



**Fokussiert auf die Zukunft
von Städten, Gemeinden und Regionen.
Seit 1988.**

Fortschreibung Einzelhandelskonzept für die Stadt Reinfeld (Holstein)



Projektleitung: Julia Lemke

Lübeck, 21. Oktober 2025

Handel
Stadt + Regionalplanung
Marketing
Digitale Stadt
Management
Wirtschaftsförderung
Immobilien
Tourismus
Mobilität

CIMA Beratung + Management GmbH
Moislinger Allee 2 23558 Lübeck
T 0451-38968-21
lemke@cima.de

München
Stuttgart
Forchheim
Frankfurt a.M.
Köln
Leipzig
Berlin
Hannover
Lübeck
Ried (AT)

www.cima.de

Nutzungs- und Urheberrechte

Die vorliegende Ausarbeitung ist durch das Gesetz über Urheberrecht und verwandte Schutzrechte (Urheberrechtsgesetz) und andere Gesetze geschützt. Die Urheberrechte verbleiben bei der CIMA Beratung + Management GmbH (cima).

Der Auftraggeber kann die Ausarbeitung innerhalb und außerhalb seiner Organisation verwenden und verbreiten, wobei stets auf die angemessene Nennung der CIMA Beratung + Management GmbH als Urheber zu achten ist. Jegliche - vor allem gewerbliche - Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet, sofern nicht eine gesonderte Vereinbarung getroffen wird.

Veranstalter von Vorträgen und Seminaren erwerben keinerlei Rechte am geistigen Eigentum der cima und ihrer Mitarbeiter. Inhalte von Präsentationen dürfen deshalb ohne schriftliche Genehmigung nicht in Dokumentationen jeglicher Form wiedergegeben werden.

Haftungsausschluss gutachterlicher Aussagen

Für die Angaben in diesem Gutachten haftet die cima gegenüber dem Auftraggeber im Rahmen der vereinbarten Bedingungen. Dritten gegenüber wird die Haftung für die Vollständigkeit und Richtigkeit der im Gutachten enthaltenen Informationen (u.a. Datenerhebung und Auswertung) ausgeschlossen.

Sprachgebrauch

Aus Gründen der Lesbarkeit wird in Tabellen und Abbildungen bei Personenbezügen die männliche Form gewählt. Die Angaben beziehen sich jedoch immer auf Angehörige aller Geschlechter, sofern nicht ausdrücklich auf ein Geschlecht Bezug genommen wird.

In den Textpassagen wird auf eine genderechte Sprache geachtet, dennoch ist nicht auszuschließen, dass einzelne Textstellen nicht gendergerecht sind.

Inhalt

1 Auftrag	5
2 Grundlagen zur Standortsteuerung des Einzelhandels	7
2.1 Baugesetzbuch und Baunutzungsverordnung	7
2.2 Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein.....	8
3 Rahmenbedingungen einer nachhaltigen Einzelhandelsentwicklung	11
4 Einzelhandelsstandort Reinfeld (Holstein) – Wirtschaftsräumliche Rahmenbedingungen	13
4.1 Makrostandort Reinfeld - Zentralörtliche Bedeutung.....	13
4.2 Soziodemografische Strukturdaten	13
5 Marktgebiet und Marktpotenziale	15
5.1 Marktgebiet Stadt Reinfeld	15
5.3 Kaufkraftpotenzial Stadt Reinfeld.....	16
6 Einzelhandelsstrukturdaten der Stadt Reinfeld	17
6.1 Einzelhandel in Reinfeld	17
6.2 Einzelhandelszentralität der Stadt Reinfeld	20
6.3 Kaufkraftstromanalyse für Reinfeld.....	23
6.4 Fazit zur Einzelhandelssituation	25
7 Nahversorgungssituation in der Stadt Reinfeld	27
7.1 Bewertung der quantitativen Nahversorgungssituation	27
7.2 Bewertung der qualitativen Nahversorgungssituation	28
7.3 Darstellung und Bewertung der Entwicklungsfläche	29
7.4 Bewertung der Entwicklungspotenziale	30
8 Einzelhandelskonzept Reinfeld (Holstein)	32
8.1 Standortkonzept Reinfeld (Holstein).....	32
8.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Reinfeld.....	33
8.1.2 Ergänzender Nahversorgungsstandort.....	35
8.1.3 Gewerbegebiet Feldstraße	35
8.1.4 Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels an der Autobahn	36
8.2 Branchenkonzept Reinfeld	37
8.2.1 Vorbemerkung.....	37
8.2.2 Sortimentsliste Reinfeld	37
8.2.3 Umsetzung des Branchenkonzeptes	40
9 Leitlinien der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung.....	41
10 Anhang	43

Abbildungen

Abbildung 1: Lage im Raum	13
Abbildung 2: Soziodemografische Strukturdaten der Stadt Reinfeld.....	14
Abbildung 3: Marktgebiet der Stadt Reinfeld	15
Abbildung 4: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet Reinfeld in Mio. €.....	16
Abbildung 5: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Reinfeld	17
Abbildung 6: Verkaufsfläche je Einwohnende	19
Abbildung 7: Einzelhandelsbesatz in Reinfeld	19
Abbildung 8: Kaufkraft, Umsatz und Handelszentralität in Reinfeld	20
Abbildung 9: Ranking: Handelszentralität in Reinfeld	22
Abbildung 10: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Reinfeld	23
Abbildung 11: Ranking: Kaufkraftzuflüsse nach Reinfeld.....	23
Abbildung 12: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus Reinfeld	24
Abbildung 13: Einzelhandel in Reinfeld (Auswahl).....	26
Abbildung 14: Nahversorgungsstruktur in der Stadt Reinfeld (1.000-Meter Gehwegstrecken).....	28
Abbildung 15: Lage der Entwicklungsfläche in der Innenstadt	29
Abbildung 16: Eindrücke von der Entwicklungsfläche in der Innenstadt	30
Abbildung 17: Standortkonzept Stadt Reinfeld in der Übersicht	32
Abbildung 18: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Reinfeld	34
Abbildung 19: Gewerbegebiet Feldstraße in Reinfeld	36
Abbildung 20: Sonderstandort An der Autobahn	36
Abbildung 21: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: sonstige Sortimente	38

1 Auftrag

Ausgangssituation und Zielsetzung

- Die Stadt Reinfeld mit rd. 9.000 Einwohnenden übernimmt im zentral-örtlichen System von Schleswig-Holstein die Funktion eines Unterzentrums. Als zentraler Ort hat die Stadt Reinfeld damit eine überörtliche Versorgungsaufgabe mit Angeboten der kommunalen Infrastruktur und Daseinsvorsorge.
- Der Einzelhandel hat für die Funktion und Entwicklung der Stadt Reinfeld somit eine zweifelsfrei hohe Bedeutung. Neben seiner Versorgungsaufgabe für die Menschen trägt er entscheidend zur Belebung, Gestaltung und Funktion der Stadt bei. Daher ist auch der Erhalt der lokalen Versorgungsstrukturen von besonders großer Wichtigkeit.
- Die Stadt Reinfeld verfügt über eine Einzelhandelsuntersuchung aus dem Jahr 2009 (Bulwiengesa AG). In den zurückliegenden Jahren haben sich die Rahmenbedingungen jedoch stetig verändert. Der demografische Wandel, veränderte Mobilitätsansprüche und der allgemeine Strukturwandel in der Daseinsvorsorge und der kommunalen Infrastruktur – egal ob Einzelhandel, Dienstleistung oder Gastronomie – verändern das Bild der Stadt stetig. Gleichzeitig werden immer wieder neue Ansiedlungsgesuche und/ oder Modernisierungswünsche des bestehenden Einzelhandels an die Stadt herangetragen.
- Derzeit wird u.a. an der Feldstraße die Modernisierung und Verkaufsflächenerweiterung der Lebensmitteldiscounter PENNY und NORMA an der Feldstraße geplant.
- Darüber hinaus besteht in der Stadt Reinfeld bereits seit vielen Jahren der Wunsch, die Nahversorgungssituation in der Innenstadt zu verbessern und damit die Attraktivität und Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes für die eigene Bevölkerung und die Einwohnenden der Umlandgemeinden zu stärken. Im Zuge der Neu- und Umgestaltung

des Bahnhofsumfelds besteht nun die Möglichkeit die sogenannte Seiler-Fläche städtebaulich und funktional neu zu entwickeln.

- Für das Seiler-Gelände werden verschiedene Entwicklungsszenarien zur Nachnutzung/ Umnutzung diskutiert. Neben der Neuansiedlung eines weiteren (zusätzlichen) Lebensmittelmarktes wird über die Standortverlagerung und Neuaufstellung eines bereits vorhandenen Lebensmittelnahversorgers nachgedacht. In diesem Zusammenhang wünscht sich die Stadt Reinfeld Empfehlungen, welche Ergänzungen des derzeitigen Einzelhandelsangebotes in der Innenstadt wünschenswert und tragfähig sind und inwieweit diese zu einer erhöhten Kaufkraftbindung führen können. Das Ziel ist die Optimierung und Sicherung der Versorgungssituation, die Komplettierung des Angebotsmix und die qualitative Entwicklung der Versorgungsfunktion der Innenstadt.
- Die Stadt Reinfeld beabsichtigt diesen Zeitpunkt zu nutzen, um eine Fortschreibung des Einzelhandelsgutachtens aus dem Jahr 2009 (Bulwiengesa AG) als Entscheidungshilfe für die Weiterentwicklung des Einzelhandels erarbeiten zu lassen. Um die Versorgungsfunktion der Stadt Reinfeld für die Zukunft zu sichern, gilt es die richtigen Weichen für die Einzelhandelsentwicklung zu stellen.
- Der Fokus des Einzelhandelskonzeptes liegt auf der baurechtlich relevanten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches der Stadt Reinfeld, der Fortschreibung der Reinfelder Sortimentsliste und der Erarbeitung strategischer Ziele und Grundsätze für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung.

Aufgabenstellung und Untersuchungsdesign

- Grundlage für die Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes ist eine vollständige Erfassung aller Einzelhandelsnutzungen im Stadtgebiet.

- Abgrenzung des Marktgebietes und Analyse der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft im Stadtgebiet und im relevanten Marktgebiet.
- Warengruppenspezifische Kaufkraftanalysen mit Bewertung der Handelszentralitäten (Umsatz-Kaufkraft-Relationen) sowie der Kaufkraftzuflüsse und Kaufkraftabflüsse.
- Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches sowie Definition relevanter Ergänzungsstandorte im Stadtgebiet.
- Herleitung der Liste nahversorgungsrelevanter und zentrenrelevanter Sortimente für die Stadt Reinfeld.
- Auf den Analyseergebnissen aufbauend werden die Ziele und Grundsätze der strategischen Einzelhandelsentwicklung für die Stadt Reinfeld erarbeitet und auf die räumliche Zentren- und Standortstruktur übertragen.

Vorbemerkung zur Methodik

- Die Ermittlung der Leistungsdaten des Einzelhandels in der Stadt Reinfeld basiert auf einer Bestandserhebung des Einzelhandels durch das cima-Projektteam im Mai 2025.
- Die Ermittlung der relevanten Einzelhandelsumsätze erfolgt über veröffentlichte regionale Flächenproduktivitäten und weiterer Quellen der Branchen- und Betriebsberichtserstattung sowie der Inaugenscheinnahme der Unternehmen.
- Alle kaufkraftrelevanten Daten für die Stadt Reinfeld beziehen sich auf das Jahr 2025.

Auftraggeber

- Stadt Reinfeld (Holstein)

Zeitraum

- Mai bis voraussichtlich November 2025

2 Grundlagen zur Standortsteuerung des Einzelhandels

Zur Einordnung der nachfolgenden Auszüge aus dem Baugesetzbuch und der Baunutzungsverordnung sowie der landesplanerischen Vorgaben in den stadtentwicklungspolitischen Kontext ist es zunächst notwendig, die Aufgaben eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes herauszustellen.

Der Gesetzgeber hat den Kommunen umfangreiche Möglichkeiten eingeräumt, die Entwicklung des großflächigen Einzelhandels planungsrechtlich zu steuern. Den rechtlichen Rahmen stecken in diesem Zusammenhang vor allem das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) ab. Allerdings darf eine Anwendung dieser Gesetze durch die Kommune nicht willkürlich erfolgen, sondern muss durch eine qualifizierte Planung (= Einzelhandelskonzept) untersetzt bzw. begründet sein.

Die übergeordneten Ziele sind dabei der Erhalt und die Weiterentwicklung der gewachsenen Zentren und die Sicherstellung qualifizierter wohnungsnaher Angebote mit Waren des täglichen Bedarfs. Vorhaben an nicht integrierten Standorten, die dieser Zielsetzung widersprechen, können von den Kommunen bei Einsatz der entsprechenden planungsrechtlichen Instrumente abgelehnt werden.

Zu berücksichtigen ist jedoch, dass grundsätzlich alle Investitions- und Sachentscheidungen im Einzelhandel in privater Hand liegen. Die Stadt Reinfeld kann nur die Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung als Planungsgrundlage vorgeben. Steuernd darf die Kommune mit den ihr zur Verfügung stehenden, planungsrechtlichen Mitteln nur dann eingreifen, wenn anderenfalls negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung oder die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche zu befürchten sind.

Die Qualität von Einzelhandelsstandorten wird von Investierenden, Projektentwickelnden und Betreibenden jedoch z.T. anders eingeschätzt als von Vertretenden der Kommunen. Grund für die disparaten Vorstellungen beider Seiten sind unterschiedliche Zielsetzungen: während die

Privatwirtschaft Standorte präferiert, an denen dauerhaft eine auskömmliche Umsatzleistung möglich ist, bewerten Städte und Gemeinden Planareale und Nutzungskonzepte vor allem unter dem Aspekt einer Vereinbarkeit mit lokalen stadtentwicklungspolitischen Vorstellungen.

Nachfolgend werden die wesentlichen Rechtsnormen zur städtebaulichen Bewertung und zur Standortsteuerung des Einzelhandels im Überblick vorgestellt. Die Präsentation erfolgt in verkürzter Form und dient ausschließlich einer Darlegung des Rechtsrahmens, ohne den Anspruch auf eine juristische Interpretation.

2.1 Baugesetzbuch und Baunutzungsverordnung

Unter Anwendung des Baugesetzbuches (BauGB) und der Baunutzungsverordnung (BauNVO) kann die Standortentwicklung des Einzelhandels in einzelnen Gebietskategorien beeinflusst werden. Folgende Paragraphen sind hier von besonderer Relevanz:

- **§ 30 BauGB:** In städtischen Bereichen mit Bebauungsplänen sind innerhalb der Baugebiete gemäß § 2-9 BauNVO Einzelhandelsbetriebe zulässig. Dies gilt insbesondere für allgemeine Wohngebiete, Mischgebiete, Kerngebiete, Urbane Gebiete und Gewerbegebiete. In Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können Einzelhandelsbetriebe nur ausnahmsweise zugelassen werden (vgl. § 2-3 BauNVO).
- **§ 34 BauGB:** Gemäß § 34 Abs. 1 BauGB sind Einzelhandelsvorhaben grundsätzlich genehmigungsfähig, wenn sie sich in die bauliche Eigenart der näheren Umgebung einfügen und die Erschließung gesichert ist. Einschränkend führt Absatz 3 jedoch aus, dass keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der eigenen

Gemeinde oder anderen Gemeinden von dem Einzelhandelsvorhaben ausgehen dürfen.

„(3) Von Vorhaben nach Absatz 1 [...] dürfen keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

(3a) Vom Erfordernis des Einfügens in die Eigenart der näheren Umgebung nach Absatz 1 Satz 1 kann im Einzelfall abgewichen werden, wenn die Abweichung 1. der Erweiterung, Änderung, Nutzungsänderung oder Erneuerung eines zulässigerweise errichteten Gewerbe- oder Handwerksbetriebes [...] dient, 2. städtebaulich vertretbar ist und 3. auch unter Würdigung nachbarlicher Interessen mit den öffentlichen Belangen vereinbar ist.

Satz 1 findet keine Anwendung auf Einzelhandelsbetriebe, die die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung beeinträchtigen oder schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden haben können.“

- **§ 9 BauGB:** Im nicht-beplanten Innenbereich gemäß § 34 BauGB ermöglicht der 2007 eingeführte § 9 Absatz 2a BauGB die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes auch für größere Gebiete, in dem festgelegt werden kann, dass nur bestimmte Typen der nach § 34 gestatteten baulichen Nutzungen genehmigungsfähig, ausnahmsweise genehmigungsfähig oder nicht genehmigungsfähig sind. Die Begründung der Festlegungen eines einfachen Bebauungsplanes soll gemäß § 1 Abs. 6, Nr. 11 durch ein städtebauliches Entwicklungskonzept bzw. Einzelhandelskonzept erfolgen.
- **§ 11 Abs. 3 BauNVO:** Gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO sind Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe, die möglicherweise negative städtebauliche oder raumordnerische Auswirkungen haben könnten, außer in Kerngebieten (gemäß B-Plan) nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig.

2.2 Landesentwicklungsplan Schleswig-Holstein

Den rechtlichen Rahmen zur landes- und regionalplanerischen Bewertung von Einzelhandelsvorhaben in Reinfeld definiert der Landesentwicklungsplan (LEP) Schleswig-Holstein 2021.

Im Sinne des LEP 2021 soll in allen Gemeinden auf ausreichende Einzelhandelseinrichtungen zur Deckung des täglichen Bedarfs (Nahversorgung) in guter, fußläufig erreichbarer Zuordnung zu den Wohngebieten und bei guter Einbindung in die Siedlungsstruktur hingewirkt werden. Das Einzelhandelsangebot in den Zentralen Orten soll dabei ausdrücklich durch Nahversorgungsangebote in den Orten ohne zentralörtliche Funktion ergänzt werden. Dabei soll die Verkaufsfläche der Einzelhandelseinrichtungen am örtlichen Bedarf ausgerichtet werden, um die bestehenden Nahversorgungsstrukturen in der Standortgemeinde selbst sowie den Nachbargemeinden bzw. den Zentralen Orten nicht zu gefährden.

Die nachfolgend aufgeführten Ziele und Grundsätze sind für die Aufstellung des Einzelhandelskonzeptes der Stadt Reinfeld relevant:

- **Grundsatz 1 „Ausgewogene Versorgungsstruktur“:** *„Grundsatz der Raumordnung ist es, eine ausgewogene Handels- und Dienstleistungsstruktur zur Versorgung der Bevölkerung und der Wirtschaft im Land zu gewährleisten. Hierzu ist ein breites Spektrum von Einrichtungen unterschiedlicher Größen, Betriebsarten und Angebotsformen erforderlich. Die Einrichtungen sollen nach Größe und Angebot differenziert verteilt mit Schwerpunkten in den Zentralen Orten bereitgestellt werden.“*
- **Grundsatz 2 „Fußläufige Nahversorgung“:** *„In allen Gemeinden sollen in guter, fußläufig erreichbarer Zuordnung zu den Wohngebieten ausreichende Einzelhandelseinrichtungen zur Deckung des täglichen Bedarfs (Nahversorgung) bei guter Einbettung in die Siedlungsstruktur (Wohngebiete) angestrebt werden.“*

- **Ziel 3 „Zentralitätsgebot“:** „Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe für Endverbraucher im Sinne von § 11 Absatz 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) (Einzelhandelsgroßprojekte) dürfen wegen ihrer besonderen Bedeutung für die Zentralität in der Regel nur in Oberzentren, Mittelzentren, Unterzentren mit Teilfunktionen eines Mittelzentrums oder Stadtrandkernen I. Ordnung mit Teilfunktionen eines Mittelzentrums, Unterzentren oder Stadtrandkernen I. Ordnung und Ländlichen Zentralorten oder Stadtrandkernen II. Ordnung ausgewiesen, errichtet oder erweitert werden.“
- **Ziel 4 „Beeinträchtigungsverbot“:** „Die Darstellung und Festsetzung für Vorhaben im Sinne des § 11 Absatz 3 BauNVO darf die Versorgungsfunktion Zentraler Orte nicht wesentlich beeinträchtigen und keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der planenden Gemeinde oder in anderen Gemeinden erwarten lassen. Gleichfalls darf die Darstellung und Festsetzung für Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO keine schädlichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Versorgung mit Waren und Gütern des täglichen Bedarfs für die Bevölkerung im Einzugsgebiet erwarten lassen.“
- **Ziel 5 „Kongruenzgebot“:** „Bei der Darstellung und Festsetzung für Vorhaben im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO ist sicherzustellen, dass das Einzugsgebiet der als zulässig festgesetzten Einzelhandelsnutzungen den Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet.“
- **Ziel 6 „Integrationsgebot“:** „Die Darstellung und Festsetzung für Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO mit zentrenrelevanten Sortimenten ist nur in zentralen Versorgungsbereichen der Standortgemeinde zulässig.“

Die Darstellung und Festsetzung für Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Zusammenhang mit Wohnbebauung zugelassen.“ (Siedlungsstrukturelles Integrationsgebot).“

„Bei der Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist die Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente in der Regel auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu begrenzen.“

„Die Darstellung und Festsetzung von Sondergebieten für großflächige Einzelhandelseinrichtungen im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO an den Zu- und Abfahrten überregional bedeutender Verkehrsachsen ist grundsätzlich ausgeschlossen.“

- **Ziel 7 „Einzelhandelsagglomerationen (Agglomerationsverbot)“:** „Durch geeignete bauleitplanerische Darstellungen und Festsetzungen ist sicherzustellen, dass in solchen städtebaulichen Lagen, in denen Kern- oder Sondergebiete für Vorhaben im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO nach den Zielen dieses Abschnitts nicht dargestellt und festgesetzt werden dürfen, keine Agglomerationen von Einzelhandelsbetrieben im räumlichen Zusammenhang entstehen, von denen Wirkungen wie von Vorhaben im Sinne von § 11 Absatz 3 BauNVO ausgehen können.“
- **Grundsatz 8 „Abstimmungsgebot“:** „Die Ausweisung neuer Flächen für den großflächigen Einzelhandel soll grundsätzlich interkommunal zwischen den Zentralen Orten eines Mittelbereichs sowie im Einzelfall mit den gleich- beziehungsweise höherrangigen Zentralen Orten benachbarter Mittelbereiche im Einzugsbereich der geplanten großflächigen Einzelhandelseinrichtung abgestimmt werden.“
- **Grundsatz 10 „ÖPNV-Anbindungsgebot“:** „Großflächige Einzelhandelseinrichtungen sollen in örtliche und regionale ÖPNV-Netze eingebunden werden.“
- **Ziel 11 „Umgang mit Bestandssituationen“:** „Für bestehende Einzelhandelsstandorte, die mit dem landesplanerischen Zielen dieses Abschnitts unvereinbar sind, ist abweichend von den Zielen dieses Abschnitts die Darstellung und Festsetzung als Bestands-Sondergebiete zulässig. Dabei sind die zulässigen Verkaufsflächen und Sortimente entsprechend dem gegebenen baurechtlichen Bestandsschutz der

vorhandenen Betriebe zu beschränken. Nutzungsänderungen zentrenrelevanter Einzelhandelsbetriebe in nicht-zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe sind planerisch zulässig. Ausnahmsweise sind einmalig auch geringfügige Erweiterungen zulässig, wenn durch den Einzelhandelsbetrieb

- *keine wesentliche Beeinträchtigung der Funktionsfähigkeit Zentraler Orte und*
- *keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind oder weiter verstärkt werden sowie*
- *auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Gütern des täglichen Bedarfs durch Erweiterungen nicht beeinträchtigt wird."*

Erweiterungen gelten in der Regel bis zu einer Größenordnung von 5 Prozent der Verkaufsfläche als geringfügig. Darüberhinausgehende Erweiterungen können nur ausnahmsweise als geringfügig angesehen werden, wenn sie funktional neutral sind, insbesondere keine neuen Betriebstypen ermöglichen, das Beeinträchtigungsverbot (Ziel 4) gewahrt bleibt und die Planung auf der Basis eines kommunalen oder regionalen Einzelhandelskonzeptes erfolgt, das neben den beteiligten Kommunen auch die Kommunen betrachtet, deren Versorgungsfunktionen oder Planungsperspektiven durch die Konzeptinhalte erfasst werden."

- **Grundsatz 13 „Online-Handel“:** *Städte und Gemeinden sollen sich frühzeitig, möglichst auf Basis von interkommunalen oder regionalen Einzelhandelskonzepten, mit den Auswirkungen des Online-Handels auseinandersetzen."*

3 Rahmenbedingungen einer nachhaltigen Einzelhandelsentwicklung

Die cima orientiert sich in ihrer Arbeit an den Nachhaltigkeitszielen der Vereinten Nationen (SDGs) und den Prinzipien der Gemeinwohl-Ökonomie (GWÖ). Denn wir sind der festen Überzeugung, dass wir eine Verantwortung gegenüber unserer Umwelt und der Gesellschaft haben.

Aus diesem Grund setzen wir den Fokus bei der Ableitung von Handlungsempfehlungen und Handlungsleitlinien u.a. auch auf eine nachhaltige und am Gemeinwohl orientierte Einzelhandelsentwicklung und -planung.

Nachhaltigkeit im ganzheitlichen Sinne impliziert einen aktiven Klimaschutz, Erhalt der Biodiversität, Ressourcenschonung, Reduzierung der CO₂-Emissionen, Einhaltung der bundesweiten Flächensparziele und eine Verantwortung für faire und soziale Arbeits- und Produktionsbedingungen.

Treiber einer nachhaltigen und am Gemeinwohl orientierten Einzelhandelsentwicklung sind einerseits die veränderten Verhaltens- und Nachfragemuster der Verbrauchenden: Nicht nur regionale Produkte gewinnen bei den Kaufenden an Bedeutung; moderne Verbrauchende setzen zunehmend auch auf fair gehandelte und nachhaltige Produkte – dies betrifft den Einkauf von Lebensmitteln genauso wie von Bekleidung, Schuhen usw.

Genauso wie eine nachhaltige Lebens- und Wirtschaftsweise gesamtgesellschaftlich immer wichtiger wird, zeigen sich andererseits auch im Einzelhandel immer mehr neue Konzepte, die auf Nachhaltigkeit bauen und Themen wie Ressourcenschonung, Umweltschutz und soziale Verantwortung zu einem wichtigen Bestandteil ihrer Unternehmensentwicklung werden lassen. Eine verantwortungsbewusste Herstellung und Produktion sind am Gemeinwohl ausgerichtet. Produkttransparenz (Inhaltsstoffe, Materialien etc.), Lieferkettentransparenz (sozial, ökologisch, materiell) und

die Ressourcensparsamkeit sind die wesentlichen Merkmale nachhaltiger und am Gemeinwohl orientierter Handelskonzepte.

Zu beobachten ist auch, dass die Verbrauchenden zunehmend einfordern, nachhaltige Konsumententscheidungen bewusst treffen bzw. nachvollziehen zu können, welche Auswirkungen und Konsequenzen ihr Konsumverhalten hat. Daher werden die Punkte Produkttransparenz (bezogen auf die Nachvollziehbarkeit der Inhaltsstoffe und verwendeter Materialien) und die Lieferkettentransparenz (bezogen auf die Nachverfolgbarkeit der Herkunft sowie den Nachweis über faire Handels- und Arbeitsbeziehungen) im Handel immer wichtiger.

Darüber hinaus gilt es den Flächenverbrauch zu reduzieren, die Entsiegelung zu fördern und Bestandsgebäude so oft wie möglich zu erhalten. Es sollte stets nach ökologischen und sozialen Aspekten sowie am Gemeinwohl orientiert entschieden werden, welche Flächen für welchen veränderten Zweck in Anspruch genommen werden. Wichtige Grundsätze sind dabei die Innen- vor der Außenentwicklung und die doppelte Innenentwicklung, d.h. Baulücken zu schließen und die Neuversiegelung von Flächen im Außenbereich zu verhindern.

Der wachsende Druck aus der Gesellschaft ist ein wichtiger Antriebsmotor für die Unternehmen, ressourcenschonende Lösungen und Praktiken für eine nachhaltige Bauweise und Gestaltung der Handelsobjekte umzusetzen. Neben energieeffizienten Technologien bei der Beleuchtung und den Kühlsystemen, Solarenergie und Begrünung der Dächer und Stellplatzflächen, sind die Nutzung umweltfreundlicher und nachhaltiger Baumaterialien mittlerweile wichtige Bestandteile moderner Ladenkonzepte.

Durch energieeffiziente Handels- und Gewerbeimmobilien, kurze Liefer- und Einkaufswege mit geringer CO₂-Emission, engmaschige Wertschöpfungsketten sowie einer autarken, regionalen Produktion (im besten Fall inkl. einer weitestgehend marktunabhängigen Landwirtschaft) können die Weichen für eine nachhaltige und gemeinwohlorientierte Einzelhandelslandschaft gestellt werden.

Diese Entwicklungen sind nicht nur ökologisch und gesellschaftspolitisch sinnvoll, die nachhaltige Transformation des Einzelhandels trägt auch zu einem positiven Imagegewinn bei den Verbrauchenden und Kosteneinsparprozessen bei.

Zu berücksichtigen ist zwar, dass Städte und Gemeinden nur die Rahmenbedingungen für eine nachhaltige und am gemeinwohlorientierte Einzelhandelsentwicklung vorgeben können; denn die Umsetzung liegt aber im Wesentlichen in der Hand der Gewerbetreibenden und Unternehmen.

Wir möchten dennoch die Empfehlung aussprechen, dass die Städte und Gemeinden, die ihnen zur Verfügung stehenden Steuerungs- und Eingriffsmöglichkeiten proaktiv nutzen – egal ob in der bauplanungsrechtlichen Genehmigungspraxis oder einer Selbstverpflichtung zur Gemeinwohlorientierung und nachhaltigem Handeln.

Aus Sicht der cima wird es jedoch darauf ankommen müssen, die bereits aus den veränderten Kaufgewohnheiten der Menschen und den politischen Debatten zur Klimaanpassung resultierenden Transformationsprozesse im Einzelhandel aufzugreifen und in die Stadtentwicklung und -planung zu überführen, u.a. durch

- Umsetzung der Flächensparziele durch eine konsequente Nutzung vorhandener Innenentwicklungs- und Nachverdichtungspotenziale; Rückbau der Flächenversiegelung
- Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung durch eine energieeffiziente Sanierung und Modernisierung im Bestand (Priorität) und nach erfolgter Umweltprüfung und mit nachgeordneter Priorität, der Realisierung energieautarker Gewerbeimmobilien im Neubau

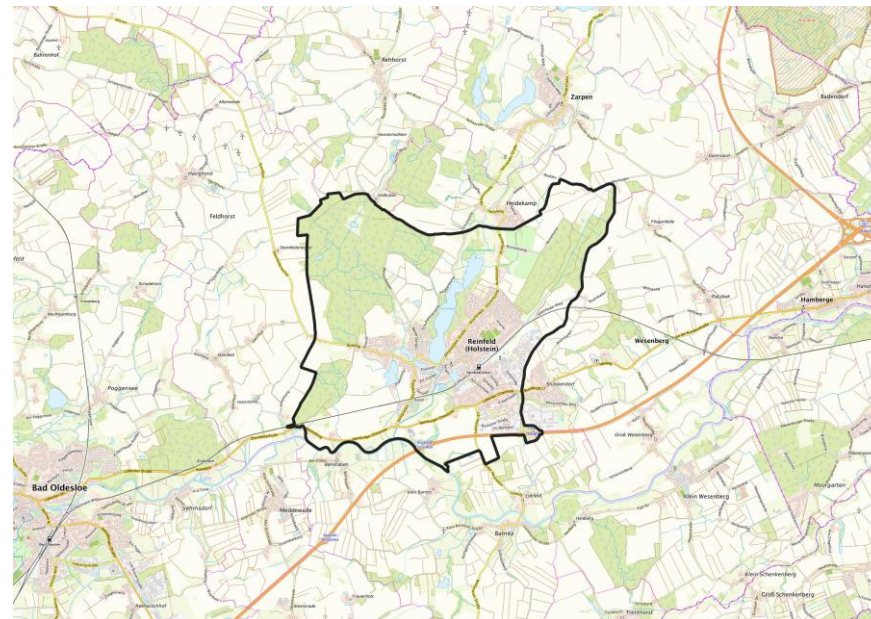
- Förderung von Ökostrom, Nutzung von Solar-, und Windenergie, Wasserkraft, Geothermie und nachwachsenden Rohstoffen
- Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung, zur Verringerung der CO₂-Emissionen und zum Schutz der Biodiversität durch den Ausbau von Fotovoltaikanlagen und Begrünung von Dach- und Freiflächen (auch im Bestand)
- Umsetzung von Maßnahmen zur Klimaanpassung und zur Verringerung der CO₂-Emissionen durch den Ausbau von E-Lademöglichkeiten und Stellplatzflächen für Fahrräder und Lastenräder
- Umsetzung von Maßnahmen zum Erhalt der Biodiversität, der Ressourcenschonung und Reduzierung von CO₂-Emissionen durch die proaktive Förderung und Unterstützung nachhaltiger Wertschöpfungsmöglichkeiten in der Region, z. B. durch einen Ausbau der regionalen Produkte und unverpackten Angebote (Verpackungsvermeidung) im Handel → durch eine Selbstverpflichtung der Städte, Gemeinden, Händler*innen und Gewerbetreibenden

4 Einzelhandelsstandort Reinfeld (Holstein) – Wirtschaftsraumliche Rahmenbedingungen

4.1 Makrostandort Reinfeld - Zentralörtliche Bedeutung

- In der Stadt Reinfeld leben 9.023 Einwohnende.¹
- Die Stadt Reinfeld übernimmt im zentralörtlichen System des Landes Schleswig-Holstein die Funktion eines Unterzentrums. Damit kommt der Stadt Reinfeld eine Versorgungsaufgabe für die Bevölkerung des eigenen Stadtgebietes sowie der Gemeinden des raumordnerisch zugeordneten Nahbereichs mit Gütern und Dienstleistungen des qualifizierten Grundbedarfs zu.
- An das überregionale Straßennetz ist Reinfeld über die Bundesautobahn A1 (Hamburg – Lübeck - Fehmarn) angebunden. Darüber hinaus stellt die Bundesstraße B75 (Hamburg – Lübeck) eine direkte Wegeverbindung in das nahe gelegenen Oberzentrum Lübeck und das Mittelzentrum Bad Oldesloe dar.
- An das schienengebundene Netz des öffentlichen Personennahverkehrs (ÖPNV) ist die Stadt Reinfeld ebenso angeschlossen. Die Regionalbahnlinie RE8 und RE80 der Deutschen Bahn verkehren mit einer engen Taktung zwischen dem Hamburger Hauptbahnhof und dem Lübecker Hauptbahnhof. Darüber hinaus ist die Stadt Reinfeld mit diversen Regionalbuslinien des HVV und des Lübecker Stadtverkehrs an die Stadt Bad Oldesloe und die Stadt Lübeck angebunden.

Abbildung 1: Lage im Raum



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch cima 2025

4.2 Soziodemografische Strukturdaten

Im folgenden Kapitel werden die sozioökonomischen Rahmenbedingungen der Stadt Reinfeld, des Kreises Stormarn und des Bundeslandes Schleswig-Holstein vorgestellt (vgl. Abb. 2):

¹ Quelle: Statistikamt Nord (Stand: 01.01.2024)

- Die Stadt Reinfeld zeichnet sich im Betrachtungszeitraum 2019 bis 2023 durch eine konstante Bevölkerungsentwicklung aus (- 0,2 %). Der Kreis Stormarn und das Land Schleswig-Holstein verzeichnen Bevölkerungszuwächse (+ 1,7 % bzw. 2,1 %).
- Neben der reinen Zu- bzw. Abnahme der Bevölkerungszahlen muss auch die Alterszusammensetzung betrachtet werden. Gemäß Zahlen des Statistischen Landesamtes sind heute knapp 50 % der Gesamtbevölkerung von Reinfeld älter als 50 Jahre; das Durchschnittsalter liegt aktuell bei 46,4 Jahren. Die zunehmende Alterung der Gesellschaft ist zwar kein Reinfeld spezifisches Phänomen, sondern folgt dem Trend auf Bundesebene. Dennoch ist der Anteil der älteren Menschen in Reinfeld etwas höher als im Landesdurchschnitt (Durchschnittsalter der Bevölkerung in Schleswig-Holstein 45,6 Jahre).
- Die Entwicklung der sozialversicherungspflichtig Beschäftigten am Arbeitsort verläuft in Reinfeld sehr positiv. Von 2020 bis 2024 konnte die Anzahl der Beschäftigten um 12,5 % gesteigert werden. Die Steigerungsrate im Kreis Stormarn liegt im Beobachtungszeitraum nur bei 2,1 %, in Schleswig-Holstein bei 5,5 %.
- Die PendelIndensalden verdeutlichen zudem, dass die Stadt Reinfeld ein beliebter Wohnstandort ist; die Nähe zu den Oberzentren Lübeck und Hamburg sowie dem Mittelzentrum Bad Oldesloe mit der entsprechenden Arbeitsplatzzentralität begründet das negative PendelIndensaldo. Dennoch konnte auch die Zahl der Einpendelnden in den vergangenen Jahren stetig gesteigert werden.

Abbildung 2: Soziodemografische Strukturdaten der Stadt Reinfeld

Indikatoren		Stadt Reinfeld (Holstein)	Kreis Stormarn	Schleswig-Holstein
Bevölkerungs-entwicklung	31.12.2019	9.041	244.156	2.903.773
	31.12.2021	9.029	245.406	2.922.005
	31.12.2023	9.023	248.267	2.965.691
	+/- in % 2019 - 2023	-0,2	1,7	2,1
Quelle: Statistisches Landesamt Nord 2025				
Sozialversicherungs-pflichtig Beschäftigte (am Arbeitsort)	30.06.2020	2.981	87.687	1.002.902
	30.06.2022	3.462	91.059	1.043.551
	30.06.2024	3.355	89.520	1.058.498
	+/- in % 2020 - 2024	12,5	2,1	5,5
Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2025				
Einpendler	30.06.2020	2.329	50.480	137.489
Auspendler	30.06.2020	2.949	59.077	238.768
Saldo		-620	-8.597	-101.279
Einpendler	30.06.2022	2.759	52.739	146.266
Auspendler	30.06.2022	2.928	60.446	252.721
Saldo		-169	-7.707	-106.455
Einpendler	30.06.2024	2.620	50.952	146.947
Auspendler	30.06.2024	2.921	61.594	261.326
Saldo		-301	-10.642	-114.379
Quelle: Bundesagentur für Arbeit 2025				

Bearbeitung: cima 2025

Aktuell kann die Stadt Reinfeld auf einer konstanten Bevölkerungsentwicklung aufbauen. Um auch in der Zukunft eine wichtige Funktion als Wohnstandort übernehmen zu können, ist es somit von Bedeutung, die Entwicklung attraktiver und auf die Nachfrage zugeschnittener innerstädtischer Einzelhandelsangebote sowie den Erhalt und die Schaffung einer wohnungsnahen Grundversorgung zu gewährleisten.

5 Marktgebiet und Marktpotenziale

5.1 Marktgebiet Stadt Reinfeld

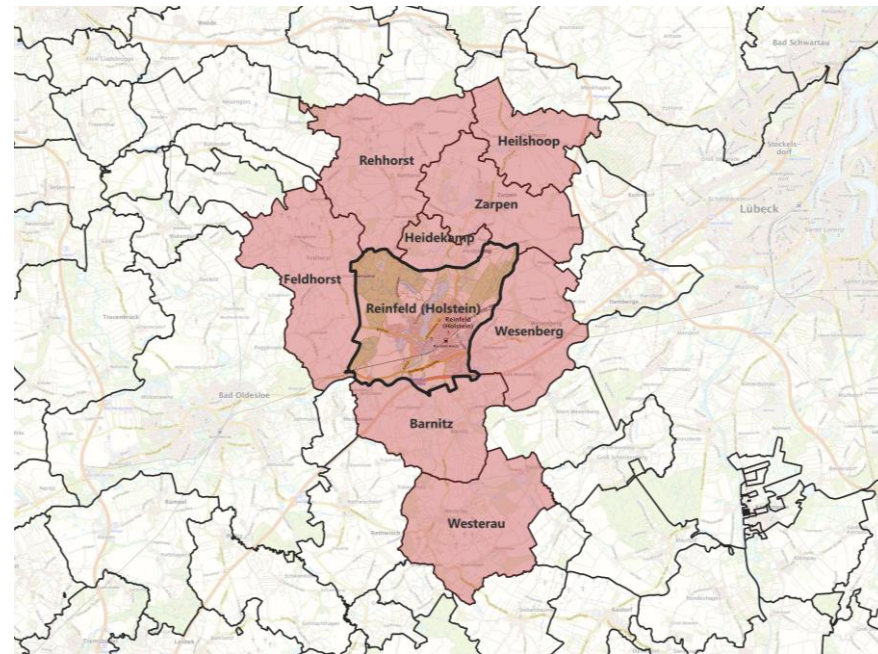
Das Marktgebiet spiegelt die aktuelle Anziehungskraft des Einzelhandels wider. Auch wenn einzelne Betriebe ein größeres individuelles Einzugsgebiet aufweisen können, so stellt das Marktgebiet den Durchschnitt der Einzugsgebiete des Einzelhandels dar.

Auf Basis des vorhandenen Einzelhandelsangebotes in der Stadt Reinfeld sowie unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation in den umliegenden Städten und Gemeinden umfasst das direkte Marktgebiet in erster Linie das Stadtgebiet.

Das erweiterte Marktgebiet beschreibt den Raum, in dem Konsumierende – zumindest teilweise – auf den Einzelhandelsstandort Reinfeld orientiert sind. Der Grad der Fokussierung hängt dabei vor allem von der Wettbewerbssituation im Nahbereich des konkreten Wohnstandortes, der verkehrlichen Erreichbarkeit und der Standortattraktivität konkurrierender Einkaufsorte ab. Als erweitertes Marktgebiet sind die Gemeinden des raumordnerisch zugewiesenen Nahbereichs zu bezeichnen. Insgesamt leben 16.135 Einwohnende im Marktgebiet der Stadt Reinfeld.

Nicht zuletzt der Einflussbereich des Oberzentrums Lübeck im Osten sowie des Mittelzentrums Bad Oldesloe im Westen begrenzt das Marktgebiet der Stadt Reinfeld. Insbesondere der CITTI Park im Lübecker Stadtgebiet bindet Kaufkraft aus Reinfeld. Darüber hinaus ist das großflächige REWE-CENTER an der Ziegelstraße in Lübeck als ein relevanter Konkurrenzstandort zu bewerten. Das insgesamt starke Wettbewerbsumfeld erschwert eine weitere Ausdehnung des Marktgebietes der Stadt Reinfeld.

Abbildung 3: Marktgebiet der Stadt Reinfeld



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch cima 2025

5.3 Kaufkraftpotenzial Stadt Reinfeld

Die Berechnung des Kaufkraftpotenzials² in Reinfeld erfolgt auf der Basis der Einwohnendenzahl (9.023)³ und der spezifischen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer (103,2)⁴. Es wird ein Ausgabesatz pro Kopf im Einzelhandel von 6.656 € für das Jahr 2025 zugrunde gelegt, der an das Niveau der Stadt Reinfeld mit Hilfe der Kaufkraftkennziffer angepasst wird. Der Ausgabesatz eines jeden Einwohnenden der Stadt Reinfeld entspricht im Durchschnitt 6.870 €. Wie die Kaufkraftkennziffer liegt auch der statistische Ausgabesatz pro Kopf von Reinfeld über dem Bundesdurchschnitt. Insgesamt beläuft sich das Kaufkraftpotenzial von Reinfeld auf 62 Mio. €. Davon entfallen etwa 33 Mio. € auf den periodischen Bedarf (nahversorgungsrelevanten Bedarf). Weitere 29 Mio. € sind den Branchen des aperiodischen Bedarfs zuzurechnen. Das Kaufkraftpotenzial im erweiterten Marktgebiet der Stadt Reinfeld umfasst zusätzliche 49,5 Mio. €. Insgesamt beläuft sich das Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet somit auf 111,5 Mio. €.

Abbildung 4: Kaufkraftpotenzial im Marktgebiet Reinfeld in Mio. €

CIMA Warengruppen	Stadt Reinfeld (Holstein)	Nahbereich Umland-gemeinden	Nahbereich insgesamt
Periodischer Bedarf insgesamt	33,0	26,4	59,4
Nahrung und Genussmittel	26,3	21,0	47,3
Gesundheit und Körperpflege	5,8	4,6	10,5
Zeitschriften, Schnittblumen	0,9	0,7	1,6
Aperiodischer Bedarf insgesamt	29,0	23,1	52,1
Bekleidung, Wäsche	4,7	3,8	8,5
Schuhe, Lederwaren	1,7	1,4	3,1
Bücher, Schreibwaren	0,9	0,7	1,6
Spielwaren, Hobbybedarf	0,8	0,6	1,4
Sportartikel, Fahrräder	2,7	2,1	4,8
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	5,0	4,0	9,0
Uhren, Schmuck	0,9	0,7	1,7
Augenoptik, Hörgeräteakustik, Sanitätsartikel	2,0	1,6	3,6
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	1,0	0,8	1,8
Einrichtungsbedarf	4,0	3,2	7,3
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	5,3	4,2	9,5
SUMME	62,0	49,5	111,5
EINWOHNER	9.023	7.112	16.135

Quelle: cima 2025

Erläuterung: Sortimente des periodischen Bedarfs umfassen solche Sortimente, die regelmäßig und in kurzen Abständen nachgefragt werden. Darunter fallen z.B. Nahrung und Genussmittel sowie Drogerieartikel. Als Sortimente des aperiodischen Bedarfs werden die Sortimentsbereiche bezeichnet, die nur in unregelmäßigen und mit längeren zeitlichen Abständen gekauft werden. Beispielfhaft zu nennen sind Elektroartikel, Fahrräder und Möbel.

² Das Kaufkraftpotenzial entspricht den Ausgaben (in €) der Bevölkerung der Stadt Reinfeld, die dem Einzelhandel zur Verfügung stehen (statistischer Wert).

³ Quelle: Statistikamt Nord (Stand: 01.01.2024)

⁴ Quelle: Michael Bauer Research GmbH 2025

6 Einzelhandelsstrukturdaten der Stadt Reinfeld

6.1 Einzelhandel in Reinfeld

Die nachfolgenden Einzelhandelsstrukturdaten basieren auf einer vollständigen Einzelhandelsbestandserhebung in der Stadt Reinfeld im Mai 2025.

Die abgeleiteten Umsatzvolumina beruhen auf der Inaugenscheinnahme des konkreten Warenangebots hinsichtlich Angebotsqualität und Sortimentsstruktur. Die Hochrechnung der Umsätze erfolgte über branchenübliche Flächenproduktivitäten. Zusätzlich werden alle branchenspezifischen Informationen aus Firmen- und Verbandsveröffentlichungen sowie der relevanten Fachliteratur in die Auswertung mit einbezogen.

Im Rahmen der Bestandserhebung des Einzelhandels in der Stadt Reinfeld wurden 62 Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 18.990 m² erhoben. Diese erwirtschaften einen Einzelhandelsumsatz von 66,7 Mio. €.

Die warengruppenspezifische Differenzierung des Einzelhandelsbesatzes ist in der nebenstehenden Abb. 5 dokumentiert.

Abbildung 5: Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche, Umsatz in Reinfeld

Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche und Umsatz in der Stadt Reinfeld (Holstein)

CIMA Warengruppe	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. €
Periodischer Bedarf insgesamt	35	8.905	45,8
Nahrung und Genussmittel	25	7.585	39,3
Gesundheit und Körperpflege	6	1.090	5,4
Zeitschriften, Schnittblumen	4	230	1,2
Aperiodischer Bedarf insgesamt	27	10.085	20,8
Bekleidung, Wäsche	3	1.245	*
Schuhe, Lederwaren	0	40	*
Bücher, Schreibwaren	1	295	*
Spielwaren, Hobbybedarf	0	340	*
Sportartikel, Fahrräder	3	3.110	*
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	3	435	*
Uhren, Schmuck	1	25	*
Augenoptik, Hörgeräteakustik, Sanitätsartikel	4	200	*
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	2	1.200	*
Einrichtungsbedarf	3	610	*
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	7	2.585	4,0
Einzelhandel insgesamt	62	18.990	66,7

Quelle: CIMA 2025

* Anmerkung: Aus datenschutzrechtlichen Gründen werden Verkaufsfläche und Umsatz erst ab mind. drei Betrieben je Warengruppe ausgewiesen werden. In Einzelfällen sind Randsortimente in den summierten Umsätzen und Verkaufsflächen enthalten, sodass eine Dokumentation dennoch möglich wird. Die warengruppenspezifische Anzahl der Betriebe bezieht sich nur auf das Hauptsortiment.

Folgende Ergebnisse sind hervorzuheben:

- In der Warengruppe Nahrung und Genussmittel wurden 25 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von 7.585 m² erfasst; sie realisieren einen Gesamtumsatz von rd. 39,3 Mio. €. Der Verkaufsflächen- und Umsatzanteil liegt bei 40 % bzw. fast 60 % am gesamten Einzelhandel in der Stadt Reinfeld.
- Die Hauptwarengruppe Gesundheit und Körperpflege erreicht in der Stadt Reinfeld einen Verkaufsflächen- und Umsatzanteil von 6 % bzw. 8 % am gesamten Einzelhandel. Die MARKANT DROGERIE ist als einziger Drogeriefachmarkt im Stadtgebiet zu finden. Darüber hinaus werden Drogerieartikel als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten angeboten. Zudem sind insgesamt vier Apotheken und die Parfümerie ESSENZA im Stadtgebiet vorhanden.
- In der Warengruppe Bekleidung und Wäsche, dem wichtigsten Leitsortiment einer zentralen Innenstadtlage, sind nur drei Betriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.245 m² im Stadtgebiet erfasst. Der Verkaufsflächenanteil am gesamten Einzelhandel in Reinfeld liegt bei 7 %. Das Bekleidungsangebot ist insbesondere durch den Bekleidungsfilialist ERNSTINGS FAMILY in der Innenstadt und den Textilfachmarkt KIK an der Feldstraße geprägt. In der Innenstadt ist zudem die REINFELDER KINDERKISTE der AWO vorhanden, die sowohl Kinderbekleidung als auch Kinderspielwaren und Kinderbücher etc. anbietet.
- Schuhe und Lederwaren werden in Reinfeld ausschließlich im Randsortimente u.a. bei FAMILA angeboten. Ein originäres Schuhfachgeschäft ist im Stadtgebiet nicht vorhanden.
- In der Warengruppe Sportartikel und Fahrräder ist ein sehr gutes Angebotsniveau für ein Unterzentrum der Größe und mit der Einwohnendenstruktur der Stadt Reinfeld vorhanden. In dieser Warengruppe wird ein Umsatzvolumen von 6 Mio. € generiert. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Stadt Reinfeld von 9 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt bei 16 % (3.110 m²). Im Standortbereich An der Autobahn/ Im Weddern sind der flächenintensive Fahrradfachmarkt

BOC, der Fachmarkt für Reitsportartikel KRÄMER und der Fachhandel für Segelsport SPORT MOHR zu finden.

- Die Warengruppe Bücher/ Schreibwaren ist mit der Buchhandlung STÖRTEBEKER in der Innenstadt vertreten. Die Buchhandlung prägt die Angebotskompetenz der Reinfelder Innenstadt und ist ein wichtiger Frequenzbringer.
- Die Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat erreicht mit rd. 1.200 m² einen Verkaufsflächenanteil von 6 %. Der realisierte Einzelhandelsumsatz liegt bei 1,5 Mio. € (= 2 %). Neben den niedrigpreisigen Angeboten im Haushaltswarendiscounter ACTION wird das qualitätsorientierte Segment u.a. im Fachgeschäft FRAU VILMA angeboten. Darüber hinaus sind Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat im Randsortiment u.a. des GARTENFACHMARKTES JOHANNSEN und der ZAUBERNUSS sowie den Lebensmittelmärkten und der MARKANT DROGERIE vertreten.
- Die Hauptwarengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel generiert ein Umsatzvolumen von 4 Mio. €. Dies entspricht einem prozentualen Anteil am Gesamtumsatz der Stadt Reinfeld von 6 %. Der Verkaufsflächenanteil liegt bei 14 % (2.585 m²). Diese Ausstattungswerte werden insbesondere durch den GARTENFACHMARKT JOHANNSEN am Standort An der Autobahn geprägt. Des Weiteren ist der Tierfutterfachmarkt FUTTERHAUS in der Innenstadt der Warengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel zuzuordnen.

Verkaufsfläche je Einwohnenden

Die Flächendichte ist ein Indikator, der die Verkaufsflächenausstattung ins Verhältnis zur Einwohnendenzahl eines Ortes stellt. Der bundesdeutsche Durchschnitt liegt bei 1,49 m² Verkaufsfläche je Einwohnenden (inkl. ländlich geprägte Räume)⁵. Die Stadt Reinfeld erreicht einen Kennwert von 2,10 m² Verkaufsfläche je Einwohnenden.

⁵ HDE Zahlenspiegel 2024, Statistisches Bundesamt 2025

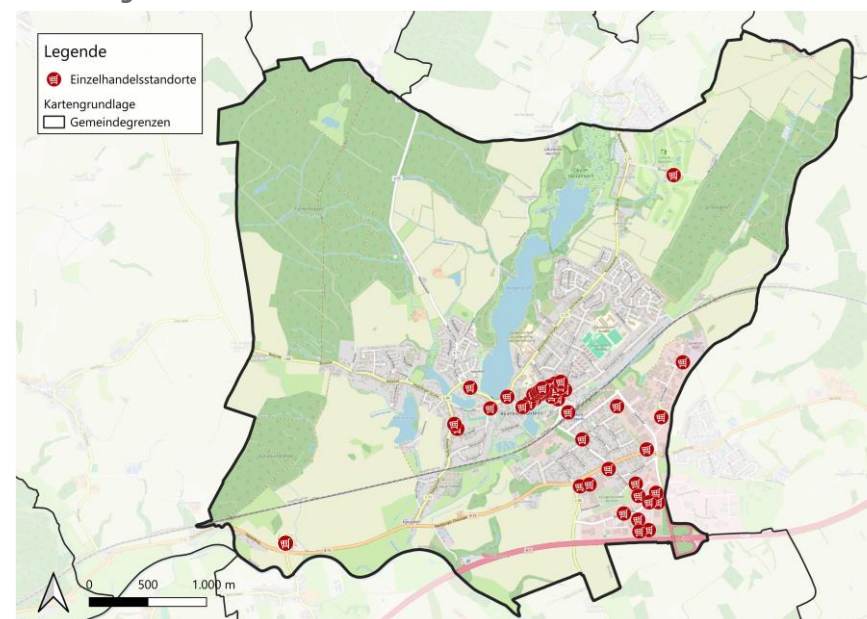
Abbildung 6: Verkaufsfläche je Einwohnende

Einwohnende (31.12.2023)	9.023
Verkaufsfläche je Einwohnenden in m ²	2,10
im periodischen Bedarf	0,99
<i>in der Branche Nahrung und Genussmittel</i>	<i>0,84</i>
im aperiodischen Bedarf	1,12

Quelle: cima 2025

In der Warengruppe Nahrung und Genussmittel wird für Schleswig-Holstein ein Durchschnittswert von 0,56 m² Verkaufsfläche je Einwohnenden⁶ als Vergleichswert angenommen. Mit 0,84 m² je Einwohnenden liegt Reinfeld somit auch bei diesem Kennwert deutlich über der durchschnittlichen Verkaufsflächenausstattung mit Nahrung und Genussmitteln.

Abbildung 7: Einzelhandelsbesatz in Reinfeld



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch cima 2025

⁶ Einzelhandelserfassung Schleswig-Holstein 2024 (GMA), Statistik Nord 2025

6.2 Einzelhandelszentralität der Stadt Reinfeld

Die Einzelhandelszentralität eines Ortes beschreibt das Verhältnis des am Ort getätigten Einzelhandelsumsatzes zu der am Ort vorhandenen Nachfrage.

Handelszentralitäten von deutlich über 100 signalisieren Kaufkraftzuflüsse; Handelszentralitäten von unter 100 bedeuten per Saldo Kaufkraftabflüsse aus der betreffenden Raumeinheit.

Je größer die Zentralität eines Ortes ist, desto größer ist seine Sogkraft auf die Kaufkraft im Umland. Die Zentralität eines Ortes wird z.B. durch die Qualität und Quantität an Verkaufsfläche, den Branchenmix, die Verkehrsanbindung und die Kaufkraft im Marktgebiet gesteuert.

Insgesamt ist die Einzelhandelszentralität der Stadt Reinfeld als gut zu bewerten (108). Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität Kaufkraftzuflüsse aus den umliegenden Gemeinden. Mit Blick auf die Pendelndenverflechtungen und die starke Wettbewerbskulisse mit dem nahe gelegenen Oberzentrum Lübeck sowie dem Mittelzentrum Bad Oldesloe dürfte eine Steigerung der Zentralität nur in sehr begrenztem Umfang möglich sein.

Eine detaillierte Aufschlüsselung der Einzelhandelszentralitäten in den einzelnen Warengruppen zeigt die folgende Abbildung.

Abbildung 8: Kaufkraft, Umsatz und Handelszentralität in Reinfeld

Umsatz, Nachfragevolumen und Handelszentralität in der Stadt Reinfeld (Holstein)

CIMA Warengruppe	Umsatz in Mio. €	Kaufkraftvolumen in Mio. €	Handelszentralität
Periodischer Bedarf insgesamt	45,8	33,0	139
Nahrung und Genussmittel	39,3	26,3	149
Gesundheit und Körperpflege	5,4	5,8	92
Zeitschriften, Schnittblumen	1,2	0,9	136
Aperiodischer Bedarf insgesamt	20,8	29,0	72
Bekleidung, Wäsche	*	4,7	57
Schuhe, Lederwaren	*	1,7	6
Bücher, Schreibwaren	*	0,9	82
Spielwaren, Hobbybedarf	*	0,8	96
Sportartikel, Fahrräder	*	2,7	226
Elektroartikel, Unterhaltungselektronik	*	5,0	36
Uhren, Schmuck	*	0,9	32
Augenoptik, Hörgeräteakustik, Sanitätsartikel	*	2,0	82
Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat	*	1,0	148
Einrichtungsbedarf	*	4,0	33
Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel	4,0	5,3	76
Einzelhandel insgesamt	66,7	62,0	108

Quelle: cima 2025

In der Branche Nahrung und Genussmittel wird eine Handelszentralität von 149 erreicht. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von 39,3 Mio. € ein lokales Kaufkraftvolumen von 26,3 Mio. € gegenüber. Die Werte veranschaulichen, dass in der Branche Nahrung und Genussmittel Kaufkraftzuflüsse u.a. aus den Gemeinden des Nahbereiches/ Marktgebietes verzeichnet werden können. Darüber hinaus erreicht insbesondere der Lebensmittelfrischemarkt FAMILA im Verbund mit dem Lebensmitteldiscounter ALDI in verkehrsorientierter Lage an der Barnitzer Straße Kaufkraftzuflüsse aus einem sehr diffusen Einzugsgebiet. Die Lebensmitteldiscounter PENNY und LIDL dürften zudem von den Berufspendelnden entlang der B75 profitieren und Kaufkraftzuflüsse (auch von außerhalb des Reinfelder Marktgebietes) erzeugen.

In der Reinfelder Innenstadt ist der Lebensmittelfrischemarkt MARKANT vorhanden. An der Feldstraße befindet sich des Weiteren der Lebensmitteldiscounter NORMA. Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischerei), ein Reformhaus, zwei Getränkemarkte und Lebensmittelmärkte mit einem ethnischen Versorgungshintergrund (z.B. SAFRAN MARKT) sowie zwei Hofläden (HOFLADEN DÖLGER, TRAVEHOFLADEN) ergänzen das Lebensmittelangebot im Stadtgebiet insgesamt und begründen die gute Handelszentralität.

In der Warengruppe Gesundheit- und Körperpflege signalisiert die Handelszentralität von 92 zwar ein gutes, aber ausbaufähiges Angebotsniveau. Einem Kaufkraftvolumen von 5,8 Mio. € steht ein Umsatz von rd. 5,4 Mio. € gegenüber. In der Reinfelder Innenstadt ist der Drogeriefachmarkt MARKANT DROGERIE und die Parfümerie ESSENZA vorhanden. Ferner sind insgesamt vier Apotheken der Warengruppe Gesundheit- und Körperpflege zugeordnet. In der Stadt Reinfeld wird bereits seit einigen Jahren die Neuansiedlung eines weiteren Drogeriefachmarktes in der Innenstadt vorbereitet; aus Sicht der cima erscheint die Umsetzung dieser Planung nicht nur sinnvoll, sondern auch konsequent.

In den Branchen des aperiodischen Bedarfs wird unter Berücksichtigung der Wettbewerbssituation eine adäquate Handelszentralität erzielt (72). Im Einzelfall ist zu prüfen, ob durch gezielte Ergänzungen und eventuelle Flächenerweiterungen die Zentralität gesteigert werden kann.

Die höchste Handelszentralität wird in der zusammengeführten Warengruppe Sportartikel/ Fahrräder erreicht (226). Fahrräder und Fahrradzubehör werden im flächenintensiven Fahrradfachmarkt BOC angeboten. Das Segelsportfachgeschäft SPORT MOHR und der Fachmarkt für Reitbedarf KRÄMER sind den Sportartikeln zuzuordnen.

In der Branche Bekleidung/ Wäsche sind der Bekleidungsfilialist ERNSTINGS FAMILY und die REINFELDER KINDERKISTE der AWO in der Reinfelder Innenstadt vorhanden. Außerhalb der Innenstadt befindet sich an der Feldstraße der Textilfilialist KIK in einer gewerblich geprägten Lage. Insgesamt ist das Bekleidungsangebot in Reinfeld damit durch niedrigpreisige und discountorientierende Anbieter dominiert. Im qualitätsorientierten und höherwertigen Segment bestehen hingegen eindeutige Angebotslücken. Hier werden Kaufkraftabflüsse u.a. in den CITTI Park deutlich.

Des Weiteren weist die sehr niedrige Handelszentralität in der Branche Schuhe und Lederwaren auf Angebotsdefizite hin. Schuhe und Lederwaren werden in Reinfeld ausschließlich im Randsortimente u.a. bei FAMILA und KIK angeboten. Ein originäres Schuhgeschäft ist im Stadtgebiet nicht vorhanden.

Die Handelszentralität in der Branche Bücher/ Schreibwaren (82) wird maßgeblich durch die BUCHHANDLUNG STÖRTEBECKER in der Innenstadt erzielt. Schreibwaren finden sich im Randsortiment in der BUCHHANDLUNG STÖRTEBECKER sowie u.a. der MARKANT DROGERIE und den Lebensmittelmärkten.

Die Handelszentralität von 96 in der Warengruppe Spielwaren und Hobbybedarf entfällt einerseits auf das Randsortiment u.a. von FAMILA und der MARKANT DROGERIE. Andererseits bietet die REINFELDER KINDERKISTE Spielwaren an.

Die Warengruppe Elektroartikel und Unterhaltungselektronik setzt sich aus den Branchen Elektroartikel, Unterhaltungselektronik, Foto und Zubehör, Telekommunikationsartikel, PC zusammen. In der Reinfelder Innenstadt sind das Elektronikfachgeschäft ELEKTRO FLEDDERMANN und ein Fotofachgeschäft (FOTOGRAFIE REINFELD) zu finden. Ein weiteres Elektrofachgeschäft (JONAS ELEKTRO und SICHERHEIT)⁷ befindet sich an der Friedrich-Ebert-Straße. Die Handelszentralität (36) ist ein Beleg für deutliche Kaufkraftabflüsse ins Umland; unter Berücksichtigung der regionalen

⁷ Das Unternehmen ist sehr stark auf Dienstleistungen ausgerichtet und nur z.T. auf den Verkauf an den Endverbrauchenden

Wettbewerbssituation sind die Chancen zur Ansiedlung eines modernen Elektronikfachmarktes im Stadtgebiet von Reinfeld dennoch nur als gering anzusehen.

In der Branche Uhren und Schmuck ist in der Stadt Reinfeld zwar nur ein quantitativ geringes, aber qualitativ sehr gutes Angebot zu finden; die Einzelhandelszentralität liegt bei 32. In der Innenstadt ist die qualitätsorientierte GOLDSCHMIEDE KLING vorhanden.

In der Branche Augenoptik/ Hörgeräteakustik/ Sanitätsartikel wird eine Handelszentralität von 82 erzielt. Insgesamt sind zwei Optiker und ein Hörgeräteakustiker in der Reinfelder Innenstadt zu finden. Zudem ist das Sanitätshaus ORTHOPÄDIE RUGE in der Raiffeisenpassage erfasst.

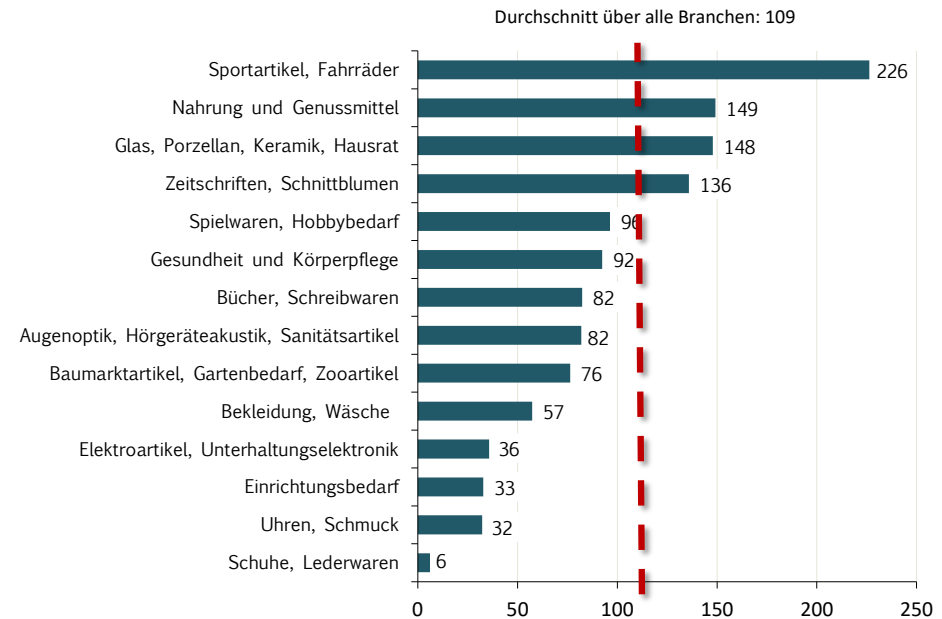
In der Warengruppe Glas/ Porzellan/ Keramik/ Hausrat wird eine Handelszentralität von 148 erreicht. Das vorhandene Angebot wird durch den Haushaltswarendiscounter ACTION und die Randsortimente u.a. im GARTENFACHMARKT JOHANNSEN und der MARKANT DROGERIE geprägt. In der Innenstadt sind die qualitätsorientierte Facheinzelhandelsbetriebe FRAU VILMA und die ZAUBERNUSS vertreten.

Die Handelszentralität in der Warengruppe Einrichtungsbedarf (33) wird u.a. durch das Angebot im Sozialkaufhaus geprägt. Das Fachgeschäft für Antiquitäten TRAVE ANTIK ist ebenfalls der Warengruppe des Einrichtungsbedarfs zugerechnet. Heimtextilien werden u.a. beim Raumausstatter ZIPP-ZAPP angeboten.

Im Segment Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel wird aktuell eine Handelszentralität von 76 erzielt. In Reinfeld ist der GARTENFACHMARKT JOHANNSEN vorhanden. Des Weiteren ist der Tierfutterfachmarkt FUTTERHAUS in der Innenstadt und LUCKY PET An der Autobahn der Warengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel zuzuordnen.

Die nachfolgende Abb. 9 zeigt die Rangfolge der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten des Einzelhandels in der Stadt Reinfeld.

Abbildung 9: Ranking: Handelszentralität in Reinfeld

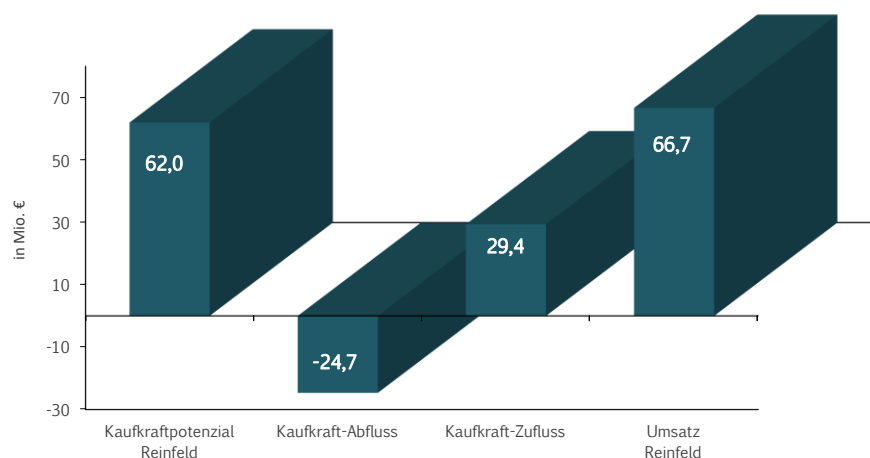


Quelle: cima 2025

6.3 Kaufkraftstromanalyse für Reinfeld

Die nachfolgende Abbildung dokumentiert die Kaufkraftstrombilanz für den Einzelhandel in der Stadt Reinfeld. Die Bilanz verdeutlicht zusammenfassend über alle Sortimentsbereiche hinweg, in welchen Größenordnungen vorhandene Kaufkraft von außen abgezogen wird bzw. von außen zufließt.

Abbildung 10: Kaufkraftstrombilanz des Einzelhandels in Reinfeld

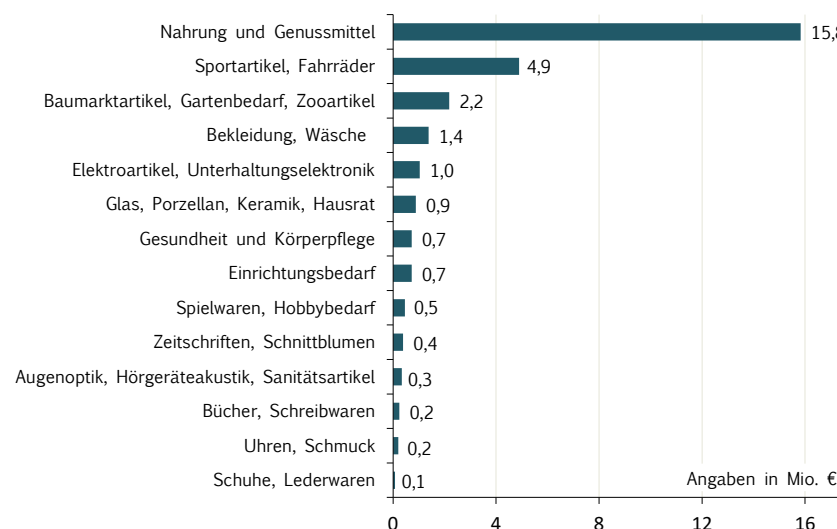


Quelle: cima 2025

Einem Kaufkraftzufluss von 29,4 Mio. € steht ein Kaufkraftabfluss von 24,7 Mio. € gegenüber. Der Einzelhandelsumsatz beläuft sich auf rd. 66,7 Mio. €. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen liegt in der Stadt Reinfeld bei ca. 62 Mio. €.

Die **Kaufkraftzuflüsse** generieren rd. 44 % des in der Stadt Reinfeld erzielten Einzelhandelsumsatzes. Die Kaufkraftzuflussquote basiert in erster Linie auf den Angebotskompetenzen des Lebensmitteleinzelhandels sowie der Angebote am Standort An der Autobahn/ Im Weddern/ Barnitzer Straße (Sportartikel, Fahrräder).

Abbildung 11: Ranking: Kaufkraftzuflüsse nach Reinfeld



Quelle: cima 2025

Die höchsten Kaufkraftzuflüsse werden in der Branche Nahrung und Genussmittel erzielt (15,8 Mio. €). Wie bereits die Dokumentation der warengruppenspezifischen Handelszentralitäten verdeutlicht hat, ist mit den vorhandenen Lebensmittelfrischmärkten und den Lebensmitteldiscountern bereits heute ein sehr gutes Angebotsniveau im Stadtgebiet vorhanden.

Des Weiteren werden Kaufkraftzuflüsse i.H. 4,9 Mio. € in den Branchen Sportartikel und Fahrräder erzielt. Am Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels An der Autobahn ist u.a. mit dem flächenintensiven Fahrradfachmarkt BOC und dem Reitsportfachmarkt KRÄMER ist ein sehr gutes

Angebotsniveau vorhanden. Die großflächigen Fachmärkte können ein überörtliches Einzugsgebiet erreichen.

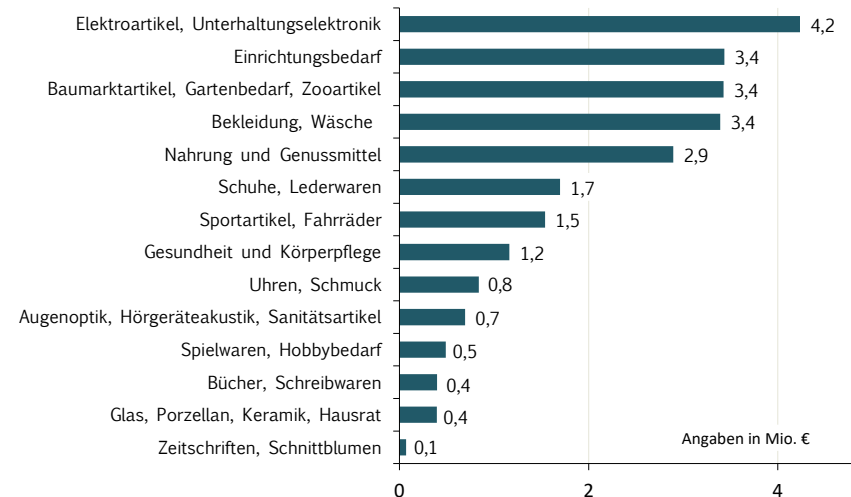
Der Einzelhandel in der Warengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel ist durch den Gartenfachmarkt JOHANNSEN dominiert. Darüber hinaus ist ein Fachmarkt für Zooartikel und Tierfutter in der Innenstadt erfasst (DAS FUTTERHAUS). Der ermittelte Kaufkraftzufluss beläuft sich auf rd. 2,2 Mio. €.

In der Warengruppe Bekleidung und Wäsche liegt der Kaufkraftzufluss bei rd. 1,4 Mio. €. Die Zuflüsse werden sowohl durch den Textilfachmarkt KIK an der Feldstraße als auch den Bekleidungsfilialisten ERNSTINGS FAMILY in der Reinfelder Innenstadt erzielt.

Der Kaufkraftzufluss in den weiteren Warengruppen und Sortimenten liegt gemäß Rechenmodell zwischen 0,1 und 1,0 Mio. €. Die Stadt Reinfeld profitiert sowohl von den sortimentspezifischen Angebotskompetenzen der innerstädtischen Facheinzelhandelsbetriebe als auch den Fachmarktkonzepten an verkehrsorientierten Standorten im Stadtgebiet.

Der **Kaufkraftabfluss** beläuft sich auf rd. 40 % des in der Stadt Reinfeld vorhandenen Kaufkraftvolumens. Die Kaufkraftabflussquote basiert auf der beschriebenen Angebotsstruktur und den dokumentierten Angebotsdefiziten in einzelnen Sortimenten. Ferner sind Mitnahmeeffekte im Kontext von Einkaufsfahrten in die nächstgelegenen Einkaufsstandorte Lübeck, Bad Oldesloe etc. zu verzeichnen.

Abbildung 12: Ranking: Kaufkraftabflüsse aus Reinfeld



Quelle: cima 2025

Vor dem Hintergrund der ermittelten Handelszentralität (36) in der Warengruppe Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik liegen die Kaufkraftabflüsse auf einem entsprechend hohen Niveau (4,2 Mio. €). Hier wird die regionale Wettbewerbssituation bemerkbar; die Kaufkraftabflüsse verdeutlichen die Einkaufsfahrten zu den leistungsstarken Anbietern in Lübeck, Hamburg und z.T. auch Bad Oldesloe.

In der Warengruppe Einrichtungsbedarf müssen ebenfalls hohe Kaufkraftabflüsse verzeichnet werden (rd. 3,4 Mio. €). Die vorhandenen Kaufkraftpotenziale werden vor allem an den Möbelhausstandorten in Lübeck, Bad Segeberg und Hamburg gebunden.

In der Warengruppe Baumarktartikel/ Gartenbedarf/ Zooartikel werden genauso Kaufkraftabflüsse i.H. 3,4 Mio. € dokumentiert. In Reinfeld ist kein originärer Bau- und Gartenfachmarkt vorhanden. Die nächstgelegenen Bau- und Gartenfachmärkte befinden sich im Mittelzentrum Bad Oldesloe und dem Oberzentrum Lübeck.

Die Kaufkraftabflüsse in der Warengruppe Bekleidung und Wäsche (3,4 Mio. €) sind in erster Linie mit der regionalen Wettbewerbskulisse und begründet. In Lübeck ist u.a. der CITTI Park als ein relevanter Wettbewerbsstandort zu benennen. Das Einkaufszentrum befindet sich in nur ca. 10 km Entfernung von der Reinfeld; die Fahrtzeit beläuft sich auf deutlich weniger als 15 Minuten. Im CITTI Park sind diverse Bekleidungsfilialisten mit einem niedrigpreisigen und auch qualitätsorientierten Angebotsniveau vorhanden.

Trotz der beschriebenen guten Angebotssituation in den Branchen Nahrung und Genussmittel werden auch hier Kaufkraftabflüsse i.H. 2,9 Mio. € dokumentiert. Aus Gutachtersicht dürften die ermittelten Kaufkraftabflüsse auch zukünftig nicht in vollem Ausmaß reaktivierbar sein, da Kaufkraft im Kontext von Pendelndenverflechtungen auch an Wettbewerbsstandorten gebunden wird. In Lübeck ist beispielhaft der großflächige Lebensmittelmarkt REWE CENTER zu finden, der Kaufkraft aus Reinfeld bindet.

In den übrigen Branchen liegen die ermittelten Kaufkraftabflüsse zwischen 0,1 und 1,7 Mio. €.

6.4 Fazit zur Einzelhandelssituation

Insgesamt ist die Einzelhandelssituation in der Stadt Reinfeld als gut zu bewerten. Per Saldo signalisiert die ermittelte Handelszentralität von 108 Kaufkraftzuflüsse aus dem Reinfelder Marktgebiet.

Vor dem Hintergrund der starken regionalen Wettbewerbskulisse mit dem nahe gelegenen Oberzentrum Lübeck und dem Mittelzentrum Bad Oldesloe ist eine Steigerung der Zentralitätswerte nur sehr eingeschränkt zu erwarten. Das wichtigste Ziel der weiteren Einzelhandelsentwicklung ist der Erhalt und die Absicherung der bestehenden Strukturen.

Dies betrifft insbesondere die Reinfelder Innenstadt. Hier stehen aktuell zahlreiche Ladenlokale leer, darüber hinaus führen mindergenutzte Flächen und Ladenlokale zu einem Trading-down (Rückgang der Nutzungen und Frequenzen, wachsender Imageverlust des Standortes) und zunehmendem Attraktivitätsverlust. In den vergangenen Jahren wurden in Reinfeld z.T. planungsrechtliche Entscheidungen getroffen, die zu einem Bedeutungsverlust der Innenstadt geführt haben. Umso wichtiger erscheint es durch geeignete Festlegungen die integrierten Einzelhandelslagen vor einem Funktions- und Bedeutungsverlust zu schützen.

Im nahversorgungsrelevanten Bedarf sind zwar keine rechnerischen Angebotsdefizite offensichtlich, wenn ausschließlich der Versorgungsauftrag für die eigene Bevölkerung berücksichtigt wird. Unter Einbeziehung der zusätzlichen Kaufkraftpotenziale der Einwohnenden des raumordnerisch zugewiesenen Nahbereichs der Stadt Reinfeld relativieren sich die ermittelten Kennwerte jedoch. Darüber hinaus werden bei einer ergänzenden Analyse und Bewertung der qualitativen Nahversorgungssituation z.T. räumliche Versorgungslücken deutlich (siehe nachfolgende Ausführungen in Kap. 7). Ohne einen direkten Verdrängungswettbewerb zu befürworten, besteht aus Sicht der Gutachtenden weiteres Gestaltungspotenzial für den Lebensmitteleinzelhandel.

Die aktuell diskutierte Umsetzung von Lebensmitteleinzelhandel auf dem Bahnhofsvorplatz ist vor diesem Hintergrund als eine zu befürwortende Handelsentwicklung zu werten. Im Folgenden wird die Frage zu beantworten sein, ob die Neuansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelmarktes oder die Standortverlagerung und die Modernisierung eines der bestehenden Lebensmittelmärkte besser geeignet wäre und, welche Verkaufsflächendimensionierung eine verträgliche Lösung für die bestehenden Nahversorgungsstrukturen in Reinfeld darstellt.

Abbildung 13: Einzelhandel in Reinfeld (Auswahl)



Fotos: cima 2025

7 Nahversorgungssituation in der Stadt Reinfeld

7.1 Bewertung der quantitativen Nahversorgungssituation

Folgende allgemeine Aussagen können zur aktuellen Betriebs- und Branchenstruktur des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels in der Stadt Reinfeld getroffen werden.

- Die Stadt Reinfeld verfügen über eine Gesamtverkaufsfläche in der Branche Nahrung und Genussmittel von 7.585 m²
- Für die Branche Nahrung und Genussmittel wird eine Handelszentralität von 149 ermittelt. Hier steht einem Einzelhandelsumsatz von 39,3 Mio. € ein lokales Kaufkraftvolumen von 26,3 Mio. € gegenüber.

Insgesamt konnten sechs Nahversorgungsbetriebe⁸ in der Stadt Reinfeld erfasst werden, die sich in zwei Lebensmittelfrischemärkte und vier Lebensmitteldiscounter unterteilen lassen.

In der Reinfelder Innenstadt befindet sich der Lebensmittelfrischemarkt MARKANT an der Bahnhofstraße. An der Barnitzer Straße sind der Lebensmitteldiscounter ALDI und der Lebensmittelfrischemarkt FAMILA zu finden. Der Lebensmitteldiscounter LIDL befindet sich als solitärer Nahversorgungsstandort an der Hamburger Chaussee/ B75. Des Weiteren sind die Lebensmitteldiscounter NORMA und PENNY in einer gewerblich geprägten Lage an der Feldstraße vorhanden. Sowohl der Lebensmitteldiscounter PENNY als auch der Lebensmitteldiscounter NORMA planen derzeit eine Modernisierung des Standortes und eine Vergrößerung der Verkaufsfläche.

Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Fleischerei, Fischgeschäft) und Spezialanbieter (z.B. Hofladen DÖLGER und TRAVEHOFLADEN) ergänzen das Angebot mit Nahrung und Genussmitteln im Reinfelder Stadtgebiet.

Neben der Versorgungsfunktion für die Bewohnenden des eigenen Stadtgebietes übernimmt die Stadt Reinfeld eine ergänzende Versorgungsaufgabe für den raumordnerisch festgelegten Nahbereich. Gemäß Regionalplan für den Planungsraum I Schleswig-Holstein Süd 1998 sind die Gemeinden Barnitz, Feldhorst, Heidekamp, Heilshoop, Rehhorst, Wesenberg, Westerau und Zarpen dem Nahbereich des Unterzentrums Reinfeld zugeordnet. Damit übernimmt der nahversorgungsrelevante Einzelhandel in der Stadt Reinfeld einen zusätzlichen Versorgungsauftrag für weitere 7.112 Menschen.

Im Ergebnis der Analyse der aktuellen Nahversorgungssituation in der Stadt Reinfeld kann somit zwar festgehalten werden, dass Kaufkraftzuflüsse aus dem Nahbereich erzielt werden. Dennoch relativieren sich die ermittelten Kennzahlen deutlich, wenn die Kaufkraft der Einwohnenden des Nahbereichs Berücksichtigung findet.

Unter Einbeziehung der zusätzlichen Kaufkraftpotenziale der Einwohnenden des Nahbereichs der Stadt Reinfeld beträgt die Handelszentralität in der Branche Nahrung und Genussmittel nur noch 83; per Saldo fließen mehr als 8 Mio. € ab. Ohne einen direkten Verdrängungswettbewerb zu befürworten, bestehen somit rechnerische Ansiedlungspotenziale.

⁸ Lebensmittelmärkte ab 400 m² Verkaufsfläche, keine Getränkemärkte, Biomärkte oder Betriebe mit ethnischem Hintergrund

7.2 Bewertung der qualitativen Nahversorgungssituation

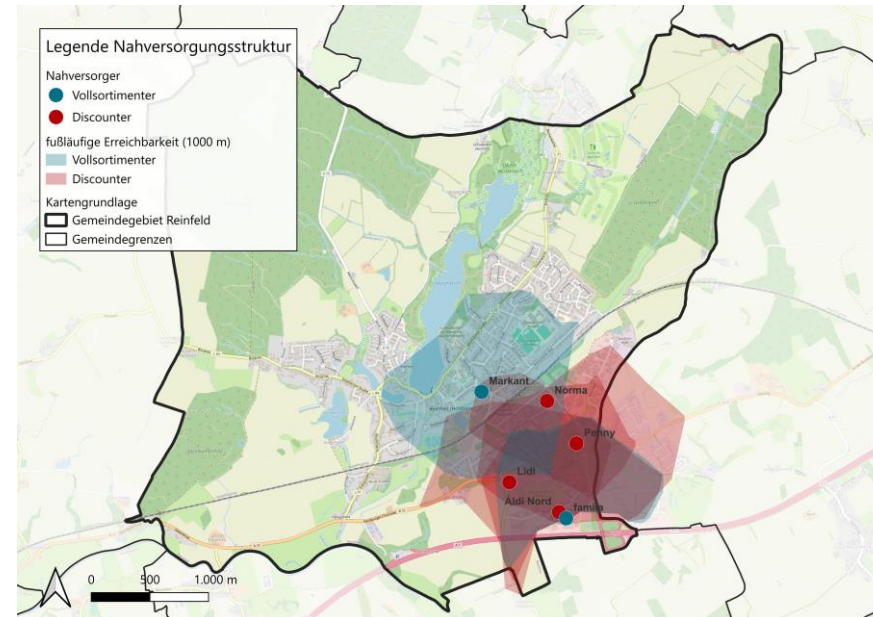
Neben den quantitativen, auf Kennzahlen basierten Bewertungskriterien spielen auch qualitative Bewertungsaspekte eine wichtige Rolle. Insbesondere die räumliche Verteilung der Nahversorgungsbetriebe innerhalb der Stadt Reinfeld ist hier von Bedeutung. Aus Sicht der CIMA sollte die Versorgung mit Lebensmitteln möglichst wohnortnah erfolgen.

Die Analyse der Nahversorgungssituation unter Einbeziehung der räumlichen Verteilung der Nahversorger im Stadtgebiet verdeutlicht, dass sich die vorhandenen Lebensmittelmärkte auf wenige Standorte konzentrieren und z.T. keine wohnortnahen bzw. fußläufig erreichbare Versorgungsstrukturen vorgehalten werden können.

Als Maß für die fußläufige Erreichbarkeit definiert die Rechtsprechung einen Radius von rd. 700 bis maximal 1.000 Metern, was einer Gehzeit von bis zu 10 Minuten entspricht.⁹ Untersuchungen haben ergeben, dass Entfernungen von mehr als 10 Minuten Gehzeit bzw. mehr als 1.000 Metern Gehstrecke nur von einem geringen Anteil der Bevölkerung zu Fuß zurückgelegt werden. Insbesondere mobilitätseingeschränkte Personen (z.B. Ältere) sind auf kurze Einkaufswege angewiesen. Die CIMA verwendet auch in dem hier vorliegenden Einzelhandelskonzept für die Stadt Reinfeld eine Distanz von 10 Gehminuten als Maß für die fußläufige Erreichbarkeit der LebensmittelnahverSORger.

Die nebenstehende Kartendarstellung veranschaulicht, dass die Bewohnenden der nordöstlichen und nordwestlichen Wohnsiedlungsbereiche der Stadt Reinfeld nicht die Möglichkeit haben, den nächstgelegenen Nahversorger innerhalb von 10 Minuten zu erreichen. Im Norden der Bahntrasse ist ausschließlich der MARKANT Markt in der Reinfelder Innenstadt vorhanden. Im Ergebnis bestehen somit nicht nur quantitative, sondern auch qualitative Entwicklungspotenziale.

Abbildung 14: Nahversorgungsstruktur in der Stadt Reinfeld (1.000-Meter Gehwegstrecken)



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch CIMA 2025

In den zumeist dünn besiedelten Gemeinden des Nahbereichs wird auch zukünftig kein flächendeckendes Netz aus fußläufig erreichbaren Nahversorgungseinrichtungen erreicht werden können. So werden die Bewohnenden der Gemeinden Barnitz, Feldhorst, Heidekamp, Heilshoop, Rehhorst, Wesenberg, Westerau und Zarpen auch weiterhin auf die Nutzung eines Verkehrsmittels angewiesen sein, weshalb auch die auf die Pkw-Kundschaft ausgerichteten Lebensmittelmärkte in Reinfeld (u.a. FAMILA und ALDI an der Barnitzer Straße) ihre Berechtigung haben.

⁹ vgl. hierzu OVG Lüneburg, Beschluss vom 28.09.2015 – 1 MN 144/15

7.3 Darstellung und Bewertung der Entwicklungsfläche

In der Stadt Reinfeld besteht der Wunsch die Nahversorgungssituation in der Innenstadt für die Bewohnenden nördlich der Bahntrasse zu verbessern und damit die Attraktivität und Anziehungskraft des Einzelhandelsstandortes für die eigene Bevölkerung und die Einwohnenden der Umlandgemeinden zu stärken. Im Zuge der Neu- und Umgestaltung des Bahnhofsumfelds besteht nun die Möglichkeit die sogenannte Seiler Fläche städtebaulich und funktional neu zu entwickeln.

Für das Seiler Gelände werden verschiedene Entwicklungsszenarien zur Nachnutzung/ Umnutzung diskutiert. Neben der Neuansiedlung eines weiteren (zusätzlichen) Lebensmittelmarktes wird über die Standortverlagerung und Neuaufstellung eines bereits vorhandenen Lebensmittelnahversorgers nachgedacht.

Abbildung 15: Lage der Entwicklungsfläche in der Innenstadt



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch cima 2025

Aus Sicht der cima ist das Seiler-Gelände grundsätzlich für die Realisierung von nahversorgungsrelevantem Einzelhandel geeignet. Der Planvorhabenstandort befindet sich innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt. Sowohl die fußläufige Erreichbarkeit und die Erreichbarkeit für Fahrradfahrende ist als sehr gut zu bewerten. Darüber hinaus befindet sich das Plangebiet unmittelbar angrenzend an den Bahnhof Reinfeld und den zentralen Busbahnhof.

Das Seiler-Gelände ist des Weiteren für die PKW-Kundschaft optimal erreichbar; über die Bahnhofstraße und die neue Bahnquerung besteht eine direkte Anbindung an die Feldstraße und überörtliche Verkehrswege (B75). Die Flächengröße und die Flächenverfügbarkeit sind ebenfalls grundsätzlich positiv zu bewerten. Die Grundstücksgröße wird mit ca. 7.500 m² angegeben. Nach Erfahrungen der cima sind für einen zeitgemäßen Lebensmittelmarkt einschließlich Parkplätzen zwischen 6.000 m² und 8.000 m² Grundstücksgröße bei optimalem Zuschnitt erforderlich, davon müssen mindestens rd. 2.200 m² bis 2.500 m² überbaubar sein (Verkaufsfläche Lebensmittelmarkt + Bäckerei-Café + Lager/ Personalräume etc.).

Das sogenannte Seiler Gelände ist bereits heute durch eine gewerbliche Nutzung geprägt. Damit erfüllt der Planvorhabenstandort die ökologischen Nachhaltigkeitsziele. Darunter fällt u.a. die Umsetzung der bundesweit geltenden Flächensparziele durch eine konsequente Nutzung vorhandener Innenentwicklungs- und Nachverdichtungspotenziale. Neue Flächen werden nicht versiegelt.

Aus Sicht der cima sollte die Stadt Reinfeld darüber hinaus, die ihr zur Verfügung stehenden Einflussmöglichkeiten nutzen und die Umsetzung ergänzender Maßnahmen zur Klimaanpassung von den Projektentwickelnden einfordern: Nutzung umweltfreundlicher und nachhaltiger Baumaterialien, Nutzung energieeffizienter Technologien (Solar-, und Windenergie, Wasserkraft, Geothermie) Begrünung der Dach- und Freiflächen. Darüber hinaus kann die Stadt Reinfeld Vorgaben zur Anzahl der Fahrradstellplätze (inkl. Lastenfahrräder) und von E-Ladesäulen formulieren. Die barrierefreie Erreichbarkeit für Fußgänger*innen und Fahrradfahrende sowie Anbindung an den ÖPNV sollte ohnehin sichergestellt sein.

Des Weiteren sollte der Gefahr einer städtebaulich wenig attraktiven Lösung durch eine standardisierte „Einfacharchitektur“ im Rahmen des Planungsprozesses begegnet werden. Die Umsetzung eines mehrgeschossigen Handelsobjektes mit Wohn- und/ oder gewerblichen Nutzungen in den Obergeschossen sollten von Seiten der Stadt Reinfeld eingefordert werden.

Unter Berücksichtigung aller genannten Aspekte ist das Planvorhabengrundstück uneingeschränkt positiv zu bewerten:

- Integrierte Lage: Das Seiler Grundstück befindet sich innerhalb der Reinfeld der Innenstadt (i.S. Integrationsgebot (Ziel 6) des LEP Schleswig-Holstein 2021)
- Nahversorgungsfunktion: Der Standort ist geeignet die fußläufige Nahversorgungssituation in der Stadt Reinfeld zu verbessern.
- ÖPNV-Anbindung: Das Seiler Grundstück befindet sich unmittelbar am Bahnhof Reinfeld
- Pkw-Erreichbarkeit: Ist der Standort geeignet, um auch von Pkw-Kundschaft aus den Gemeinden des Nahbereichs aufgesucht zu werden und mit Lkws beliefert zu werden (d.h. keine Erschließung über eine Wohngebietsstraße)¹⁰?

Abbildung 16: Eindrücke von der Entwicklungsfläche in der Innenstadt



Fotos: cima 2025

7.4 Bewertung der Entwicklungspotenziale

In der Stadt Reinfeld besteht der Wunsch, die Nahversorgungssituation für die eigene Bevölkerung und der Gemeinden des Nahbereichs qualitativ und quantitativ zu verbessern. Der nachfolgenden Ableitung der quantitativen Entwicklungspotenziale ging bereits die Bewertung des Planvorhabenstandortes voraus.

Die Analyse der Nahversorgungssituation in der Stadt Reinfeld hat zwar deutlich gemacht, dass eine Verbesserung der wohnortnahen Versorgungsstrukturen nördlich der Bahntrasse angestrebt werden sollte. Ohne einen direkten Verdrängungswettbewerb zu befürworten sind weitere Entwicklungspotenziale im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel dennoch nicht uneingeschränkt vorhanden.

Somit wird einerseits die Frage beantwortet werden müssen, welche Verkaufsflächendimensionierung eine verträgliche Lösung für die bestehenden Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet darstellt. Andererseits

¹⁰ Durchschnittlicher Supermarkt: ca. 6-8 Anliefervorgänge pro Tag; überwiegend 7,5-12 Tonner, teilweise auch 40-Tonner

bestehen in der Stadt Reinfeld noch Unklarheiten bezüglich der bestgeeigneten Lösung (Neuansiedlung oder Standortverlagerung und Neuaufrstellung eines bestehenden Lebensmittelmarktes). Diese offenen Fragen sollen in den nachfolgenden Abschnitten aus gutachterlicher Sicht beantwortet werden.

Hinsichtlich der Dimensionierung ist festzuhalten, dass moderne, attraktive Lebensmittelfrischemärkte heute Größen von mindestens rd. 1.600 m² bis ca. 2.000 m² Verkaufsfläche aufweisen. Diese Flächen sind bspw. notwendig, um ausreichend breite Gänge und niedrige Regalhöhen zu realisieren sowie Bedientheken für Fleisch-/Wurstwaren und Käse zu integrieren. Bei Größen von mehr als 2.000 m² Verkaufsfläche nimmt der Anteil von Randsortimenten des aperiodischen Bedarfs i.d.R. deutlich zu.

Für die Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters erscheint eine Größenordnung von etwa 1.000-1.300 m² Verkaufsfläche als geeignete Verkaufsflächendimensionierung, um einerseits eine leistungsfähige und kundenfreundliche Ladengröße vorzuhalten und andererseits ein verträgliches Einpassen in die örtlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten.

Die Ableitung der Entwicklungspotenziale im Lebensmitteleinzelhandel baut auf der Versorgungsaufgabe der Stadt Reinfeld für die eigene Wohnbevölkerung auf. Insgesamt leben 9.023 Menschen im Stadtgebiet, die knapp 26 Mio. € für Ausgaben im Segment Nahrung und Genussmittel zur Verfügung haben.

Neben der Versorgungsfunktion für die eigene Wohnbevölkerung übernimmt die Stadt Reinfeld eine ergänzende Versorgungsaufgabe für die Gemeinden des raumordnerisch zugewiesenen Nahbereichs. Hinzu kommen somit rd. 21 Mio. € als ergänzendes Kaufkraftpotenzial in der Branche Nahrung und Genussmittel.

Insgesamt beträgt das sortimentsspezifische Kaufkraftvolumen in der Branche Nahrung und Genussmittel 47,3 Mio. €; die saldierten Kaufkraftabflüsse belaufen sich auf mehr als 8 Mio. €.

Grundsätzlich wird zwar davon auszugehen sein, dass sowohl die Einwohnenden der Stadt Reinfeld als auch die Bewohnenden der Gemeinden des Nahbereichs ihren Lebensmittelbedarf auch dann nicht vollständig Reinfeld decken, wenn ein zusätzlicher Lebensmittelmarkt vorhanden ist. Auch weiterhin werden sie ihre Einkäufe u.a. bei Fahrten zur Arbeit (Pendelndenverflechtungen) tätigen. Aus Sicht der cima besteht dennoch ein Entwicklungspotenzial für die Realisierung eines ergänzenden Lebensmittelmarktes.

Bei einer Übertragung der saldierten Kaufkraftabflüsse auf branchen- und regionstypische Flächenleistungen errechnet sich daraus ein Netto-Verkaufsflächenpotenzial von rd. 1.600 m² im Sortiment Nahrung und Genussmittel. Zuzüglich eines üblichen Umfangs von rd. 20 % Randsortimenten (Drogeriewaren, Schreibwaren, Zeitungen/Zeitschriften, Tiernahrung, Haushaltswaren, usw.) errechnet sich ein realistischer und tragfähiger Rahmen von rd. 1.800 m² Verkaufsfläche für einen neuen Lebensmittelfrischemarkt bzw. rd. 1.200 m² Verkaufsfläche für einen zusätzlichen Lebensmitteldiscounter in der Stadt Reinfeld.

Dieser rechnerisch ermittelte Rahmen ist zwar nur als grober Richtwert zu verstehen. Aus Sicht der cima erscheint die ermittelte Verkaufsflächendimensionierung jedoch als geeignete Größenordnung um einerseits ein leistungsfähiges und kundenfreundliches Ladenlokal umzusetzen und andererseits ein verträgliches Einpassen in die örtlichen Einzelhandelsstrukturen zu gewährleisten.

Die genaue Größe hängt aber letztlich vom Konzept des Betreibenden ab, das bspw. über einen Vorhaben- und Erschließungsplan (vgl. § 12 BauGB) näher konkretisiert werden kann sowie von einer vorhabenbezogenen Auswirkungsanalyse, welche nach Maßgabe des § 11 Abs. 3 BauNVO die städtebaulichen Auswirkungen des konkreten Vorhabens auf die vorhandenen Nahversorgungsstrukturen ermittelt.

Auf dieser Grundlage lässt sich genau ableiten, welche Größe eines neuen Lebensmittelmarktes als maximal verträglich für die vorhandenen Strukturen in der Stadt Reinfeld und den Umlandgemeinden zu bewerten ist.

8 Einzelhandelskonzept Reinfeld (Holstein)

8.1 Standortkonzept Reinfeld (Holstein)

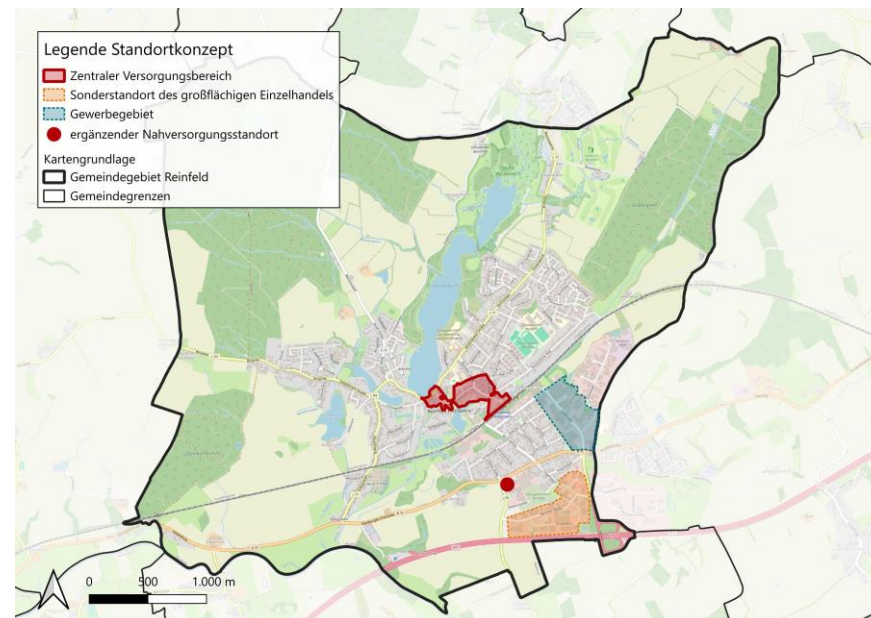
Auf Grundlage der beschriebenen Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Reinfeld lässt sich ein räumliches Standortkonzept des Einzelhandels ableiten. Das Standortkonzept orientiert sich am vorliegenden Einzelhandelskonzept der Stadt Reinfeld (Bulwiengesa AG 2009). Abweichungen resultieren aus Veränderungen im Einzelhandelsbestand sowie konkrete räumliche und funktionale Gegebenheiten vor Ort.

In den folgenden Kapiteln wird die Standort- und Zentrenstruktur der Stadt Reinfeld beschrieben und die Bedeutung der Einzelhandelsstandorte für die Nahversorgung und darüber hinaus dargestellt.

- Die **Innenstadt ist der zentrale Versorgungsbereich der Stadt Reinfeld** und damit der wichtigste Versorgungsstandort für alle nahversorgungsrelevanten Sortimente (Nahrung und Genussmittel, Drogeriewaren etc.), und innenstadttypischen Angebote (u.a. Bekleidung, Bücher) sowie für viele Dienstleistungsangebote. Die Innenstadt übernimmt eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet.
- Der **ergänzende solitäre Nahversorgungsstandort** an der Hamburger Chaussee/ B75 stellt den Lebensmitteldiscounter LIDL für die Grundversorgung des Wohnumfeldes bereit.
- In der **Gewerbegebietslage Feldstraße** sind punktuelle Einzelhandelsnutzungen mit einem nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Angebotsschwerpunkt zu finden. Zukünftig sollten zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Einzelhandelsneuan siedlungen an der Feldstraße ausgeschlossen sein, um die Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches zu verhindern. Weitere Entwicklungsspielräume bestehen im nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel.

- Der **Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels An der Autobahn** ist als eine nicht integrierte Standortlage aufzufassen. Der Angebotsschwerpunkt liegt sowohl im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel (FAMILA Lebensmittelfrischemarkt, Lebensmitteldiscounter ALDI) als auch im zentren- und nicht-zentrenrelevanten Bedarf (u.a. Fachmarkt für Reitsport KRÄMER, Fahrradfachmarkt BOC, Haushaltswarendiscounter ACTION). Weitere Entwicklungsspielräume sollten am Sonderstandort ausschließlich im nicht-zentrenrelevanten (auch großflächigen) Einzelhandel bestehen.

Abbildung 17: Standortkonzept Stadt Reinfeld in der Übersicht



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch cima 2025

8.1.1 Zentraler Versorgungsbereich Reinfeld

Vorbemerkung

Der Begriff des „zentralen Versorgungsbereichs“ ist als „Planungskategorie“ mit der Neuregelung des § 34 Abs. 3 BauGB in das Baurecht eingeführt worden. Demnach ist für die Genehmigung von Ansiedlungsvorhaben im sogenannten unbeplanten Innenbereich nicht nur das Einfügen in die nähere Umgebung Voraussetzung. Es wurde auch festgesetzt, dass „keine schädlichen Auswirkungen“ auf zentrale Versorgungsbereiche in der Standortgemeinde oder benachbarten Gemeinden zu erwarten sein dürfen.

Was „zentrale Versorgungsbereiche“ konkret sind, wie sie abzugrenzen sind und worin sie sich konkret manifestieren, wurde vom Gesetzgeber nicht vorgegeben. Verwiesen wird auf die Planungspraxis und die Kommentierung durch die Rechtsprechung. Gesetzgebungsinitiativen einzelner Bundesländer bzw. die Verankerung des Begriffs „zentraler Versorgungsbereich“ in Landesentwicklungsprogrammen oder Einzelhandelserlassen haben ebenfalls zu einer weiteren Ausgestaltung des neuen planungsrechtlichen Instrumentariums geführt.

Die Rechtsvorschriften und vorliegende Rechtsurteile liefern weitere Vorgaben für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche:

- Innerhalb eines Gemeindegebietes sind die zentralen Versorgungsbereiche räumlich abzugrenzen.
- Rechtsurteile haben klargestellt, dass eine Stadt mehrere zentrale Versorgungsbereiche ausweisen kann. Dies gilt insbesondere für polyzentrisch strukturierte Städte mit eigenständigen Stadtteilen und Siedlungsbereichen oder Städte mit ausgeprägten Stadtteilstrukturen und deutlicher Aufteilung von Versorgungsbereichen.¹¹
- Zentrale Versorgungsbereiche müssen eindeutig bestimmt sein. Es reicht nicht aus, sie vage, z.B. als kreisförmige Markierung, zu definieren. Es hat eine parzellenscharfe Abgrenzung zu erfolgen, um eindeutig zu

definieren, welche Betriebe oder Grundstücke im zentralen Versorgungsbereich liegen und somit schützenswert sind.¹²

- Für die Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind die angeführten Kriterien zu beachten (Vielfalt und Umfang der Angebote, Nutzungsmix, integrierte Lage, verkehrliche Erreichbarkeit). Neben den vorhandenen Strukturen sind Darstellungen und Festsetzungen in Bauleitplänen bzw. in Raumordnungsplänen ebenso wie sonstige raumordnerische oder städtebauliche Konzeptionen zu berücksichtigen. Daraus ergibt sich, dass zentrale Versorgungsbereiche zum Zeitpunkt der Festlegung nicht bereits vollständig als zentrale Versorgungsbereiche entwickelt sein müssen; sie sollten zum Zeitpunkt der Festlegung jedoch bereits als Planung eindeutig erkennbar sein.
- Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch ein gemischtes Angebot an öffentlichen und privaten Versorgungseinrichtungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen, Handwerksbetriebe, Büronutzungen, Wohnungen) aus, die städtebaulich und funktional eine Einheit bilden. Die Vielfalt der erforderlichen Angebote hängt von der Funktion eines zentralen Versorgungsbereiches ab. In dem Hauptzentrum einer größeren Gemeinde ist das Angebot vielfältiger als in dem Hauptzentrum einer kleineren Gemeinde.
- Neben- und Nahversorgungszentren ordnen sich hinsichtlich Ihrer Ausstattung mit Versorgungsangeboten dem Hauptzentrum einer Gemeinde unter. Bei der Beurteilung des Einzelhandelsangebotes sind die Betriebsformen, die nach Branchen differenzierte Angebote sowie die Sortimentsbreite und -tiefe zu beachten.
- Eindeutig nicht als zentraler Versorgungsbereich abzugrenzen ist die bloße Agglomeration mehrerer Einzelhandelsbetriebe (z.B. der häufige Fall eines Vollsortimenters, eines benachbarten Discounters und weiterer Fachmärkte an einer Ausfahrtsstraße).

¹¹ Vgl. auch Berkemann, Halama (2005): Erstkommentierung zum BauGB 2004, S. 361.

¹² Vgl. Geyer (2005): Neuregelungen für den Einzelhandel. In: PlanerIn, Heft 3. 2005.

Grundsätzlich gilt es, die aktuelle Situation und die zukünftigen Entwicklungsmöglichkeiten gleichermaßen zu berücksichtigen. Bei der Beurteilung vor Ort, ob ein Einzelhandelsstandort als zentraler Versorgungsbereich einzustufen ist, hat die cima in Anlehnung an die angeführten Rechtsvorschriften folgende Bewertungsmaßstäbe angelegt:

- Umfang des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes,
- Umfang des vorhandenen Dienstleistungsbesatzes,
- städtebaulich integrierte Lage,
- Erreichbarkeit (insbesondere ÖPNV, fußläufige Erreichbarkeit),
- vorhandene funktionale, städtebauliche und räumliche Strukturen,
- heutige und geplante Versorgungsfunktion, städtebauliche Planungen der Gemeinde.

Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Reinfeld

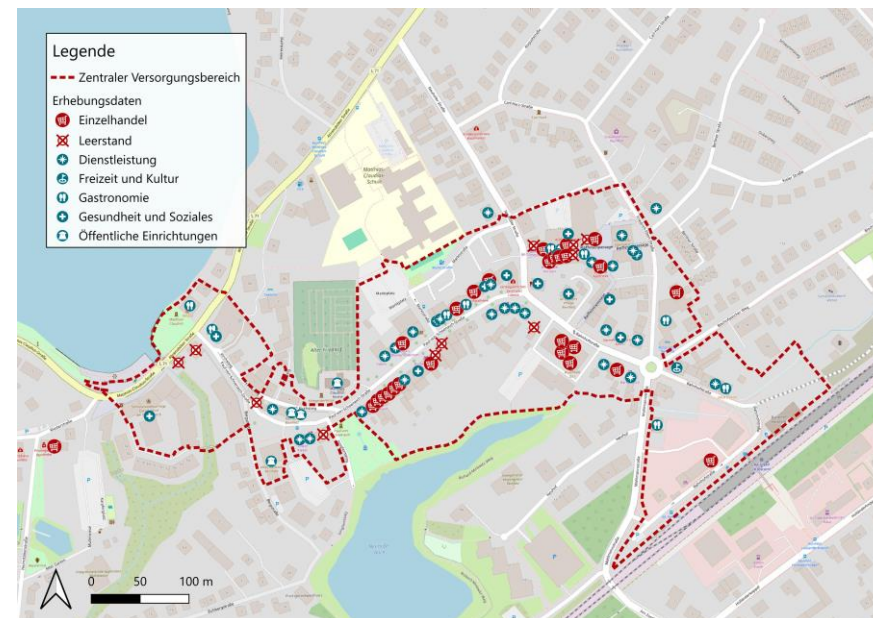
Für die Stadt Reinfeld liegt eine Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches aus dem Jahr 2009 vor. In den zurückliegenden Jahren haben sich die Rahmenbedingungen und Bestandsstrukturen jedoch verändert. Dies macht z.T. eine Neuabgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich (Reduzierung in den Randbereichen).

Aus Sicht der cima umfasst die Innenstadt den gewachsenen Haupteinkaufsbereich entlang der Bahnhofstraße und der Paul-von-Schoenaich-Straße. Der Marktplatz und der Rathausvorplatz sind stadträumlich und auch funktional wichtige Plätze innerhalb der Innenstadt; der Verwaltungsstandort und der Wochenmarkt sind relevante Anziehungspunkte.

Im Osten der Innenstadt ist die Raiffeisenpassage in den zentralen Versorgungsbereich einbezogen. Die Neuhöfer Straße und die Friedrich-Ebert-Straße sind z.T. als Neben- und Zubringerlagen in den zentralen Versorgungsbereich integriert.

Im Süden der Innenstadt besteht mit dem sogenannten Seiler-Gelände eine Potenzial- und Entwicklungsfläche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches. Aufgrund der Lage bietet sich die Fläche vor allem für innerstädtische Handelsnutzungen an. Eine weitere Entwicklungsfläche besteht an der Paul-von-Schoenaich-Straße. Hier wird bereits seit einigen Jahren der Abriss der leerstehenden Bestandsimmobilien und der Neubau eines modernen Wohn- und Geschäftshauses vorbereitet.

Abbildung 18: Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich Reinfeld



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch cima 2025

Funktionale Analyse des zentralen Versorgungsbereiches Reinfeld

Die Reinfelder Innenstadt steht vor große Herausforderungen. Leerstände und mindergenutzte Flächen und Ladenlokale führen zu einem Trading-down (Rückgang der Nutzungen und Frequenzen, wachsender Imageverlust des Standortes) und zunehmendem Attraktivitätsverlust. Durch geeignete Festlegungen soll die Innenstadt zukünftig vor einem weiteren Bedeutungsverlust geschützt werden.

Der zentrale Versorgungsbereich beherbergt derzeit 30 aktive Einzelhandelsbetriebe mit einer Gesamtverkaufsfläche von 3.290 m². Somit befinden sich zwar 48 % aller Einzelhandelsbetriebe in der Innenstadt, der Verkaufsflächenanteil liegt jedoch bei unter 18 % der Reinfelder Gesamtverkaufsfläche.

In der Innenstadt wird es somit in den nächsten Jahren darauf ankommen müssen, das vorhandene Angebotsniveau zu erhalten und im Bestand zu sichern und zudem weiter (neue) Einzelhandelsnutzungen zu gewinnen. Die geplante Neu- und Umnutzung des Seiler-Areals innerhalb der Innenstadt und die bereits seit einigen Jahren geplante Realisierung eines Wohn- und Geschäftshauses an der Paul-von-Schoenaich-Straße können dazu beitragen, das innerstädtische Einzelhandelsangebot quantitativ und qualitativ zu ergänzen.

Die Reinfelder Innenstadt ist in erster Linie durch Facheinzelhandelsangebote geprägt. Aus Sicht der cima entfaltet insbesondere der inhabergeführte Facheinzelhandel durch seine lokale Identifikation eine große Anziehungskraft. Gerade vor dem Hintergrund des intensiven Wettbewerbs mit dem nahe gelegenen Oberzentrum Lübeck und dem Mittelzentrum Bad Oldesloe besteht für die Innenstadt die Chance, sich auch über individuelle Ladenkonzepte zu profilieren. Grundsätzlich gilt, dass die eindeutige Orientierung des zentrenrelevanten Einzelhandels auf die Innenstadt auch in Zukunft das Leitmotiv der Einzelhandelsentwicklung in Reinfeld sein sollte.

8.1.2 Ergänzender Nahversorgungsstandort

In der Stadt Reinfeld ein ergänzender Nahversorgungsstandort an der Hamburger Chaussee definiert. Dieser ergänzende Nahversorgungsstandort (LIDL) nimmt eine wichtige Versorgungsaufgabe im Nahbereich wahr und sollte nach Möglichkeit erhalten und/ oder in seiner Funktion als ergänzender Nahversorgungsstandort gestärkt werden.

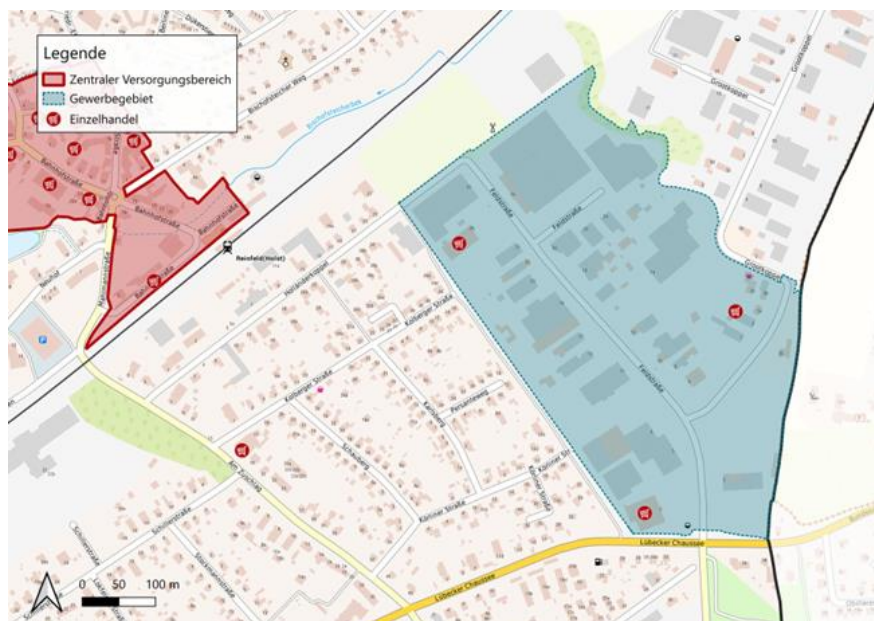
Insbesondere vor dem Hintergrund des demografischen Wandels übernehmen die Lebensmittelbetriebe in integrierter Lage eine wichtige Nahversorgungsfunktion. „Kurze Wege“ werden in der nahen Zukunft ein immer wichtiger werdendes Kriterium für eine intakte Versorgungsfunktion mit Waren des täglichen Bedarfs sein

8.1.3 Gewerbegebiet Feldstraße

Darüber hinaus beinhaltet das Standortkonzept das Gewerbegebiet Feldstraße. Im Standortbereich Feldstraße/ Grootkoppel sind nur vereinzelte Einzelhandelsnutzungen mit einem nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Angebotsschwerpunkt zu finden (Lebensmitteldiscounter NORMA und PENNY, Getränkefachmarkt, Bekleidungsfachmarkt KIK).

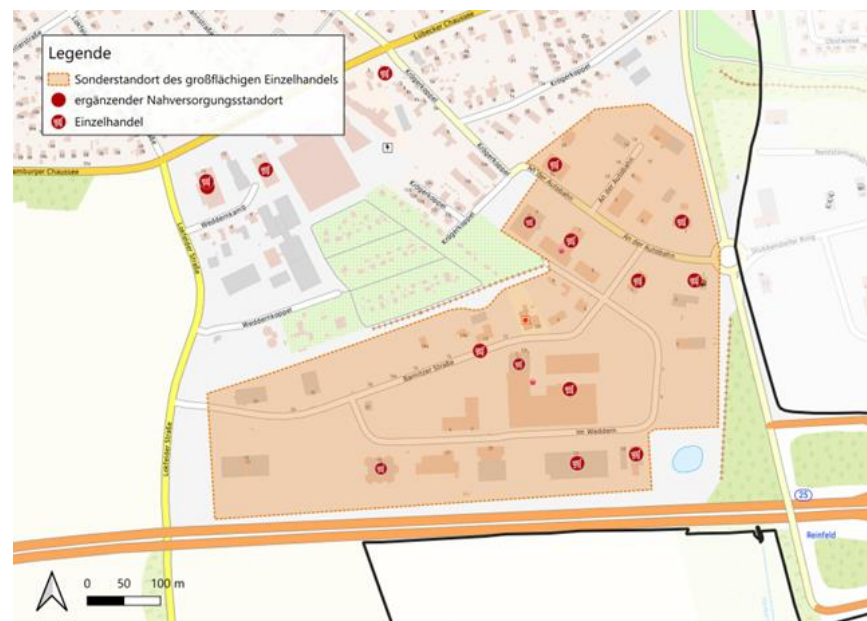
Zukünftig sollten zentrenrelevante Einzelhandelsnutzungen in den Gewerbegebieten der Stadt Reinfeld ausgeschlossen sein, um die Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches zu verhindern. Zusätzliche Ansiedlungen mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollten zudem nicht realisiert werden dürfen. Für den bestehenden nahversorgungsrelevanten Einzelhandel im Gewerbegebiet Feldstraße sollten Modernisierungen und Erweiterungen, die dem Erhalt und der Bestandssicherung dienen jedoch möglich sein. Das Baurecht sollte so gestaltet sein, dass der Erhalt der Nahversorgungsfunktion für die Stadt Reinfeld gesichert ist. Weitere Entwicklungsspielräume bestehen im nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen sind im B-Plan Nr. 24 der Stadt Reinfeld (GE) ggf. zu schaffen.

Abbildung 19: Gewerbegebiet Feldstraße in Reinfeld



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch cima 2025

Abbildung 20: Sonderstandort An der Autobahn



Kartengrundlage: OpenStreetMap; Bearbeitung durch cima 2025

8.1.4 Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels an der Autobahn

Der Sonderstandort An der Autobahn befindet sich im Standortbereich Barnitzer Straße/ Im Weddern/ An der Autobahn. Der Sonderstandort zeichnet sich durch eine eindeutige Orientierung auf die PKW-Kundschaft aus und bindet überörtlich Kaufkraft.

Der Sonderstandort wird einerseits durch die nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebote geprägt. Zu nennen sind insbesondere der Lebensmitteldiscounter ALDI und der Lebensmittelfrischemarkt FAMILA. Darüber hinaus sind hier u.a. der Haushaltswarendiscounter ACTION, der Fachmarkt für Reitsportartikel KRÄMER, der Fahrradfachmarkt BOC und der Gartenfachmarkt JOHANNSEN zu finden.

Insgesamt wurden am Sonderstandort 16 Einzelhandelsbetriebe dokumentiert, die fast als 10.000 m² Verkaufsfläche vorhalten. Der Verkaufsflächenanteil des Sonderstandortes (55 %) ist im direkten Vergleich zum Verkaufsflächenanteil der Reinfelder Innenstadt (17 %) am gesamten Einzelhandel in Reinfeld bereits heute sehr hoch.

Der Sonderstandort stellt somit einen empfohlenen Handlungsraum dar, in dem Baurecht so gestaltet werden soll, dass die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt nicht gefährdet wird. Am Sonderstandort An der Autobahn sollte keine Weiterentwicklung des nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Einzelhandels genehmigt werden (weder Neuansiedlungen noch Erweiterungen im Bestand).

Vor dem Hintergrund der guten verkehrlichen Erschließung und der Anbindung an überörtliche Verkehrswege (B75, A1) bietet sich weiteres Gestaltungspotenzial für den Sonderstandort im großflächigen, nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel. Die Begrenzung der nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Randsortimente ist dabei stets zu beachten (vgl. Ziel 6 LEP Schleswig-Holstein 2021).

8.2 Branchenkonzept Reinfeld

8.2.1 Vorbemerkung

Mit Hilfe der Sortimentsliste wird definiert, welche Sortimente die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches prägen und aus diesem Grund nur noch eingeschränkt außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt realisiert werden sollten. In Bebauungsplänen für Gebiete außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann die Zulässigkeit von zentrenrelevanten Sortimenten beschränkt oder sogar vollständig ausgeschlossen werden. Ausschlüsse von Einzelhandelsnutzungen in Teilen des Stadtgebietes sind jedoch nur fundiert zu begründen, wenn sie auf kommunalen Einzelhandelskonzepten beruhen.

Ein pauschaler Hinweis auf die Auflistung der nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimente des LEP Schleswig-Holstein oder auch der Rückgriff auf allgemein gültige Sortimentslisten ist rechtsfehlerhaft und reicht im Rahmen der planungsrechtlichen Steuerung nicht aus.

Das OVG Münster hat mit seinen Urteilen vom 09.10.2003 und 22.04.2004 deutlich gemacht, dass Festsetzungen in Bezug auf Sortimentsfestsetzungen „nicht unbestimmt“ bleiben dürfen und sich auf aus der Örtlichkeit abgeleiteten Sortimentslisten beziehen müssen.

Die Liste der zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Reinfeld dient der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches und der Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung. Sie soll nicht den Wettbewerb behindern, sondern eine räumliche Zuordnung vornehmen, wo dieser Wettbewerb stattfinden soll.

8.2.2 Sortimentsliste Reinfeld

Die nachfolgend aufgeführte Sortimentsliste definiert die nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimente für die Stadt Reinfeld. Sie ist aus den örtlichen Standortstrukturen abgeleitet und somit eine maßgebliche Entscheidungsgrundlage zur örtlichen Einzelhandelssteuerung. Sie erfüllt damit die Bedingungen der aktuellen Rechtsprechung der Oberverwaltungsgerichte.

Relevante Veränderungen im Vergleich zur Sortimentsliste 2009 wurden nicht vorgenommen.

Definition der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in der Stadt Reinfeld sind folgende Sortimente als **nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen:

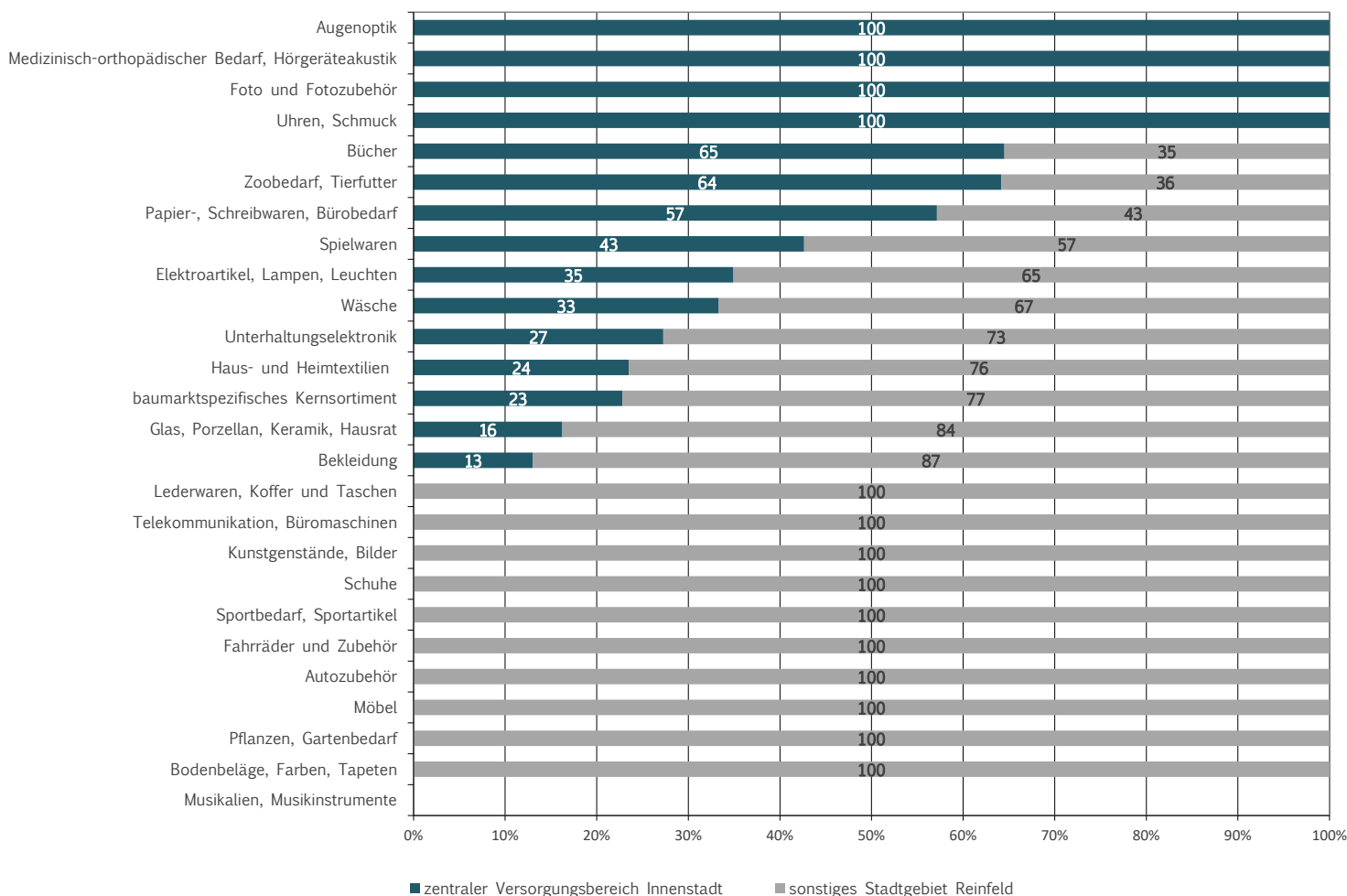
- Nahrung und Genussmittel
- Drogerie- und Parfümerieartikel (Körperpflege, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel)
- Pharmazeutische Artikel, Arzneimittel (Apotheken)
- Schnittblumen und kleinere Pflanzen
- Zeitungen und Zeitschriften

Aktuell entfallen nur 13 % der Verkaufsflächen in der Branche Nahrung und Genussmittel auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt. Um die zukünftige Entwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandels auf die Innenstadt zu konzentrieren, sollten dieses Sortiment auch den nahversorgungsrelevanten bzw. zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet sein. Mit dieser Empfehlung orientieren wir uns auch an den zentrenrelevanten Leitsortimenten des LEP Schleswig-Holstein 2021.

Definition der zentrenrelevanten Sortimente

Der nachfolgenden Abbildung sind die Verkaufsflächenanteile des sonstigen Einzelhandels im zentralen Versorgungsbereich zu entnehmen.

Abbildung 21: Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche auf Sortimentsebene: sonstige Sortimente



Quelle: cima 2025

Mit Blick auf die Einzelhandelsstrukturen in Reinfeld empfehlen wir die folgenden Sortimente als **zentrenrelevant** zu bezeichnen:

- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe und Lederwaren
- Medizinisch-orthopädischer Bedarf (Sanitätsartikel), Hörgeräteakustik
- Bücher
- Papier- und Schreibwaren, Bürobedarf
- Spielwaren
- Zoobedarf und Tierfutter
- Glaswaren, Porzellan und Keramik, Hausrat
- Elektroartikel und Leuchten, Unterhaltungselektronik, Fotozubehör
- Augenoptik
- Uhren, Schmuck

Das Segment **Bekleidung/ Wäsche** wird in Reinfeld als zentrenrelevant bewertet. Obwohl nur 13 % der vorhandenen Verkaufsflächen in den Branchen Bekleidung und 33 % der Verkaufsflächen in der Branche Wäsche innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches vorhanden sind, können mit der Zuordnung dieser Sortimente zu den zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Innenstadt bauplanungsrechtlich verhindert werden. Mögliche Neuansiedlungen sollten ausschließlich auf die Reinfelder Innenstadt konzentriert werden.

Zudem wird das Sortiment **Schuhe** den zentrenrelevanten Sortimenten zugerechnet. Im Falle von möglichen Neuansiedlungen sollte der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt Priorität haben. **Lederwaren/ Taschen/ Koffer** werden heute ausschließlich im Randsortiment außerhalb der Innenstadt angeboten (z.B. im Textildiscounter KIK). In Verbindung mit dem Verkauf von Schuhen und Bekleidung sollten auch Lederwaren den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Die Branchen des **medizinisch-orthopädischen Bedarfs** (Sanitätsartikel, Hörgeräteakustik) sollte ebenfalls den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. Derzeit befinden sich das Orthopädiehaus RUGE und der Hörgerätakustiker KERSTENS innerhalb der Innenstadt.

Das Sortiment **Bücher** ist aufgrund des innerstädtischen Verkaufsflächenanteils von 65 % den zentrenrelevanten Sortimenten zuzurechnen. Im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Reinfeld ist die Buchhandlung STÖRTEBEKER vorhanden.

Ferner ist das Sortiment **Schreibwaren** den zentrenrelevanten Sortimenten zuzuordnen; Schreibwaren werden u.a. im Randsortiment der Buchhandlung und in der MARKANT DROGERIE angeboten. Der Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereiches liegt bei 57 %.

In der Branche **Spielwaren** entfällt aktuell ein Anteil von 43 % der Verkaufsflächen auf den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt. Spielwaren werden im Randsortiment von ERNSTINGS FAMILY, der REINFELDER KINDERKISTE und der MARKANT DROGERIE angeboten. Ein originäres Spielwarenfachgeschäft ist in der Innenstadt nicht dokumentiert.

Für die Branche **Zoobedarf/ Tierfutter** empfehlen wir ebenfalls eine Zuordnung zu den zentrenrelevanten Sortimenten. Der branchenspezifische Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereiches liegt bei 64 %. In der Innenstadt ist DAS FUTTERHAUS vorhanden. Mit der Festsetzung dieser Sortimentsgruppe als zentrenrelevante Branche sind Flächenentwicklungen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches nur eingeschränkt möglich.

Das Sortiment **Hausrat/ Glas/ Porzellan/ Keramik** wird trotz der geringen Verkaufsflächenanteile in der Innenstadt als ein zentrenrelevantes Sortiment eingestuft. Der Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereiches liegt bei 16 %. In der Innenstadt sind im Wesentlichen Angebote aus dem qualitätsorientierten Bereich konzentriert (z.B. FRAU VILMA). Außerhalb der Innenstadt sind vor allem Angebote aus dem niedrigpreisigen und discountorientierenden Segment vorhanden (u.a. ACTION). Durch die Zuordnung des Sortiments Hausrat/ Glas/ Porzellan/ Keramik kann die

Beschränkung von Randsortimenten in großflächigen Einzelhandelsansiedlungen außerhalb der Innenstadt bauplanungsrechtlich begründet werden. Darüber hinaus sollten sowohl **Unterhaltungselektronik** als auch **Elektrohaushaltsgeräte und Lampen/ Leuchten** den zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden. An der Paul-von-Schoenaich-Straße ist der alteingesessene und inhabergeführt Facheinzelhandel ELEKTRO FLEDDER-MANN vorhanden. Das Sortiment **Fotoartikel und Fotobedarf** wird zudem in einem Fotofachgeschäft in der Reinfelder Innenstadt angeboten.

Die Branche **Augenoptik** ist innerhalb der Reinfelder Innenstadt durch zwei Optiker vertreten. Der Verkaufsflächenanteil des zentralen Versorgungsbereiches liegt bei 100 %.

Das Segment **Uhren und Schmuck** wird in der Innenstadt in der GOLD-SCHMIEDE KLING angeboten. Der Verkaufsflächenanteil der zentralen Versorgungsbereiche liegt ebenso bei 100 %.

Definition der nicht-zentrenrelevante Sortimente

Für alle weiteren Sortimente kann auf Grundlage der dokumentierten Verkaufsflächenanteile bzw. der Angebotsstruktur im Stadtgebiet keine maßgebliche Zentrenrelevanz oder strukturprägende Bedeutung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt nachgewiesen werden. Zudem sind die städtebaulichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen in der Reinfelder Innenstadt nur sehr eingeschränkt mit den Marktanforderungen entsprechender Anbieter und Betreiber in Einklang zu bringen (z.B. Möbel, Baumarktartikel, Gartenbedarf, Autozubehör).

Für die nicht-zentrenrelevanten Branchen bestehen planungsrechtliche Freiheiten, wenn es um die Flächenentwicklung auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches von Reinfeld geht.

Eine Auflistung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente ist kein Bestandteil des hier vorgelegten Einzelhandelskonzeptes. Im Sinne der Rechtsprechung sollten Sortimentslisten nicht abschließend formuliert sein. Alle Sortimente, die nicht explizit als nahversorgungsrelevant und zentrenrelevant definiert sind, sind als nicht-zentrenrelevant zu verstehen.

8.2.3 Umsetzung des Branchenkonzeptes

Zur Umsetzung des Branchenkonzeptes in der Bauleitplanung und der Baugenehmigungen empfiehlt die cima folgende Prinzipien anzuwenden:

- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind nur in der Innenstadt zulässig.**
- **Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sind innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches anzusiedeln.** Ausnahmen sind nur für die nahversorgungsrelevanten Ergänzungsstandorte (Nahversorgungsstandort Hamburger Chaussee, Feldstraße) mit der Ausweisung eines SO-Gebietes möglich.
- **Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist bei Ausweisung eines SO-Gebietes am Sonderstandort An der Autobahn zu realisieren.**
- **In MI- und WA-Gebieten ist Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit grundsätzlich möglich.** Im Einzelfall ist zu prüfen, ob in ausgewählten MI-Gebieten zentrenrelevanter Einzelhandel zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt auszuschließen ist.
- **Im GE- Gebiet Feldstraße sollten weitere zentrenrelevante und nahversorgungsrelevante Einzelhandelsnutzungen ausgeschlossen werden.** Ausnahmsweise zulässig in Gewerbegebieten ist Annexhandel¹³ in unmittelbarem Zusammenhang mit der Herstellung, Weiterverarbeitung oder großhandelsmäßigen Lagerung von Waren und Gütern.

¹³ Annexhandel bezeichnet den Handel mit Artikeln, die in Zusammenhang mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden bzw. in einer Beziehung zu gewerblichen Nutzungen stehen.

9 Leitlinien der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung

Die vorangegangenen Kapitel zur Beschreibung und Bewertung der Einzelhandelssituation in der Stadt Reinfeld haben aufgezeigt, dass die in der Vergangenheit getroffenen planungsrechtlichen Entscheidungen z.T. zu einem Bedeutungsverlust der Innenstadt geführt haben. Leerstände und mindergenutzte Flächen führen zu einem Trading-down und zunehmendem Attraktivitätsverlust. Für die Zukunft sollte somit der konsequente Schutz, der Erhalt und die Stärkung der Innenstadt das Leitmotiv der Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet sein. Durch geeignete Festlegungen sollte die Innenstadt vor einem weiteren Funktionsverlust geschützt werden.

Das Einzelhandelskonzept schafft die bauplanungsrechtlichen Grundlagen, um die Entwicklung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zu beschränken oder sogar vollständig auszuschließen. Das Ziel ist der Erhalt der Gestaltungs- und Entwicklungsspielräume der Reinfelder Innenstadt.

Die nachfolgenden Leitlinien der Einzelhandelsentwicklung sind grundsätzlich nicht geeignet, unternehmerischen Initiativen aus der Stadt Reinfeld zu vertreiben oder Konkurrenzen einzudämmen oder zu vermeiden. Aber, wenn es in Reinfeld gelingt, sich an diesen Leitlinien zu orientieren, bedeutet dies Planungs- und Investitionssicherheit für (gewünschte) Entwicklungen und Spielräume an den festgelegten Einzelhandelsstandorten gemäß Standortkonzept.

Leitlinie 1: Entwicklung der Innenstadt

Die Innenstadt genießt Entwicklungspriorität. Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment soll in der Innenstadt realisiert werden. Darüber hinaus gelten keine Einschränkungen hinsichtlich genehmigungsfähiger Sortimente und Verkaufsflächengrößen.

Leitlinie 2: Entwicklung ergänzender Nahversorgungsstandorte

Planerisch ist zudem ein solitärer Nahversorgungsstandort in Reinfeld definiert. Dieser ergänzende Nahversorgungsstandort (LIDL) nimmt eine wichtige Versorgungsaufgabe im Nahbereich wahr und sollte nach Möglichkeit erhalten und/ oder in seiner Funktion als ergänzender Nahversorgungsstandort gestärkt werden.

Weitere (zusätzliche) Nahversorgungsstandorte sollen im Stadtgebiet nur dann realisiert werden, wenn eine wohnortnahe Versorgung der Bewohnenden im Nahbereich des Planvorhabenstandortes heute nicht gewährleistet ist und die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches nicht gefährdet wird. Die vorhandenen Entwicklungspotenziale sollten auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt konzentriert werden.

Leitlinie 3: Entwicklung der Gewerbegebietslage an der Feldstraße

In den Gewerbegebieten sind zentrenrelevante Einzelhandelsnutzungen bauplanungsrechtlich auszuschließen, um die Beeinträchtigung der Innenstadt zu verhindern. Darüber hinaus sollten keine nahversorgungsrelevante Ansiedlungsvorhaben realisiert werden dürfen.

Für den bestehenden nahversorgungsrelevanten Einzelhandel im Gewerbegebiet Feldstraße sind Modernisierungen und Erweiterungen möglich. Das Baurecht sollte so gestaltet sein, dass der Erhalt der Nahversorgungsfunktion für die Stadt Reinfeld gesichert ist.

Leitlinie 4: Entwicklung des Sonderstandortes An der Autobahn

Der Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels ist eine Einzelhandelsagglomeration, die eine überörtliche Versorgungsfunktion wahrnimmt, jedoch als nicht integrierte Standortlage aufzufassen ist. Am Sonderstandorte sind (weitere) zentrenrelevante Einzelhandelsnutzungen bauplanungsrechtlich auszuschließen, um die Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt zu verhindern.

Auch zukünftig sollte keine Ausweisung zusätzlicher Verkaufsflächen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel erfolgen. Das begrenzte Ansiedlungspotenzial sollte vor allem zur qualitativen Verbesserung der besser integrierten Nahversorgungsstandorte genutzt werden. Darüber hinaus sollten nahversorgungsrelevante Neuansiedlungen nicht realisiert werden dürfen.

Gestaltungspotenzial besteht im nicht-zentrenrelevanten Einzelhandel (auch großflächig). Die Beschränkung der zentrenrelevanter Randsortimente auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche ist entsprechend der Vorgaben des LEP Schleswig-Holstein strikt einzuhalten.

Leitlinie 5: Grundsatz der Zentrenverträglichkeit

Grundsätzlich ist bei allen relevanten Ansiedlungsvorhaben abzuklären, dass die Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt wird. Dieser Grundsatz darf nicht als bloßer Wettbewerbschutz verstanden werden, vielmehr geht es um eine qualitative Absicherung der Versorgungsstrukturen.

10 Anhang

Bestimmung des Marktgebietes und des Kaufkraftpotenzials

Das **Marktgebiet** wird auf Basis einer intensiven Wettbewerbsanalyse vor Ort abgegrenzt. Ergänzend werden auch ökonometrische Modellrechnungen nach HUFF¹⁴ berücksichtigt. In der Regel erfolgen Anpassungen gegenüber dem Rechenmodell. Ggf. liefern Haushaltsbefragungen und Expertengespräche ergänzende Informationen.

Einflussgrößen für die Berechnung des Marktgebietes sind:

- Geographische, örtliche und verkehrsbedingte Faktoren,
- Zeitdistanzen (Messungen der Wegezeiten) zwischen den Wohnorten der Konsumenten und den zentralen Einkaufsorten im Einzugsbereich,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an der Kaufkraft,
- Attraktivität konkurrierender Einkaufsorte gemessen an Zentralitätsindizes der verschiedenen Bedarfsbereiche.

Das einzelhandelsrelevante **Kaufkraftpotenzial** leitet sich ab aus:

- der Attraktivität der Konkurrenzorte,
- der geographischen Lage der Konkurrenzorte,
- der Einwohnerzahl im Einzugsbereich,
- den Kaufkraftverhältnissen (Kaufkraftkennziffer) im Betrachtungsraum
- und den einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf und Jahr.

Die Kaufkraftkennziffer berücksichtigen unterschiedliche Kaufkraftniveaus der Bevölkerung in Deutschland. Die verwendeten Kaufkraftkennziffern wurden von mb research, Nürnberg ermittelt. In die Datengrundlagen sind Informationen der cima mit eingeflossen.

Grundlage für die Potenzialberechnung im Einzelhandel sind die jährlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung. Hierzu liegen Daten vor, die aus umfangreichem, sekundärstatistischem Material, Eigenerhebungen im Rahmen von Standortanalysen und Betriebsberatungen resultieren. Keine Berücksichtigung finden dabei die Verbrauchsausgaben für Kraftfahrzeuge, Landmaschinen, Brennstoffe und Mineralölerzeugnisse. In Abzug gebracht ist der Anteil des Versandhandels an den Verbrauchsausgaben, sodass nur der Pro-Kopf-Verbrauch, der im stationären Einzelhandel realisiert wird, in die Berechnungen eingeht. Jeder Person, vom Baby bis zum Greis, steht entsprechend dieser Verbrauchsausgaben-Ermittlung pro Jahr ein Betrag in Höhe von

6.656 €

für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung (Vorausberechnung für das Jahr 2025).

Die Kaufkraftpotenziale in den einzelnen Warengruppen ergeben sich aus dem Produkt der (rein rechnerisch) gebundenen Einwohner*innen und den Pro-Kopf-Verbrauchsausgaben. Diese werden mit den jeweiligen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern gewichtet.

¹⁴ Das HUFF-Modell ist ein ökonometrisches Rechenmodell das Einkaufsattraktivitäten und Zeitdistanzen zur Berechnung von regionalen Kaufkraftströmen abbilden kann.

Einzelhandelsbestandserhebung

Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung eines Betriebes ist dabei die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen Geschäftstätigkeit ausgegangen werden kann. Die Klassifizierung aller erfassten Betriebe erfolgt nach den folgenden Merkmalen:

- Lage des Betriebes (Zentrum, integrierte Lage sowie Peripherie),
- Branche,
- Betriebstyp,
- Verkaufsfläche,
- Sortimentsniveau,
- allgemeiner Zustand des Betriebes.

Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments. Handelt es sich um Betriebe mit mehreren Sortimentsbereichen (z.B. Warenhäuser, Verbrauchermärkte), so wird für die Bestimmung der gesamten Verkaufsfläche je Branche im betreffenden Untersuchungsort eine Aufspaltung in alle wesentlichen Warengruppen vorgenommen. Die Klassifizierung der Betriebstypen orientiert sich an folgenden Kriterien (vgl. auch nachfolgende Seite):

- Bedienungsform,
- Preisniveau,
- Sortimentstiefe und -breite,
- Verkaufsfläche.

Bei der Bestandserhebung erfolgt eine Differenzierung nach den folgenden 14 Warengruppen:

- Nahrung und Genussmittel
- Gesundheit und Körperpflege
- Zeitschriften, Schnittblumen
- Bekleidung, Wäsche
- Schuhe, Lederwaren
- Bücher, Schreibwaren
- Spielwaren, Hobbybedarf
- Sportartikel, Fahrräder
- Elektroartikel, Unterhaltungselektronik
- Uhren, Schmuck
- Augenoptik, Hörgeräteakustik, Sanitätsartikel
- Glas, Porzellan, Keramik, Hausrat
- Einrichtungsbedarf
- Baumarktartikel, Gartenbedarf, Zooartikel