

Gutachterliche Stellungnahme

zur Besonderheit des Angebotes in Karls Erlebnis-Dorf in der
Marktgemeinde Plech

für die
Karls Tourismus GmbH
Purkshof 2
18182 Rövershagen

Ihre Ansprechpartner

Timm Jehne
Teamleiter Standort und Immobilie

BBE Handelsberatung GmbH

Brienner Straße 45
80333 München
Deutschland

Tel +49 89 55118 176
Fax +49 89 55118 153
E-Mail jehne@bbe.de

© BBE Handelsberatung GmbH

Der Auftraggeber kann die vorliegende Unterlage für Druck und Verbreitung innerhalb seiner Organisation verwenden; jegliche – vor allem gewerbliche – Nutzung darüber hinaus ist nicht gestattet.

Diese Entwurfsvorlagen und Ausarbeitungen usw. fallen unter § 2, Abs. 2 sowie § 31, Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sie sind dem Auftraggeber nur zum eigenen Gebrauch für die vorliegende Aufgabe anvertraut. Weitergabe, Vervielfältigungen und Ähnliches, auch auszugsweise, sind nur mit ausdrücklicher schriftlicher Zustimmung des Verfassers gestattet. Sämtliche Rechte, vor allem Nutzungs- und Urheberrechte, verbleiben bei der BBE Handelsberatung GmbH.

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

München, im März 2022

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangslage und Vorhaben	3
2. Kurzskeze zum Vorhaben Karls Erlebnis-Dorf Plech	4
3. Darstellung der betrieblichen Besonderheiten von Karls Erlebnis-Dorf bzw. des angebotenen Sortimentes	6
3.1. Einordnung der Einzelhandelsangebote in die Funktion des Freizeitparks.....	6
3.2. Schwerpunkt im erlebnis- und tourismusorientierten Einzelhandel.....	6
3.3. Manufakturen prägen den Einzelhandel im Karls Erlebnis-Dorf.....	7
3.4. Sortimentskonzept von Karls geprägt durch hohen Anteil von Eigenmarken und individueller Warenpräsentation	8
4. Fazit	9

1. Ausgangslage

Die Karls Tourismus GmbH befasst sich aktuell mit der Realisierung eines Erlebnis-Dorfes in der oberfränkischen Marktgemeinde Plech. Konkret plant das Unternehmen die komplette Neustrukturierung und Erweiterung des derzeit geschlossenen Fränkischen Wunderlandes sowie der ehemaligen Westernstadt, welche heute beide unter Kansas City Events zusammengefasst sind. Das geplante Erlebnis-Dorf umfasst hierbei perspektivisch eine Fläche von mehr als 120.000 m².

Eingebunden in den geplanten Karls-Freizeitpark, der u.a. Freizeiteinrichtungen, Fahrgeschäfte, Spielplätze und gastronomische Angebote vorsieht ist auch die Herstellung und der Verkauf von hauseigenen Manufakturprodukten. Darüber hinaus werden auch Karls-spezifische Merchandise-Artikel an verschiedenen über den Freizeitpark verteilten Verkaufsstellen zu erhalten sein. Mit Verkaufsflächen zwischen rd. 50 m² und maximal rd. 400 m² sind diese allerdings durchgehend kleinteilig strukturiert. Bei summarischer Betrachtung aller im Erlebnis-Dorf vorgesehenen Manufaktur- und Merchandise-Verkaufsstellen ergibt sich eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.000 m², sodass das Gesamtvorhaben ggf. als großflächiger Einzelhandel einzustufen wäre.

Aufgrund der fehlenden zentralörtlichen Funktion der Marktgemeinde wäre ein Vorhaben mit dieser Gesamtverkaufsflächenausstattung unter landesplanerischen Gesichtspunkten zunächst nicht zulässig.

Nachfolgend soll die betriebliche Besonderheit des Angebotes/Sortimentes in Karls Erlebnis-Dorf herausgestellt werden und eine klare Abgrenzung zu den in der Landesplanung thematisierten einzelhandelsrelevanten Sortimenten erfolgen. In diesem frühen Stadium der Planung erfolgt kein Nachweis, dass vom Vorhaben keine städtebaulich nachteiligen Auswirkungen auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO ausgehen.

2. Kurzskeizze zum Vorhaben Karls Erlebnis-Dorf in Plech

Die Karls Tourismus GmbH betreibt an mittlerweile fünf Standorten in Deutschland Freizeitparks unter dem Namen Karls Erlebnis-Dorf sowie an zwei weiteren Standorten ähnlich strukturierte kleinere Anlagen. Die Erlebnis-Dörfer sind Freizeitparks mit vielfältigen Indoor- und Outdoorangeboten.

Wie nachfolgender Projektskeizze entnommen werden kann gliedert sich das Vorhaben in der Marktgemeinde Plech in verschiedene Nutzungsbereiche. Hierbei nimmt das Erlebnis-Dorf mit gut 65.000 m² den größten Teil der Fläche ein. Der Märchenwald mit gut 18.000 m² sowie der Manufakturen-Markt mit knapp 7.000 m² fallen kleiner aus, sind aber für das Gesamtkonzept gleichbedeutsam.



Spezifisch für das Konzept Karls Erlebnis-Dorf ist die innovative Umsetzung von Attraktionen rund um die Themen Erdbeere und Dorf / Landwirtschaft, die dem Besucher ein besonderes Freizeiterlebnis bereiten.

Der Eintritt in den Karls Erlebnis-Dörfern ist kostenfrei, einzig für einzelne der Attraktionen wird ein Eintrittsgeld erhoben. Darüber hinaus sind auch Gastronomieflächen, Einzelhandelsflächen und Manufakturen vorhanden.

Im Folgenden werden die maßgeblichen Bausteine des Angebotskonzeptes genauer herausgearbeitet:

Attraktionen

Im Vordergrund des Konzeptes stehen in Karls Erlebnis-Dorf die vielen Attraktionen, von denen die Mehrzahl kostenfrei in Anspruch genommen werden kann. Die Themenwelten von Karls bestimmen das Erlebnisangebot.

Als Beispiele für Attraktionen an den bereits existenten Standorten von Karls Erlebnis-Dorf, sind zu nennen: Riesenrutsche, Schatzhöhle, Kreativ-Werkstatt, Erdbeer-Raupenbahn, Mini-GoKart-Bahn, Hüpfkissen, Erdbeer-Bus mit Kino, Traktorbahn, Kartoffelsack-Rutsche, Pfannkuchen-Schleuder, Hüpf- & Kletterlandschaft, Ponyreiten u.v.m.

Manufakturen

In den Manufakturen werden die handwerklichen Herstellungsprozesse der jeweiligen Produkte gezeigt und erklärt. Im Vordergrund steht das „Edutainment“, die Produkte werden folglich erlebbar gemacht und deren Entstehung erläutert. Zurückgegriffen wird dabei auch auf multimediale Darstellungen und Animationen.

Bislang gibt es 16 Schau-Manufakturen, weitere befinden sich in Planung, beispielgebend sind: Marmeladen-Küche, Bonbon-Manufaktur, Holzofen-Bäckerei, Schokoladen-Manufaktur, Gummi-beerchen-Fabrik, Chips-Manufaktur, Brauerei, Mosterei, Käserei u.v.m.

Gastronomie

Regionale und vielzählige Produkte aus Eigenproduktion von Karls sind in verschiedene Themenwelten eingebunden und prägen das gastronomische Angebot. Das Angebotskonzept ist auf Erlebnis, Attraktion, Aufenthaltsqualität und -dauer ausgerichtet. Dieser Anspruch wird durch den Anteil und die Vielfalt der gastronomischen Konzepte von Karls untersetzt. Zum gastronomischen Angebot zählen:

Mecklen-Burger-Restaurant, Tregger-Grill, Pfannkuchen-Schmiede, Erdbeer-Waffelhaus & Eiscafé, Iss Wurst, Kartoffelchips-Restaurant, Stockbrot-Backen, Hof-Küche u.v.m.

Einzelhandel

In den Manufakturen werden die selbsthergestellten Produkte und Souvenirs sowie in weiteren Themenshops konzeptionell abgestimmte Eigenmarken und ausgewählte themenbezogene Angebote zum Kauf angeboten. Es erfolgt stets eine thematische Zuordnung verschiedener Produkte zu den einzelnen Themenbereichen, d.h. dass die Attraktion und das Freizeiterlebnis durch den Kauf des Produkts als Erinnerung bzw. Souvenir ergänzt werden. Verkaufsstellen in den Erlebnis-Dörfern sind beispielsweise: Karls Bauernmarkt, Treckerladen, Dorfladen.

3. Darstellung der betrieblichen Besonderheiten von Karls Erlebnis-Dorf bzw. des angebotenen Sortimentes

Für die Einzelhandelsnutzungen in Karls Erlebnis-Dorf kommen durch die Angebotsspezifität des Freizeitparks betriebliche Besonderheiten in Betracht, die eine deutliche Abgrenzung vom generellen Fachhandel und insbesondere von jenen Betriebsformen schaffen, die der Verordnungsgeber dem § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO zugrunde gelegt hat. Diese betrieblichen Besonderheiten werden im folgenden Abschnitt detailliert ausgeführt.

3.1. Einordnung der Einzelhandelsangebote in die Funktion des Freizeitparks

Die Vermarktung der Einzelhandelsprodukte funktioniert nur aus dem Gesamtkonzept heraus und bedingt den Erlebnischarakter von Karls Erlebnis-Dorf, bestehend vor allem aus freizeitorientierten Attraktionen, gastronomischen Angeboten und Manufakturen.

Insbesondere die in den Manufakturen hergestellten Produkte leben von dem unmittelbaren Bezug zu den angebotenen Dienstleistungen. Darüber hinaus weisen auch sämtliche sonstigen vorgehaltenen Produkte einen direkten Themenbezug zum Anbieter Karls bzw. zu den jeweiligen Themenwelten auf.

Die Wechselwirkungen zwischen den maßgeblichen Bausteinen prägen letztlich die Ausstrahlung und Gesamtattraktivität der Karls-Freizeitparks. Darüber hinaus untermauert der Verkauf von selbst hergestellten Produkten und themenbezogenen Souvenirs den Erlebnischarakter der Karls Erlebnis-Dörfer und bietet den Besuchern zugleich die Möglichkeit, das Erlebte mit nach Hause zu nehmen.

Hinsichtlich des Flächenanteils ist zudem festzuhalten, dass die Einzelhandelsverkaufsflächen innerhalb der Karls Erlebnis-Dörfer sich der Gesamtfläche der Freizeitparks deutlich unterordnen. Diese nehmen in der Wertigkeit des Erlebnisses vor Ort folglich eine nachrangige Stellung ein.

Gleichwohl bildet der Einzelhandel ein wesentliches wirtschaftliches Standbein von Karls Erlebnis-Dorf und trägt mit einem Umsatzanteil von ca. 50% maßgeblich zur Refinanzierung der überwiegend kostenfreien Nutzung der Freizeitattraktionen bei.

3.2. Schwerpunkt im erlebnis- und tourismusorientierten Einzelhandel

Der Einzelhandel in Karls Erlebnis-Dorf ist ausschließlich im Zusammenhang mit den freizeitorientierten Angeboten des Erlebnisparks zu sehen und daher stark auf touristische Zielgruppen ausgerichtet. Während der Versorgungseinkauf oder der Besuch eines Fachgeschäfts zur Deckung eines bestehenden Bedarfes mit einem zielgerichteten Kundenverhalten einhergeht, ist der tourismusorientierte Einzelhandel vor allem durch Impulskäufe geprägt, die durch die Erlebnisse vor Ort ausgelöst werden.

Die vorgehaltenen Einzelhandelsangebote stehen daher in engem Kontext zu den jeweiligen Einzugsgebieten des Freizeitparks. Diesbezüglich ist festzuhalten, dass die bestehenden Karls Erlebnis-Dörfer über eine deutliche überregionale Kundenansprache verfügen.

Zudem zeigten Kundenherkunftsanalysen aus den Jahren 2015, 2016 und 2017 für die vier Karls-Standorte in Elstal, Zirkow, Warnsdorf und Rövershagen, dass diese eine hohe Ausstrahlkraft besitzen. Die realisierten Umsätze der Karls-Standorte verteilen sich auf eine Vielzahl von PLZ-Gebieten und nehmen mehrheitlich Anteile von weniger als 0,1% je PLZ-Gebiet an. Nur wenige PLZ-

Gebiete im jeweiligen Standortumfeld tragen Anteile von 1% bis 3% zum Gesamtumsatz bei. Die Besucher nehmen dabei Anfahrtszeiten von 30 – 180 Minuten in Kauf¹.

In der nachstehenden Tabelle werden die Kundenanteile in einer 30 km-Fahrstreckenzone um die einzelnen Standorte verglichen. Innerhalb dieser Zonen weisen die Standorte Kundenanteile von maximal 24% auf, am Standort Rövershagen betragen diese sogar nur rd. 13%.

Tabelle 1: Kundenanteile in einer 30 km-Fahrstreckenzone

30 km Fahrstrecke um Karls Erlebnis-Dorf in:	Kundenanteil
Elstal	23,5%
Zirkow	14,2%
Warnsdorf	18,9%
Rövershagen	12,8%

BBE-Berechnung auf Basis von Kundenherkunftsanalysen der Karls Tourismus GmbH

Die Freizeitparks haben folglich nur eine untergeordnete lokale Bedeutung, was zugleich einen wesentlichen Unterschied zu Standorten von beispielsweise Verbrauchermärkten und Fachmärkten darstellt. Denn diese verfügen in der Regel über örtliche Einzugsgebiete, aus denen auch der Großteil des erwirtschafteten Umsatzes generiert wird.

Durch die mehrheitlich überregionale Kundenherkunft der Karls Erlebnis-Dörfer, weisen auch die erwirtschafteten Einzelhandelsumsätze eine breite Streuung auf, was bei der Bewertung möglicher raumordnerischer oder städtebaulicher Auswirkungen entsprechend zu berücksichtigen ist.

3.3. Manufakturen prägen den Einzelhandel im Karls Erlebnis-Dorf

Die Manufakturen als ein immanenter Bestandteil des Konzeptes von Karls Erlebnis-Dorf sind überwiegend dem Bereich der Nahrungs- und Genussmittel zuzuordnen (bspw. Marmeladen-Küche, Bonbon-Manufaktur, Eierlikör-Manufaktur).

Manufakturen sind kein Einzelhandel im engeren Sinne, innerhalb der Manufakturen erfolgt eine Unterteilung in Produktions- bzw. Showflächen einerseits und Verkaufsflächen andererseits. Die hergestellten Produkte können jederzeit vom Kunden auch verkostet und käuflich erworben werden.

- **Manufaktur – Produktion:** Sie bilden die handwerklichen Herstellungsprozesse touristisch erlebnisorientiert ab und erlauben es den Gästen, bei den einzelnen Produktionsschritten zuzusehen. Die Produktionsflächen dürfen von den Besuchern nicht betreten werden, sie sind lediglich einsehbar. Ein Verkauf erfolgt nicht von den Produktionsflächen.
- **Manufaktur – Verkauf:** Die im Einzelhandelssinne relevanten Verkaufsflächen der Manufakturen stellen eine nachfragegerechte Ergänzung zu den Produktions- und Dienstleistungsflächen dar. Sie umfassen die für die Gäste zugänglichen Verkaufsraumflächen und Kassenbereiche. Hier wird die Erwartungshaltung der Kunden bedient, die hergestellten Produkte zu verkosten, zu erwerben und als Souvenir mit nach Hause nehmen zu können.

¹ PROFUND Consult GmbH, Plausibilisierung Karls Erdbeer-Resort, Elstal, März 2017

Aufgrund der gezielten Ausrichtung auf den Erlebnis-Wert der Besucher machen die Manufakturen in der Regel den Angebotsschwerpunkt der Einzelhandelsflächen in den Karls Erlebnis-Dörfern aus. Da hier die Besucher unmittelbar an den Herstellungsprozessen teilhaben, kann dieser Teil des Einzelhandels als Direktabsatz eines Handwerksbetriebes angesehen werden. Hierbei gelten Artikel, die in Verbindung mit handwerklichen Dienstleistungen angeboten werden, als betriebliche Besonderheit einer atypischen Fallgestaltung.²

3.4. Sortimentskonzept von Karls geprägt durch hohen Anteil von Eigenmarken und individueller Warenpräsentation

Neben den in den Schaumanufakturen hergestellten bzw. verkauften Produkten – die jeweils nur einzelne Artikel aus den jeweiligen Warengruppen umfassen³ - ist ein wesentliches Merkmal des Einzelhandels in Karls Erlebnis-Dorf der hohe Anteil von Produkten, die mit dem Logo der Eigenmarke Karls etikettiert sind. Hierbei handelt es sich im Wesentlichen um gebrandete Produkte mit Karls Wort- und Bild-Marke, die einen Bezug insbesondere zum Thema Erdbeere aufweisen.

Da diese ausschließlich in den Karls Erlebnis-Dörfern bzw. im Onlineshop von Karls erhältlich sind, bieten sie dementsprechend nur geringe Vergleichsmöglichkeiten und Austauschbarkeit mit handelsüblichen Produkten.

Insgesamt liegt der Fokus auf in den Manufakturen produzierten oder eigens für Karls hergestellten Produkten, sowie themenbezogenen Artikeln. Über die in Themenshops vorgehaltenen Artikel soll den Besuchern also die Möglichkeit geboten werden, das Freizeiterlebnis in Form eines Produktes als Erinnerung bzw. Souvenir mit nach Hause zu nehmen. Damit dürfte das Ausgabenbudget auch weniger der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sondern eher dem freizeitorientierten Ausgabeteil des zur Verfügung stehenden Einkommens zuzuordnen sein.

Formal werden zwar Sortimente des zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandels angeboten, tatsächlich grenzen sich die eigenständigen, betreiberspezifischen Produkte jedoch klar vom Fachhandel ab. Insbesondere ist ein deutlicher Unterschied zum Lebensmittelhandel und dem reinen Versorgungskauf festzustellen, da in keiner Warengruppe eine Sortimentsabdeckung erreicht oder nur angestrebt wird und in der Regel nur Teilsortimente mit ausgewählten Produkten geführt werden.

Zuletzt hebt sich auch die Warenpräsentation signifikant von „normalen“ Einzelhandelsanbietern ab und weist ebenfalls einen erlebnisorientierten Charakter auf. Die Produkte werden auf Gebrauchsgegenständen platziert, die einen thematischen Bezug zum Produkt haben oder den Erlebnis- und Spaßfaktor besonders unterstreichen. Es gibt nur wenige Regalsysteme, die Warenträger sind individuell zusammengestellt und die Produkte themenspezifisch sortiert. Zu den thematischen Warenerlebniswelten werden teilweise auf Leinwänden und Fotos passende Geschichten dargestellt.

² vgl. Urteil BVerwG vom 03.02.1984, 4 C 54.80

³ Zum Beispiel Marmeladen, Bonbons und Schokolade aus der Warengruppe der Nahrungs- und Genussmittel, Eierlikör aus dem Teilsortiment der (alkoholischen) Getränke sowie Körnerkissen und Kerzen aus Haushaltsgegenstände.

4. Fazit

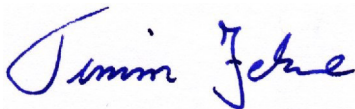
Zusammenfassend kann festgehalten werden, dass der Einzelhandel in den Karls Erlebnis-Dörfern stark an das Gesamtkonzept gebunden ist und sich eindeutig vom klassischen Einzelhandel bzw. Versorgungseinkauf abhebt. Durch die funktionale Verknüpfung von Attraktionen, Manufakturen, Gastronomie und Einzelhandel entsteht ein touristisches Gesamtkonzept, welches ein breites und weit angereichertes, erlebnisorientiertes Publikum anspricht. Hierbei rundet das angebotene Sortiment mit selbst hergestellten Produkten und themenbezogenen Souvenirs den Erlebnischarakter ab.

Insofern nimmt das (besondere) Angebot eine Sonderrolle ein und kann mit den einschlägigen Regularien der Landesplanung derzeit aus Gutachtersicht nicht gefasst werden.

Abschließend sei darauf hingewiesen, dass die Marktgemeinde Plech sich laut Landschaftsentwicklungskonzept Region Oberfranken-Ost in einem Raum mit besonderem Handlungsbedarf befindet und die Ansiedlung des mehr 120.000 m² umfassenden Karls Erlebnis-Dorf mit nicht unerheblichen wirtschaftlichen Impulsen für die Region einhergehen dürfte.

Für Fragen zu unseren Ausarbeitungen stehen wir Ihnen ebenso gerne zur Verfügung wie für weitere beratende Unterstützung.

BBE Handelsberatung GmbH



i.A. Timm Jehne
Teamleiter Standort und Immobilie
München, im März 2022