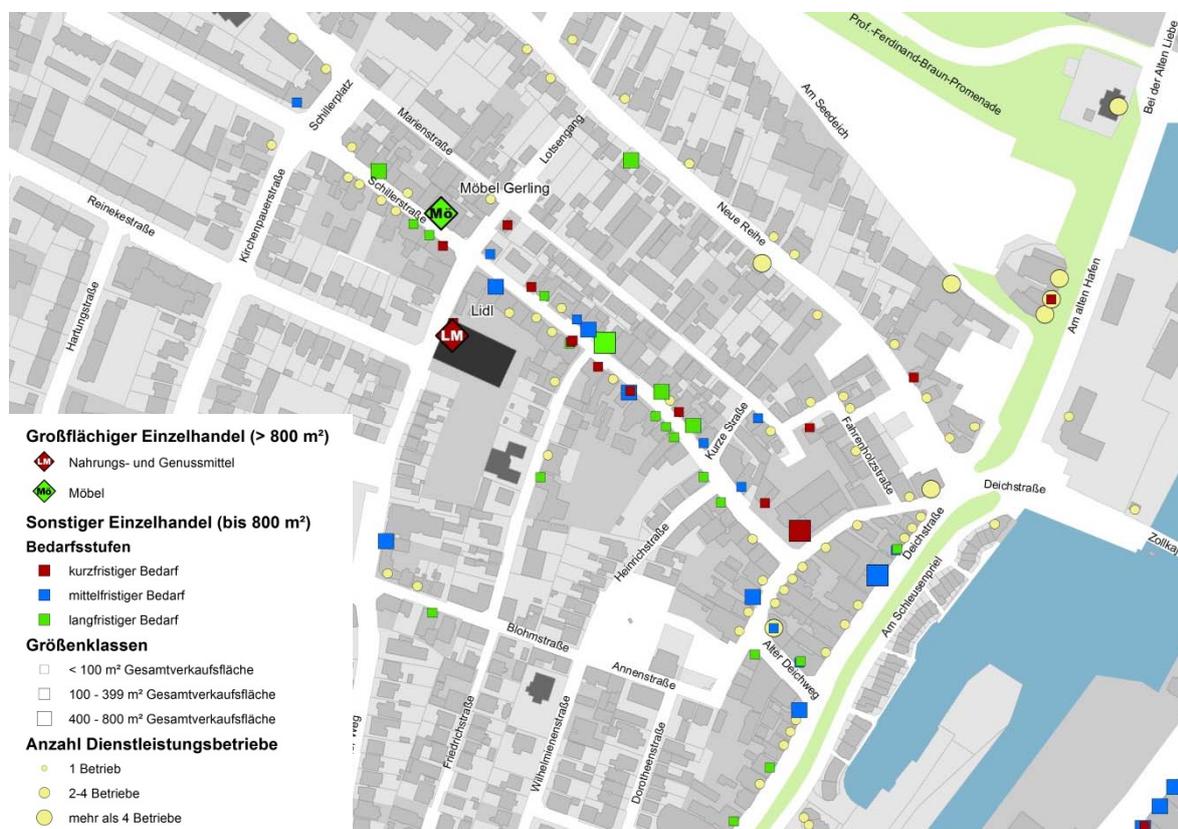
Versorgungsfunktion des Hauptgeschäftsbereiches:

- Hierarchisch der bedeutendste **Versorgungsbereich** der Stadt Cuxhaven; aus siedlungs-räumlicher, städtebaulicher und nutzungsstruktureller Sicht der wichtigste Einzelhandels- und Angebotsstandort im Stadtgebiet.
- **Versorgungsfunktion** für das gesamte Stadtgebiet sowie den der Stadt Cuxhaven durch die Landesplanung zugewiesenen **Verflechtungsbereich**. Darüber hinaus Angebotsstandort, der vor allem auch von **Touristen** nachgefragt wird.

5.3.2 Zentraler Bereich Schillerstraße

Knapp 400 m nordwestlich des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches erstreckt sich der zentrale Bereich Schillerstraße auf einer Länge von rund 500 m zwischen dem Schillerplatz im Nordwesten und der Deichstraße beziehungsweise dem Alter Deichweg im Südosten. Auch im zentralen Bereich Schillerstraße ist eine in erster Linie **kleinteilige Angebotsmischung** bestehend aus Einzelhandel, Dienstleistung und Wohnen zu beobachten, wobei insbesondere in den Randbereichen des Zentrums sowie im rückwärtigen Bereich der Schillerstraße die Einzelhandelsnutzung spürbar hinter diverse Dienstleistungsangebote sowie die Wohnnutzung zurücktritt. Aktuell stellt sich das Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot im zentralen Bereich Schillerstraße räumlich betrachtet wie folgt dar:

Karte 8: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Bereich Schillerstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

In diesem Zusammenhang ist explizit darauf hinzuweisen, dass es sich bei dem Angebotsstandort Schillerstraße um einen selbstständigen Standort mit einem eigenständigen städtebaulichen und funktionalen Charakter handelt, der bereits für sich genommen die Kriterien eines zentralen Bereiches (vgl. Kapitel 3.1) erfüllt.

Zudem ist zu beachten, dass die fußläufige Anbindung des zentralen Bereiches in der Schillerstraße an den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich über die Deichstraße als eingeschränkt und wenig attraktiv zu bewerten ist, da die lediglich auf der nordwestlichen Straßenseite der Deichstraße vorhandene Nutzungsmischung aus Einzelhandel- und Dienstleistung nicht

durchgängig ist und es sich somit – insbesondere unter städtebaulichen wie funktionalen Gesichtspunkten – nicht um einen zusammenhängenden zentralen Bereich handelt.

Lage und Struktur des zentralen Bereiches:

- Lage **innerhalb** des Cuxhavener **Kernsiedlungsbereiches**, südöstlich angrenzend an den Stadtteil Döse.
- **Stark bandartig** ausgeprägte Angebotsstruktur, die sich mit ihren Schaufensterfronten fast ausschließlich in Richtung Schillerstraße orientiert. Keine Fortsetzung des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes in die von der Schillerstraße abzweigenden Straßenzüge. Quantitativ und qualitativ nachgeordnete Randlagen in Deichstraße und Alter Deichweg.
- Eine **eindeutige städtebauliche Mitte** kann, in erster Linie bedingt durch die nahezu durchgängig geschlossene Bebauung sowie die heterogenen Gebäudekubaturen, nicht identifiziert werden. Die höchste Einzelhandels- und Nutzungsdichte zeigt sich zwischen dem Alter Deichweg im Südosten sowie dem Lotsengang im Nordwesten.

Foto 11 und 12: Zentraler Bereich Schillerstraße



Quelle: eigene Aufnahmen

Nutzungsprofil des zentralen Bereiches:

- Die Gesamtverkaufsfläche von rund **7.000 m²** verteilt sich auf insgesamt **44 Einzelhandelsbetriebe**, was einer durchschnittlichen Verkaufsfläche pro Betrieb von knapp **160 m²** entspricht.
- Dieser überwiegend sehr kleinteilige Einzelhandelsbesatz setzt sich aus Angeboten aller Bedarfsstufen zusammen. Eher ungewöhnlich für die regelmäßig zu beobachtenden Betriebsstrukturen ist der Angebotsschwerpunkt in der Warengruppe **Möbel** und **Wohneinrichtung** (insgesamt 12 Kernsortimentsanbieter mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **3.000 m²**). Das übrige einzelhandelsrelevante Angebot verteilt sich zu gleichen Teilen auf Angebote des **kurz-** wie **mittelfristigen Bedarfs** (rund 1.700 m² beziehungsweise 1.800 m² Verkaufsfläche).
- Als **strukturprägende Magnetbetriebe** sind die einzigen großflächigen Einzelhandelsbetriebe im zentralen Bereich, die Anbieter **Möbel Gerling** und der **Lebensmitteldiscounter Lidl** zu identifizieren. Das Angebot des letztgenannten Betriebes sichert zudem die

wohnungsnah (fußläufige) Grundversorgung der in den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen lebenden Bevölkerung.

- Ergänzt wird das Angebot der vorgenannten Betreiber durch überwiegend **kleinteiligen, inhabergeführten Facheinzelhandel** mit einer Angebotskonzentration im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sowie diverse Dienstleistungsbetriebe (unter anderem Sparkasse, Friseur, Ärzte, Handwerksbetriebe).
- Kritisch zu bewerten (und im Rahmen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung insbesondere zu berücksichtigen) ist die **zunehmende Leerstandskonzentration** in den Randbereichen des zentralen Bereiches: So befindet sich ein Großteil der leerstehenden Ladenlokale in dem Straßenabschnitt zwischen Lotsengang und Schillerplatz sowie rund um den Alten Deichweg. Die hier zu beobachtende Leerstandskonzentration lässt (in ersten Ansätzen) auf strukturelle Probleme der Einzelhandelsnutzung in diesen Bereichen schließen.

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches:

- Die fußläufige Verbindung des zentralen Bereiches **mit den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen** erfolgt über die von der Schillerstraße abzweigenden Wohn- und Erschließungsstraßen. Die Anbindung an die übrigen Stadtteile sowie den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich erfolgt im Wesentlichen über die Deichstraße (darüber hinaus auch Anbindung an die Bundesstraße 73) sowie den über nach Westen verlaufenden Strichweg.
- **Stellplatzangebote** für den motorisierten Individualverkehr werden zum einen auf den privaten Grundstücksflächen des großflächigen Lebensmitteldiscounters Lidl vorgehalten und sind zum anderen straßenbegleitend entlang der Schillerstraße sowie in Teilen in den angrenzenden Wohn- und Erschließungsstraßen vorhanden.
- Ein direkter Anschluss des zentralen Bereiches Schillerstraße an den lokalen ÖPNV ist nicht gegeben. Die nächstgelegenen Haltepunkte des lokalen ÖPNV sind die Haltestellen Rathaus und Lotsenviertel in direkter Umgebung des zentralen Bereiches. An den zuvor genannten Haltestellen verkehren die Buslinien 1001, 1006 und 1007, die den zentralen Bereich mit dem Bahnhof/ZOB und den Stadtteilen Döse und Duhnen verbinden.

Aufenthaltsqualität des zentralen Bereiches:

- Positiv hervorzuheben ist **die einheitliche städtebauliche Gestaltung** des zentralen Bereiches Schillerstraße, die unter dem Titel beziehungsweise der Marke „Lotsenviertel“ auch im Straßenbild mehrfach wiederzufinden ist (Sitzbänke, straßenbegleitende Poller, Eingangsschilder, etc.).
- Insbesondere bedingt durch die durchgängige Pflasterung der Schillerstraße, des Alten Deichweges und des Lotsengangs (die den Fußgängerbereich optisch von der Fahrgasse des motorisierten Verkehrs trennt), die mehrmalige Verschwenkung der Fahrgasse zur Aufweitung des Fußgängerraumes sowie zur Installation von Straßenmobiliar und die getroffene Einbahnstraßenregelung tragen zu einer Reglementierung/Beschränkung des motorisierten Verkehrs zugunsten des Fußgänger- und Fahrradverkehrs bei. Damit tritt

der **autokundenorientierte Versorgungseinkauf hinter die fußläufige Versorgung zurück.**

- Insgesamt verfügt der zentrale Bereich Schillerstraße über eine **sehr hohe Aufenthaltsqualität** und **stadtgestalterische Attraktivität**, die ihn von den übrigen Angebotsstandorten im Cuxhavener Stadtgebiet abhebt und ihm einen eigenständigen, für den Kunden wiedererkennbaren, Charakter verleiht.

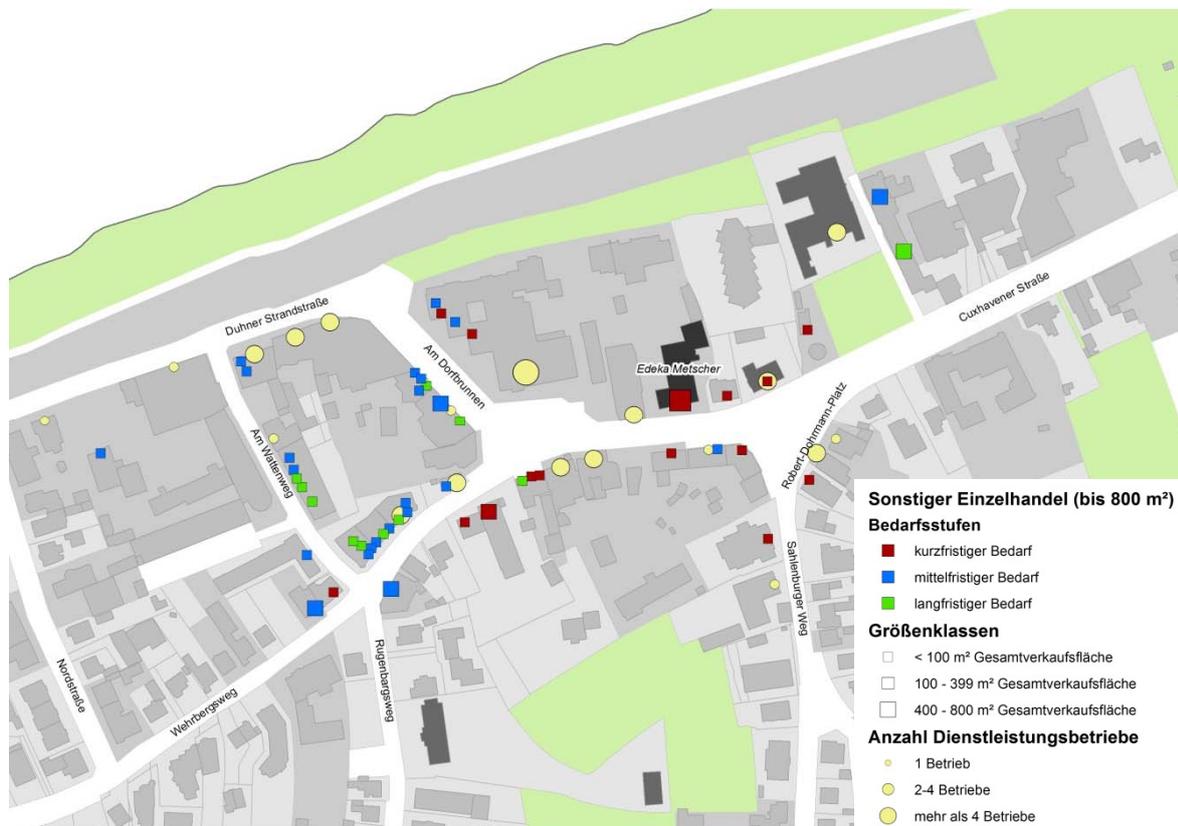
Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches:

- Der zentrale Bereich Schillerstraße ist aufgrund seines Angebotsumfangs und seiner Angebotstiefe dem Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich zwar insgesamt unterzuordnen, hat allerdings in einzelnen Warengruppen ebenfalls eine **stadtweite Versorgungsfunktion** (beispielsweise Möbel und Wohneinrichtung).
- Auch in den **Warengruppen des kurz- und mittelfristigen Bedarfs** (unter anderem Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung) kommt dem Angebot in der Schillerstraße, insbesondere aufgrund der in Teilen sehr hohen (Fach-)Spezialisierung, eine **stadtweite Versorgungsfunktion** zu. Der im zentralen Bereich ansässige Lebensmittelbetrieb hat eine **Nahversorgungsfunktion** für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche.
- Insgesamt übernimmt der zentrale Bereich Schillerstraße damit die Versorgungsfunktion eines Stadtteilzentrums, die in einzelnen Warengruppen auch über die Stadtteilgrenzen hinausgeht.

5.3.3 Zentraler Bereich Duhnen

Der zentrale Bereich im Stadtteil Duhnen liegt rund 5 km nordwestlich des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches und umfasst die allesamt sehr kleinteiligen Einzelhandels- und Dienstleistungseinrichtungen beidseitig von Cuxhavener Straße und Wehrbergsweg sowie die Angebote in den Straßen Am Wattenweg, an der Duhner Strandstraße und Am Dorfbrunnen. Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebotes (differenziert nach Größenklassen und Bedarfsstufen) und der Dienstleistungsbetriebe stellen sich derzeit wie folgt dar:

Karte 9: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesitz im zentralen Bereich Duhnen



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

Lage und Struktur des zentralen Bereiches:

- **Zentrale Lage** im Stadtteil Duhnen, eingebettet in die überwiegend kleinteiligen Siedlungsstrukturen und Gebäudekubaturen des Stadtteils.
- Bandförmig ausgeprägter Angebotsstandort mit einer Einzelhandels- und Dienstleistungskonzentration entlang von **Cuxhavener Straße** und **Wehrbergsweg**. Tiefenentwicklung des einzelhandelsrelevanten Angebotes und der einzelhandelsaffinen Dienstleistungsbetriebe (vor allem Gastronomie) im Bereich Am Wattenweg und Am Dorfbrunnen. Insgesamt räumlich kompakte, auf die fußläufige Versorgung ausgerichtete Angebotsstruktur, deren Dichte mit zunehmender Entfernung vom Zentrumskern (Am Dorfbrunnen) sukzessive abnimmt.
- Als **städtebaulich markante Punkte** des zentralen Bereiches sind die großmaßstäblichen Hotelkomplexe Am Dorfbrunnen sowie an der Duhner Strandstraße zu identifizieren.

Foto 13 und 14: Zentraler Bereich Duhnen



Quelle: eigene Aufnahmen

Nutzungsprofil des zentralen Bereiches:

- **48 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von **rund 3.250 m²**; die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb liegt damit bei knapp **68 m²**.
- Angebotsschwerpunkt im **mittelfristigen Bedarfsbereich** (rund 1.800 m² Verkaufsfläche), mit überwiegend auf den Tourismus ausgerichteten Angeboten; die wohnungsnah Grundversorgung der im Stadtteil lebenden Einwohner und der Übernachtungsgäste wird (unter fußläufigen Gesichtspunkten) durch den einzigen im zentralen Bereich ansässigen Lebensmittelbetrieb (Edeka Metscher) gewährleistet.
- Ergänzende, kleinteilige einzelhandelsrelevante Angebote zeigen sich darüber hinaus in den Warengruppen **Wohneinrichtung** sowie **Uhren/Schmuck**; das im zentralen Bereich vorhandene Dienstleistungsangebot konzentriert sich vor allem auf die Bereiche Hotellerie und Gastronomie (sowohl Restaurants als auch Mitnahmegastronomie).

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches:

- Durch die zentrale Lage im Stadtteil ist der zentrale Bereich sowohl mit dem Pkw als auch zu Fuß sehr gut über die umliegenden Wohnstraßen erreichbar.
- Der Anschluss an das **übergeordnete städtische Straßennetz** erfolgt über die Cuxhavener Straße und die Duhner Allee, die den zentralen Bereich an den Heinrich-Grube-Weg (Bäderring) und in dessen weiteren Verlauf an den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich anbinden.
- Über diverse Buslinien (1001, 1006 und 1007) sowie die Haltestellen Duhnen Strand und Seelust ist der zentrale Bereich an das **lokale Busliniennetz** angebunden. Mittels der vorgenannten Linien ist der Sahlenburger Strand im Südwesten sowie der Bahnhof/ZOB in der Cuxhavener Innenstadt zu erreichen. Der ruhende Verkehr wird größtenteils über dem zentralen Bereich vorgelagerte Sammelstellplätze (beispielsweise an der Duhner Allee) sowie über vereinzelte öffentliche Stellplätze im Straßenraum abgewickelt.

Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches:

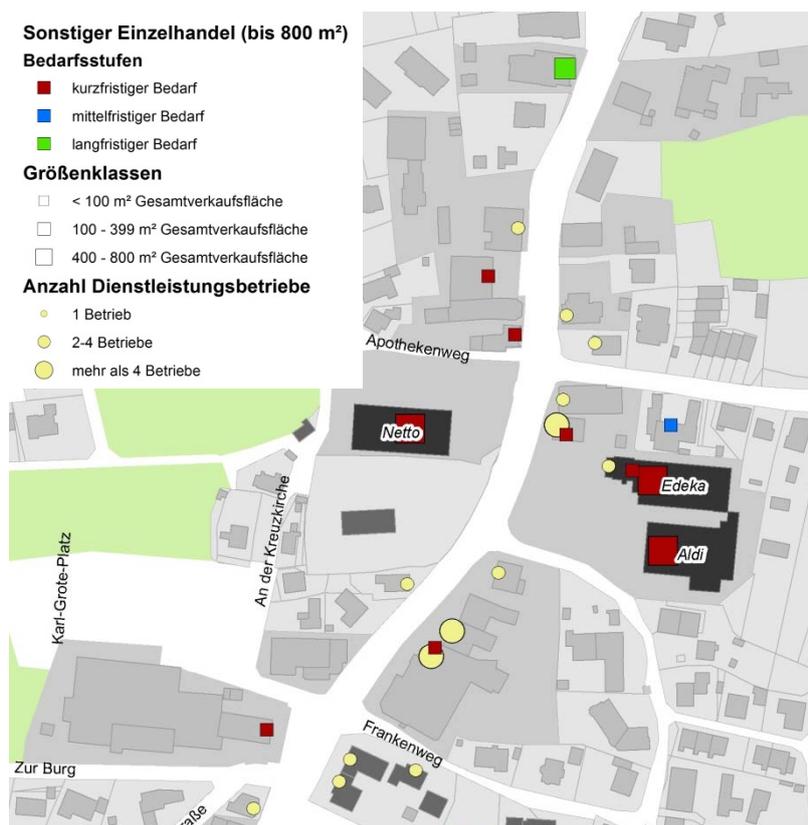
- Aufgrund des im Zentrum lokalisierten einzelhandelsrelevanten Angebotes und den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen kommt dem zentralen Bereich eine **stadtteil-**

weite Nahversorgungsfunktion (rund 950 Einwohner) ergänzt um eine Versorgungsfunktion in Bezug auf die touristische Nachfrage zu.

5.3.4 Zentraler Bereich Altenwalde

Der rd. 5,0 km südwestlich des Hauptgeschäftsbereiches gelegene **zentrale Bereich** in Altenwalde erstreckt sich bandförmig entlang der **Hauptstraße** zwischen dem Kreuzungsbereich Hauptstraße/Am Altenwalder Bahnhof im Norden und dem Kreuzungsbereich Hauptstraße/Zur Burg im Süden. Straßenbegleitend zur Hauptstraße zeigt sich hier eine Nutzungsmischung, bestehend aus überwiegend **nahversorgungsrelevanten Einzelhandels- und Dienstleistungsbetrieben**. In den von der Hauptstraße abzweigenden Straßen setzt sich der Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz lediglich bis in die jeweiligen Eckgebäude fort. Die räumliche Verteilung der Einzelhandels- und Dienstleistungsnutzungen im zentralen Bereich Altenwalde stellt sich wie folgt dar:

Karte 10: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Bereich Altenwalde



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

Lage und Struktur des zentralen Bereiches:

- Historisch gewachsener Ortskern mit einer **heterogenen Mischung** aus reinen **Einzelhandelsimmobilien** (beispielsweise Netto Marken-Discount, Edeka, Aldi), **gemischt genutzten Wohn- und Geschäftshäusern**, reinen **Wohnhäusern** sowie vereinzelt **Hofstellen**.

- Bedingt durch Durchgangsverkehr auf der Hauptstraße insgesamt **geringe Aufenthaltsqualität** im zentralen Bereich.

Foto 15 und 16: Zentraler Bereich Altenwalde



Quelle: eigene Aufnahmen

Nutzungsprofil des zentralen Bereiches:

- **Zehn Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. **2.300 m²**.
- Angebotsschwerpunkt im **kurzfristigen Bedarfsbereich** (rd. **2.150 m²** Verkaufsfläche), rudimentäre Angebotsergänzungen im mittelfristigen Bedarfsbereich (Warengruppe Bekleidung, rund 60 m² Verkaufsfläche).
- Drei **strukturprägende Magnetbetriebe** (Lebensmitteldiscounter Netto und Aldi sowie Lebensmittelvollsortimenter Edeka) mit zusammen rund **2.100 m²** Verkaufsfläche; die vorgenannten Betriebe sichern die wohnungsnah Grundversorgung im Stadtteil Altenwalde; weitere nahversorgungsrelevante Angebote: Meisterbäcker Neuber, Bäckerei Tiedemann, kleinteiliges Lebensmittelgeschäft.
- Das Angebot in der Warengruppe **Gesundheit und Körperpflege** wird derzeit lediglich über die Randsortimente der zuvor genannten Lebensmittelbetriebe abgedeckt. Ein Kernsortimentsanbieter ist seit der insolvenzbedingten Aufgabe der Fa. Schlecker nicht mehr vorhanden.
- **Ergänzende Dienstleistungsbetriebe:** Sparkasse, Friseur, Ärzte; in den Obergeschossen teilweise Wohnnutzung

Erreichbarkeit des zentralen Bereiches:

- Die Wohnsiedlungsbereiche im Stadtteil Altenwalde sind größtenteils über die Hauptstraße **fußläufig** an den zentralen Bereich angeschlossen.
- Der Anschluss an das **übergeordnete städtische Straßennetz** erfolgt ebenfalls über die Hauptstraße, die den Stadtteil Altenwalde in Richtung Norden mit dem Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich und dem Zubringer zur Bundesautobahn 27 verbindet. Über die im Ortskern nach Osten abzweigende Straße Am Altenwalder Bahnhof ist zudem der Stadtteil Lüdingworth an den zentralen Bereich Altenwalde und den hier lokalisierten, nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangeboten angebunden.

- Über diverse Buslinien (51, 52, 53, 55, 63 und 550) sowie die Haltestellen Altenwalde Nord und Apotheke ist der zentrale Bereich an das **lokale Busliniennetz** angebunden. Der ruhende Verkehr wird größtenteils über die privaten Stellplatzflächen der im zentralen Bereich ansässigen Lebensmittelbetriebe sowie über öffentliche Stellplätze im Straßenraum abgewickelt.

Versorgungsfunktion des zentralen Bereiches:

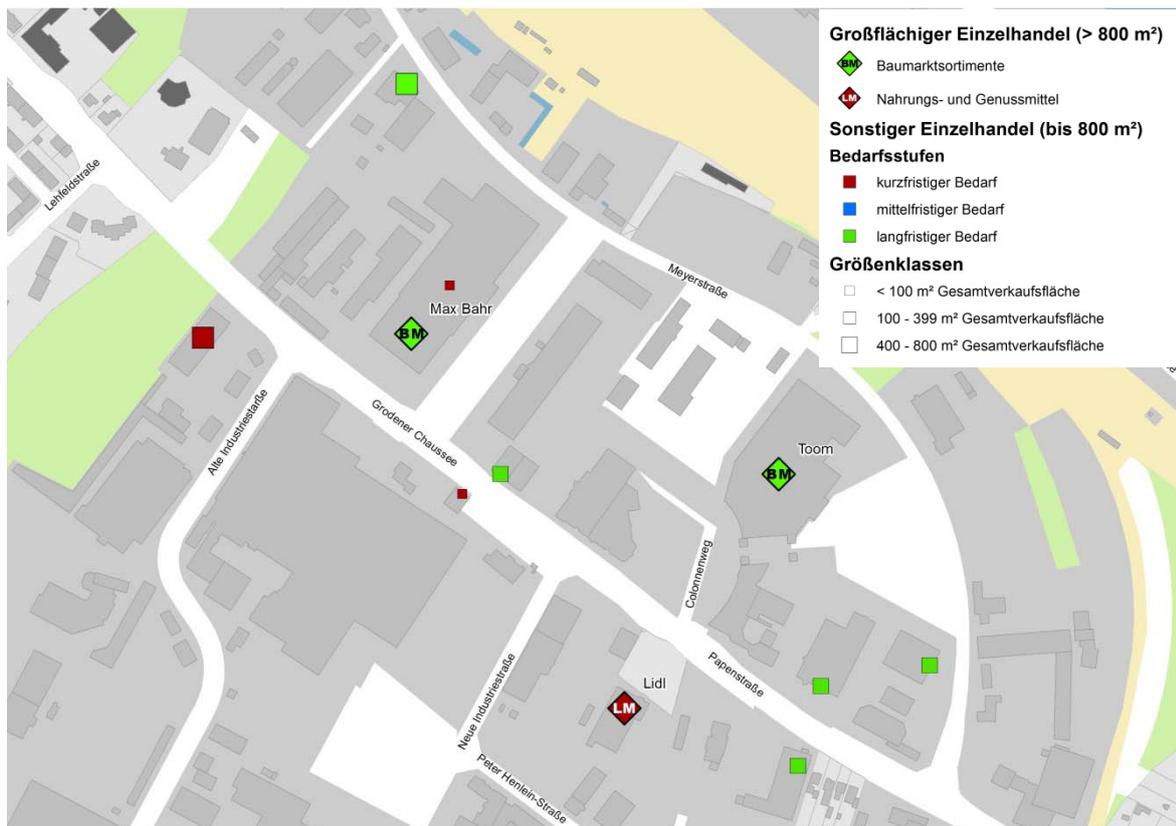
- Aufgrund des im zentralen Bereich lokalisierten nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebotes, den ergänzenden Dienstleistungseinrichtungen sowie der räumlich abgesetzten Lage des Stadtteils kommt dem zentralen Bereich eine stadtteilweite Nahversorgungsfunktion (rd. 6.350 Einwohner) zu.

5.3.5 Standortagglomerationen Grodener Chaussee/Papenstraße

Als funktionale Ergänzung der zuvor beschriebenen Versorgungsstrukturen sind die Angebotskonzentrationen des großflächigen, überwiegend nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels – die sogenannten Standortagglomerationen – einzustufen. Mit den Angebotsstandorten **Grodener Chaussee/Papenstraße** und **Abschnede** sind im gesamten Stadtgebiet zwei derartige Angebotsstandorte vorhanden.

Die Standortagglomeration an der Grodener Chaussee/Papenstraße befindet sich knapp 1,5 km östlich des Hauptgeschäftsbereiches in **städtebaulich nicht-integrierter Lage** und umfasst überwiegend **großflächige Einzelhandelsangebote** des **kurz- und langfristigen Bedarfs**, die sich um großzügige Stellplatzflächen zu beiden Seiten der Grodener Chaussee beziehungsweise im weiteren Verlauf der Papenstraße gruppieren.

Karte 11: Einzelhandelsbesatz Standortagglomeration Grodener Chaussee/Papenstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013; Inklusive des aller Voraussicht nach spätestens zum 31. Januar 2014 schließenden Baumarktes Max Bahr.

Bei einer Gesamtverkaufsfläche von rund **23.100 m²** entfällt der mit Abstand größte Verkaufsflächenanteil an diesem Angebotsstandort auf die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (rund **18.400 m²**). Neben diesen Angeboten des langfristigen Bedarfsbereiches ist zudem eine erhöhte Angebotskonzentration in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rund **1.500 m²** Verkaufsfläche) gegeben. Größte Anbieter am Angebotsstandort sind die Baumärkte Max Bahr und Toom sowie die Lebensmitteldiscounter Lidl und Aldi. Ergänzt wird das Angebot dieser überwiegend großflächigen Einzelhandelsbetriebe um kleinteilige Einzelhandelsangebote des überwiegend langfristigen Bedarfs (vor allem in der Warengruppe Möbel). Insgesamt verfügt die Standortagglomeration über **11 Einzelhandelsbetriebe**, wovon vier Betriebe über ein Kernsortiment in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie sieben Betriebe über Kernsortimente in den Warengruppen Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente verfügen.⁴⁰

⁴⁰ Inklusive der Verkaufsflächen des aller Voraussicht nach spätestens zum 31. Januar 2014 schließenden Baumarktes Max Bahr.

Foto 17 und 18: Standortagglomeration Grodener Chaussee/Papenstraße



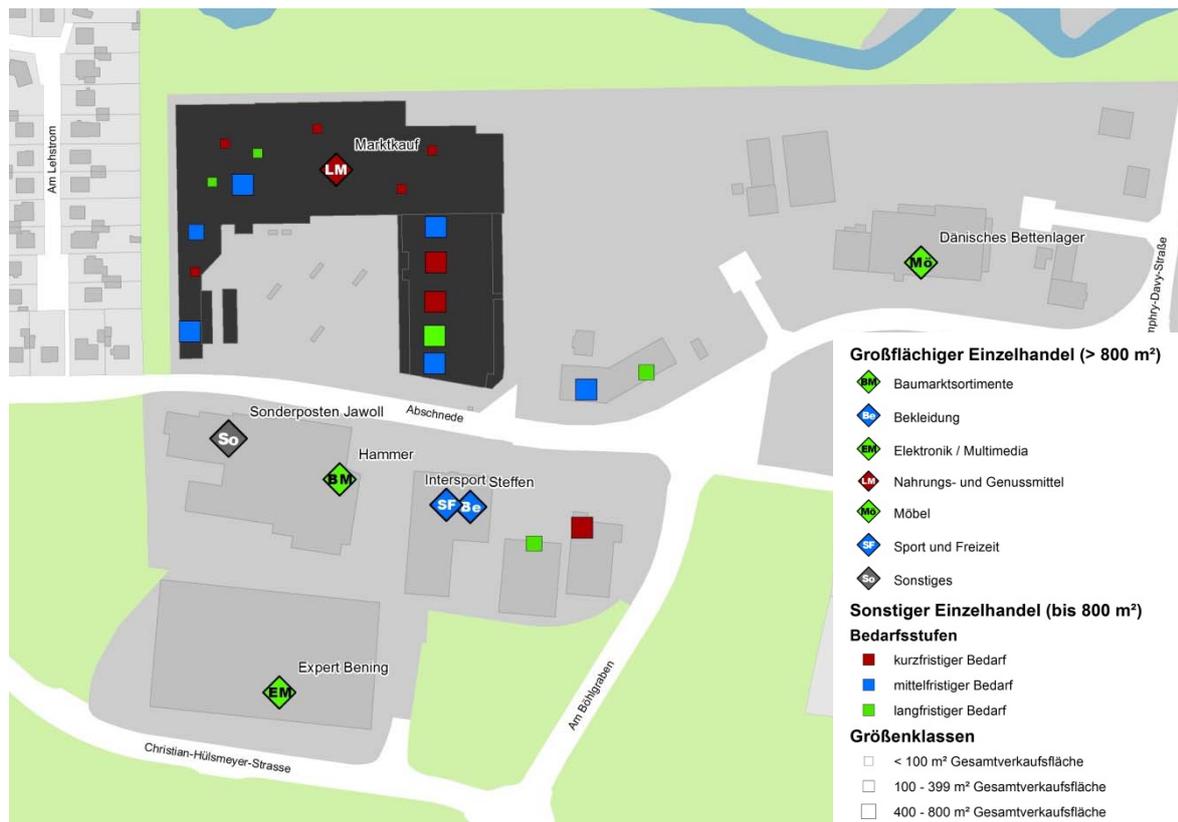
Quelle: eigene Aufnahmen

Aufgrund der siedlungsräumlichen (wie verkehrsgünstigen) Lage und dem umfangreichen Stellplatzangebot auf den privaten Grundstücksflächen der jeweiligen Anbieter ist die Standortagglomeration Grodener Chaussee/Papenstraße als **autokundenorientierter Angebotsstandort** zu klassifizieren. Insbesondere in Bezug auf die Angebote des langfristigen Bedarfs kommt der Standortagglomeration Grodenener Chaussee/Papenstraße eine **gesamtstädtische** und zum Teil **überörtliche Versorgungsfunktion** zu. Die hier ebenfalls lokalisierten Angebote des Lebensmitteleinzelhandels tragen – insbesondere aufgrund der städtebaulich nicht-integrierten Lage sowie der fehlenden Mantelbevölkerung im Einzugsbereich – nicht zu einer Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung bei.

5.3.6 Standortagglomerationen Abschnede

Die Angebote an der Standortagglomeration Abschnede konzentrieren sich in einem Bereich der im Süden von der Christian-Hülsmeier-Straße, im Westen von der Wohnsiedlung Am Lehstrom, im Norden von einer Kleingartenanlage sowie im Osten von der Humphry-Davy-Straße begrenzt wird. Die Entfernung zum nördlich gelegenen Hauptgeschäftsbereich beträgt knapp 1,5 km.

Karte 12: Einzelhandelsbesatz Standortagglomeration Abschnede



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

Ein Großteil des einzelhandelsrelevanten Angebotes an der städtebaulich nicht-integriert gelegenen Standortagglomeration Abschnede konzentriert sich um die Stellplatzfläche des im westlichen Bereich lokalisierten SB-Warenhauses Marktkauf. Mit knapp 7.000 m² Gesamtverkaufsfläche verfügt der vorgenannte Anbieter über die größte einzelbetriebliche Gesamtverkaufsfläche am Standort.

Nicht zuletzt aufgrund der **verkehrstechnischen Organisation des Angebotsstandortes**, der **ingeschränkten fußläufigen Erreichbarkeit** sowie der großzügig dimensionierten Stellplatzflächen für den ruhenden Verkehr ist auch die Standortagglomeration Abschnede (vergleichbar zur Standortagglomeration Grodener Chaussee/Papenstraße) als **autokundenorientierter Angebotsstandort** zu klassifizieren.

Die an der Standortagglomeration ansässigen Einzelhandelsbetriebe verfügen über ein umfangreiches Angebot in allen Bedarfsstufen: Mit rund **9.000 m² Verkaufsfläche** entfällt der absolut größte Verkaufsflächenanteil auf Angebote des langfristigen Bedarfs. Im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich sind Verkaufsflächen von **8.100 m²** beziehungsweise **8.400 m²** vorhanden. Die Gesamtverkaufsfläche von rund 25.600 m² verteilt sich auf insgesamt 27 Einzelhandelsbetriebe, was einer durchschnittlichen Betriebsgröße von knapp 950 m² entspricht. Als strukturprägende Magnetbetriebe sind vor allem die an der Standortagglomeration ansässigen **großflächigen Einzelhandelsbetriebe** einzustufen. Dies sind im Einzelnen das SB-Warenhaus Marktkauf, die Fachmärkte Dänisches Bettenlager, Expert Bening, Steffen, Intersport, Hammer und Fressnapf sowie der Sonderpostenmarkt Jawoll. Ver-

vollständig wird der an der Standortagglomeration vorhandene Einzelhandelsbesatz über zahlreiche kleinteilige Einzelhandelsangebote des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs.

Foto 19 und 20: Standortagglomeration Abschnede



Quelle: eigene Aufnahmen

Mit den vorgenannten Angeboten kommt der Standortagglomeration Abschnede eine **stadtteilweite** (Grodan, Süder- und Westerwisch) sowie in Bezug auf zahlreiche Warengruppen eine **gesamstädtische Versorgungsfunktion** zu. Insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich stellen die Angebote an der Standortagglomeration Abschnede allerdings auch eine wesentliche Konkurrenz zu den Angeboten des Hauptgeschäftsbereiches dar.

5.3.7 Angebotsstandort Alter Fischereihafen

Direkt nördlich angrenzend an den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich liegt der Angebotsstandort Alter Fischereihafen. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um ehemalige Fisch- und Lagerhallen sowie Hafenumflächen entlang der Kapitän-Alexander-Straße, Präsident-Herwig-Straße und Neufelder Straße. Weitere Flächen befinden sich im Reinekeweg, in der Ohroggestraße und der Schröderstraße. Während insbesondere in der Präsident-Herwig-Straße und der Neufelder Straße noch zahlreiche Fischhallen entsprechend ihrer Bestimmung genutzt werden (Fischereibetriebe mit angeschlossenem Verkauf und Imbiss), haben sich insbesondere in der Präsident-Alexander-Straße verstärkt Einzelhandelsbetriebe mit Angeboten **des überwiegend mittelfristigen Bedarfs** angesiedelt. Die derzeitige räumliche Verteilung der Einzelhandelsbetriebe stellt sich wie folgt dar:

Karte 13: Einzelhandelsbesatz Angebotsstandort Alter Fischereihafen



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

In den zuvor genannten Bereichen sind derzeit **28 Einzelhandelsbetriebe** mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund **3.800 m²** ansässig. Weitere Flächen zur (möglichen) Ansiedlung von einzelhandelsrelevanten Angeboten stehen aktuell leer.

17 der 28 Einzelhandelsbetriebe verfügen über ein Kernsortiment, das der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** zuzurechnen ist. Mit Ausnahme des Keks und Co. Fabrikverkaufs in der Präsident-Herwig-Straße (rund 450 m² Verkaufsfläche) handelt es sich bei diesen Betrieben um kleinteilige Anbieter bis zu **maximal 120 m²** Gesamtverkaufsfläche und einem Angebot, das überwiegend mit dem fischverarbeitenden Gewerbe in Verbindung zu bringen ist (Fischhallen, überwiegend inklusive Gastronomie).

Das einzelhandelsrelevante Angebot der übrigen 11 Einzelhandelsbetriebe setzt sich vor allem aus Angeboten zusammen, die der innenstadttypischen Warengruppe Bekleidung zuzurechnen sind. Im Kontrast zu den Angeboten im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich handelt es sich hierbei verstärkt um **preisorientierte Angebote**, welche diverse Merkmale eines Outlet- oder Markenverkaufs erfüllen (Überschussware, Waren zu Markttestzwecken, Auslaufmodel-

le (Waren der vorangegangenen Saison), Waren aus Konkursen, Waren mit kleinen „Schönheitsfehlern“). Insgesamt befinden sich entlang der Kapitän-Alexander-Straße **aktuell 7 Anbieter** mit einer Verkaufsfläche von rund **1.250 m²** in der Warengruppe **Bekleidung**.

Die restliche Verkaufsfläche am Angebotsstandort Alter Fischereihafen entfällt auf warengruppenspezifische Angebote die den Bereichen **Möbel, Wohneinrichtung** sowie **Blumen (Indoor)/Zoo** zuzurechnen sind.

Foto 21 und 22: Angebotsstandorte Alter Fischereihafen



Quelle: eigene Aufnahmen

Trotz der touristisch angelegten „**Fischmeile**“ (Rundgang durch den Alten Fischereihafen) ist die **fußläufige Erschließung** der zuvor genannten Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe (überwiegend Gastronomie und Fischhallen) als **unterdurchschnittlich zu bewerten**. Eine fußläufige Verknüpfung mit den Angeboten des südlich gelegenen Hauptgeschäftsbereiches ist nicht gegeben. Auch eine städtebauliche beziehungsweise funktionale Verknüpfung ist nicht erkennbar.

Folglich ist ein Großteil der im Alten Fischereihafen lokalisierten Einzelhandelsangebote (insbesondere die Betriebe mit einem Angebot in der Warengruppe Bekleidung) auf den auto-kundenorientierten Versorgungseinkauf ausgerichtet. Zudem bestehen direkte Angebotsüberschneidungen mit den Angeboten im Hauptgeschäftsbereich, die zu wettbewerblichen Spannungen und in letzter Konsequenz zu einem ruinösen Wettbewerb zwischen den einzelnen Angebotsstandorten führen können.

5.4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Cuxhaven

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung beziehungsweise wohnungsnaher Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des **kurzfristigen (täglichen) Bedarfs** verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden⁴¹.

⁴¹ vgl. hierzu Definition der Nahversorgung in Kapitel 3.1

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere das Angebot in der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der strukturellen (Betriebsformenmix) und räumlichen (Erreichbarkeit) Aspekte unerlässlich.

Quantitative Angebotsausstattung

Eine rein quantitative Einordnung geschieht über die Betrachtung der Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (vgl. dazu Tabelle 14).⁴²

Das einzelhandelsrelevante Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel in der Stadt Cuxhaven beläuft sich gesamtstädtisch auf rund **31.000 m²**, was einem Anteil von knapp **24 %** an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Dabei verteilt sich die warengruppenspezifische Verkaufsfläche auf insgesamt **156 Einzelhandelsbetriebe**, die im Kernsortiment über ein Angebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel verfügen.⁴³

Unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Einwohnerzahl (49.500 Einwohner) errechnet sich eine Verkaufsflächenausstattung von **0,63 m²/Einwohner⁴⁴**, die deutlich über der bundesdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung von 0,35 m² bis 0,40 m²/Einwohner liegt. Auch im Vergleich mit dem einwohnerspezifischen Durchschnittswert aller Städte zwischen 25.000 und 50.000 Einwohner aus der bundesweiten Junker + Kruse Datenbank (0,43 m²/Einwohner) ist die Verkaufsflächenausstattung der Stadt Cuxhaven in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel als deutlich überdurchschnittlich zu bewerten.

Diesbezüglich sind jedoch auch die **Fremdenverkehrsfunktion Cuxhavens** sowie das zur Verfügung stehende **touristische Kaufkraftpotenzial** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel zu berücksichtigen: Nicht zuletzt bedingt durch die Tages- und Übernachtungsgäste ist die rechnerisch ermittelte Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ein Stück weit zu reduzieren, so dass faktisch von einer Verkaufsflächenausstattung **zwischen 0,55 und 0,60** auszugehen ist.⁴⁵

⁴² Die nachfolgenden Ausführungen basieren auf dem warengruppenspezifischen Angebotsbestand zum Erhebungszeitpunkt im April/Mai 2013.

⁴³ Inklusive der Verkaufsflächen der zum Jahresende 2013 geschlossenen Lebensmittelbetriebe Rewe (im Hauptgeschäftsbereich) und Penny (am Schneidemühlplatz).

⁴⁴ Durch die Schließung der Lebensmittelbetriebe Rewe und Penny zum Jahresende 2013 ist die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel gesamtstädtisch auf 0,59 m²/Einwohner abgesunken. Damit liegt sie allerdings weiterhin weit über dem bundesweiten Durchschnitt von 0,35 m² bis 0,40 m²/Einwohner.

⁴⁵ Dieser Berechnung liegt die Annahme zu Grunde, dass die Übernachtungsgäste (rund 3.000.000 Übernachtungen pro Jahr; vgl. Kapitel 4.4) einem Einwohneräquivalent von rund 8.000 zusätzlichen Einwohnern entsprechen. Da sich auch diese „Einwohner“ mit Nahrungs- und Genussmitteln versorgen müssen, sind sie bei der Berechnung der Verkaufsflächenausstattung in Ansatz zu bringen.

Tabelle 14: Wohnungsnahe Grundversorgung in den Stadtteilen

Stadtteil	Anzahl der Lebensmittelbetriebe (absolut)	Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel (in m ²)	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)
Cuxhaven	68	10.340	0,75 ¹
Altenbruch	8	940	0,25
Altenwalde	14	2.310	0,36
Berensch-Arensch	1	< 50	0,04
Döse	18	4.890	0,46
Duhnen	14	760	0,80
Groden	9	5.980	1,96
Holte-Spangen	-	-	-
Lüdingworth	3	< 100	0,05
Sahlenburg	11	1.070	0,37
Stickenbüttel	-	-	-
Süder- und Westerwisch	10	4.600	1,00 ²
Gesamt	156	31.000	0,63³

Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung Cuxhaven April/Mai 2013; eigene Darstellung durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

¹ ohne Verbrauchermarkt Rewe im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich: 0,67 m²/Einwohner

² ohne Lebensmitteldiscounter Penny am Schneidemühlplatz: 0,93 m²/Einwohner

³ ohne die beiden zuvor benannten Betriebe: 0,59 m²/Einwohner

Bei einer Betrachtung der Kennzahlen in den statistischen Teilräumen wird deutlich, dass es im Hinblick auf die Lebensmittelverkaufsflächenausstattung zum Teil erhebliche, entsprechend der Einwohnergröße beziehungsweise der vorhandenen Mantelbevölkerung, Unterschiede gibt. Diese sind jedoch im Einzelnen immer auch einer differenzierten räumlichen und strukturellen Analyse auf Ebene der Stadtteile zu unterziehen sowie in einen gesamtstädtischen Zusammenhang zu stellen. Denn je nach Lage und Größe können hier Einzelhandelsbetriebe (insbesondere auch Standortgemeinschaften) innerhalb eines Stadtteils durchaus auch eine Versorgungsfunktion für benachbarte Siedlungsbezirke, die auf der einen Seite in einem entsprechenden räumlichen Kontext liegen beziehungsweise auf der anderen Seite selbst ein quantitatives Defizit aufweisen, übernehmen.

- Die Verkaufsflächenausstattung im **Cuxhavener Kernort** ist mit 0,75 m²/Einwohner sowohl im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt (0,35 m² bis 0,40 m²/Einwohner) als auch auf den gesamtstädtischen Durchschnitt (0,63 m²/Einwohner) als überdurchschnittlich einzustufen.⁴⁶

⁴⁶ Durch die Schließung des Verbrauchermarktes Rewe im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich zum Jahresende 2013 ist die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmit-

- Eine ebenfalls **überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung** zeigt sich in den Stadtteilen **Grodan** (1,96m²/Einwohner), **Süder- und Westerwisch** (1,00m²/Einwohner)⁴⁷ und **Duhnen** (0,80 m²/Einwohner). Dies kann zum einen mit den niedrigen Einwohnerzahlen in den jeweiligen Stadtteilen sowie zum anderen mit den flächenintensiven Angebotsformen (SB-Warenhaus, Verbrauchmarkt) begründet werden.
- In den Stadtteilen **Altenbruch** (0,25 m²/Einwohner), **Altenwalde** (0,36 m²/Einwohner) und **Sahlenburg** (0,37 m²/Einwohner) ist eine durchschnittliche Verkaufsflächenausstattung zu beobachten. Die wohnungsnahe Grundversorgung wird in diesen Stadtteilen von mindestens einem strukturprägenden Lebensmittelbetrieb sowie ergänzenden kleinteiligen Angeboten des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) sichergestellt.
- Die Stadtteile **Berensch-Arensch**, **Holte-Spangen**, **Lüdingworth** und **Stickenbüttel** verfügen nur über eine sehr rudimentäre beziehungsweise über keine Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel. Die Versorgung der hier lebenden Einwohner mit Gütern des täglichen Bedarfs muss demnach über Angebote in angrenzenden Stadtteilen erfolgen.

Qualitative Angebotsausstattung

Im Hinblick auf die Bewertung qualitativer Aspekte der Grundversorgung werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit einem Kernsortiment in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel unterschieden, die allesamt in Cuxhaven vertreten sind:

tel im Stadtteil Cuxhaven auf 0,67 m²/Einwohner abgesunken. Damit liegt sie allerdings weiterhin weit über dem bundesweiten Durchschnitt von 0,35 m² bis 0,40 m²/Einwohner.

⁴⁷ Durch die Schließung des Lebensmitteldiscounters Penny am Schneidemühlplatz zum Jahresende 2013 ist die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Stadtteil Süder- und Westerwisch auf 0,93 m²/Einwohner abgesunken. Damit liegt sie allerdings weiterhin weit über dem bundesweiten Durchschnitt von 0,35 m² bis 0,40 m²/Einwohner.

Abbildung 4: Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel

Begriff/Betriebsform	Erläuterung
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z.B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Heutige Marktzutrittsgröße in der Regel 800-1.000 m ² Verkaufsfläche.
Supermarkt 400-1.499 m ² VKF	Selbstbedienung, Lebensmitteleinzelhandelsgeschäft mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m ² , Lebensmittel einschließlich Frischwaren, Non-Food-Anteil nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Übliche Größenordnung: 1.200- 1.500 m ² Verkaufsfläche.
Verbrauchermarkt 1.500-4.999 m ² VKF	Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche mind. 1.500 m ² , Selbstbedienung, breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.
SB-Warenhaus ab 5.000 m ² VKF	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Real, Kaufland).

Quelle: eigene Zusammenstellung

Darüber hinaus ergänzen Lebensmittel-SB-Läden/ -märkte (kleine Selbstbedienungs-Lebensmittelgeschäfte mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Fleischereien) das Grundversorgungsangebot einer Stadt. Insbesondere in Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung können diese kleinflächigen Angebotsbausteine einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten.

Der **aktuelle Betriebsformenmix** der Stadt Cuxhaven in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel stellt sich wie folgt dar⁴⁸:

- zwei Verbrauchermärkte (Rewe und Combi);
- zwei SB-Warenhäuser (Marktkauf und Real);
- sieben Supermärkte (Edeka, Bio Markt, Nah und Frisch)
- 14 Lebensmitteldiscounter (Aldi, Lidl, Netto Marken-Discount, Penny).

Damit ist im gesamten Cuxhavener Stadtgebiet ein umfangreicher Betriebsformenmix vorhanden, der die Bedürfnisse der Cuxhavener Bevölkerung weitestgehend deckt. Gleichwohl ist zu berücksichtigen, dass sich das Lebensmittelangebot zum einen **sehr discountlastig und preisorientiert** darstellt sowie zum anderen einzelne Betriebsgrößen **nicht den aktuellen wettbewerblichen Marktgegebenheiten** entsprechen, so dass kurz- bis mittelfristig mit Veränderungsabsichten der jeweiligen Anbieter zu rechnen ist (unter anderem bei allen Lebensmitteldiscountern mit einer Gesamtverkaufsfläche von aktuell noch < 800 m²). Im Hin-

⁴⁸ Inklusiv der zum Jahresende 2013 geschlossenen Lebensmittelbetriebe Rewe (im Hauptgeschäftsbereich) und Penny (am Schneidemühlplatz).

blick auf die zukünftige Betriebstypenentwicklung kann bereits an dieser Stelle darauf hingewiesen werden, dass es zukünftig nicht um eine weitere Ausdehnung des Lebensmittelangebotes – insbesondere im discountorientierten Angebotsbereich – gehen kann, sondern vielmehr die Sicherung bzw. der behutsame Ausbau der bestehenden Nahversorgungsstrukturen im Entwicklungsfokus der Stadt Cuxhaven stehen muss. Ein wichtiger Baustein ist in diesem Zusammenhang die räumliche Steuerung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebotes.

Räumliche Angebotsausstattung

Zur räumlichen Bewertung des Einzelhandelsangebotes in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel wird im Wesentlichen auf die **fußläufige Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe** abgestellt. Einen guten Überblick über die **räumliche Versorgung** gewinnt man, wenn man für alle **strukturprägenden Lebensmittelanbieter**⁴⁹ das fußläufige Einzugsgebiet (maximal fußläufig zurückgelegte Entfernung zwischen Wohn- und Angebotsstandort) ermittelt und die diversen Einzugsgebiete in einer Karte zusammenführt.

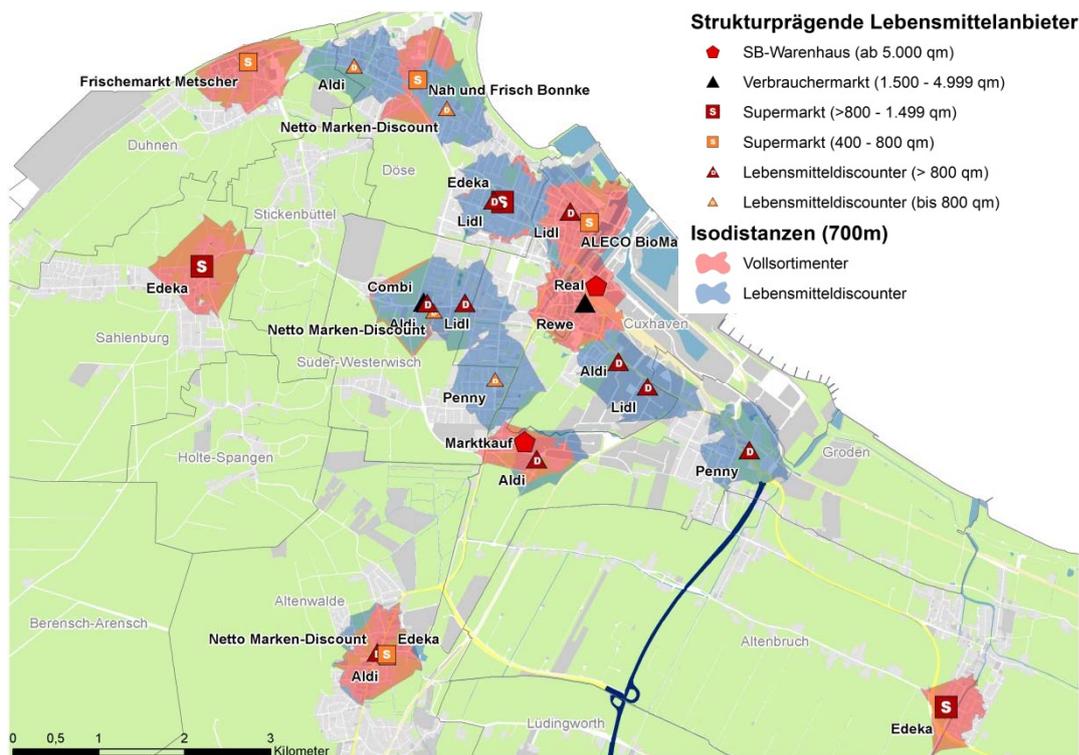
Dabei ist – aus heutiger Sicht – die Anwendung von Einzugsradien als zu ungenau zu bewerten, da tatsächliche Wegelängen unberücksichtigt bleiben und somit das fußläufige Einzugsgebiet der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe regelmäßig überschätzt wird. Aus diesem Grund werden in Karte 14 Isodistanzen zur Bewertung der fußläufigen wohnungsnahen Grundversorgung herangezogen.

Aufgrund der **topographischen** und **siedlungsräumlichen Gegebenheiten** in Cuxhaven liegt dabei der nachfolgenden Darstellung die Annahme zu Grunde, dass die strukturprägenden Lebensmittelanbieter bis zu einer Entfernung von maximal **700 m zu Fuß** aufgesucht werden⁵⁰.

⁴⁹ Zu den strukturprägenden Lebensmittelanbietern in Cuxhaven zählen zwei Verbrauchermärkte, zwei SB-Warenhäuser, sieben Supermärkte sowie 14 Lebensmitteldiscounter.

⁵⁰ Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als von den Kunden maximal akzeptierte fußläufige Distanz ermittelt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wege-Schwelle für Fußgängerdistanzen. Dieser Radius ist allgemein anerkannt als anzusetzende Entfernung zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten.

Karte 14: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Cuxhaven mit 700 m-Isodistanzen⁵¹



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013; Inklusive der zum Jahresende 2013 geschlossenen Lebensmittelbetriebe Rewe (im Hauptgeschäftsbereich) und Penny (am Schneidemühlplatz).

- Insgesamt ist eine deutliche Konzentration der strukturprägenden Lebensmittelanbieter im Kernsiedlungsbereich zu erkennen, womit hier eine vergleichsweise **gute fußläufige Erreichbarkeit** des nahversorgungsrelevanten Angebotes gegeben ist. Insbesondere in den Stadtteilen **Cuxhaven, Döse** sowie **Süder- und Westerwisch** lassen sich nur wenige unterversorgte Bereiche identifizieren⁵².
- In den Stadtteilen **Altenwalde, Altenbruch, Duhnen, Groden** und **Sahlenburg** ist jeweils mindestens ein strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert, der die fußläufige Nahversorgung in den zuvor genannten Stadtteilen sichert. Insbesondere in den räumlich abgesetzt gelegenen Stadtteilen Altenwalde, Altenbruch und Sahlenburg übernehmen die hier lokalisierten Lebensmittelbetriebe eine Versorgungsfunktion für alle Einwohner des jeweiligen Stadtteils, wodurch vereinzelt längere fußläufige Versorgungswege resultieren.

⁵¹ Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien und Fleischereien) sowie kleinteilige Angebote mit einer Verkaufsfläche von unter 400 m² werden in diesem Zusammenhang nicht dargestellt.

⁵² Durch die Schließung der beiden Lebensmittelbetriebe Rewe und Penny zum Jahresende 2013 hat sich die räumliche Versorgungssituation insbesondere für einzelne Wohnsiedlungsbereiche der Cuxhavener Innenstadt sowie in Süderwisch erheblich verschlechtert. Die Maschenweite des Versorgungsnetzes hat zugenommen, die Versorgungswege sind länger geworden.

- Außerhalb der zuvor genannten Stadtteile ist aktuell kein strukturprägender Lebensmittelbetrieb ansässig, so dass sich insbesondere in **Berensch-Arensch, Holte-Spangen, Lüdingworth** und **Stickenbüttel** räumliche Versorgungslücken zeigen. Aufgrund der zum Teil sehr niedrigen Mantelbevölkerung in diesen Bereichen (zwischen 300 und 1.730 Einwohnern) ist (unter betriebswirtschaftlichen Gesichtspunkten) nicht davon auszugehen, dass sich hier zukünftig ein marktüblicher Lebensmittelbetrieb (800 m² und größer) ansiedeln wird.
- Die aktuelle Versorgung mit täglichen Bedarfsgütern beschränkt sich in **Lüdingworth** auf einen **kleinteiligen Lebensmittelladen**⁵³ (< 50 m² Verkaufsfläche) sowie in **Berensch-Arensch** auf einen Betrieb des **Lebensmittelhandwerks**. In den Stadtteilen **Holte-Spangen** und **Stickenbüttel** ist derzeit kein nahversorgungsrelevantes Angebot vorhanden.

Fazit

Bei der Bewertung der räumlichen und qualitativen Versorgungssituation mit nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben in Cuxhaven sind, insbesondere vor dem Hintergrund **einer überdurchschnittlichen quantitativen Verkaufsflächenausstattung**, auch übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellung zu berücksichtigen.

In diesem Sinne sind Standorte außerhalb zentraler Bereiche im Hinblick auf die Schaffung eines **engmaschigen, flächendeckenden** sowie **qualitativ hochwertigen Nahversorgungsnetzes** nur dann zusätzlich notwendig und sinnvoll, wenn sie

- zur **Schließung der aufgezeigten Versorgungslücken** beitragen und/oder
- das **bestehende Angebot qualitativ aufwerten**.

Diesbezüglich ist allerdings zu berücksichtigen, dass sich – insbesondere unter Einbeziehung heutiger Marktzutrittsgrößen – großflächige Lebensmittelbetriebe (> 800 m²) ausschließlich an Standorten ansiedeln, die über eine Mantelbevölkerung im Einzugsgebiet von mindestens 4.000 Einwohnern verfügen. Diese Schwelle wird in Cuxhaven lediglich in den Stadtteilen Cuxhaven, Döse und Altenwalde erreicht. In den übrigen Stadtteilen (und hier vor allem in den räumlich abgesetzten, einwohnerschwachen Stadtteilen Altenbruch, Berensch-Arensch, Holte-Spangen, Lüdingworth und Stickenbüttel) muss es zukünftig darum gehen, die (soweit vorhanden) bestehenden nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsstrukturen zu sichern bzw. alternative Konzepte zur Umsetzung einer wohnungsnahen Grundversorgung zu entwickeln (bspw. Dorfladen-Netzwerk, Dorv-Zentrum, CAP-Märkte; vgl. hierzu auch Ausführungen in Kapitel 7.6).

Die Umsetzung derartiger Konzepte ist allerdings nur realistisch, wenn der sukzessive Ausbau bzw. die zusätzliche Ansiedlung weiterer großflächiger, insbesondere discountorientierter Lebensmittelmärkte, sich in einem stadt- und siedlungsstrukturell sinnvollen Rahmen bewegt (vgl. hierzu auch die konzeptionellen Aussagen zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment). Ein weiterer Ausbau des bereits heute sehr

⁵³ Laut Angabe des Betreibers im Rahmen der primärstatistischen Einzelhandelserhebung im April/Mai 2013 sollte der Betrieb knapp zwei Monate nach der Erhebung geschlossen werden.

guten quantitativen Angebotes, vor allem an ausschließlich/überwiegend Pkw-Kundenorientierten Standorten, könnte hingegen zu einem ruinösen Wettbewerb der einzelnen Anbieter untereinander führen, wodurch mittel- bis langfristig das Netz der wohnungsnahen Grundversorgung ausgedünnt und irreversibel geschädigt wird.

6 Entwicklungsspielräume des Cuxhavener Einzelhandels

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2025) des Einzelhandels in Cuxhaven erfolgen. 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 Cuxhaven fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse erstellt (vgl. dazu Kapitel 4 und 5). Insbesondere der warengruppenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung künftiger Entwicklungsspielräume ein.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern/Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität⁵⁴ wird als konstant angenommen. Sie ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenten 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 Cuxhaven von einer konstanten Entwicklung der Flächenproduktivitäten ausgegangen.

Bevölkerungsentwicklung in Cuxhaven und dem Umland bis 2025

Die vorliegenden Bevölkerungsvorausberechnungen des Landesbetriebes für Statistik und Kommunikationstechnologie Niedersachsen⁵⁵ prognostizieren für die nächsten Jahre sowohl für die Stadt Cuxhaven als auch für den Landkreis Cuxhaven (der vor allem im nördlichen Bereich das Haupteinzugsgebiet des Cuxhavener Einzelhandels darstellt, vgl. Kapitel 4.2) eine **negative Bevölkerungsentwicklung**. Ausgehend vom Basisjahr 2013 wird für die Stadt Cuxhaven bis zum Jahr 2025 eine weitere Bevölkerungsabnahme von **- 9,0 %** und – im selben Zeitraum – für die übrigen Städte und Gemeinden im Landkreis Cuxhaven eine Bevölkerungsabnahme von knapp **- 9,6 %** prognostiziert.

Der Abschätzung der quantitativen Entwicklungsspielräume werden demnach Annahmen **zu abnehmenden Bevölkerungs- und Kundenzahlen** zugrunde gelegt, da nicht davon ausgegangen werden kann, dass die zu erwartenden Bevölkerungsverluste durch einen Anstieg der Übernachtungsgäste ausgeglichen werden können.

⁵⁴ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

⁵⁵ Quelle: www.lskn.niedersachsen.de (zuletzt zugegriffen am 08.01.2014)

Folglich wird sich auch das dem Einzelhandel zur Verfügung stehende Kaufkraftpotential in den nächsten Jahren sukzessive reduzieren. Allein durch den Einwohnerrückgang in Cuxhaven selbst ist – unter Annahme eines konstanten Kaufkraftniveaus – mit einem **absoluten Kaufkraftrückgang** zwischen **20 und 25 Mio. Euro** zu rechnen.

Entwicklung der Tagesgäste und Übernachtungszahlen

Wie bereits dargestellt werden konnte, stellt das touristische Kaufkraftpotenzial einen **umsatzsteigernden Faktor des Cuxhavener Einzelhandels** dar. Zudem kommt den in Cuxhaven lokalisierten Einzelhandelsbetrieben (insbesondere in den Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs) eine nicht unwesentliche **Versorgungsfunktion in Bezug auf die touristische Nachfrage** zu (vgl. Kapitel 4.4).

Insgesamt haben sich die Zahlen der Tagesgäste wie auch die Zahlen der Übernachtungsgäste in den letzten Jahren (mit leichten Schwankungen) relativ konstant entwickelt. So stehen im Durchschnitt den **320.000 Tagesgästen** knapp **400.000 Übernachtungsgäste** gegenüber. Auf die Übernachtungsgäste entfallen im Schnitt der letzten 10 Jahre rund **3.000.000 Mio. Übernachtungen pro Jahr**.

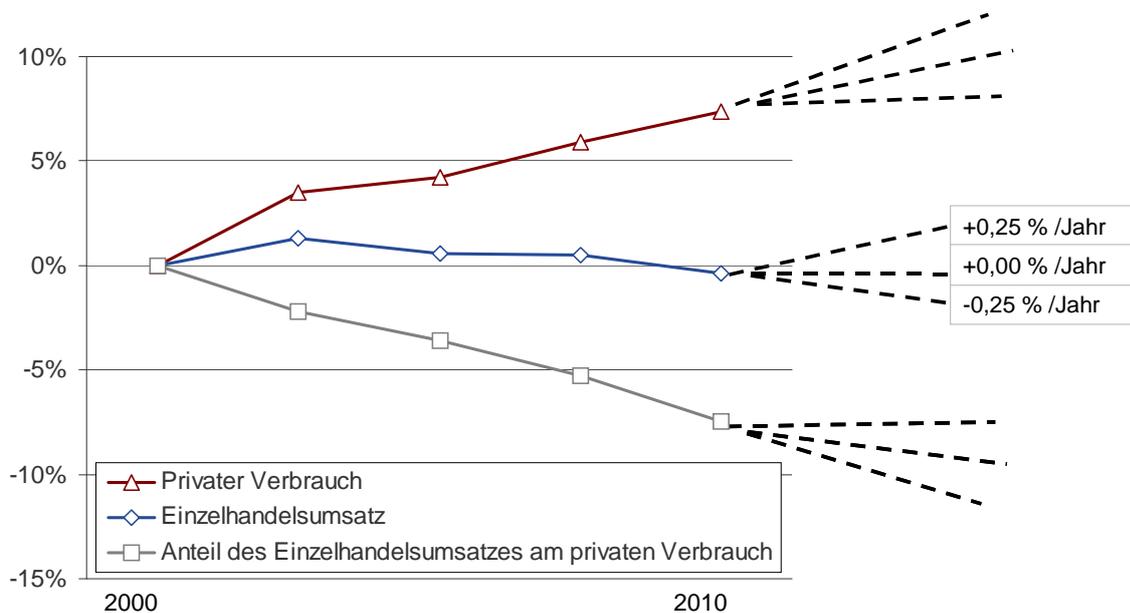
Es ist nicht davon auszugehen, dass sich diese Zahlen bis zum Jahr 2025 wesentlich verändern werden, so dass auch zukünftig von einem **touristischen Kaufkraftpotenzial** in Höhe von knapp **80 Mio. Euro** auszugehen ist.

Entwicklung des privaten Verbrauchs beziehungsweise der warengruppenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

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

- zum einen vom privaten Einkommen beziehungsweise dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel beziehungsweise für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen). Folgende Entwicklungen sind bis 2025 zu erwarten:

Abbildung 5: Entwicklung des privaten Verbrauchs/Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch



Quellen: EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de)

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.⁵⁶
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (29 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend⁵⁷.
- In der Summe **stagnieren** somit die **einzelhandelsrelevanten Ausgaben** weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen **Einzelhandelsumsatz**, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen –2 % und +2 % weitestgehend stagniert (2010: rd. 400 Mrd. Euro)⁵⁸.

⁵⁶ EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de); Handelsjournal et. al. (Hrsg.) (2008-2011): Factbook Einzelhandel; Handelsverband Deutschland (2010), zitiert nach www.handelsdaten.de

⁵⁷ ebenda

⁵⁸ ebenda

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass zwar insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen⁵⁹ Kaufkraft zu rechnen ist, jedoch müssen **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die sich verändernde Ausgabenanteile für einzelne Warengruppen berücksichtigt. Die Trends sind in der folgenden Tabelle dargestellt:

Tabelle 15: Ausgabenanteile für verschiedene Warengruppen im Einzelhandel – Tendaussagen

Warengruppe	Ausgabenanteile
Nahrungs- und Genussmittel	
Gesundheit und Körperpflege	
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	
Bekleidung / Textilien	
Schuhe / Lederwaren	
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	
Spielwaren / Hobbyartikel	
Sport und Freizeit	
Wohneinrichtung / Möbel	
Elektro / Leuchten	
Elektronik / Multimedia	
medizinische und orthopädische Artikel	
Uhren / Schmuck	
Bau- und Gartenmarktsortiment	

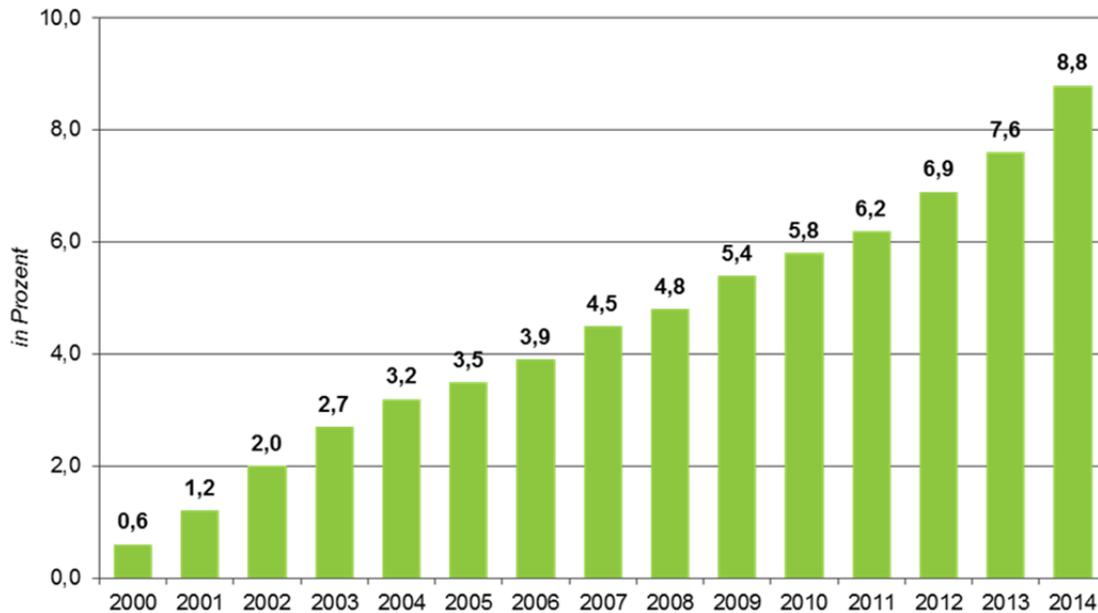
Quelle: EHI: Einzelhandel Aktuell 2005-2010, KPMG-Studie 2005; Handelsjournal: Factbook Einzelhandel 2008-2010

Entwicklung des E-Commerce

Die zunehmende Bedeutung des E-Commerce (=Onlinehandel) stellt den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Die Vorteile des Onlinehandels, wie oftmals günstigeren 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 haben in den vergangenen Jahren zu einem sukzessiven Bedeutungszuwachs dieses Vertriebsweges geführt. So wuchs der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz von rund 2,5 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rd. 33,0 Mrd. Euro im Jahr 2013 an. Für das Jahr 2014 wird eine weitere Zunahme auf rd. 38,7 Mrd. Euro prognostiziert. Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte relativen Umsatzanteilen von ca. 0,6 % im Jahr 2000 bzw. ca. 7,6 % im Jahr 2013.

⁵⁹ 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.

Abbildung 6: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2013 (mit Prognose für 2014)



Quelle: EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de

Dabei ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß aktueller Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2013 rund 55 % des im interaktiven Handel erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Bild- und Tonträger erwirtschaftet (absolut rd. 21,6 Mrd. Euro von 39,3 Mrd. Euro). Alle übrigen Sortimentsgruppen leisteten einen deutlich untergeordneten Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen.

Trotz dieser aktuell hohen Zuwachsraten wird der Onlinehandel den stationären Handel jedoch auch zukünftig nicht ersetzen können. Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und/oder die direkte Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin einen hohen Stellenwert. Zudem kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden bzw. dem sogenannten „Multi-Channel-Konzept“ profitieren. Unter anderem über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. So werden für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: 73 % rein stationär erzielte Umsätze, 10 % rein online erzielte Umsätze und 17 % Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept.

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswe-

ge zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Um sich weiterhin im Wettbewerb um den Kunden behaupten zu können, gilt es vor allem, auch zukünftig 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 Angebotes in die städtischen Zentren, sogenannte kompakte Strukturen zu erhalten bzw. zu entwickeln.

Auch in der Stadt Cuxhaven werden die durch den Bedeutungszuwachs des E-Commerce ausgelösten Entwicklungen sichtbar, wenngleich für die Ermittlung der zukünftigen Entwicklungsspielräume davon ausgegangen werden kann, dass der stationäre Einzelhandel aufgrund der ausgeprägten Tourismusfunktion Cuxhavens deutlich weniger von Umsatzeinbußen betroffen sein wird als eine vergleichbar große Stadt ohne entsprechendes touristisches Kaufkraftpotenzial.

Zielzentralitäten für das Jahr 2025

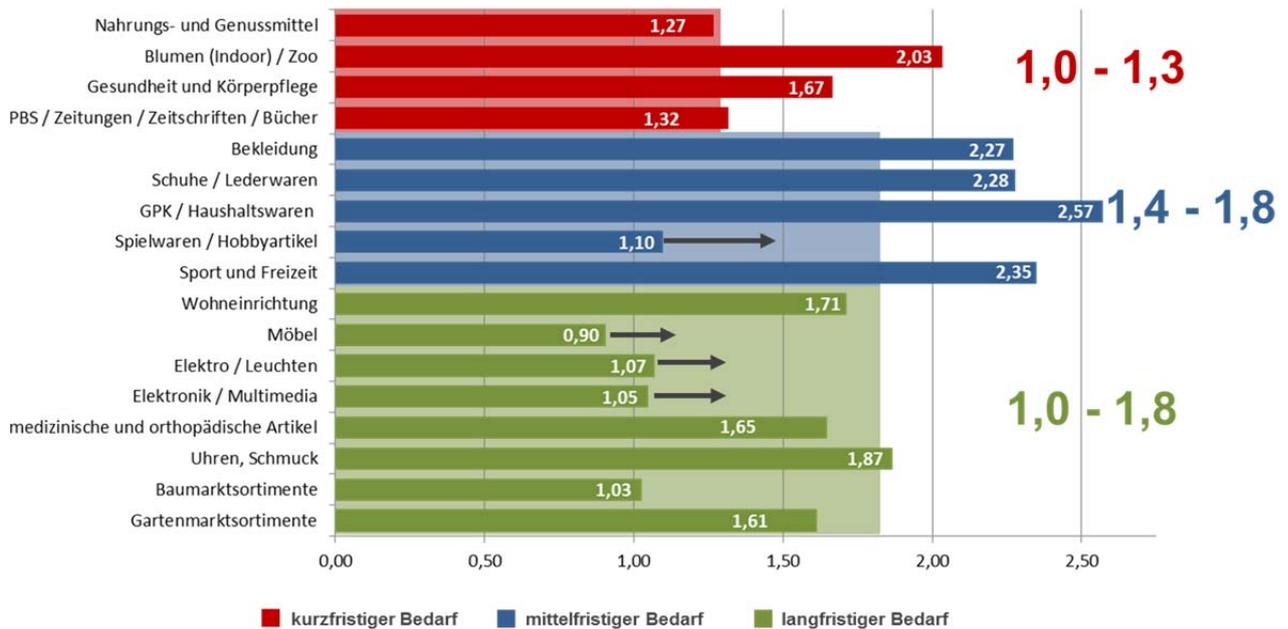
Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der **raumordnerischen Versorgungsfunktion** Cuxhavens als Mittelzentrum, der **regionalen Wettbewerbssituation** sowie der **lokalen Bevölkerungsentwicklung**. Entsprechend ist von einer über das eigene Stadtgebiet hinausgehenden zentralörtlichen Versorgungsfunktion auszugehen, die sich insbesondere auf die nördlichen Städte, Gemeinden und Samtgemeinden des Landkreises Cuxhavens erstreckt. Zudem haben die Zielzentralitäten der Versorgungsfunktion Cuxhavens hinsichtlich des touristischen Nachfragepotenzials Rechnung zu tragen.

Unter Berücksichtigung dieser Überlegungen sowie unter Einbeziehung der vorangestellten Parameter ergeben sich für die Stadt Cuxhaven bis zum Jahr 2025 folgende Zielzentralitäten:

- In der Modellrechnung wird im Hinblick auf eine **optimale Vollversorgung** der in Cuxhaven lebenden Bevölkerung in den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfs** durchgängig eine Zielzentralität von **1,0** angenommen. Bedingt durch das hohe touristische Nachfragepotenzial kann in einzelnen Warengruppen eine Zielzentralität von maximal **1,3** erreicht werden.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** können entsprechend der **mittelzentralen Versorgungsfunktion** Cuxhavens, vor allem aber auch in Anbetracht der **touristischen Versorgungsfunktion** des Einzelhandelsangebotes (in Abhängigkeit von der jeweiligen Warengruppe) Zielzentralitäten von **1,4** bis maximal **1,8** angenommen werden. Diese Werte werden in nahezu allen Warengruppen bereits heute erreicht beziehungsweise zum Teil deutlich überschritten, was bereits aktuell auf eine (unter quantitativen Gesichtspunkten) überdurchschnittliche Angebotsausstattung in diesem Bedarfsbereich schließen lässt.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** können, ebenfalls unter Berücksichtigung der mittelzentralen wie auch der touristischen Versorgungsfunktion, Zielzentralitäten von **1,0** bis maximal **1,8** angenommen werden. Diesbezüglich ist allerdings zu berücksichtigen, dass insbesondere die **großvolumigen Angebote des langfristigen Be-**

darfs regelmäßig nur eine untergeordnete Rolle im Hinblick auf den touristischen Versorgungseinkauf spielen.

Abbildung 7: Zielzentralitäten für die Stadt Cuxhaven⁶⁰



Quelle: eigene Darstellung

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Cuxhaven nur in wenigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale und Entwicklungsspielräume**, die eine relevante Größenordnung zur Ansiedlung neuer beziehungsweise zur Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe erkennen lassen:

- In den Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfs** sind unter quantitativen Gesichtspunkten keine Entwicklungsspielräume mehr gegeben. Insbesondere in Bezug auf die wohnungsnah Grundversorgung der Einwohner (Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel** sowie **Gesundheit und Körperpflege**) hat die zukünftige Einzelhandelsentwicklung im Cuxhavener Stadtgebiet auf eine qualitative Aufwertung sowie eine räumliche Optimierung des bestehenden Angebotes abzielen (vgl. hierzu auch Kapitel 5.4).
- Auch in den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfs** zeigen sich kaum quantitative Entwicklungsspielräume – lediglich in der Warengruppe Spielwaren/Hobbyartikel bestehen noch quantitative Möglichkeiten zur Arrondierung des bestehenden Angebotes. Insbesondere in Bezug auf die zentrumsprägenden Leitsortimente **Bekleidung, Schuhe/Lederwaren** sowie **Sport und Freizeit** ist eine qualitative Verbesserung des derzeitigen Angebotes sowie eine weitere räumliche Konzentration auf den Hauptgeschäftsbereich der Cuxhavener Innenstadt zu empfehlen.

⁶⁰ Die dargestellten warengruppenspezifischen Zentralitäten berücksichtigen nicht die seit der primärstatistischen Einzelhandelserhebung im April/Mai 2013 eingetretenen betrieblichen Veränderungen.

- Im langfristigen Bedarfsbereich zeigen sich hingegen in mehreren Warengruppen noch quantitative Entwicklungsspielräume. Hervorzuheben sind diesbezüglich insbesondere die Warengruppen **Möbel, Elektro/Leuchten** sowie **Elektronik/Multi-media**. In Abhängigkeit von der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente (vgl. Kapitel 7.7.2) ist bei der möglichen Erweiterung des derzeitigen Angebotsbestandes vor allem auf die räumliche Konzentration der jeweiligen Anbieter auf die stadtentwicklungspolitisch wünschenswerten Standorten zu achten (vgl. hierzu auch Kapitel 7.3).

Aus den vorangestellten Ausführungen wird deutlich, dass sich (insbesondere neue) Einzelhandelsbetriebe nicht wahllos im Stadtgebiet niederlassen sollten, nur um den jeweiligen, warengruppenspezifischen Zentralitätswert zu erhöhen. Potenzielle Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben im Cuxhavener Stadtgebiet sind zukünftig in einem ersten Schritt anhand folgender Kriterien zu bewerten:

- Soll das Vorhaben an einem städtebaulich (und konzeptionell) sinnvollen Standort realisiert werden?
- Welche Gesamtverkaufsfläche soll das Vorhaben umfassen und welchem Betriebstyp ist das Vorhaben zuzuordnen?
- Kann das Vorhaben eine Ergänzungsfunktion zu bereits bestehenden Angeboten übernehmen? Ergeben sich Synergieeffekte?

Ausdrücklich hinzuweisen ist auf den Umstand, dass die in Abbildung 7 mit Pfeilen dargestellten quantitativen Entwicklungsmöglichkeiten lediglich einen „Orientierungscharakter“ darstellen und nicht als absolute Obergrenze zu verstehen sind. Die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit sowie insbesondere die städtebauliche Verträglichkeit eines konkreten Vorhabens in Bezug auf Lage, Art und Umfang sind durch entsprechende Analysen sicherzustellen. Darüber hinaus sind einer „zügelloser“ Ausweitung von Verkaufsflächen in der Stadt Cuxhaven Grenzen gesetzt, da zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden kann⁶¹. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies auch zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten beziehungsweise einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit von der Relevanz eines Vorhabens.

Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten können zur Verbesserung und Attraktivierung des Cuxhavener Einzelhandelsangebotes beitragen. Wichtiger Eckpunkt ist in diesem Zusammenhang, dass zusätzliche Einzelhandelsangebote nur an den „richtigen“ Standorten zu realisieren sind. In der Regel bedeutet dies, dass zentren- und auch nahversorgungsrelevante Angebote in die zentralen (Einzelhandels-) Bereiche der Stadt Cuxhaven gelenkt werden, da eine Konzentration an ungeeigneten, städtebaulich nicht-integrierten Standorten Umsatzumverteilungseffekte zulasten der bestehenden Zentren- und Versorgungsstrukturen bedingen kann. Ebenso besitzt die Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung durch die räumlich-funktionale Zuordnung nahversorgungsrelevanter Angebote sowohl zu den Zentren als auch unmittelbar zu den Wohnsiedlungsbereichen hohe Priorität.

⁶¹ Insbesondere auch vor dem Hintergrund der regionalen Konkurrenzsituation Cuxhavens.

Dies ist jedoch nicht als grundsätzlicher Konkurrenzschutz oder als Wettbewerbsverzerrung zu verstehen.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung von potenziellen Ansiedlungsvorhaben sowie von Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

7 Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven

Die Betrachtung der aktuellen Nachfrage- und Angebotsituation (vgl. Kapitel 4 und 5) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsspielräumen (vgl. Kapitel 6) zeigen, dass in der Stadt Cuxhaven insbesondere eine **qualitative** und **räumliche Optimierung** der gesamtstädtischen Angebotsituation wünschenswert ist. Konnte bis dato ein „Wegbrechen“ der innerstädtischen Angebotsstrukturen auch ohne ein politisch beschlossenes Einzelhandels- und Zentrenkonzept weitestgehend vermieden werden, muss es das Ziel der „neuen konzeptionellen Regelungen“ sein, die bestehenden Strukturen weiterhin zu sichern und darüber hinaus das einzelhandelsrelevante Angebot, insbesondere in der Cuxhavener Innenstadt, auszubauen.

Folglich sind Entwicklungsabsichten oder unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte außerhalb der Cuxhavener Innenstadt weiterhin kritisch zu bewerten.

Es gilt vielmehr, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Cuxhavener Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten beziehungsweise zu stärken sowie das einzelhandelsrelevante Angebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche zentrenverträglich zu gestalten. Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven definiert zur Umsetzung dieser Ziele die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 7.1)
- Übergeordnete Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 7.2)
- Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 7.3)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche
- Definition von Ergänzungsstandorten, insbesondere zur Ansiedlung von großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels (vgl. Kapitel 7.4)
- Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 7.6)
- Cuxhavener Sortimentsliste (vgl. Kapitel 7.7)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 7.8)

7.1 Räumliches Entwicklungsleitbild

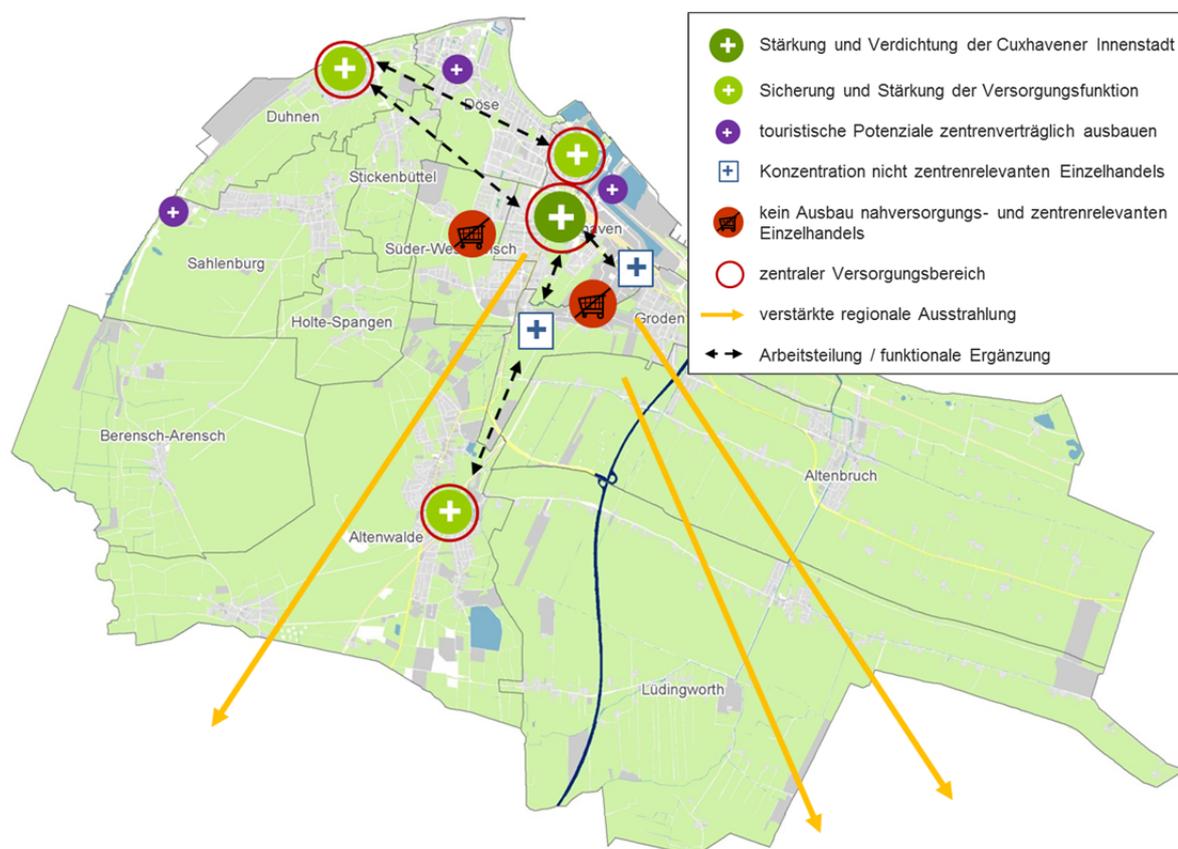
Welche Richtung die Stadt Cuxhaven im Rahmen der zukünftigen Stadt- und Einzelhandelsentwicklung nehmen wird, hängt neben den politisch motivierten Entwicklungsvorstellungen auch vom „Schärfegrad“ des in der Stadt Cuxhaven zur Anwendung kommenden städtebaulichen und baurechtlichen Instrumentariums ab. Im Hinblick auf die zukünftige Einzelhandels-

entwicklung wird eine stadtentwicklungspolitische Strategie empfohlen, die sich durch eine stringente Planungspraxis auszeichnet.

Der Einzelhandelsstandort Cuxhaven soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es, eine klare räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration bestimmter Angebote auf bestimmte Standorte zu befördern und an den jeweiligen Angebotsstandorten mittel- bis langfristig ein attraktives, sich ergänzendes Einzelhandelsangebot zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist vor allem eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus verstärkt auf die zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich sowie eine möglichst flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung zu richten.

Zur Umsetzung dieser Ziele wird das gesamtstädtische Leitbild einer „räumlich-funktionalen Gliederung“ empfohlen:

Karte 15: Räumliches Entwicklungsleitbild



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis

Der Planungsschwerpunkt der räumlich-funktionalen Gliederung liegt in der **zwingend erforderlichen Stärkung beziehungsweise Profilierung des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches** (als originären Handelsstandort) sowie **der Sicherung der solitären Nahversorgungsstandorte**. Die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in sonstigen, städtebaulich integrierten Lagen ist im Rahmen des Entwicklungsleitbildes ebenfalls möglich, soweit von diesen Ansiedlungen keine negativen städtebaulichen oder versorgungsstrukturellen Auswirkungen ausgehen. Für Einzelhandel und Städtebau bedeutet dies, dass das Investitions- und An-

siedlungsinteresse in erster Linie auf die zentralen Versorgungsbereiche im Cuxhavener Stadtgebiet gelenkt wird, was insgesamt zur Stärkung und Attraktivierung des Einzelhandelsstandortes Cuxhaven beiträgt. Durch diese stadtentwicklungspolitisch sinnvolle und notwendige Vorgehensweise kann ein ruinöser Wettbewerb zwischen den einzelnen Angebotsstandorten im Stadtgebiet verhindert und das in einzelnen Warengruppen bereits heute bestehende räumliche Ungleichgewicht abgemildert werden.

Im Sinne einer **verträglichen und ergänzenden Arbeitsteilung** können die in den zentralen Versorgungsbereichen nicht realisierbaren Angebote mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an den Ergänzungsstandorten (Grodener Chaussee/Papenstraße und Abschnede) verwirklicht werden ohne dabei insbesondere das Hauptgeschäftszentrum sowie den zentralen Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Lotsenviertel zu schwächen beziehungsweise in ihrem Fortbestand zu gefährden. Einzelhandelsfunktionen werden nicht zersplittert (insbesondere auch im nicht-zentrenprägenden Angebotsbereich).

Das Entwicklungsleitbild zur Einzelhandelsentwicklung in Cuxhaven ist in sich konsequent. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt. Zugleich wird ein ruinöser Wettbewerb ausgeschlossen, der ausschließlich zu Lasten der zentralen Versorgungsbereiche und integrierten Versorgungsstandorte sowie der dort bereits vorhandenen, funktionsfähigen Einzelhandelsstrukturen geht.

7.2 Übergeordnete Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Um einen gemeinsam getragenen Rahmen zu schaffen, sind übergeordnete Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Cuxhaven zu formulieren. Diese Ziele leiten sich aus der aktuellen einzelhandelsspezifischen Situation in der Stadt Cuxhaven, den daraus resultierenden Bewertungen sowie den allgemeinen Rahmenbedingungen (unter anderem Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, Fremdenverkehrsfunktion der Stadt) ab. Dabei muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern potenziellen Entwicklungen auf die im Sinne der Stadtentwicklung positiv zu bewertenden Standorte und Standortbereiche zu lenken, so dass neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in der Stadt Cuxhaven

Die Attraktivität eines Einkaufsstandorts bestimmt sich durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (gemessen in Quadratmetern Verkaufsfläche), seine strukturelle Zusammensetzung (Vielfalt der Warengruppen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenordnungen) sowie die Qualität des vorhandenen Angebotes. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Cuxhaven attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten beziehungsweise zu sichern. Somit ist es ein Ziel der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen beziehungsweise zu erhalten, so dass die Versorgungsfunktion der Stadt Cuxhaven innerhalb der Region erhalten bleibt. Dies hat

zwangsläufig zur Folge, dass die Einzelhandelsentwicklung in die einzelnen, sich räumlich-funktional ergänzenden Standortbereiche gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So kommt dem Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich eine zentrale Bedeutung nicht nur für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie Kultur, Verwaltung, Gastronomie etc. zu. Daneben ist es Aufgabe der übrigen zentralen Versorgungsbereiche, der solitären Nahversorgungsstandorte sowie der Ergänzungsstandorte, die Angebotssituation des Hauptgeschäftsbereiches zu ergänzen.

Sicherung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion der Stadt Cuxhaven als Mittelzentrum

Ein bedeutendes stadtentwicklungspolitisches Ziel für die Stadt Cuxhaven ist die Erfüllung der raumordnerisch zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsfunktion. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit in vollem Umfang erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,41). Weitere Ansiedlungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren jedoch ein anhaltendes Investitionsinteresse am Standort Cuxhaven. Diesbezüglich würde eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht-integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadt Cuxhaven ist es daher, einer solchen drohenden räumlichen „Schiefelage“ und ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen und die Funktion als Mittelzentrum gesamtstädtisch – insbesondere jedoch mit Fokus auf den Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich als regional bedeutsamen „Aushängeschild“ – langfristig zu erhalten.

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

Wesentliche Grundlage für eine konkurrenzfähige und attraktive Einzelhandelssituation in der Stadt Cuxhaven ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hierbei insbesondere die Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Cuxhaven sowie von nah- und grundversorgungsrelevanten Angeboten an ergänzenden, sogenannten solitären Nahversorgungsstandorten.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen (wie z.B. der Standortagglomeration Abschneide, in der bereits heute eine Angebotskonzentration an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten zu beobachten ist) zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren. Daher ist die potentielle Ansiedlung und/oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Angeboten am vorgenannten Standort restriktiv zu handhaben.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen

Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftszentrum, Lotsenviertel, Altenwalde, Duhnen) und den Ergänzungsstandorten (Grodener Chaussee/Papenstraße, Abschnede) sowie eine hierarchisch angelegte Versorgungsstruktur sind dabei unabdingbar, um eine wechselseitige Ergänzung der Angebote anstreben zu können.

Sicherung und Stärkung des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches als bedeutsamen Einkaufsstandort mit regionaler Ausstrahlungskraft

Der Hauptgeschäftsbereich stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb Cuxhavens dar, der sich durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, angrenzende Verwaltung etc.) auszeichnet. Diese Vielfalt ist insbesondere das Ergebnis der bisherigen Stadtentwicklungspolitik.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den Hauptgeschäftsbereich gelegt werden. Eine die zentralen Strukturen stärkende Einzelhandelsentwicklung hat dabei nicht nur die derzeitige Versorgung der im Stadtgebiet und im Einzugsgebiet lebenden Einwohner im Blick, sondern gibt zugleich Antworten auf die zu erwartenden demographischen Veränderungen. Die Kunden von (über-)morgen werden weniger, im Durchschnitt älter sowie, mit zunehmenden Alter, immobiler. Zugleich ist davon auszugehen, dass die Mobilitätskosten zukünftig weiter steigen werden. Die Konzentration der Einzelhandelsnutzung im zentral gelegenen historischen Stadtkern sichert demnach nicht nur die Versorgung der immobilen Bewohner von über-(morgen) sondern schafft für die hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe (mittel- bis langfristig) Synergieeffekte und Führungsvorteile gegenüber Betrieben an autokundenorientierten Standorten, so dass der Fortbestand dieser Betriebe sowie die Versorgungsfunktion des Hauptgeschäftsbereiches gesichert ist.

Der Hauptgeschäftsbereich genießt als Hauptzentrum oberste Priorität innerhalb der Cuxhavener Standortstruktur, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Dabei ist auf die Wahrung der individuellen Identität des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches sowie die Sicherung der zugewiesenen Versorgungsfunktion ein gesteigerter Wert zu legen. Vor allem im Hinblick auf den zunehmenden interkommunalen Wettbewerb ist die Entwicklung beziehungsweise Stärkung eines klaren Profils der einzelnen Haupt- und Nebenlagen im Hauptgeschäftsbereich von wesentlicher Bedeutung.

Sicherung und (soweit notwendig) Ausbau einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Cuxhavener Stadtgebiet durch funktionsfähige zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte

Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen strategischen Einzelhandelsplans. Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten betriebswirtschaftliche Notwendigkei-

ten⁶² gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf die dörflich geprägten, einwohnerschwächeren Stadtteile der Stadt Cuxhaven zu (Altenbruch, Berensch-Arensch, Holte-Spangen, Lüdingworth, Sahlenburg, Stickenbüttel).

Im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur in der Stadt Cuxhaven zu schaffen beziehungsweise zu erhalten. Das bedeutet, dass auf der einen Seite Lebensmittelbetriebe in städtebaulich integrierter Lage aufgrund ihrer Versorgungsfunktion für die sie umgebenden Wohnsiedlungsbereiche gesichert werden müssen, auf der anderen Seite der Ausbau nahversorgungsrelevanter Angebote an städtebaulich nicht-integrierten Lagen (u.a. Gewerbe- und Industriegebiete, Ausfallstraßen) restriktiv zu handhaben ist. Des Weiteren ist aktiv darauf hinzuwirken durch die Umsetzung/Initiierung alternativer Versorgungskonzepte auch in den räumlich abgesetzten, einwohnerschwachen Stadtteilen eine fußläufig erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung zu sichern bzw. aufzubauen.

Die bereits heute vergleichsweise hohe Zentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel darf dabei nicht als Argument gegen Investitionen/Ansiedlungen an städtebaulich sinnvollen Standorten (wie zum Beispiel an den solitären Nahversorgungsstandorten) angeführt werden.

Gezielte und geordnete Entwicklung des großflächigen, zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels

Großflächiger Einzelhandel im Sinne von § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine starke Stadtplanung konsequent gesteuert wird. Unterschiedliche räumliche Folgewirkungen können insbesondere von Einzelhandelsgroßbetrieben mit sowohl zentren- als auch nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgehen. Deshalb ist die gezielte und geordnete Entwicklung dieser Betriebe in die zentralen Versorgungsbereiche beziehungsweise an die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

Standorte beziehungsweise Standortgemeinschaften des großflächigen Einzelhandels, die sich außerhalb der gewachsenen Zentren befinden, sind – im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer in der Regel autokundenorientierter Standorte) beziehungsweise Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse im Sinne von § 11 (3) BauNVO – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

⁶² Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

Profilierung der touristischen Angebote im Fischereihafen, in Duhnen, in Döse sowie am Sahlenburger Strand

Der Tourismus stellt ein wesentliches Potenzial des Cuxhavener Einzelhandels dar. Nicht nur der innerstädtische Hauptgeschäftsbereich sondern insbesondere auch die Standorte Alter Fischereihafen, Duhnen, Döse und Sahlenburger Strand sind von übergeordneter Bedeutung für die Fremdenverkehrsfunktion der Stadt Cuxhaven.

Ziel der zukünftigen Stadtentwicklung sollte es sein, die touristischen Angebote im Alten Fischereihafen, in Duhnen, in Döse sowie am Sahlenburger Strand zu profilieren und an diesen Standorten keine Entwicklungen, insbesondere des großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandels zu ermöglichen, welche wiederum die Entwicklungschancen des Cuxhavener Hauptgeschäftsbereiches als regional bedeutsamen Aushängeschild „hemmen“. Im Sinne einer stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Arbeitsteilung ist darauf zu achten, dass die Nutzungen in den zuvor genannten touristischen Magneten die einzelhandelsrelevanten Angebote im Hauptgeschäftsbereich ergänzen und nicht in einem konkurrierenden/ruinösen Wettbewerb zu diesen stehen.

Gewährleistung von Planungs- und Investitionssicherheit für bestehende und anzuesiedelnde Einzelhandelsbetriebe

Im Rahmen der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Gemeinde werden oft bestehende Einzelhandelsbetriebe nur unzureichend in die Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der Einzelhandelsbestand, der die Attraktivität und Anziehungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt.

Dies darf jedoch nicht mit einer Unberührbarkeit des bestehenden Einzelhandels gleichgesetzt werden. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege sowie bei zukünftigen Planungen die bestehenden Strukturen verstärkt in die Überlegungen und Diskussionen mit einzubeziehen sind.

Sicherung einer „nachhaltigen“ Stadtentwicklung durch Verhinderung konterkarierender Planungen

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes entgegenstehen, konsequent ausgeschlossen werden.

Im Folgenden gilt es, diese Ziele und Handlungsstrategien räumlich und inhaltlich zu konkretisieren. Eine Grundlage für die Umsetzung der Handlungsempfehlungen stellt dabei das Standortstrukturmodell der Stadt Cuxhaven dar, das auf einer räumlichen und funktionalen Differenzierung der einzelnen Angebotsstandorte basiert.

7.3 Standortstrukturmodell

Auf Basis der Angebots- und Nachfrageanalyse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Cuxhaven sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im

Cuxhavener Stadtgebiet unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortstrukturmodell haben das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestaltung des Standortes. 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 stadtentwicklungspolitische Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden ist.

Dementsprechend stellt sich die zukünftige Standortstruktur des Cuxhavener Einzelhandels wie folgt dar:

Abbildung 8: Standortstrukturmodell



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftszentrum“

Dieser Zentrentyp zeichnet sich idealtypisch durch folgende Merkmale aus:

- 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 einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen

Entsprechend der vorangestellten Kriterien wird der **Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich** als **zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftszentrum“** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung⁶³ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Stadtteilzentrum“

Dieser Zentrentyp zeichnet sich idealtypisch durch folgende Merkmale aus:

- Versorgungsfunktion für den jeweiligen Stadtteil, in einzelnen Teilsortimenten auch darüber hinaus; gegenüber dem zuvor beschriebenen Zentrentyp weist es ein deutlich geringeres Angebot an Einzelhandel und Dienstleistungen auf;
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurzfristigen Bedarfsbereich – teilweise mit Wettbewerbssituationen,
- i. d. R. unvollständige Einzelhandelsangebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich, Wettbewerbssituation fehlt überwiegend,
- möglichst differenziertes einzelhandelsnahes Dienstleistungsangebot (Ärzte, Gastronomie, Friseure, Reisebüro etc.), Wettbewerbssituation teilweise gegeben.

Der zentrale Bereich Schillerstraße wird als **zentraler Versorgungsbereich „Stadtteilzentrum Lotsenviertel“** mit primär teilräumlicher, stadtteilbezogener Bedeutung definiert. Er ist damit gemäß den durch die Rechtsprechung⁶⁴ entwickelten Kriterien als Nebenzentrum einzustufen. Die mikrostandortbezogenen Rahmenbedingungen des Angebotsstandortes erfüllen die funktionalen und städtebaulichen Voraussetzungen, um das Stadtteilzentrum Lotsenviertel als bauplanungsrechtlich schützenswerten zentralen Versorgungsbereich zu qualifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich „Nahversorgungszentrum“

Dieser Zentrentyp zeichnet sich idealtypisch durch folgende Merkmale aus:

- Versorgungsfunktion für den Stadtteil beziehungsweise umliegende Wohnsiedlungsbereiche,

⁶³ „'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 7.4.

⁶⁴ vgl. u. a. OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05, bestätigt durch BVerwG, Urt. v. 11.10.2007 – 4 C 7.07 sowie BVerwG, Urt. v. 17.12.2009 – 4 C 1.08 & 4 C 2.08. Zudem Erwähnung in BT.-Drucksache 16/2496 (EAG Bau 2004): S. 11

- Vorhandensein mindestens eines strukturprägenden Betriebes des kurzfristigen Bedarfsbereiches (v. a. im Lebensmittelbereich), ergänzende kleinflächige Anbieter und Randsortimente aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich; hinsichtlich der gesamten Warenpalette lückenhaft und wenig differenziert,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- geringes beziehungsweise eingeschränktes Dienstleistungsangebot,
- vereinzelt Gastronomie.

Die zentralen Bereiche Altenwalde und Duhnen können entsprechend der vorangestellten Kriterien als **zentrale Versorgungsbereiche** „Nahversorgungszentrum Duhnen“ und „Nahversorgungszentrum Altenwalde“ mit einer stadtteilweiten beziehungsweise quartiersbezogenen Bedeutung definiert werden.

Solitäre Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in **städtebaulich integrierter Lage**, an denen zumindest ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden fußläufigen Nahversorgung der Cuxhavener Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche (Hauptgeschäftszentrum, Stadtteilzentrum Lotsenviertel sowie Nahversorgungszentren Altenwalde und Duhnen) geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung im Sinne von § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (im Sinne einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnah Grundversorgung der Bevölkerung auswirken.

Im Cuxhavener Stadtgebiet sind aktuell folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- Bei der Kirche im Stadtteil Döse (derzeit Nah und Frisch),
- Brockeswalder Chaussee im Stadtteil Süder- und Westerwisch (derzeit Lidl),
- Feldweg im Stadtteil Döse (derzeit Edeka und Lidl),
- Heinrich-Grube-Weg im Stadtteil Döse (derzeit Aldi),
- Schneidemühlplatz im Stadtteil Süder- und Westerwisch (derzeit Leerstand, vormals Penny),
- Spanger Straße im Stadtteil Sahlenburg (derzeit Edeka),
- St.-Annen-Weg im Stadtteil Altenbruch (derzeit Edeka),
- Strichweg im Stadtteil Döse (derzeit Netto Marken-Discount).

Sonstige Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels qualifizieren sich jene Standorte in **städtebaulich nicht-integrierter Lage**, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen – primär für Pkw-orientierte Kundschaft – der ergänzenden Grundversorgung der Cuxhavener Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Da sie aber aufgrund ihrer Lage **keinen Beitrag zur ergänzenden fußläufigen Nahversorgung leisten**, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

Im Cuxhavener Stadtgebiet sind folgende Angebotsstandorte als sonstige Grundversorgungsstandorte in städtebaulich nicht-integrierter Lage zu definieren⁶⁵:

- Brockeswalder Chaussee im Stadtteil Süder- und Westerwisch (derzeit Combi, Aldi und Netto Marken-Discount),
- Grodener Chaussee im Stadtteil Cuxhaven (derzeit Lidl und Aldi),
- Grodener Mühlenweg im Stadtteil Groden (derzeit Penny)

Ergänzungsstandorte

Dieser Angebotsstandort zeichnet sich idealtypisch durch folgende Merkmale aus:

- gesamtstädtische(s) und überörtliche(s) Einzugsgebiet/Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- in der Regel kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Entsprechend den vorangestellten Kriterien können mit den Standortagglomerationen **Grodener Chaussee/Papenstraße** und **Abschnede** zwei Angebotsstandorte im Cuxhavener Stadtgebiet als Ergänzungsstandorte, insbesondere auch zur Ansiedlung großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, definiert werden.

Touristische Angebotsschwerpunkte

Zusätzlich zu den zuvor benannten Standorten definiert das Standortstrukturmodell für die Stadt Cuxhaven sogenannte **touristische Angebotsschwerpunkte**. Bei diesen Angebotsstandorten handelt es sich um Bereiche, die insbesondere in Bezug auf die einzelhandelsrelevante Tourismusfunktion Cuxhavens eine wichtige Versorgungsfunktion übernehmen (sogenannter „Cuxhavener Tourismusladen“).

⁶⁵ Aus konzeptioneller Sicht fallen hierunter explizit nicht die Lebensmittelbetriebe an den Standortagglomerationen Grodener Chaussee/Papenstraße und Abschnede, da es sich bei diesen Angebotsstandorten aufgrund des konzentrierten Einzelhandelsangebotes um eine eigenständige Standortkategorie im Rahmen des Standortstrukturmodells handelt (siehe hierzu sog. Ergänzungsstandorte).

Als „Cuxhavener Tourismusladen“ sind kleinteilige Einzelhandelsbetriebe mit **zentrenrelevantem Kernsortiment** und **touristischem Angebotsschwerpunkt** sowie einer Gesamtverkaufsfläche **von bis zu maximal 100 m²** zu definieren⁶⁶

Bei den vorgenannten Betrieben handelt es sich – insbesondere auch unter Berücksichtigung des rechtlich geforderten Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche – ausschließlich um kleinteilige, überwiegend inhabergeführte Betriebe, die über einen Angebotsschwerpunkt in den Sortimenten **Bekleidung** (insbesondere T-Shirts, Basecaps, Badebekleidung), **Bücher** (insbesondere Stadtpläne, Reiseführer, cuxhavenbezogene Literatur), **Fotoartikel**, **Glas/Porzellan/Keramik** (insbesondere (Namens-)tassen, Fingerhüte), **Heimtextilien** (insbesondere Strandtücher), **Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme** (insbesondere Strandtaschen, Regenschirme), **Spielwaren** (insbesondere Lenkdrachen, Strandspielzeug) sowie **Papier/Büroartikel/ Schreibwaren** (insbesondere Postkarten, Briefmarken) verfügen.

Merkmale dieser Angebotsstandorte sind:

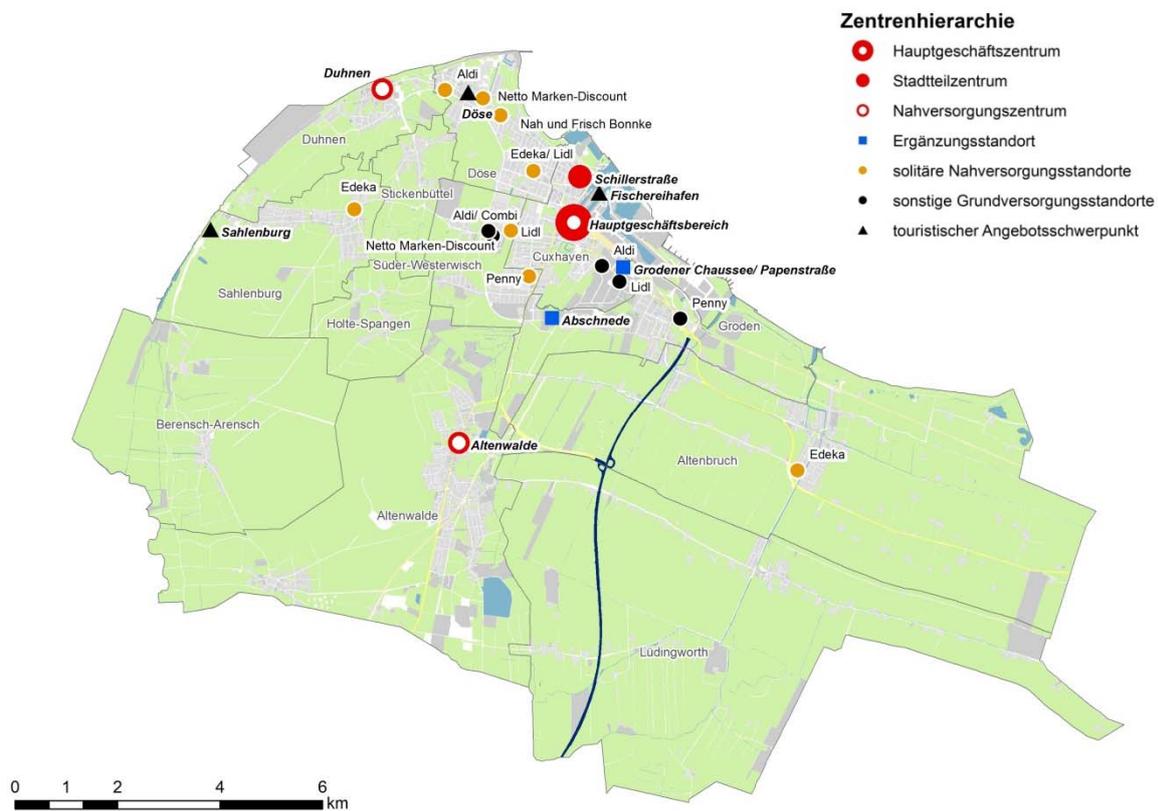
- Versorgungsfunktion insbesondere im touristischen Angebotsbereich,
- kleinteilige, einzelhandelsrelevante Angebote im überwiegend nahversorgungsrelevanten- und mittelfristigen Bedarfsbereich;
- Konzentration an Gastronomiebetrieben (Restaurants und Mitnahmegastronomie)

Entsprechend den vorangestellten Kriterien können mit den Angebotsstandorten **Alter Fischereihafen, Döse und Sahlenburger Strand** drei Angebotsstandorte im Cuxhavener Stadtgebiet als touristische Angebotsschwerpunkte, insbesondere auch zur weiteren Ansiedlung touristischer Einzelhandelsangebote, definiert werden.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche im Cuxhavener Stadtgebiet stellt sich wie folgt dar:

⁶⁶ Die Beschränkung der Gesamtverkaufsfläche auf **maximal 100 m²** ergibt sich aus der aktuellen durchschnittlichen Betriebsgröße in den stark touristisch geprägten Stadtteilen Sahlenburg, Döse und Duhnen (ohne Berücksichtigung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe), die derzeit bei knapp 60 m² pro Betrieb liegt. Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung April/Mai 2013

Karte 16: Perspektivische Standortstruktur in Cuxhaven



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis;
Inklusive des zum Jahresende 2013 geschlossenen Lebensmitteldiscounters Penny am Schneidemühlplatz.

7.4 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche (unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven) dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 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

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt/Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁶⁷ Dabei kann es innerhalb einer Kommune

⁶⁷ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁶⁸

Ergänzungsstandorte 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.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁶⁹ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und/ oder städtebaulichen Konzeptionen (wie zum Beispiel dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein, womit auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium darstellt.

Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche

Mittlerweile auch weitgehend geklärt ist die Frage, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind⁷⁰. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition der zentralen Versorgungsbereiche (unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven) im Rahmen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung/Entwicklung einer funktional gegliederten Zentrenhierarchie unter besonderer Berücksichtigung der (historisch) gewachsenen Zentrenstrukturen.

Wichtige **Abgrenzungskriterien** der zentralen Versorgungsbereiche sind der Besitz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die zum Beispiel auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung der zentralen Versorgungsbereiche ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um

⁶⁸ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

⁶⁹ 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, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

⁷⁰ Eine wichtige Grundlage bietet in Rheinland Pfalz diesbezüglich die „Arbeitshilfe zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche“ vom Büro Dr. Donato Acocella, Stadt- und Regionalentwicklung, Lörrach, 2009

die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben **funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche** heran zu ziehen sind.

Funktionale Kriterien:

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

Städtebauliche Kriterien

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

Darüber hinaus müssen bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungsbeziehungsweise Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereichs stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung beziehungsweise Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung beziehungsweise 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.

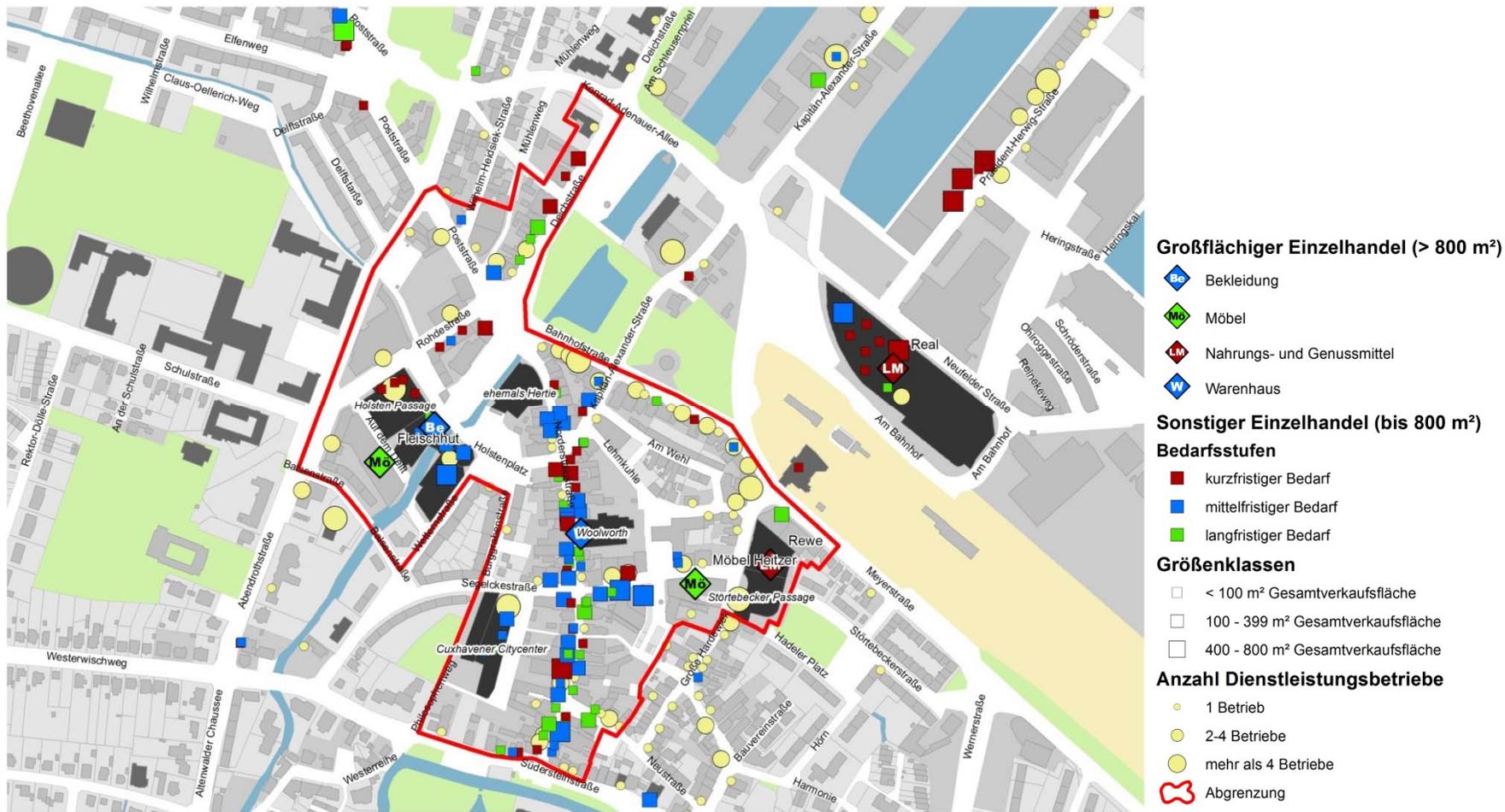
In den folgenden Karten werden die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Cuxhaven auf mikroräumlicher Ebene möglichst parzellenscharf abgegrenzt. Die Abgrenzungen wurden auf Basis der vorgestellten Kriterien vorgenommen und sind als klarer räumlicher Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“) heranzuziehen.

7.4.1 Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven

Das Hauptgeschäftszentrum der Stadt Cuxhaven ist sowohl unter qualitativen (städtebaulichen) als auch unter quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort im

Stadtgebiet. Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Kriterien lässt sich der zentrale Versorgungsbereich wie in Karte 17 dargestellt abgrenzen:

Karte 17: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013
 Inklusive des zum Jahresende 2013 geschlossenen Lebensmittelvollsortimenters Rewe in der Störtebecker Passage.

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches **Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven** wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Neben der als Hauptlage zu qualifizierenden Nordersteinstraße umfasst der zentrale Versorgungsbereich zahlreiche Nebenlagen (Segelckestraße, Deichstraße, Poststraße, Rohdestraße, Johannes-Gutenberg-Straße, Holstenplatz, Neustraße, Bahnhofstraße und Große Hardewiek). In allen Einkaufslagen ist ein überwiegend kleinteiliger Einzelhandelsbesatz, der sich zu nahezu gleichen Teilen aus filialisierten und inhabergeführten Fachgeschäften zusammensetzt, vorhanden. Insbesondere in den Randbereichen des zentralen Versorgungsbereiches ist die Einzelhandelsnutzung verstärkt von Gastronomie- und sonstigen Dienstleistungsangeboten durchsetzt.

Das städtebauliche Rückgrat des Cuxhavener Hauptgeschäftszentrums wird von der bereits als Hauptlage eingeführten Nordersteinstraße gebildet. Bei den hier lokalisierten Bebauungsstrukturen handelt es sich entweder um reine Einzelhandelsimmobilien (beispielsweise Woolworth) oder um gemischt genutzte Wohn- und Geschäftsimmobilien die im Erdgeschoss über entsprechende Ladenlokale für den überwiegend kleinteiligen Einzelhandel verfügen. Leerstände spielen in diesem Bereich nur eine sehr untergeordnete Rolle und bewegen sich (unter rein quantitativen Gesichtspunkten) im Rahmen der üblichen Fluktuation.

Durch die Realisierung des Einkaufszentrums im nördlichen Bereich der Nordersteinstraße wird diese Einzelhandelslage zusätzlich aufgewertet und die Ausstrahlungskraft und Attraktivität des Cuxhavener Hauptgeschäftszentrums, auch im Wettbewerb zu sonstigen Angebotstandorten im Stadtgebiet, weiter erhöht. Im Zusammenspiel mit der südwestlich gelegenen Holsten-Passage wird dieser Bereich zukünftig den einzelhandelsseitigen Angebotsschwerpunkt sowie den städtebaulichen Mittelpunkt des Cuxhavener Hauptgeschäftszentrums bilden.

Begrenzt wird der zentrale Versorgungsbereich von der Abendrothstraße (B 73) im Westen, der Konrad-Adenauer-Allee und der Bahnhofstraße im Norden, der Störtebecker Passage und der Große Hardewiek im Osten sowie der Südersteinstraße im Süden. Soweit reine Wohnquartiere in diesen Bereich hineinragen, die sich in Gänze aus Wohn- sowie einzelnen Büroimmobilien zusammensetzen, sind diese – mangels einzelhandelsrelevanter Entwicklungsmöglichkeit – nicht dem zentralen Versorgungsbereich zugeschlagen worden (so beispielsweise die Baublöcke zwischen Südersteinstraße und Holstenplatz oder die Wohnsiedlungsgebiete rund um die Wilhelm-Heidsiek-Straße).

Ebenfalls außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches befinden sich die Flächen rund um das Cuxhavener Bahnhofsgelände, die sich daran nördlich anschließenden Einzelhandelsflächen des SB-Warenhauses Real sowie die Flächen zwischen Bahnhofstraße und Konrad-Adenauer-Allee. Insbesondere bei den beiden erstgenannten Flächen ist zum jetzigen Zeitpunkt eine funktionale und städtebauliche Verbindung in das Hauptgeschäftszentrum, und hier insbesondere in die Nordersteinstraße, nicht gegeben. Durch die Trennwirkung der nördlich des Hauptgeschäftszentrums verlaufende Bundesstraße B 73 (Konrad-Adenauer-Allee/Meyerstraße) und die Stellplatzflächen des SB-Warenhauses ist eine fußläufige Verbindung (auch über die Flächen des alten Bahnhofsgeländes) nicht vorhanden.

Zudem stellt die Ausklammerung dieser Flächen eine bewusste stadtplanerische und stadt-

entwicklungspolitische Entscheidung dar, die darauf abzielt, zukünftige Einzelhandelsentwicklungen, insbesondere auch großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten, auf den Kern des Hauptgeschäftszentrums zu konzentrieren⁷¹. Diesbezüglich sind vor allem auch die Leerstände im Cuxhavener City Center sowie in der Störtebecker Passage in den Blick zu nehmen und mittel- bis langfristig einer neuen Nutzung zuzuführen. Bereits diese Leerstände zeigen, dass eine weitere Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsflächen in den Randbereichen des Cuxhavener Hauptgeschäftszentrums der Attraktivität und Prosperität der historisch gewachsenen Innenstadt abträglich wären. Die Realisierung zusätzlicher (großvolumiger) Einzelhandelsbausteine in diesen Bereichen birgt hingegen die Gefahr, einen räumlich isolierten Angebotsstandort zu erzeugen, der – aufgrund seiner fehlenden funktionalen Anbindung – die vorhandenen Versorgungsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich negativ beeinträchtigt.

Auch aus gutachterlicher Sicht liegt mit dieser Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven eine ausreichende Dimensionierung vor, die zugleich zukünftig wünschenswerte Ausweitungen zentrenrelevanter Angebote ermöglicht. Eine darüber hinausgehende räumliche Ausdehnung (beispielsweise in Richtung Bahnhof und darüber hinaus) sollte vermieden werden, um die vorhandenen kompakten Einzelhandelsstrukturen zu bewahren und die bereits heute im Hauptgeschäftszentrum vorhandenen großflächigen Leerstände einer neuen Nutzung zuzuführen.

Nicht zuletzt die Realisierung des Einkaufszentrums am nördlichen Ende der Nordersteinstraße zeigt eindrucksvoll, dass großvolumige Einzelhandelsbausteine auch in baulich kompakten Strukturen durchaus möglich und im Hinblick auf eine städtebauliche Integration in die bestehenden innerstädtischen Strukturen wünschenswert sind.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Oberstes Ziel ist die Sicherung und langfristige Stärkung der innerstädtischen Versorgungsfunktion durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen Einzelhandels, in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich.

Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Sicherung und Ausbau als Hauptgeschäftszentrum der Stadt Cuxhaven mit einer Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet sowie den mittelzentralen Einzugsbereich
- Sicherung der Grundversorgung für die Bevölkerung des zentralen Stadtbereiches
- Sicherung eines funktionsfähigen und attraktiven Hauptgeschäftszentrums (auch im Hinblick auf die Multifunktionalität und städtebauliche Qualität)

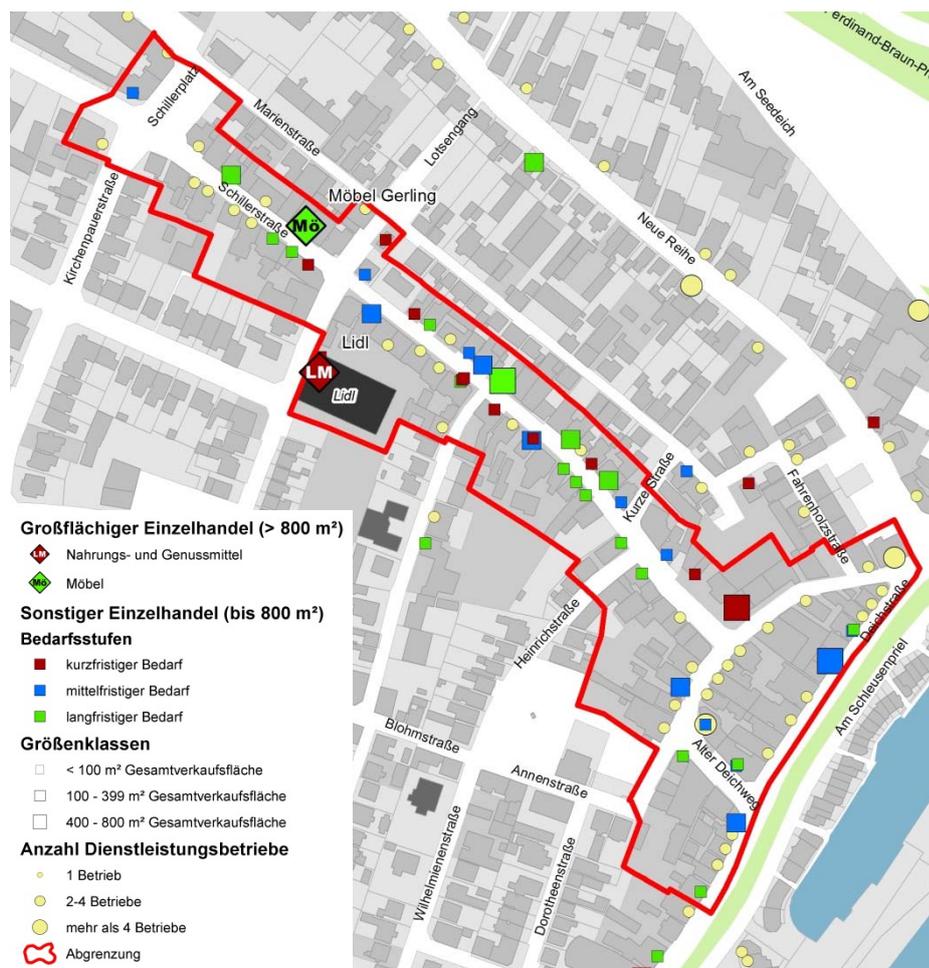
⁷¹ Die Nachnutzung der ehemaligen Hertie-Immobilie durch das projektierte und derzeit im Bau befindliche Einkaufszentrum am nördlichen Ende der Nordersteinstraße stellt einen ersten, sehr wichtigen Schritt in diese Richtung dar.

- qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots, insbesondere in den zentrumsprägenden Leitbranchen; weitere Ansiedlung ergänzender Dienstleistungsbetriebe und Gastronomieangebote zur Stärkung der Nutzungsmischung
- Wieder- und/oder Umnutzung der leerstehenden Ladenlokale in der Störtebecker Passage und im Cuxhavener City Center sowie stadtgestalterische Anbindung dieser Einzelhandelsmagneten an die Nordersteinstraße

7.4.2 Stadtteilzentrum Lotsenviertel

Das Stadtteilzentrum Lotsenviertel befindet sich rund 400 m nordwestlich des Cuxhavener Hauptgeschäftszentrums, wobei es sich hauptsächlich bandförmig entlang der Schillerstraße erstreckt. Ergänzende Einzelhandelslagen befinden sich an der Deichstraße und am Alten Deichweg. Unter Berücksichtigung des aktuellen Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes sowie der städtebaulichen und funktionalen Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche stellt sich die Abgrenzung wie in Karte 18 dargestellt dar:

Karte 18: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Lotsenviertel



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

Der sich auf einer Länge von insgesamt rund 500 m erstreckende zentrale Versorgungsbe-

reich Stadtteilzentrum Lotsenviertel wird im Nordosten durch den Schillerplatz sowie im Südwesten durch die Deichstraße begrenzt. Die hier lokalisierten Einzelhandelsbetriebe setzen sich aus Warengruppen aller Bedarfsstufen zusammen, wobei ein deutlicher Angebotschwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich zu erkennen ist. Die wohnungsnah Grundversorgung im zentralen Versorgungsbereich wird durch den strukturprägenden Lebensmittel-discounter Lidl gewährleistet. Als weiterer strukturprägender Magnetbetrieb ist der ebenfalls großflächige Anbieter Möbel Gerling zu identifizieren, der im Gegensatz zu vielen sonstigen Angeboten des Stadtteilzentrums eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion aufweist.

Der innerhalb der Schillerstraße sehr dichte Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz nimmt jeweils zu den Rändern des zentralen Versorgungsbereiches deutlich ab, so dass eine weitere Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches, insbesondere im Hinblick auf den Erhalt und die Stärkung des jetzigen Angebotes nicht zu empfehlen ist. Die hohe Anzahl an leerstehenden Ladenlokalen rund um Alter Deichweg und Deichstraße sind dagegen ein erstes Indiz für den zunehmenden Wettbewerbs- und Konkurrenzdruck auf die hier ansässigen Einzelhandelsbetriebe. Eine weitere räumliche Ausdehnung der Einzelhandelsnutzung ist demnach – insbesondere im Hinblick auf die wirtschaftliche Tragfähigkeit der einzelnen Anbieter sowie die städtebauliche Kompaktheit des Stadtteilzentrums – nicht zu empfehlen.

Insofern muss es das Ziel sein, dass derzeitige Einzelhandelsangebot in der Schillerstraße, insbesondere auch in der Abgrenzung zum Cuxhavener Hauptgeschäftszentrum zu konsolidieren und punktuell zu ergänzen beziehungsweise zu erweitern. Die bereits heute vorhandenen Angebote des sehr kleinteiligen, inhabergeführten Facheinzelhandels ergänzen die Angebote im Hauptgeschäftszentrum nahezu in idealtypischer Weise und machen – zusammen mit der städtebaulich hochwertigen und ansprechenden Gestaltung der Schillerstraße – den Flair dieses zentralen Versorgungsbereiches aus. Wünschenswert wäre zudem ein ergänzender Angebotsbaustein in der Warengruppe Gesundheit- und Körperpflege.

Aus gutachterlicher Sicht muss es daher das Ziel sein, den inhabergeführten zentrenrelevanten Einzelhandel im Stadtteilzentrum Lotsenviertel zu schützen, da dieser im Wesentlichen die Attraktivität und Versorgungsqualität des zentralen Versorgungsbereiches – insbesondere auch in Abgrenzung zum Cuxhavener Hauptgeschäftszentrum – ausmacht. Die vorliegende Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches trägt dazu bei, die kompakten, kleinteiligen Einzelhandelsstrukturen zu erhalten und, soweit dies notwendig (und möglich) ist, weiter zu entwickeln.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

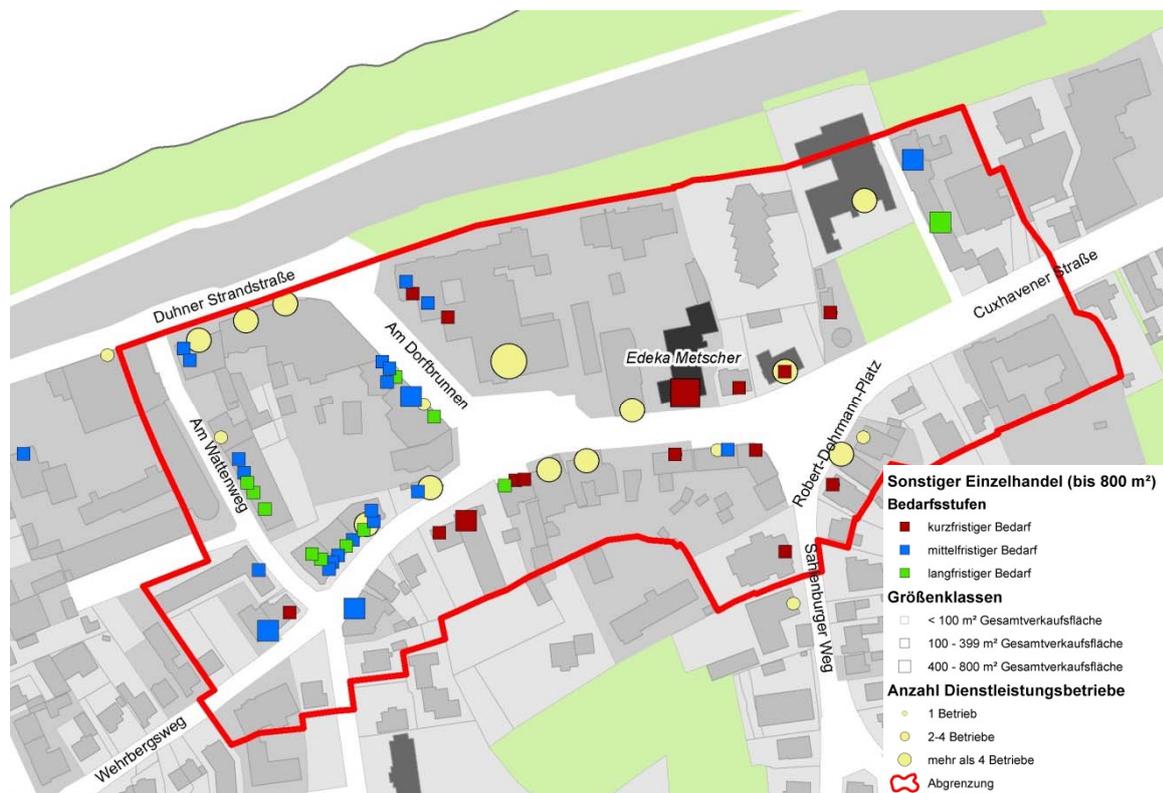
- Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion als Stadtteilzentrum und Erhalt der wohnungsnahen Grundversorgung; wenn möglich Ausbau des einzelhandelsrelevanten Angebotes in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege.
- Beibehaltung und Profilierung einer attraktiven Nutzungsmischung bestehend aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie
- Sicherung eines vielfältigen Angebots über alle Bedarfsstufen unter Beibehaltung der kompakten Angebotsstrukturen

- Wieder- und/oder Umnutzung der leerstehenden Ladenlokale im Stadtteilzentrum, um die vorhandenen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Qualitäten des zentralen Versorgungsbereiches nicht zu gefährden

7.4.3 Nahversorgungszentrum Duhnen

Die Abgrenzung des Nahversorgungszentrums Duhnen umfasst den Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz entlang von Cuxhavener Straße und Wehrbergsweg sowie entlang der hiervon abzweigenden Straßen Am Dorfbrunnen und Am Wattenweg.

Karte 19: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Duhnen



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

Insbesondere aufgrund des direkten Zugangs zum Wattenmeer wird der gesamte Stadtteil Duhnen sehr stark von Betrieben des Hotellerie- und Gastronomiegewerbes geprägt. Gleiches gilt für den zentralen Versorgungsbereich, in dem eine Vielzahl von tourismusorientierten Dienstleistungsangeboten ansässig ist. Auch das hier lokalisierte Einzelhandelsangebot ist in erster Linie auf die Versorgung der Tages- und Übernachtungsgäste ausgerichtet: Strukturprägend sind kleinteilige Einzelhandelsbetriebe mit Angeboten des mittelfristigen Bedarfs. Die Nahversorgung der Einwohner und Touristen wird über den zentral im Nahversorgungszentrum Duhnen gelegenen Lebensmittelmarkt Metscher sichergestellt.

Der räumliche Angebotsschwerpunkt des zentralen Versorgungsbereiches befindet sich in dem Baublock der von Wehrbergsweg, Am Wattenweg, Duhner Strandstraße und Am Dorfbrunnen umschlossen wird.

Aufgrund seiner touristischen Angebotspotenziale sowie der räumlichen Lage entfaltet der zentrale Versorgungsbereich in Duhnen eine hohe Ausstrahlungskraft und übernimmt zugleich insbesondere für die Bewohner und Übernachtungsgäste im Stadtteil eine wichtige, nahversorgungsrelevante Versorgungsfunktion. Diese gilt es im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches zu sichern und (soweit möglich) zu stärken.

Die vorgenommene Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sichert dabei die bestehenden städtebaulichen Strukturen und ermöglicht zugleich eine behutsame Entwicklung des bestehenden Angebotes.

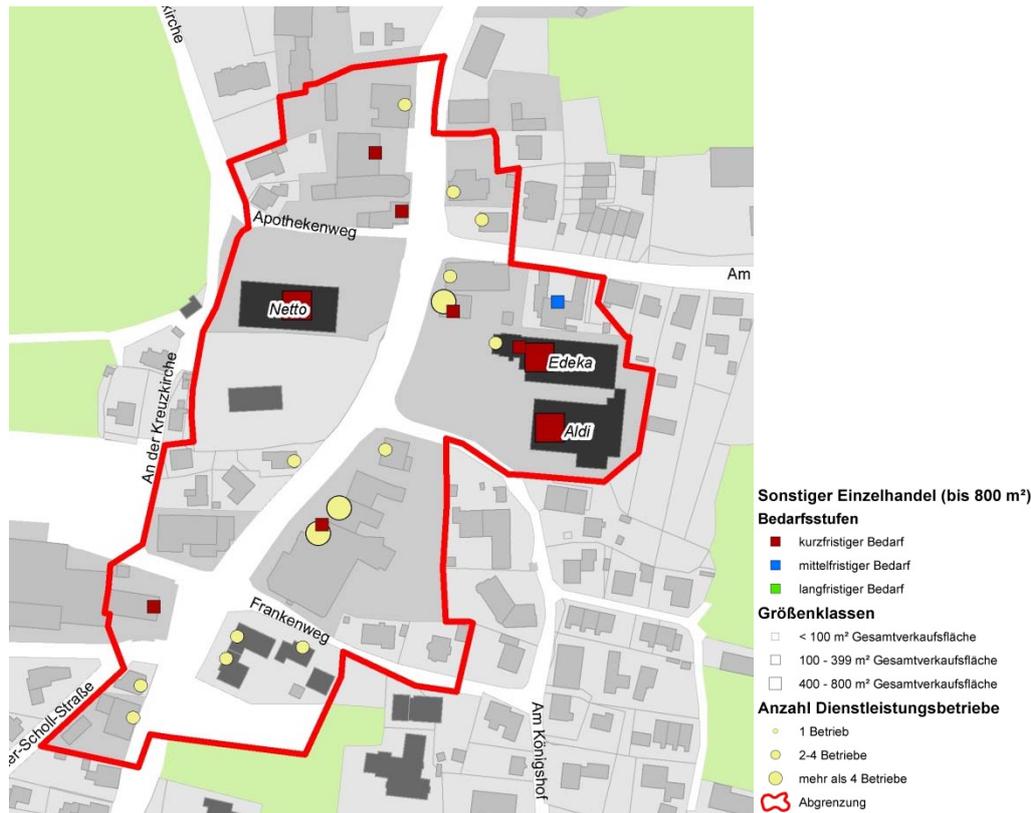
Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung der (Nah-)Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche im Stadtteil Duhnen sowie für die Tages- und Urlaubsgäste
- Sicherung und (soweit notwendig) Ausbau der touristischen Angebotspotenziale, insbesondere in regelmäßig von Touristen nachgefragten Warengruppen (Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren, Sport und Freizeit, Papier/Schreibwaren/Bücher, Uhren/Schmuck)
- Sicherung und (soweit notwendig) Ausbau der nahversorgungsrelevanten Dienstleistungsangebote sowie der Gastronomieangebote

7.4.4 Nahversorgungszentrum Altenwalde

Das Nahversorgungszentrum Altenwalde erstreckt sich entlang der Hauptstraße auf einer Länge von knapp 350 m, zwischen den Einzelhandelsnutzungen nördlich der Straße Am Altenwalder Bahnhof im Norden sowie der Straße Zur Burg im Süden. Die Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches stellt sich unter Berücksichtigung städtebaulicher und funktionaler Kriterien wie folgt dar:

Karte 20: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Altenwalde



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelerhebung, April/Mai 2013

Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums wird im Wesentlichen durch die hier ansässigen strukturprägenden Lebensmittelbetriebe Edeka, Aldi und Netto Marken-Discount determiniert. Damit ist die nahversorgungsrelevante Versorgung der Einwohner im Stadtteil Altenwalde als umfangreich und gesichert zu bewerten. Ergänzt wird das Angebot der zuvor benannten Betriebe durch kleinteilige nahversorgungsrelevanten Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe.

Durch die Geschäftsaufgabe des Textildiscounters KIK und die insolvenzbedingte Aufgabe der Firma Schlecker stehen derzeit größere Einzelhandelsflächen im zentralen Versorgungsbereich leer. Das Angebot in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege wird ausschließlich über das Randsortimentsangebot der zuvor benannten Lebensmittelanbieter sichergestellt.

Ein aktueller Handlungsbedarf zur Aufwertung des einzelhandelsrelevanten Angebotes im Nahversorgungszentrum Altenwalde ist somit allenfalls in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege gegeben. Hinsichtlich der sonstigen Angebote ist eine Konsolidierung, allenfalls eine behutsame Angebotsarrondierung, zu empfehlen.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

- Sicherung der (Nah-)Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche und die Einwohner des Stadtteils Altenwalde

- soweit möglich: Erhöhung der funktionalen Dichte durch Ansiedlung und Ausbau ergänzender nahversorgungsrelevanter Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe; wenn möglich Ausbau des einzelhandelsrelevanten Angebotes in der Warengruppe Gesundheit und Körperpflege.

7.4.5 Touristische Angebotsschwerpunkte

Die bestehende Nutzungsmischung aus Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie und Kultur an den Standorten Alter Fischereihafen, Döse und Sahlenburger Strand stellt einen weiteren Baustein der gesamtstädtischen Versorgungsstruktur, insbesondere hinsichtlich der touristischen Nachfrage, dar. An allen drei Standorten stehen kulturelle und dienstleistungsorientierte Angebote (insbesondere Hotel- und Gastronomiebetriebe) deutlich im Vordergrund, wobei an allen Standorten auch einzelhandelsrelevante Angebote mit insbesondere nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten lokalisiert sind.

Während sich die einzelhandelsrelevanten Angebote in Döse und Sahlenburger Strand ausschließlich aus kleinteiligen, überwiegend auf die touristische Nachfrage ausgerichteten Betrieben zusammensetzen, sind im Bereich des Alten Fischereihafens darüber hinaus auch größere Betriebseinheiten lokalisiert, die überwiegend über ein **preisorientiertes Angebot** in den Warengruppen **Bekleidung** sowie **Schuhe/Lederwaren** verfügen (sogenannte **Outlet-Märkte** beziehungsweise **Outlet-Angebote**, vgl. hierzu auch Kapitel 5.3.7). Aufgrund der räumlichen Nähe sowie der Sortimentsüberschneidung mit dem innerstädtischen Einzelhandel stellen insbesondere die zentrenrelevanten Angebote am letztgenannten Standort eine wesentliche Konkurrenz für die Einzelhandelsbetriebe im Hauptgeschäftszentrum dar.

Im Hinblick auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung der drei Standortbereiche Alter Fischereihafen, Döse und Sahlenburger Strand ist eine funktionale Ergänzung des Einzelhandelsangebotes in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere des Hauptgeschäftszentrums) zu empfehlen, um in erster Linie die Versorgungsfunktion der zentralen Versorgungsbereiche im Stadtgebiet nicht zu beeinträchtigen beziehungsweise zu gefährden.

Dementsprechend bietet sich an den Standorten Alter Fischereihafen, Döse und Sahlenburger Strand ausschließlich die Ansiedlung ergänzender Dienstleistungs-, Gastronomie- und Kulturbetriebe sowie (entsprechend dem derzeit bereits vorhandenen einzelhandelsrelevanten Angebot) die Ansiedlung kleinteiliger, nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe mit einem touristischen Angebotsschwerpunkt an.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Als Entwicklungsziele und -empfehlungen für die touristischen Angebotsschwerpunkte Alter Fischereihafen, Döse und Sahlenburger Strand lassen sich folgende Aussagen formulieren:

- Sicherung und Entwicklung der touristischen Angebotspotenziale, insbesondere in Ergänzung zu den Angeboten des Cuxhavener Hauptgeschäftszentrums
- Beschränkung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung auf Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sowie auf kleinteilige Einzelhandelsbe-

triebe mit einem touristischen Angebotsschwerpunkt (sogenannter „Cuxhavener Tourismusladen“, Definition siehe unter anderem Kapitel 7.3).

7.5 Ergänzungsstandorte

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen in der Stadt Cuxhaven zwei weitere räumliche Angebotsschwerpunkte. Hierbei handelt es sich um städtebaulich nicht-integrierte Standorte mit überwiegend großflächigen Angebotsformen (Grodener Chaussee/Papenstraße und Abschnede). Die räumliche Ausdehnung dieser Ergänzungsstandorte sowie ihre zukünftige Funktion in Bezug auf die einzelhandelsrelevante Entwicklung stellen sich wie folgt dar.

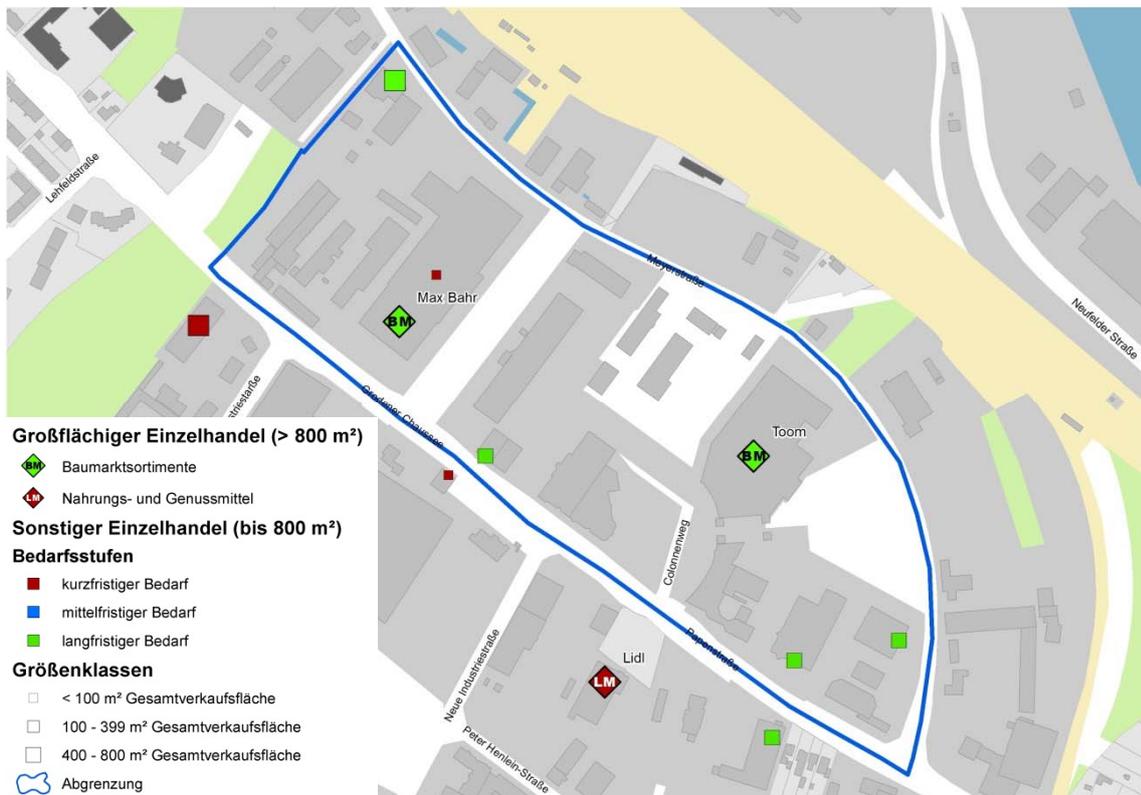
7.5.1 Ergänzungsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße

Vor dem Hintergrund des Entwicklungsleitbildes einer räumlich funktionalen Gliederung mit einer sinnvollen Arbeitsteilung der Angebotsstandorte untereinander, übernimmt der Ergänzungsstandort „Grodener Chaussee/Papenstraße“ die Funktion eines zentrenverträglichen Ergänzungsstandortes für insbesondere großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Dabei ist darauf zu achten, dass die Weiterentwicklung des Angebotsstandortes in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Cuxhaven – insbesondere des Hauptgeschäftszentrums – geschieht. So darf eine einzelhandelsrelevante Angebotsausweitung an diesem Standort weder zu Lasten der rechtlich schützenswerten zentralen Versorgungsbereiche noch zu Lasten der sonstigen Versorgungsstrukturen im Cuxhavener Stadtgebiet, insbesondere der wohnungsnahen Grundversorgung gehen.

Grundsätzlich ist deshalb von einem Ausbau zentren- beziehungsweise nahversorgungsrelevanter Sortimente konsequent abzusehen. Eine Ergänzung und Erweiterung nicht-zentrenrelevanter Angebote ist jedoch möglich und vor dem Hintergrund einer räumlichen Konzentration dieses Angebotsbereiches auf bereits durch den Einzelhandel vorgeprägte Standorte einerseits sowie einer flächensparenden Stadtentwicklung andererseits zu befürworten. Der gesamte Standortbereich ist dementsprechend planungsrechtlich abzusichern⁷², wobei bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dabei grundsätzlich Bestandsschutz genießen.

⁷² Eine konzeptkonforme Überplanung des Ergänzungsstandortes ist bereits in weiten Teilen vollzogen worden. Gegebenenfalls bietet es sich an, die Festsetzungen der in diesem Bereich rechtskräftigen Bebauungspläne nochmals mit den Zielen und Grundsätzen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes abzugleichen.

Karte 21: Ergänzungsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013; Inklusive des aller Voraussicht nach spätestens zum 31. Januar 2014 schließenden Baumarktes Max Bahr.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Als Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Ergänzungsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße lassen sich folgende Aussagen formulieren:

- Sicherung und Entwicklung als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort für überwiegend großflächigen Einzelhandel (Fachmärkte) mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort) in funktionaler Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Cuxhaven und der wohnungsnahen Grundversorgung;
- kein weiterer Ausbau/keine zusätzliche Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment mit Blick auf die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven und der wohnungsnahen Grundversorgung (Veränderungen bestehender Betriebe ausschließlich im Rahmen des Bestandsschutzes);
- Umstrukturierungen und Ergänzungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment insbesondere in funktionaler Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven; Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß (Einzelfallprüfung).

7.5.2 Ergänzungsstandort Abschnede

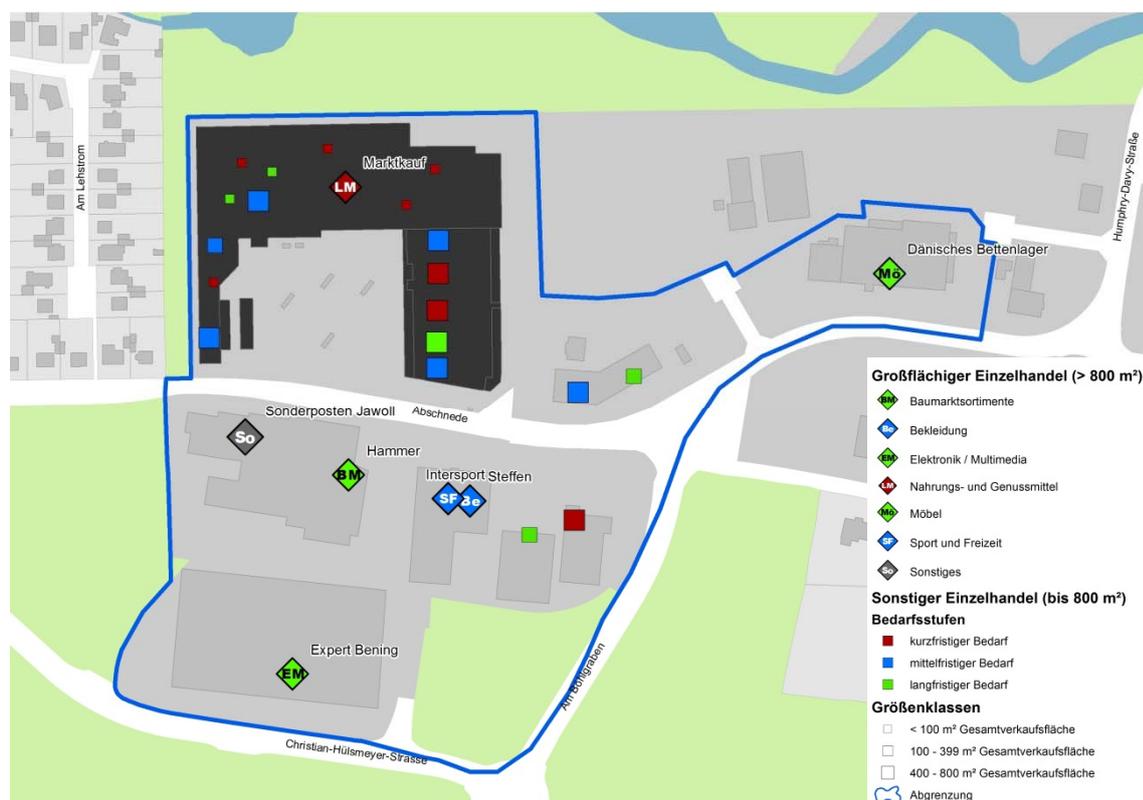
Vergleichbar zu den Entwicklungszielen für den Ergänzungsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße soll auch der Ergänzungsstandort Abschnede die Funktion eines zentrenverträglichen Ergänzungsstandortes für insbesondere großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (Fachmärkte) übernehmen; die Ziele zur räumlichen Konzentration großflächiger nicht-zentrenrelevanter Kernsortimentsanbieter (vgl. Kapitel 7.5.1) gelten entsprechend. Eine potenzielle Verkaufsflächenerweiterung des nicht-zentrenrelevanten Angebotes an diesem Standort wäre zum Beispiel durch die Umnutzung bestehender nahversorgungs- oder zentrenrelevanter Verkaufsflächen möglich.

Entgegen der konzeptionellen Zielsetzung lässt das aktuelle einzelhandelsrelevante Angebot am Ergänzungsstandort Abschnede eine Konzentration von zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten und Kernsortimentsanbietern erkennen. Insbesondere das Angebot in den Warengruppen Elektronik/Multimedia sowie Nahrungs- und Genussmittel ist von einigem Gewicht. Folglich ist auch für den Ergänzungsstandort Abschnede die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Kernsortimenten restriktiv zu handhaben, um insbesondere die einzelhandelsrelevante Versorgungsfunktion der im Stadtgebiet lokalisierten zentralen Versorgungsbereiche zu erhalten sowie mittel- bis langfristig weiterentwickeln zu können⁷³.

Dagegen ist insbesondere der Ausbau bestehender beziehungsweise die Ansiedlung zusätzlicher Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment zu favorisieren, wobei insbesondere hinsichtlich möglicher nahversorgungs- und zentrenrelevanter Randsortimente der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche sowie der wohnungsnahen Grundversorgung zu gewährleisten ist.

⁷³ Veränderungen bestehender Betriebe (mit nahversorgungs- oder zentrenrelevantem Kernsortiment) sind im Rahmen des bauordnungs- und bauplanungsrechtlichen Bestandsschutzes zu beurteilen.

Karte 22: Ergänzungsstandort Abschnede



Quelle: eigene Darstellung auf Geodatenbasis; primärstatistische Einzelhandelserhebung, April/Mai 2013

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Als Entwicklungsziele und -empfehlungen für den Ergänzungsstandort Abschnede lassen sich folgende Aussagen formulieren:

- Sicherung und Entwicklung als zentrenverträglicher Ergänzungsstandort für überwiegend großflächigen Einzelhandel (Fachmärkte) mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment (Vorrangstandort) in funktionaler Ergänzung zu den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Cuxhaven und der wohnungsnahen Grundversorgung;
- kein weiterer Ausbau/keine zusätzliche Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevantem Kernsortiment mit Blick auf die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven und der wohnungsnahen Grundversorgung (Veränderungen bestehender Betriebe ausschließlich im Rahmen des Bestandsschutzes);
- Umstrukturierungen und Ergänzungen von Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment insbesondere in funktionaler Ergänzung zum zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven; Beschränkung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ein städtebaulich und versorgungsstrukturell verträgliches Maß (Einzelfallprüfung).

7.6 Solitäre Nahversorgungsstandorte

Da eine flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb Cuxhavens nicht ausschließlich durch die Angebote in den zentralen Versorgungsbereichen sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen, solitären Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken ab**. Das Ziel, eine möglichst flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung im gesamten Cuxhavener Stadtgebiet durch funktionsfähige zentrale Versorgungsbereiche sowie durch ergänzende Nahversorgungsstandorte zu sichern, besitzt eine hohe Priorität (vgl. hierzu auch Kapitel 7.2).

Siedlungsräumlich **integrierte Nahversorgungsstandorte** sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben dem zentralen Versorgungsbereich einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes in siedlungsräumlich integrierter Lage bezieht sich dabei **immer** auf seine **Funktion als Nahversorger** und nicht auf den Schutz bestehender Anbieter vor Wettbewerb.

Zum Erhebungszeitpunkt können in diesem Sinne in der Stadt Cuxhaven acht solitäre Nahversorgungsstandorte definiert werden:

- Bei der Kirche im Stadtteil Döse (derzeit Nah und Frisch),
- Brockeswalder Chaussee im Stadtteil Süder- und Westerwisch (derzeit Lidl),
- Feldweg im Stadtteil Döse (derzeit Edeka und Lidl),
- Heinrich-Grube-Weg im Stadtteil Döse (derzeit Aldi),
- Schneidemühlplatz im Stadtteil Süder- und Westerwisch (derzeit Leerstand, vormals Penny),
- Spanger Straße im Stadtteil Sahlenburg (derzeit Edeka),
- St.-Annen-Weg im Stadtteil Altenbruch (derzeit Edeka),
- Strichweg im Stadtteil Döse (derzeit Netto Marken-Discount).

Entwicklungsempfehlungen

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

- Der bestehende solitäre Nahversorgungsstandort **Bei der Kirche** ist unter heutigen Gesichtspunkten nicht mehr marktgerecht aufgestellt. Zum mittel- bis langfristigen Erhalt des Standortes ist eine behutsame Erweiterung des derzeitigen nahversorgungsrelevanten Angebotes zu empfehlen, um die dem Standort zukommende Versorgungsfunktion zu sichern; das zu versorgende Gebiet dieses Standortes umfasst weite Teile der nördlichen Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils Döse.
- Dem derzeit am solitären Nahversorgungsstandort **Brockeswalder Chaussee** ansässigen Lebensmitteldiscounter Lidl kommt im Wesentlichen eine Versorgungsfunktion für weite Teile des Stadtteils Süder- und Westerwisch sowie für die westlichen Sied-

lungsbereiche des Stadtteils Cuxhaven zu. Zur mittel- bis langfristigen Sicherung dieses Angebotsstandortes ist, insbesondere auch unter Berücksichtigung des wettbewerblichen Konkurrenzdrucks durch die ebenfalls an der Brockeswalder Chaussee allerdings in städtebaulich nicht-integrierter Lage lokalisierten Lebensmittelanbieter, eine maßvolle wettbewerbsmäßige Anpassung zu empfehlen.

- Die solitären Nahversorgungsstandorte am **Schneidemühlplatz** und am **Strichweg** sind aktuell kleinflächig aufgestellt und entsprechen nicht mehr marktüblichen Gegebenheiten⁷⁴. Eine Erweiterung dieser Anbieter am Bestandsstandort ist aufgrund der fehlenden räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sowie weiterer bauplanungs- und bauordnungsrechtlicher Restriktionen aller Voraussicht nach nicht gegeben. Da allerdings beiden Standorten eine wichtige Versorgungsfunktion für die sie direkt umgebenden Wohnsiedlungsbereiche zukommt, ist zu prüfen, an welchen Standorten in der näheren, fußläufigen Umgebung jeweils ein ergänzender Lebensmittelanbieter realisiert werden kann; das zu versorgende Gebiet des **Standortes Schneidemühlplatz** umfasst weite Teile der südlichen Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils Süder- und Westerwisch; das zu versorgende Gebiet des **Standortes Strichweg** erstreckt sich im Wesentlichen auf die zentral gelegenen Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils Döse.
- Für die solitären Nahversorgungsstandorte **Heinrich-Grube-Weg** und **St.-Annen-Weg** lassen sich aktuell keine unmittelbaren Handlungserfordernisse ableiten. Zur Standortsicherung können jedoch beide Standorte im Sinne einer wettbewerbsmäßigen Verkaufsflächenanpassung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion maßvoll erweitert werden; das zu versorgende Gebiet des **Standortes Heinrich-Grube-Weg** umfasst die westlichen Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils Döse sowie Teile des Stadtteils Stickenbüttel; das zu versorgende Gebiet des **Standortes St.-Annen-Weg** erstreckt über alle Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils Altenbruch.
- Die solitären Nahversorgungsstandorte **Feldweg** und **Spanger Straße** sind unter heutigen Gesichtspunkten wettbewerbs- und zukunftsfähig aufgestellt, aktuelle Handlungserfordernisse zur Erweiterung/Attraktivierung des bestehenden Angebotes sind nicht gegeben; das zu versorgende Gebiet des Standortes Feldweg umfasst die kompletten südöstlichen Siedlungsbereiche des Stadtteils Döse sowie nordwestliche Siedlungsbereiche des Stadtteils Cuxhaven; das zu versorgende Gebiet des Standortes Spanger Straße umfasst alle Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils Sahlenburg sowie Teilbereiche der Stadtteile Stickenbüttel und Holte-Spangen.

Eine Sicherung dieser bestehenden Standorte ist grundsätzlich – insbesondere vor dem Hintergrund der oben angeführten Zielsetzung – zu empfehlen. Darüber hinaus kann auch die perspektivische Entwicklung neuer beziehungsweise zusätzlicher nahversorgungsrelevanter Angebotsstandorte sinnvoll sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen und negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnungsnah Grundversorgung – im Rahmen einer Einzelfallprüfung – ausgeschlossen werden können.

⁷⁴ Zwischenzeitlich ist der Lebensmitteldiscounter Penny am Standort Schneidemühlplatz geschlossen worden.

Eine Ansiedlung ist allerdings nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im fußläufigen Einzugsbereich (700 Meter Isodistanz) beziehungsweise im zu versorgenden Nahbereich, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde, verfügt. Da die heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern bei etwa rund 1.200 m² Verkaufsfläche liegen, ist für einen rentablen Betrieb in der Regel ein Kaufkraftpotenzial **von mindestens 4.000 Einwohnern im zu versorgenden Gebiet** erforderlich.

Insbesondere in den räumlich abgesetzten, einwohnerschwachen Cuxhavener Stadtteilen ist die Ansiedlung eines (weiteren) strukturprägenden Lebensmittelbetriebes entweder unter dem Gesichtspunkt der betriebswirtschaftlichen Tragfähigkeit als unrealistisch einzustufen (Berensch-Arensch, Holte-Spangen, Lüdingworth und Stickenbüttel) oder in Anbetracht des zu erwartenden ruinösen Standortwettbewerbes mit dem bereits bestehenden, strukturprägenden Lebensmittelbetrieb nicht zu empfehlen (Altenbruch, Sahlenburg).

In den zuvor genannten Stadtteilen sind aller Voraussicht nach bestenfalls Ansiedlungen in Form von **alternativen Nahversorgungskonzepten** möglich und sinnvoll. Dazu zählen Kleinflächenkonzepte, Convenience Stores oder auch mobile Verkaufswagen. Darüber hinaus erlangt auch der Internethandel zunehmend an Bedeutung, wobei er als eine Form des Bring-service für Lebensmittel fungiert. Die **Convenience Stores** bieten die Möglichkeit des bequemen Einkaufs von Nahversorgungsgütern zu jeder Tageszeit. Die am häufigsten anzutreffende Form sind Tankstellenshops, die vor allem auf Autokunden ausgerichtet sind. Darüber hinaus übernehmen größere Kioske und Trinkhallen mit einem auf den täglichen Bedarf erweiterten Angebot, insbesondere an wohnortnahen Standorten, eine ergänzende Versorgungsaufgabe. Auch sie sind, ebenso wie die Tankstellenshops, nicht an die gesetzlichen Ladenöffnungszeiten gebunden.

Die einzelnen **Kleinflächenkonzepte** lassen sich grundsätzlich in fünf Konzepttypen einteilen, wobei die Grenzen der einzelnen Typen zum Teil fließend sind⁷⁵:

- **klassische Filial- und Kleinflächenkonzepte der großen Lebensmittelketten und Lebensmittelgroßhändler (u. a. Nahkauf (Rewe), Edeka (Nah und Gut))**
Die großen Lebensmittelketten haben in der Vergangenheit Konzepte entwickelt, die mit Betriebsgrößen von rund 300 - 500 m² Verkaufsfläche die Versorgung der Bevölkerung vor Ort gewährleisten soll. Dabei ist eine Mindesteinwohnerzahl von 2.000 - 2.500 im erschließbaren Einzugsgebiet aus betrieblicher Sicht notwendig.
- **Ansätze im Rahmen regionaler Förderprogramme**
In einigen sehr dünn besiedelten Gebieten in Deutschland sind in den vergangenen Jahren mit Hilfe öffentlich geförderter Konzeptansätze auf kommunaler und regionaler Ebene Nahversorgungslösungen entwickelt worden, die dazu beitragen sollen, Versorgungslücken zu schließen. Beispiele dafür gibt es in Schleswig-Holstein oder Baden-Württemberg.

⁷⁵ vgl. dazu auch: BBE Handelsberatung Münster: Nahversorgung, Struktur – Entwicklung – Chancen, Münster 2010

- **Ansätze im Rahmen von Integrationsmaßnahmen (sogenannte CAP-Märkte⁷⁶)**
Bei diesen Ansätzen steht vor allem der soziale Aspekt im Vordergrund. Neben der Sicherung der Nahversorgung geht es bei diesen konzeptionellen, öffentlich geförderten Ansätzen vor allem auch darum, sozial benachteiligten Menschen (z.B. behinderten Menschen oder Arbeitslosen) eine Chance auf dem Arbeitsmarkt zu bieten. Träger solcher Einrichtungen sind in der Regel soziale Einrichtungen aus der Region.
- **bewohnergetragene Ansätze (u. a. Dorfläden-Netzwerk Niedersachsen⁷⁷, Dorv-Zentrum NRW⁷⁸)**
Bei bewohnergetragenen Ansätzen werden die Bewohner eines Gebietes selbst aktiv, um die Versorgung mit Gütern und Dienstleistungen des täglichen Bedarfs vor Ort zu ermöglichen. Die Verkaufsflächen entsprechender Betriebe liegen oftmals bei 100 - 200 m². Ein solches Konzept hat nicht die marktübliche Gewinnorientierung zum Ziel. Das wirtschaftliche Risiko liegt dabei möglichst auf vielen Schultern, z.B. im Rahmen eines genossenschaftlichen Ansatzes (nachbarschaftlich-gemeinschaftliche Trägerschaft). Daneben ist vor allem auch überwiegend ehrenamtliches Engagement der Einzelnen gefragt.
- **Ladengemeinschaften / Bündelung kleinteiliger Anbieter**
Die Bündelung verschiedener Anbieter (kleiner Einzelhändler und Dienstleister) ist ein weiterer Ansatz zu Sicherung der Nahversorgung. Durch die Bündelung von verschiedenen Angeboten wie Bäcker, Metzger, Gemüse- und Obsthändler, Zeitschriftenhändler, Lottoannahme, Post, Bank oder Gaststätte soll die Nahversorgung hergestellt werden.

Grundsätzlich 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.

⁷⁶ Weitere Informationen hierzu unter www.cap-markt.de

⁷⁷ Weitere Informationen hierzu unter www.dorfladen-netzwerk.de/niedersachsen

⁷⁸ Weitere Informationen hierzu unter www.dorv.de

7.7 Cuxhavener Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche und der Definition der Ergänzungs- sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt vor allem die „Cuxhavener Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten** und **nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig.

Grundsätzlich orientiert sich die fortgeschriebene Cuxhavener Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Cuxhaven aus dem Jahr 2004⁷⁹. Die Neubewertung einzelner Sortimente trägt insbesondere der aktuellen Angebotssituation im Cuxhavener Stadtgebiet sowie den zukünftigen Entwicklungsabsichten von Planung und Politik Rechnung.

7.7.1 Rahmenbedingungen zur Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchststrichterlich anerkannt⁸⁰. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 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 beziehungsweise 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 gem. § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁸¹. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der

⁷⁹ vgl. Econ-Consult (2004): Einzelhandelskonzept Cuxhaven. Köln: S. 125

⁸⁰ 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)

⁸¹ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

Großflächigkeitsschwelle von 800 m²⁸², um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden. Zur Steuerung des Einzelhandels sollte daher eine ortsspezifische Sortimentsliste vereinbart werden, 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 führen⁸³. **Die Ortstypik ist entscheidend.**

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem **zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante** und **nicht-zentrenrelevante Sortimente**⁸⁴ 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 Sortimente** 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 beziehungsweise Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen beziehungsweise 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** dienen der kurzfristigen beziehungsweise täglichen Bedarfsdeckung. Insbesondere in Klein- und Mittelstädten oder Neben- sowie Grund- und Nahversorgungszentren nehmen sie zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

⁸² vgl. dazu das Urteil des BVerwG vom 24.11.2005 (BVerwG 4 C 10.04)

⁸³ 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)

⁸⁴ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Waren verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebotes und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas/Porzellan/Keramik im Möbelhaus).

- 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. Bau- und Gartenmärkte) haben diese Sortimente in der Regel für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren 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 umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann.

Tabelle 16: Merkmale zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Kriterium	Merkmale	
	zentrenrelevanter Sortimente	nicht-zentrenrelevanter Sortimente
städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für einen attraktiven Warengruppenmix; hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche; Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht-integriert
Besuchersfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besuchersfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besuchersfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z. B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i. d. R. hohe kommunale und z. T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i. d. R. gezielt angefahren, geringe bis keine Koppelungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d. h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

Quelle: eigene Darstellung

Landesplanerische Vorgaben in Niedersachsen

Bei der Aufstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente zu berücksichtigen. Hinsichtlich der landesplanerischen Regelungen zur Einzelhandelsentwicklung sind nach wie vor die Vor- und Maßgaben des Landes-Raumordnungsprogramms aus dem Jahr 2008 einschlägig. Folgende Sortimente gelten gemäß dem Landes-Raumordnungsprogramm regelmäßig als zentrenrelevant, wenngleich unter Würdigung der jeweiligen örtlichen Situation über die Zentrenrelevanz einzelner Sortimente sowie die nähere inhaltliche

Konkretisierung im Einzelfall zu entscheiden ist⁸⁵:

- Genuss- und Lebensmittel, Getränke
- Drogerieartikel, Kosmetika und Haushaltswaren
- Bücher, Zeitschriften, Papier, Schreibwaren und Büroorganisation
- Kunst, Antiquitäten,
- Baby- und Kinderartikel, Spielwaren
- Bekleidung, Lederwaren, Schuhe, Sportartikel
- Unterhaltungselektronik, Elektrohaushaltswaren, Foto/Film, Optik
- Uhren, Schmuck, Musikinstrumente
- Einrichtungszubehör, Haus- und Heimtextilien, Bastelartikel, Kunstgewerbe
- Teppiche (ohne Teppichböden)
- Blumen
- Campingartikel, Fahrräder und Fahrradzubehör
- Tiernahrung und Zoobedarf
- Lampen/Leuchten

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten in der Regel stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen beziehungsweise -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Cuxhavener Sortimentsliste wurden neben den landesplanerischen Vorgaben insbesondere bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Cuxhaven näher betrachtet.

7.7.2 Herleitung der Cuxhavener Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁸⁶ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Aufstellung beziehungsweise Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen in den zentralen Versorgungsbereichen, die

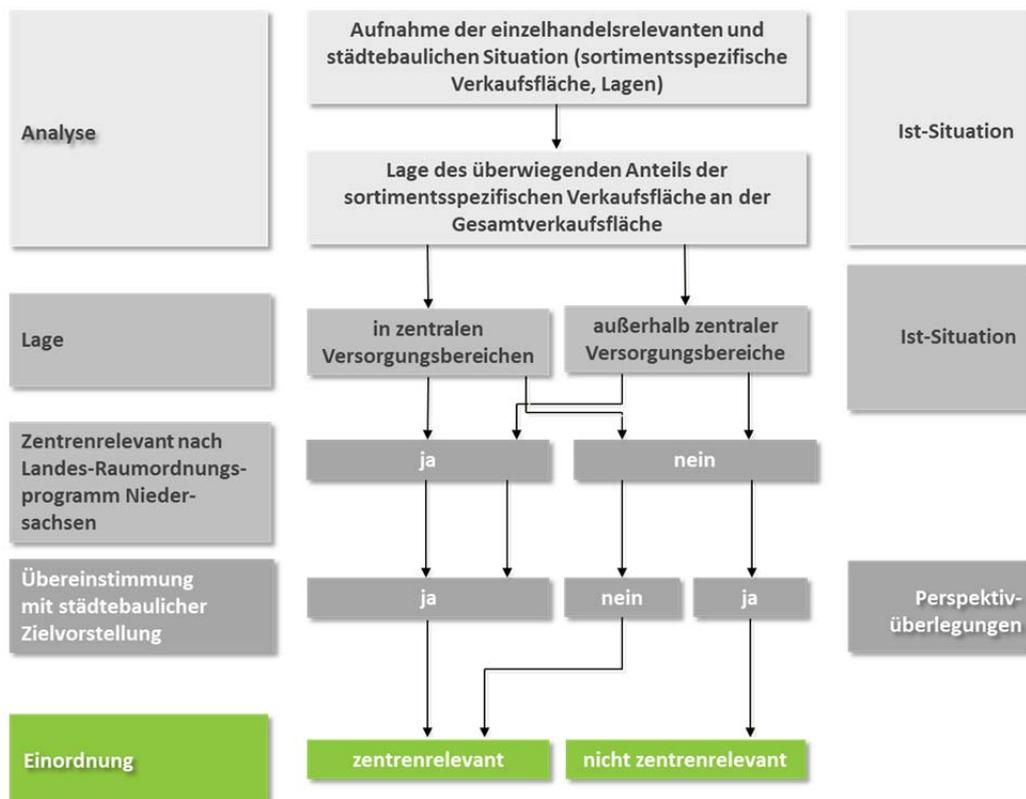
⁸⁵ Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen (2008), in der Fassung vom 08. Mai 2008, S. 90f.

⁸⁶ vgl. Kuschnerus (2007): Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rn. 530

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 – solitären, städtebaulich nicht-integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbe- reich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in an- deren Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sorti- mente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes/Einzelhandel- und Zen- trenkonzeptes 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 städ- tebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

Abbildung 9: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des in Cuxhaven ansässigen Einzelhandelsangebotes 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 beziehungsweise außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in der Stadt Cuxhaven aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen – insbesondere der Stärkung gewachsener Siedlungs- und Zentrenstrukturen – in Cuxhaven ergibt sich die in Tabelle 17 dargestellte Cuxhavener Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 17: Sortimentsliste für die Stadt Cuxhaven

zentrenrelevante Sortimente

hiervon nahversorgungsrelevant

Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)
 Backwaren/Konditoreiwaren
 Drogeriewaren/Körperpflegeartikel
 Fleisch- und Metzgereiwaren (inkl. Fisch)
 Heim- und Kleintierfutter
 Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Getränke)
 Schnittblumen
 Zeitungen/Zeitschriften

Bekleidung
 Bild- und Tonträger
 Bücher
 Computer und Zubehör
 Elektrokleingeräte
 Fahrräder und technisches Zubehör
 Fotoartikel
 Gardinen/Dekostoffe
 Glas/Porzellan/Keramik
 Handarbeitswaren/Kurzwa./Meterw./Wolle
 Haushaltswaren

Heimtextilien
 Hörgeräte
 Kinderwagen
 Kosmetikartikel/Parfümeriewaren
 Kunstgewerbe/Bilder/Bilderrahmen
 Künstlerartikel/Bastelzubehör
 Lampen/Leuchten/Leuchtmittel
 Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme
 Musikinstrumente und Zubehör
 Optik/Augenoptik
 Papier/Büroartikel/Schreibwaren
 Sanitätsartikel
 Sammelbriefmarken und -münzen
 Schuhe
 Spielwaren
 Sportartikel/-kleingeräte
 Sportbekleidung/Sportschuhe
 Telekommunikation und Zubehör
 Uhren/Schmuck
 Unterhaltungselektronik und Zubehör
 Wohndekorationsartikel

nicht-zentrenrelevante Sortimente (*keine abschließende Auflistung*)

Angler-, Jagdartikel und Waffen
 Bauelemente/Baustoffe
 Bettwaren/Matratzen
 Bodenbeläge
 Campingartikel
 Eisenwaren und Beschläge
 Elektrogroßgeräte
 Elektroinstallationsmaterial
 Erotikartikel
 Farben/Lacke
 Fliesen
 Gartenartikel und -geräte
 Installationsmaterial
 Kamine/Kachelöfen
 Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör

Kfz- und Motoradhandel*
 Maschinen/Werkzeuge
 Möbel
 Pflanzen/Samen
 Pflanzgefäße/Terrakotta (Outdoor)
 Reitsportartikel
 Rollläden/Markisen
 Sanitärartikel
 sonstige baumarktspezifische Artikel
 Sportgroßgeräte
 Tapeten
 Teppiche (Einzelware)
 Topf- und Zimmerpflanzen
 Zoologische Artikel/lebende Tiere

* kein Einzelhandel in engeren Sinn

Quelle: eigene Darstellung

Die vorliegende Cuxhavener Sortimentsliste ist ein, wie eingangs erläutert, Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen einerseits sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Cuxhaven andererseits. Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2004 ergeben sich durch die geänderte Sortimentssystematik kleinteilige Veränderungen:

- Das Sortiment **Geschenkartikel** ist aufgrund seiner Unbestimmtheit entfallen. Auch das Sortiment **Nähmaschinen** wird aufgrund seiner geringen Relevanz für das gesamtstädtische Einzelhandelsangebot in der neuen Sortimentsliste nicht mehr berücksichtigt.
- Gegenüber der „alten“ Sortimentsliste wird zusätzlich eine Differenzierung zwischen **nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten** vorgenommen, um unter anderem eine gezielte Steuerung nahversorgungsrelevanter Sortimente an die solitären Nahversorgungsstandorte zu ermöglichen. Diesbezüglich ist zu beachten, dass nahversorgungsrelevante Sortimente immer auch zentrenrelevant sind.
- Die aggregierte Sortimentsbezeichnung Nahrungs- und Genussmittel wird gegenüber der Sortimentsliste aus dem Jahr 2004 differenziert in **Backwaren/Konditoreiwaren, Fleisch- und Metzgereiwaren (inkl. Fisch), Getränke** sowie **Nahrungs- und Genussmittel**
- Weitere sich durch Feindifferenzierung ergebende Sortimente, die im Rahmen der „alten“ Sortimentsliste nicht berücksichtigt wurden, sind (im nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimentsbereich) **Heim- und Kleintierfutter, Kinderwagen, Kunstgewerbe/Bilder/Bilderrahmen, Sammlerbriefmarken und -münzen, Sportbekleidung/Sportschuhe** und **Wohndekorationsartikel** sowie (im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich) Bettwaren/Matratzen, Erotikartikel, Reitsportartikel und Sportgroßgeräte.

Außerdem ergeben sich einige redaktionelle beziehungsweise „semantische“ Änderungen bei einzelnen Begrifflichkeiten, die allerdings keine Auswirkungen auf die Zentrenrelevanz des jeweiligen Sortiments haben:

- Video \triangleq Bild- und Tonträger
- Akustik \triangleq Hörgeräte
- Kommunikationselektronik \triangleq Telekommunikation und Zubehör
- Musikalien \triangleq Musikinstrumente und Zubehör
- Papier/Schreibwaren/Büroorganisation \triangleq Papier/Büroartikel/Schreibwaren
- Pharmazie, Reformwaren \triangleq Apothekenwaren
- Sanitätswaren \triangleq Sanitätsartikel
- Bastelartikel \triangleq Künstlerartikel/Bastelzubehör

- Gardinen und Zubehör \triangleq Gardinen und Dekostoffe

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-zentrenrelevant eingestuft Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Sehr deutlich wird dies beispielsweise im Bau- und Gartenmarktsortiment, das zu fast 100 % außerhalb der städtischen Zentren angeboten werden. In Bezug auf die nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich hingegen ein differenziertes Bild: Hier ist der Angebotsschwerpunkt einzelner Sortimente nicht in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert, wie es unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert wäre (beispielsweise in der Warengruppe Elektronik/Multimedia). Diese Angebotsschwächen in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere auch dem Cuxhavener Hauptgeschäftszentrum) sind in erster Linie auf die Angebotszusammensetzung an den Ergänzungsstandorten zurückzuführen.

Vor diesem Hintergrund lässt sich die konkrete Einstufung einzelner Sortimente wie folgt näher erläutern:

- Im Bestand findet sich im nahversorgungsrelevanten Sortiment **Nahrungs- und Genussmittel** nur rund 30 % der Verkaufsfläche innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Weitere knapp 35 % der sortimentspezifischen Angebote werden in städtebaulich integrierten Lagen angeboten und leisten hier einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung. Nicht nur im Hinblick auf die zukünftige Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche sondern vor allem auch unter dem Gesichtspunkt des Erhalts der wohnungsnahen Grundversorgung ist es wichtig, das Nahrungs- und Genussmittelangebot (inklusive Getränken) in den Zentren sowie an städtebaulich integrierten Standorten zu stärken und dementsprechend das Sortiment als nahversorgungsrelevant einzustufen. Eine weitere Verdichtung/Ausdehnung des Lebensmittelangebotes an den Ergänzungsstandorten oder an sonstigen städtebaulich nicht-integrierten Lagen im Stadtgebiet ist dagegen, im Sinne des Schutzes sowie dem Aufbau eines engmaschigen Grundversorgungsnetzes, zu verhindern.
- Die Sortimente **Tiernahrung und Zoobedarf** sowie **Lampen/Leuchten** werden auf der Ebene der Landesplanung als „in der Regel zentrenrelevant“ eingestuft. Dementsprechend werden in der neuen Sortimentsliste die Sortimente **Lampen/Leuchten/Leuchtmittel** sowie **Heim- und Kleintierfutter**⁸⁷ zukünftig ebenfalls als **zentrenrelevant** berücksichtigt. Insbesondere der aktuelle Angebotsbestand im Sortiment Lampen/Leuchten/Leuchtmittel zeigt zudem die Zentrenrelevanz dieses Sortiments: Mit zahlreichen Fachhändlern (u. a. „Lampen Rohsen“, „Elektro Schalt“ und „Coco Lore“) sind diverse Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen vertreten und tragen mit ihrem Angebot zur Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche bei.

⁸⁷ Damit findet im Vergleich zum Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2004 eine Neubewertung des Sortiments Heim- und Kleintierfutter statt, welches seinerzeit als nicht-zentrenrelevantes Sortiment eingestuft wurde. Der aktuelle Angebotsbestand sowie die perspektivischen Überlegungen der Verwaltung und Politik zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Cuxhaven haben allerdings dazu geführt, das Sortiment in der aktuellen Sortimentsliste als zentrenrelevant einzustufen.

- Eine weitere Neubewertung, gegenüber der „alten“ Sortimentsliste ergibt sich für das Sortiment **Jagdartikel und Waffen**. Wurde das Sortiment seinerzeit als zentrenrelevant eingestuft, wird es aufgrund der aktuell zu beobachtenden Verkaufsflächenverteilung im Cuxhavener Stadtgebiet sowie der fehlenden zentrenprägenden Leitfunktion zukünftig als **nicht-zentrenrelevantes** Sortiment bewertet.
- Die oftmals strittige Bewertung und schwierige Einstufung aller Sortimente die sich in der Warengruppe **Elektronik/Multimedia** zusammenfassen lassen⁸⁸ zeigt sich auch in Cuxhaven. Mit einem sortimentspezifischen Verkaufsflächenanteil von rund 30 % befindet sich lediglich knapp ein Drittel des sortimentspezifischen Angebotes in den zentralen Versorgungsbereichen, was in erster Linie auf die relativ geringe Angebotsausstattung des Hauptgeschäftszentrums Cuxhaven in dieser Warengruppe zurückzuführen ist. Dabei übernehmen insbesondere die Angebote in der Warengruppe **Elektronik/Multimedia** häufig eine wichtige frequenzerzeugende Magnetfunktion. Diese Magnetfunktion gilt es auch für die Zukunft zu erhalten und zu fördern, so dass – mit Ausnahme des Sortiments Elektrogroßgeräte⁸⁹ – alle der Warengruppe Elektronik/Multimedia zuzurechnenden Sortimente als **zentrenrelevant** eingestuft werden.
- Häufig strittig ist zudem die Differenzierung und Unterteilung der Sortimentsgruppe Sportartikel in **Sportbekleidung/Sportschuhe**, **Sportartikel/-kleingeräte** sowie **Sportgroßgeräte**. Während vor allem die beiden erstgenannten Sortimente innenstadttypische und zentrenprägende Sortimente darstellen, die die Versorgungsqualität eines zentralen Versorgungsbereiches positiv beeinflussen, stellen die Sportgroßgeräte – nicht zuletzt auch aufgrund ihrer eingeschränkten Transportfähigkeit – ein Sortiment dar, das die Attraktivität und Funktionalität einer Innenstadt nur unwesentlich beeinflusst. Entsprechend lässt der aktuelle Angebotsbestand insbesondere im Sortiment Sportbekleidung/Sportschuhe eine Verkaufsflächenkonzentration in den zentralen Versorgungsbereichen erkennen (rd. 50 % des sortimentspezifischen Angebotes). Deutlich unterrepräsentiert ist hingegen das Angebot im Sortiment **Sportartikel/-kleingeräte**, das lediglich mit einem Anteil von 10 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert ist. Aufgrund der vorangestellten Überlegungen werden die Sortimente **Sportbekleidung/Sportschuhe** und **Sportartikel/-kleingeräte** als **zentrenrelevant** eingestuft, während das Sortiment **Sportgroßgeräte** den **nicht-zentrenrelevanten** Sortimenten zugeschlagen wird.
- Das Sortiment **Kinderwagen** war bislang in der örtlichen Sortimentsliste nicht vertreten, erlangt jedoch – insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Babyfachmärkten oder als Randsortiment von Möbelmärkten – einen immer größeren Stellenwert, so dass im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Cuxhaven empfohlen wird, dieses als eigenes Sortiment in die Sortiments-

⁸⁸ Hierzu zählen Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör sowie Unterhaltungselektronik und Zubehör

⁸⁹ Elektrogroßgeräte werden unter Berücksichtigung der Aspekte „Transportfähigkeit“ und „Flächenanspruch“ als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

liste aufzunehmen. Aufgrund der aktuellen Verkaufsflächenverteilung (rd. 75% der Verkaufsfläche im Hauptgeschäftszentrum) und der daraus ableitbaren Bedeutung des Sortimentes wird das Sortiment als **zentrenrelevant** eingestuft.

7.8 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes bilden **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Cuxhaven** (vgl. Kapitel 7.2) die übergeordnete Betrachtungsebene aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Cuxhaven abgeleitet werden. Diese als Ansiedlungsregeln (beziehungsweise Grundsätze) formulierten Leitlinien bilden die Basis zur Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Bereits mit der erstmaligen Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2004 wurden im Kapitel „Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung“ Ansiedlungsempfehlungen prinzipiell angedacht und entwickelt⁹⁰. Die nachfolgend aufgeführten Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung greifen diese Überlegungen inhaltlich auf und entwickeln sie unter Berücksichtigung der jüngsten obergerichtlichen und höchstrichterlichen Rechtsprechung fort, so dass sie zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können. Für eine vereinfachte Handhabbarkeit der Grundsätze wird im Folgenden (sofern dies notwendig ist) zwischen großflächigem Einzelhandel⁹¹ (> 800 m² Verkaufsfläche) und nicht großflächigem Einzelhandel (≤ 800 m² Verkaufsfläche) unterschieden.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Grundsätze ist vorab noch Folgendes herauszustellen:

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

⁹⁰ vgl. Econ-Consult (2004): Einzelhandelskonzept Cuxhaven. Köln: S. 118ff.

⁹¹ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgt nach § 11 (3) BauNVO ab einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht in etwa einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet (BVerwG Urteile v. 24.11.2005: 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05)

Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment im Sinne der Cuxhavener Sortimentsliste sollen zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftszentrum, Stadtteilzentrum Lotsenviertel, Nahversorgungszentren Altenwalde und Duhnen) liegen.

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment können – je nach Lage und Verkaufsflächendimensionierung – ausnahmsweise auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt werden, wenn sie der wohnungsnahen Grundversorgung dienen und keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnahen Grundversorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Erläuterung:

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer arbeitsteiligen Versorgungsstruktur sowie der Sicherung und gegebenenfalls dem Ausbau des nahversorgungsrelevanten Angebotes im gesamten Stadtgebiet sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch nicht großflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen der Stadt Cuxhaven liegen. Um die Nahversorgung möglichst für alle Bevölkerungsgruppen (mobile und immobile) attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die **Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment positiv zu steuern**. Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit einem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die Nahversorgung zu sichern beziehungsweise dort, wo sie derzeit nicht in ausreichendem Maße gewährleistet ist, auszubauen.

Zusätzliche Angebote dürfen die wohnungsnaher Grundversorgung in Cuxhaven nicht im Bestand gefährden oder gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. In diesem Sinne

- ist eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung zusätzlicher nahversorgungsrelevanter Einzelhandelsangebote an den Ergänzungsstandorten Grodener Chaussee/Papenstraße sowie Abschnede grundsätzlich auszuschließen;
- können außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Ergänzungsstandorte gelegene Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment ausnahmsweise sinnvoll sein, **wenn sie der Nahversorgung dienen**. Diese Ausnahme gilt jedoch ausschließlich für **städtebaulich und wohnsiedlungsräumlich integrierte Lagen beziehungsweise Standorte**.

Zur **Operationalisierung** der Nahversorgungsfunktion können das Umsatz-Kaufkraft - Verhältnis im zu versorgenden Gebiet des Vorhabens (sogenanntes funktionales Versorgungsgebiet) sowie die Distanz zum nächstgelegenen zentralen Versorgungsbereich herangezogen werden. Von einer Nahversorgungsfunktion ist in der Regel dann auszugehen, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt **und**

- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet⁹² an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von 35 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)⁹³ der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert) **und**
- die zentralen Versorgungsbereiche sowie die wohnungsnahen Grundversorgungsstrukturen in ihrer Funktion nicht beeinträchtigt werden.

Als **städtebaulich und wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage** im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld in mindestens zwei Haupt-Himmelsrichtungen 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 (wohnungsnah Grundversorgung). Im Kernsiedlungsbereich des Cuxhavener Stadtgebietes entspricht dies einer Entfernung von rund 700 m um den Vorhabenstandort. In den dispers gelegenen Stadtteilen kann dies alle Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils (sowie einzelne Wohnsiedlungsbereiche benachbarter Stadtteile) umfassen, selbst wenn diese Wohnsiedlungsbereiche mehr als 700 m vom Vorhabenstandort entfernt liegen (wohnnah Grundversorgung). **Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien einzelfallbezogen zu definieren.**

Darüber hinaus ist sicherzustellen, dass das Planvorhaben **keine negativen Auswirkungen auf die bestehenden wohnungsnahen Grundversorgungsstrukturen sowie auf die zentralen Versorgungsbereiche** erwarten lässt. Bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage ist somit immer eine Einzelfallbetrachtung, unter Einbeziehung der oben angeführten Indikatoren, durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

⁹² Als funktionales Versorgungsgebiet ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll. Im Kernsiedlungsbereich des Cuxhavener Stadtgebietes entspricht dies einer Entfernung von rd. 700 m. In den dispers gelegenen Stadtteilen kann dies alle Wohnsiedlungsbereiche des Stadtteils umfassen, selbst wenn einzelne Wohnsiedlungsbereiche mehr als 700 m vom Vorhabenstandort entfernt liegen. Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien einzelfallbezogen zu definieren.

⁹³ Diese liegt derzeit bei rund 2.085 Euro pro Einwohner (IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2013)

Grundsatz 2:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S.1 Nr. 2 BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Cuxhavener Sortimentsliste sollen konsequent im Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven liegen.

Standorte für nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen in den Cuxhavener zentralen Versorgungsbereichen (Hauptgeschäftszentrum, Stadtteilzentrum Lotsenviertel und Nahversorgungszentren Altenwalde und Duhnen) liegen. Ausnahmsweise können kleinteilige, ausschließlich dem touristischen Angebot zuzurechnende Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (sog. Cuxhavener Tourismusladen) auch an den touristischen Angebotsschwerpunkten (Alter Fischereihafen, Sahlenburger Strand, und Döse) angesiedelt werden.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen grundsätzlich nicht in Gewerbe- und Industriegebieten liegen; Ausnahme: „Handwerkerprivileg“

Erläuterung:

Um die Zukunftsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche und insbesondere des Cuxhavener Hauptgeschäftszentrums zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Cuxhavener Stadtgebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig in die zentralen Versorgungsbereiche der Stadt Cuxhaven gelenkt werden, um diese Standorte in der jeweiligen Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung sollte dabei in Anbetracht der Funktion als Hauptgeschäftszentrum auf dem zentralen Versorgungsbereich der Cuxhavener Innenstadt liegen. Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne einer positiven Innenstadtentwicklung aber auch einer Entwicklung der Stadtteil- und Nahversorgungszentren ist dabei zu empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandortes, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung / Diversifizierung des bestehenden Angebotes.

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

Die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment zu den zentralen Versorgungsbereichen erfasst auch **kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe**, da auch diese Betriebe funktionsbestimmend für die zentralen Versorgungsbereiche sind. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann in der **Summenwirkung** dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit der zentralen Versorgungsbereiche beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche erfordert es daher, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf die zentralen Versorgungsbereiche zu lenken.

Die vorangestellten Ausführungen implizieren einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** in der Stadt Cuxhaven. Insbesondere vor dem Hintergrund der bereits heute bestehenden Konzentration touristischer Angebote an den Standorten Alter Fischereihafen, Sahlenburger Strand und Döse wäre ein derart konsequenter Ausschluss mit den zukünftigen entwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Cuxhaven nicht kompatibel. Ausnahmsweise können demnach kleinteilige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment und touristischem Angebotsschwerpunkt sowie einer Gesamtverkaufsfläche **von bis zu maximal 100 m²** („Cuxhavener Tourismusladen“) an den Standorten **Alter Fischereihafen, Sahlenburger Strand und Döse** zugelassen werden.⁹⁴

Bei den vorgenannten Betrieben darf es sich – insbesondere unter Berücksichtigung des rechtlich geforderten Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche – ausschließlich um kleinteilige, überwiegend inhabergeführte Betriebe handeln, die über einen Angebotsschwerpunkt in den Sortimenten **Bekleidung** (insbesondere T-Shirts, Basecaps, Badebekleidung), **Bücher** (insbesondere Stadtpläne, Reiseführer, cuxhavenbezogene Literatur), **Fotoartikel**, **Glas/Porzellan/Keramik** (insbesondere (Namens-)tassen, Fingerhüte), **Heimtextilien** (insbesondere Strandtücher), **Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme** (insbesondere Strandtaschen, Regenschirme), **Spielwaren** (insbesondere Lenkdrachen, Strandspielzeug) sowie **Papier/Büroartikel/ Schreibwaren** (insbesondere Postkarten, Briefmarken) verfügen.

In **Gewerbe- und Industriegebieten** ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Kernsortiment unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Eine Ausnahme bildet hier lediglich das sog. „**Handwerkerprivileg**“, worunter Verkaufsflächen von produzierenden oder weiterverarbeitenden Handwerksbetrieben zu verstehen sind die

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet und in einem betrieblichen Zusammenhang errichtet sind,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschreiten.

⁹⁴ Die Beschränkung der Gesamtverkaufsfläche auf **maximal 100 m²** ergibt sich aus der aktuellen durchschnittlichen Betriebsgröße in den stark touristisch geprägten Stadtteilen Sahlenburg, Döse und Duhnen (ohne Berücksichtigung der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe), die derzeit bei knapp 60 m² pro Betrieb liegt. Quelle: primärstatistische Einzelhandelserhebung April/Mai 2013

Grundsatz 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S.1 Nr.2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Cuxhavener Sortimentsliste⁹⁵ können in den zentralen Versorgungsbereichen Hauptgeschäftszentrum und Stadtteilzentrum Lotsenviertel liegen. 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 jeweiligen zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment auf die definierten Ergänzungsstandorte (Abschnede, Grodener Chaussee) zu konzentrieren.

An allen Angebotsstandorten außerhalb des Hauptgeschäftszentrums und dem Stadtteilzentrum Lotsenviertel sind die zentrenrelevanten Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 2.500 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ein Einzelsortiment 800 m² Verkaufsfläche nicht überschreiten sollte. 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 der zentralen Versorgungsbereiche sinnvoll sein.

Erläuterung:

Als Vorrangstandorte für die **Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment** definiert das Einzelhandels- und Zentrenkonzept die Ergänzungsstandorte im Stadtgebiet. Insbesondere unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie der bestehenden Einzelhandelsvorprägung an den Ergänzungsstandorten ist die Konzentration großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment an diesen Standorten empfehlenswert. Darüber hinaus können derartige Betriebe auch im Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven und im Stadtteilzentrum Lotsenviertel realisiert werden soweit Auswirkungen gemäß § 11 (3) BauNVO ausgeschlossen werden können und das Vorhaben die Entwicklungsziele und -empfehlungen für den jeweiligen zentralen Versorgungsbereich nicht beeinträchtigt.

Grundsätzlich ist zu beachten, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment regelmäßig sogenannte **Randsortimente** führen. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in

⁹⁵ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment trifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Cuxhaven eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (maximal 2.500 m² Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen – insbesondere auch im Cuxhavener Hauptgeschäftszentrum – ist darüber hinaus die Beschränkung von Einzelsortimenten auf eine maximale Verkaufsflächengröße von 800 m² Bestandteil der Reglementierung der zentrenrelevanten Randsortimente. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens sollte dabei gegebenenfalls im Einzelfall geprüft werden.⁹⁶

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb der Ergänzungsstandorte in städtebaulich nicht-integrierten Lagen liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes bewertet werden.

In Gewerbe- und Industriegebieten oder an **sonstigen Standorten in städtebaulich nicht-integrierter Lage** ohne Einzelhandelsvorprägung ist der Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment gänzlich (also auch jener unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit) durch entsprechende bauleitplanerische Maßnahmen auszuschließen. Zum einen können solche Vorhaben die Entwicklung der Ergänzungsstandorte gefährden, zum anderen hat die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in Gewerbegebieten oftmals eine drastische Erhöhung der Bodenpreise im betroffenen Gebiet und somit einen Wettbewerbsnachteil für mittelständische Handwerks- und Gewerbebetriebe zur Folge.

7.9 Prüfschema zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der sich daran gegebenenfalls anschließenden formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, das eine **erste Bewertung** von neuen Plan- und Er-

⁹⁶ Gemäß der Novellierung des Landes-Raumordnungsprogramms aus dem Jahr 2008 soll der Regionalplanung (und in Folge dessen auch den Städten und Gemeinden) insbesondere hinsichtlich der Ansiedlung und Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment eine höhere raumordnerische und städtebauliche Flexibilität ermöglicht werden. „Damit trägt der Landesgesetzgeber der Tatsache Rechnung, dass je nach Art der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen auch mehr als 10 vom Hundert oder über 800 m² hinausgehende Randsortimentsfestlegungen raumverträglich sein können. Voraussetzung dafür ist, dass die Auswirkungen auf die Versorgungsstrukturen und betroffenen Versorgungsstandorte im Einzugsbereich des jeweiligen Vorhabens auf der Grundlage eines hinreichend konkreten und verbindlichen regionalen Einzelhandelskonzeptes genügend bewertet werden können und die Raumverträglichkeit festgestellt wird (Begründung zur Novellierung des Landes-Raumordnungsprogramms aus dem Jahr 2008, S. 43)“
Wengleich ein entsprechendes regionales Einzelhandelskonzept für die Stadt Cuxhaven derzeit nicht vorliegt, zeigt die Fortschreibung des kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Cuxhaven auf, dass die maximal zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente über die im Landes-Raumordnungsprogramm Niedersachsen definierten Schwellenwerte (10 % beziehungsweise maximal 800 m²) hinaus erweitert werden können, wenn im Einzelfall die städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit nachgewiesen werden kann.

weiterungsvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept und der dort formulierten Zentrenhierarchie sowie den vorgeschlagenen Zielen und Ansiedlungsregeln ermöglicht.

Tabelle 18: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (gemäß Grundsatz 1)	Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment (gemäß Grundsatz 2)	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (i.S.v. § 11 (3) S.1 Nr. 2 BauNVO) mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment (gemäß Grundsatz 3)
Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven	ja	ja	ja ¹
Stadtteilzentrum Lotsenviertel	ja	ja, wenn $\leq 800 \text{ m}^2$ VKF (Einzelbetrieb)	ja ¹
Nahversorgungszentren Duhnen und Altenwalde	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung)	ja, wenn $\leq 800 \text{ m}^2$ VKF (Einzelbetrieb)	nein
solitäre Nahversorgungsstandorte	ja, wenn er keine negativen Auswirkungen und Nahversorgungsfunktion erfüllt	nein	nein
touristische Angebotsschwerpunkte (Alter Fischereihafen, Sahlenburger Strand und Döse)	ja, wenn er keine negativen Auswirkungen und Nahversorgungsfunktion erfüllt	ja, wenn maximal 100 m^2 Verkaufsfläche und touristisches Angebot	nein
Ergänzungsstandort (Abschnede, Grodener Chaussee/Papenstraße)	nein	nein	ja ^{1,2}
sonstige Standorte in städtebaulich integrierter Lage	ja, wenn er keine negativen Auswirkungen und Nahversorgungsfunktion erfüllt	nein	ja ^{1,2}
sonstige Standorte in städtebaulich nicht-integrierter Lage	nein	nein	ja ^{1,2} , wenn durch Einzelhandel vorgeprägter Bestandsstandort; nein, wenn reines GE-/GI-Gebiet

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 der zentralen Versorgungsbereiche sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal jedoch 2.500 m^2 Verkaufsfläche zu begrenzen, wobei ein Einzelsortiment 800 m^2 Verkaufsfläche nicht überschreiten darf. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche sinnvoll sein.

Quelle: eigene Darstellung

Verzeichnisse

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Verteilung der Verkaufsfläche und Betriebe nach Lagen.....	37
Abbildung 2: Räumliche Verteilung des großflächigen Einzelhandelsangebotes1.....	44
Abbildung 3: Räumliche Verteilung der gesamtstädtischen Verkaufsfläche nach Lagen – warengruppenspezifische Betrachtung	52
Abbildung 4: Betriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel	80
Abbildung 5: Entwicklung des privaten Verbrauchs/Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch	87
Abbildung 6: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2013 (mit Prognose für 2014)	89
Abbildung 7: Zielzentralitäten für die Stadt Cuxhaven	91
Abbildung 8: Standortstrukturmodell.....	101
Abbildung 9: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten.....	131

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Teilnehmer der Beiratstreffen	13
Tabelle 2: Warengruppenschlüssel zur Einzelhandelserhebung Cuxhaven.....	16
Tabelle 3: Angebotsbausteine einer wohnort- beziehungsweise wohnungsnahe (Grund-) Versorgung	22
Tabelle 4: Einwohnerverteilung in den Cuxhavener Stadtteilen	27
Tabelle 5: Einwohnerentwicklung seit 2004 (nach Stadtteilen).....	28
Tabelle 6: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in Cuxhaven	30

Tabelle 7: Kaufkraftentwicklung in Cuxhaven 2004 bis 2013	32
Tabelle 8: Kaufkraftpotenzial und -kennziffern im Einzugsgebiet	32
Tabelle 9: Kaufkraftpotenzial und -kennziffern in der Region.....	33
Tabelle 10: Touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Cuxhaven	34
Tabelle 11: Einzelhandelssituation in Cuxhaven nach Warengruppen	38
Tabelle 12: Einzelhandelsspezifische Zentralität in Cuxhaven differenziert nach Warengruppen	42
Tabelle 13: Verteilung der Betriebe und Verkaufsfläche auf die Cuxhavener Stadtteile	47
Tabelle 14: Wohnungsnahe Grundversorgung in den Stadtteilen	78
Tabelle 15: Ausgabenanteile für verschiedene Warengruppen im Einzelhandel – Trendaussagen	88
Tabelle 16: Merkmale zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	129
Tabelle 17: Sortimentsliste für die Stadt Cuxhaven	133
Tabelle 18: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema).....	145
 Kartenverzeichnis	
Karte 1: Lage der Stadt Cuxhaven im Raum.....	26
Karte 2: Siedlungsstruktur des Cuxhavener Stadtgebietes.....	27
Karte 3: Einzugsgebiet des Cuxhavener Einzelhandels.....	29
Karte 4: Räumliche Verteilung der großflächigen Einzelhandelsanbieter¹.....	45
Karte 5: Räumliche Verteilung der leerstehenden Ladenlokale¹	47

Karte 6: Einzelhandelsdichte im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich.....	55
Karte 7: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im Cuxhavener Hauptgeschäftsbereich.....	58
Karte 8: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Bereich Schillerstraße.....	62
Karte 9: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Bereich Duhnen	66
Karte 10: Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatz im zentralen Bereich Altenwalde	68
Karte 11: Einzelhandelsbesatz Standortagglomeration Grodener Chaussee/Papenstraße	71
Karte 12: Einzelhandelsbesatz Standortagglomeration Abschnede	73
Karte 13: Einzelhandelsbesatz Angebotsstandort Alter Fischereihafen	75
Karte 14: Räumliche Verteilung der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Cuxhaven mit 700 m-Isodistanzen.....	82
Karte 15: Räumliches Entwicklungsleitbild	95
Karte 16: Perspektivische Standortstruktur in Cuxhaven.....	106
Karte 17: Zentraler Versorgungsbereich Hauptgeschäftszentrum Cuxhaven.....	110
Karte 18: Zentraler Versorgungsbereich Stadtteilzentrum Lotsenviertel	113
Karte 19: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Duhnen.....	115
Karte 20: Zentraler Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Altenwalde	117
Karte 21: Ergänzungsstandort Grodener Chaussee/Papenstraße	120
Karte 22: Ergänzungsstandort Abschnede.....	122

Fotoverzeichnis

Foto 1 und 2: Nordersteinstraße54

Foto 3 und 4: Segelckestraße und Johannes-Gutenberg-Straße.....55

Foto 5 und 6: Holsten-Passage56

Foto 7 und 8: Cuxhavener City Center und Störtebecker Passage57

Foto 9 und 10: Ehemaliges Hertie-Kaufhaus59

Foto 11 und 12: Zentraler Bereich Schillerstraße63

Foto 13 und 14: Zentraler Bereich Duhnen67

Foto 15 und 16: Zentraler Bereich Altenwalde69

Foto 17 und 18: Standortagglomeration Grodener Chaussee/Papenstraße72

Foto 19 und 20: Standortagglomeration Abschnede74

Foto 21 und 22: Angebotsstandorte Alter Fischereihafen76

Glossar – Definition einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u.a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, SB-Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf 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 wie die IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln oder die Gesellschaft für Konsum- und Absatzforschung, Nürnberg (GfK) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen. Dabei werden die für jedes Gebiet unterschiedlichen Ausgaben für Dienstleistungen, Wohnung, Reisen und Zukunftsvorsorge (ermittelt durch Verbraucherstichproben) von der allgemeinen Kaufkraft des Gebietes abgezogen.
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-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z.B. von der IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH, Köln ermittelt und jährlich aktualisiert. Daneben kann auch auf von der GfK oder MB Research ermittelte Kennziffern zurückgegriffen werden.
einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt/ Region stellt ein maßgebliches Gütekriterium 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 Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Region.
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 Leistungsstärke hin beziehungsweise eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin.

Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder mehrere 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.
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 eines Ortes, der von den Anbietern gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Lebensmitteldiscounter	Ähnlich dem Supermarkt, jedoch Discountcharakter und i.d.R. keine Käse- oder Wursttheke (mit Bedienung), z.B. Aldi, Penny, Lidl. Verkaufsfläche mindestens 800 - 1.000 m ² , Selbstbedienung.
nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie gegebenenfalls auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnungsnah nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente können gegebenenfalls auch innenstadtrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein solitärer Handelsstandort, bestehend aus einem Lebensmittelvollsortimenter oder Lebensmitteldiscounter. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit kein Zentrum). Ein Nahversorgungsstandort ist sowohl in städtebaulich integrierten als auch nicht-integrierten Lagen anzutreffen.
SB-Warenhaus	Nach dem Discountprinzip arbeitender Einzelhandelsgroßbetrieb, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mindestens 3.000 m ² beziehungsweise 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel/ Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf).
Sonderstandort	Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des großflächigen Einzelhandels. Vorrangig handelt es sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe aus dem nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich (Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.
Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)	Verkaufsfläche mind. 400 m ² – max. 1.500 m ² , Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, vorwiegend Selbstbedienung.

<p>Umsatzkennziffer</p>	<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 Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin beziehungsweise eine Abweichung unterhalb des Basiswertes 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>
<p>Verbrauchermarkt</p>	<p>Großflächiger Einzelhandelsbetrieb, Verkaufsfläche 1.500 – 3.000 beziehungsweise 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs, überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort meist autokundenorientiert.</p>
<p>Verkaufsfläche</p>	<p>Gemäß Ziffer 2.4 des „Einzelhandelserlasses NRW“ vom 22.09.2008 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials). ▪ 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 (BVerwG, 24.11.2005, 4 C 10.04). ▪ Flächen für die Pfandrücknahme sind ebenfalls der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche. ▪ Flächen für Einkaufswagen gehören, sowohl innerhalb als auch außerhalb des Gebäudes gelegen, grundsätzlich zur Verkaufsfläche.
<p>Verkaufsflächenausstattung je Einwohner</p>	<p>Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.</p>

<p>zentraler Versorgungsbereich</p>	<p>Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne des §2(2) BauGB, §9 (2a) BauGB, § 34 (3) BauGB, §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 Handel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.</p> <p>Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches 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> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). ▪ Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung, -präsentation.
<p>zentrenrelevante Sortimente</p>	<p>Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit („Handtaschensortimente“) aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Sortimente 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 beziehungsweise 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- beziehungsweise Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken) zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Im Hinblick auf die Verwendung von Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene beziehungsweise stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z.B. in Form von Positiv-, Negativlisten).</p>