



# EINZELHANDELSKONZEPT für die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz – Fortschreibung –





# Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz – Fortschreibung –

---

Im Auftrag des Amtes Usedom-Nord

Gabriele Sobotka  
Stefan Kruse



Markt 5 - 44137 Dortmund  
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50  
[www.junker-kruse.de](http://www.junker-kruse.de) [info@junker-kruse.de](mailto:info@junker-kruse.de)

November 2018

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

## Inhaltsverzeichnis

|     |                                                                                                |    |
|-----|------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1   | Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung.....                                                 | 6  |
| 2   | Methodische Vorgehensweise .....                                                               | 8  |
| 3   | Nachfrageseitige Rahmenbedingungen.....                                                        | 10 |
| 3.1 | Aktuelle standortrelevante Rahmenbedingungen.....                                              | 10 |
| 3.2 | Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich.....                              | 13 |
| 3.3 | Touristisches Kaufkraftpotenzial.....                                                          | 14 |
| 4   | Wohnungsnahe Grundversorgung in Zinnowitz.....                                                 | 17 |
| 5   | Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Zinnowitz..... | 21 |
| 5.1 | Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds .....                                  | 21 |
| 5.2 | Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....                                     | 23 |
| 5.3 | Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells.....                                     | 27 |
| 6   | Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Zinnowitz .....                                      | 32 |
| 6.1 | Zentraler Versorgungsbereich.....                                                              | 32 |
| 6.2 | Touristischer Angebotsschwerpunkt B 111.....                                                   | 39 |
| 6.3 | Ergänzungsstandort des Einzelhandels in Zinnowitz .....                                        | 40 |
| 6.4 | Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung.....                                          | 40 |
| 7   | Die Zinnowitzer Sortimentsliste .....                                                          | 43 |
| 8   | Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung.....                            | 47 |
|     | Anhang .....                                                                                   | 56 |
|     | A1 Verzeichnisse.....                                                                          | 57 |
|     | A2 Legende .....                                                                               | 59 |
|     | A3 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe.....                            | 60 |

## 1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

---

Das Ostseebad Zinnowitz verfügt seit Ende 2007 über ein kommunales, politisch beschlossenes Einzelhandelskonzept. Seit diesem Zeitpunkt dient es als Grundlage für entsprechende Entscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Gemeindeentwicklungsfragestellungen einerseits sowie als Basis für die bauleitplanerische Umsetzung andererseits.

Gleichwohl es sich in Diskussionen, Gesprächen und Verfahren bereits mehrfach bewährt hat, entsprechen einzelne dort getroffene Regelungen nicht mehr den Anforderungen aktueller rechtlicher Grundlagen bzw. Erfordernisse. So muss die Definition und räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ebenso überprüft werden wie die Aussagen zu einzelnen (Nah-)Versorgungsstandorten im Gemeindegebiet. Aktuell zeugen verschiedene Ansiedlungs- bzw. Verlagerungsanfragen sowie bereits begonnene Projektentwicklungen im Bereich des Möskewegs – wie z. B. die geplante Verlagerung des Lebensmitteldiscounters Aldi oder auch das Entwicklungsvorhaben mit touristischem Angebotsschwerpunkt südlich der B 111 – von einem anhaltenden Interesse am Standort Ostseebad Zinnowitz.

Neben diesen in Teilen veränderten bzw. sich verändernden Rahmenbedingungen innerhalb von Zinnowitz hat es seit dem „Inkrafttreten“ des Einzelhandelskonzeptes weitere für diesen Themenkomplex relevante externe Veränderungen / Konkretisierungen gegeben, wie beispielsweise das Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern, der am 27.05.2016 in Kraft getreten ist. Aber auch einschlägige Urteile insbesondere des OVG NRW, die die Erarbeitung und Umsetzung von kommunalen Einzelhandelskonzepten beeinflussen, oder auch das Urteil des OVG Bautzen (Az.: 1 A 432/10 – 4 K 306/08), in dem einem Leipziger Nahversorgungszentrum die Einordnung als zentraler Versorgungsbereich abgesprochen wurde, sind in der Zwischenzeit ergangen.

In Würdigung dieser veränderten internen wie externen städtebaulichen wie rechtlichen Rahmenbedingungen werden im Rahmen der Fortschreibung des Zinnowitzer Einzelhandelskonzeptes folgende Konzeptbausteine aktualisiert:

- Definition und räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs
- Zielvorstellungen zur Sicherung und Stärkung der Nahversorgung im gesamten Gemeindegebiet des Ostseebades Zinnowitz
- Zielvorstellungen zur zukünftigen Sicherung und Entwicklung des Einzelhandels, seines Zentrums und der übrigen Standorte im Ostseebad Zinnowitz
- Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes – Grundsätze zur Einordnung und Bewertung zukünftiger Ansiedlungs-, Erweiterungs- und / oder Verlagerungsvorhaben

Die vorliegende Fortschreibung des Zinnowitzer Einzelhandelskonzeptes beinhaltet neben diesen Konzeptbausteinen ebenfalls eine aktualisierte Nachfrageanalyse, eine Betrachtung der wohnungsnahen Grundversorgung sowie die 2007 erstellte und weiter-

hin gültige Zinnowitzer Sortimentsliste, damit die Fortschreibung auch ohne Hinzunahme des 2007er Einzelhandelskonzeptes vollständig und verständlich ist.

## 2 Methodische Vorgehensweise

---

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für das Ostseebad Zinnowitz stützt sich sowohl auf eine Nachfrage- als auch auf eine Angebotsanalyse. Ein wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Aktualisierung der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Zinnowitzer Bevölkerung sowie der Touristen und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotssituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels. Ein zweiter wichtiger Baustein ist eine Teilaktualisierung der Ergebnisse der 2007 durchgeführten primärstatistischen Erhebung sowie auch die Auswertung von sekundärstatistischen Quellen.

In der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes findet die quantitative Angebotsanalyse ausschließlich für die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel statt.

### Nachfrageanalyse

- Die **modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.
- Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von den IFH Retail Consultants, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK), Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den zugrunde gelegten Branchenschlüssel<sup>1</sup> angepasst wurden.
- Diese sogenannten **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern**, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, weist die Kommune entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

---

<sup>1</sup> Zur Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel gehören die Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel, Backwaren / Konditoreiwaren, Fleischwaren und Getränke.



## Angebotsanalyse

- Eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch gesicherte Beurteilung aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird, bilden die in Absprache mit der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz **aktualisierten primärstatistischen Erhebungsdaten** aus dem Jahr 2007.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für das Ostseebad Zinnowitz 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 Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Zinnowitz ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.
- Bei der **Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten** des Zinnowitzer Einzelhandels werden nicht nur die Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Zinnowitz. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel hochgerechnet.

### **3 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen**

---

Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation im Ostseebad Zinnowitz eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Zinnowitz auswirken können. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007 haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. Berücksichtigt wurden vor allem Veränderungen der Einwohnerzahlen und der sortimentspezifischen Kaufkraftentwicklung. Im Sinne einer vollständigen und für sich verständlichen Fortschreibung des Konzeptes werden die aktuellen nachfrageseitigen Rahmenbedingungen nachfolgend im Zusammenhang dargestellt.

#### **3.1 Aktuelle standortrelevante Rahmenbedingungen**

---

##### **Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung**

Das rund 4.200 Einwohner<sup>2</sup> zählende Ostseebad Zinnowitz liegt im Nordosten Mecklenburg-Vorpommerns auf der ländlich strukturierten Insel Usedom. Zinnowitz gehört zum Amt Usedom-Nord, welches seinen Sitz in Zinnowitz hat, sowie zum rund 237.700 Einwohner<sup>3</sup> zählenden Landkreis Vorpommern-Greifswald. Landesplanerisch ist dem Ostseebad Zinnowitz die Versorgungsfunktion eines Grundzentrums zugewiesen.

---

<sup>2</sup> Quelle: Ostseebad Zinnowitz, Stand 10.08.2017

<sup>3</sup> Quelle: Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (2017): Bevölkerungsstand der Kreise, Ämter und Gemeinden in Mecklenburg-Vorpommern. Stand 30.06.2016, online abrufbar unter: <https://www.laiv-mv.de/static/LAIV/Statistik/Dateien/Publikationen/A%20I%20Bev%C3%B6lkerungsstand/A123/2016/A123%202016%2021.pdf>

Karte 1: Lage des Ostseebades Zinnowitz in der Region



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

Den unmittelbar an Zinnowitz angrenzenden Kommunen ist keine zentralörtliche Funktion zugewiesen. Neben Zinnowitz fungiert auf Usedom ebenfalls die Kommune Heringsdorf als Grundzentrum. Das nächstgelegene Mittelzentrum ist die rund 10 km südwestlich auf dem Festland gelegene Stadt Wolgast. Das Oberzentrum Greifswald, welchem diese Aufgabe gemeinsam mit der Stadt Stralsund zugewiesen ist, befindet sich in rund 40 km Entfernung westlich von Zinnowitz.

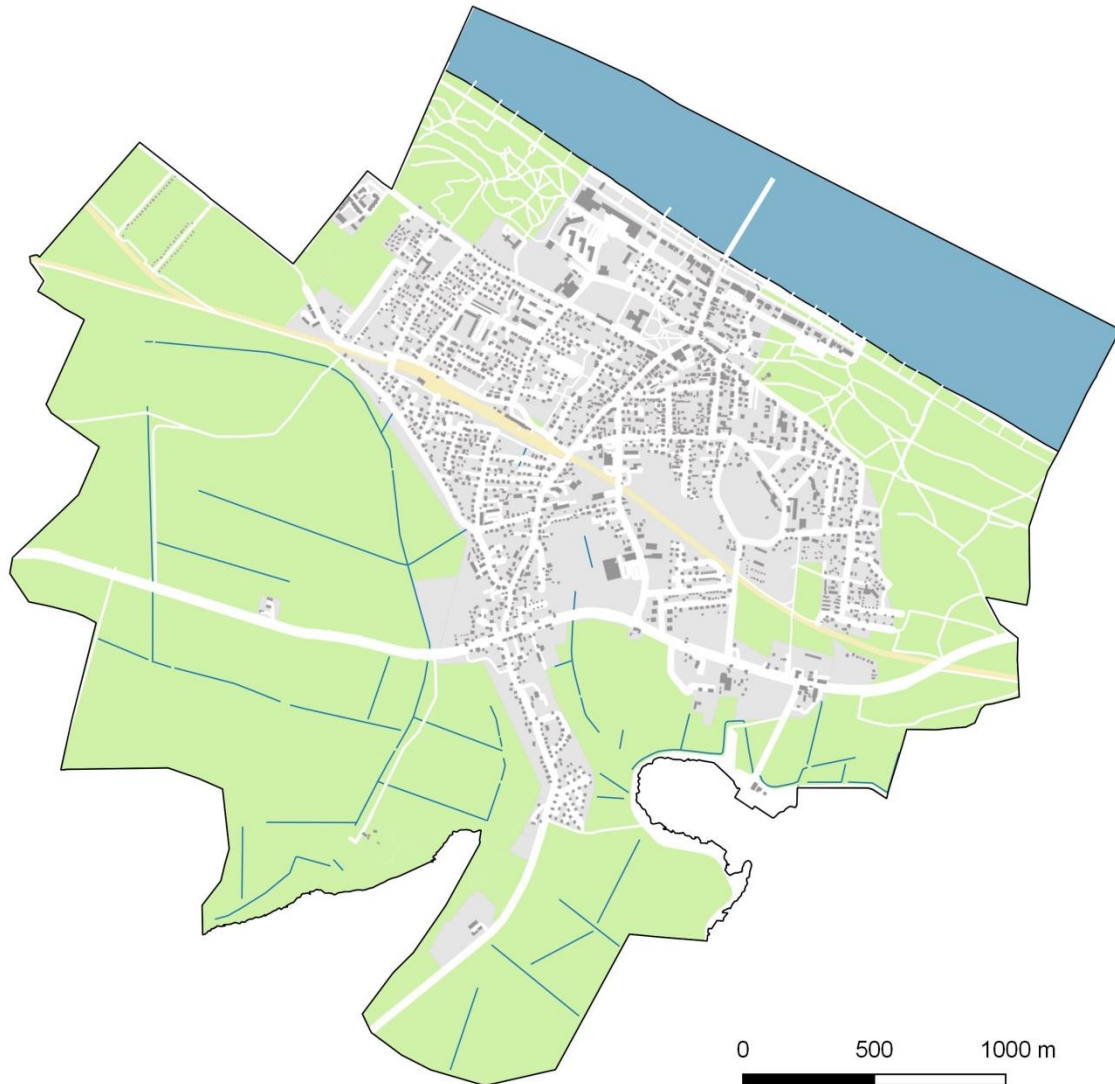
Die räumlich-funktionalen Verflechtungen des Ostseebades Zinnowitz mit der Region werden durch eine gute verkehrliche Anbindung begünstigt. In erster Linie bietet die Bundesstraße B 111 (Richtung A 20 und südöstlicher Bereich Usedom) bzw. im weiteren Verlauf die B 110 (Richtung Swinemünde in Polen und südlicher Bereich Usedom) gute überörtliche Straßenverbindungen. Eine Anbindung an das Autobahnnetz bietet die rund 40 km entfernt verlaufende A 20 (Bad Segeberg - Prenzlau).

Über den Bahnhof Zinnowitz ist ein Anschluss an das Schienennetz der Usedomer Bäderbahn (UBB) gegeben. Neben dem stadt- und regionerschließenden Nahverkehr ist das Ostseebad Zinnowitz über den rund 30 km entfernten Bahnhof der Deutschen Bahn in Züssow an die IC-Strecke Stralsund - Berlin angeschlossen. Ergänzt wird dieses Angebot durch regionale Buslinien, welche Zinnowitz u. a. mit Wolgast und Usedom verbinden.

### Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Im Ostseebad Zinnowitz leben derzeit rund 4.200 Einwohner (Stand 10.08.2017). Da es sich um einen kompakten Siedlungskörper handelt, findet keine weitere Unterteilung nach Ortsteilen statt. Das Gemeindegebiet umfasst rund 8,8 km<sup>2</sup>.

**Karte 2: Siedlungs- und Gemeindestruktur von Zinnowitz**



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

Der zentral gelegene, historisch gewachsene Ortskern mit Einzelhandelsangeboten und ihn umgebenden, gewachsenen Wohngebieten befindet sich im Norden des Siedlungsbereiches. Vor allem entlang der Strandpromenade sowie der Neuen Dünenstraße befindet sich die historische Bäderarchitektur. Der überwiegende Teil des Gemeindegebietes ist durch Grün- und Freiflächen geprägt.

### 3.2 Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Einzugsbereich

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmen-  
daten der IFH Retail Consultants, Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-  
Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevöl-  
kerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Ge-  
biet vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und  
nach Warengruppen ermitteln.

Dieses stellt sich für die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz folgendermaßen dar:

**Tabelle 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Zinnowitz (2017)**

| Warengruppe                               | Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial<br>der Zinnowitzer Wohnbevölkerung |                          |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
|                                           | Pro Kopf<br>(in Euro/Jahr)                                                    | Gesamt<br>(in Mio. Euro) |
| Nahrungs- und Genussmittel                | 2.107                                                                         | 8,8                      |
| Blumen (Indoor) / Zoo                     | 105                                                                           | 0,4                      |
| Gesundheit und Körperpflege               | 335                                                                           | 1,4                      |
| PBS / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher  | 152                                                                           | 0,6                      |
| <i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>   | 2.699                                                                         | 11,3                     |
| Bekleidung / Textilien                    | 454                                                                           | 1,9                      |
| Schuhe / Lederwaren                       | 124                                                                           | 0,5                      |
| Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren | 59                                                                            | 0,2                      |
| Spielwaren / Hobbyartikel                 | 114                                                                           | 0,5                      |
| Sport und Freizeit                        | 91                                                                            | 0,4                      |
| <i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i> | 843                                                                           | 3,5                      |
| Wohneinrichtung                           | 109                                                                           | 0,5                      |
| Möbel                                     | 259                                                                           | 1,1                      |
| Elektro / Leuchten                        | 147                                                                           | 0,6                      |
| Elektronik / Multimedia                   | 349                                                                           | 1,5                      |
| Medizinische und orthopädische Artikel    | 69                                                                            | 0,3                      |
| Uhren / Schmuck                           | 61                                                                            | 0,3                      |
| Baumarktsortimente                        | 466                                                                           | 1,9                      |
| Gartenmarktsortimente                     | 78                                                                            | 0,3                      |
| <i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>   | 1.540                                                                         | 6,4                      |
| <i>Sonstiges</i>                          | 28                                                                            | 0,1                      |
| <b>Kaufkraftpotenzial gesamt</b>          | <b>5.110</b>                                                                  | <b>21,3</b>              |

Quelle: Eigene Berechnung und Extrapolierung nach IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2016

Diesem monetären einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksich-  
tigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Gemeinde Ostseebad

Zinnowitz zugrunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Zinnowitz vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Zinnowitz eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 88,85, d. h. dass die Zinnowitzer Bevölkerung über ein leicht unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt. Im Vergleich zum Jahr 2007 (90,55) ist das Zinnowitzer Kaufkraftniveau leicht gesunken, das absolute Kaufkraftvolumen hingegen hat sich im gleichen Zeitraum sogar um rund 25 % erhöht.<sup>4</sup>

### 3.3 Touristisches Kaufkraftpotenzial

Neben der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der im Zinnowitzer Gemeindegebiet lebenden Bevölkerung schöpft sich ein wesentlicher Anteil des in Zinnowitz gebundenen Einzelhandelsumsatzes aus der **touristischen Kaufkraft** (Tagesbesucher und Übernachtungsgäste). Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass sich ein Großteil der touristischen Ausgaben im Bereich der **kurz- und mittelfristigen Bedarfsdeckung** konzentriert, also vor allem in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Bekleidung, Schuhe / Lederwaren, Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit.

Allerdings ist in diesem Zusammenhang zu beachten, dass diese zusätzliche Nachfrage nach Angeboten des Zinnowitzer Einzelhandels sehr deutliche saisonale Unterschiede aufweist. Im Sommerhalbjahr Mai bis Oktober werden rund 70 % der Übernachtungen in Zinnowitz gezählt (siehe Tabelle 2). Wobei in den Sommermonaten Juni bis September nochmals ein deutliches Plus in Bezug auf die Anzahl der Gästeankünfte und Übernachtungen festzustellen ist. Im Juli und August – zur Hochsaison des Bädertourismus – werden die höchsten Übernachtungszahlen registriert, so dass die Zahl der Touristen im Ostseebad Zinnowitz zeitweise die Einwohnerzahl (ca. 4.200 Einwohner) übersteigt. In der Vor- und Nebensaison von Mai bis Juni und September bis Oktober sind ebenfalls hohe Übernachtungszahlen festzustellen, die allerdings deutlich unterhalb der Werte der Hauptsaison liegen. Durch die Gäste, die in Ferienwohnungen, auf Campingplätzen etc. untergebracht sind und sich selbst versorgen, profitiert insbesondere der **Lebensmitteleinzelhandel** von der erhöhten Nachfrage. Entsprechend der vom Statistischen Amt des Landes Mecklenburg-Vorpommern veröffentlichten Gästestatistik besuchten im Jahr 2016 rund **184.500 Übernachtungsgäste** das Ostseebad Zinnowitz und verbrachten hier durchschnittlich 4,6 Nächte, was in Summe rund **0,8 Mio. Gästeübernachtungen** im Jahr 2016 entspricht.<sup>5</sup> Die Anzahl der Übernachtungen konnte seit 2003 (rund 0,5 Mio. Übernachtungen) um rund 60 % gesteigert werden. Die durch-

<sup>4</sup> Das 2007 erstellte Einzelhandelskonzept wies auf Basis der IFH-Daten (damals: BBE) anhand der damaligen Bevölkerungszahl ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rund 17,1 Mio. Euro auf.

<sup>5</sup> Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (2017): Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern Dezember 2016, Jahr 2016, online abrufbar unter: <https://www.laiv-mv.de/static/LAIV/Statistik/Dateien/Publikationen/G%20IV%20Tourismus%2c%20Gastgewerbe/G%20413/2016/G413%202016%2012.pdf>

schnittliche Übernachtungsdauer je Gast ist im gleichen Zeitraum von 4,9 auf 4,6 Tage leicht gesunken.<sup>6</sup> **Tagegäste** werden im Ostseebad Zinnowitz nicht empirisch erhoben. Dennoch ergibt sich auch hieraus ein weiteres und nennenswertes Kaufkraftpotenzial. Diesbezüglich ist darauf hinzuweisen, dass es sich bei dem Wert der Tagegäste in der Tabelle 3 um einen Schätzwert handelt. Dieser wurde in Anlehnung an die Angaben zur Relation eines Tages- und Übernachtungsgastes<sup>7</sup> und auf Grundlage eigener Erfahrungswerte ermittelt.

**Tabelle 2: Ankünfte und Übernachtungen in der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz im Jahr 2016**

| Monat             | Ankünfte       | Übernachtungen | Ø Aufenthaltsdauer in Tagen |
|-------------------|----------------|----------------|-----------------------------|
| Januar            | 7.450          | 25.950         | 3,5                         |
| Februar           | 9.850          | 36.200         | 3,7                         |
| März              | 15.350         | 58.850         | 3,8                         |
| April             | 14.050         | 52.150         | 3,7                         |
| <b>Mai</b>        | <b>19.100</b>  | <b>77.050</b>  | <b>4,0</b>                  |
| <b>Juni</b>       | <b>18.500</b>  | <b>91.600</b>  | <b>5,0</b>                  |
| <b>Juli</b>       | <b>23.900</b>  | <b>137.000</b> | <b>5,7</b>                  |
| <b>August</b>     | <b>21.900</b>  | <b>136.650</b> | <b>6,2</b>                  |
| <b>September</b>  | <b>18.100</b>  | <b>85.950</b>  | <b>4,7</b>                  |
| <b>Oktober</b>    | <b>17.750</b>  | <b>76.150</b>  | <b>4,3</b>                  |
| November          | 11.300         | 40.400         | 3,6                         |
| Dezember          | 9.900          | 33.450         | 3,4                         |
| <b>Gesamtjahr</b> | <b>184.500</b> | <b>844.600</b> | <b>4,6</b>                  |

Quelle: Eigene Darstellung nach Angaben des Statistischen Amtes Mecklenburg-Vorpommern (2016 / 2017); gerundete Werte

Basierend auf den Angaben des Statistischen Amtes des Landes Mecklenburg-Vorpommern zum Tourismus sowie in Anlehnung an die Untersuchung des Bundesministeriums für Wirtschaft und Technologie (BMWi) zum Thema „Wirtschaftsfaktor Tourismus“<sup>8</sup> bzw. „Tagesreisen der Deutschen“<sup>9</sup> ergibt sich für das Ostseebad Zinnowitz das folgende, überschlägig ermittelte, touristische Kaufkraftpotenzial:

<sup>6</sup> Statistisches Amt Mecklenburg-Vorpommern (2004): Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern Dezember 2003, Jahr 2003, online abrufbar unter: <https://www.laiv-mv.de/static/LAIV/Statistisches%20Amt/Dateien/Publikationen/G%20IV%20Tourismus%2c%20Gastgewerbe/G%20413/2003/G413%202003%2012.pdf>

<sup>7</sup> vgl. Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): Tagesreisen der Deutschen. Berlin

<sup>8</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Technologie (2012): Wirtschaftsfaktor Tourismus Deutschland - Kennzahlen einer umsatzstarken Querschnittsbranche. Berlin.

<sup>9</sup> Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): Tagesreisen der Deutschen. Berlin

**Tabelle 3: Touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Ostseebad Zinnowitz (2016)**

| Gäste ( <i>absolut</i> ) |                  | Ausgaben pro Tag<br>( <i>in Euro</i> ) | davon Ausgaben im Einzelhandel<br>( <i>in Euro</i> ) | einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial<br>( <i>in Mio. Euro</i> ) |
|--------------------------|------------------|----------------------------------------|------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|
| Übernachtungen           | 844.624          | 100                                    | 25 (25 %)                                            | 21,1                                                                  |
| Tagesgäste*              | 553.560          | 25                                     | 12,5 (50 %)                                          | 6,9                                                                   |
| <b>Gesamt</b>            | <b>1.398.184</b> | -                                      | -                                                    | <b>28,0</b>                                                           |

Quellen: eigene Berechnungen, Angaben des Statistischen Amtes des Landes Mecklenburg-Vorpommern, Tourismus in Mecklenburg-Vorpommern 2016;

\* Anzahl der Tagesgäste als Schätzwert gemäß Verhältnisangabe zwischen Tagesgästen und Übernachtungsgästen  
(berechnet in Anlehnung an: Bundesministerium für Wirtschaft und Energie (2014): „Tagesreisen der Deutschen“ Berlin)

Es zeigt sich, dass dem Zinnowitzer Einzelhandel pro Jahr zusätzlich ein **touristisches Kaufkraftpotenzial** von rund **28,0 Mio. Euro** zur Verfügung steht. Dieser Wert liegt um rund 30 % höher als die lokal vorhandene Kaufkraft.

Es kann angenommen werden, dass rund 40 % der touristischen Kaufkraft für die **Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel** aufgebracht wird. Somit stehen in Zinnowitz zusätzlich zur lokal vorhandenen, warengruppenspezifischen Kaufkraft weitere rund **11,2 Mio. Euro** zur Verfügung.

Zusammenfassend stellt der Tourismus für den Zinnowitzer Einzelhandel eine wesentliche Umsatzquelle dar, was insbesondere bei der Bewertung der gesamtgemeindlichen und warengruppenspezifischen Zentralitäten zu berücksichtigen ist.



## 4 Wohnungsnahe Grundversorgung in Zinnowitz

Der Analyse der Grundversorgungssituation in Zinnowitz liegen die Erhebungsdaten aus dem Jahr 2007 zugrunde, welche 2017 in Absprache mit der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz aktualisiert wurden.

Derzeit führen in Zinnowitz **vier strukturprägende Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Hauptsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Hauptsortiment untergeordnetes) Randsortiment. Die strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe halten rund **3.700 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche<sup>10</sup>** der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel vor.

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** (bezogen auf die vier strukturprägenden Lebensmittelanbieter) in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,88 m<sup>2</sup> pro Kopf** und liegt somit deutlich oberhalb des landesweiten Vergleichswerts. Auf die vier strukturprägenden Lebensmittelmärkte der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt ein **Umsatz** von rund **18,3 Mio. Euro**. Der auf die lokal vorhandene Kaufkraft bezogene **Zentralitätswert** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegt somit bei **2,08**. Unter zusätzlicher Berücksichtigung der touristischen Kaufkraft beläuft sich dieser Wert auf rund **0,92**. Somit liegt der Zentralitätswert auch inklusive der touristischen Kaufkraft nur knapp unterhalb (rund 8 % unter dem gemeinsamen sortimentspezifischen Kaufkraftvolumen der lokalen und der touristischen Bevölkerung Zinnowitz') des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“ (Zentralität: 1,0).

Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. Diese Schwelle wird von der Zinnowitzer Wohnbevölkerung (rund 4.200 Einwohner) – und ohne Berücksichtigung der Touristen – unterschritten. Unter Berücksichtigung des touristischen Potenzials verändert sich dieser Wert. Werden die absoluten Gästezahlen (Übernachtungen und Tagesgäste) zugrunde gelegt, halten sich im Jahresmittel rund 3.800 weitere Menschen regelmäßig in Zinnowitz auf und versorgen sich bei den örtlichen Lebensmittelanbietern. Somit liegt die Zahl der zu versorgenden Menschen insgesamt bei rund 8.000 im Jahresmittel. Vor diesem Hintergrund ist die bestehende Angebotsstruktur als sehr positiv zu bewerten.

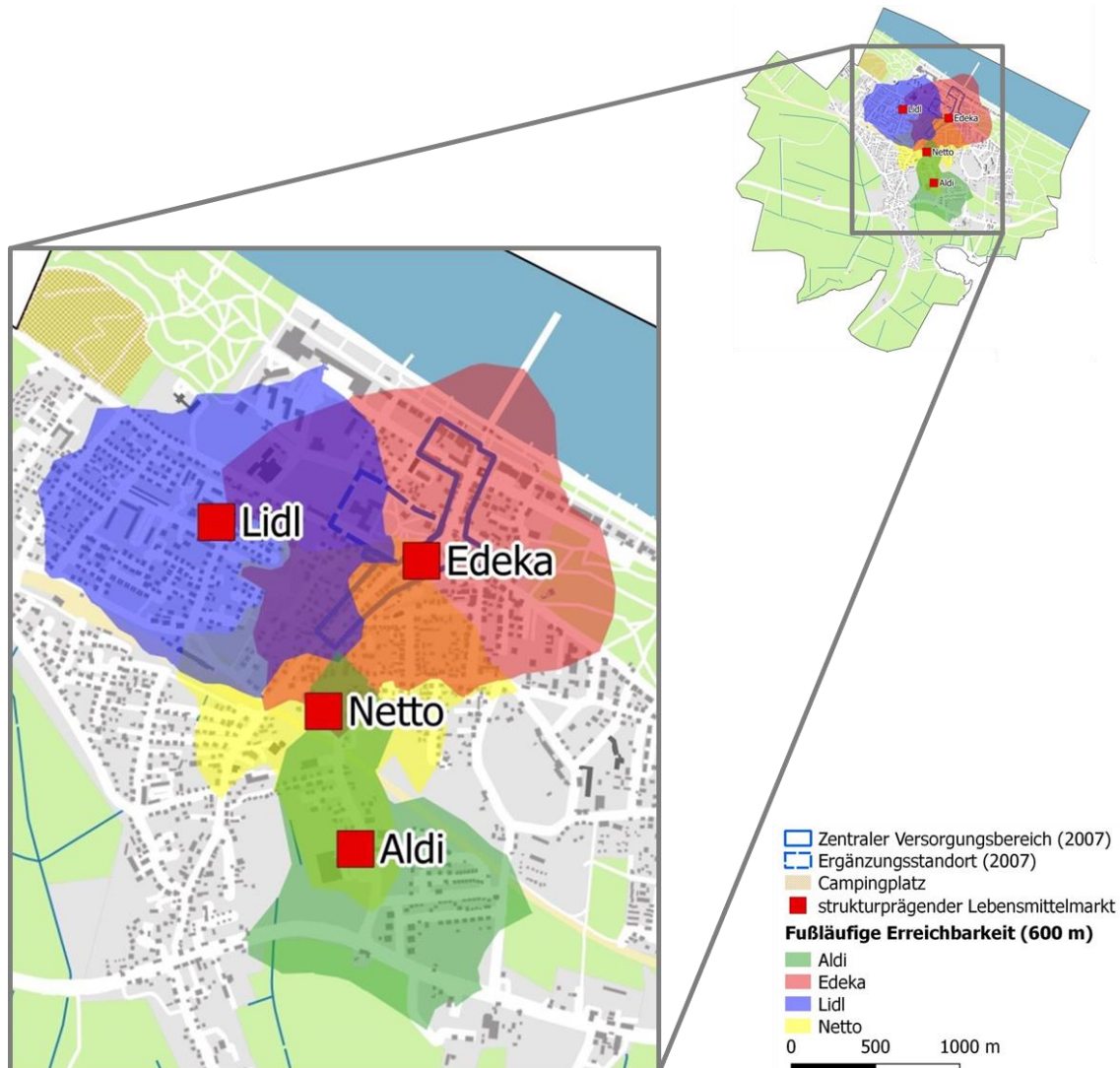
Die **qualitative Angebotsmischung** aus einem Supermarkt, drei Lebensmitteldiscountern sowie vor allem Betrieben des Lebensmittelhandwerks ist als leicht discountlastig,

<sup>10</sup> Aktuell bestehen für drei Betriebe Erweiterungs- und in einem Fall auch eine Verlagerungsanfrage(n). In zwei Fällen ist die Größenordnung der Erweiterungsabsichten bekannt und beträgt jeweils rund 300 bzw. 350 m<sup>2</sup>. Während für einen Betrieb bereits ein Vorbescheid ausgesprochen wurde (und diese Fläche in dieser Untersuchung Berücksichtigung findet), würde nach Genehmigung der zweiten Erweiterungsanfrage die Gesamtverkaufsfläche aller strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe auf rund 4.000 m<sup>2</sup> ansteigen. Hierzu hinzukommen würde ebenfalls noch die bisher unbekannte Erweiterungsfläche des dritten Marktes.

aber insgesamt betrachtet positiv zu bewerten, da für eine Kommune der Größenordnung von Zinnowitz (auch unter Berücksichtigung der touristischen Bedeutung) insgesamt eine gute Angebots- und Betriebsformenmischung im Lebensmittelsegment festzustellen ist. Gleichwohl sind insbesondere im Bereich der kleineren Lebensmittelmärkte auch qualitative Defizite zu beobachten. Hinsichtlich Betriebsgrößen und Warenpräsentation sind einige Märkte nicht mehr zeitgemäß. Für diese Märkte bestehen jedoch bereits Erweiterungs- und Modernisierungsabsichten.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln primär die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle. In einem nächsten Schritt muss daher das nahversorgungsrelevante Angebot mit Lebensmitteln vor allem auch **räumlich differenziert** betrachtet werden. Als Bewertungsmaßstab können in erster Linie die siedlungsräumliche Integration und fußläufige Erreichbarkeit der Lebensmittelanbieter herangezogen werden. In der nachfolgenden Karte werden alle größeren Lebensmittelanbieter in Zinnowitz mit einer Fußwegedistanz von 600 m dargestellt, was im Mittel einem noch akzeptablen Fußweg von rund 5 Minuten Dauer entspricht.

Karte 3: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Zinnowitz mit 600 m-Fußwegedistanzen



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

Insgesamt zeigt sich, dass die strukturprägenden Lebensmittelanbieter so im Zinnowitzer Gemeindegebiet verteilt sind, dass im Zentrum des Siedlungsbereiches eine fußläufige Erreichbarkeit der strukturprägenden Lebensmittelbetriebe gegeben ist. Auch aus touristisch geprägten Bereichen (wie z. B. dem Campingplatz) sind die Anbieter gut erreichbar. Die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der Anbieter überlappen sich teilweise mehrfach, so dass eine gute Abdeckung im Siedlungsbereich durch die größeren Lebensmittelanbieter gegeben ist. Fußläufig räumlich unterversorgte Bereiche sind hauptsächlich in den Siedlungsrandbereichen zu beobachten. Dies bedeutet jedoch nicht grundsätzlich ein räumliches Versorgungsdefizit. Vielmehr sind vor dem Hintergrund der geringen Mantelbevölkerung und des bereits heute bestehenden hohen Ausstattungsgrades die Entwicklungsperspektiven zur Ansiedlung eines weiteren strukturprägenden Lebensmittelmarktes nicht vorhanden.

Außerhalb des 2007 definierten zentralen Versorgungsbereiches bieten aktuell vor allem folgende Lebensmittelmärkte eine städtebaulich integrierte Lage mit unmittelbarem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen:

- Aldi, Möskeweg
- Lidl, Salzhorstweg
- Netto, Möskeweg

Die Standorte dieser Märkte sind aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen auch fußläufig sowie mit dem Fahrrad gut erreichbar und spielen unter diesem Aspekt eine wichtige Rolle als **Nahversorgungsstandort**.

## 5 Aktualisierung des Leitbilds und der Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes für Zinnowitz

---

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 3 und Kapitel 4) zeigen, dass sich leichte **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für gemeindeentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereich i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf den Zinnowitzer Ortskern zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie die Ergänzungsstandorte zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Räumliches Entwicklungsleitbild (vgl. Kapitel 5.1)
- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 5.2)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 5.3)
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches (vgl. Kapitel 6.1)
- Definition der Ergänzungsstandorte und Empfehlungen zu ihrer zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 6.3)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 6.4)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 8)

### 5.1 Fortschreibung des übergeordneten Entwicklungsleitbilds





---

Der Einzelhandelsstandort Zinnowitz soll seinen Potenzialen entsprechend gefördert werden. Insbesondere gilt es weiterhin, die klare räumliche Angebotsstruktur mit **Konzentration auf den Ortskern** zu bewahren und zu profilieren. In diesem Zusammenhang ist eine Verschärfung der innerkommunalen Konkurrenzsituation zu vermeiden und der Entwicklungsfokus auf den zentralen Versorgungsbereich im Ortskern sowie eine möglichst wohnortnahe Grundversorgung beizubehalten.

Dazu hat sich das gesamtgemeindliche **Leitbild der „räumlich-funktionalen Gliederung“** grundsätzlich etabliert und in der Umsetzung bewährt. Es setzt einen klaren räumlichen wie funktionalen Rahmen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung: Der Einzelhandel wird weiterhin in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Zinnowitzer Gemeindegebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

**Karte 4: Räumliches Entwicklungsleitbild**



-  Stärkung des Hauptgeschäftsbereiches
-  zentraler Versorgungsbereich
-  solitärer Nahversorgungsstandort
-  verstärkte regionale Ausstrahlung

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

Es ist dementsprechend **fortzuschreiben** und an die **aktuelle Einzelhandelsentwicklung** im Gemeindegebiet **anzupassen**.

## 5.2 Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2007 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in Zinnowitz und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung definiert. Nach Teilaktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept ist zu empfehlen, an den grundlegenden Zielen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotsituation – fortzuschreiben und anzupassen.<sup>11</sup>

Im Folgenden wird daher der überarbeitete Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz zugrunde zu legen ist. Am übergeordneten Handlungsziel für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz, der **Sicherung der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Grundzentrum sowie eines attraktiven und wettbewerbsfähigen Einzelhandelsangebots in der Gemeinde**, kann insgesamt festgehalten werden.

### Sicherung und – wo erforderlich – Ausbau der landesplanerischen Versorgungsfunktion

Ein bedeutendes gemeindeentwicklungsrelevantes Ziel für die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Grundzentrum. Vorliegende Ansiedlungs- und Erweiterungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse am Standort Zinnowitz.

Ein vordringliches Ziel der Gemeindeplanung in Zinnowitz ist es, dass Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung zu einer Sicherung und einem Ausbau der landesplanerischen Funktion beitragen, um somit die Versorgungsfunktion zu erhalten bzw. in einzelnen Warengruppen zu stärken.

### Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes sowie Sicherung und Stärkung der gesamtgemeindlichen Versorgungsfunktion

Die **Attraktivität** eines Einkaufsstandortes 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 Angebots. Nur durch ein Miteinander dieser Komponenten kann es gelingen, den Einzel-

<sup>11</sup> Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nach wie vor nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Gemeindeentwicklung – davon profitieren.

handelsstandort Zinnowitz auch zukünftig attraktiv zu gestalten und längerfristig zu erhalten bzw. zu sichern. Ein Ziel bleibt es daher, ein im oben genannten Sinne vielfältiges und gut strukturiertes Angebot zu erlangen bzw. zu erhalten, das der Versorgungsfunktion der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz gerecht wird.

Von grundlegender Relevanz ist in diesem Zusammenhang die Formulierung klarer **räumlich-struktureller Prioritäten**. Voraussetzung für ein Konzept zur räumlichen Lenkung des Einzelhandels ist ein Zielsystem für die funktionale Entwicklung der gesamten Gemeinde und der Zinnowitzer Versorgungsstandorte.

### **Sicherung und – wo möglich – Ausbau einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Gemeindegebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nahversorgungsstandorte**

Es soll eine wohnungsnah (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzeptes. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten<sup>12</sup> gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche und / oder Wohnsiedlungsbereiche mit geringen Einwohnerzahlen zu. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Zinnowitzer Gemeindegebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und (soweit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken.

### **Sicherung und Stärkung einer räumlich-funktional gegliederten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte gemäß dem Entwicklungsleitbild**

Wesentliche Grundlage für eine attraktive Einzelhandelsituation der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz ist eine ausgewogene, räumlich 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 hier insbesondere die bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich des Zinnowitzer Ortskerns sowie grundversorgungsrelevanten Sortimenten an ergänzenden Versorgungsstandorten.

---

<sup>12</sup> Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.



Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb, welcher seinerseits langfristige negative städtebauliche Folgen – insbesondere für den Zinnowitzer Ortskern – nach sich ziehen könnte, schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung im Sinne des räumlichen Entwicklungsleitbildes ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der gemeindlichen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich im Ortskern auf der einen sowie Ergänzungsstandorten auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

### **Zentrenverträgliche Weiterentwicklung der ergänzenden Einzelhandelsstandorte für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe mit regionaler Ausstrahlungskraft**

Verschiedene solitär gelegene Einzelbetriebe mit überörtlicher Bedeutung stellen einerseits zwar Konkurrenzstandorte für den Ortskern, andererseits jedoch auch eine sinnvolle und (in Teilen) notwendige Ergänzung des Einzelhandels im Zinnowitzer Ortskern dar.

Im Sinne einer funktionalen Arbeitsteilung sind diese Standorte auch weiterhin als zentrenverträgliche Ergänzungsstandorte zu sichern und – soweit erforderlich – weiter zu entwickeln. Dies hat zwingend zur Folge, dass hier eine gezielte und geordnete Entwicklung und Bestandspflege insbesondere der großflächigen Einzelhandelsbetriebe<sup>13</sup> angestrebt werden muss.

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

### **Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit insgesamt**

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, die z. T. von der Gemeinde geschaffen werden können. Dabei werden Investitionen wahrscheinlicher, wenn (politische) Risiken „ungerechtfertigter Wettbe-

<sup>13</sup> Großflächiger Einzelhandel i. S. v. § 11 (3) BauNVO ist in besonderem Maße geeignet, negative städtebauliche und raumordnerische Auswirkungen zu bedingen, wenn seine Ansiedlung nicht durch eine konsequente Gemeindeplanung 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 den Zinnowitzer Ortskern bzw. die dezentralen Ergänzungsstandorte zu lenken.

werbsvorteile“ vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit dem Einzelhandelskonzept ein Schutz des zentralen Versorgungsbereiches assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor „unfairem Wettbewerb“ geschützt werden sollen. Grundsätzlich hat das Planungsrecht ohnehin wettbewerbsneutral zu sein.

Eng mit diesem Ziel verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z. B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

### **Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte mit konterkarierenden Planungen**

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem gemeindeentwicklungspolitischen Leitbild einer „Gemeinde der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere ein kompakter Hauptgeschäftsbereich mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Gemeindeentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie gemeindeentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Zinnowitz (vgl. Kapitel 4) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb des Ortskerns und der bestehenden Angebotsstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche (vgl. Kapitel 6) bewirken in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und haben ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbranche enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Eine Ausnahme kann im Rahmen dieses Konzeptes für die geplante Verlagerung des Lebensmitteldiscounters Aldi erfolgen, wenn gleichzeitig der Altstandort für Einzelhandel aufgegeben wird, die Nahversorgung weiterhin gesichert ist und die Nahversorgungsstruktur insgesamt nicht negativ beeinflusst wird.

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

### **Sicherung einer „nachhaltigen“ Gemeindeentwicklung, d. h. langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels**

Eine nachhaltige Gemeindeentwicklung berücksichtigt sowohl die demographische Entwicklung, als auch die Entwicklung des Tourismusaufkommens. Um die touristische Funktion weiterhin zu stärken, ist die darauf ausgelegte Angebotsstruktur zu festigen und weiter zu entwickeln. Basis hierfür bildet auch eine klare räumlich-funktionale Zuordnung sowie eine verbesserte Funktionsteilung der Einzelhandelsbereiche, die keine Konkurrenz, sondern eine Ergänzung der Angebote anstrebt.

### **5.3 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells**

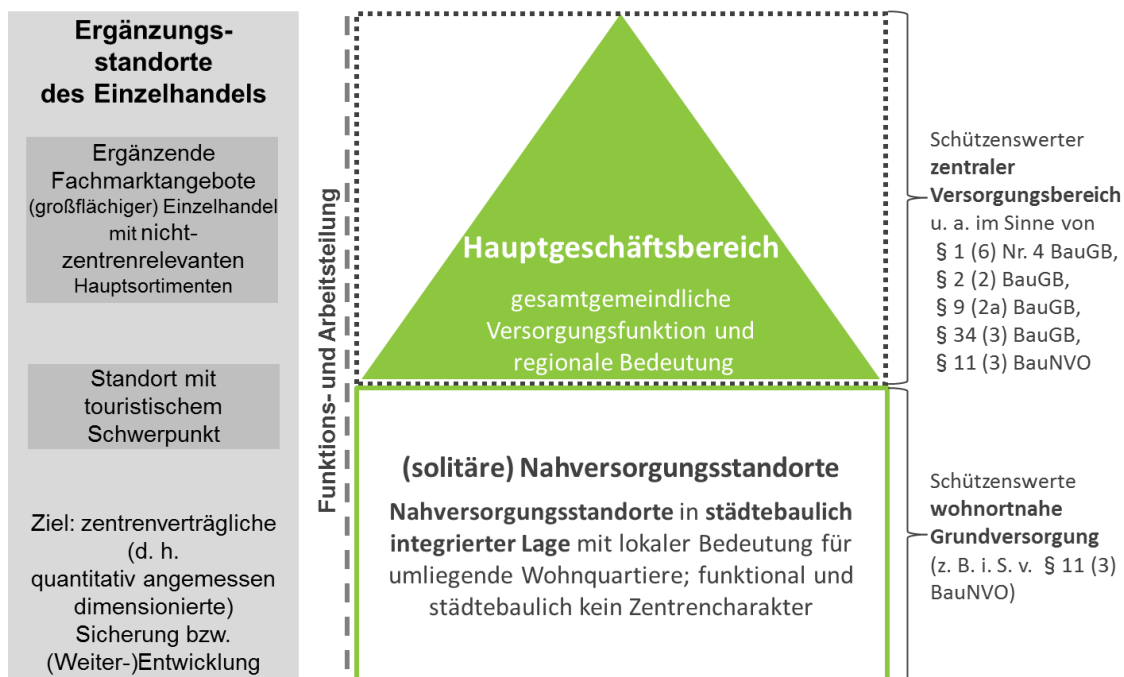
---

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

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandortes in das **weiterentwickelte Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt 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 gemeindeentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2007 festgelegte Standortstruktur des Zinnowitzer Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Als Ziel wird folgende Standortstruktur vorgeschlagen:

Abbildung 1: Standortstrukturmodell für das Ostseebad Zinnowitz



Quelle: eigene Darstellung

### Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich Zinnowitz“

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- Gesamtgemeindliche 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.

Der **Zinnowitzer Ortskern** mit seinem abgegrenzten Hauptgeschäftsbereich wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung<sup>14</sup> entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

<sup>14</sup> „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

### **(Solitäre) Nahversorgungsstandorte**

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

Im Ostseebad Zinnowitz sind derzeit folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- Möskeweg (derzeit Aldi)
- Salzhorstweg (derzeit Lidl)

### **Ergänzende Fachmarktangebote**

Diese Angebotsstandorte sind vor allem gekennzeichnet durch folgende Merkmale:

- Mindestens teilgemeindliche(s) und teilweise auch überörtliche(s) Einzugsgebiet / Versorgungsbedeutung,
- Angebotsschwerpunkte in bestimmten Warengruppen, regelmäßig hoher Verkaufsflächenanteil nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels, zudem auch Sortimente der Grundversorgung (zumeist in Form von Lebensmittelmärkten) vorhanden,
- kaum Wettbewerb am Angebotsstandort,
- überwiegend großflächiger Einzelhandel, auch in Standortgemeinschaft,
- i. d. R. kein oder nur rudimentäres Dienstleistungsangebot.

Derzeit gibt es einen bestehenden Standort im Gemeindegebiet:

- Möskeweg (derzeit Dieckhoff Baustoffe)

Dieser Standort dient auch zukünftig insbesondere als funktionaler Ergänzungsstandort für großflächigen nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Aufgrund der klaren Ausrichtung der Entwicklung auf den zentralen Versorgungsbereich sind Angebotsausweitungen an diesem Standort in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über

---

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 6.

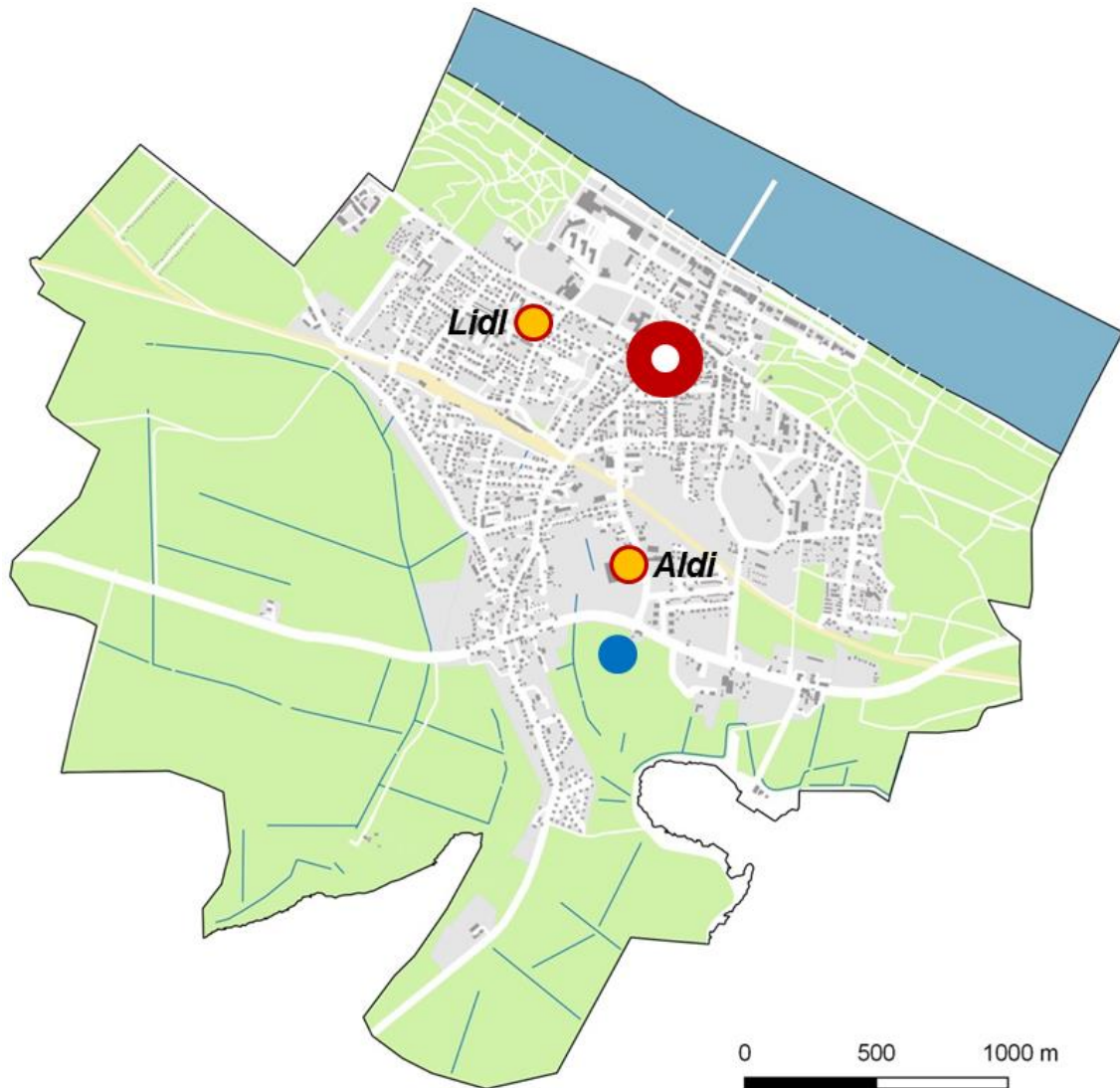
den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches restriktiv zu behandeln.

### **Standort mit touristischem Schwerpunkt**

Eine Besonderheit im Zinnowitzer Gemeindegebiet stellt der perspektivische Angebotsstandort mit touristischem Schwerpunkt südlich der B 111 in Höhe des Möskenswegs dar. Aufgrund des Bädertourismus, wodurch sich im Jahresverlauf mehr Touristen als Einwohner in Zinnowitz aufhalten und versorgen, ist ein spezielles Angebot für Touristen geplant. Hierbei handelt es sich auch um Angebote naheversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente. Das Projekt besteht aus vier Angebotsbausteinen, die neben touristischen Erlebnis- und Ausstellungsbereichen auch gastronomische Angebote sowie Verkaufsbereiche beinhalten. Das Verkaufsangebot soll sowohl aus kleinteiligen Betrieben (in Summe bis zu 800 m<sup>2</sup> Gesamtverkaufsfläche) als auch aus Annexhandel von Schaubetrieben, die direkt vor Ort produzieren, bestehen. Der Einzelhandel soll somit den übrigen Angeboten deutlich untergeordnet sein. Zudem besteht kein vollumfängliches Angebot in den projektierten Warengruppen, da das Angebot ausschließlich auf Touristen ausgerichtet ist. Da es sich bei den geplanten Einzelhandelsangeboten um eine atypische Sortimentsstruktur handelt, sind keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten (siehe hierzu auch Kapitel 6.2).

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

Karte 5: Perspektivische Standortstruktur in Zinnowitz



- Hauptgeschäftsbereich
- solitärer Nahversorgungsstandort
- Standort mit touristischem Schwerpunkt

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

## 6 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Zinnowitz

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Zinnowitz ergeben sich im Sinne einer geordneten Gemeindeentwicklung nur für bestimmte Standorte im Gemeindegebiet Entwicklungsperspektiven. Diese Standorte bilden die Entwicklungsbereiche, an denen der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Standortmodells (vgl. Kapitel 5.3) – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Umkehrschluss umfassen Tabubereiche vom Prinzip her all diejenigen Standorte, die nicht im Rahmen der Entwicklungsbereiche angesprochen werden. Im Sinne einer geordneten Gemeindeentwicklung werden hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung kontraproduktiv den formulierten Entwicklungszielen entgegenstehen würde. Hinsichtlich der Handhabung in der Praxis wird in der vorliegenden Fortschreibung von der abstrakten Darstellung der Tabubereiche im Zusammenhang mit der Standortstruktur abgesehen.

### 6.1 Zentraler Versorgungsbereich

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für Zinnowitz 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 Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.<sup>15</sup> Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen

<sup>15</sup> vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07



Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereiches – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.<sup>16</sup>

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

Zentrale Versorgungsbereiche können sich ergeben aus

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

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!<sup>17</sup>

### **Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen**

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung des Zinnowitzer Ortskerns sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (gemeindlicher) gewachsener Versorgungsstrukturen.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Zinnowitz ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Gemeindegebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet. Dies ist in Zinnowitz natürlich der Hauptgeschäftsbereich im Ortskern.

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

<sup>16</sup> 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

<sup>17</sup> Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

**funktionalen** Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches** heranzuziehen 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

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

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

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

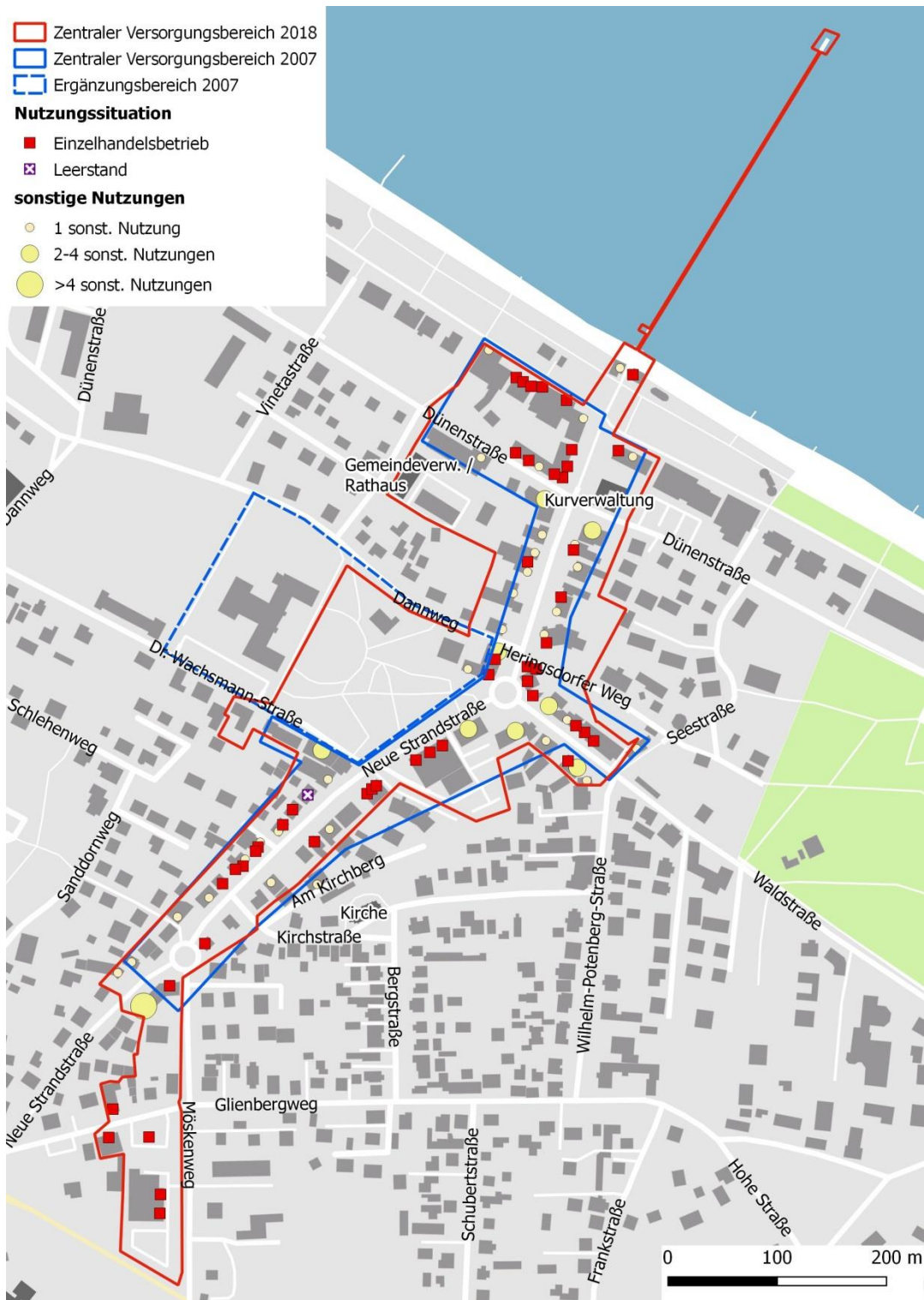
Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien ist der im Jahr 2007 abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz überprüft worden.

### **Der Hauptgeschäftsbereich im Ortskern**

Der Ortskern der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz als Hauptgeschäftsbereich ist unter qualitativen und quantitativen Gesichtspunkten der bedeutendste Angebotsstandort in Zinnowitz. Der hier ansässige Einzelhandel dient sowohl der Versorgung der Zinnowitzer Bevölkerung als auch der zahlreichen Touristen. Er nimmt deshalb mit seinen Nutzungsstrukturen eine herausragende Stellung als Frequenzbringer ein, der für die notwendige Lebendigkeit und Urbanität bzw. Attraktivität des Zentrums sorgt.

Unter Berücksichtigung der zuvor aufgeführten Abgrenzungskriterien ergibt sich der zentrale Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich, wie in nachfolgender Karte 6 (durch die rote Linie) dargestellt.

**Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich“**



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der selektiven Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Zinnowitz, Juli 2017; Kartengrundlage: © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Die räumliche Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereiches im Zinnowitzer Ortskern wird im Wesentlichen von der räumlichen Verteilung der Einzelhandelsbetriebe sowie durch die räumliche Verteilung der ortsansässigen Dienstleister und weiteren zentrenprägenden Einrichtungen bestimmt. Gegenüber der Abgrenzung des zentralen

Versorgungsbereiches 2007 ergeben sich aufgrund von Veränderungen der Angebotsstruktur und neuer Entwicklungen Anpassungen der Abgrenzung.

Eine Erweiterung des zentralen Versorgungsbereiches fand im nördlichen Bereich des Ortskerns statt. Hier wurde die Seebrücke mit in den zentralen Versorgungsbereich aufgenommen. Aktuell befindet sich hier noch kein Einzelhandelsbesatz, allerdings ist perspektivisch geplant die Seebrücke umzubauen und auch auf der Brücke selbst Ladenlokale zu errichten. Da dieses Angebot in einem räumlichen Zusammenhang mit dem übrigen Angebot des zentralen Versorgungsbereiches stehen wird, wird dieser Teil in eben jenen aufgenommen.

Im nordwestlichen Bereich der Vinetastraße werden die Liegenschaften der Gemeindeverwaltung in den zentralen Versorgungsbereich integriert. Als öffentliche Institution mit Publikumsverkehr stellt diese eine zentrumsprägende Einrichtung dar und wird daher in den zentralen Versorgungsbereich integriert.

Im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007 wurde der Bereich des ehemaligen Kulturhauses sowie des angrenzenden Parks als Ergänzungsbereich ausgewiesen. Zum damaligen Zeitpunkt bestanden Überlegungen, dieses ungenutzte Gebäude u. a. mit Einzelhandelsnutzungen zu beleben. Da diese Planungen überholt sind und das Gebäude nach einer Sanierung der Wohnnutzung zugeführt werden soll, wird der bebaute Bereich aus dem zentralen Versorgungsbereich genommen. Die Parkanlage hingegen wird ebenfalls nicht mehr als Ergänzungsbereich ausgewiesen sondern in den zentralen Versorgungsbereich eingegliedert, da dieser in der Hauptlage des zentralen Versorgungsbereiches einen Aufenthaltsbereich bietet und somit zur Gesamtqualität des zentralen Versorgungsbereiches nachhaltig beiträgt.

Eine weitere Erweiterung findet im südlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches entlang der westlichen Seite des Möskeweges statt. In diesem Bereich befindet sich neben einem bereits ansässigen Lebensmitteldiscounter sowie drei weiteren Einzelhandelsbetrieben ein Drogeriemarkt. Das nahversorgungsrelevante Angebot an diesem Angebotsstandort, welches zur Grundversorgung der Bevölkerung beiträgt, sowie die fußläufigen Wegebeziehungen zum restlichen Teil des zentralen Versorgungsbereiches stellen die Gründe für die Aufnahme in diesen dar.

Weitere Veränderungen der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ergeben sich ausschließlich durch die parzellenscharfe Abgrenzung.

Somit verläuft der zentrale Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich“ der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz von der Seebrücke im Norden entlang der Neuen Sandstraße bis hin zum Möskeweg. Querstraßen innerhalb dieser Nord-Süd-Ausrichtung des zentralen Versorgungsbereiches sind Teilbereiche der Dünenstraße, der Vinetastraße, des Heringsdorfer Weges, der Waldstraße sowie der Dr.-Wachsmann-Straße. Insgesamt sind zwei Lebensmittelmärkte, die maßgeblich der Grundversorgung der Zinnowitzer Bevölkerung dienen, im zentralen Versorgungsbereich ansässig. Ein Betrieb liegt an der Neuen Sandstraße in Höhe des Kulturhausparkes. Ein zweiter Betrieb befindet sich – wie bereits oben erläutert – am Möskeweg. Ansonsten ist der Ortskern durch kleinteilige und oftmals inhabergeführte Fachgeschäfte geprägt. Ergänzt wird dieses Angebot durch einen hohen Gastronomiebesatz.

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

### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

Oberstes Ziel bleibt die Sicherung und langfristige Stärkung der Versorgungsfunktion des Ortskerns durch vorrangige Lenkung des zentrenrelevanten, insbesondere des großflächigen Einzelhandels in dem zentralen Versorgungsbereich Hauptgeschäftsbereich. Vor diesem Hintergrund können folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen formuliert werden:

- Erhalt, Ausbau und nachhaltige Sicherung einer attraktiven Versorgungsstruktur und -qualität in Zinnowitz mit Fokus auf dem zentralen Versorgungsbereich im Ortskern.
- Arrondierung des Angebotsspektrums und Attraktivitätssteigerung des Ortskerns, insbesondere durch zielgerichtete, branchenspezifische (auch qualitative) Weiterentwicklungen mit Schwerpunkt in zentrenrelevanten Sortimenten.
- Stärkung der touristischen Funktion des Ortskerns durch eine qualitätvolle Weiterentwicklung der spezifischen Angebotsstrukturen im Einzelhandels- sowie im Dienstleistungsbereich
- Sicherung, Ausbau und Verdichtung „im Inneren“ des Hauptgeschäftsbereiches mit einer Versorgungsfunktion als Grundzentrum für das gesamte Gemeindegebiet.
- Profilierung und Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches im Ortskern gegenüber Wettbewerbsstandorten durch qualitative und funktionale Verbesserungen des Angebots in zentrenprägenden Leitbranchen und Ergänzung des Angebotsspektrums um weitere attraktive Anbieter (insbesondere des standardisierten bis höherwertigen Sortiments) sowie adäquater Betriebsgrößen für moderne Fachgeschäfte. Grundsätzlich ist ein Erhalt von Vielfalt und Kleinteiligkeit des Einzelhandels im Ortskern anzustreben. Mögliche großformatige Entwicklungen sind daher im Einzelfall hinsichtlich ihrer Auswirkungen zu prüfen.
- Sicherung und Ausbau der attraktiven und multifunktionalen Angebotsmischung auch mit ergänzenden Dienstleistungs- und Gastronomieangeboten sowie öffentlichen und kulturellen Einrichtungen.
- Sicherung der Grundversorgung für die Bevölkerung der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz durch Erhalt und Weiterentwicklung nahversorgungsrelevanter Angebote – insbesondere des bestehenden Lebensmittelvollsortimenters – im Ortskern.

- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität des Ortskerns, beispielsweise durch Sicherung der kompakten und vernetzten städtebaulichen Grundstruktur, attraktive Angebotsformen an neuralgischen Punkten des Ortskerns sowie ggf. weitere gestalterische Verbesserungen auch in Kombination mit gastronomischen Nutzungen.

## **6.2 Touristischer Angebotsschwerpunkt B 111**

Aktuell bestehen Überlegungen südlich der B 111 einen touristischen Freizeit- und Gewerbepark zu entwickeln. Diese Planung trägt den Namen Achterwasserblick. Im Rahmen dieser Planung sollen sich gegenseitig ergänzende tourismusorientierte Gewerbesiedlungen stattfinden. Konkret besteht dieses Projekt aus vier Angebotsbausteinen:

- Einer touristischen Erlebniswelt mit Verkauf, Schauproduktion, Ausstellung und Erlebnisgastronomie (1),
- einer touristischen Ausstellungswelt mit Ausstellungs-, Veranstaltungs- und Indoor-Spielbereich sowie Gastronomie (2),
- einem Handwerkerdorf mit Schauwerkstätten von Kunsthandwerkern (3) sowie
- einem Wohnmobilplatz für Kurzzeit-Camping (4).

Für die ersten drei Angebotsbausteine ist auch ein Warenverkauf geplant. Bei Angebotsbaustein 1 sollen vor allem nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente auf einer Verkaufsfläche von bis zu 800 m<sup>2</sup> angeboten werden. Bei Angebotsbaustein 1 kann ebenfalls Annexhandel stattfinden. Bei den Angebotsbausteinen 2 und 3 soll der Warenverkauf als Annexhandel erfolgen, d. h. nach dem Handwerkerprivileg (siehe auch Grundsatz 2 auf Seite 50) ist der Warenverkauf der Warenproduktion deutlich untergeordnet und sollte maximal 100 m<sup>2</sup> je Ladeneinheit nicht überschreiten.

Da es sich somit um die Ansiedlung ergänzender Dienstleistungs-, Gastronomie- und Kulturbetriebe mit einem touristischen Angebotsschwerpunkt handelt und der Einzelhandel nur eine nachgeordnete Bedeutung hat, ist eine funktionale Ergänzung des Einzelhandelsangebotes zum zentralen Versorgungsbereich gegeben. Aufgrund dieser Spezialisierung des Angebotes ist keine Beeinträchtigung bzw. Gefährdung der Angebotsstruktur im zentralen Versorgungsbereich im Ortskern abzusehen (Atypik des Vorhabens).

### **Entwicklungsziele und -empfehlungen**

- Sicherung und Entwicklung der touristischen Angebotspotenziale, insbesondere in Ergänzung zum Angebot des zentralen Versorgungsbereiches.
- Beschränkung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung auf kleinteilige Einzelhandelsbetriebe mit einem touristischen Angebotsschwerpunkt.
- Planungsrechtliche Absicherung zur Vermeidung eines „normalen“ Einzelhandelsstandortes.

### 6.3 Ergänzungsstandort des Einzelhandels in Zinnowitz

---

Neben dem zentralen Versorgungsbereich besteht mit aktuell einem außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches gelegenen Ergänzungsstandort in Zinnowitz ein weiterer räumlicher Angebotsschwerpunkt im Gemeindegebiet, der über ein gesamtgemeindliches sowie teilweise auch regionales Einzugsgebiet verfügt. Hierbei handelt es sich um einen solitären Standort am Möskenweg (derzeit Dieckhoff Baustoffe) mit Angebotsschwerpunkten in nicht-zentrenrelevanten Warengruppen.

Als Entwicklungsziel für diesen Standort kann die Sicherung in der Funktion als Ergänzungsstandort zum zentralen Versorgungsbereich festgehalten werden. Eine Ausweitung zentrenrelevanter (auch nahversorgungsrelevanter) Angebote über den genehmigten Bestand hinaus ist vor dem Hintergrund der formulierten städtebaulichen Zielsetzung zur Sicherung und zum Ausbau des zentralen Versorgungsbereiches und der wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen restriktiv zu begegnen.

### 6.4 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

---

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

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnahe Grundversorgung innerhalb der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbe- reich sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsna- hen Grundversorgung, die in Zinnowitz nicht allein durch den zentralen Versorgungs- bereich im Ortskern geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine mög- lichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Gemeindegebiet durch funktionsfähige **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwür- dig, weil sie neben dem zentralen Versorgungsbereich einen wichtigen Baustein zur Si- cherstellung der wohnungsnahe Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob in- nerhalb oder außerhalb der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich



keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Aktuell können in Zinnowitz folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage im Gemeindegebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) definiert werden:

- Möskenweg (derzeit Aldi)
- Salzhorstweg (derzeit Lidl)

### Entwicklungsempfehlungen

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

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht.

- Derzeit besteht für den solitären Nahversorgungsstandort Möskenweg (derzeit Aldi) eine Verlagerungs- und Erweiterungsanfrage. Der Lebensmitteldiscounter Aldi liegt außerhalb der neuen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches „Hauptgeschäftsbereich“ an einem städtebaulich integrierten Standort. Zusammen mit dem anderen im südlichen Ortsbereich vorhandenen Lebensmittelmarkt (Netto) sichert er die Nahversorgung in diesem Bereich. Die aktuell in der Diskussion befindliche Verlagerung auf das Nachbargrundstück sowie die damit einhergehende Verkaufsflächenerweiterung (auf ca. 1.250 m<sup>2</sup>) stellt dabei aufgrund des vorhandenen touristischen Nachfragepotenzials eine angemessene und im Sinne dieses Einzelhandelskonzeptes verträgliche Verkaufsflächenengrößenordnung dar.

Da alle Anbieter seit geraumer Zeit am Markt sind, ist durch die geplante Betriebsenerweiterung keine sich signifikant verändernde Wettbewerbssituation zu erwarten. Demzufolge sind auch keine negativen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Auswirkungen zu erwarten, welche in Betriebsschließungen münden könnten. Vielmehr handelt es sich um eine kleinräumige Verlagerung, die keine signifikante Veränderung der städtebaulichen Einordnung des Angebotsstandortes nach sich ziehen wird. Die Aufgabe des zukünftigen Altstandortes für Einzelhandelsnutzungen sollte hierbei rechtlich abgesichert werden. Des Weiteren handelt es sich um

eine Anpassung des Anbieters an marktgängige Größenordnungen und letztlich auch eine langfristige Sicherung der wohnungsnahen Nahversorgungsstruktur in Zinnowitz.

- Die Notwendigkeit neue integrierte Nahversorgungsstandorte zu entwickeln, wird derzeit nicht gesehen. Aufgrund der bestehenden, guten Angebotsausstattung können mit weiteren Neuansiedlungen einhergehende Umsatzumverteilungen, die unter Umständen die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten gefährden, nicht ausgeschlossen werden.

## 7 Die Zinnowitzer Sortimentsliste

---

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches, der Definition der Ergänzungsstandorte sowie der solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Zinnowitzer Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtgemeindlichen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig.<sup>18</sup>

Die Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2007 wurde nur hinsichtlich des Sortiments Geschenkartikel aktualisiert. Aufgrund der nicht eindeutig möglichen Zuordnung einzelner Waren zum Sortiment Geschenkartikel wurde dieses gestrichen. Abgesehen davon bleibt die Sortimentsliste unverändert gültig und stellt sich wie folgt dar:

---

<sup>18</sup> vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

**Tabelle 4: Zinnowitzer Sortimentsliste nach Hauptbranchen**

| Hauptbranchen                             | Sortimente                                                                                | Zentrenrelevanz                            |
|-------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|
| Lebensmittel/Nahrungs- und Genussmittel   | Backwaren                                                                                 | nahversorgungsrelevant/<br>zentrenrelevant |
|                                           | Fleischwaren                                                                              | nahversorgungsrelevant/<br>zentrenrelevant |
|                                           | Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren und Getränke)                                | nahversorgungsrelevant/<br>zentrenrelevant |
| Gesundheits- und Körperpflege             | Drogeriewaren (Kosmetika, Körperpflege, Putz- und Reinigungsmittel etc.)                  | nahversorgungsrelevant/<br>zentrenrelevant |
|                                           | Parfümerie                                                                                | zentrenrelevant                            |
|                                           | Reformwaren                                                                               | zentrenrelevant                            |
| Schreibwaren, Papier, Bücher              | Büromaschinen, Organisation                                                               | zentrenrelevant                            |
|                                           | Bücher                                                                                    | zentrenrelevant                            |
|                                           | Papier, Bürobedarf, Schreibwaren                                                          | zentrenrelevant                            |
|                                           | Zeitungen/Zeitschriften                                                                   | nahversorgungsrelevant/<br>zentrenrelevant |
| Bekleidung                                | Bekleidung allgem. (Berufsbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Motorradbekleidung etc.) | zentrenrelevant                            |
|                                           | Damenoberbekleidung                                                                       | zentrenrelevant                            |
|                                           | Herrenoberbekleidung                                                                      | zentrenrelevant                            |
|                                           | Kinderbekleidung                                                                          | zentrenrelevant                            |
|                                           | Wäsche/Miederwaren/Bademoden                                                              | zentrenrelevant                            |
|                                           | Handarbeitsbedarf/Kurzwaren/Meterware/Stoffe/Wolle                                        | zentrenrelevant                            |
| Schuhe, Lederwaren                        | Lederwaren                                                                                | zentrenrelevant                            |
|                                           | Schuhe                                                                                    | zentrenrelevant                            |
|                                           | Sportschuhe                                                                               | zentrenrelevant                            |
| Glas/Porzellan/ Keramik/ Haushaltswaren   | Glas/Porzellan/Keramik                                                                    | zentrenrelevant                            |
|                                           | Bestecke/Haushaltswaren                                                                   | zentrenrelevant                            |
| Spielwaren/Hobby/Basteln/Musikinstrumente | Künstlerbedarf/Bastelzubehör                                                              | zentrenrelevant                            |
|                                           | Musikinstrumente und Zubehör                                                              | zentrenrelevant                            |
|                                           | Spielwaren                                                                                | zentrenrelevant                            |
|                                           | Waffen, Jagdbedarf                                                                        | zentrenrelevant                            |
| Sportartikel/Fahrräder/Camping            | Fahrräder und Zubehör                                                                     | zentrenrelevant                            |
|                                           | Camping und Zubehör                                                                       | nicht- zentrenrelevant                     |
|                                           | Sportartikel                                                                              | zentrenrelevant                            |
|                                           | Sportbekleidung                                                                           | zentrenrelevant                            |
|                                           | Sportgroßgeräte                                                                           | nicht- zentrenrelevant                     |
| Uhren/Schmuck                             | Uhren/Schmuck                                                                             | zentrenrelevant                            |

| Hauptbranchen                                                    | Sortimente                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | Zentrenrelevanz                            |                        |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------|------------------------|
| Unterhaltungselektronik/Musik/Video/DVD/PC/Drucker/Kommunikation | Schallplatten (CDs/Videos/DVDs (ohne Verleih)                                                                                                                                                                                                                                                                       | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Computer und Zubehör                                                                                                                                                                                                                                                                                                | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Telekommunikation und Zubehör                                                                                                                                                                                                                                                                                       | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Unterhaltungselektronik und Zubehör                                                                                                                                                                                                                                                                                 | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Foto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | zentrenrelevant                            |                        |
| Medizinische und orthopädische Artikel/Pharmazeutische Artikel   | Hörgeräte                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Augenoptik                                                                                                                                                                                                                                                                                                          | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Sanitätsbedarf                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Pharmazeutische Artikel                                                                                                                                                                                                                                                                                             | zentrenrelevant                            |                        |
| Bettwaren/Haus-, Tisch- und Bettwäsche                           | Bettwaren/Matratzen                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Haus, Bett- und Tischwäsche                                                                                                                                                                                                                                                                                         | zentrenrelevant                            |                        |
| Elektro/Leuchten/sonst. Hochwertige Haushaltsgeräte              | Elektrogroßgeräte (weiße Ware)                                                                                                                                                                                                                                                                                      | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Elektrokleingeräte                                                                                                                                                                                                                                                                                                  | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Leuchten                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | zentrenrelevant                            |                        |
| Möbel                                                            | Büromöbel, Küchenmöbel, Gartenmöbel                                                                                                                                                                                                                                                                                 | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
| Wohneinrichtungsbedarf, Teppiche                                 | Bilderrahmen                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Heimtextilien, Dekostoffe, Gardinen                                                                                                                                                                                                                                                                                 | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Kunstgewerbe/Bilder                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | zentrenrelevant                            |                        |
|                                                                  | Rollläden/Markisen (Sicht- und Sonnenschutz)                                                                                                                                                                                                                                                                        | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Teppiche (Einzelware)                                                                                                                                                                                                                                                                                               | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
| Bau- und Gartenmarktsortiment                                    | Baumarktsortiment (Bauelemente, Baustoffe, Bodenbeläge, Teppichboden-Auslegware, Eisenwaren und -beschläge, Elektroinstallationsbedarf, Tapeten, Lacke, Farben, Fliesen, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleineisen, Installationsbedarf, Werkzeuge und Maschinen, Elektrozubehör, Holz, Kamine, Sanitärbedarf,) | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Blumen (Schnittblumen)                                                                                                                                                                                                                                                                                              | nahversorgungsrelevant/<br>zentrenrelevant |                        |
|                                                                  | Pflanzen (Topf- und Freilandpflanzen), Sämereien                                                                                                                                                                                                                                                                    | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Gartenartikel                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Gartengeräte                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Kfz-Zubehör                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Motorradzubehör                                                                                                                                                                                                                                                                                                     | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Zoologischer Bedarf, Tierfutter                                                                                                                                                                                                                                                                                     | nicht- zentrenrelevant                     |                        |
|                                                                  | Sonstiges                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | Erotikartikel                              | nicht- zentrenrelevant |

Quelle: eigene Zusammenstellung

**Tabelle 5: Zinnowitzer Sortimentsliste nach Zentrenrelevanz**

| Zentrenrelevanz                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Sortimente                                                                                                                                                                                                                                                          |                                 |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|
| <b>Zentrenrelevante Sortimente</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | <b>Nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente:</b><br>Backwaren, Fleischwaren, Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Tabakwaren und Getränke)<br>Kosmetikartikel, Drogerie- und Körperpflegeartikel<br>Zeitungen und Zeitschriften Schnittblumen                   |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | medizinische und orthopädische Artikel                                                                                                                                                                                                                              |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Sortimentsbuchhandel, Papierwaren, Schul-, Büroartikel, Büromaschinen                                                                                                                                                                                               |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Herrenbekleidung, Damenbekleidung, Kinderbekleidung, Lederbekleidung, Meterware für Bekleidung, Kurzwaren, Handarbeitswaren<br>Bekleidung allgemein, Dessous/Nachtwäsche, Berufsbekleidung                                                                          |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Schuhe, Sportschuhe, Lederwaren, Taschen                                                                                                                                                                                                                            |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Sportartikel und -geräte, Sportbekleidung, Waffen & Jagdbedarf; Fahrräder & Zubehör                                                                                                                                                                                 |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Babyartikel, Spielwaren, Bastelbedarf im weitesten Sinne, Musikinstrumente, Sammlerbriefmarken, Pokale                                                                                                                                                              |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Haushaltswaren, Schneidwaren, Bestecke, Haushaltswaren, Glas, Feinkeramik, Geschenkartikel, Antiquitäten, Bilderrahmen, Haus- und Tischwäsche, Heimtextilien, Dekostoffe, Wohneinrichtungsbedarf (Holz, Korb-, Korkwaren), Leuchten, Kunstgewerbe, Bilder, Gardinen |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Rundfunk-, Fernseh-, phonotechnische Geräte, Videokameras, -rekorder, Telefone und Zubehör, Audio / CD, DVD, Zubehör zur Unterhaltungselektronik, PC und Zubehör, Software, Bild- und Tonträger, Foto                                                               |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Elektrokleingeräte (z. B. Toaster, Kaffeemaschinen, Rühr- und Mixgeräte, Staubsauger, Bügeleisen etc.), Elektrogroßgeräte                                                                                                                                           |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Uhren, Schmuck                                                                                                                                                                                                                                                      |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | Optik                                                                                                                                                                                                                                                               |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | <b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>                                                                                                                                                                                                                            | Campingartikel & Zubehör, Zelte |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Rollläden, Markisen             |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                     | Matratzen, Bettwaren            |
| Möbel, Büromöbel, Küchenmöbel, Gartenmöbel                                                                                                                                                                                                                                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 |
| Bodenbeläge, Teppiche, Eisenwaren und -beschläge, Elektroinstallationsbedarf, Tapeten, Lacke, Farben, Fliesen, Baustoffe, Bauelemente, Schrauben, Kleiseisen, Installationsbedarf, Gartengeräte, Gartenbedarf, Werkzeuge und Maschinen, Elektrozubehör, Kfz- und Motorradzubehör, Holz, Kamine, Sanitärbedarf, Pflanzen, Sämereien |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 |
| Zoologischer Bedarf (Tierfutter, -zubehör, lebende Tiere)                                                                                                                                                                                                                                                                          |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 |
| Erotikartikel                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 |
|                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                     |                                 |

Quelle: eigene Zusammenstellung

## 8 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes bilden **gemeindeentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz** (vgl. Kapitel 5.2) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz abgeleitet werden.

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

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

Die nachfolgend aufgeführten Regelungen basieren weitgehend auf der bisherigen Steuerungspraxis in Zinnowitz und entwickeln diese unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung fort, so dass diese Grundsätze auch zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

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 betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben;
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

### Grundsatz 1:

Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten sollen zukünftig im zentralen Versorgungsbereich (Hauptgeschäftsbereich) sowie – je nach Lage und Verkaufsflächendimension – zur wohnortnahen Grundversorgung an integrierten Nahversorgungsstandorten im Siedlungsbereich ermöglicht werden.

Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen im zentralen Versorgungsbereich liegen.

Einzelhandelsbetriebe können außerhalb des Zinnowitzer zentralen Versorgungsbereichs in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Mischgebieten und Allgemeinen Wohngebieten) möglich sein, wenn sie...

- der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 80 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im gesamten Gemeindegebiet nicht wesentlich überschreitet),<sup>19</sup>
- städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind und
- auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 600 m-Distanz).

### Erläuterungen:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen daher zukünftig grundsätzlich **im zentralen Versorgungsbereich** liegen. Da die Nahversorgung jedoch nicht ausschließlich über den zentralen Versorgungsbereich gewährleistet werden kann, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Gemeindegebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Derzeit ist jedoch in der Gemeinde Zinnowitz ein ausreichendes Lebensmittelangebot vorhanden. Daher betreffen mögliche Veränderungen die Optimierung der bestehenden Struktur.

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

<sup>19</sup> Aufgrund der hohen Tourismuszahlen in Zinnowitz erhöht sich dieser Wert gegenüber anderen Kommunen. Er setzt sich etwa jeweils zur Hälfte aus lokaler und aus touristischer Kaufkraft zusammen.



Für die Ermittlung einer möglichen verträglichen Dimensionierung bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Gemeindegebiet sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zum schützenswerten zentralen Versorgungsbereich eine Möglichkeit zur **Operationalisierung** der genannten Kriterien.

Von einer **Nahversorgungsfunktion** kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen **städtebaulich integrierten Standort** mit räumlichem Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und
- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im Gemeindegebiet an einem städtebaulich integrierten Standort eine Quote von bis zu 80 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)<sup>20</sup> der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne dieses Einzelhandelskonzeptes werden Standorte definiert, deren siedlungs- bzw. wohnstrukturelles Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Betrieben im zentralen Versorgungsbereich sowie (solitären) Nahversorgungsstandorten wird eine gesamtgemeindliche Versorgungsfunktion zugewiesen.

#### **Berechnungsbeispiel zur „80 % - Regel“:**

##### Ausgangssituation:

- Vorhaben: Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.200 m<sup>2</sup>
- Standort: städtebaulich integriert
- im funktional zugewiesenen Versorgungsgebiet leben rund 4.700 Einwohner

##### Berechnung des Soll-Umsatzes des Vorhabens:

- Der geplante Lebensmitteldiscounter bietet auf rund 80 % seiner Gesamtfläche, d. h. rund 960 m<sup>2</sup> Nahrungs- und Genussmittel an ( $1.200 \text{ m}^2 \times 80 \% = 960 \text{ m}^2$ ).
- Auf dieser Fläche erwirtschaftet er im Schnitt voraussichtlich rund 5,2 Mio. Euro ( $960 \text{ m}^2 \times 5.400 \text{ Euro} / \text{m}^2$  (Flächenproduktivität Lebensmitteldiscounter) = 5,18 Mio. Euro)

##### Abschöpfbare Kaufkraft der Bevölkerung im Versorgungsgebiet:

- Die Bewohner des Versorgungsgebiets verfügen über eine Kaufkraft von rund 9,9 Mio. Euro in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ( $4.700 \text{ EW} \times 2.107 \text{ Euro je EW} = 9,90 \text{ Mio. Euro}$ ).

<sup>20</sup> Diese liegt derzeit bei rund 2.107 Euro pro Einwohner inkl. Back- und Fleischwaren (IFH Retail Consultants, Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017). Hinzu kommt das warengruppenspezifische, touristische Kaufkraftpotenzial.

- Ein Einzelanbieter kann in der Regel max. rund 80 % dieser Kaufkraft abschöpfen:  
 $9,9 \text{ Mio. Euro} \times 80 \% = 7,92 \text{ Mio. Euro}$

Prüfung der Nahversorgungsfunktion (Umsatz / Kaufkraft-Relation):

- Der Soll-Umsatz des Vorhabens im Sortiment Nahrungs- und Genussmittel liegt deutlich unter der abschöpfbaren Kaufkraft der Bevölkerung:  
 $(5,18 \text{ Mio. Euro} / 7,92 \text{ Mio. Euro} = 0,65)$

Schlussfolgerung:

Das Vorhaben dient primär der Nahversorgung der Bevölkerung im zugeordneten Versorgungsgebiet und ist nicht auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieses Gebietes angewiesen.

Das Vorhaben ist im Sinne des aus den Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes abgeleiteten Ansiedlungsgrundsatzes 1 zulässig.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen konsequent auszuschließen (Verstoß gegen Ziel 4.3.2 (4) des Landesraumentwicklungsprogrammes Mecklenburg-Vorpommern). Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

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

*Grundsatz 2:*

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente) sollen zukünftig nur noch im zentralen Versorgungsbereich möglich sein.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Hauptsortiment im Sinne der Zinnowitzer Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Hauptsortimente gemäß Grundsatz 1) sollen zukünftig ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich des Ortskerns liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich liegen.

Betriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen nicht in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** angesiedelt werden.

### Ausnahme:

1. Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn keine Negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind und die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist. Im Einzelfall kann eine Begrenzung deutlich unterhalb der Großflächigkeit notwendig sein.

2. Verkaufsstätten am Standort mit touristischem Schwerpunkt, wenn diese

- ein schwerpunktmäßig auf Touristen ausgerichtetes Warenangebot vorhalten,
- die Warenangebote sich nicht mit den im zentralen Versorgungsbereich vorgehaltenen Warenangeboten überschneiden und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist. Im Einzelfall kann eine Begrenzung deutlich unterhalb der Großflächigkeit notwendig sein.

### Erläuterungen:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches der Gemeinde mit seiner Versorgungsfunktion zu gewährleisten und so das Standortgefüge innerhalb des Zinnowitzer Gemeindegebietes attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen demnach zukünftig in den zentralen Versorgungsbereich der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz gelenkt werden, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Eine klare Priorisierung muss dabei in Anbetracht seiner Bedeutung auf dem zentralen Versorgungsbereich im Ortskern liegen. Dies gilt sowohl für großflächige als auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment. Ausnahmsweise können für unter Bestandsschutz stehende, kleinflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment Erweiterungen ermöglicht werden, wenn die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft der Einwohner und Touristen gewährleistet ist.

Eine **räumliche Lenkung** von Einzelhandelsentwicklungen innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches im Sinne einer positiven Entwicklung des Ortskerns ist dabei zu

empfehlen. Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten 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 (Betriebstyp, 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 des zentralen Versorgungsbereiches 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 zentrenrelevanten Sortimenten zum zentralen Versorgungsbereich erfasst auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe. Auch diese Betriebe sind funktionsbestimmend für den zentralen Versorgungsbereich. Daher impliziert der Grundsatz einen **grundsätzlichen Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches** in Zinnowitz. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann in der Summenwirkung dazu führen, dass die Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der Erhaltung und Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches erfordert es, auch kleinflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf den zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im betroffenen zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindert wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer - auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit - stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Gemeinde entspricht. Für Mischgebiete und Allgemeine Wohngebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes bzw. den gemeindeentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz entspricht. Nicht-großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment können somit ausnahmsweise auch in den Siedlungsbereichen realisiert werden. Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen keine Negativauswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich zu erwarten sind. Diese sind in der Regel dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen.

### Grundsatz 3:

**Großflächige Einzelhandelsbetriebe<sup>21</sup> mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten sollen zukünftig im zentralen Versorgungsbereich und an dem dafür geeigneten Ergänzungsstandort am Glienberglweg angesiedelt werden. Zentrenrelevante Randsortimente bei Betriebsstandorten großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind zu begrenzen.**

Standorte für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment im Sinne der Zinnowitzer Sortimentsliste können im **zentralen Versorgungsbereich** 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 zentralen Versorgungsbereich vereinbart werden kann.

Daneben wird empfohlen, bauleitplanerische Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment auf den **städtebaulich geeigneten Standort** zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen Allgemeinen Siedlungsbereichs (ASB) ist.

**Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** ( $\leq 800 \text{ m}^2$  Verkaufsfläche) mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb des zentra-

<sup>21</sup> Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment betrifft, 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 Hauptsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereiches, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

len Versorgungsbereiches möglich (z. B. im MI, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzeptes der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

**Zentrenrelevante Randsortimente** von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich vermieden werden. Dabei dürfen die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % der Gesamtverkaufsfläche, jedoch nicht mehr als maximal 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche, nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich).<sup>22</sup> Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Hauptsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereiches sinnvoll sein.

#### **Erläuterungen:**

Grundsätzlich ist zu beachten, dass großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Haupt-)Sortimenten regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente** führen. Während von nicht-zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzeptes widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas, Porzellan, Keramik oder Wohndekorationsartikel). Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Hauptsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Daher sieht das Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Ostseebad Zinnowitz eine Begrenzung auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche (jedoch nicht mehr als max. 800 m<sup>2</sup> Verkaufsfläche) vor. Aufgrund der kleinteiligen Angebotsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich sollte darüber hinaus sichergestellt werden, dass die Randsortimentsfläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. Demnach sollte weiterhin angegeben sein, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment

<sup>22</sup> Das Landesraumentwicklungsprogramm Mecklenburg-Vorpommern (2016) weist als Ziel aus, dass „Zentrenrelevante Randsortimente innerhalb der Einzelhandelsgroßprojekte [...] zulässig [sind], sofern keine schädlichen Auswirkungen auf die Innenstadt / das Ortszentrum und auf sonstige Zentrale Versorgungsbereiche zu befürchten sind (Einzelfallprüfung erforderlich).“ (siehe Kapitel 4.3.2 Einzelhandelsgroßprojekte) Ein prozentualer Gesamtanteil bzw. eine maximale Verkaufsflächengröße für Randsortimente werden nicht explizit genannt.

maximal sein darf. Eine städtebauliche und landesplanerische Verträglichkeit sollte dabei ggf. im Einzelfall durch ein entsprechendes Gutachten geprüft werden.

## Anhang

---



## A1 Verzeichnisse

---

### Abkürzungsverzeichnis

|            |                                     |
|------------|-------------------------------------|
| Abs.       | Absatz                              |
| ASB        | Allgemeiner Siedlungsbereich        |
| AZ         | Aktenzeichen                        |
| BauGB      | Baugesetzbuch                       |
| BauNVO     | Baunutzungsverordnung               |
| BVerwG     | Bundesverwaltungsgericht            |
| bzw.       | beziehungsweise                     |
| ca.        | circa                               |
| Fa.        | Firma                               |
| GE-Gebiete | Gewerbegebiete                      |
| ggf.       | gegebenenfalls                      |
| GPK        | Glas, Porzellan, Keramik            |
| i. d. R.   | in der Regel                        |
| i. S. v.   | im Sinne von                        |
| max.       | maximal                             |
| MI-Gebiete | Mischgebiete                        |
| Nr.        | Nummer                              |
| NRW        | Nordrhein-Westfalen                 |
| NuG        | Nahrungs- und Genussmittel          |
| OVG        | Oberverwaltungsgericht              |
| PBS        | Papier / Büroartikel / Schreibwaren |
| S.         | Satz                                |
| sog.       | sogenannt                           |
| u. a.      | unter anderem                       |
| Urt.       | Urteil                              |
| v.         | vom                                 |
| v. a.      | vor allem                           |
| vgl.       | vergleiche                          |
| z. B.      | zum Beispiel                        |
| z. T.      | zum Teil                            |

## Abbildungsverzeichnis

|              |                                                          |    |
|--------------|----------------------------------------------------------|----|
| Abbildung 1: | Standortstrukturmodell für das Ostseebad Zinnowitz ..... | 28 |
|--------------|----------------------------------------------------------|----|

## Tabellenverzeichnis

|            |                                                                                             |    |
|------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Tabelle 1: | Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Zinnowitz (2017).....                         | 13 |
| Tabelle 2: | Ankünfte und Übernachtungen in der Gemeinde Zinnowitz im Jahr 2016 .....                    | 15 |
| Tabelle 3: | Touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial im Ostseebad Zinnowitz (2016)..... | 16 |

## Kartenverzeichnis

|          |                                                                                     |    |
|----------|-------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Karte 1: | Lage des Ostseebades Zinnowitz in der Region .....                                  | 11 |
| Karte 2: | Siedlungs- und Gemeindestruktur von Zinnowitz .....                                 | 12 |
| Karte 3: | Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Zinnowitz mit 600 m-Fußwegedistanzen ..... | 19 |
| Karte 4: | Räumliches Entwicklungsleitbild.....                                                | 22 |
| Karte 5: | Perspektivische Standortstruktur in Zinnowitz .....                                 | 31 |
| Karte 6: | Zentraler Versorgungsbereich „Hauptgeschäftsbereich“ .....                          | 36 |

## A2 Legende

---

|                                                                                   |                  |                                                                                   |                      |
|-----------------------------------------------------------------------------------|------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------|
|  | Siedlungsflächen |  | Gebäude              |
|  | Gewerbeflächen   |  | öffentliches Gebäude |
|  | Freiflächen      |  | Magnetbetrieb        |
|  | Gewässer         |                                                                                   |                      |
|  | Bahnflächen      |                                                                                   |                      |
|  | Verkehrsflächen  |                                                                                   |                      |

### A3 Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

| Begriff                                           | Erläuterung                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Einzelhandel im engeren Sinne</b>              | Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| <b>Einzelhandelsbetrieb</b>                       | Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraft</b>           | Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH Retail Consultants) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer</b> | Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandels-relevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH Retail Consultants in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.                        |
| <b>Einzelhandelsrelevante Zentralität</b>         | Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Gemeinde / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungstärke 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 Gemeinde. Die gesamtgemeindliche Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich. |

|                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer</b> | Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.                                                         |
| <b>Fachmarkt</b>                                     | (Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m <sup>2</sup> Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).                                                                                                                                                     |
| <b>GPK</b>                                           | Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas, Porzellan, Keramik“.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| <b>Großflächiger Einzelhandel</b>                    | Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m <sup>2</sup> ) 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.                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| <b>Hauptsortiment / Randsortiment</b>                | Zwischen den Begriffen Hauptsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Hauptsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Hauptsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Hauptsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Hauptsortiment sachlich zugeordnet und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnet sind. |

|                                                   |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Kaufkraftbindung</b>                           | Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| <b>Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential</b> | Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| <b>Lebensmitteldiscounter</b>                     | Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m <sup>2</sup> .                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Lebensmittelvollsortimenter</b>                | Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rund 1.000 bis 4.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst- / Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m <sup>2</sup> bis teilweise mehr als 10.000 m <sup>2</sup> ) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rund 7.000 bis 60.000 Artikel). |
| <b>Nahversorgungsrelevantes Sortiment</b>         | Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| <b>Nahversorgungsstandort</b>                     | Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| <b>Nicht-zentrenrelevante Sortimente</b>          | Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsakti-                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |

vitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.

Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.

**Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort**

Sonder- / Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

**Sortimentsliste (ortstypische)**

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindegenspezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

**Gemeindeteil- / Ortsteil-**

Ein Gemeindeteil- bzw. Ortsteilzentrum stellt eine städ-

|                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>zentrum</b>                          | <p>tebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Gemeindeteils (bzw. Versorgungsgebietes) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäft und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Zudem umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.</p> |
| <b>(Städtebaulich) Integrierte Lage</b> | <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Zinnowitzer Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Gemeinde Ostseebad Zinnowitz integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>             |
| <b>Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)</b> | <p>Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m<sup>2</sup> – max. 1.500 m<sup>2</sup>. Deutlicher Angebotsschwerpunkt (&gt; 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| <b>Umsatzkennziffer</b>                 | <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</p>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |



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 bzw. 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 Gemeinde als Einzelhandelsstandort geben.

### **Verkaufsfläche**

Gemäß dem Urteil des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzonen sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

### **Verkaufsflächenausstattung je Einwohner**

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamtgemeindlich oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

### **Zentraler Versorgungsbereich**

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Gemeindeteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche

und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

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.

### **Zentrenrelevante Sortimente**

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Gemeindeteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. gemeindespezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

**Zielzentralität**

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.