

2. Sortimentskonzept

Zur Erarbeitung des Sortimentskonzeptes für die Hansestadt Stralsund ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich ihres Angebotscharakters, ihrer Attraktivität sowie der Betriebstypenstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Lagen zugeordnet werden können. Da sich auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft auch das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (u. a. durch Verbundkäufe) gründet, werden diese Sortimente als **zentrenrelevant** bezeichnet. Neben der aktuellen räumlichen Verteilung des Einzelhandels werden bei der Definition der zentrenrelevanten Sortimente auch städtebauliche Ziele berücksichtigt. Im Allgemeinen sind zentrenrelevante Sortimente Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, sobald diese in nicht integrierten Lagen angeboten werden.

Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten** Sortimenten stellt hingegen auch an städtebaulich nicht integrierten Standorten keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Einkaufslagen dar, vielmehr sind sie an solchen Standorten aus planerischer Sicht auf Grund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht.

Vor dem Hintergrund der spezifischen Situation in der Hansestadt Stralsund können nachfolgende aufgelistete Sortimente als zentrenrelevante Sortimente eingestuft werden:

Zentrenrelevante Sortimente („Stralsunder Liste“)

- Nahrungs- und Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk, Getränke¹, Reformwaren
- Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Parfümeriewaren, Kosmetika, Apothekenwaren, Sanitätswaren
- Schnittblumen, zoologischer Bedarf
- Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf
- Zeitschriften, Bücher
- Spielwaren, Bastelartikel
- Oberbekleidung, Wäsche, Kürschnerwaren, Wolle, Kurzwaren, Handarbeiten, Stoffe, sonstige Textilien

¹ Nahrungs- und Genussmittel sind grundsätzlich zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente. Auf Grund des Betriebstypencharakters eines modernen Discounters, Vollsortimenters oder auch eines Getränkemarktes ist hier jedoch Abwägungsspielraum gegeben.

- Schuhe, Lederbekleidung, Lederwaren, Modewaren inkl. Hüte, Accessoires und Schirme, Orthopädiwaren
- Sportbekleidung und -schuhe, kleinvolumige Sportartikel
- Unterhaltungs- und Haushaltselektronik (braune Ware), Klein elektronikgeräte, Geräte der Telekommunikation, Elektrokleingeräte (weiße Ware)
- Musikalien, Ton- und Bildträger
- Computer, Büroorganisationsmittel, Büro- und Kommunikationstechnik (überwiegend auf Privathaushalte ausgerichtet)
- Heimtextilien, Bettwaren, Gardinen und Zubehör
- Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Kunstgewerbe, Geschenkartikel, Antiquitäten
- Fotogeräte, Videokameras, Fotowaren
- optische Waren, Hörgeräteakustik
- Uhren, Schmuck, Silberwaren
- Nähmaschinen und Zubehör.

Andererseits können in der Hansestadt Stralsund die nachfolgend aufgelisteten Sortimente als nicht zentrenrelevant eingestuft werden:

Nicht zentrenrelevante Sortimente

- Beleuchtungskörper, Elektroinstallationsbedarf, Elektrogroßgeräte, Herde, Öfen (weiße Ware)
- Antennen, Satellitenanlagen
- Möbel, Büromöbel
- Küchenmöbel, Badeinrichtungen und -ausstattung
- Matratzen
- Teppiche, Bodenbeläge, Tapeten, Farben, Lacke, Malereibedarf
- Baustoffe, Bauelemente, Dämmstoffe, Installationsmaterial, Sanitärmaterial, Fliesen
- Werkzeuge, Beschläge, Eisenwaren
- Sportgroßgeräte (z. B. Fahrräder, Surfboards) und Zubehör
- Holz, Bauelemente, Fenster, Türen
- Rollos, Rollläden, Markisen, Gitter
- Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel, Erde, Torf, Pflanzgefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge, Garten-/Gewächshäuser, Zäune, Naturhölzer etc.
- Campingartikel und Zubehör
- Kraftfahrzeuge (Autos, Motorräder, Mopeds, Mofas) und Zubehör, Rasenmäher
- Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse.

Mit Bezug auf das Sortimentskonzept ist auch die Problematik der sog. **Randsortimente** in die Betrachtung mit einzubeziehen. Um den geordneten Umgang mit Randsortimenten zu gewährleisten, sollten zentrenrelevante Sortimente, z. B. bei Möbelmärkten sowie Bau- und Gartenmärkten dahingehend begrenzt werden, dass diese branchentypisch sind nur bis zu 10 % der realisierten Geschossfläche einnehmen, jedoch nicht mehr als 800 m² umfassen dürfen (Regelung für großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel).