

# GMA

Forschen. Beraten. Umsetzen.

Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH

## Einzelhandelskonzept für die Gemeinde Schönberg

Dipl.-Ing Florian Komossa  
Sven-Eric Wunsch, B.Sc. Geogr.  
12. Oktober 2023



# AUFGABE VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

- /// Bewertung der Rahmendaten für die Einzelhandelsentwicklung
  - /// Bewertung des Angebotes: räumliche Verteilung, Betriebstypen, Angebotsmix, Größen, Zukunftsfähigkeit
  - /// Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche
  - /// Standort- und Sortimentskonzept
  - /// Ziele für die Einzelhandelsentwicklung
  - /// umsetzorientierte Entwicklungsmöglichkeiten unter Beachtung der Vorgaben der Landes- und Regionalplanung
- rechtssichere Grundlage zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels



GMA-Darstellung 2023

---

# METHODIK

Bestandserhebung des Einzelhandels	September 2021
Nutzungskartierung in der Ortsmitte	September 2021
Passantenfrequenzmessung	August 2021
Passanten- / Tourismusbefragung	Juli 2021
Einzelhandelsbefragung	Oktober 2022
Online-Befragung	April / Mai 2023
Abstimmungstermine mit Verwaltung, Politik und BIG Städtebau	

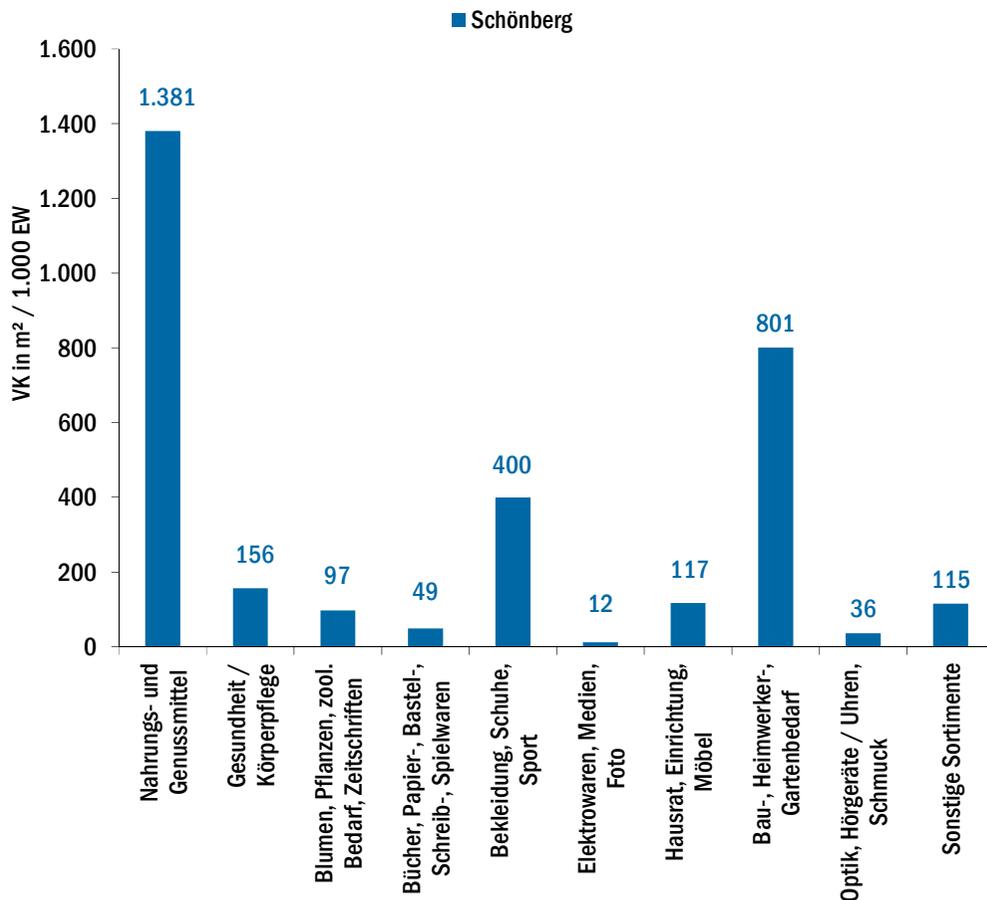


# EINZELHANDELSANGEBOT SCHÖNBERG

Daten	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m <sup>2</sup>	Umsatz in Mio. €
kurzfristiger Bedarf	30	10.360	43,0
mittelfristiger Bedarf	10	2.845	9,1
langfristiger Bedarf	23	6.855	11,7
Einzelhandel insgesamt	63	20.060	63,8

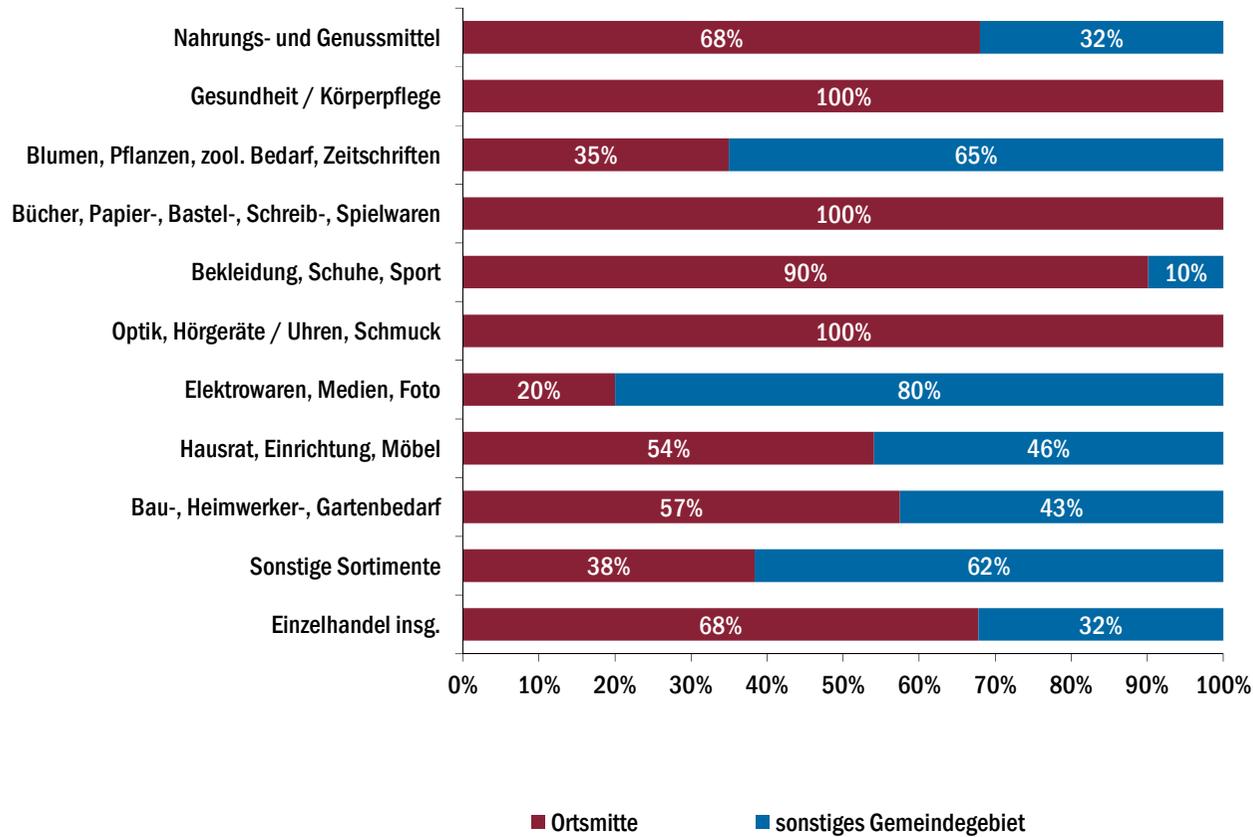
- **Hauptlage:** Bahnhofstraße, Probstei-Einkaufszentrum im Süden, Fachgeschäfte im Norden
- **Fußgängerzone Knüll:** Einzelhandel, Wochenmarkt, Gastronomie
- **Fußgängerzone Knüllgasse:** Kultur, Gastronomie
- **Gewerbegebiet Eichkamp:** Nahversorgung, Möbel und Garten

# VERKAUFSFLÄCHENAUSSTATTUNG IN M<sup>2</sup> JE 1.000 EINWOHNER



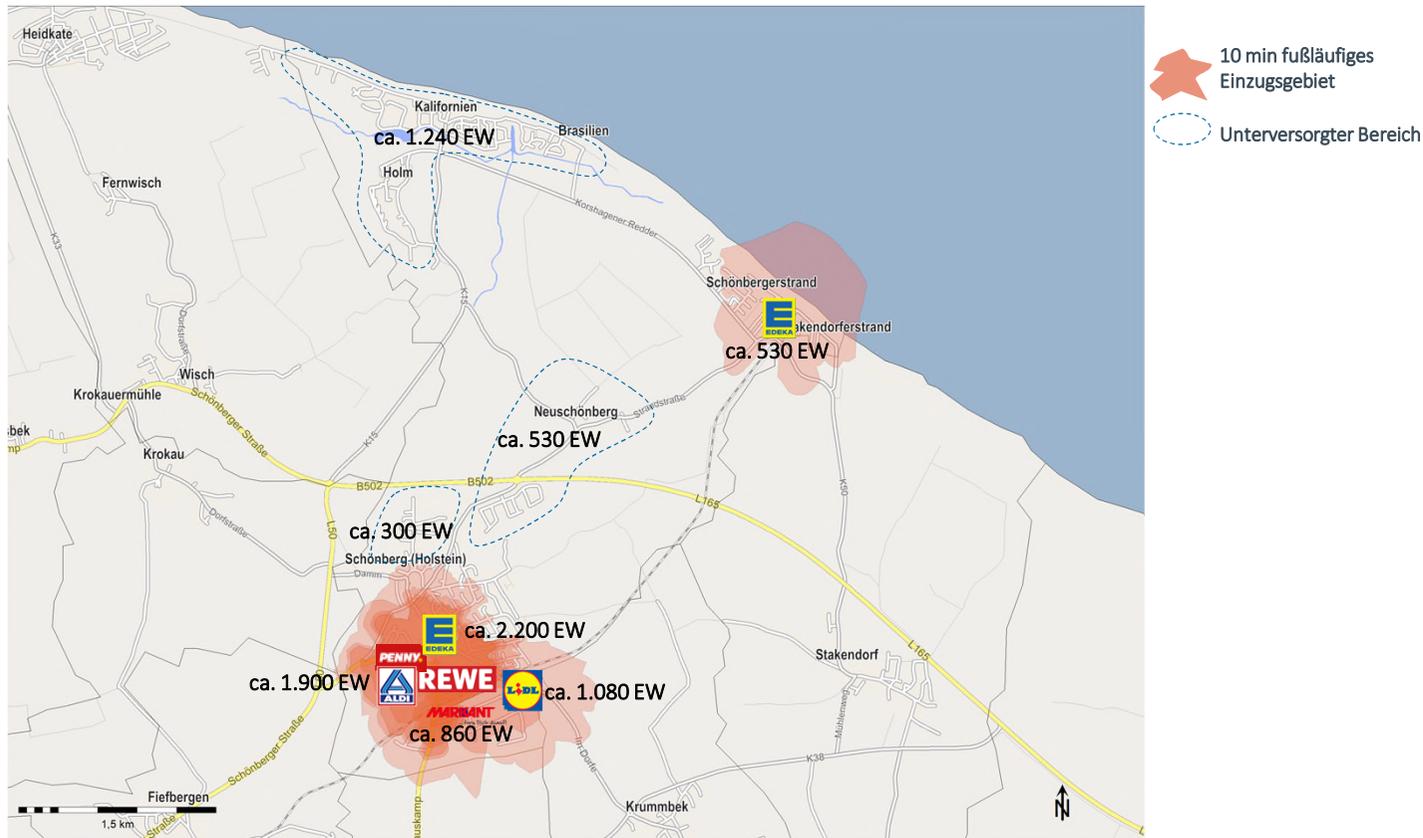
- 3.164 m<sup>2</sup> / 1.000 EW insgesamt überdurchschnittlich (Ø = 1.465 m<sup>2</sup> / 1.000 EW)
- umfassende Nahversorgungsfunktion für Schönberg und Nachbargemeinden
- nur Elektrowaren & Einrichtungsbereich unterdurchschnittlich
- touristische Nachfrage
- Schleswig-holsteinische Bäderverordnung: attraktive Einzelhandelslagen
- Besonderheit: Saisongeschäft

# EINZELHANDELSBESTAND NACH LAGEN



- Ortsmitte mit Schwerpunkt bei Nahversorgung / Baumarkt / klassische Innenstadtortimente
- Dezentrale Lagen mit Elektrowaren, Möbel, Pflanzen / Garten
- Insgesamt ca. 68 % der Verkaufsflächen in der Ortsmitte

# ANALYSE DER NAHVERSORGUNG



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2023

- Sehr gute Ausstattung
- Außerhalb der Hauptsaison besteht Überangebot
- Bereiche Neuschönberg, Holm und Kalifornien / Brasilien unterversorgt, aber kein ausreichendes Potenzial für großflächigen Einzelhandel
- Nahversorgungsanbieter überwiegend modern
- Handlungsbedarf: Lidl Große Mühlenstraße nicht mehr zeitgemäß, Ziel: Erweiterung am Bestandsstandort

# WESENTLICHE ERGEBNISSE DER PASSANTENFREQUENZMESSUNG



- Nördliche Bahnhofstraße (grün) & FGZ Knüll (gelb) als Hauptlage mit den höchsten Fußgängerfrequenzen
- Südliche Bahnhofstraße (orange) mit geringen Fußgängerfrequenzen am Probstei-Einkaufszentrum
- FGZ Knüllgasse (blau) mit niedriger Fußgängerfrequenz
- Fazit: Wenig Austausch zwischen PEZ und Bahnhofstraße / Knüll und Knüllgasse



Quelle: Kartengrundlage GfK GeoMarketing, Datengrundlage GfK GeoMarketing, GMA-Bearbeitung 2023

# WESENTLICHE ERGEBNISSE DER EINZELHANDELSBEFRAGUNG

Wenn Sie die Schönberger Ortsmitte mit anderen Ortskernen bzw. Innenstädten vergleichen, was fällt Ihnen besonders positiv auf?

- Alter Ortskern zum Verweilen, neuer Ortskern zum Einkaufen
- starke Frequenzen
- genug Parkplätze
- keine Fußgängerzone
- relativ kompakte Struktur

Wenn Sie die Schönberger Ortsmitte mit anderen Ortskernen bzw. Innenstädten vergleichen, was fällt Ihnen besonders negativ auf?

- Ortskern und Frequenzstandorte deutlich unterschiedlich
- zu wenig „nette kleine“ Geschäfte
- Flair/Atmosphäre/Attraktivität
- neuer Ortskern ohne Verweilmöglichkeit
- zu viel Autoverkehr (in der Sommersaison)
- keine klare Ortsmitte, "Schlauch"
- alter Ortskern "quasi tot"
- Straßenbeleuchtung
- mangelnde Beschilderung
- Leerstand
- Familienangebote, Verweilqualität
- Sauberkeit

kurzfristig

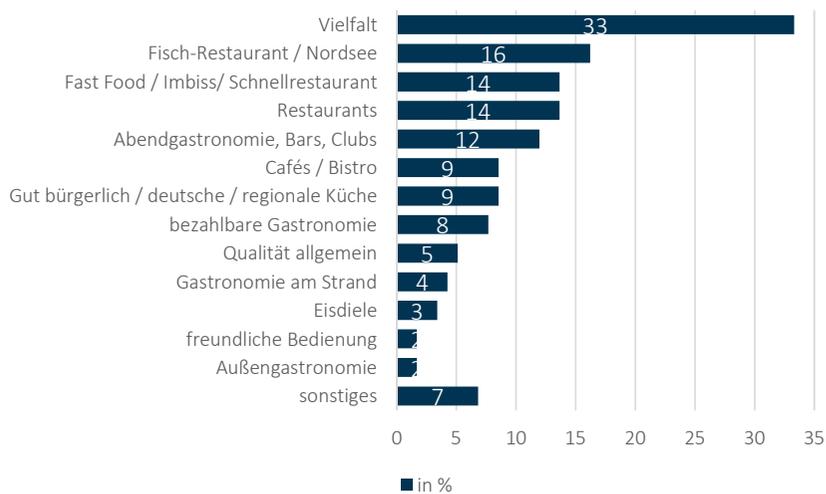
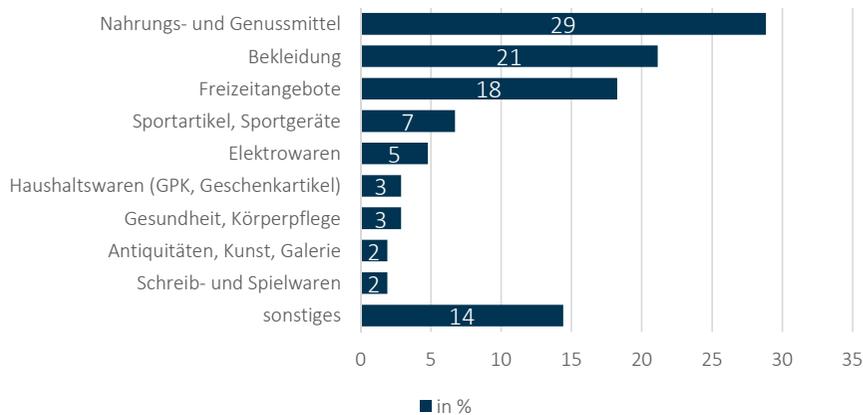
- Sauberkeit
- Bepflanzung
- werthaltige Informationen mit einfachem Zugang
- Schwerpunkt auf Dienstleistungen und handwerkliche Themen legen

langfristig

- mehr nette Geschäfte, Souvenir, Leerstände nachbelegen
- mehr Gastronomie (Cafés, Imbiss etc.)
- Verkehrsberuhigung im "neuen Ortskern", shared spaces
- Verbindung alter + neuer Ortskern für "Rundum-Erlebnis"
- Attraktivität Eichkamp erhöhen (Einzelhandel)
- Maritimes Thema / Branding
- Verweilmöglichkeiten schaffen (außer Gastro)
- Familienfreundlichkeit schaffen, Spielzonen
- regelmäßige Veranstaltungen zur Belebung (4x jährlich)

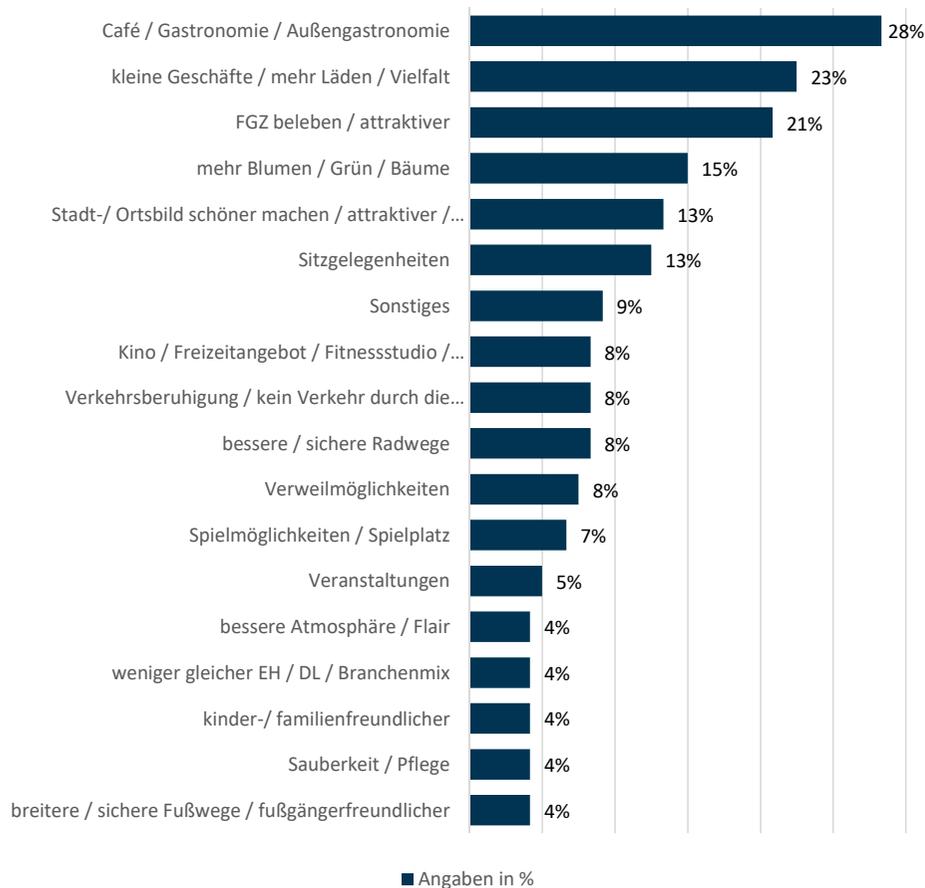
- Einzelhandelsstandort Schönberg: Insgesamt überwiegend positive Bewertung
- Etwa jeder vierte Betrieb mit Handlungsbedarf: Änderungen zu erwarten (Erweiterung, Verlagerung, Schließung)
- Digitalisierung: Bei Werbung werden digitale Medien genutzt, Potenziale bei Direktvermarktung
- Wahrnehmung: Trennung alter Ortskern – neuer Ortskern als Mangel
- Fazit: Handel wünscht ein Rundum-Erlebnis Schönberg mit Verweilmöglichkeiten und netten kleinen Geschäften.

# WESENTLICHE ERGEBNISSE DER PASSANTENBEFRAGUNG



- An Touristen gerichtet
- Hoher Anteil an Stammgästen (43 % mehr als 10 x)
- Beliebte Sehenswürdigkeiten: Seebrücke, Museumsbahnen
- Einzelhandelsangebot überwiegend „gut“ bewertet
- Nur knapp ein Drittel der Befragten vermisst **Nahrungsmittel, Bekleidung oder Freizeitangebote**
- **Gastronomie** überwiegend „befriedigend“ bewertet
- Ebenfalls knapp ein Drittel vermisst **Vielfalt bei Gastronomie, Regionalität (Fisch)**
- **Fazit:** Die meisten Touristen finden in Schönberg das, was sie suchen und kommen regelmäßig wieder. In einigen Bereichen dürfte es Verbesserungsmöglichkeiten geben.

# WESENTLICHE ERGEBNISSE DER ONLINEBEFRAGUNG



- Einkauf ist der Hauptgrund (ca. 97 %) für einen Besuch der Ortsmitte
- Besucher von außerhalb nutzen zu **90 % den Pkw**
- **Meist keine Koppelung** von Besuch des PEZ und der Bahnhofstraße (ca. 79 - 85 %)
- **Positiv:** Kurze Wege, kostenfreies Parken, gute Lebensmittelversorgung
- **Negativ:** Gestaltung, Aufenthaltsqualität, Branchenmix
- **Einkaufsorientierung** bei Nahversorgung nach Schönberg, sonstige Sortimente v. a. nach Kiel / Schwentinental, Internet
- **Verbesserungsvorschläge:** Gastronomie, mehr kleine Läden, mehr Grün / Aufenthaltsqualität
- **Fazit:** Die einzelnen Bereiche der Ortsmitte sollten besser miteinander verzahnt werden. Die Bürger wünschen sich eine attraktive, belebte Ortsmitte mit mehr Aufenthaltsqualität.

# PLANERISCHES EINZELHANDELSKONZEPT

## Ziele des Einzelhandelskonzepts

- Sicherung und Ausbau der unterzentralen Versorgungsfunktion von Schönberg
- Schutz und Stärkung der Ortsmitte als zentrale Einkaufslage

### Standortkonzept

Wo soll Handel stattfinden?

- zentraler Versorgungsbereich Ortsmitte
- Nahversorgungsstandorte
- Lagen am Strand (Saisongeschäft)
- Sonstige Lagen

### Sortimentskonzept

Welches Sortiment soll wo zulässig sein?

- derzeitige räumliche Verteilung
- städtebauliche Zielsetzungen
- Landes- / Regionalplanung (Liste LEP)

---

# WAS SIND ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE?

- räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine **Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus** zukommt
- nach **Lage, Art und Zweckbestimmung** eine zentrale Funktion für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich
- **nur städtebaulich integrierte Lagen** (BVerwG, Urteil vom 11. Okt. 2007, BVerwG, Urteil vom 17. Dez. 2009)

Die Abgrenzung richtet sich nach den tatsächlich vorhandenen Gegebenheiten und unterliegt der vollen gerichtlichen Kontrolle

Die Erfüllung der zentralen Funktion ist abhängig von der Stadtgröße.

# ZVB ORTSMITTE 2023 (VORSCHLAG)

## Ergänzungsbereich „Historischer Marktplatz“

- Ursprünglicher Ortskern
- Kulturelle Einrichtungen, Weihnachtsmarkt

### Ziele:

- Verzahnung / Verbindung mit „neuer Ortsmitte“
- Ergänzende Funktion für Kultur, Gastronomie, Veranstaltungen

## Fußgängerzone Knüll

- Maibaum, Mittelpunkt für Veranstaltungen
- Wochenmarkt

### Ziele:

- Kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur

## Bahnhofstraße Nord

- Kleinteiliger Einzelhandel

### Ziele:

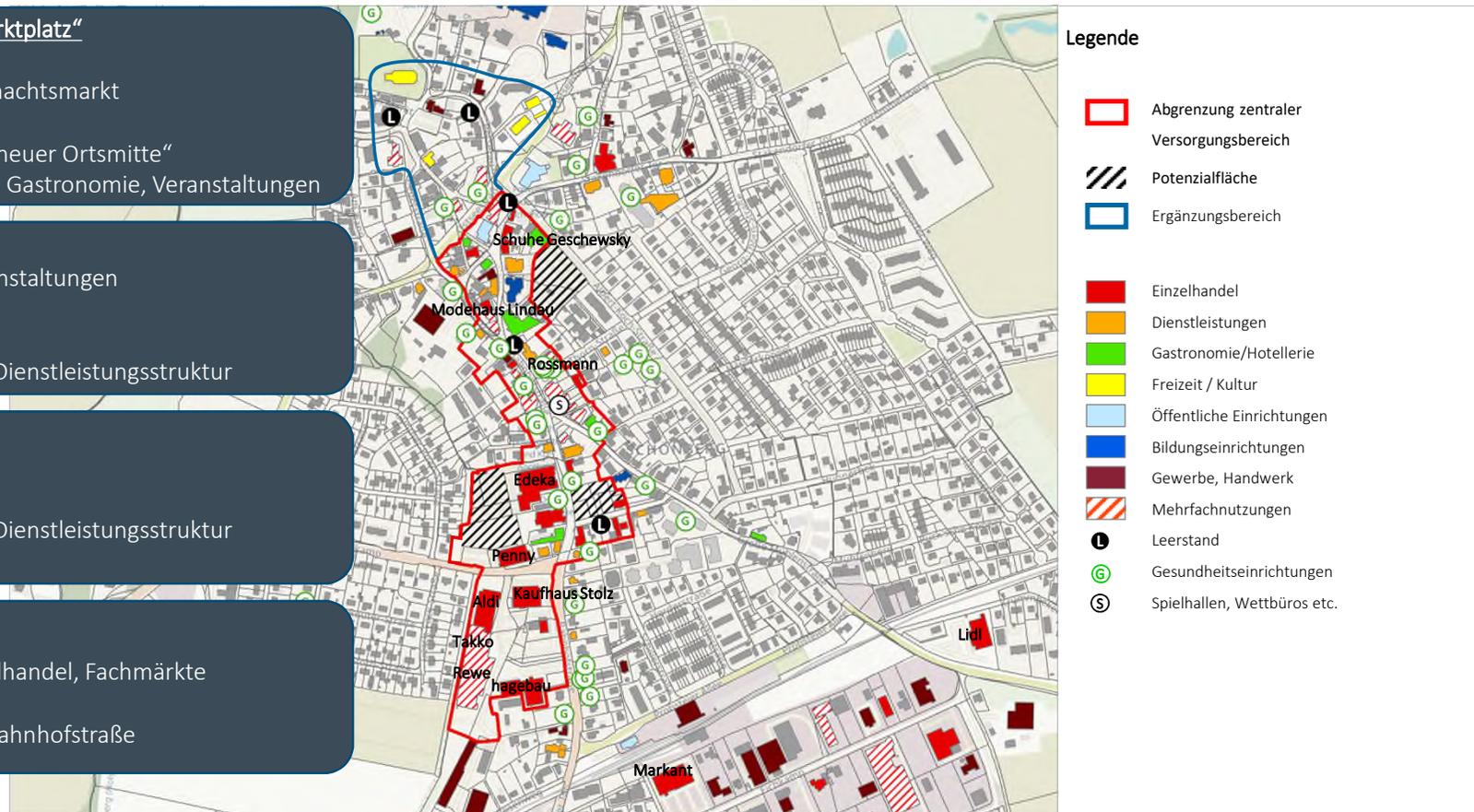
- Kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsstruktur
- Sicherung Magnetfunktion

## Bahnhofstraße Süd

- Flächen für großflächigen Einzelhandel, Fachmärkte

### Ziele:

- Verzahnung / Verbindung mit Bahnhofstraße



Quelle: © OpenStreetMap-Mitwirkende; Kartengrundlage GfK GeoMarketing; Datengrundlage GfK GeoMarketing; GMA-Bearbeitung 2023

# SORTIMENTS KONZEPT: SCHÖNBERGER LISTE (VORSCHLAG)

Zentrenrelevante Sortimente		Nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Bekleidung (Herren, Damen, Kinder / Säuglinge), Wäsche</li> <li>- Bücher</li> <li>- Spielwaren</li> <li>- Papier, Bürobedarf, Schreibwaren, Bastelartikel</li> <li>- Sportbekleidung und Sportartikel</li> <li>- Schuhe, Lederwaren</li> <li>- Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe</li> <li>- Heimtextilien, Bettwaren (Decken, Kopfkissen, Tagesdecken)</li> <li>- Elektrokleingeräte, Unterhaltungselektronik, Computer / Zubehör, Telekommunikation, Foto</li> <li>- Fahrräder / Zubehör</li> <li>- Haushaltswaren, Glas / Porzellan / Keramik, Korbwaren, Wohnaccessoires</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Antiquitäten, Kunstgegenstände, Bilder / Rahmen</li> <li>- Haus- / Tischwäsche, Bettwäsche (Bettbezüge, Laken)</li> <li>- Gardinen / Zubehör</li> <li>- Uhren, Schmuck, Optik, Akustik</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tiernahrung, Tierpflegemittel, Tierbedarf</li> <li>- Sanitätswaren</li> <li>- Gartenbedarf, Pflanzen, Pflegeartikel, Düngemittel</li> <li>- Gartenmöbel</li> <li>- Gartengeräte, Rasenmäher</li> <li>- Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Beschläge, Eisenwaren, Werkzeuge, Farben, Lacke, Tapeten, Leitern</li> <li>- baumarktrelevante Haushaltswaren (z. B. Aufbewahrungsboxen, Wäscheständer)</li> <li>- Sanitär / Fliesen</li> <li>- Rollläden, Rollos, Markisen</li> <li>- Elektrogroßgeräte</li> <li>- Möbel, Küchen, Büromöbel, Badmöbel, -ausstattung</li> <li>- Matratzen, Matratzenschoner</li> <li>- Teppiche, Bodenbeläge</li> <li>- Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper</li> <li>- Campingartikel</li> <li>- Auto- / Motorradzubehör</li> <li>- Kinderwagen, Autokindersitze</li> <li>- Reitsportartikel, Angel- und Jagdbedarf</li> </ul>
<b>Nahversorgungsrelevante Sortimente (zugleich zentrenrelevant)</b>		
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Nahrungs- / Genussmittel, Getränke</li> <li>- Drogerieartikel, Wasch- / Putz- und Reinigungsmittel, Parfümeriewaren</li> <li>- Apothekerwaren</li> <li>- Zeitschriften, Zeitungen</li> <li>- Schnittblumen, Topfblumen im Innenbereich</li> </ul>		

---

# ENTWICKLUNGSPOTENZIALE UND ZIELE

Die wesentlichen Ziele für die Einzelhandelsentwicklung in Schönberg werden wie folgt gesehen:

- ✓ **Sicherung und Ausbau der unterzentralen Versorgungsfunktion von Schönberg**
  - Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes
  - Stärkung und Sicherung der quartiersnahen Versorgung
  - Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung, ggf. Anpassung bestehender Bebauungspläne an die Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes
- ✓ **Schutz und Stärkung der Ortsmitte als zentrale Einkaufslage**
  - Stärkung der Ortsmitte gegenüber dezentralen Standorten
  - Erhalt der Multifunktionalität der Ortsmitte durch Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie und Hotellerie



**GMA**

Forschen. Beraten. Umsetzen.

**Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit!**

**GMA Gesellschaft für Markt- und  
Absatzforschung mbH**

**Poststraße 25**

**20354 Hamburg**

**Telefon: +49 40 30 99 77 78 - 0**

**Mail: [info@gma.biz](mailto:info@gma.biz)**