

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Zeulenroda-Triebes (Fortschreibung 2017)

für die
Stadtverwaltung Zeulenroda-Triebes
Markt 1
07937 Zeulenroda-Triebes

Ihre Ansprechpartner

Dr. Silvia Horn
Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Uferstraße 21
04105 Leipzig
Deutschland

Tel +49 341 98386-72
Fax +49 341 98386-80
E-Mail horn@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 · Köln · Leipzig · Erfurt

Leipzig, 12. Juni 2017

Inhaltsverzeichnis

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung.....	1
2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Zeulenroda-Triebes.....	4
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung.....	4
2.2. Einzugsgebiet des Zeulenroda-Triebeser Einzelhandels	6
2.3. Siedlungs- und Standortstruktur innerhalb des Stadtgebietes	7
3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2035	9
3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung	9
3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2017	11
3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030	13
4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Zeulenroda-Triebes	15
4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung	15
4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes.....	16
4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Zeulenroda-Triebes	20
4.4. Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Zeulenroda-Triebes.....	25
4.4.1. Städtebauliche Strukturanalyse	25
4.4.2. Räumliche Entwicklungsperspektiven als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort	27
4.4.3. Innenstadtentwicklung im digitalen Spannungsfeld - Thesen zur Wechselwirkung stationärer Handel vs. E-Commerce.....	29
4.5. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept	32
4.5.1. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes.....	32
4.5.2. Städtebauliche Verträglichkeit eines neuen Grundversorgungsstandortes zur Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen	37
5. Einzelhandelsstandortkonzept Zeulenroda-Triebes	42
5.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Zeulenroda-Triebes.....	42
5.2. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung.....	43
5.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems	45
5.4. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes	50
5.4.1. Hauptzentrum (A-Zentrum) Innenstadt	50
5.4.2. Ortsteilzentrum Triebes.....	53
5.4.3. Integrierte Nahversorgungslagen	55
5.4.4. Einbindung der Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel	59

6. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Zeulenroda-Triebes	64
6.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente	64
6.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Zeulenroda-Triebeser Liste“	66
6.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung der Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeption der Stadt Zeulenroda-Triebes	71
7. Verzeichnis der Anlagen	75
8. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen.....	78

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Zeulenroda-Triebes im regionalen Vergleich 11

Abbildung 2: Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Einzelhandelsstandorten in Zeulenroda-Triebes 16

Abbildung 3: Trends der Handelsentwicklung und Konsequenzen für die Innenstadt von Zeulenroda-Triebes 26

Abbildung 4: Begriff der qualifizierten Grundversorgung 33

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsflächenausstattung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes 2008, 2017 und in der Plansituation mit neuem Supermarkt..... 34

Abbildung 6: Wettbewerbseffekte in den Sortimentsbereichen Lebensmittel und Drogerie der beiden Planungsalternativen in Abhängigkeit einer zu erreichenden Zentralitätssteigerung..... 39

Abbildung 7: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Zeulenroda-Triebes 47

Abbildung 8: Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt Zeulenroda-Triebes..... 51

Abbildung 9: Entwicklungsschwerpunkte für die Innenstadt 52

Abbildung 10: Abgrenzung des B-Zentrums Ortsteilzentrum Triebes..... 53

Abbildung 11: Ansichten zum westlichen Teilbereich des B-Zentrums 54

Abbildung 12: Ansichten zum östlichen Teilbereich des B-Zentrums 54

Abbildung 13: Abgrenzung Nahversorgungslage Schopperstraße 56

Abbildung 14: Ansicht zur Nahversorgungslage Schopperstraße 56

Abbildung 15: Abgrenzung Nahversorgungslage Friedrich-Engels-Straße 57

Abbildung 16: Ansicht zur Nahversorgungslage Friedrich-Engels-Straße..... 58

Abbildung 17: Abgrenzung Ergänzungsstandort Dienstleistungszentrums Aumaische Straße 59

Abbildung 18: Abgrenzung Ergänzungsstandort Meinersdorfer Straße 61

Abbildung 19: Abgrenzung Ergänzungsstandort Schopperstraße 62

Kartenverzeichnis

Karte 1: Zentralörtliche Gliederung und raumstrukturelle Einbindung Zeulenroda-Triebes 4

Karte 2: Grundversorgungsbereich des Mittelzentrums Zeulenroda-Triebes gemäß LEP Thüringen 2014 5

Karte 3: Grundversorgungsbereich und Einzugsgebiet des Einzelhandels in Zeulenroda-Triebes 7

Karte 4: Räumliche Struktur der aktuellen Nahversorgung im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes 35

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Einwohner in der Stadt Zeulenroda-Triebes und im LK Greiz (Stand 31.12.2015)	9
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Grundversorgungsbereich Zeulenroda-Triebes nach Warengruppen 2017	12
Tabelle 3:	Nachfrageentwicklung in der Stadt Zeulenroda-Triebes bis 2030	14
Tabelle 4:	Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Einzelhandels von Zeulenroda-Triebes	18
Tabelle 5:	Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Einzelhandels von Zeulenroda-Triebes	19
Tabelle 6:	Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes 2017	21
Tabelle 7:	Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Grundversorgungsbereich 2017	22
Tabelle 8:	Entwicklung der Kaufkraftbindung für Lebensmittel in Zeulenroda-Triebes	23
Tabelle 9:	Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes 2017	33
Tabelle 10:	Modellrechnung zur Wechselwirkung von Zentralitätssteigerung und Wettbewerbseffekten durch einen Supermarkt und einen Drogeriemarkt an der Schopperstraße	38
Tabelle 11:	Entwicklung des Flächenbesatzes durch Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes (incl. neuem Supermarkt an der Schopperstraße)	41

1. Aufgabenstellung und Auftragsdurchführung

Die BBE Handelsberatung GmbH, Niederlassung Leipzig, wurde von der Stadtverwaltung Zeulenroda-Triebes mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Zeulenroda-Triebes beauftragt. Die Auftragserteilung erfolgte mit Schreiben vom 30. September 2016.

Die BBE Handelsberatung GmbH (vormals BBE Retail Experts GmbH) erarbeitete im Zeitraum 2008 / 2009 das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Zeulenroda-Triebes. Das Konzept wurde vom Stadtrat als strategische und planerische Grundlage zur Einzelhandelsstandortentwicklung der Stadt Zeulenroda-Triebes im Jahr 2009 beschlossen. Im Fokus des Einzelhandelskonzeptes stehen der Schutz zentraler Versorgungsbereiche und die Sicherung sowie Qualifizierung der Nahversorgung für die Bevölkerung. Die maßgeblichen Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Zeulenroda-Triebes werden wie folgt definiert:

- Stärkung des Hauptzentrums Innenstadt als mittelzentrales Handels- und Dienstleistungszentrum,
- Erhaltung und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche,
- Sicherung der verbrauchernahen Versorgung.

Die angestrebte Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes resultiert aus einer dynamischen Einzelhandelsentwicklung, die sich im Spannungsfeld zwischen veränderten Standortprofilen der Anbieter und gewachsenen Handelsstrukturen bewegt. Darüber hinaus führen auch bedeutsame Wachstumsraten des Online-Handels zu einem forcierten Standortwettbewerb.

Die Dynamik des Einzelhandels setzt sich weiter fort. Vor allem der Lebensmitteleinzelhandel steht vor signifikanten Angebotsentwicklungen, die sich auf Verkaufsflächen und Standorte auswirken, da die Anbieter ihre Marktkonzepte an eine veränderte Nachfrageentwicklung anpassen. Eine Überprüfung der Nahversorgungsstruktur ist folglich eine maßgebliche Aufgabenstellung. Für den Schutz zentraler Versorgungsbereiche ist auch deren Funktionserfüllung, wie vom Gesetzgeber definiert, von besonderer Bedeutung. Folglich umschließt die Fortschreibung eine Prüfung der ausgewiesenen zentralen Versorgungsbereiche und Empfehlungen zur zukünftigen Zentrenstruktur. Eingeschlossen in die Fortschreibung ist die Überprüfung der Sortimentsliste Zeulenroda-Triebes (Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente).

Mit der Fortschreibung erfolgt eine Gesamtbetrachtung aller Einzelhandelsstandorte in Zeulenroda-Triebes, dies schließt auch die großflächigen Ergänzungsstandorte ein. Die Funktion und Ausstrahlungskraft des Mittelzentrums Zeulenroda-Triebes gründet auf dem Wechselspiel von Innenstadt und Grundversorgung sowie definierten Ergänzungsstandorten großflächigen Einzelhandels. Letztere sind ebenfalls in ihrer Entwicklung zu bewerten und mögliche Perspektiven aufzuzeigen.

Die Fortschreibung berücksichtigt aktuelle Entwicklungen und Urteile im Baurecht und zeigt Handlungsstrategien einer zielgerichteten Einzelhandelsentwicklung im Stadtgebiet sowie geeignete Instrumentarien zur Erreichung verbundener städtebaulicher Ziele auf. Inhaltliche Schwerpunkte bilden:

- Analyse zur Angebots- und Nachfragesituation und zur aktuellen Kaufkraftbindung als Basis zur Ermittlung von Entwicklungspotenzialen im Stadtgebiet,
- Überprüfung und Weiterentwicklung der hierarchischen Zentrenstruktur mit räumlicher und funktionaler Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche,
- Sicherung und Entwicklungsperspektiven der Grund- und Nahversorgung innerhalb des Stadtgebiets,
- Überprüfung der „Sortimentsliste Zeulenroda-Triebes“,
- Überprüfung der Handlungsschwerpunkte und deren Weiterentwicklung.

Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes ist letztlich eine wettbewerbsfähige Positionierung des Einzelhandels der Stadt Zeulenroda-Triebes, die eingebunden in übergeordnete Stadtentwicklungsziele zu einer nachhaltigen Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und einer nachhaltigen Zentralität der Stadt Zeulenroda-Triebes beiträgt.

Methodische Grundlagen

Die Fortschreibung des Konzeptes baut im Einzelnen auf den nachfolgend dargestellten Erhebungen, Datenquellen und empirischen Untersuchungen auf:

Die konzeptionellen Aussagen basieren auf einer breit gefächerten Analyse der Einzelhandelssituation sowie auf Prognosen zur Entwicklung im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes. Die methodische Vorgehensweise gliedert sich in nachfolgende Schritte:

- Bewertung der vorhandenen Angebotssituation als Basis der Beurteilung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung,
- Durchführung von Arbeitsgesprächen,
- Vorstellung und Diskussion der Ergebnisse in Arbeitskreisberatungen am 11.04.2017 und am 14.06.2017, an denen Vertreter des innerstädtischen Einzelhandels, des Stadtrats und der Verwaltung sowie verantwortliche Bearbeiter des SEK 2030 (Stadtentwicklungskonzept Zeulenroda-Triebes 2030) teilgenommen haben,
- Unterlagen der Bauleitplanung der Stadt Zeulenroda-Triebes.

Einzelhandelserhebung

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes basiert zunächst auf Erhebungsdaten aus dem April 2008 sowie Daten aus branchenspezifischen Untersuchungen im Rahmen der Bearbeitung von Einzelprojekten in der Stadt Zeulenroda-Triebes. Die Datenbasis bildete die Grundlage für eine umfassende Aktualisierung des Verkaufsflächenbestandes. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine aktuelle Begehung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Kiosks und Apotheken) durch das Projektteam. Erfasst wurden alle Verkaufsflächen differenziert nach Warengruppen. Darüber hinaus wurde eine qualitative Bewertung des Einzelhandelsbesatzes insbesondere in den zentralen Versorgungsbereichen, Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten vorgenommen. Diese schließt das Angebotsniveau der Bestandsbetriebe, deren wirtschaftliche Einschätzung, die Funktion von Magnetbetrieben sowie ergänzende Nutzungen vor Ort (Gastronomie, Dienstleistungen, etc.) ein.

Diese Betriebsstättenenerhebung wurde zum Stichtag 31. Januar 2017 abgeschlossen.

Die Verkaufsflächen der Betriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt auch für Mehrbranchenanbieter. Für alle Betriebe wurde unter Beachtung der standortbezogenen Rahmenbedingungen sowie branchen- und betriebsformenspezifischer Leistungskennziffern die Umsatzleistung ermittelt.

Aktuelle Planvorhaben sind in Abhängigkeit ihrer Realisierungswahrscheinlichkeit in die Analyse der Angebotsstrukturen eingebunden.

Aufbauend auf die Verkaufsflächenerhebung wird der Umsatz der Einzelhandelsunternehmen in Zeulenroda-Triebes auf Basis branchenüblicher Leistungskennzahlen, der Veröffentlichungen größerer Handelsunternehmen und einer qualitativen Bewertung der Anbieter durch das Projektteam eingeschätzt.

Nachfrageanalyse

Die im Rahmen der Analyse vorgenommenen statistischen Auswertungen berücksichtigen Unterlagen der Stadt Zeulenroda-Triebes bzw. des Thüringer Landesamtes für Statistik.

Grundlage für die Berechnung der Nachfragesituation in der Stadt Zeulenroda-Triebes stellen aktuelle Kaufkraftdaten von BBE!CIMA!MB-Research und des IFH Köln (z. B. gemeindebezogene Kaufkraftkennziffern und sortimentspezifische Pro-Kopf-Ausgaben) dar.

Weitere Grundlagen

Der Ausarbeitung wurden im Wesentlichen folgende Unterlagen zu Grunde gelegt:

- Landesentwicklungsprogramm Thüringen (LEP 2025)
- Regionalplan Ostthüringen 2012
- Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Zeulenroda-Triebes, 2009
- Unterlagen der Stadtplanung Zeulenroda-Triebes

2. Rahmenbedingungen des Einzelhandelsstandortes Zeulenroda-Triebes

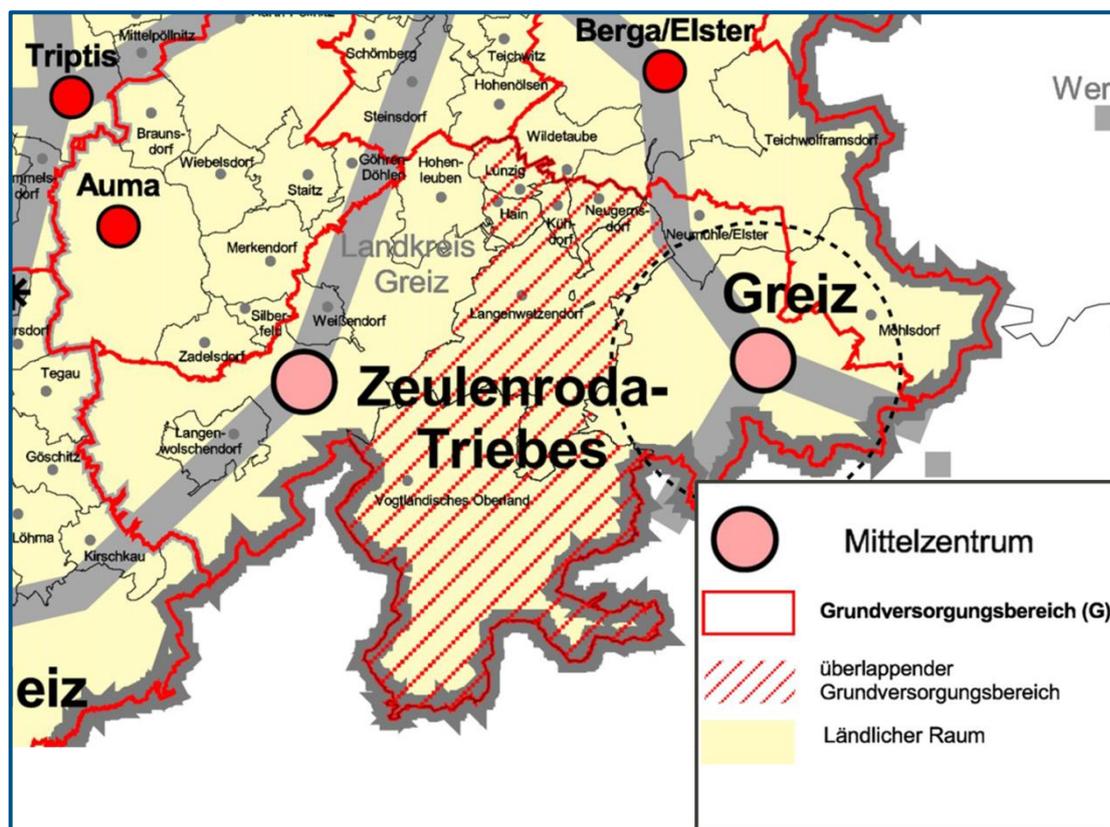
2.1. Regionale Lage und zentralörtliche Bedeutung

Die Stadt Zeulenroda-Triebes liegt im Südosten des Freistaates Thüringen und ist Teil des Thüringer Vogtlandes. Letzteres prägt die naturräumlichen Bedingungen der Stadt und in Verbindung mit der Talsperre Zeulenroda („Zeulenrodaer Meer“) deren zunehmend touristische Relevanz. Mit der Eröffnung der SEESTERN Panorama-Bühne am Zeulenrodaer Meer im Mai 2017 ist ein Angebotsschwerpunkt für die touristische Entwicklung der Stadt hinzugekommen.

Am 01. Februar 2006 wurde die Stadt Triebes in die Stadt Zeulenroda eingegliedert, im Zuge dessen erfolgte eine Umbenennung in Zeulenroda-Triebes. Die Stadt ist zugehörig zum Landkreis Greiz und mit aktuell rd. 16.900 Einwohnern¹ nach Greiz, die zweitgrößte Stadt im Landkreis.

Entsprechend des verbindlichen Landesentwicklungsprogramms des Freistaates Thüringen nimmt die Stadt Zeulenroda-Triebes die Funktion eines Mittelzentrums wahr². In Wahrnehmung dieser Funktion sollte das Mittelzentrum Zeulenroda-Triebes über ein komplettes Spektrum von Einrichtungen mit regionaler Bedeutung sowie über umfassende Angebote an Gütern und Dienstleistungen des gehobenen Bedarfs verfügen und erhalten.³

Karte 1: Zentralörtliche Gliederung und raumstrukturelle Einbindung Zeulenroda-Triebes⁴



¹ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik per 31.12.2015

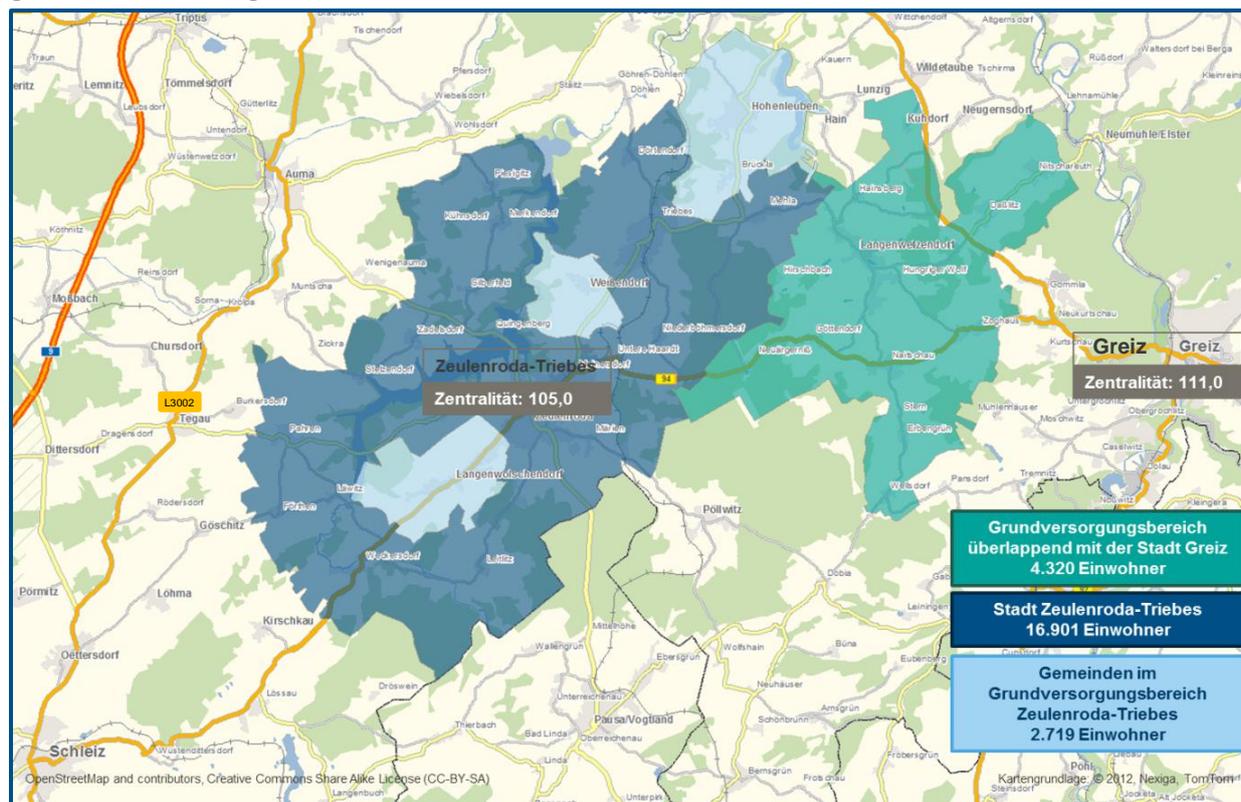
² vgl.: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2014, 2.2.9 Z

³ vgl.: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2014, 2.2.10 G

⁴ Quelle: Mittelbereich gemäß Landesentwicklungsprogramm Thüringen (LEP 2014), Karte 4 Mittelzentrale Funktionsräume, Bearbeitung BBE

Gemäß Landesentwicklungsprogramm sollen in den Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden. Dazu zählt insbesondere auch die regionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion.⁵

Karte 2: Grundversorgungsbereich des Mittelzentrums Zeulenroda-Triebes gemäß LEP Thüringen 2014⁶



Quelle: Kartengrundlage 2012 Nexiga TomTom

Das Mittelzentrum Zeulenroda-Triebes hat Versorgungsfunktionen sowohl für die eigene Wohnbevölkerung als auch für den zugewiesenen Grundversorgungsbereich zu übernehmen. Der Grundversorgungsbereich der dem Mittelzentrum zugewiesen wurde⁷, umfasst die Stadt Zeulenroda-Triebes sowie die Städte und Gemeinden Hohenleuben, Langenwolschendorf und Weißendorf sowie die Gemeinden des überlappenden Grundversorgungsbereiches mit Greiz. Es bestehen historisch gewachsene Einkaufsbeziehungen zwischen Zeulenroda-Triebes sowie Städten und Gemeinden der Region, die über den zugewiesenen Grundversorgungsbereich hinausgehen (vgl. folgenden Abschnitt).

Zeulenroda-Triebes liegt im Spannungsfeld der beiden Oberzentren Gera und Plauen. Diese befinden sich ca. 30 km (Gera) bzw. ca. 25 km (Plauen) zum Mittelzentrum Zeulenroda-Triebes entfernt. Unmittelbar konkurrierende Standorte stellen die Mittelzentren Schleiz (16 km) und Greiz (17 km) dar.

Die räumliche Lage von Zeulenroda-Triebes in Verbindung mit der verkehrsgünstigen Anbindung lassen vor allem branchenspezifische Kaufkraftabflüsse erwarten.

⁵ vgl.: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2014, 2.2.10 G

⁶ Mittelbereich gemäß Landesentwicklungsprogramm Thüringen (LEP 2014), Karte 4 Mittelzentrale Funktionsräume, Bearbeitung BBE

⁷ vgl.: Regionalplan Ostthüringen 2012, 1.2.4

Die überörtliche Verkehrsanbindung erfolgt über die B94 (Schleiz-Greiz), die das Stadtgebiet von Zeulenroda von Ost kommend in Südwest-Richtung durchquert. Die Entfernung zu den Anschlussstellen Triptis und Schleiz der Autobahn A9 beträgt jeweils ca. 15 km.

Über den Bahnhof Zeulenroda und den Haltepunkt Triebes ist auch eine Anbindung an das Nahverkehrsschiennetz gewährleistet. Alle zwei Stunden verkehrt täglich die Regionalbahn Gera-Mehltheuer, darüber hinaus alle vier Stunden ein Regionalexpress auf der Strecke Leipzig-Hof-München.

Zeulenroda-Triebes verfügt über eine gut ausgebaute innerstädtische Verkehrsinfrastruktur, die die Erreichbarkeit der wichtigsten Einzelhandelsstandorte, insbesondere des innerstädtischen Bereichs umfassend sichert.

Der Öffentliche Personennahverkehr (ÖPNV) erfolgt innerstädtisch sowie in den Ortsteilen und im Regionalverkehr über Buslinien.

2.2. Einzugsgebiet des Zeulenroda-Triebeser Einzelhandels

Grundsätzlich bilden die raumordnerisch zugewiesenen Versorgungsfunktionen für das Mittelzentrum den Ausgangspunkt der Betrachtung. Die tatsächlich resultierende Kundenbindung aus dem Umland hängt jedoch sehr stark vom Zeit-Wege-Aufwand (Entfernung, Verkehrsanbindung etc.) des Kunden in Relation zum beabsichtigten Ausgabevolumen und der Attraktivität eines Einzelhandelsstandortes ab. Mit zunehmender Entfernung ergibt sich erfahrungsgemäß eine progressiv abnehmende Bindungsquote der Nachfrage.

Wie der Karte 3 zu entnehmen ist, umfasst der durch landesplanerische Festsetzungen zugewiesene Grundversorgungsbereich das Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes sowie die Kommunen Hohenleuben, Langenwolschendorf und Weißendorf. In dieser Konstellation verfügt der Grundversorgungsbereich über ein Potenzial von gesamt 19.620 Einwohnern. Überlappend mit der Stadt Greiz übernimmt Zeulenroda-Triebes auch Grundversorgungsfunktionen für die Gemeinde Langenwetzendorf mit rund 4.320 Einwohnern und die Gemeinde Kühdorf, welche über 63 Einwohner verfügt.

Zusätzlich zum Grundversorgungsbereich sind Kaufkraftzuflüsse vornehmlich aus nord-westlicher Richtung von Auma-Weidatal sowie dem südlich gelegenen Pausa-Mühltroff zu erwarten. Die Einkaufsorientierung der Bevölkerung aus diesen Städten und der Region nach Zeulenroda ist historisch gewachsen.

Darüber hinaus sollte der Einkaufsstandort von Pendlerbeziehungen partizipieren, da Zeulenroda als Wirtschaftsstandort mit zahlreichen Unternehmen auch Arbeitskräfte aus der weiteren Region bindet.

Auf Grund der Nähe benachbarter Zentren und des relativ gering besiedelten Umlands ist der räumliche Wirkungsbereich von Zeulenroda-Triebes nur gering ausgeprägt. Die Ausdehnung des einzelhandelsrelevanten Einzugsgebietes unterliegt der Konkurrenz gleichrangiger (Greiz), vor allem aber übergeordneter Zentren.

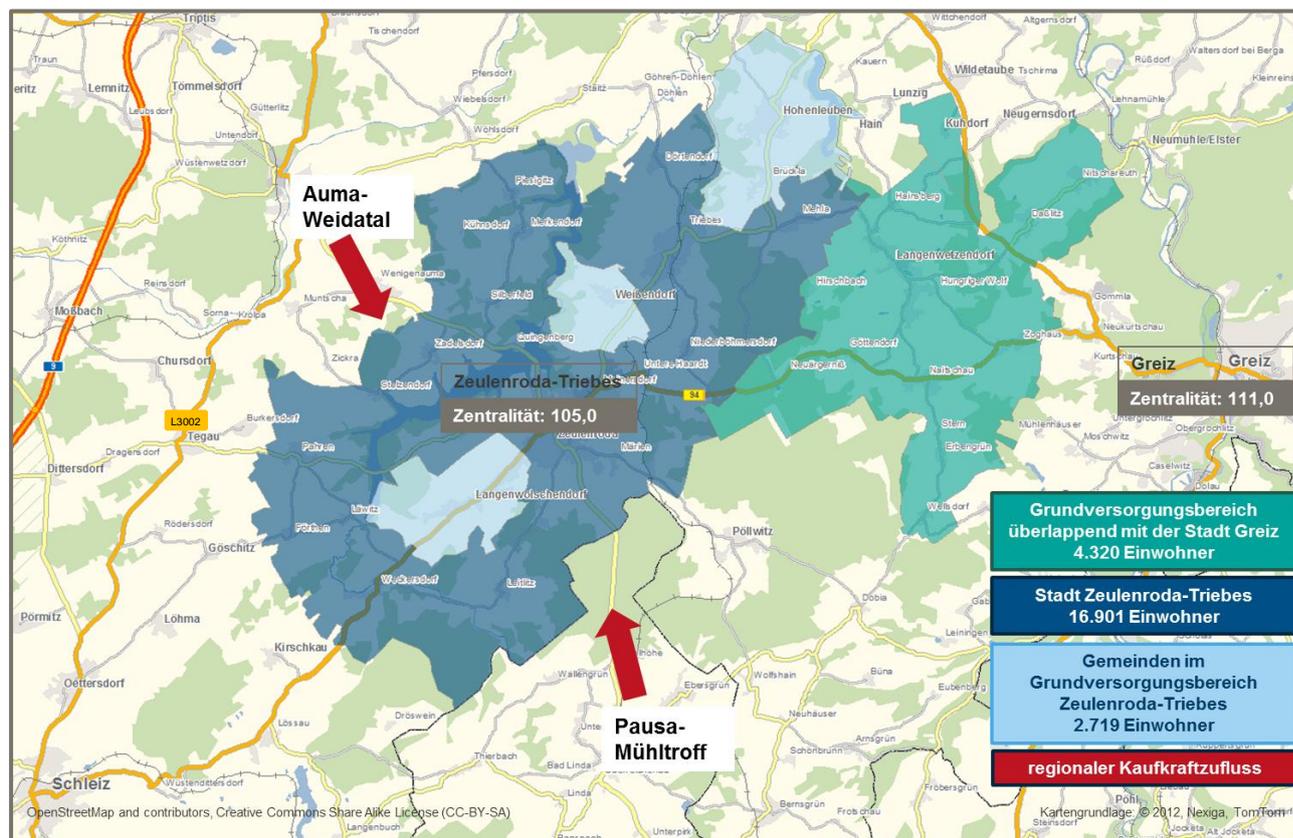
Bei Beurteilung der Bindungschancen gilt es zu berücksichtigen, dass die Branchenvielfalt und Verkaufsfächenausstattung der Oberzentren Gera und Plauen mit hoch verdichteten Einkaufsstandorten in der Innenstadt (Gera), aber auch in Stadtrandlage (Plauen) zu Kundenbewegungen mit Kaufkraftwanderung an diese Standorte führt.

Es ist festzuhalten, dass der Grundversorgungsbereich im Wesentlichen das Einzugsgebiet des Einzelhandels von Zeulenroda-Triebes abbildet. Die eingebundenen Zentralitätskennziffern⁸ der benachbarten Mittelzentren Zeulenroda-Triebes und Greiz in Karte 3 unterstreichen die bisherigen Aussagen zur regionalen Kundenorientierung. Mit einer Zentralitätskennziffer von 105,0 verzeichnet Zeulenroda-Triebes im Saldo Kaufkraftzuflüsse, jedoch kann das Mittelzentrum Greiz auf eine Zentralitätskennziffer von 111,0 verweisen.

⁸ Quellen: BBE|CIMA|MB-Research Zentralitätskennziffern 2015 für Gemeinden ab 10.000 Einwohnern

Entwicklungskonzepte und Standortfragen des Einzelhandels von Zeulenroda-Triebes müssen sich zunächst an den spezifischen örtlichen und mittelzentralen Versorgungsfunktionen ausrichten, wobei Rahmenbedingungen der regionalen demographischen Entwicklung (vgl. Abschnitt 3) und der Handelsentwicklung (vgl. Abschnitt 4) zu berücksichtigen sind.

Karte 3: Grundversorgungsbereich und Einzugsgebiet des Einzelhandels in Zeulenroda-Triebes



Quelle: Kartengrundlage 2012 Nexiga TomTom

2.3. Siedlungs- und Standortstruktur innerhalb des Stadtgebietes

Umfang und Art der Versorgungsfunktionen sind eng mit der Siedlungsstruktur verknüpft. Deshalb soll zunächst die Struktur des Stadtraumes im Kontext zu Standort- und Versorgungsstrukturen des Einzelhandels analysiert werden.

Das Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes umschließt neben der Kernstadt insgesamt 15 Ortsteile. Der größte Ortsteil ist Triebes. Die ehemalige, selbstständige Stadt Triebes wurde 2006 eingegliedert.

Mehrheitlich resultieren die Ortsteile aus Eingemeindungen von Dörfern, deren dörflicher Ursprung heute noch erkennbar ist. Außer Triebes verfügen die Ortsteile nur über sehr geringe Einwohnerzahlen. Teilweise bedingt durch die Talsperre liegen auch Ortsteile mehrere Kilometer von der Kernstadt Zeulenroda entfernt. Aufgrund der geringen Einwohnerzahlen sind in den Ortsteilen kaum Einzelhandelsangebote vorhanden.

Der Ortsteil Triebes, nördlich von Zeulenroda gelegen, umfasst zusätzlich die Ortsteile Mehla und Dörten-dorf. Triebes wird von kleineren Handwerks-, Dienstleistungs- und Handelsbetrieben geprägt. Im Ortsteilzentrum östlich und westlich (Triebesgrund) der Hauptstraße, ist ein verdichteter Einzelhandelsbesatz vor-

zufinden, der die umfassende Grundversorgung für den Ortsteil Triebes und die Ortsteile Dörtendorf und Mehla sichert.

Die Kernstadt Zeulenroda stellt den einwohnerstärksten Teil. Die Stadt ist durch städtebaulich unterschiedlich gestaltete Bereiche geprägt. Einerseits die historische Innenstadt und andererseits die Plattenbaugebiete Stadtbachring, Lohe und Rötlein. Letztere verzeichneten seit 1990 starke Bevölkerungsverluste, die zum Leerstand und schließlich zum Rückbau führten. Dies hat zur Absiedlung ehemals vorhandener Angebotsstrukturen geführt.

Der **Innenstadtbereich** bietet einem Mix verschiedener Nutzungen, der neben Einzelhandelsangeboten auch Dienstleistungen und gastronomische Betriebe umfasst. Der dichteste Besatz an Einzelhandelsgeschäften ist in der Fußgängerzone im Bereich Schleizer Straße / Greizer Straße und in der Einkaufspassage Thüringer Hof am Markt vorzufinden. Die Einkaufspassage übernimmt mit dem modernen Drogeriefachmarkt Rossmann und anderen Anbietern die Magnetfunktion für den innerstädtischen Bereich. An der Aumaischen Straße, nahe zum funktionalen Innenstadtbereich gelegen, befindet sich eine großflächige Einzelhandelsagglomeration. Dieser Einzelhandelsstandort ist für die regionale Ausstrahlung des Mittelzentrums von hoher Relevanz und übernimmt zugleich, aufgrund der städtebaulich integrierten Lage, Nahversorgungsfunktionen für die nördlich davon gelegenen Wohngebiete.

In den wohnintegrierten Einzelhandelslagen befinden sich fast ausschließlich Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereichs.

In dezentraler Lage ist der Einzelhandelsstandort an der Meinersdorfer Straße angesiedelt, der aufgrund seiner Größe und Angebotsstruktur ein regionales Einzugsgebiet erreicht.

Unmittelbar an der Gemarkungsgrenze zu Zeulenroda und in seiner Größendimensionierung auch auf die Kaufkraft des Mittelzentrums sowie gleichfalls auf die Ausstrahlung in Umlandgemeinden ausgerichtet, befindet sich in der Nachbargemeinde Langenwolschendorf ein Gewerbegebiet mit einer Verkaufsfläche von nahezu ca. 9.000 m².

Für die Gemeinden Langenwolschendorf und Weißendorf übernimmt die Stadt Zeulenroda-Triebes als erfüllende Gemeinde die verwaltungstechnischen Aufgaben.

3. Einzelhandelsrelevante Nachfrage und deren Entwicklung bis 2035

3.1. Bevölkerungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Ende des Jahres 2015 lebten in der Stadt Zeulenroda-Triebes 16.901 Einwohner. Insgesamt verfügt der zugewiesene Verflechtungsbereich über ein Potenzial von 23.940 Einwohnern, wovon allerdings 4.320 Einwohner in Gemeinden leben, die eine Überschneidung mit dem Verflechtungsbereich des Mittelzentrums Greiz aufweisen. Das Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes umfasst einen Anteil von 70,1% des gesamten Bevölkerungspotenzials im Grundversorgungsbereich. Gegenüber 2009 ist der Anteil damit um ca. 7%-Punkte gestiegen, was darauf hinweist, dass insbesondere die ländlichen Gebiete im Grundversorgungsbereich stärkere Einwohnerverluste zu verzeichnen haben.

Die nachfrageseitige Absicherung für ein zukunftsfähiges Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept für die Stadt Zeulenroda-Triebes bedarf neben der Bindung örtlicher Kaufkraft auch einer stärkeren Bindung des regionalen Kaufkraftpotenzials. Die Aussage bezieht sich vorrangig auf den zugewiesenen Verflechtungsbereich.

Grundsätzlich spricht der Zeulenroda-Triebeser Einzelhandel jedoch ein etwas größeres, über den Grundversorgungsbereich hinausgehendes Kundenpotenzial an. Kaufkraftzuflüsse werden aus dem nördlich zur Kernstadt Zeulenroda gelegenen Auma-Weidatal und aus dem südlichen Bereich mit Pausa-Mühltruff erzielt. Östlich ist das Einzugsgebiet durch die Ausstrahlung der Kreisstadt Greiz und westlich durch die Autobahn sowie die Konkurrenzsituation mit dem Mittelzentrum Schleiz begrenzt. Darüber hinaus sind starke Kaufkraftabflüsse in die Oberzentren Gera und Plauen zu erwarten.

Tabelle 1: Einwohner in der Stadt Zeulenroda-Triebes und im LK Greiz (Stand 31.12.2015)⁹

Stand	Stadt Zeulenroda-Triebes			Landkreis Greiz		
	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index	Einwohner	Entwicklung zum Vorjahr	Index
31.12.2012	17.347		100,0%	103.297		100,0%
31.12.2013	17.098	-1,4%	98,6%	102.167	-1,1%	98,9%
31.12.2014	16.948	-0,9%	97,7%	101.382	-0,8%	98,1%
31.12.2015	16.901	-0,3%	97,4%	101.114	-0,3%	97,9%
Bevölkerungsvorausberechnung						
Thüringer Landesamt für Statistik						
31.12.2030	13.469		77,6%	82.407		79,8%
31.12.2035	12.421		71,6%	76.894		74,4%
Bertelsmann Stiftung						
Prog 2030	14.030		80,9%	84.850		82,1%

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Voraussichtliche Bevölkerungsentwicklung 2015 bis 2035 nach ausgewählten Städten sowie nach Kreisen (am 31.12. des jeweiligen Jahres, Basisjahr 2014) / Bertelsmann Stiftung, Bevölkerungsvorausberechnung für Gemeinden ab 5.000 Einwohner (Basisjahr 2012)

⁹ Stichtag 31.12.2015 ist die derzeit aktuellste Datengrundlage des Statistischen Landesamtes des Freistaates Sachsen zum Bevölkerungsstand in Städten, Gemeinden und Landkreises des Freistaates

Das Einzelhandelskonzept der Stadt Zeulenroda-Triebes aus dem Jahr 2009 verwies auf eine stetig rückläufige Bevölkerungsentwicklung. Im Zeitraum 2000 bis 2007 verzeichnete die Stadt einen Einwohnerrückgang von 10%. Auch im Untersuchungszeitraum 2012 bis 2015 zeigt sich die Entwicklung zwar noch rückläufig, jedoch in deutlich abgeschwächter Ausprägung. Die Daten mit Stand vom 31.12.2015 zeigen sogar eine Stagnation gegenüber Ende 2014. Damit fügt sich die Stadt Zeulenroda-Triebes in eine regionale Entwicklung des Landkreises Greiz ein.

Die rückläufige Einwohnerentwicklung der Stadt als auch des Landkreises wird sich auch in den kommenden Jahren weiter fortsetzen. Das Thüringer Landesamt für Statistik weist für das Jahr 2030 einen Bevölkerungsrückgang um rd. 22,4% des Wertes von 2012 aus. Die Bertelsmann Stiftung geht in der Tendenz von einer ähnlichen, jedoch etwas positiveren Entwicklung aus. Für den Landkreis werden vom Landesamt für Statistik sowie der Bertelsmann Stiftung ebenfalls deutliche Bevölkerungsrückgänge prognostiziert. Nach den Vorhersagen wird die Bevölkerung bis zum Jahr 2030 lt. amtlicher Prognose um rd. 20,2% bzw. gemäß Bertelsmann um rd. 17,9% sinken.

Diese Entwicklung ist in seinen Konsequenzen für den Einzelhandel, speziell in der Tragfähigkeit einer Zentren- und Standortstruktur, zu berücksichtigen.

3.2. Einzelhandelsrelevantes Nachfragevolumen 2017

Die Berechnungen zum Nachfragepotenzial 2017 basieren auf den bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben pro Kopf der Bevölkerung für die einzelnen Warengruppen. Unter Berücksichtigung der Bestimmungsfaktoren:

- Einwohner im Einzugsgebiet
- regionales, einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau
- Verbrauchsausgaben nach Warengruppen

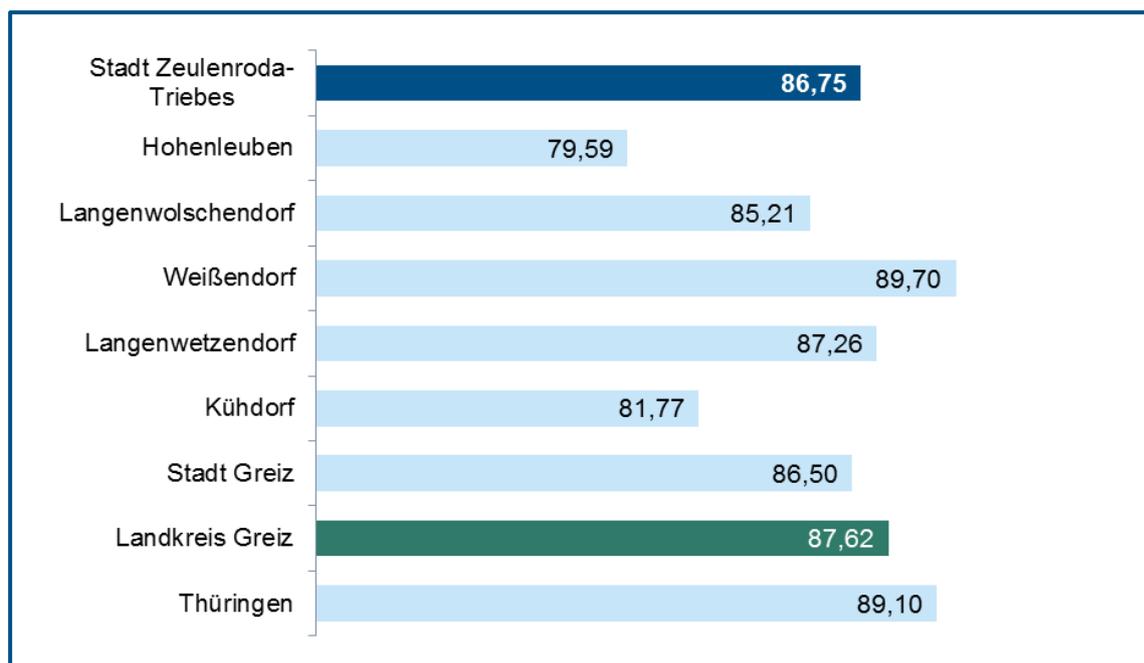
errechnen sich nachfolgend die Marktvolumina für das Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes sowie für den gesamten Verflechtungsbereich.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese Kennzahl spiegelt letztlich auch die Wirtschaftskraft einer Stadt oder Region wider. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe der Stadt das verfügbare Netto-Einkommen pro Einwohner im Verhältnis zum Gesamt-Einkommen der Bundesrepublik (= 100) an, welches explizit für die Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung steht.

Die Berechnungsbasis der Kaufkraftkennziffern sind die Ergebnisse der amtlichen jährlichen Lohn- und Einkommenssteuerstatistik. In diese Kennziffer sind ebenfalls staatliche Transferleistungen wie Kindergeld, Wohngeld, Arbeitslosenunterstützung, BAföG, Renten etc. einbezogen. Nicht enthalten in dieser Einkommensberechnung sind private Ersparnisse in Form von Bankguthaben oder Wertpapierhaltung sowie der Verschuldungsgrad der Haushalte.

Für die Stadt Zeulenroda-Triebes errechnet sich eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von 86,75, die einzelhandelsrelevanten Ausgaben liegen somit mehr als 13%-Punkte unter dem Bundesdurchschnitt. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau im Landkreis liegt durchschnittlich bei 87,62 also leicht über dem Niveau der Stadt Zeulenroda-Triebes, nachfolgende Abbildung erlaubt den differenzierten regionalen Vergleich. Im Vergleich mit dem Landesdurchschnitt in Thüringen verzeichnen Stadt und Landkreis ein unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau.

Abbildung 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Stadt Zeulenroda-Triebes im regionalen Vergleich



Einzelhandelskonzept für die Stadt Zeulenroda-Triebes (Fortschreibung 2017)

Die bundesdurchschnittlichen Verbrauchsausgaben über alle Einzelhandelsbranchen betragen 6.235 € pro Kopf der Bevölkerung. Infolge des geringeren Kaufkraftniveaus betragen die relevanten Verbrauchsausgaben in der Stadt Zeulenroda-Triebes 5.409 €.

Dementsprechend errechnet sich ein einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial von ca. 91,4 Mio. €. In der Differenzierung nach Bedarfsgruppen gliedert sich dieses Marktpotenzial in:

- den kurzfristigen Bedarf 54,6 Mio. € (ca. 60%),
- den mittelfristigen Bedarf 20,7 Mio. € (ca. 23%),
- den langfristigen Bedarf 16,2 Mio. € (ca. 17%).

Die nachfolgenden Tabellen geben einen detaillierten Überblick zum Marktpotenzial für die Stadt Zeulenroda-Triebes und weiterführend für den Verflechtungsbereich gemäß der Abgrenzung im Abschnitt 2.1, jeweils untergliedert nach Warengruppen.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial im Grundversorgungsbereich Zeulenroda-Triebes nach Warengruppen 2017

Sortimentgruppe	Kaufkraftkennziffer	Verbrauchsausgaben pro Kopf (€)	Nachfragevolumen (T€)	Nachfragevolumen (T€)
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	92%	2.118	35.800	50.440
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	87%	297	5.020	7.040
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	91%	47	800	1.130
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	86%	544	9.190	12.750
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	88%	89	1.500	2.110
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	88%	78	1.320	1.860
Blumen	90%	58	970	1.410
überwiegend kurzfristiger Bedarf	90%	3.230	54.600	76.740
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	79%	418	7.070	9.890
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	81%	98	1.650	2.330
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	89%	351	5.940	8.640
Gartenbedarf / Pflanzen	90%	119	2.010	2.930
GPK**/Haushaltsgegenstände	83%	50	840	1.190
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	79%	75	1.270	1.780
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	75%	112	1.890	2.650
überwiegend mittelfristiger Bedarf	83%	1.223	20.670	29.410
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	84%	77	1.300	1.830
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	80%	282	4.770	6.770
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	86%	127	2.140	3.000
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	82%	288	4.870	6.850
Foto / Optik / Akustik	83%	82	1.380	1.920
Uhren / Schmuck	67%	49	830	1.160
sonstiger Einzelhandel	87%	51	860	1.210
überwiegend langfristiger Bedarf	82%	956	16.150	22.740
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	87%	5.409	91.420	128.890
Einwohner			16.901	23.940

*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Berechnungen, BBE!CIMA!MB-Research

Der gesamte Grundversorgungsbereich umfasst ein Marktpotenzial von rd. 128,9 Mio. €, der Anteil der Stadt Zeulenroda-Triebes beträgt 70,9% und liegt damit marginal über dem Bevölkerungsanteil.

3.3. Prognose der Nachfrageentwicklung bis 2030

Bevölkerungsentwicklung der Stadt Zeulenroda-Triebes bis 2030:

Entwicklungsperspektiven einer einzelhandelsrelevanten Nachfrage setzen zunächst bei einer Bevölkerungsprognose an. Die prognostizierte Abnahme der Einwohnerzahlen auf ca. 13.470 Einwohner stellt eine Verminderung des Nachfragepotenzials um weitere ca. 3.430 Einwohner für den Einzelhandelsstandort Zeulenroda-Triebes dar. Neben dem Bevölkerungspotenzial bildet aber auch die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben ein wichtiger Indikator für die Nachfrageprognose.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben bis 2030:

Generell ist in Deutschland langfristig mit einer weiteren Verringerung des Anteils einzelhandelsrelevanter Ausgaben an den Gesamtausgaben pro Kopf der Bevölkerung zu rechnen.

Seit Jahren sinkt der Einzelhandelsanteil zugunsten notwendiger Ausgaben zur Alterssicherung, für Mobilität / Verkehr, Dienstleistungen, Wohnen (Mieten / Nebenkosten) oder Freizeit. Diese Ausgabensteigerungen in den anderen Bereichen können gegebenenfalls durch eine positive Einkommensentwicklung aufgefangen werden, so dass zumindest die absoluten Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel konstant bleiben oder eventuell sogar geringfügig steigen.

Zukünftig wird diese Entwicklung zusätzlich durch ein sinkendes Rentenniveau (sinkende Rentenbezüge bei Neurentnern durch Lebensphasen mit Arbeitslosigkeit oder Niedriglohnssektor / geringfügige Beschäftigung) beeinflusst. Bei moderater Einkommensentwicklung wird auch mittelfristig der Einzelhandel nur geringfügig partizipieren, die Pro-Kopf-Ausgaben werden bestenfalls marginal steigen.

Die weiteren Planungsrechnungen gehen deshalb in der pessimistischen Prognose durchschnittlich nur von einer Stagnation der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Ausgaben aus und selbst in der optimistischen Prognose nur von einem mittleren Anstieg um 0,5% pro Jahr.

Nachfrageentwicklung in der Stadt Zeulenroda-Triebes bis 2030:

Die nachfolgenden Berechnungen zur Nachfrageentwicklung bauen auf der Berechnung zur Bevölkerungsprognose auf, binden die Prognosen zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraftentwicklung ein und bilden somit die Nachfrageentwicklung für Zeulenroda-Triebes im Zeitraum bis 2030 ab. Die resultierenden Ergebnisse sind in der folgenden Tabelle 4 zusammengefasst.

Die Modellrechnung führt zu einer Nachfrageentwicklung in einer Spannweite zwischen -20,3% bis -14,3%¹⁰ zum aktuell vorhandenen Marktpotenzial in Zeulenroda-Triebes.

Die aktuell absehbare Bevölkerungsentwicklung kann auch durch einen moderaten Anstieg der Pro-Kopf-Ausgaben nicht kompensiert werden. Die sich abzeichnende negative Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist in der Bewertung der Entwicklungsspielräume für den Einzelhandel der Stadt zu berücksichtigen.

Das vorrangige Ziel ist die Sicherung der Einzelhandelsstrukturen und die Schaffung einer modernen leistungsfähigen Angebotsstruktur, um sowohl die lokale als auch regionale Nachfrage an den Einzelhandelsstandort Zeulenroda-Triebes zu binden. Unter Berücksichtigung der regionalen und überregionalen Wettbewerbssituation bestehen die größten Chancen in der Sicherung und Weiterentwicklung einer leistungsfähigen Grundversorgung.

¹⁰ Quelle: BBE eigene Berechnungen

Tabelle 3: Nachfrageentwicklung in der Stadt Zeulenroda-Triebes bis 2030

Sortimentgruppe	Stadt Zeulenroda-Triebes		
	2017 Nachfragevol. in Mio. €	2030 (opt.) Nachfragevol. in Mio. €	2030 (pess.) Nachfragevol. in Mio. €
Nahrungs- u. Genussmittel / Bäcker / Metzger	35,8	30,7	28,5
Drogerie / Parfümerie / Kosmetik	5,0	4,3	4,0
Tierfutter, Heimtierzubehör, leb. Tiere	0,8	0,7	0,6
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	9,2	7,9	7,3
Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	1,5	1,3	1,2
Papier-, Büro-, Schreibwaren (PBS)	1,3	1,1	1,1
Blumen	1,0	0,8	0,8
überwiegend kurzfristiger Bedarf	54,6	46,8	43,5
Bekleidung / Wäsche / Strumpfwaren	7,1	6,1	5,6
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1,7	1,4	1,3
Baumarktspezifisches Sortiment (Werkzeuge / Eisenwaren / Farben / Malerbedarf / Sanitär / Autozubehör etc.)	5,9	5,1	4,7
Gartenbedarf / Pflanzen	2,0	1,7	1,6
GPK**/Haushaltsgegenstände	0,8	0,7	0,7
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1,3	1,1	1,0
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	1,9	1,6	1,5
überwiegend mittelfristiger Bedarf	20,7	17,7	16,5
Haus- und Heimtextilien, Bettwaren	1,3	1,1	1,0
Möbel (inkl. Bad- / Garten- / Büromöbel)	4,8	4,1	3,8
Elektrogroß- und -kleingeräte, Lampen & Leuchten	2,1	1,8	1,7
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Drucker / Kommunikation	4,9	4,2	3,9
Foto / Optik / Akustik	1,4	1,2	1,1
Uhren / Schmuck	0,8	0,7	0,7
sonstiger Einzelhandel	0,9	0,7	0,7
Überwiegend langfristiger Bedarf	16,2	13,8	12,9
Einzelhandelsrelevantes Potenzial insgesamt	91,4	78,3	72,9
Entwicklung des einzelhandelsrel. Potenzials		-14,3%	-20,3%
Einwohnerentwicklung	16.901	13.469	13.469
Kaufkraftentwicklung	87%	93%	87%

*PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren / **GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: BBE-Berechnung nach Thüringer Landesamt für Statistik, Voraussichtliche Bevölkerungsentwicklung 2015 bis 2035 nach ausgewählten Städten (am 31.12. des jeweiligen Jahres)

Die Einzelwerte zur Marktpotenzialentwicklung in den Warengruppen bestätigen die Notwendigkeit einer städtebaulich geordneten Standortentwicklung, die den Fokus auf die Innenstadt und die Sicherung der Nahversorgung richtet.

4. Einzelhandelsstrukturen und deren Entwicklung in der Stadt Zeulenroda-Triebes

4.1. Einzelhandelsbesatz mit Verkaufsfläche und Umsatzleistung

Zur Analyse der aktuellen Angebotsstrukturen wurden im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes alle Einzelhandelsstandorte mit einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche, Branchenzuordnung, Standortlage sowie einer Umsatzeinschätzung nach branchenspezifischen Kennzahlen erfasst und bewertet. Berücksichtigung findet der gesamte Einzelhandel im engeren Sinne, d.h. ohne Handel mit Kraftfahrzeugen, Kraft-/Brennstoffen, Versandhandel und ambulanter Handel (z.B. Wochenmärkte). Weitere Nutzungen wie Gastronomie oder Dienstleister werden zur Charakterisierung der zentralen Versorgungsbereiche herangezogen.

Die quantitative Analyse zum Einzelhandelsbesatz geht zunächst von der Angebotssituation und -verteilung in der Gesamtstadt Zeulenroda-Triebes aus, konzentriert sich weiterführend aber auf die Standortstrukturen und Standortentwicklungen zur Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Die Stadt Zeulenroda-Triebes verfügt mit Stand vom Januar 2017 über einen Einzelhandelsbesatz von insgesamt 156 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 27.333 m², die einen Umsatz von ca. 86,6 Mio. € tätigen. Mit einer Verkaufsflächenausstattung von ca. 1,62 m² je Einwohner weist Zeulenroda-Triebes im aktuellen Bestand einen Verkaufsflächenbesatz auf, welcher leicht über dem bundesdurchschnittlichen Referenzwert von 1,5 m² Verkaufsfläche je Einwohner liegt.¹¹ Für die Stadt Zeulenroda-Triebes ist die Verkaufsflächenausstattung als angemessen zu betrachten, da zum einen das Mittelzentrum überörtliche Versorgungsfunktionen wahrzunehmen hat und zum anderen, das stark ländlich geprägte Umfeld kaum über Einzelhandelsangebote verfügt.

Gegenüber der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2009 ist die Kennziffer zur Verkaufsflächenausstattung sogar (2009: 1,63 m² je Einwohner) leicht gesunken. Zurückzuführen ist dieser rechnerische Effekt auf verschiedene Einzelhandelsentwicklungen der vergangenen Jahre, die zu stärkeren Veränderungen in der Standortstruktur führten, bei fast gleich gebliebener Einwohnerzahl¹² von Zeulenroda-Triebes.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2009 weist einen Einzelhandelsbesatz von 189 Anbietern mit einer Gesamtverkaufsfläche von 28.108 m² aus. Die Anbieterzahl ging folglich um ca. 17,5% zurück, die Gesamtverkaufsfläche verringerte sich um 4,4%. Die Umsatzleistung stieg dagegen mit ca. 2% leicht an. Die wesentlichen Veränderungen resultieren aus der Schließung von Lebensmittelmärkten in der Thüringer Hof-Passage (Discounter Plus) und im Nahversorgungszentrum Heinrich-Heine-Straße (Discounter Penny). Der starke Rückgang der Anbieterzahl ist jedoch im Wesentlichen auf das Abschmelzen zumeist kleinerer Fachgeschäfte in verschiedenen Standortlagen zurückzuführen. Davon betroffen ist auch die Innenstadt von Zeulenroda-Triebes. Im Jahr 2009 verfügte das innerstädtische Zentrum über 82 Einzelhandelsbetriebe. Gegenwärtig sind es 71 Einzelhandelsunternehmen, die im räumlich abgegrenzten Innenstadtbereich ansässig sind.

Die Entwicklung des Einzelhandels und der Standortstrukturen der vergangenen Jahre ist gekennzeichnet durch die Veränderung maßgeblicher Rahmenbedingungen. Prägend ist die dynamische Entwicklung des Online-Handels, die zudem mit einem verschärften Wettbewerb großer, attraktiver Einzelhandelsstandorte in den Oberzentren einhergeht.

Aktuell ist im Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes ein Vorhaben entlang der Schopperstraße (B94) in Planung. Das Planareal liegt außerhalb der bisherigen Zentren- und Standortstruktur. Die beabsichtigte Ansiedlung eines Supermarktes und weiterer Anbieter am Standort, wird auf ihre Auswirkungen im Abschnitt 4.5.2 untersucht.

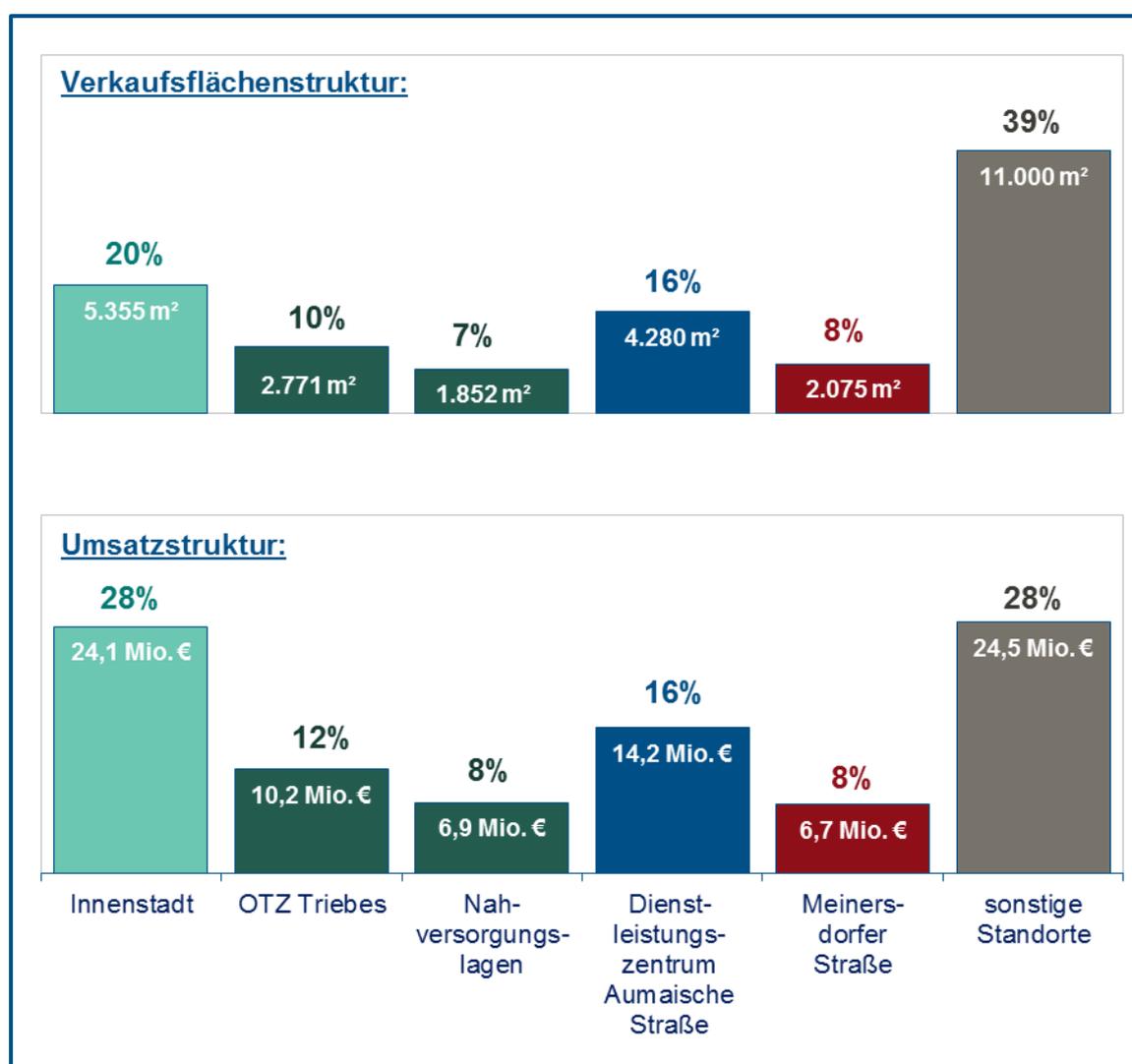
¹¹ Quelle: RegioData Research, Statista 2017

¹² Amtliche Einwohnerzahl der Stadt Zeulenroda-Triebes im Jahr 2009 (vor Zensus): 16.924

4.2. Angebotssituation im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes

Die nachfolgende Abbildung sowie die Tabellen 5 und 6 differenzieren den Einzelhandelsbesatz nach maßgeblichen Zentren- und Standortstrukturen innerhalb des Stadtgebietes von Zeulenroda-Triebes, entsprechend der Ausweisung im Einzelhandelskonzept 2009, unter Berücksichtigung der zwischenzeitlichen Standortentwicklungen.

Abbildung 2: Verkaufsflächen und Umsatzanteile differenziert nach Einzelhandelsstandorten in Zeulenroda-Triebes



Die ausgewiesenen Standortkategorien weisen deutliche Unterschiede in ihrer Angebotsstruktur und folglich in ihren Versorgungsfunktionen auf.

Die **Innenstadt** von Zeulenroda-Triebes verfügt über einen Anteil von 20% an der Gesamtverkaufsfläche im Stadtgebiet. Dieser Anteil umschließt eine Verkaufsfläche von 5.355 m² und bindet mit 24,1 Mio. €, ca. 28% des Gesamtumsatzes des Zeulenroda-Triebeser Einzelhandels. Auf das **Ortsteilzentrum Triebes** entfällt ein Verkaufsflächenanteil von 10%, dieser repräsentiert 2.771 m² Verkaufsfläche und generiert rd. 10,2 Mio. € Umsatz. Auf die **Nahversorgungslagen** entfallen 7% der Verkaufsfläche und ein Umsatzanteil von 8%. Die Flächenanteile der beiden **Sondergebiete**, die schwerpunktmäßig durch großflächige Einzel-

handelsbetriebe geprägt sind, betragen zusammen 24% und erzielen damit einen Umsatzanteil von 24%. Darin eingeschlossen sind der Standort Dienstleistungszentrum Aumaische Straße mit dem Kaufland-Verbrauchermarkt sowie dem Dänischen Bettenlager und die Einzelhandelsagglomeration in der Meinersdorfer Straße. Letztere verfügt über mehrere Fachmärkte des kurz- und mittelfristigen Bedarfspektrums (ALDI, Takko, Deichmann, NKD).

Auf die sonstigen Lagen entfällt ein Verkaufsflächenanteil von 39%. Der Umsatzanteil der Standortkategorie beträgt 28% und liegt damit auf gleichem Niveau wie die Innenstadt. Die Betriebe und die Verkaufsfläche sind über eine Vielzahl von Lagen im Stadtgebiet verteilt. Der hohe Flächenanteil liegt auch darin begründet, dass u.a. die Flächen des Standorts von LIDL, Home Market, Philipps Sonderpostenmarkt, die über größere Verkaufsflächen verfügen, in die Kategorie eingebunden sind.

In Auswertung der Analyse zum Einzelhandelsbestand ist positiv hervorzuheben, dass die größte Anzahl der Einzelhandelsbetriebe (71) in der Innenstadt verortet ist. Die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt allerdings nur 75 m². Es gibt nur wenige Anbieter, die über eine größere Leistungsfähigkeit und Ausstrahlungskraft verfügen. Im Besonderen erfüllen die Drogerie Rossmann, Reno Schuhe und EURONICS dieses Anforderungsprofil. Das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln ist seit der Schließung des Lebensmittelmarktes in der Thüringer Hof-Passage in der Innenstadt deutlich unterrepräsentiert. Allerdings wird dieses Angebot durch die beiden unmittelbar östlich und westlich angrenzenden Nahversorgungslagen getragen. Ansonsten verzeichnet die Innenstadt einen guten Mix der Sortimente und nimmt bei wesentlichen zentrenrelevanten Sortimenten (Bekleidung, Schuhe, Drogerie, Unterhaltungselektronik, Uhren / Schmuck) die Spitzenposition in den Flächenanteilen ein.

Die Gliederung nach Warengruppen wie sie in den folgenden Tabellen 4 und 5 vorgenommen wird, verdeutlicht in der Gesamtheit des Stadtgebietes, dass der größte Anteil der Verkaufsfläche auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel entfällt. Mit 9.739 m² weist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln den mit Abstand höchsten Flächenanteil auf. Dennoch ist festzustellen, dass sich die Verkaufsflächenausstattung der Lebensmittelmärkte von aktuell 0,43 m² je Einwohner gegenüber 2009 rückläufig entwickelt hat. Zum Zeitpunkt der Erhebung für das Einzelhandelskonzept 2009 lag die Kennziffer bei 0,56 m² je Einwohner.

Bei einer differenzierten Betrachtung des Ortsteiles Triebes ist zunächst festzustellen, dass sich die Verkaufsfläche gegenüber 2009 leicht verringert hat. Zum damaligen Zeitpunkt betrug die Gesamtverkaufsfläche im Ortsteil Triebes 4.290 m², aktuell verfügt der Ortsteil über eine Fläche von 3.991 m², davon 2.771 m², im Ortsteilzentrum. Deutliche Unterschiede zur Innenstadt von Zeulenroda zeichnen sich vor allem in den Anteilen der Warengruppen ab. In Triebes verteilt sich die Verkaufsfläche zu großen Teilen auf Warengruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs (Nahrungs- und Genussmittel, Lebensmittelhandwerk, Drogerie, Blumen, Garten- und Heimtierbedarf sowie Papier- und Schreibwaren). Die Ortsteilversorgung ist die Hauptfunktion des Einzelhandels in Triebes.

Eine bedeutende Stellung für Warengruppen des kurzfristigen aber auch mittelfristigen Bedarfs nimmt der Standort Dienstleistungszentrum Aumaische Straße ein. Der Kaufland-Verbrauchermarkt, der neu angesiedelte Getränkemarkt sowie das Dänische Bettenlager erzielen eine gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung.

Die Aussage gilt auch für den Einzelhandelsstandort in der Meinersdorfer Straße, welcher vor allem durch Fachmärkte des mittelfristigen Bedarfsbereichs geprägt wird, entsprechend gestaltet sich die Verkaufsflächen- und Umsatzbindung nach Warengruppen an diesem Standort.

Tabelle 4: Verkaufsflächenbesatz nach Warengruppen und Standortstruktur des Einzelhandels von Zeulenroda-Triebes

	Dienstleistungs-										Stadt Zeulenroda-Triebes gesamt												
	Innenstadt (A-Zentrum)	OTZ Triebes (B-Zentrum)	Nahversorgungs-lagen	Aumaische Straße	Meinersdorfer Straße	sonstige Standorte	Sträße		Sträße														
	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(m²)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)	(%)
Nahrungs- & Genussmittel (incl. Bäcker/Fleischer)	290	2.031	1.486	2.365	587	2.980	2.365	24%	6%	2.980	31%	9.739	100%										
Drogerie/Parfümerie	553	210	65	305	45	235	305	22%	3%	235	16%	1.413	100%										
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	220	30	8%	80	21%	60	80	21%	1%	60	15%	390	100%										
Blumen/Heimtierbedarf	190	95	10%	90	10%	310	90	10%	1%	310	33%	930	100%										
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	420	200	23%	125	14%	110	125	14%	1%	110	13%	870	100%										
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	1.300	35	1%	80	3%	510	80	3%	33%	510	18%	2.885	100%										
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	550	40	1%	10	1%	45	10	1%	33%	45	5%	905	100%										
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	5	75	7%	30	1%	4.110	30	1%	98%	4.110	98%	4.185	100%										
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	315	5	5	225	21%	425	225	21%	2%	425	40%	1.065	100%										
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	230	15	3%	50	10%	200	50	10%	1%	200	40%	500	100%										
Sportartikel/Fahrräder	150	10	2%	80	16%	200	80	16%	19%	200	35%	540	100%										
Hauttextilien/Heimtextilien	185	15	1%	490	28%	1.050	490	28%	60%	1.050	60%	1.740	100%										
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)	230	10	2%	165	33%	340	165	33%	67%	340	67%	505	100%										
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	253	5	1%	85	17%	155	85	17%	3%	155	31%	495	100%										
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	280	5	1%	80	14%	200	80	14%	3%	200	36%	553	100%										
Foto/Optik/Akustik	94	73%	5	5	2%	285	5	2%	27%	285	100%	285	100%										
Uhren/Schmuck	90	25	12%	15	7%	35	15	7%	17%	35	17%	129	100%										
sonstiges	90	25	12%	15	7%	35	15	7%	17%	35	17%	204	100%										
Einzelhandel gesamt	5.355	2.771	10%	4.280	16%	11.000	4.280	16%	8%	11.000	39%	27.333	100%										
Anzahl Standorte	71	11	7%	8	5%	54	8	5%	3%	54	35%	156	100%										
Umsatzeinschätzung	24.110	10.240	12%	14.180	16%	24.520	6.670	8%	28%	24.520	28%	86.580	100%										

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

Tabelle 5: Umsatzbindung nach Warengruppen und Standortstruktur des Einzelhandels von Zeulenroda-Triebes

	Innenstadt (A-Zentrum)		OTZ Triebes (B-Zentrum)		Nahversorgungs- lagen		Dienstleistungs- zentrum Aumaische Straße		Meinersdorfer Straße		sonstige Standorte		Stadt Zeulenroda- Triebes gesamt	
	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)	(T€)	(%)
Nahrungsmittel (incl. Drogerie/Parfümerie)	2.510	6%	7.650	20%	5.920	15%	7.570	20%	2.865	7%	12.300	32%	38.815	100%
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	2.710	52%	600	12%	230	4%	1.070	21%	190	4%	370	7%	5.170	100%
Blumen/Heimtierbedarf	5.780	66%	750	9%	500	9%	1.120	13%	60	2%	1.020	12%	8.670	100%
Papier- u. Schreibwaren/Bücher/Zeitschriften	620	22%	330	12%	500	18%	280	10%	60	2%	980	36%	2.770	100%
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	1.340	48%	420	15%	40	1%	570	21%	20	1%	380	14%	2.770	100%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	3.490	47%	110	1%	20		220	3%	2.510	34%	1.140	15%	7.490	100%
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	1.430	64%	80	1%			40	2%	690	31%	60	3%	2.220	100%
GPK/Hausrat/Geschenkartikel	10		160	11%	20	1%	60	1%	20	1%	180	13%	5.440	100%
Spielwaren/Babyausst./Hobby/Musikinstr.	730	52%	640	58%	50	5%	290	22%	10	1%	270	24%	1.400	100%
Sportartikel/Fahrräder	400	34%	400	34%	30	3%	130	12%	230	19%	360	30%	1.100	100%
Haus Textilien/Heimtextilien	370	13%	40	1%			160	14%	230	19%	1.840	62%	2.960	100%
Möbel (incl. Bad-, Garten-, Büromöbel)							710	24%			430	55%	780	100%
Elektro/Elektrogeräte/Leuchten	740	55%	30	2%			350	45%			310	22%	1.365	100%
UE/Musik/Video/Kommunikation/PC	1.110	59%	10	1%			260	19%	25	2%	460	23%	1.890	100%
Foto/Optik/Akustik	1.220	98%					280	15%	30	2%			1.890	100%
Uhren/Schmuck	630	89%					20	2%			80	11%	1.240	100%
sonstiges	380	62%	60	10%	50	8%	50	8%	20	3%	50	9%	710	100%
Einzelhandel gesamt	24.110	28%	10.240	12%	6.860	8%	13.180	15%	6.670	8%	25.520	29%	86.580	100%

Quelle: BBE-Erhebung und Berechnung

4.3. Kaufkraftbindung des Einzelhandels der Stadt Zeulenroda-Triebes

Die Gegenüberstellung der örtlichen Umsatzstruktur mit den Marktvolumina im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes führt zu Bindungsquoten der örtlichen Nachfrage. Diese stellt den entscheidenden Bewertungsmaßstab für die Zentralität und Leistungsfähigkeit des örtlichen Einzelhandels dar. Die gegenwärtig bereits erzielten Bindungsquoten in den einzelnen Warengruppen sind auch ein Indikator für die Beurteilung der Marktchancen bzw. potenziellen, wettbewerblichen Auswirkungen zusätzlicher Anbieter sowie für die Entwicklungschancen von Standortbereichen.

Wie bereits angesprochen, befindet sich der Zeulenroda-Triebeser Einzelhandel in einer starken Konkurrenzsituation, der jedoch auch historisch gewachsene regionale Kundenströme gegenüber stehen. Bei der nachfolgenden Berechnung der Bindungsquoten sind anbieterspezifische Einflüsse in den einzelnen Branchen zu erwarten und entsprechend zu bewerten.

Die gegenwärtig bereits erzielten Bindungsquoten in den einzelnen Warengruppen sind auch ein Indikator für die Beurteilung der Marktchancen bzw. potenziellen, wettbewerblichen Auswirkungen zusätzlicher Anbieter.

Gegenüber dem Marktpotenzial des Stadtgebietes Zeulenroda-Triebes errechnet sich über alle Warengruppen eine Kaufkraft-Umsatz-Relation von 95%, dies entspricht einer Zentralitätskennziffer von 106%. Im Saldo aus Kaufkraftzu- und -abflüssen wird über alle Warengruppen ein Kaufkraftabfluss von ca. 4,8 Mio. € erzielt. Erwartungsgemäß ergibt sich vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich der Kaufkraftzufluss.

Im mittleren Bedarfsbereich ergibt sich demgegenüber eine leicht unterdurchschnittliche Bindungsquote von rd. 91%, was einem Kaufkraftabfluss von 1,8 Mio. € entspricht. Deutlich höher fällt der Kaufkraftabfluss im langfristigen Bedarfsbereich aus, bei einer Bindungsquote von rd. 59% errechnet sich ein Wert von -6,6 Mio. €.

Dabei ist zu beachten, in allen Branchen ist sowohl mit Zu- als auch Abflüssen zu rechnen, dies gilt auch für den kurzfristigen Bedarfsbereich, da mit hohen Abflüssen an den dezentralen Einzelhandelsstandort in Langwolschendorf zu rechnen ist. An diesem Standort befindet sich ein REWE-Supermarkt, diese Betriebsform ist in Zeulenroda-Triebes bisher nicht vertreten. Im kurzfristigen Bereich übersteigen die Zuflüsse aus den Umlandgemeinden jedoch deutlich die örtlichen Abflüsse, während in anderen Branchen, sowohl im mittelfristigen als auch erwartungsgemäß im langfristigen Bedarfsbereich zum Teil hohe saldierte Abflüsse verbleiben. Abflüsse können branchenspezifisch auf eine generell zu geringe Ausstattung zurückzuführen sein, mehrheitlich ist aber davon auszugehen, dass nur bestimmte Zielgruppen und Nachfragesegmente bedient werden.

Tabelle 6: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes 2017

	Marktpotenzial Stadt Zeulenroda-Triebes (T€)	EH-Umsatz Stadt Zeulenroda-Triebes (T€)	Kaufkraft- bindung (%)	Saldo Zu- u. Abfluss (T€)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	35.800	38.815	108%	3.015
Blumen/Heimtierbedarf	1.770	2.770	156%	1.000
Drogerie/Parfümerie	5.020	5.170	103%	150
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	9.190	8.670	94%	-520
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	2.820	2.770	98%	-50
überwiegend kurzfristiger Bedarf	54.600	58.195	107%	3.595
Bekleidung/Wäsche/sonstige Textilien	7.070	7.490	106%	420
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	1.650	2.220	135%	570
Heimwerker/Autozubehör / Gartenbedarf	7.950	5.440	68%	-2.510
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	840	1.400	167%	560
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.270	1.100	87%	-170
Sportartikel/Camping, Outdoor, Fahrräder	1.890	1.180	62%	-710
überwiegend mittelfristiger Bedarf	20.670	18.830	91%	-1.840
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	1.300	2.960	228%	1.660
Möbel (inkl. Bad-/Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	4.770	780	16%	-3.990
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	2.140	1.365	64%	-775
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Komm unikation	4.870	1.890	39%	-2.980
Foto / Optik / Akustik	1.380	1.240	90%	-140
Uhren / Schmuck	830	710	86%	-120
Sonstiger Einzelhandel	860	610	71%	-250
überwiegend langfristiger Bedarf	16.150	9.555	59%	-6.595
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	91.420	86.580	95%	-4.840
entspricht einer Zentralitätskennziffer von:			106%	

Quelle: BBE-Berechnung

Tabelle 7: Kaufkraftbindung des Einzelhandels im Grundversorgungsbereich 2017

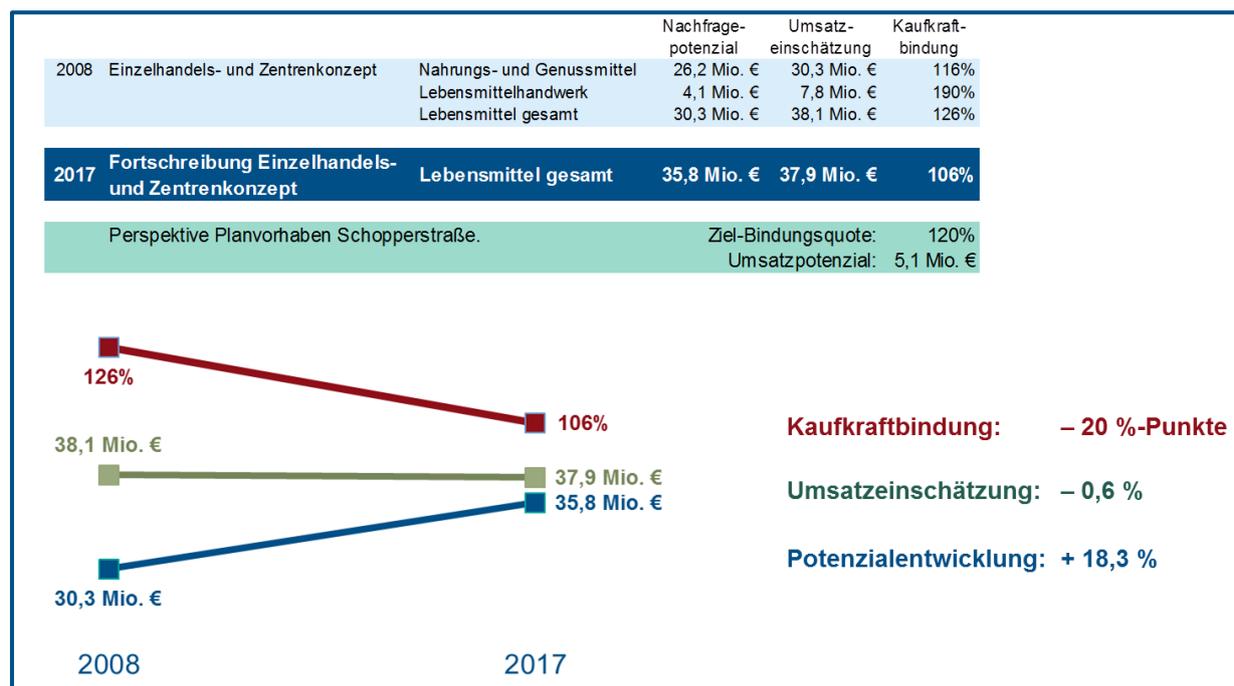
	Marktpotenzial Grundversorgungs- bereich (T€)	EH-Umsatz Stadt Zeulenroda-Triebes (T€)	Kaufkraft- bindung (%)
Nahrungs- und Genussmittel (incl. Bäcker / Metzger)	50.440	38.815	77%
Blumen / Heimtierbedarf	2.540	2.770	109%
Drogerie/Parfümerie	7.040	5.170	73%
Pharmaz., mediz., orthop. Artikel	12.750	8.670	68%
PBS (privat) / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	3.970	2.770	70%
überwiegend kurzfristiger Bedarf	76.740	58.195	76%
Bekleidung / Wäsche / sonstige Textilien	9.890	7.490	76%
Schuhe (ohne Sportschuhe), Lederwaren	2.330	2.220	95%
Heimwerker / Autzubehör / Gartenbedarf	11.570	5.440	47%
GPK / Hausrat / Geschenkartikel	1.190	1.400	118%
Spielwaren / Hobby / Basteln / Musikinstrumente	1.780	1.100	62%
Sportartikel / Camping, Outdoor, Fahrräder	2.650	1.180	45%
überwiegend mittelfristiger Bedarf	29.410	18.830	64%
Haus- und Heimtextilien, Innendeko, Bettwaren	1.830	2.960	162%
Möbel (inkl. Bad- /Gartenmöbel und Büromöbel von Privat)	6.770	780	12%
Elektro / Leuchten / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte	3.000	1.365	46%
Unterhaltungselektronik / Musik / Video / PC / Kommunikation	6.850	1.890	28%
Foto / Optik / Akustik	1.920	1.240	65%
Uhren / Schmuck	1.160	710	61%
Sonstiger Einzelhandel	1.210	610	50%
überwiegend langfristiger Bedarf	22.740	9.555	42%
Kaufkraft-Umsatz-Relation gesamt	128.890	86.580	67%

Quelle: BBE-Berechnung

Im kurzfristigen Bedarfsbereich werden nur in der Warengruppe Blumen und Heimtierbedarf hohe Bindungsquoten erzielt. Dies ergibt sich aus einem breiten Angebotsspektrum mit einer Vielzahl von Fachgeschäften in beiden Warengruppen, deren Sortimente darüber hinaus auch in Lebensmittelmärkten angeboten werden. Die überörtlichen Zuflüsse bei Nahrungs- und Genussmitteln sind insbesondere auf den Kaufland-Verbrauchermarkt zurückzuführen. Dazu ist festzustellen, dass die Bindungsquote bei Nahrungs- und Genussmitteln mit 106% für die Versorgungsfunktion der Stadt Zeulenroda-Triebes unterdurchschnittlich ausgeprägt ist. In dieser Warengruppe verzeichnet die Stadt im Zeitraum von 2008 bis 2017 einen deutlichen Rückgang, wie nachfolgende Tabelle im Zeitreihenvergleich ausweist.

Zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Jahr 2008 betrug die Bindungsquote für Lebensmittel gesamt (incl. Lebensmittelhandwerk 126%). Seitdem ist das entsprechende Nachfragepotenzial von 30,3 Mio. € auf 35,8 Mio. €, also um 18,3% gestiegen, eine Entwicklung, die auch ein deutschlandweit verändertes Nachfrageverhalten in der Nahversorgung einschließt.¹³ Die Angebotsstrukturen in Zeulenroda-Triebes konnten diese Potenzialentwicklung nicht für eine zusätzliche Kunden- und Umsatzbindung nutzen. Die Gründe liegen zum einen in der Schließung von zwei Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet, zum anderen, dass das Nachfrageverhalten in Bezug auf spezielle Betriebsformen sich deutlich verändert hat. Die Umsatzzuwächse bei Nahrungs- und Genussmitteln sind in den letzten Jahren insbesondere bei der Betriebsform Supermarkt erzielt worden. Das fehlende Angebot in Zeulenroda-Triebes schlägt sich in der Wahrnehmung der regionalen Versorgungsfunktion wider.

Tabelle 8: Entwicklung der Kaufkraftbindung für Lebensmittel in Zeulenroda-Triebes



Im langfristigen Bedarfsbereich werden erwartungsgemäß Bindungsquoten unter 100% erzielt. Nur in der Branche Haus- und Heimtextilien ist auch auf Grund des attraktiven Anbieters (Home Market) in der Heinrich-Heine-Straße im Saldo ein deutlicher Kaufkraftzufluss festzustellen. Hervorzuheben ist auch, dass die

¹³ In den vergangenen Jahren partizipierte deutschlandweit besonders der Lebensmittelhandel von einem veränderten Nachfrageverhalten, wie dies die Entwicklung des Lebensmittelumsatzes im Verhältnis zur Gesamtentwicklung des Einzelhandelsumsatzes zu Ausdruck bringt. Im Zeitraum von 2005 bis 2016 ist der Lebensmittelumsatz von 136,6 Mrd. € auf 176,0 Mrd. €, d. h. um 28,8% angestiegen. Im gleichen Zeitraum ist der Einzelhandelsumsatz (im engeren Sinne) gesamt von 430,2 Mrd. € auf 483,0 Mrd. €, folglich nur um 12,3% gewachsen. (Quellen: GfK, IRI, Statistisches Bundesamt, HDE 2017)

Sortimente Uhren / Schmuck und Unterhaltungselektronik, Elektro / sonstige hochwertige Haushaltsgeräte
Kaufkraftabflüsse verzeichnen und damit Entwicklungsspielräume im geringen Rahmen aufzeigen.

Der Bezug der Einzelhandelsumsätze auf das Marktpotenzial im Grundversorgungsbereich repräsentiert in deutlicherer Form die Zentralität des Einzelhandelsstandortes Zeulenroda-Triebes.

Als Durchschnittswert über alle untersuchten Einzelhandelsbranchen errechnet sich eine Bindungsquote von 67%. Unter Berücksichtigung der Nähe zu weiteren Mittelzentren und den Oberzentren repräsentiert dieser Wert grundsätzlich ein ausbaufähiges Ergebnis hinsichtlich des bereits erläuterten Kaufkraftzuflusses.

In einer Reihe von Branchen übernimmt die Stadt Zeulenroda-Triebes sogar weitaus stärkere regionale Versorgungsfunktionen und hat sich als wichtiger Einzelhandelsstandort etabliert (Haus- und Heimtextilien, GPK / Hausrat). Dies zeigt auch, dass bei entsprechend attraktivem Angebot auch Kaufkraftströme an den Einzelhandelsstandort Zeulenroda-Triebes gebunden werden können. Zusätzliche Entwicklungsspielräume sind ausgehend vom erreichten Niveau in der qualitativen aufwertung der Grundversorgung und branchen- oder standortspezifisch in geringem Umfang bei weiteren Warengruppen realistisch, beispielsweise durch gezielte Stärkung und weiterer Profilierung der Zeulenroda-Triebeser Innenstadt als individueller Einzelhandelsstandort.

4.4. Perspektiven der Innenstadtentwicklung in Zeulenroda-Triebes

4.4.1. Städtebauliche Strukturanalyse

Die Wahrnehmung der Stadt als attraktiver Einzelhandelsstandort soll zukünftig stärker durch ein funktionales Zusammenwirken leistungsfähiger Einzelhandelsstandorte geprägt werden, mit einer prioritären Entwicklung des zentrenrelevanten Einzelhandels in der Innenstadt.

Natürlich ist dabei zu berücksichtigen, dass aufgrund der strukturellen Gegebenheiten weiterhin der Ansiedlung größerer Einzelhandelsbetriebe enge Grenzen gesetzt sind, die Entwicklungspotenziale der Innenstadt liegen aber in der Herausbildung eines eigenständigen Profils, welches auf Vielfalt und Multifunktionalität ausgerichtet ist. Dieses Profil schafft letztlich wiederum die wirtschaftliche Basis für die Ansiedlung attraktiver Fachgeschäfte.

Die „kritische Masse des Anteils an Einzelhandelsfläche“ im A-Zentrum von Zeulenroda-Triebes ist kurz- bis mittelfristig zu erhöhen, um das Gewicht der Innenstadt als Einzelhandelsstandort zu stärken. Bei der Ansiedlung zukünftiger Nutzungen ist vor allem auf eigenständige Attraktivität mit entsprechend frequenzstärkender Wirkung zu zielen. Angebotskonzept und Größe der Anbieter werden ausschlaggebend für die angestrebte Magnetwirkung sein, von der auch vorhandene Fachgeschäfte partizipieren können. Schließlich soll in Folge der Sogwirkung die Ansiedlung weiterer Geschäfte auf vorhandenen Flächenpotenzialen befördert werden und damit auch das wirtschaftliche Interesse von Hauseigentümern zur Sanierung ihrer Gebäudesubstanz wecken.

Die Wahrnehmung der Innenstadt ist in besonderem Maße abhängig von der Existenz einer funktionalen Einheit, die eine „erlebbare“ Struktur vorgibt. Dies impliziert Nutzungsvielfalt und einen attraktiven Branchenmix im Einzelhandel sowie eine attraktive Gestaltung des öffentlichen wie privaten Raumes. Allerdings können diese Faktoren nur in einer kompakten Anordnung ein funktionierendes Geschäftszentrum garantieren und eine lebendige und anregende Atmosphäre vermitteln. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung der Innenstadt von Zeulenroda-Triebes ist vor diesem Hintergrund ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen.

Welche Bedeutung die genannten Faktoren haben, zeigt ein Blick auf die nachfolgende Abbildung. Aus der Gegenüberstellung von Entwicklungstrends der Angebots- und Nachfrageseite lassen sich Konsequenzen für die Entwicklung des innerstädtischen Zentrums ableiten. Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt der Entwicklung. In diesen Kontext sind auch eine kreative Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden. Dies sind neben dem Branchenmix die Schlüsselfaktoren für eine zukunftsfähige Innenstadt, die nicht allein auf Handelsfilialisten als Ankermieter und Zugpferde aufbauen kann. Dabei kann auch die mehrheitlich vorhandene Fachgeschäftsstruktur in Zeulenroda-Triebs auf Trends aufsetzen. Die kritische Prüfung der Unternehmenskonzepte ist eine permanente Aufgabe, die sich die Unternehmer stellen müssen, um die Ansprüche auf der Konsumentenseite zu erfüllen.

Dies betrifft insbesondere die wachsende Polarisierung von Premium- und Massenmarkt. Ziel muss es sein, bestimmte Nachfragesegmente mit qualitativ hochwertigem Warenangebot anzusprechen. Dies erfordert jedoch auch eine kreative Kundenansprache. Auch sortiments- und branchenübergreifenden Angebotsformen bieten die teilweise individuellen Flächenzuschnitte gute Entwicklungsperspektiven. In diesen Angebotsformen kommt es mehr auf die Innovation an (z.B. Handel und Gastronomie als Mischform) als auf standardisierte Flächenzuschnitte.

Abbildung 3: Trends der Handelsentwicklung und Konsequenzen für die Innenstadt von Zeulenroda-Triebes

Veränderungen auf der Angebotsseite	Veränderungen auf der Nachfrageseite	Konsequenzen für die Innenstadtentwicklung
<ul style="list-style-type: none"> • Ausdünnung des Standortnetzes meets Flächenexpansion • neue und veränderte Betriebsformen • Trends zu sortiments- und branchenübergreifenden Angebotsformen • Polarisierung von Massenmarkt und Premiummarkt • Potenzial der Preismitte wird geringer • Überalterung und Betriebsnachfolgeprobleme bei mittelständischen Unternehmen 	<ul style="list-style-type: none"> • Veränderung der Bevölkerungs- und Sozialstruktur (Seniorenengesellschaft, Singlehaushalte) • Relative Stagnation der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft – Verschiebung von Ausgabenanteilen • Polarisierung: preisaggressiv vs. erlebnisorientiert • Beratung & Convenience 	<ul style="list-style-type: none"> • Einkaufsatmosphäre als Erlebnisbereich – Inszenierung u.a. Umsetzung von Themen • Branchenmix und Durchmischung durch Vielfalt • Touristische Ausrichtung des Einzelhandels • Hoher Servicegrad & Beratungsintensität • Erreichbarkeit - ÖPNV • Parkplatzausstattung und Parkplatzorganisation • Nachfragegerechte Öffnungszeiten • Öffentlichkeitswirksame Zusammenarbeit der Akteure

Auch zukünftig wird der Verkaufsflächenbestand mehrheitlich aus kleinteiligen Fachgeschäften bestehen, entsprechend den Möglichkeiten ist eine Ansiedlung von Ankermietern dennoch anzustreben. Diese sichern die erforderliche Vielfalt der Angebote und generieren Frequenz auch für die vorhandenen Fachgeschäfte. Das Vorhandensein entsprechender Geschäftsflächen und deren aktive Vermarktung stellen grundlegende Voraussetzungen dar.

Die Ausdehnung des Innenstadtzentrums über Schleizer Straße und Greizer Straße sowie der angebundenen Thüringer Hof-Passage, zzgl. den Geschäftslagen in angrenzenden Straßen, stellt eine besondere Herausforderung dar. Umso mehr muss die Innenstadt auf ihre Stärken setzen und weiter ausbauen. Die bestehende Struktur mit einer Vielzahl von Fachgeschäften, die fast das gesamte Spektrum des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs abdecken, ist grundsätzlich als besondere Stärke herauszuheben. Besonders hervorzuheben ist, dass die Innenstadt mehrheitlich in den zentrenrelevanten Leitbranchen (Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Spielwaren, Unterhaltungselektronik, Foto / Optik / Akustik, Uhren / Schmuck etc.) hohe Verkaufsflächenanteile im gesamtstädtischen Standortwettbewerb einbindet.

Die Fachgeschäfte sind vielfach spezialisiert und auf Zielkunden ausgerichtet, dies ist generell positiv zu bewerten. Die strukturelle Dominanz und die Größe der Fachgeschäfte stellt jedoch auch ein Problem für die Ausstrahlungskraft der Innenstadt dar, auf die begrenzten Verkaufsflächen wurde bereits im Abschnitt 4.2 eingegangen.

Die Revitalisierung der Thüringer Hof-Passage nach Schließung des ehemaligen Lebensmittelmarktes kann als Beleg für realistische Perspektiven in der Kundenakzeptanz gesehen werden. Dennoch gilt weiterhin, Anker- und Magnetbetriebe, die über eine starke Markenpräsenz verfügen, bzw. deren Angebotskonzept und Größendimensionierung eine entsprechende Ausstrahlungskraft und Frequenzwirkung erzeugen, sind in der Innenstadt unterrepräsentiert. Ein ausgewogener Branchen- und Betriebstypenmix ist für die Stärkung des Innenstadtzentrums von entscheidender Bedeutung. Die Entwicklungsspielräume für die Ansiedlung neuer Einzelhandelsbetriebe bzw. für die wirtschaftliche Stärkung vorhandener Einzelhandelsunternehmen sind sicherlich branchenspezifisch unterschiedlich ausgeprägt aber vorhanden.

4.4.2. Räumliche Entwicklungsperspektiven als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort

Für die Weiterentwicklung der Innenstadt von Zeulenroda-Triebes sind folgende Rahmenbedingungen von Bedeutung:

- Mit 71 Einzelhandelsbetrieben bietet die Innenstadt die höchste Angebotsvielfalt, begrenzte Verkaufsflächen des einzelnen Fachgeschäftes wie der gesamten Innenstadt (20% Flächenanteil der Innenstadt am Zeulenroda-Triebeser Einzelhandelsbesatz) erzielen aber selbst bei attraktiven Einzelkonzepten in der Gesamtheit keine ausreichende Magnetwirkung. Das Erreichen einer „kritischen Masse“ als Einzelhandelsstandort ergibt sich aus einem Wechselspiel von Anbieterzahlen und deren Flächenverfügbarkeit.
- Frequenzschaffende größere Einzelhandelsbetriebe fehlen im Hauptgeschäftsbereich. Diese Problematik wurde bereits in der Bewertung der Angebotssituation ausführlich diskutiert. Die Verkaufsflächen der Magnetanbieter im Innenstadtbereich liegen zwischen 230 m² bis 830 m², während fast 85% der Innenstadthändler über Verkaufsflächen von z.T. deutlich unter 100 m² verfügen.
- Die vorhandenen Fachgeschäftsstrukturen weisen teilweise attraktive und individuelle Angebotskonzepte auf, insbesondere auch in den innerstädtischen Leitbranchen. Mehrere Bekleidungsanbieter mit unterschiedlichem Preissegment und Zielgruppenansprache (darunter die Modehäuser Fiedler, Meusel & Föhrke, preisorientierte Anbieter wie Ernstings family, NKD und Kik, darunter auch Young Fashion), Anbieter für Schuh- und Lederwaren, ein Unterhaltungselektronikfachgeschäft (EURO-NICS) und Uhren / Schmuck-Anbieter, nicht zu vergessen die Angebotskonzepte von Optikern und Apotheken, bieten ein breites Angebotspektrum.
- Der attraktive Altstadtgrundriss der Innenstadt bedingt aktuell vergleichsweise kleine Grundstücks- und Gebäudestrukturen, die nur noch eingeschränkt und branchenbezogen für moderne Ladenkonzepte geeignet sind.
- Leerstände in den Hauptgeschäftslagen sind zudem ein Indikator für Strukturschwächen in der Innenstadt, dabei ist aber zu berücksichtigen, dass Leerstände auch auf objektseitige Defizite zurückzuführen sind. Neben den bereits umfänglich erfolgten Sanierungsmaßnahmen in der Vergangenheit besteht zur Weiterentwicklung des Innenstadtbereiches weiterer Sanierungsbedarf. Dieser bezieht sich im Besonderen auch auf die Zuschnitte der Ladenflächen, Eingangszonengestaltung und deren Begehbarkeit (Zugänge über Treppen stellen Barrieren für Kunden dar).
- Die Konsequenz aus diesen Rahmenbedingungen ist, die räumliche Präsenz der Innenstadt durch Verdichtung der Angebotsstrukturen zu stärken. Eine solche Entwicklung vollzieht sich nicht im Selbstlauf, schon gar nicht vor dem Hintergrund geringer Spielräume zusätzlicher Kaufkraftbindung in Zeulenroda-Triebes (siehe Abschnitt 4.3). Die Sicherung des vorhandenen Einzelhandelsbesatzes und eine prioritäre Ansiedlungsstrategie für zusätzliche Angebote des Einzelhandels oder der Gastronomie bedürfen räumlicher Potenzialflächen, die jedoch modernen Angebotskonzepten angepasst sind.
- Gemessen an der Größe der Stadt verfügt das Zentrum über eine weiträumige Ausdehnung, die historisch gewachsen ist. Veränderte Rahmenbedingungen in der Handelslandschaft müssen jedoch zu Konsequenzen führen (vgl. Abschnitt 5.4.1), die in der Verdichtung innerstädtischer Lagen mit Funktionsschwerpunkten bestehen. Dazu gilt es, die notwendigen Flächenpotenziale für attraktive Ladenkonzepte, die auch auf den wachsenden Tourismus in der Stadt ausgerichtet sind, aus dem Bestand zu entwickeln. Die Reaktivierung der langgestreckten innerstädtischen Lage (Greizer Straße 9 könnte in Abhängigkeit eines Standortkonzeptes zu einzelnen Attraktivitätsschwerpunkten führen. Entspre-

chende Entwicklungen sind jedoch stets unter dem Blickwinkel der Nutzungsverdichtung und funktionalen Verknüpfung der Geschäftslagen zu bewerten.¹⁴

- Für die Einbindung zusätzlicher Einzelhandelsflächen wird vorrangig auf die Nutzbarmachung und Wiederbelegung aktueller Leerstandsflächen verwiesen. Leerstehende Ladenlokale finden sich im gesamten Innenstadtbereich. Zu berücksichtigen ist hier im Besonderen das ehemalige WEKA-Kaufhaus, die Greizer Straße sowie nachnutzbare Flächen in der Thüringer Hof-Passage. Die Einkaufspassage hat mit dem Drogeriemarkt Rossmann ein modernes Angebotskonzept etabliert, was entsprechende Umbaumaßnahmen und Investitionen benötigte. Eine zukunftsfähige Entwicklung dieser wichtigen innerstädtischen Einzelhandelsstandortes bedarf weiterer Maßnahmen, um nachfragegerechte Mietflächen zu schaffen. Zusätzliche Anziehungspunkte und neue Anreize für Kunden können auch durch Pop-up-Stores geschaffen werden. Es handelt sich hierbei um temporäre Ladeneinheiten, die ein spezielles Warenangebot anbieten und damit zur Kundeninspiration, den Standort häufiger aufzusuchen, beitragen.
- Die Greizer Straße verfügt über eine große Anzahl sanierter Gebäude und bietet zudem als Fußgängerzone städtebauliche Qualitäten, die grundlegende Voraussetzungen für eine Wiederbelebung als Bummelmeile bieten. Um dieses Ziel zu erreichen, bedarf es jedoch eines umfassenden Maßnahmenpaketes, welches auch inhaltliche Schwerpunkte für die Greizer Straße setzt. Es geht sowohl um stadtplanerische Maßnahmen (Stadtraumgestaltung) zur Verbesserung der Aufenthaltsqualität als auch um die Schaffung nachfragegerechter Flächen für einen breiten Angebotsmix von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen.

¹⁴ Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums ist Gegenstand des Abschnitts 5.4.1 A-Zentrum Innenstadt Zeulenroda-Triebes

4.4.3. Innenstadtentwicklung im digitalen Spannungsfeld - Thesen zur Wechselwirkung stationärer Handel vs. E-Commerce

Die Entwicklung der Innenstadt von Zeulenroda-Triebes wird weiterhin durch strukturelle Veränderungen geprägt sein, denn die Einzelhandelslandschaft in Deutschland steht vor tiefgreifenden Umwälzungen. So wird der deutsche Einzelhandelsimmobilienmarkt derzeit im Wesentlichen durch folgende Faktoren bestimmt:

- demographischer Wandel und Reurbanisierung,
- Verdrängungswettbewerb im stationären Einzelhandel,
- neu erwachsender Wettbewerb durch E- und M-Commerce,¹⁵
- Sanierungsstau bei vielen Vertriebstypen des gegenwärtigen Bestandes.

Hierbei ist die höchste Dynamik im E-Commerce zu beobachten, dessen Erfolg auf die große Verbreitung von Computer und Smartphone sowie dem barrierefreien Zugang zum Internet basiert.

Durch die rasante Verbreitung von Smartphones ist der nächste Schritt im Online-Handel geebnet, die Integration von stationärem Einzelhandel und Online-Handel durch den Multichannel-Ansatz setzt sich zunehmend durch.

So wird durch dem Online-Handel nicht nur stationärer Einzelhandel verdrängt, sondern es werden auch neue Vertriebsmöglichkeiten eröffnet. Dabei verschwimmen die Grenzen von Online- und stationärem Einzelhandel zunehmend. Da der E-Commerce bislang in erster Linie ältere Formen des Versandhandels substituiert hat, wird derzeit deutschlandweit nur ein vergleichsweise geringer Flächenrückgang im Einzelhandel erwartet. So prognostiziert IVG Research bis zum Jahr 2025 einen Flächenrückgang im Einzelhandel um 4% des derzeitigen Bestands. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass dieser bundesdurchschnittliche Gesamtwert starke Schwankungen überdeckt. Während in Ballungsgebieten und Großstädten teilweise noch Flächenzuwächse zu erwarten sind, droht in strukturschwachen Regionen ein Flächenschwund, der deutlich über 4% des derzeitigen Bestands liegen dürfte.¹⁶

Investoren, und damit auch die Kommunen, müssen sich daher in manchen Segmenten tendenziell auf fallende Mieten und kürzere Laufzeiten der Mietverträge einstellen. Auch erhöht sich durch den potenziellen Verlust zahlreicher Ankermieter das Mietausfallrisiko. Zudem wird sich die Polarisierung zwischen guten und weniger guten Objekten und Standorten weiterhin fortsetzen. So ist davon auszugehen, dass sich die Nachfrage nach Einzelhandelsflächen in Städten mit einem überregionalen Einzugsbereich sowohl in 1-A-Lagen als auch in B- und Nebenlagen positiv entwickeln wird und somit hier ein hohes Investmentpotenzial gegeben ist. Aber schon bei Städten, die nur ein regionales Einzugsgebiet aufweisen, ist nur noch in den 1-A-Lagen ein positives Investmentpotenzial zu erwarten. In den B- und Nebenlagen dieser Städte dürften sich die zukünftige Flächennachfrage und der zusätzliche Flächenbedarf dagegen rückläufig entwickeln. So gehen Handelsnutzer in diesen Städten und in diesen Lagen kaum Kompromisse bzgl. der Grundrissgestaltung, der Objektausstattung und der Miethöhe ein. Für Kleinstädte wie Zeulenroda-Triebes hat diese Entwicklung umso mehr Gültigkeit.

Im Fazit wird damit zu rechnen sein, dass sich der innerstädtische Flächenbedarf auf attraktive Verbundstandorte konzentrieren wird. Damit wird ein Flächenbedarf für moderne Betriebskonzepte einhergehen, während zu kleine oder in Randlagen befindliche Einzelhandelsflächen zunehmend abschmelzen werden. Der geschilderte Entwicklungstrend untersetzt nachhaltig die im vorangegangenen Abschnitt dargelegten

¹⁵ M-Commerce: Mobile Commerce ist eine spezielle Ausprägung des elektronischen Handels unter Verwendung mobiler Endgeräte (vor allem Smartphones)

¹⁶ Retail-Logistik Deutschland, Einzelhandelsimmobilienmarkt 2025, IVG Immobilien AG, 2013

Handlungserfordernisse zur Weiterentwicklung der Innenstadt von Zeulenroda-Triebes. Vorrangig muss es gelingen, weitere frequenzstarke Einzelhandelsbetriebe in den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu integrieren und in diesem Kontext eine Verdichtung und weitere funktionale Verknüpfung der innenstädtischen Geschäftslagen zu erzielen. Dazu sind Entwicklungsflächen notwendig, die es ermöglichen, auch größere Angebotsformate bzw. moderne Ladenkonzepte umzusetzen.

In der Betrachtung der Wechselwirkung von stationärem Handel und E-Commerce ist jedoch nicht zwangsläufig zu unterstellen: Online gewinnt, offline verliert – dieser Gedankenansatz prägt in der jüngeren Vergangenheit und Gegenwart die Diskussion über die Zukunft des Handels. Beispielhaft für diese These wird die Entwicklung verschiedener Einzelhandelsbranchen wie Bücher/Medien, Spielwaren, Computer/Elektronik und Bekleidung angeführt. Tatsächlich sind die Marktanteile des E-Commerce innerhalb eines 10-Jahreszeitraums (2005 bis 2015) bei Büchern und Spielwaren auf ein Viertel des Gesamtmarktes und bei Computer/Elektronik sowie Bekleidung auf ein Fünftel des Marktvolumens angewachsen. Tendenzen der Konsolidierung des stationären Handels, auch in den vorgenannten Branchen, z.B. im Buchhandel, zeigen jedoch, dass der stationäre Handel keineswegs der Verlierer in diesem Spannungsfeld sein muss. Allerdings muss sich der stationäre Handel auch verändern, d.h. auf traditionelle Stärken (Beratung, Erlebnis) zukünftig wieder besinnen und die Vorteile des Internets für sich nutzen.

Vor diesem Hintergrund sollen folgende Thesen die Wechselwirkung von stationärem Handel und E-Commerce untersetzen:

1. Das Internet spielt auch für den stationären Kauf eine immer größere Rolle

Der Konsument ist digital. Nach aktuellen Untersuchungen nutzen vier von fünf Verbrauchern Suchmaschinen, um lokale Informationen zu finden. Etwa 40% aller Suchanfragen haben einen lokalen Bezug, davon gehen schließlich 72% der Nutzer in einen Laden in der Nähe und ca. 49% kaufen nach ihrer mobilen Recherche auch im Laden ein.¹⁷ Daraus ist zu schlussfolgern, dass eine Internetpräsenz des jeweiligen Anbieters einen wesentlichen Beitrag zur Gewinnung von Käufern leisten kann. Die digitale Sichtbarkeit ist die große Herausforderung für den Händler. In der Konsequenz ist das Vorhandensein im Internet, z.B. über regionales Online-Marketing sozusagen die „Pflicht“ als Anbieter online aktiv zu werden, die „Kür“ ist ein darauf abgestelltes zukunftsfähiges Geschäftsmodell.

2. Die Gewinner werden Cross-Channel-Händler sein

Mit Cross-Channel werden mehrere Kanäle gezielt und integriert bedient und Geschäftsprozesse kanalübergreifend realisiert, darin finden sich die Anforderungen vieler Händler wieder. Es bedeutet, dass der Kunde nicht nur das gleiche Angebot über alle Kanäle hinweg erfährt, sondern er bekommt die Möglichkeit seinen Kaufprozess kanalübergreifend zu gestalten. Er kann sich online informieren und offline kaufen oder umgekehrt. Der Prozess ist integrativ und verfolgt das Ziel der nahtlosen Übergabe vom stationären zum Online-Kanal oder an den Kundenservice. Der Händler kann den Kunden auch animieren, den Kanal zu wechseln, falls entsprechende Kundeninteressen erkennbar sind. Cross-Channel ermöglicht Kundenkontakte in wesentliche breiterer Form und bedeutet damit auch mehr Umsatzchancen. Ein Verzicht auf diese Möglichkeiten schränkt die wirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven des Händlers stark ein.

3. Hybride Beratungsansätze werden für den stationären Handel überlebenswichtig

Smartphones und Tablets ermöglichen neue Formen der Warenpräsentation, der Beratung und können der Kundenansprache völlig neue Impulse verleihen. Sogenannte Digital In-Stores mit Smartphones, Tablets sowie interaktivem Mobiliar bieten den Kunden eine Vielzahl von Vorteilen.

¹⁷ Quellen: deutsche-startups.de 2014, Google-Studie 2014, „Zukunft und Potenziale von Location-based Services für den stationären Handel“, HDE 2014

Zum einen kann sich der Kunde interaktiv bereits im Geschäft informieren, sofern noch kein Verkäufer zur Beratung verfügbar ist, zum anderen bietet ein interaktives Ausprobieren von Produkten gleichzeitig ein Erlebnis, das auch für Promotionaktionen genutzt werden kann. Über eine Visualisierung können 3 D-Animationen, z.B. für die Raumgestaltung, eingesetzt und ein wesentlich größeres Warensortiment abgebildet werden als unmittelbar am Ort vorhanden ist. Die Vorteile für die Händler liegen in einer höheren Kundenverweilbarkeit, der Unterstützung im Beratungsgespräch und einem positiven Einkaufserlebnis mit nachhaltiger Kundenbindung. Ziel muss es sein, dass der Kunde die digitale als gute, persönliche Beratung empfindet. Dies ist aber gerade die Stärke des stationären Handels.

- 4. Der Flächenbedarf im stationären Handel wird sich durch Virtualisierung deutlich verändern**
Resultierend aus einer immer stärker segmentierten und individualisierten Kundennachfrage, die mit vertiefenden Sortimentsstrukturen einhergeht, sind in der Vergangenheit in verschiedenen Branchen die Flächen vor allem bei Fachmarktkonzepten stetig gestiegen. Diese Entwicklung wird durch die Möglichkeiten der Virtualisierung deutliche Veränderungen erfahren. Bei zunehmender Sortimentstiefe und -breite kann durch den Einsatz technischer Möglichkeiten wie Tablets die Produktpräsentation wesentlich flächensparender erfolgen. Insbesondere Zubehör, Nischenprodukte (Waren, die nicht ständig nachgefragt werden) und Variationen können so vielfältiger angeboten werden. Über die Virtualisierung der Warenpräsentation können die Vorteile des stationären Handels (persönlicher Kontakt, Beratung etc.) und der virtuellen Absatzkanäle optimal vereinigt werden. Dies eröffnet vor allem auch innerstädtischen Flächenangeboten wieder größere Chancen.
- 5. Der Einsatz innovativer Technologien im stationären Handel wird zur Selbstverständlichkeit**
Mit dem Einsatz innovativer Technologien im Handel bewegt sich der Einzelhändler auf „Augenhöhe“ mit dem Kunden. Es bildet sich eine neue Art von Verkaufsgesprächen heraus, die die Beratungskompetenz in eine neue Qualität führen kann und damit dem Kunden ein echtes Einkaufserlebnis vermittelt.

Es ist festzuhalten, dass zukünftig im Handel das Denken in On- und / oder Offline nicht mehr zeitgemäß ist, sondern die Verknüpfung zu einem echten 360-Grad-Service führt. Für den Händler steigt die Chance, mittels innovativer Angebotskonzepte den Kunden vor Ort zu binden und zusätzliche Umsätze zu generieren. Große Handelsunternehmen nutzen bereits die breite Palette der Vertriebskanäle um stationär aber auch rund um die Uhr für den Kunden präsent zu sein. Auch der inhabergeführte Fachhandel besitzt im Portfolio zukünftiger Handelswelten von Marken- und Produktinszenierung, Erlebnisbereichen auf der Fläche, Service- und Beratung sowie Präsenz im Netz über regionale Plattformen gute Chancen seine Marktposition zu stärken.

Der durch den wachsenden E-Commerce getriebene Strukturwandel erzeugt einen hohen Handlungsdruck für den Handel, der sich auf Standorte, insbesondere die Innenstadt, auswirkt. Beste Voraussetzungen, um Frequenzverlusten in der Innenstadt durch Abwanderung ins „Netz“ entgegenzuwirken, bieten attraktive, vielfältige Angebote und multifunktionale Erlebnisbereiche. Auch die Stadt ist gefordert, die Attraktivität des Standorts, insbesondere der Innenstadt zu erhalten und zu erhöhen. Funktionsvielfalt und hohe Aufenthaltsqualität sowie eine gute Erreichbarkeit stellen zentrale Aufgaben der Standortpolitik dar.

4.5. Sicherung einer qualifizierten, verbrauchernahen Grundversorgung durch das Zentren- und Standortkonzept

Die wirtschaftliche Tragfähigkeit ist das entscheidende Kriterium für die langfristige Sicherung einer qualifizierten verbrauchernahen Grundversorgung. Folglich ist die gezielte Entwicklung möglichst flächendeckender Nahversorgungsstrukturen eine wesentliche Aufgabenstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Zeulenroda-Triebes. Die seit der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Jahr 2008 bereits vollzogenen oder auch aktuell geplanten Standortentwicklungen von Lebensmittelmärkten bedürfen einer Überprüfung und Fortschreibung des Nahversorgungskonzeptes.

Als nahversorgungsrelevante Wettbewerbsentwicklungen seit 2008 sind noch einmal zusammenfassend zu berücksichtigen:

- Schließung des ehemaligen innerstädtischen Lebensmittelmarktes in der „Thüringer Hof-Passage“, im weiteren Stadtgebiet wurde außerdem der Lebensmittelmarkt im bisherigen Nahversorgungszentrum Heinrich-Heine-Straße geschlossen.
- Eine Erweiterung der Verkaufsfläche erfolgte für den Lebensmitteldiscounter (Diska) in der Friedrich-Engels-Straße.
- Betreiberwechsel ohne Veränderungen der Verkaufsflächendimensionierung erfuhren die Discounterstandorte im Ortsteilzentrum Triebes. Der Standort des ehemaligen Plus-Marktes am Triebesgrund wird gegenwärtig als Netto Marken-Discount betrieben, im gegenüberliegenden Discounterstandort an der Hauptstraße ist eine Diska-Filiale eingebunden.
- Eine zusätzliche Vollsortimenterfunktion mit gesamtstädtischer Ausstrahlung soll vom aktuellen Planvorhaben eines neuen Supermarktes an der Schopperstraße übernommen werden.

Aufbauend auf eine Bewertung der aktuellen Grundversorgungsfunktionen im Stadtgebiet (Abschnitt 4.5.1) ist letztgenanntes Planvorhaben hinsichtlich dessen städtebaulicher Auswirkungen und einer potenziellen Einbindung in die Standort- und Zentrenstrukturen zu prüfen (Abschnitt 4.5.2).

4.5.1. Aktuelle Nahversorgungsstrukturen im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes

Der Begriff „Grundversorgung“ deckt – bezogen auf den Einzelhandel – existentielle Bedürfnisse des Verbrauchers ab, die auf Waren des kurzfristigen Bedarfs ausgerichtet sind. Im Zusammenhang mit der Grundversorgung wird synonym auch von Nahversorgung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfs gesprochen, weil die Angebote unter städtebaulichen Gesichtspunkten von der Bevölkerung idealerweise fußläufig erreicht werden sollten. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Spannweite im Angebotsspektrum, welche verschiedene Anbieter / Betriebsformen des Lebensmittelhandels ebenso wie das weitere Warengruppenspektrum des kurzfristigen Bedarfs einschließt.

Zu den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen zählen Supermärkte, Lebensmitteldiscounter und Lebensmittel-Fachgeschäfte. Großflächige Betriebsformen, wie Große Supermärkte (Verbrauchermärkte) und SB-Warenhäuser können zwar ergänzende Nahversorgungsfunktionen übernehmen, im Schwerpunkt sprechen sie jedoch ein anderes Zielgruppenspektrum und ein umfassenderes Einzugsgebiet an. Verbrauchermärkte zielen vorrangig auf den Auto-Kunden zu wöchentlichen Großeinkäufen, weniger auf den täglichen Bedarf. Für Letzteren bevorzugen Kunden kleinere, übersichtlichere Lebensmittelmärkte bzw. bevorzugt Discounter als Nahversorger. Diese unterschiedlichen Zielgruppen bzw. das unterschiedliche Nachfrageverhalten der Kunden bezüglich der verschiedenen Betriebsformen sind in der Bewertung einer verbrauchernahen Grundversorgung einzubeziehen. Autoorientierte Standorte, insbesondere der großflächigen Betriebsformen, sollen eine verbrauchernahe Grundversorgung ergänzen, dürfen diese aber nicht gefährden.

Abbildung 4: Begriff der qualifizierten Grundversorgung


Im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes bauten die bisherigen Grundversorgungsstrukturen gemäß dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 verstärkt auf zentrale Versorgungsbereiche – vom innerstädtischen Lebensmittelmarkt über das Ortsteilzentrum Triebes bis zum Nahversorgungszentrum Heinrich-Heine-Straße – ergänzt durch integrierte Nahversorgungslagen, auf. Die zwischenzeitliche Schließung von Lebensmittelmärkten betraf ausschließlich diese Zentren, mit dem innerstädtischen Lebensmittelmarkt ging ein wesentlicher Magnetbetrieb verloren, das Nahversorgungszentrum ist nach Schließung des Lebensmittelmarktes praktisch nicht mehr existent. Eine Wiederbelebung dieser beiden ehemaligen Standorte ist nicht realistisch oder absehbar. Folglich ist die Funktionsteilung und -zuweisung in der Grundversorgung abgestimmt auf die aktuellen Versorgungsfunktionen neu zu bewerten und in eine städtebaulich anzustrebende Zentren- und Standortstruktur einzubinden (vgl. Abschnitt 5.4).

Aktuell sind 6 Lebensmittel-Discounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 4.472 m² ansässig. Die Vollsortimenterfunktion wird einzig vom Kaufland-Verbrauchermarkt wahrgenommen. Nachfolgende Tabelle bewertet diesen Besatz in Relation zum Bevölkerungspotenzial der Stadt Zeulenroda-Triebes.

Tabelle 9: Ansiedlung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes 2017

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m ²)	VKF je Objekt (m ²)	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m ²)	DICHTE-INDEX (%)
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	82.175.684	27.081	23.100.000	853	3.034	281	100
Stadt Zeulenroda-Triebes	16.901	6	4.472	745	2.817	265	94
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	82.175.684	1.962	9.800.000	4.995	41.884	119	100
Stadt Zeulenroda-Triebes	16.901	1	2.800	2.800	16.901	166	139
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1:2}	82.175.684	29.043	32.900.000	1.133	2.829	400	100
Stadt Zeulenroda-Triebes	16.901	7	7.272	1.039	2.414	430	107

VKF = Verkaufsfläche

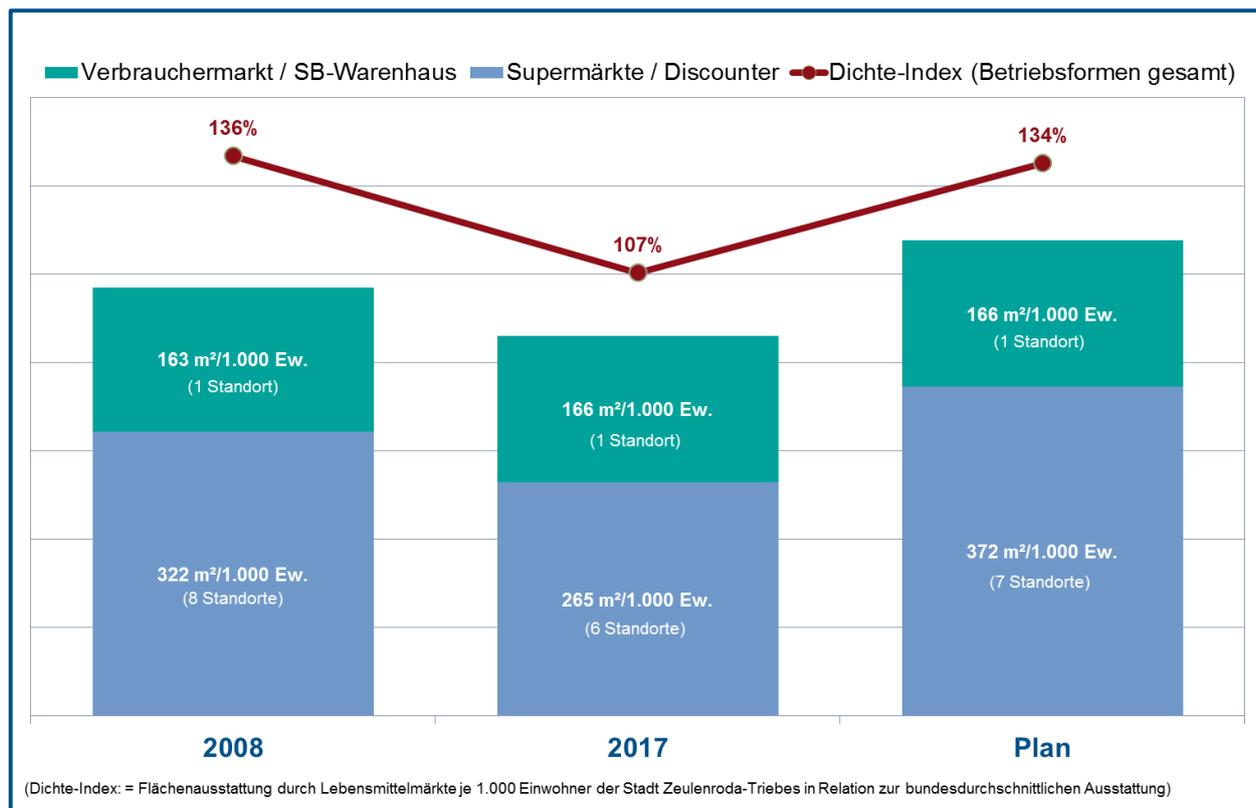
¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut

²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Durchschnittlich stehen durch diese Lebensmittelbetriebsformen insgesamt 430 m² Verkaufsfläche je 1.000 Einwohner zur Verfügung, dies sind 107% einer bundesdurchschnittlichen Ausstattung im Vergleich über alle Lebensmittelbetriebsformen. Für ein Mittelzentrum ist dieser Wert eher als unterdurchschnittliche Ausstattung zu werten, dies gilt insbesondere bei Differenzierung zwischen den nahversorgungsrelevanten Betriebsformen (in Zeulenroda-Triebes nur Discounter) und der regionalen Ausstrahlung des Verbrauchermarktes als Großbetriebsform.¹⁸ Bei der Bewertung dieser Daten für das Stadtgebiet ist aber zu beachten, dass in der benachbarten, vom Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes eingeschlossenen Gemeinde Langenwolschendorf (865 Einwohner) ein weiterer, großflächiger Supermarkt (REWE) besteht, welcher schwerpunktmäßig auf die Nachfrage von Zeulenroda-Triebes ausgerichtet ist. In der Gesamtbetrachtung von Stadt Zeulenroda-Triebes und der Gemeinde Langenwolschendorf würde sich der Dichte-Index für Supermärkte und Discounter auf ca. 118% erhöhen. Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept zielt jedoch auf eine Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung für die eigene Wohnbevölkerung vor Ort.

Diese Ergebnisse zur Flächenausstattung untersetzen noch einmal die Aussagen zur Bewertung der Kaufkraftbindung für den kurzfristigen Bedarfsbereich, einschließlich des Rückganges in den vergangenen Jahren. Zum Zeitpunkt der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2008 verfügt das Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes über eine deutlich höhere Ausstattung mit Lebensmittelmärkten, insgesamt ansässig waren 8 Discounter sowie der Verbrauchermarkt, zusammen repräsentierten diese Anbieter eine Flächenausstattung von 136% der bundesdurchschnittlichen Vergleichswerte.

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsflächenausstattung von Lebensmittelmärkten im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes 2008, 2017 und in der Plansituation mit neuem Supermarkt



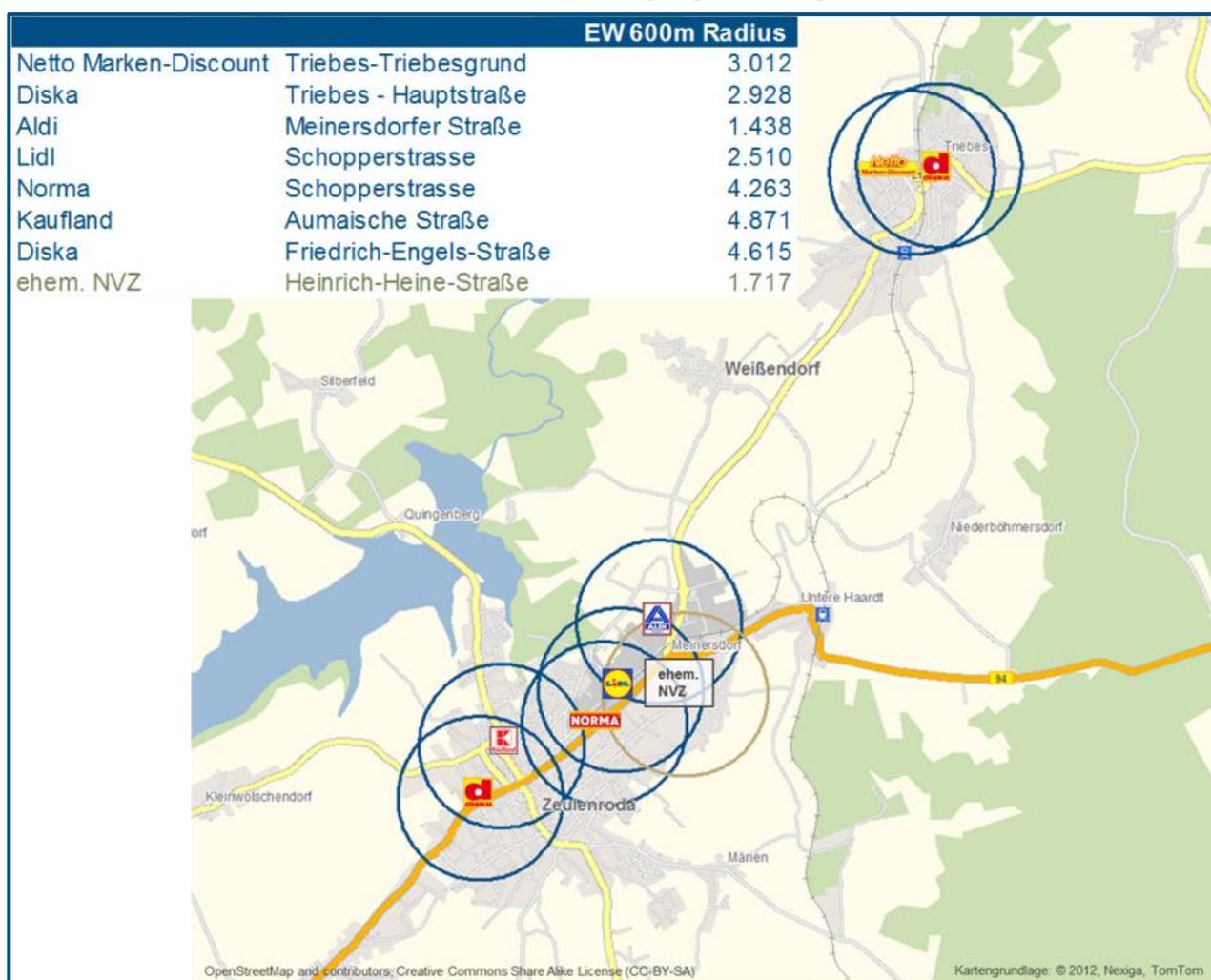
¹⁸ Die bundesdurchschnittliche Ausstattungskennziffer ist als Referenzwert, keinesfalls aber als Zielwert anzusehen. Ein Bundesdurchschnitt schließt sowohl eine hohe Ausstattung in zentralen Orten als auch ländliche Regionen mit sehr geringer bis fehlender Ausstattung ein. Für ein Mittelzentrum sind Ausstattungskennziffern mit nahversorgungsrelevanten Anbietern (Supermärkte, Discounter) bis zu einer Größenordnung von ca. 130% bis 140% als angemessen einzuschätzen, die ausgewiesenen 94

% für die Stadt Zeulenroda-Triebes 2017 decken nicht einmal die bundesdeutsche Ausstattung für die örtliche Bevölkerung. Auf regionale Versorgung ist lediglich die Dimensionierung des Verbrauchermarktes ausgelegt.

Mit den eingangs erläuterten Wettbewerbsentwicklungen in den Folgejahren ging die Anzahl der Discounter auf die aktuelle Anzahl zurück, die Flächenausstattung sank (selbst unter Berücksichtigung der Standortweiterung in der Friedrich-Engels-Straße) von 485 m² je 1.000 Einwohner (2008) auf derzeit 430 m² je 1.000 Einwohner (2017).

Die zwischenzeitlichen Standortentwicklungen seit der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2008 berühren unmittelbar die Frage einer zukünftigen Funktionsteilung zur möglichst flächendeckenden Nahversorgung. Nachfolgende Abbildung veranschaulicht für alle Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet ein Nahversorgungsumfeld von jeweils 600 m Umkreis.

Karte 4: Räumliche Struktur der aktuellen Nahversorgung im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes



Grundsätzlich sichert derzeit die Standortstruktur der Lebensmittelmärkte zumindest in der Kernstadt Zeulenroda und im Ortsteil Triebes auch eine gute fußläufige Nahversorgung für die Mehrheit der Einwohner. Größere Zeit-Wege-Aufwendungen sind partiell aus dem südöstlichen Bereich von Zeulenroda (Umfeld Märienstraße) und aus nördlichen Wohnlagen an der Aumaischen Straße erforderlich. In die Abbildung ist auch der Standort des Verbrauchermarktes (Kaufland) aufgenommen, welcher neben seiner gesamtstädtischen und regionalen Ausstrahlung auch Nahversorgungsfunktionen für die Siedlungsbereiche Stadtbachring und Rötlein übernimmt.

Als Charakteristik eines integrierten Nahversorgungsstandortes ist die Wohnbevölkerung im unmittelbaren Nahversorgungsumfeld (600 m) heranzuziehen. Oben in der Abbildung stehende Einwohnerdaten veranschaulichen dabei eine differenzierte Ausrichtung von funktionalen Nahversorgungsaufgaben.

Die Nahversorgung für die Stadtmitte verteilt sich schwerpunktmäßig auf die Discounterstandorte Diska in der Friedrich-Engels-Straße und Norma in der Schopperstraße, ergänzend auch auf den Verbrauchermarkt in der Aumaischen Straße. Diese drei Standorte weisen jeweils die höchste Einwohnerdichte in ihrem jeweiligen Nahversorgungsumfeld aus, mit Werten zwischen 4.260 bis fast 4.900 Einwohnern.

Im östlichen Stadtgebiet schließen sich Lidl (Schopperstraße) und Aldi (Meinersdorfer Straße) an, mit jeweils deutlich geringeren Einwohnerzahlen im unmittelbaren Umfeld.

Letzteres gilt auch für das ehemalige Nahversorgungszentrum in der Heinrich-Heine-Straße, im besten Sinne wohngebietsintegriert gelegen, sicherte jedoch ein begrenztes Nahversorgungspotenzial von lediglich ca. 1.700 Einwohnern im unmittelbaren Umfeld nicht die erforderliche wirtschaftliche Tragfähigkeit. Dessen ehemalige Nahversorgungsfunktion wird jetzt von den Standorten an der Schopperstraße und Meinersdorfer Straße weitestgehend mitgetragen.

Der Ortsteil Triebes verfügt bei ca. 3.000 Einwohnern über zwei Lebensmitteldiscounter, die beide zentral, in Sichtweite zueinander gelegen sind. Damit überschneiden sich die Einzugsbereiche der wohnortnahen Versorgung im starken Maße, decken zugleich aber auch, bis auf den südlichen Bereich, die Nahversorgung für den Ortsteil Triebes ab. Beide Lebensmittelmärkte sind in den zentralen Versorgungsbereich des Ortsteilzentrums eingebunden. Besonders der Netto Marken-Discount im Triebesgrund ist Anker und zugleich Teil eines kleinen multifunktionalen Zentrums.

Die Erreichbarkeit der abgebildeten Nahversorgungsstruktur sichert auch eine zumindest wohnortnahe Versorgung der peripheren Ortsteile. Eine verbesserte wohnungsnaher Versorgung kann in den kleinen Ortsteilen grundsätzlich nur über Kleinflächenkonzepte realisiert werden. Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

Die Etablierung kleinteiliger Angebotsstrukturen ist im Einzelfall aber stets an realistischen Bindungschancen auszurichten. Dabei zeigen sich zwei gegenläufige Tendenzen: Einerseits sind die Einkaufsgewohnheiten aufgrund bisher fehlender Angebote oft auf Kaufkraftabfluss manifestiert (z.B. Einkauf in Verbindung mit dem Arbeitsweg) und erfordern entsprechende Akzeptanz eines neuen kleinteiligen Anbieters, andererseits steigt mit der zunehmenden Alterung der Gesellschaft generell der Nachfrageanteil unmittelbar vor Ort bzw. im unmittelbaren Wohnumfeld. Aus der demographischen Entwicklung leiten sich folglich Chancen für die Nahversorgung ab. Eine zunehmend ältere Bevölkerung ist an einer wohnungsnahen, zumindest aber wohnortnahen Versorgung nicht nur interessiert (u.a. soziale Aspekte), sondern auch bei rückläufiger Mobilität darauf angewiesen. Außerdem sind die zunehmende Sensibilisierung für Umweltbelastungen und die steigenden Kosten des motorisierten Individualverkehrs zu berücksichtigen, beide Aspekte tragen dazu bei, dass immer häufiger „unnötige Fahrten“ vermieden werden. Dennoch ist in einem wohngebietsintegrierten Standort mit begrenztem Kundenpotenzial die tatsächliche Nachfrageabschöpfung realistisch zu bewerten. Erzielbare Bindungsquoten liegen bei maximal 15-20% der jeweiligen Nachfrage.

Ursachen für maximal erzielbare Bindungsquoten liegen in der Akzeptanz von Zeit-Distanz-Aspekten in Relation zum Einzelhandelsangebot durch den Konsumenten. Kunden orientieren verstärkt auf leistungsfähige Einzelhandelsstandorte, insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln ist seitens der Kunden jedoch eine parallele Einkaufsstättenwahl zu beobachten. Durchschnittlich versorgen sich Verbraucher nicht nur bei einer, sondern bei 4,25 Betriebsformen.

Kleinteilige Nahversorgungsstrukturen müssen sich dabei die Kundenakzeptanz erarbeiten. Der Preis, das Frischeangebot und die Qualität der Waren sind wichtige Faktoren, von denen die Entscheidung für einen Einkaufsort abhängt. Diesen Kriterien stehen aber auch Aspekte, wie persönliche Atmosphäre, Vertrauenswürdigkeit der Produkte (z.B. Produkte aus der Region) sowie das Bedürfnis nach Kommunikation, nach

„menschlicher Nähe“, gegenüber. Das zunehmende Gesundheitsbewusstsein und regionale Identität bieten Ansätze für neue Angebotsformen. Durch eine spezifische Angebotsausrichtung auf die unmittelbaren Kundenwünsche im Umfeld kann sich der Nahversorger im Standortwettbewerb abheben.

„Kleinteilige Nahversorger“ sind vergleichbar dem „Nachbarschaftsladen Zeulenroda-Triebes“ als typische Art der baulichen Nutzung zu charakterisieren, mit einer eigenständigen Ausprägung. Sie erweisen sich als Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m², sie unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Stadtteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Sie konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Conveniencestores.

Der Erhalt und die Sicherung der Nahversorgung ist eine städtebaulich wichtige Zielsetzung, die schließlich auch die Attraktivität des Wohnstandortes Zeulenroda-Triebes befördert.

Zur Sicherung flächendeckender Nahversorgungsstrukturen in der Stadt Zeulenroda-Triebes sind zukünftig zu vermeiden:

1. Standortentwicklungen ohne eigenständige Nahversorgungsfunktionen innerhalb des gesamtstädtischen Nahversorgungskonzeptes,
2. Standortentwicklungen (auch Verlagerungen), die ausgehend von der bisher ausgewogenen Verteilung im Stadtgebiet sukzessive zu Veränderungen der Nahversorgungsstrukturen führen,
3. eine zunehmende Dominanz autoorientierter Standorte zu Lasten wohnintegrierter, „echter“ Nahversorgungslagen.

Diesen Prämissen ordnet sich auch die nachfolgende Bewertung zur geplanten Neuansiedlung eines Supermarktes an der Schopperstraße unter.

4.5.2. Städtebauliche Verträglichkeit eines neuen Grundversorgungsstandortes zur Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen

Der Stadt Zeulenroda-Triebes liegt aktuell ein Planvorhaben für die Neuansiedlung eines Grundversorgungsstandortes an der Schopperstraße vor. Dieses Vorhaben umfasst:¹⁹

- einen Supermarkt (REWE) mit einer geplanten Verkaufsfläche von 1.821 m²
- einen Drogeriemarkt (dm) mit einer geplanten Verkaufsfläche von 650 m²
- einen Textilmarkt (bisher ohne Betreiberspezifikation) mit einer geplanten Verkaufsfläche von 200 m².

Das Planvorhaben soll im Schwerpunkt als ergänzender Vollsortimenter mit gesamtstädtischer Ausstrahlung fungieren und zugleich mittelzentrale Versorgungsfunktionen wahrnehmen, um im kurzfristigen Bedarfsbereich einer rückläufigen Kundenbindung entgegen zu wirken.

Eine städtebauliche Bewertung des Vorhabens erfolgt im Spannungsfeld zwischen einerseits der angestrebten, regionalen Magnetwirkung und andererseits der verträglichen Einbindung in die Nahversorgungsstrukturen von Zeulenroda-Triebes.

Mit dem Gesamtvorhaben werden zunächst unmittelbar die bisherigen Nahversorgungsstrukturen berührt, darüber aber auch die Steuerung des zentrenrelevanten Einzelhandels.

Auf Grundlage der Regelungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes aus dem Jahr 2009 ist die vollständige Realisierung grundsätzlich unzulässig. Gemäß den Zielen und dem Handlungsleitfaden zur Um-

¹⁹ Planung gemäß zugrundeliegendem Lageplan des Architekturbüro Zellmann, Stand 14.10.2016

setzung der Einzelhandels- und Zentrenkonzeption ist die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment den zentralen Versorgungsbereichen, prioritär der Innenstadt, vorbehalten. Ausnahmen bilden der Nachbarschaftsladen Zeulenroda-Triebes und die Etablierung neuer Nahversorgungslagen.²⁰

Die Einbindung des Planvorhabens in eine städtebaulich angestrebte Zentren- und Standortstruktur gemäß der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfordert für den Planstandort eine eigenständige, ergänzende Funktionszuweisung ohne städtebaulich relevante Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder bestehende Nahversorgungsstrukturen.

Nachfolgende Modellrechnung bewertet für die beiden Magnetanbieter Supermarkt (REWE) und Drogeriemarkt (dm) die Wechselwirkung aus erwarteter Zentralitätssteigerung und resultierenden Wettbewerbseffekten und erlaubt in diesem Sinne eine Bewertung städtebaulicher Effekte.

Tabelle 10: Modellrechnung zur Wechselwirkung von Zentralitätssteigerung und Wettbewerbseffekten durch einen Supermarkt und einen Drogeriemarkt an der Schopperstraße

		Supermarkt	Drogerie
Planvorhaben:	max. Verkaufsfläche	1.821 m ²	650 m ²
	zu erwartende Flächenproduktivität	3.750 €/m ²	5.300 €/m ²
	Umsatzerwartung gesamt	6,8 Mio. €	3,4 Mio. €
	Umsatzerwartung Lebensmittel	6,0 Mio. €	0,2 Mio. €
	Umsatzerwartung Drogerie	0,5 Mio. €	2,6 Mio. €
	Umsatzerwartung sonstige Nonfood	0,3 Mio. €	0,6 Mio. €
		Variante 1:	Variante 2:
		Supermarkt & Drogerie	Supermarkt alleinstehend
Umsatzherkunft:	notwendige Zentralitätssteigerung Lebensmittel für Planumsatz:	126%	125%
	notwendige Zentralitätssteigerung Drogerie für Planumsatz:	165%	114%
	realisierbare Zentralitätssteigerung Lebensmittel	123%	
	zusätzliches Umsatzpotenzial	5,1 Mio. €	5,1 Mio. €
	Umverteilungseffekte im Stadtgebiet	1,0 Mio. €	0,8 Mio. €
	realisierbare Zentralitätssteigerung Drogerie	125%	
	zusätzliches Umsatzpotenzial	1,1 Mio. €	0,5 Mio. €
Umverteilungseffekte im Stadtgebiet	2,0 Mio. €	0,0 Mio. €	
Wettbewerbseffekte:	Bestandsumsatz Lebensmittel	38,8 Mio. €	
	durchschnittliche Umverteilungsquote	2,7%	2,2%
	Bestandsumsatz Drogerie	5,2 Mio. €	
	durchschnittliche Umverteilungsquote	38,5%	0,0%

Quelle: BBE-Berechnung

Abgestimmt auf die Größendimensionierung, die regionale Kaufkraft und die örtliche Wettbewerbssituation ist für beide Anbieter mit einer unterdurchschnittlichen Flächenproduktivität zu rechnen²¹, letztlich ist eine realistischen Umsatzerwartung mit 6,8 Mio. € für den Supermarkt und 3,4 Mio. € für den Drogeriemarkt anzusetzen. Die Kernwarengruppen Lebensmittel und Drogerie werden von beiden Anbietern bedient, jeweils ergänzt durch sonstige Nonfood-Randsortimente. Die Umsatzstruktur ist oben stehender Tabelle zu entnehmen.

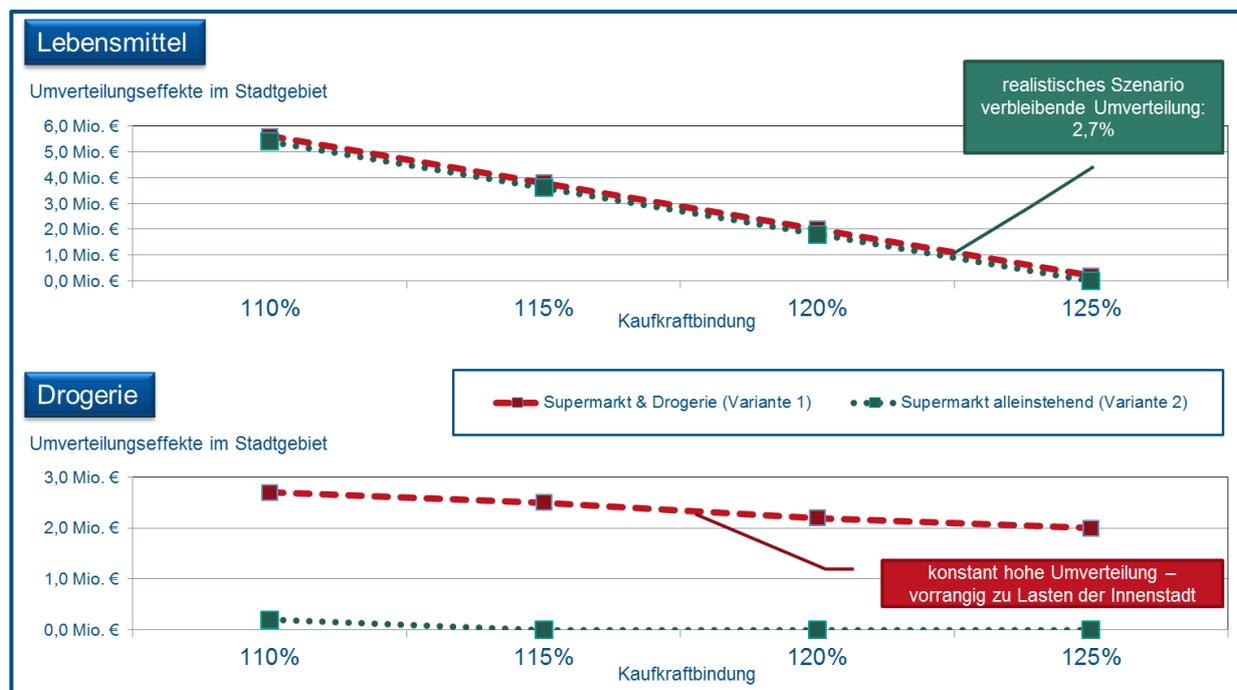
Die nachfolgende Modellrechnung prüft zwei Planungsalternativen:

- Variante 1 wie geplant die gemeinsame Realisierung beider Anbieter, der notwendige Planumsatz für Lebensmittel summiert sich auf 6,2 Mio. €, jener für das Drogeriesortiment auf zusammen 3,1 Mio. €.

²⁰ vgl. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Stadt Zeulenroda Triebes, 2009, Abschnitte V und VII

²¹ Die durchschnittliche Flächenproduktivität der dm-Drogeriemärkte beträgt 5.348 €/m², jene von REWE-Supermärkten beträgt 4.010 €/m². Diese Durchschnittswerte unterliegen jedoch einer großen Spannweite zwischen Regionen (Kaufkraft, Besiedlungsdichte) und in Abhängigkeit der Größendimensionierung. (Quelle GfK / TradeDimensions, Stand 31.12.2015)

- Variante 2 beschränkt sich auf einen alleinstehenden Supermarkt, die zu berücksichtigende Umsatz-
 erwartung beträgt folglich 6,0 Mio. € für Lebensmittel und 0,5 Mio. € für Drogeriesortimente.

**Abbildung 6: Wettbewerbseffekte in den Sortimentsbereichen Lebensmittel und Drogerie der bei-
 den Planungsalternativen in Abhängigkeit einer zu erreichenden Zentralitätssteigerung**


Die obenstehende Tabelle / Grafik verdeutlicht den Zusammenhang zwischen Zentralitätssteigerung der Stadt Zeulenroda-Triebes und Wettbewerbseffekten gegenüber Bestandsstrukturen in den beiden Hauptsortimenten und für beide Planungsalternativen. Dabei sind folgende wechselseitige Einflussfaktoren zu berücksichtigen:

- Ziel des Planvorhabens ist eine Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion in beiden Warengruppen. Die regionale Magnetwirkung ist zweifellos vom zukünftigen Betreiberkonzept abhängig, Anhaltspunkte bieten jedoch Bindungsquoten des Einzelhandels von Zeulenroda-Triebes vergangener Jahre. So sank die Bindungsquote für Lebensmittel zwischen 2008 und 2017 um 20 %-Punkte (vgl. Abschnitt 4.3).
- In der Variante 1 würde eine zusätzliche Umsatzbindung von 6,2 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel einer Steigerung der entsprechenden Bindungsquote von derzeit 108% auf zukünftig 126% erfordern. Für Drogeriewaren erfordert die zusätzliche Umsatzbindung von 3,1 Mio. € eine extreme Steigerung der Bindungsquote von aktuell 103% auf zukünftig 165%.
 In der Variante 2 wären nur zukünftige Bindungsquoten von 125% für Nahrungs- und Genussmittel sowie 114% für Drogeriewaren notwendig.
- Mit dem Planvorhaben an der Schopperstraße erscheint es realistisch, den rückläufigen Bindungsquoten der vergangenen Jahre entgegenzuwirken und den generellen Markt- und Nachfrageentwicklungen im Lebensmittelhandel zu entsprechen (vgl. Aussagen zur Nachfragebindung und Kundenorientierung im Abschnitt 4.3). Allerdings wurde bereits darauf verwiesen, dass infolge veränderter Rahmenbedingungen diese ehemalige Marktstellung nicht vollumfänglich zurückzugewinnen ist.

- Eine realistische Ziel-Bindungsquote ist bei ca. 123% für Nahrungs- und Genussmittel (ca. 15 %-Punkte über dem aktuellen Wert bzw. 3 %-Punkte unter dem Status zum Zeitpunkt des Zentrenkonzeptes 2008) anzusetzen. Für Drogeriemärkte ist eine leicht stärkere Kundenorientierung auf das Mittelzentrum zu erwarten, infolge fehlender, vergleichbarer Anbieter im weiteren Mittelbereich, die Ziel-Bindungsquote wird mit 125% angesetzt. Mit diesen Ziel-Bindungsquoten kann ein zusätzlicher Kaufkraftzufluss von 5,1 Mio. € für Nahrungs- und Genussmittel und von maximal 1,1 Mio. € für Drogeriesortimente in das Zeulenrodaer Stadtgebiet generiert werden.
- Die Differenz zum erwarteten Gesamtumsatz muss letztlich aus Umverteilungseffekten innerhalb des Stadtgebietes resultieren.
Für Nahrungs- und Genussmittel resultieren Umverteilungseffekte weitestgehend aus dem geplanten Supermarkt, in beiden Planungsvarianten liegt die notwendige Umsatzumverteilung zwischen 0,8 – 1,0 Mio. €. Dies entspricht einer Umverteilungsquote in den aktuellen Bestandsstrukturen zwischen 2,2% bis maximal 2,7%.
Für die Drogeriesortimente entstehen Umverteilungseffekte nur in der Variante 1, also bei Realisierung des geplanten Drogeriemarktes. Die anteiligen Drogerieumsätze eines alleinstehenden Supermarktes (Variante 2) können aus zusätzlicher Nachfragebindung abgedeckt werden bzw. führen zu keinen in der Modellrechnung nachweisbaren Auswirkungen jenseits der Spürbarkeitsschwelle. Durch den Drogeriemarkt sind innerhalb der Bestandsstrukturen dieses Sortimentsbereiches jedoch Umverteilungseffekte von ca. 2,0 Mio. € notwendig, dies entspricht einer extrem hohen Umverteilungsquote von 38,5%.

Die Folgewirkungen des Planvorhabens in den Bestandsstrukturen des Stadtgebietes Zeulenroda-Triebes sind somit betreiberspezifisch zu bewerten.

Die Umsatzerwartung eines Drogeriemarktes (dm) übersteigt deutlich die zusätzlichen Entwicklungsperspektiven und führt zu ausgeprägten Umverteilungseffekten. In Verbindung mit den Ergebnissen der aktuellen, standortbezogenen Angebotsstruktur (Tabelle 4, Abschnitt 4.2) ist davon auszugehen, dass diese Wirkungen sich zudem vorrangig auf die Innenstadt als derzeit maßgeblichen Angebotsstandort in diesem Sortimentsbereich beziehen.

Der neue Supermarkt (REWE) kann demgegenüber in einer vorrangig von Discountern geprägten Nahversorgungsstruktur ergänzende Versorgungsfunktionen für eine qualitativ erweiterte Grundversorgung übernehmen, ohne städtebaulich negative Auswirkungen in den Zentren- und Standortstrukturen auszulösen. Nachfolgende Tabelle untersetzt dies auch durch die prognostische Verkaufsflächenausstattung je 1.000 Einwohner nach Realisierung des neuen Supermarktes (analog zur Bewertung der Ist-Situation im vorangegangenen Abschnitt 4.5.1). Die Ausstattung durch den Verbrauchermarkt bleibt vom Planvorhaben unberührt. Entscheidend ist letztlich die Abstimmung der nahversorgungsrelevanten Betriebsformen (Supermärkte und Discounter) auf die örtlichen und regionalen Grundversorgungsfunktionen.

Mit einer geplanten Größendimensionierung von 1.821 m² zuzüglich zum bestehenden Discounterbesatz errechnet sich ein Flächenbesatz durch diese Betriebsformen von zukünftig 372 m² je Einwohner im Stadtgebiet. Diese Ausstattungskennziffer entspricht 132% des Bundesdurchschnittes, liegt somit auf dem im Abschnitt 4.5.1 aufgezeigten, typischen Ausstattungsniveau von Mittelzentren.

Die Gesamtausstattung aller Lebensmittelbetriebsformen in Relation zum Mittelbereich der Stadt Zeulenroda-Triebes bleibt auch zukünftig mit 95% unterhalb des Bundesdurchschnittes.

Tabelle 11: Entwicklung des Flächenbesatzes durch Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet von Zeulenroda-Triebes (incl. neuem Supermarkt an der Schopperstraße)

Region	Einwohner	Anzahl	VKF gesamt (m ²)	VKF je Objekt (m ²)	Einwohner je Objekt	VKF je 1.000 Einwohner (m ²)	DICHTE-INDEX (%)
Discounter + Supermärkte							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	82.175.684	27.081	23.100.000	853	3.034	281	100
Stadt Zeulenroda-Triebes	16.901	7	6.293	899	2.414	372	132
	Bestand 2017	6	4.472				
	Planvorhaben Schopperstraße	1	1.821				
Große Supermärkte + SB-Warenhäuser							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	82.175.684	1.962	9.800.000	4.995	41.884	119	100
Stadt Zeulenroda-Triebes	16.901	1	2.800	2.800	16.901	166	139
Grundversorgungsbereich	23.940	1	2.800	2.800	23.940	117	98
Lebensmittelbetriebsformen gesamt							
Vergleichsbasis Bundesrepublik ^{1,2}	82.175.684	29.043	32.900.000	1.133	2.829	400	100
Stadt Zeulenroda-Triebes	16.901	8	9.093	1.137	2.113	538	134
Grundversorgungsbereich	23.940	8	9.093	1.137	2.993	380	95

VKF = Verkaufsfläche

¹⁾ Quelle: EHI Retail Institut

²⁾ Definition: Großer Supermarkt 2.500 bis 4.999 m²; SB-Warenhaus ab 5.000 m²; Supermarkt 400 - 2.500 m²; Discounter entsprechend Angebotsstrategie

Diese Ausstattung wird den Funktionen des Mittelzentrums Zeulenroda-Triebes zweifellos gerecht, bei voraussichtlich rückläufigem Marktpotenzial im Stadtgebiet und im Mittelbereich (vgl. Abschnitt 3.3) ist eine stärkere Kundenbindung an den zentralen Ort und eine stärkere Funktionswahrnehmung auch in der Grundversorgung mittelfristig erforderlich.

5. Einzelhandelsstandortkonzept Zeulenroda-Triebes

5.1. Anforderungsprofil und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandortes Zeulenroda-Triebes

Die Sicherung und Entwicklung der mittelzentralen Funktion des Einzelhandelsstandortes Zeulenroda-Triebes ist eine übergeordnete Zielstellung der Stadtentwicklung. Diese impliziert, dass Zeulenroda-Triebes als Standort für gehobene Einrichtungen im wirtschaftlichen, sozialen, kulturellen und politischen Bereich und für weitere private Dienstleistungen zu sichern und zu entwickeln ist. Diese Aufgabenstellung stellt vor dem Hintergrund einer auch zukünftig weiter schrumpfenden Bevölkerung eine Herausforderung dar, die konsequente Handlungsleitlinien erfordert. Bezogen auf die Einzelhandels- und Zentrenentwicklung leiten sich diese aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Stadt Zeulenroda-Triebes, den daraus resultierenden Bewertungen sowie weiteren allgemeinen Rahmenbedingungen (z.B. demographische Entwicklung, Angebots- und Nachfragesituation, verkehrliche Situation) ab.

In Wahrnehmung der Funktion als Mittelzentrum muss die Stadt Zeulenroda-Triebes sowohl für die eigene Wohnbevölkerung als auch für den zugewiesenen Grundversorgungsbereich über ein entsprechendes Angebot an Handelseinrichtungen verfügen, die sowohl die Nachfrage nach qualifiziertem Grundbedarf sowie ein breites Spektrum des gehobenen Bedarfs abdecken.

Die Stadt Zeulenroda-Triebes erzielt ihre regionale Ausstrahlung gegenwärtig in der Wechselbeziehung des urban gewachsenen innerstädtischen Zentrums und der Einzelhandelsagglomerationen um den Kaufland-Verbrauchermarkt sowie an der Meinersdorfer Straße. Dabei hebt sich aber die Innenstadt in ihrer Individualität geprägt durch Fachgeschäfte sowie des Mixes der Betriebsformen von den anderen Standorten ab. Die Attraktivität und Ausstrahlung des Einzelhandelsstandortes Zeulenroda-Triebes wird auch zukünftig maßgeblich von den urbanen Strukturen geprägt.

Der Erhalt und die Stärkung der Zentralität der Stadt Zeulenroda-Triebes bedürfen deshalb vor allem eines Schutzes des innerstädtischen A-Zentrums. Eine weitere Zergliederung des Einzelhandelsbesatzes mit folgendem Attraktivitätsverlust der Innenstadt, der sich schon jetzt in Leerständen abzeichnet, schädigt nicht nur die Einzelhandelsstrukturen und städtebaulichen Strukturen innerhalb der Stadt Zeulenroda-Triebes, sondern schwächt insgesamt die Funktion als Mittelzentrum.

Ausstrahlungskraft in die Region und Kaufkraftbindung bilden ein komplexes Wechselspiel. In einer realistischen Betrachtung zur regionalen Ausstrahlung der Stadt Zeulenroda-Triebes gilt es auch die Nähe zu zwei Oberzentren sowie zum Mittelzentrum Greiz zu berücksichtigen. Die Sicherung und Stärkung der Zentralität bedarf somit einer starken Magnetwirkung basierend auf einer traditionellen Kundenbindung. Grundlegende Herausforderung ist umso mehr, die Attraktivität und Qualität des Mittelzentrums zu erhalten und weiter auszubauen.

Das Anforderungsprofil für das Mittelzentrum Zeulenroda-Triebes wird durch folgende Prämissen und Handlungsschwerpunkte untersetzt:

- Durch eine räumlich gezielte Steuerung und Konzentration des Einzelhandels sollen die beiden zentralen Versorgungsbereiche gestärkt werden, mit dem Ziel, die urbanen Qualitäten einer lebendigen Stadt zu erhalten.
- Der innerstädtischen Entwicklung wird oberste Priorität eingeräumt, die Stadt Zeulenroda-Triebes verfügt über ein urban gewachsenes Stadtzentrum, welches in der Funktion eines Hauptgeschäftszentrums gestärkt werden soll. Mit 20% Anteil an der Verkaufsfläche und einem 28%igen Umsatzanteil füllt die Innenstadt diese Funktion gegenwärtig nur bedingt aus. Die städtebaulichen Entwicklungsziele müssen auch eingedenk der umfassenden Sanierungsmaßnahmen mit hohen investiven Aufwendungen privater sowie öffentlicher Träger, auf die Stärkung und Weiterentwicklung einer attraktiven Innenstadt mit Ausstrahlung in das Einzugsgebiet gerichtet sein.

- Die Innenstadt bedarf eines Schutzes bestehender Strukturen, dazu gehört insbesondere auch die Thüringer Hof-Passage. Dieser Standort sollte nicht durch branchenspezifisch konkurrierende Ansiedlungen an dezentralen oder verkehrsorientierten Standorten gefährdet werden. Die räumliche Präsenz der Innenstadt, gefördert durch die funktionale Einheit von Hauptgeschäftslage Schleizer Straße und Thüringer Hof-Passage, ist eine wesentliche Voraussetzung für die Ausstrahlungskraft des Hauptzentrums.
- Die Strukturierung der Zentrenstruktur orientiert sich an überschaubaren Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereichen.
- Unter Zuhilfenahme planungsrechtlicher Instrumentarien sollte die Durchsetzung des Zentrenkonzeptes konsequent verfolgt werden.
- Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelseinrichtungen mit überwiegend innenstadtrelevantem Sortiment können nur in städtebaulich integrierter Lage erfolgen, haben sich den Versorgungsfunktionen und Ansiedlungsprämissen des Zentrenkonzeptes unterzuordnen und sind nur dann zulässig, wenn sie zur Stärkung städtebaulicher Funktionen beitragen.
- Städtebaulich integriert ist in dem Sinne zu fassen, dass eine weitgehende Integration in zentrale Versorgungsbereiche vorliegt, die auch für nichtmobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen sind.
- Die Optimierung der Erreichbarkeit von Versorgungseinrichtungen des Einzelhandels wird durch eine verbesserte Zusammenführung der Funktionen Wohnen, Arbeiten und Erholung hergestellt.

5.2. Leitziele einer abgestimmten Standort- und Zentrenentwicklung

Die Marktentwicklung im Einzelhandel soll mit dem vorliegenden Zentrenkonzept in geordnete Bahnen gelenkt werden. Ziel ist ausdrücklich nicht der Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, im Mittelpunkt steht vielmehr eine geordnete Standortentwicklung, die den Einzelhandel in übergeordnete Ziele der Stadtentwicklung einbindet.

Mit dem Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept werden nachfolgende Ziele verfolgt, die Zielvorstellungen der Stadtentwicklungsplanung aufgreifen und diese speziell für die Einzelhandelsentwicklung konkretisieren und untersetzen.

- **Stärkung der mittelzentralen Funktion und der Zentralität der Stadt Zeulenroda-Triebes durch den Erhalt und eine qualifizierte Weiterentwicklung zentraler Versorgungsbereiche** – Die Analyse zeigt, dass die Spielräume für Wachstum im Einzelhandel nur sehr gering sind, dass nur ein branchenspezifischer Ausbau und insbesondere eine räumlich-strukturelle Weiterentwicklung der Angebotssituation die Ziele der Einzelhandelsentwicklung in Zeulenroda-Triebes sicherstellen können. Dies erfordert ein hierarchisch gestuftes Zentrengefüge in dem die Innenstadt als Hauptzentrum fungiert.
- **Erhalt, Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt als multifunktionales Zentrum für die gesamte Region** - knüpft an die vorangestellte Zielsetzung an. Die regionale Ausstrahlung der Stadt Zeulenroda-Triebes als Einzelhandelsstandort wird maßgeblich durch die attraktive Innenstadt mit profiliertem und konzentriertem Einzelhandelsangebot bestimmt. Deren Sicherung innerhalb des Wettbewerbes mit innerörtlichen und regionalen Einzelhandelsstandorten stellt ein grundlegendes Leitziel dar. Dazu gilt es auch die räumlichen Entwicklungspotenziale auszuschöpfen.
- **Kompaktheit gewachsener Stadtstrukturen** – zielt auf eine Verknüpfung von Daseinsfunktionen Leben – Wohnen – Arbeiten und auf die Zuordnung bestimmter Versorgungsfunktionen, d.h. Zentren sind u.a. Bestandteil der sie umgebenden Wohnbebauung.

- **Urbanisierung statt Devastierung** – weiterhin Konzentration auf städtebaulich wesentliche Strukturen statt einer Zergliederung ist dringend angezeigt, um bei rückläufiger Nachfrage auch zukünftig der Stadtstruktur aus Einzelhandelsicht eine Entwicklungsperspektive zu geben. Eine Entwicklung zusätzlicher Einzelhandelsstandorte konkurrierend zum nachfolgenden Zentren- und Standortsystem ist auszuschließen.
- **Sicherung eines hierarchischen Zentren- und Standortgefüges** – ein hierarchisch gestuftes Zentren- und Standortgefüge bietet die beste Gewähr zum einen für fußläufig erreichbare Nahversorgung in den Stadtgebieten, zum anderen für den Erhalt und Ausbau eines für ein Mittelzentrum adäquates, attraktives Stadtzentrum. Die einzelnen Zentren und ergänzende, funktional abgestimmte Einzelhandelsstandorte (Nahversorgungslagen, Ergänzungsstandorte) sollen eine Größendimensionierung entsprechend ihrer Versorgungsfunktion und ihres Einzugsgebietes aufweisen, dabei die übergeordneten zentralen Versorgungsbereiche in deren Funktion nicht beeinträchtigen.
- **Erhalt und Verbesserung der wohnungsnahen Versorgung für den täglichen Bedarf** – Nahversorgung in fußläufiger Erreichbarkeit (600 m) ist ein wesentlicher Bestandteil von Lebensqualität. Nahversorgungslagen in den Wohngebieten sind Kristallisationspunkte des urbanen Lebens und gewinnen unter Berücksichtigung der zu erwartenden demographischen Entwicklung weiter an Bedeutung. Tendenziell rückläufige Bevölkerungszahlen gefährden zunächst wohngebietsintegrierte Angebotsstrukturen mit ihren i.d.R. begrenzten Einzugsbereichen. Die Präferenz einer wohngebietsintegrierten Versorgung gegenüber autoorientierten Standortlagen ist erklärtes Ziel des Zentrensystems und unterstützt gleichzeitig das grundsätzliche Ziel der Stadtentwicklung, notwendiges Verkehrsaufkommen zu begrenzen.
- **Orientierung an der Zielsetzung einer nachhaltigen Stadtentwicklung** - hierzu gehört neben der Integration in Wohnfunktionen insbesondere die Erreichbarkeit der Zentren zu Fuß und Rad, mittels guter ÖPNV-Erschließung, eine effiziente Auslastung der Verkehrsinfrastruktur durch die Steuerung der Verkehrsströme (Leitsysteme) und im Sinne einer „Stadt der kurzen Wege“ geknüpftes Versorgungsnetz, welches auch Verkehrsaufkommen mindert.
- **Erhalt und Schaffung von Rechts-, Planungs- und Investitionssicherheit in zentralen Einkaufsbereichen** – Die Ausrichtung der Zeulenroda-Triebeser Einzelhandelsentwicklung an das Zentren- und Standortsystem sichert nicht nur den Erhalt attraktiver und lebenswerter Stadtstrukturen sondern gewährleistet auch für alle an der Einzelhandelsstandort- und Zentrenentwicklung Beteiligten eine Planungssicherheit gegenüber städtebaulich ungeeigneten Entwicklungen.

Eine Konzentration auf funktionale Schwerpunktbereiche und standortspezifische Versorgungsaufgaben unter Berücksichtigung des prognostizierten Bevölkerungsrückganges und Maßnahmen der übergeordneten Stadtentwicklung führt insgesamt zu einer straffen Zentren- und Standortgliederung in überschaubare aber auch wirtschaftlich tragfähige Lebens-, Wirkungs- und Versorgungsbereiche (funktional und räumlich). Sie wirkt einer Zergliederung der Einzelhandelsstrukturen entgegen und trägt zur kleinräumigen Stadtentwicklung ebenso bei, wie zur Gesamtausstrahlung der Stadt Zeulenroda-Triebes als Einzelhandelsstandort.

5.3. Grundstruktur des Einzelhandelsstandort- und Zentrensystems

Das nachfolgend empfohlene Zentren- und Standortkonzept baut auf den bisherigen Einzelhandelsstrukturen der Stadt Zeulenroda-Triebes auf, ist ausgerichtet an der Leitfunktion des Einzelhandels in multifunktional gestalteten Angebotsstrukturen und strukturiert zwischen gesamtstädtischen bis regionalen Versorgungsfunktionen sowie Nahversorgungsfunktionen in differenzierter Ausprägung.

Grundsätzlich zu unterscheiden ist zwischen städtebaulich integrierten Versorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche), wohnortintegrierten Nahversorgungsstandorten und nicht integrierten Ergänzungsstandorten bzw. Sondergebieten des großflächigen Einzelhandels.

Zentrale Versorgungsbereiche:

- „Zentrale Versorgungsbereiche“ sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z.B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken, in jedem Fall müssen sie eine zentrale Funktion mit städtebaulichem Gewicht übernehmen.²²
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.
- Nach der Vorstellung des Gesetzgebers können sich zentrale Versorgungsbereiche nicht nur aus planerischen Festschreibungen, sondern auch aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben.
- Grundsätzlich gliedert sich ein hierarchisches Zentrensystem in Stufen unterschiedlicher Versorgungsfunktionen, i.d.R. dargestellt als A- bis C-Zentren. Darunter beschreibt ein A-Zentrum einen innerstädtischen, zentralen Versorgungsbereich mit gesamtstädtischen und regionalen Versorgungsfunktionen. Dem nachgeordnet sind B-Zentren als Stadtteilzentren mit entsprechend stadtteilbezogenen Versorgungsfunktionen im kurzfristigen und auch mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich. C-Zentren oder Nahversorgungszentren zielen vorrangig auf die Nahversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich.
- Die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche der Stadt Zeulenroda-Triebes unterscheidet zwischen dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt (A-Zentrum) und dem Ortsteilzentrum Triebes (B-Zentrum), nachgeordnete Nahversorgungszentren (C-Zentren) bestehen im Stadtgebiet nicht.

Nahversorgungslagen und kleinteilige Nahversorger:

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich, erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.

²² Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil vom 11.10.2007 (BVerwG 4 C 7.07)

- Nahversorgungslagen sind gekennzeichnet durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter), i.d.R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).
- Entscheidendes Kriterium sind ergänzende Nahversorgungsfunktionen zu den zentralen Versorgungsbereichen (A- und B-Zentren). Die Standorte mit idealerweise wohngebietsintegrierter Lage übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen. In Ausnahmefällen sind auch Randlagen zu Wohngebieten denkbar, wenn die Standorte strukturell zur besseren flächendeckenden Nahversorgung eines gesamten Wohngebietes oder Stadtteiles beitragen.
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Kleinteilige Nahversorger sind Lebensmittel-Fachgeschäfte bis zu einer Verkaufsfläche von 400 m², sie unterstützen die fußläufige Nahversorgung in unterversorgten Wohngebieten oder kleineren Ortsteilen, in denen Lebensmittelmärkte keine wirtschaftliche Tragfähigkeit finden. Sie konzentrieren sich auf das Kernsortiment Lebensmittel und sind ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem fußläufigen Wohnumfeld, sie sind vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Conveniencestores.²³ Geeignete Standortlagen sind gekennzeichnet durch ein zwar begrenztes aber eigenständiges Bevölkerungs- und Nachfragepotenzial, bereits größere Entfernungen zu Wettbewerbsstandorten und eine hohe Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnstandort.

Mit der Aufnahme der Nahversorgungslagen einschließlich kleinteiliger Nahversorger in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Zeulenroda-Triebes wird ihre funktionale Bedeutung für die örtlichen Versorgungsstrukturen und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert. Das Begriffsverständnis städtebaulich integrierter Standorte für die Nahversorgung stützt sich auf eine räumliche und funktionale Einbindung innerhalb eines umliegenden Lebens- und Erlebnisraumes (Stadt- und Ortsteile, Wohngebiete).

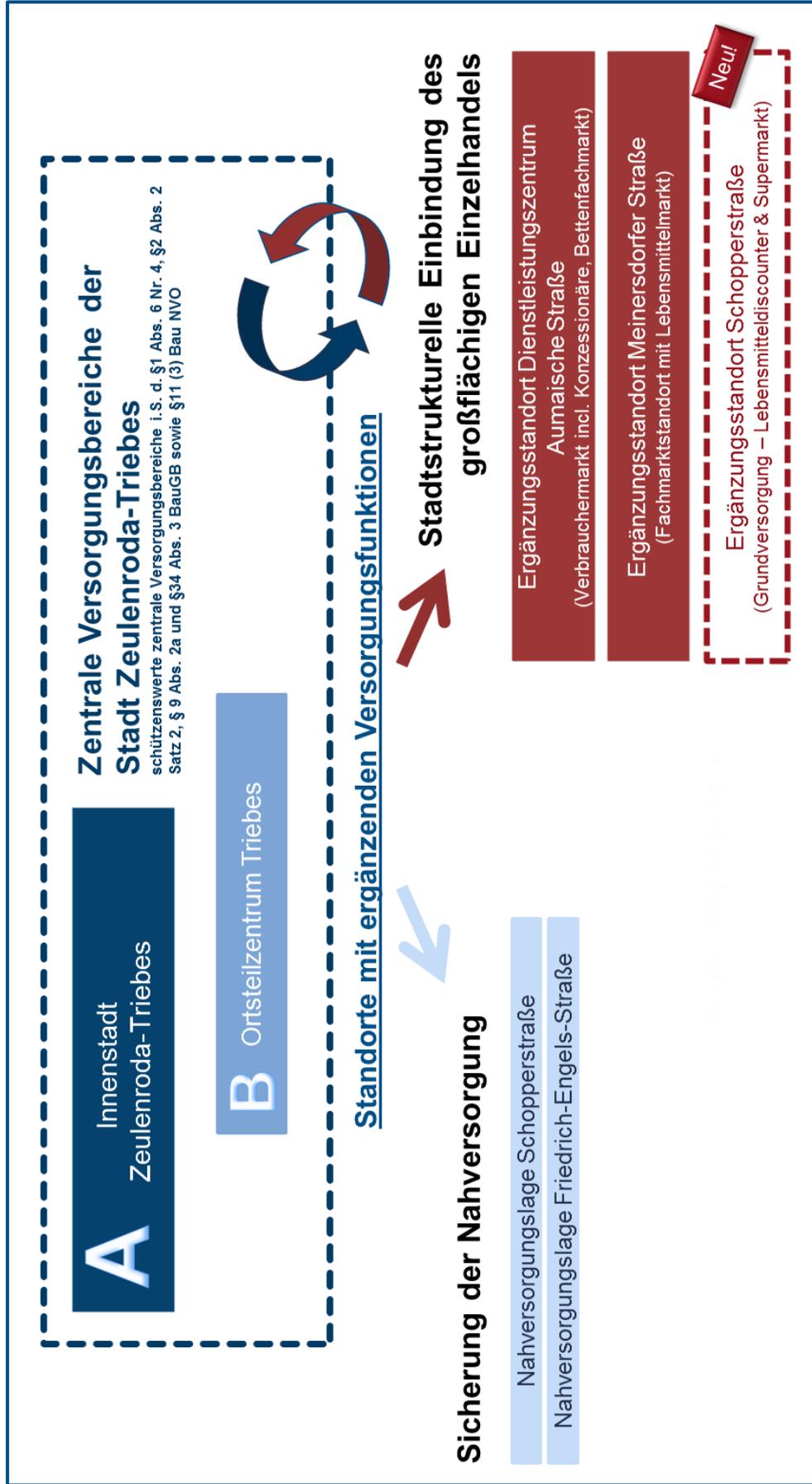
Mit diesem Zentren- und Standortkonzept, dessen Abstufung von A- und B-Zentren sowie weiteren Standortstrukturen mit ergänzenden Versorgungsfunktionen auch als Wertigkeit und Präferenz zu verstehen ist, werden konzeptionelle Vorgaben für die Einzelhandelspolitik der Stadt fixiert: Schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche sind das übergeordnete A-Zentrum sowie das B-Zentrum als Träger einer ortsteilbezogenen Nahversorgung.

Bei Einzelhandelsstandorten mit ergänzenden Versorgungsfunktionen ist zu unterscheiden zwischen den beiden Schwerpunktbereichen „Sicherung der Nahversorgung“ und „Stadtstrukturelle Einbindung des großflächigen Einzelhandels“.

Folgende Zentren- und Standortgliederung und deren funktionale Arbeitsteilung wird empfohlen:

²³ vgl. zum Anlagentyp kleinteiliger Lebensmittelgeschäfte auch folgende Entscheidungen des Bundesverwaltungsgerichts: BVerwG 4 BN 39.04 vom 08.11.2004, BVerwG 4 B 54.08 vom 18.02.2009, BVerwG 4 BN 9.11 vom 26.07.2011

Abbildung 7: Zentren- und Standortkonzept der Stadt Zeulenroda-Triebes



Im Einzelnen sind die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte wie folgt zu definieren und bestehenden Standortstrukturen der Stadt Zeulenroda-Triebes zuzuordnen:

**A-Zentrum – Innenstadt
Zeulenroda-Triebes**

- umschließt die räumlichen Entwicklungspotenziale eines funktional zusammenhängenden innerstädtischen Einkaufsbereiches
- image- und identitätsprägendes Stadtzentrum
- Schwerpunkt der mittelzentralen Versorgungsstruktur – gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung
- umfassendes Branchenmixkonzept bis in den spezialisierten, höheren Bedarf
- Einzelhandel als ein frequenzbringender Schwerpunkt - Fachgeschäftsstrukturen mit individuellen Angebotskonzepten
- Strategie der qualifizierten Entwicklung – Verdichtung der Angebotsstrukturen durch gezielte Ansiedlung von Magneten auf Potenzialflächen, Optimierung des Flächenbestandes & Qualifizierung der Konzepte

**B-Zentrum –
Ortsteilzentrum Triebes:**

- überwiegende Ausrichtung auf umfassende Grundversorgung der Ortsteilbevölkerung mit einem ortsteilbezogenen Einzugsbereich
 - städtebaulich integriertes Zentrum zur umfassenden Grundversorgung mit fußläufiger Erreichbarkeit, per PKW und mit ÖPNV-Anschluss
 - Angebotsspektrum des Grundbedarfs, d.h. kurzfristiger und ergänzender mittelfristiger Bedarf, letzterer in der Ausprägung als „Nachbarschaftsladen Zeulenroda-Triebes“
 - Lebensmittelmärkte sind als strukturbildende Betriebe vorhanden, weiterhin im Umfeld sind in der Regel zusätzlich vorhanden: mehrere Einzelhandelsbetriebe für den täglichen Bedarf bis zum ergänzenden mittelfristigen Bedarf, weiterhin haushaltsorientierte Dienstleistungsbetriebe (z.B. Post, Friseur, Servicestelle einer Bank) und/oder Gesundheitsdienstleistungen (z.B. Ärzte, Krankengymnastik) und/oder Gastronomiebetriebe.
 - Verkaufsflächendimensionierung maximal 3.000 m², Anbieterstruktur mit bis zu 2 großflächigen Betrieben (>800 m²) und ca. 10 sonstige Betriebe.
-

Nahversorgungslagen

zuzurechnen sind:

- Schopperstraße
- Friedrich-Engels-Straße

- Versorgungsfunktion: fußläufige Versorgung mit Lebensmittel ergänzend zu zentralen Versorgungsbereichen
 - grundsätzlich definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmarkt mit ergänzendem Lebensmittelhandwerk (Bäcker/Fleischer) im Eingangsbereich
 - städtebaulich integrierte Lage ist auch für nicht mobile Bevölkerungsgruppen gut erreichbar und über den ÖPNV gut erschlossen
 - Verkaufsflächendimensionierung in Abstimmung mit dem Nahversorgungspotenzial im Regelfall unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (< 800 m² VKF) – bei ausschließlicher Übernahme von Nahversorgungsfunktionen auch großflächig (Nachweis der städtebaulichen Verträglichkeit)
-

5.4. Zentren- und Standortstrukturen im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes

Für die zentralen Versorgungsbereiche werden Zentrenpässe erstellt, die zusammenfassend räumliche Abgrenzung und Lage im Stadtgebiet, Versorgungsfunktionen und Einzugsbereiche sowie die Entwicklungsziele des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches darstellen.

Diese Zentrenpässe charakterisieren schützenswerte zentrale Versorgungsbereiche im Sinne des aktuellen Baurechts (Schutz zentraler Versorgungsbereiche mit § 9 Abs. 2a BauGB). Sie sind in der Anlage des Zentrenkonzeptes beigegefügt

5.4.1. Hauptzentrum (A-Zentrum) Innenstadt

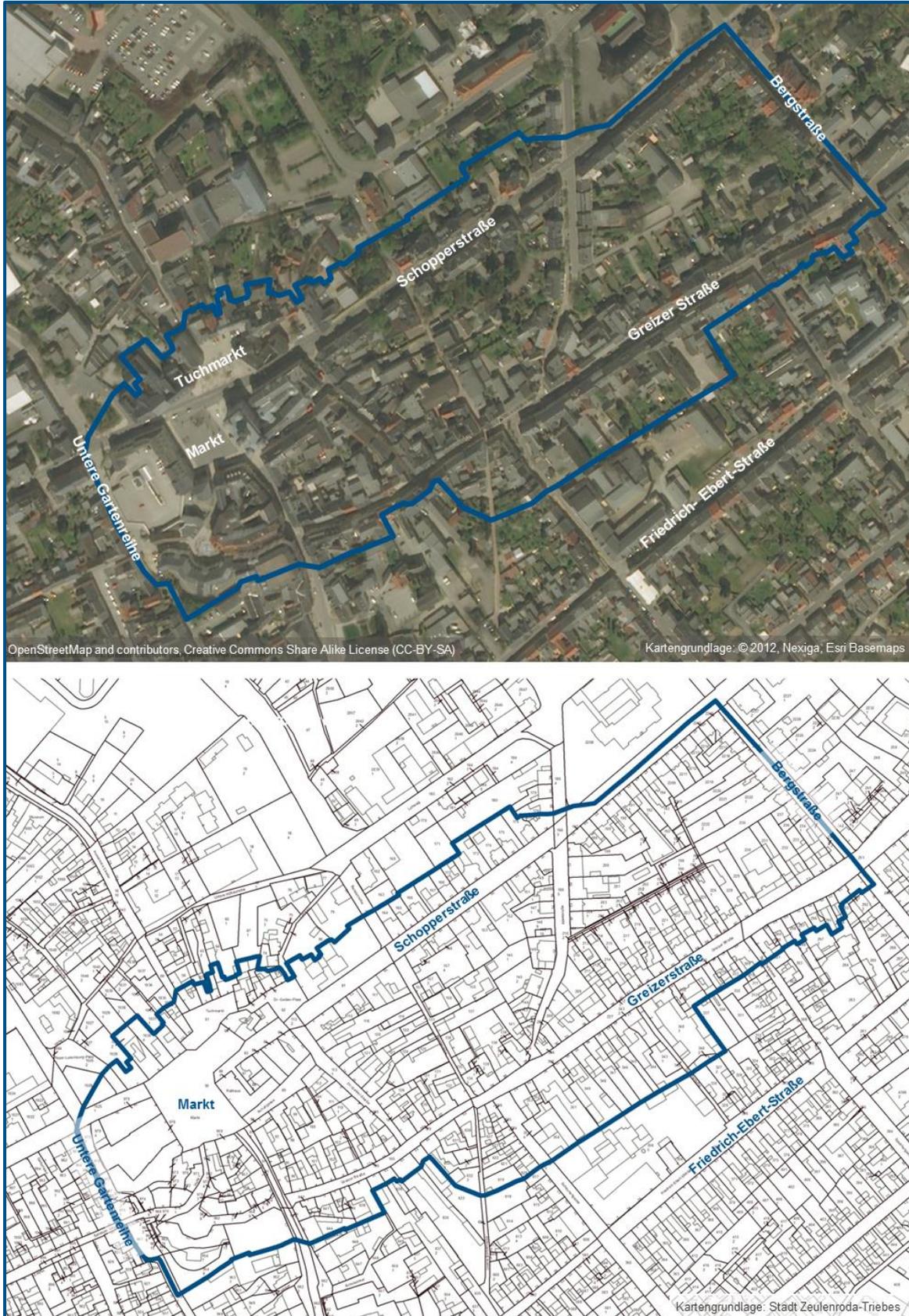
Der Fokus des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist auf eine Stärkung und Weiterentwicklung des A-Zentrums gerichtet. Die Stadt Zeulenroda-Triebes verfügt über ein urban gewachsenes innerstädtisches Zentrum. Die Innenstadt umschließt nördlich den Tuchmarkt / Dr.-Gebler-Platz, ein Teilstück der Schopperstraße und wird östlich von der Bergstraße eingegrenzt. Der südliche Verlauf bindet die Grundstücke der Greizer Straße ein. Die Untere Gartenreihe bildet den westlichen Abschluss. Die exakte Abgrenzung ist in der folgenden Abbildung nachvollziehbar. Nach Überprüfung erfolgte gegenüber der räumlichen Abgrenzung im Einzelhandelskonzept 2009 eine Veränderung, die sich ausschließlich auf den südlichen Bereich des A-Zentrums konzentriert. Im Sinne einer notwendigen Verdichtung der innerstädtischen Geschäftslagen wurde aktuell eine Begrenzung auf die Flurstücksgrößen des eingebundenen Teilstücks der Greizer Straße vorgenommen.

Die Ausdehnung des Hauptgeschäftszentrums bedingt eine differenzierte Bewertung in der Qualität als Einzelhandelsstandort. Positiv hervorzuheben ist die Verbindung von Handel, Wohnstandort und anderweitig Frequenz stärkenden Strukturen, wie Stadtverwaltung, Gastronomie und Dienstleistern (u.a. Banken), die die Urbanität des Standorts untersetzen. Die Thüringer Hof-Passage in Verbindung mit der Schleizer Straße stellt einen funktional zusammenhängenden Hauptgeschäftsbereich dar, während der Besatz und die Frequenzen in der Greizer Straße bereits deutlich geringer sind. Dies trifft auch auf kreuzende bzw. darauf zulaufende Straßen, wie die Schopperstraße, Kirchstraße, die Schuhgasse, die Bendenreihe, der Tuchmarkt u.a. die ebenfalls über Einzelhandelsgeschäfte verfügen. Die Dichte des Besatzes ist hier aber wesentlich geringer als in der Haupteinkaufslage.

Im Hinblick auf das Angebotsniveau in Kombination mit den städtebaulichen Qualitäten bietet die Innenstadt von Zeulenroda-Triebes weiterhin Entwicklungspotenzial. Die Inszenierung des Angebots und Schaffung von Erlebnisbereichen ist ein zentraler Punkt einer zukünftigen innerstädtischen Entwicklung. In diesen Kontext sind auch eine kreative Warenpräsentation, Servicequalität und Beratungsintensität einzubinden.

Die Angebotsanalyse zeigte bereits, dass die Innenstadt (A-Zentrum) die größte Anbietervielfalt bietet, jedoch bei überwiegend kleinteiligen Verkaufsflächen. Nur wenige Magnetanbieter verfügen über größere Verkaufsflächen (vgl. Abschnitt 4.4.2). Grundsätzlich ist sicherlich festzustellen, dass die Anzahl der Geschäfte und damit die Angebotsvielfalt seit der letzten Untersuchung 2008 / 2009 eine eher negative Entwicklung verzeichnet. Ein gewichtiger Faktor für die Stabilisierung und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen stellt die Verfügbarkeit geeigneter Verkaufsflächen dar. Die Flächenpotenziale und -zuschnitte vieler Ladenlokale erlauben es nicht oder nur eingeschränkt, moderne, marktorientierte Angebotskonzepte umzusetzen.

Abbildung 8: Räumliche Abgrenzung des A-Zentrums Innenstadt Zeulenroda-Triebes



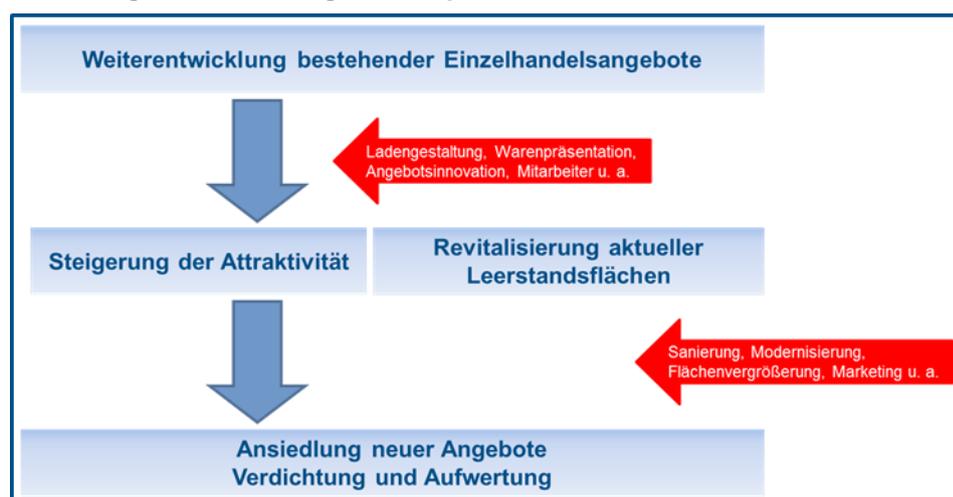
Trotz der bereits benannten leistungsfähigen Einzelhandelsbetriebe, die ergänzt werden durch weitere Fachgeschäfte im Mix verschiedener Branchen, bleibt daher die Anziehungskraft und Ausstrahlung der Innenstadt von Zeulenroda-Triebes begrenzt und eines Mittelzentrums nicht adäquat.

In der Innenstadt (A-Zentrum) sind aktuell 71 Anbieter ansässig. Der Besatz verzeichnet eine Angebotsvielfalt, die durch den Mix von kleinteiligen Fachgeschäften und einzelnen Fachmärkten gestärkt wird. Einige wenige überregional bekannte Markenanbieter (Drogerie, Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik) sind mit Verkaufsflächen oberhalb 200 m² vertreten. Die durchschnittliche Verkaufsfläche in der Innenstadt beträgt 75 m². In wichtigen zentrenrelevanten Branchen weist die Innenstadt ein differenziertes Niveau auf: Bei Bekleidung / Wäsche liegt der Verkaufsflächenanteil bei 45%, bei Schuhe / Lederwaren bei 61%, bei Spielwaren 46%, bei Glas / Porzellan / Keramik beträgt der Anteil 30%, das Uhren / Schmuck-Angebot ist zu 73% der Innenstadt zuzuordnen.

Die begrenzten Nachfragepotenziale maßgeblicher innerstädtischer Branchen erfordert auch zukünftig diese deutliche Konzentration im Innenstadtbereich. Entwicklungsperspektiven zentrenrelevanter Branchen werden oftmals bereits durch einzelne, leistungsfähige Fachgeschäfte erschlossen. Diese müssen in einen Hauptgeschäftsbereich zu einer wechselseitigen Attraktivität beitragen. Eine kompakte Angebotssituation möglichst in kurzen Entfernungen ist eine notwendige Voraussetzung, um Kunden für die Innenstadt zu gewinnen. Das Konsumentenverhalten ist nun mal darauf gerichtet, eine kompakte Angebotssituation möglichst in kurzen Entfernungen vorzufinden, eine Zergliederung in einzelne Einzelhandelslagen mindert Anziehungskraft und Attraktivität der Innenstadt. Das Hauptaugenmerk sollte auf eine Konzentration des Einzelhandelsangebotes in dem verdichteten Hauptgeschäftsbereich gelegt werden.

Die Urbanität der Innenstadt von Zeulenroda-Triebes erwächst aus der Verbindung von Handel und anderweitig Frequenz stärkenden Strukturen, wie Stadtverwaltung, Gastronomie und Dienstleistern. Deren Dichte, Frequenz und Vielfalt ist auch in Zukunft ein gewichtiger Standortfaktor des Zentrums. Die Verknüpfung von Einkauf mit weiteren Aspekten des städtischen Lebens bietet die Chance die Innenstadt als Erlebnisbereich zu profilieren und sich gegenüber den wachstumsstarken Online-Handel abzuheben. Dies erfordert auch letztlich eine stärkere Kooperation der innerstädtischen Anbieter.

Abbildung 9: Entwicklungsschwerpunkte für die Innenstadt



5.4.2. Ortsteilzentrum Triebes

Ein Ortsteilzentrum (B-Zentrum) hat die Funktion für die ortsansässige Bevölkerung eine umfassende Grundversorgung zu sichern. Neben dem Einzelhandel gehören dazu auch Angebote des Dienstleistungssektors, der Gastronomie, des ÖPNV und öffentliche Infrastruktureinrichtungen. Das Ortsteilzentrum Triebes bietet ein multifunktionales Angebotspektrum und übernimmt damit eine umfassende Grundversorgungsfunktion für den Ortsteil.

Abbildung 10: Abgrenzung des B-Zentrums Ortsteilzentrum Triebes



Das B-Zentrum wird aus zwei getrennten Standorten gebildet, die jedoch in Sichtweite zueinander sind. Das Ortsteilzentrum ist städtebaulich integriert und befindet sich in zentraler Lage des Ortsteiles Triebes. Die Hauptstraße, die zentrale Verkehrsachse im Ortsteil, stellt gemeinsam mit der Bahnlinie die Zäsur zwischen den Standorten dar, die westlich und östlich der Hauptstraße gelegen sind. Die detaillierte Lage ist oben stehender Abbildung zu entnehmen.

Der westlich gelegene Teilbereich befindet sich am Triebesgrund und besteht aus einer Agglomeration von fünf Gebäudekomplexen, die verschiedene Nutzungen vorhalten. Dieser nach 1990 entstandene Bereich ist als konzentrierter Ortskern ausgelegt. Der südlich gelegene Gebäudekomplex beinhaltet eine Ladenpassage. Darin befinden sich ein Reisebüro, ein Eiscafé, ein Getränkemarkt und ein Schreibwarengeschäft. Ungeachtet der Nachbarschaft zum Lebensmittelmarkt leidet die Passage offensichtlich unter Akzeptanzproblemen, davon zeugt der vorhandene Leerstand.

In der Mitte des gesamten Standortbereichs ist der Lebensmittelmarkt Netto Marken-Discount zusammen mit einem Bäcker im Eingangsbereich angesiedelt. Insgesamt kennzeichnet den Standort eine großzügige Stellplatzsituation.

In den weiter nördlich gelegenen Gebäuden befinden sich Ladengeschäfte, die größtenteils dem Dienstleistungsbereich zuzuordnen sind. Neben einer Apotheke sind weiterhin ein Versicherungsbüro, ein Friseur, ein Physiotherapeut und eine Gaststätte vertreten. Auch in diesen Gebäudekomplexen ist weiterer Leerstand zu verzeichnen.

Abbildung 11: Ansichten zum westlichen Teilbereich des B-Zentrums



Fotos BBE

Abgerundet wird der Standort durch unmittelbar angrenzende Haltepunkte der Regionalbahn und des Busverkehrs.

Auf der östlichen Seite der Hauptstraße befindet sich der andere Teilbereich des Ortsteilzentrums. Hier sind ein Diska-Lebensmittelmarkt mit Bäcker im Eingangsbereich sowie gemeinsam in einem zweiten Gebäude ein Non-Food-Discounter (Pfennigpfeiffer) und ein Getränkemarkt (Huster) angesiedelt. Ergänzt werden diese Anbieter von einem eigenständigen Blumenhaus, mit zurückgesetztem Standort zum Lebensmittelmarkt.

Die derzeit einzelhandelsaktive Gesamtverkaufsfläche des Ortsteilzentrums beträgt 2.771 m², die sich hauptsächlich auf Angebote des kurzfristigen Bedarfsbereichs verteilen und durch Sortimentsbereiche des mittelfristigen Bedarfs ergänzt werden. Die genutzte Einzelhandelsfläche hat sich in den vergangenen Jahren durch Leerstände und Umnutzungen zum Dienstleistungsbereich leicht reduziert.

Abbildung 12: Ansichten zum östlichen Teilbereich des B-Zentrums



Fotos BBE

Der Ortsteil Triebes besitzt weitere Einzelhandelsgeschäfte außerhalb des Zentrums, die kleinteilig strukturiert und größtenteils entlang der Hauptstraße angesiedelt sind.

Auf Grund des begrenzten Nachfragepotenzials des Ortsteiles ist eine Konzentration der Versorgungsfunktionen auf das Ortsteilzentrum unabdingbar. Auch das Zentrum bietet mit dem jetzigen Bestand nur noch marginale Entwicklungsspielräume, die vor allem eine Verdichtung bestehender Angebotsstrukturen zum Ziel haben sollte. Dies betrifft insbesondere die leer stehenden Flächen im Triebesgrund.

Eine konkurrierende Standortentwicklung außerhalb des Zentrums ist zur Stabilisierung des zentralen Versorgungsbereichs auszuschließen.

5.4.3. Integrierte Nahversorgungslagen

Nahversorgungslagen dienen im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes zur funktionalen Ergänzung der zentralen Versorgungsbereiche. Mit ihrer Aufnahme in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept wird ihre funktionale Bedeutung für die fußläufige Grundversorgung und letztlich das Ziel zum Erhalt dieser Standorte klar definiert.

Nahversorgungslagen beschränken sich in ihrer Funktion auf eine fußläufige Versorgung des täglichen Bedarfs, sie übernehmen echte Nahversorgungsfunktionen und unterscheiden sich diesbezüglich von vorrangig autoorientierten Lebensmittelmärkten.

Mit der Begrenzung der Anbieterstruktur auf Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten, ergänzt durch Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich, sind sie nicht als umfassende zentrale Versorgungsbereiche einzustufen und ordnen sich letzteren unter. Ein Ausbau der Nahversorgungslagen zu zentralen Versorgungsbereichen, auch nur im Sinne von Nahversorgungszentren, ist durch die jeweils unmittelbare Nachbarschaftslage zur Innenstadt und daraus resultierender Wettbewerbsbeziehungen auszuschließen.

Die Funktion von Nahversorgungslagen übernehmen im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes zwei Standorte von Lebensmittelmärkten, beiderseits des innerstädtischen A-Zentrums. Durch das Fehlen eines Lebensmittelmarktes innerhalb des innerstädtischen A-Zentrums übernehmen sie im besten Sinne ergänzende Funktionen als integrierter Nahversorger.

Folgende aktuelle Nahversorgungslagen werden im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes ausgewiesen, ihre Abgrenzung ist mit der exakten Standortzuordnung durch Straße und Hausnummer bestimmt:

Nahversorgungslage Schopperstraße

Die Nahversorgungslage Schopperstraße liegt östlich angrenzend zur Innenstadt im Kreuzungsbereich Schopperstraße/Lohweg. Zugeordnet ist das Grundstück:

Zeulenroda-Triebes, Schopperstraße 61A

Mit der Schließung des ehemaligen innerstädtischen Lebensmittelmarktes ist dessen Versorgungsfunktion für Wohngebiete der östlichen Innenstadt deutlich gestiegen. Der Standort gehört zu jenen Lebensmittelmärkten mit den höchsten Einwohnerzahlen im unmittelbaren Nahversorgungsumfeld. Annähernd 4.300 Einwohner leben in einem 600 m – Radius um den Standort, mehrheitlich dem Innenstadtbereich zugeordnet. Darüber hinaus werden Wohngebiete aus dem Nahversorgungsumfeld des ehemaligen Nahversorgungszentrums Heinrich-Heine-Straße angesprochen.

Abbildung 13: Abgrenzung Nahversorgungslage Schopperstraße



Der Standort ist mit einem Lebensmittel-Discounter Norma besetzt, der Eingangsbereich ist aktuell nicht durch Lebensmittelhandwerk besetzt, vielmehr findet sich ein Bistro (Essecke) mit Fischverkauf. Linksseitig der Eingangszone bestehen weitere, kleinflächige Gewerbeeinheiten, zum einen durch einen Friseur genutzt, zum anderen aktuell leerstehend.

Abbildung 14: Ansicht zur Nahversorgungslage Schopperstraße



Foto BBE

Als Besonderheit dieser Nahversorgungslage sind weitere Gewerbe- und Einzelhandelsflächen zu nennen, die in einem Geschäfts- und Wohnkomplex in unmittelbar baulicher Anbindung an den Lebensmittelmarkt entlang der Schopperstraße angesiedelt sind. Darunter zählt auch ein Fachgeschäft „Zooparadies & Angelbedarf“.

Der Standort erzielt eine gute Kundenbindung, die zusätzlich durch die gute Verkehrslage gestützt wird.

Nahversorgungslage Friedrich-Engels-Straße

Die Nahversorgungslage Friedrich-Engels-Straße grenzt westlich unmittelbar an die Innenstadt. Zugeordnet ist das Grundstück:

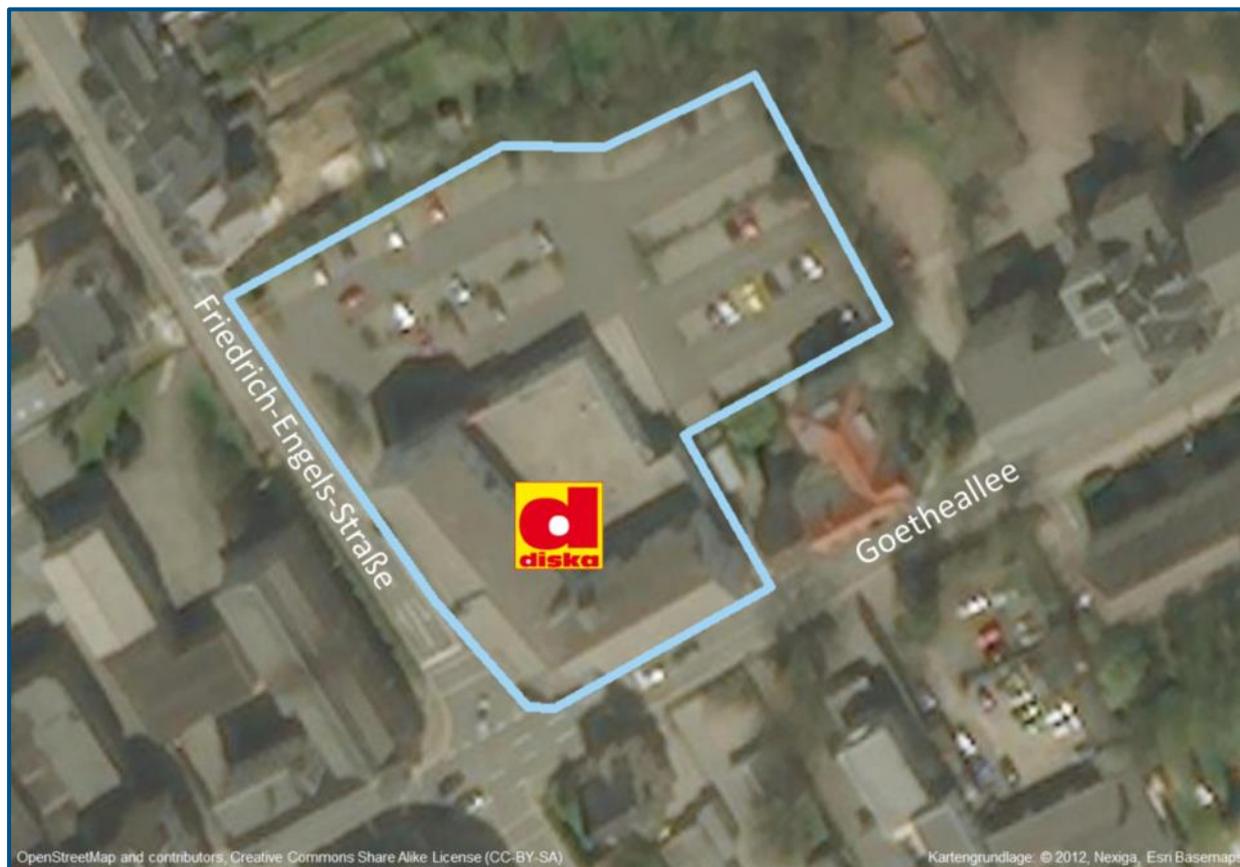
Zeulenroda-Triebes, Friedrich-Engels-Straße 41

Der Standort ist integriert in die umliegende Wohnbebauung und ist vom relevanten Kundenpotenzial gut erreichbar. Die Nahversorgungslage übernimmt Grundversorgungsfunktionen für den westlichen Innenstadtbereich sowie für Wohnquartiere am südwestlichen Stadtrand von Zeulenroda.

Auch diese Nahversorgungslage spricht mit ca. 4.600 Einwohnern im 600 m – Umkreis ein hohes Nahversorgungspotenzial an, in dieses relevante Umfeld strahlen jedoch der Ergänzungsstandort Dienstleistungszentrum Aumaische Straße (Kaufland-Verbrauchermarkt) und der weiter westlich in Langenwolschendorf angesiedelte REWE-Supermarkt ein.

Der Standort ist mit einem Lebensmittel-Discounter Diska besetzt, in dem Anbieter des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer) eingebunden sind.

Abbildung 15: Abgrenzung Nahversorgungslage Friedrich-Engels-Straße



Einzelhandelskonzept für die Stadt Zeulenroda-Triebes (Fortschreibung 2017)

Abbildung 16: Ansicht zur Nahversorgungslage Friedrich-Engels-Straße



Foto BBE

Der Handelskomplex ist in ein Wohn- und Geschäftshaus integriert, das als Eckgrundstück an die Goetheallee grenzt.

Der Einzelhandelsstandort ist von der Friedrich-Engels-Straße anfahrbar.

5.4.4. Einbindung der Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel

Ergänzungsstandorte des großflächigen Einzelhandels übernehmen grundsätzlich Versorgungsfunktionen, die in zentralen Versorgungsbereichen nicht umsetzbar sind oder gemeinsam mit den zentralen Versorgungsbereichen zu einer umfassenden Stärkung des Einzelhandelsstandortes und somit der Zentralität der Stadt Zeulenroda-Triebes beitragen.

Die planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsnutzungen an Ergänzungsstandorten erfolgt grundsätzlich über Festsetzungen in Bebauungsplänen bzw. in Vorhabens- und Erschließungsplänen. Nachfolgend werden für die bestehenden und geplanten Ergänzungsstandorte

- Dienstleistungszentrum Aumaische Straße
- Meinersdorfer Straße
- Schopperstraße

die Funktionseinbindung in das Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzept sowie die hierfür erforderlichen planungsrechtlichen Festsetzungen erläutert.

Dienstleistungszentrum Aumaische Straße

Das Areal, das vom Geltungsbereich des Bebauungsplanes „Dienstleistungszentrum Aumaische Straße“ umschlossen wird, liegt an der Aumaischen Straße, im Kreuzungsbereich mit der Kleinwolschendorfer Straße. Dieser Ergänzungsstandort befindet sich etwa 300 m nördlich des A-Zentrums Innenstadt.

Abbildung 17: Abgrenzung Ergänzungsstandort Dienstleistungszentrums Aumaische Straße



Als leistungsfähige Einzelhandelsagglomeration mit einem Verbrauchermarkt (Kaufland) als Magnetanbieter erzielt dieser Ergänzungsstandort eine einzelhandelsfunktionale Ausstrahlung über den gesamten Grundversorgungsbereich, er hat sich als wichtiger Träger mittelzentraler Versorgungsfunktionen etabliert und besitzt eine hohe Anziehungskraft für den autoorientierten Kunden.

Insgesamt sind acht Einzelhandelsbetriebe ansässig, eingebunden in den Verbrauchermarkt sind als Konzessionäre Blumenhandel, Lotto-Shop sowie Lebensmittelhandwerk (Bäcker und Fleischer). Weiterhin vor Ort vertreten sind ein Getränkemarkt (Vogtland-Getränkemarkt), ein Bettenfachmarkt (Dänisches Bettenlager) sowie eine Apotheke. Die Gesamtverkaufsfläche aller Anbieter umfasst ca. 4.300 m².

Eine weitere räumliche Ausdehnung ist nicht zu erwarten, das Areal ist nahezu vollständig bebaut.

Die oben dargestellte Abgrenzung ist identisch mit dem räumlichen Geltungsbereich des Bebauungsplanes „Dienstleistungszentrum Aumaische Straße“ aus dem Jahr 2013. Dieser weist den Gesamtstandort als sonstiges Sondergebiet nach §11 (3) BauNVO aus und differenziert zwei Teilgebiete:²⁴

- Teilgebiet 1 regelt die Zulässigkeit des Verbrauchermarktes mit Größendimensionierung, Sortimentsfestsetzungen und dem Vorkassenbereich,
- Teilgebiet 2 entspricht dem Komplex der Fachmärkte und der Apotheke, über den Bestand hinaus sind nur Angebote aus Freizeitbereich und gastronomischer Leistungen zulässig, u.a. Dienstleistungen und Dienstleistungsunternehmen mit medizinischen und sozialen Leistungen, weiterhin auch Geschäfts-, Büro- und Verwaltungsflächen.

Städtebauliches Ziel ist der langfristige Erhalt dieses Ergänzungsstandortes mit den wahrgenommenen Versorgungsfunktionen als Verbrauchermarktstandort und für im Schwerpunkt nicht-zentrenrelevante Fachmärkte. Folglich konzentrieren sich Entwicklungsperspektiven und zukünftige Sortimentsveränderungen über den aktuellen Bestand hinaus, ausschließlich auf nicht-zentrenrelevante Angebote.

Ergänzungsstandort Meinersdorfer Straße

Der Ergänzungsstandort ist eingebunden als Einzelhandelsagglomeration innerhalb des Gewerbegebietes im nordöstlichen Stadtgebiet von Zeulenroda, am Verlauf der Triebeser Straße.

Die planungsrechtliche Grundlage bildet der Bebauungsplanes „Gewerbe- und Industriegebiet I Zeulenroda“ aus dem Jahr 1991, dieser weist im vorrangig Industriegebiete (GI) und Gewerbegebiete (GE) aus, das Areal des Ergänzungsstandortes zwischen Meinersdorfer Straße und Triebeser Straße ist als Sondergebiet nach §11 (3) BauNVO ausgewiesen. Weitergehende Festsetzungen zur Gesamtverkaufsfläche der Einzelhandelsnutzungen (max. 2.200 m²) ergeben sich aus der Genehmigung des Thüringer Landesverwaltungsamtes aus dem Jahr 1992.²⁵

Zu beachten ist, dass das ausgewiesene Sondergebiet deutlich über die aktuelle Einzelhandelsnutzung hinausgeht, die zulässige Gesamtverkaufsfläche aber bereits mit der bestehenden Baustruktur erschlossen wird. Entsprechend den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird auch für die zukünftige Entwicklung keine Ausdehnung des nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandelsbestandes über den aktuellen Besitz hinaus angestrebt, die räumliche Abgrenzung als Ergänzungsstandort bleibt somit gemäß nachfolgender Abbildung auf die bestehende Baustruktur begrenzt.

Der Ergänzungsstandort ist hinsichtlich seiner übernommenen Versorgungsfunktionen als verkehrsorientierter Fachmarktstandort mit Anfahrbarkeit über die Triebeser Straße zu charakterisieren. Aktuell verfügt der

²⁴ vgl. zu den detaillierten Festsetzungen: Bebauungsplan „Dienstleistungszentrum Aumaische Straße“, mit Satzungsbeschluss durch den Stadtrat Zeulenroda-Triebes vom 20.11.2013, Planungsrechtliche Festsetzungen, Abschnitt 1.1.1 Art der baulichen Nutzung

²⁵ Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet I Zeulenroda“, als Satzung beschlossen am 18.12.1991, genehmigt durch das Thüringer Landesverwaltungsamt am 29.10.1992 mit Auflagen zur Verkaufsflächenobergrenze: Gesamtverkaufsfläche 2.200 m², davon Lebensmittel 1.100 m² und Schuhe 400 m²

Standort über eine Verkaufsfläche von ca. 2.075 m² (zzgl. Leerstandsflächen). Am Standort sind fünf Anbieter vertreten, von denen der Textilmarkt Takko mit 800 m² die größte Fläche stellt, gefolgt vom Discounter Aldi mit 700 m². Weiterhin sind ein Schuhfachmarkt Deichmann, NKD-Textilmarkt sowie ein Fleischer und ein Imbiss (Döner) vertreten.

Abbildung 18: Abgrenzung Ergänzungsstandort Meinersdorfer Straße



Der Fachmarktstandort soll grundsätzlich eine Ergänzung zur Innenstadt darstellen, steht aber sortimentsbedingt zugleich im unmittelbaren Wettbewerb zur Innenstadt, in welcher sich auch preisorientierte Angebote stärker etabliert haben (z.B. NKD auch als flächengrößter Bekleidungsanbieter und Reno als flächengrößter Schuhanbieter in der Innenstadt).

Ergänzungsstandort Schopperstraße (in Planung)

Der neue Ergänzungsstandort in Planung resultiert aus dem, im Rahmen der Angebots- und Nahversorgungsstrukturen (Abschnitt 4.2 sowie 4.5) bewerteten Planvorhaben eines neuen Supermarktes REWE an der Schopperstraße.

Der neu auszuweisende Ergänzungsstandort fasst das Plangrundstück mit dem bereits auf der gegenüberliegenden Straßenseite bestehenden Lebensmitteldiscounter (Lidl) zusammen, als Grundlage für eine gemeinsame planungsrechtliche Absicherung. Das Areal liegt ca. 350 m westlich der Innenstadt.

Er ist über die innerörtliche Hauptverkehrsachse (B94) gesamtstädtisch und regional sehr gut zu erreichen.

Abbildung 19: Abgrenzung Ergänzungsstandort Schopperstraße



Das Planvorhaben an der Schopperstraße umfasst einen Lebensmittel-Supermarkt (REWE) mit einer Verkaufsfläche von 1.821 m², einen Drogeriemarkt (dm) mit einer Verkaufsfläche von 650 m² und einen Textilmarkt (bisher ohne Betreiberspezifikation) mit einer Verkaufsfläche von 200 m² (vgl. Abschnitt 4.5.2).

Aus Sicht der städtebaulichen Verträglichkeit und einer abgestimmten Funktionszuweisung innerhalb des Zentren- und Standortkonzeptes ist lediglich der Supermarkt in den neuen Ergänzungsstandort aufzunehmen, hierfür sprechen folgende Gründe:

- Der Supermarkt (REWE) übernimmt in einer mehrheitlich von Lebensmittel-Discountern geprägten Grundversorgungsstruktur eine ergänzende Zielgruppenansprache und kann zusätzliche Nachfrage-segmente an das Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes binden. Mit dieser vor allem auch qualifizierten Weiterentwicklung der Angebotsstruktur wird dem rückläufigen Trend in der Nachfragebindung der vergangenen Jahre entgegengewirkt. Auch angesichts der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung der Stadt Zeulenroda-Triebes ist eine Zentralitätssteigerung über eine bessere gesamtstädtische Grundversorgung mit stärker regional ausgeprägter Kundenbindung aus dem Grundversorgungsbereich ein Erfordernis zur Wahrung mittelzentraler Funktionen. Dabei zeigt die Bewertung der städtebaulichen Verträglichkeit im Abschnitt 4.5.2, dass die notwendi-

ge Umsatzherkunft im Wesentlichen über diese zusätzliche Nachfragebindung zu generieren ist, die Umverteilungseffekte innerhalb des Stadtgebietes Zeulenroda-Triebes mit durchschnittlich 2,7% unterhalb einer städtebaulichen Relevanz bleiben.

- Für den Drogeriemarkt (dm) zeichnet sich ein anderes Bild städtebaulich relevanter Folgewirkungen. Sicherlich können auch durch diesen Anbieter über eine stärkere gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung zusätzliche Nachfragesegmente gebunden werden. Daraus wird selbst bei optimistischer Betrachtung nur maximal ein Drittel der Umsatzerwartung resultieren, der überwiegende Anteil eines Planumsatzes muss über innerörtliche Umsatzumverteilung generiert werden. Diese Effekte gehen sowohl aufgrund der Wettbewerbsstruktur als auch der geringen Entfernung (350 m zwischen Planstandort und Beginn der Innenstadtabgrenzung) überwiegend zu Lasten der Innenstadt. Bei sehr hohen Umverteilungsquoten von bis zu 38% ist eine Existenzaufgabe des innerstädtischen Drogeriemarktes, zugleich innerstädtischer Magnetbetrieb, höchstwahrscheinlich. Eine derartige Entwicklung widerspricht grundlegend den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.
- Ebenso sind von einem Textilmarkt, unabhängig vom späteren Betreiber, städtebauliche Folgewirkungen zu erwarten, die den Zielen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes entgegenstehen. Mit der geplanten Dimensionierung von 200 m² erreicht das Vorhaben eine strukturprägende Marktstellung, lediglich ein innerstädtischer Bekleidungsanbieter (NKD in der Kirchstraße / Ecke Greizer Straße) verfügt über eine größere Verkaufsfläche. Ebenfalls ist wiederum die Nähe zur Innenstadt (350 m) von Bedeutung. Schließlich ist darauf zu verweisen, dass in den beiden anderen Ergänzungsstandorten eine Ausweitung des zentrenrelevanten Einzelhandels ausgeschlossen wurde, diese Festlegung gilt folgerichtig auch für einen neuen Ergänzungsstandort.

Zusammenfassend ist festzuhalten: Der neue Ergänzungsstandort Schopperstraße ist ausschließlich auszurichten auf eine qualifizierte Grundversorgung mit gesamtstädtischer bis regionaler Ausstrahlung. Seine ergänzenden Versorgungsfunktionen soll der Standort zukünftig über eine eindeutige Betriebstypenzuordnung gewährleisten. Zulässig sind ein Lebensmittel-Supermarkt und ein Lebensmittel-Discounter, weitere Anbieter bleiben auf Lebensmittelhandwerk im Eingangsbereich beschränkt. Die geplante Größendimensionierung fügt sich in die zu übernehmenden Versorgungsfunktionen ein, zukünftige Verkaufsflächenentwicklungen sind jedoch stets auf ihre städtebauliche Verträglichkeit zu prüfen.

Analog der generellen, planungsrechtliche Steuerung von Einzelhandelsnutzungen an Ergänzungsstandorten ist auch dieser Ergänzungsstandort Schopperstraße planungsrechtlich abzusichern.

6. Planungsrechtliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Zeulenroda-Triebes

6.1. Steuerung der Einzelhandelsentwicklung durch planungsrechtliche Instrumente

Um die Ansiedlung neuer und die Erweiterung bestehender Einzelhandelsbetriebe in Einklang mit den raumordnerischen und städtebaulichen Zielvorstellungen zu bringen, steht im BauGB und in der BauNVO ein geeignetes und ausdifferenziertes Steuerungsinstrumentarium zur Verfügung. Diese Instrumente müssen allerdings auch konsequent eingesetzt werden.

Für die planerische Steuerung der Standorte für Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben ist ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, in dem neben den Entwicklungszielen vor allem die zentralen Versorgungsbereiche und die anderen städtebaulich sinnvollen Standorte räumlich und funktional bestimmt werden und in dem auch eine ortsspezifisch entwickelte Sortimentsliste festgelegt wird, eine unentbehrliche Grundlage für die städtebauliche Rechtfertigung der jeweiligen Bauleitplanung und die Abwägung auch mit den privaten Belangen der Grundstückseigentümer und Betriebsinhaber.

Dass ein solches städtebauliches Entwicklungskonzept i.S.d. § 1 Abs 6 Nr 11 BauGB in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist, wird vom Gesetz in § 9 Abs. 2a BauGB für einfache Bebauungspläne im unbeplanten Innenbereich noch einmal ausdrücklich eingefordert.

Über die Bauleitplanung werden zum einen die in dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept festgelegten, städtebaulich gewünschten Standorte durch entsprechende Baugebietsfestsetzungen abgesichert. Zum anderen ist dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten durch Verzicht auf Sondergebietsausweisungen für Einzelhandelsgroßprojekte und durch Festsetzungen zum Ausschluss und zur Beschränkung des zentrenrelevanten Einzelhandels konsequent zu begegnen.

Ein besonderes Augenmerk gilt nach dem BauGB der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche. Dieses Anliegen ist in § 1 Abs. 6 Nr. 4 als wichtiger Planungsgrundsatz ausdrücklich erwähnt. In § 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB ist im Rahmen des interkommunalen Abstimmungsgebotes sichergestellt, dass sich Gemeinden auch auf die Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche berufen und dadurch zentrenschädliche Planungen in der Nachbargemeinde abwehren können. In § 34 Abs. 3 BauGB ist geregelt, dass von Vorhaben innerhalb der im Zusammenhang bebauten Ortsteile keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden ausgehen dürfen. Der bereits erwähnte § 9 Abs. 2a BauGB ermöglicht ergänzend dazu Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im unbeplanten Innenbereich.

Die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ergibt sich für den überplanten Innenbereich aus § 30 BauGB in Verbindung mit den Baugebietsfestsetzungen des jeweiligen Bebauungsplanes und den Baugebietsvorschriften der BauNVO. Von besonderer Bedeutung ist hierbei der § 11 Abs. 3 BauNVO, wonach die darin aufgeführten Einzelhandelsgroßprojekte nur in Kerngebieten oder in eigens hierfür festgesetzten Sondergebieten zulässig sind.

Neue Einzelhandelsgroßprojekte i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO in Bereichen außerhalb des Zentren- und Standortkonzepts sind daher einfach durch einen Verzicht auf die entsprechende Sondergebietsfestsetzung zu unterbinden. Ein Anspruch auf eine solche Sondergebietsfestsetzung ist durch § 1 Abs. 3 Satz 2 BauGB ausdrücklich ausgeschlossen.

Bei Altstandorten des großflächigen Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann eine Überplanung mit differenzierten Sondergebietsfestsetzungen erforderlich sein, um eine geordnete städtebauliche Entwicklung zugunsten der zentralen Versorgungsbereiche - in Zeulenroda-Triebes insbesondere des innerstädtischen A-Zentrums aber auch des Ortsteilzentrums (B-Zentrum) - sowie einer zukunftsfähigen Nahversorgungstruktur sicherzustellen.

Eine planerische Steuerung kann auch für den nicht großflächigen Einzelhandel bis zu einer Verkaufsfläche von 800 m² notwendig sein. Dies gilt vor allem für Anbieter von nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten. Diese Steuerung ist auf die städtebaulichen Zielvorstellungen (insb. Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und Sicherung einer zukunftsfähigen Nahversorgungsstruktur) und auf die festgelegten Einzelhandelsstandorte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts auszurichten.

Hierzu können in festgesetzten Baugebieten Festsetzungen zum Ausschluss oder zur Beschränkung des (nicht großflächigen) nahversorgungs- und zentrenrelevanten Einzelhandels nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO und im unbeplanten Innenbereich Festsetzungen in einem einfachen Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB erforderlich werden. Auch vorhandene Einzelhandelsstandorte sind in die Überplanung einzubeziehen, da diese sich durch Erweiterungen oder nachfolgende Ansiedlungen zu Konkurrenzstandorten entwickeln und dadurch die zentralen Versorgungsbereiche und integrierte Nahversorgungsanlagen gefährden können. Hier ist jeweils zu prüfen, ob noch ein erweiterter Bestandsschutz über Festsetzungen nach § 1 Abs. 10 BauNVO bzw. § 9 Abs. 2a BauGB gewährt werden kann oder ob eine Beschränkung auf den passiven Bestandsschutz (d.h. Beschränkung nur auf den genehmigten Bestand) erforderlich ist.

Fazit: Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept stellt den zielgerichteten Ordnungsrahmen für all diese Planungen zur Verfügung. Um die gesetzten Ziele zu erreichen, muss das Konzept konsequent bauleitplanerisch umgesetzt werden, indem einerseits städtebaulich wünschenswerte Vorhaben durch entsprechende Bebauungsplanfestsetzungen planungsrechtlich ermöglicht und andererseits städtebaulich problematische Standortentwicklungen durch Ausschlussfestsetzungen in festgesetzten Baugebieten nach § 1 Abs. 5 und 9 BauNVO und im unbeplanten Innenbereich nach § 9 Abs. 2a BauGB sowie durch die Überplanung von bestimmten Altstandorten vermieden werden.

6.2. Definition der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente „Zeulenroda-Triebeser Liste“

Vorrangiges Ziel für Ansiedlungsvorhaben von Einzelhandelsbetrieben mit Umsatzschwerpunkten bei zentrenrelevanten Sortimenten sollte es nach dem vorgeschlagenen Standortkonzept sein, diese weitgehend in den zentralen Versorgungsbereichen von Zeulenroda-Triebes einzubinden. Die resultierende Kundenfrequenz soll insbesondere der Belegung der zentralen Versorgungsbereiche dienen.

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.

Die Einstufung als "zentrumrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in einer Innenstadt vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einer Innenstadt angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Innenstadt anzusehen sind. Realistische Entwicklungschancen dieser Sortimentsbereiche die standortspezifisch im A-Zentrum Innenstadt auch umsetzbar sind, bleiben diesem auch vorbehalten. Dieses Verständnis zentrenrelevanter Sortimente ist speziell für die Zentrenentwicklung in Zeulenroda-Triebes existenziell wichtig. Es sei noch einmal auf die angestrebte Weiterentwicklung der Innenstadt als Einkaufsstandort mit einer vielfältigen Fachgeschäftsstruktur verwiesen, dies zielt auf einen besonderen Schutz vor zusätzlichen Konkurrenzstandorten sowie der funktionalen Abstimmung der Innenstadt mit den Ergänzungsstandorten des großflächigen Einzelhandels (Dienstleistungszentrum Aumaische Straße, Meinersdorfer Straße, Grundversorgung Schopperstraße). Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind anzusehen:

- eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten,
- eine hohe Beratungsintensität,
- eine hohe Flächenproduktivität,
- eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind).

Dagegen sind alle diejenigen Sortimente als **nicht-zentrenrelevant** anzusehen, die nicht oder nur in geringem Umfang in der Innenstadt vertreten sind und für das innerstädtische Angebotsspektrum keine bzw. nur geringe Synergieeffekte hervorrufen.

Gewissermaßen eine Untergruppe der zentrenrelevanten Sortimente stellen die **nahversorgungsrelevanten Sortimente** dar. Es handelt sich dabei vor allem um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt werden.

Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbrauchernah gelegenes Angebot gewährleistet werden sollen. Folglich ist der besondere Schutz einer verbrauchernahen Grundversorgung ein wichtiges Anliegen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes. Neben der Zuordnung nahversorgungsrelevanter Sortimente zu zentralen Versorgungsbereichen (A- und B-Zentren) können diese bei Beachtung der spezifischen städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Rahmenbedingungen auch an Standorten zugelassen werden, die einen deutlichen Wohngebietsbezug aufweisen. Diese, als integrierte Nahversorgungsstandorte oder als kleinteilige Nahversorger in das Zentrenkonzept aufgenommenen Standorte, konzentrieren sich ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß der nachfolgend aufgestellten „Sortimentsliste Zeulenroda-Triebes“.

In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig. In dem Urteil wird u. a. ausgeführt, dass es keine Legaldefinition für die Einordnung eines zentrenrelevanten Sortimentes gibt. Sollen zum Schutz zentraler Versorgungsbereiche bestimmte Warensortimente an nicht integrierten Standorten ausgeschlossen werden, bedarf es nach Ansicht des OVG Münster einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.

Unter Beachtung der spezifischen Standortbedingungen ergibt sich in der Stadt Zeulenroda-Triebes folgende Sortimentszuordnung:

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Drogeriewaren

Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Drogeriewaren sind als Angebote des Grundbedarfs den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu zurechnen. Grundsätzlich ist auch das Sortiment "Getränke" zunächst als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Im Falle der Vertriebsform des Getränkemarktes ist jedoch eine differenzierte Betrachtung sinnvoll. Denn diese Betriebe bieten überwiegend Getränke in großen Gebinden und in Mehrwegverpackungen an. Dies bedeutet, dass die Märkte fast ausschließlich von Pkw-Kunden aufgesucht werden und deshalb Standorte mit guter Anfahbarkeit und großzügig bemessenen Stellplatzangeboten verfügen müssen. Darüber hinaus ergibt sich aus der Großvolumigkeit der Waren ein großer Flächenbedarf. Vor diesem Hintergrund ist die Integration von Getränkemarkten in zentrale Versorgungsbereiche nicht grundsätzlich zu fordern und die Ansiedlung z.B. in einer Gewerbegebietslage im Einzelfall durchaus angemessen.

Tiernahrung/ Zooartikel

Heim- und Kleintierfutter, u. a. für Hunde, Katzen, Kaninchen, Meerschweinchen, Hamster und Ziervögel sowie die Teilsortimente aus der Warengruppe "Zoologischer Bedarf" werden gegenwärtig in Zeulenroda-Triebes vorwiegend in den Vertriebsformen des Lebensmittelhandels geführt. Da die Sortimente der Tiernahrung für die Funktionsfähigkeit der Zentren nur eine geringe Bedeutung haben, werden diese als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Für die Warengruppe „Zoologischer Bedarf und lebende Tiere“ wird die Einstufung als zentrenrelevant empfohlen, um auch zukünftig die Wettbewerbsstellung des innerstädtischen Angebots entwickeln zu können.

Kosmetische Erzeugnisse, Parfümerie

Parfümerie- und Kosmetikartikel werden vom qualifizierten Facheinzelhandel, Drogeriefachmärkten sowie im Randsortiment des Lebensmitteleinzelhandels angeboten. Da eine Differenzierung gegenüber Drogeriewaren sehr schwierig ist, werden diese Sortimente den nahversorgungsrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Pharmazeutische, medizinische, orthopädische Artikel

Bei diesen Sortimenten wird eine Aufteilung in nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente empfohlen. Pharmazeutische Artikel gehören neben den Nahrungs- und Genussmitteln sowie den Drogeriewaren zum Grundbedarf und sind vor diesem Hintergrund als nahversorgungsrelevante Sortimente einzustufen.

Medizinisch-orthopädische Artikel werden hingegen von Verbrauchern seltener nachgefragt, weshalb die hierauf spezialisierten Fachgeschäfte einen Einzugsbereich benötigen, der in der Regel über den Nahbereich hinausgeht. Medizinisch-orthopädische Artikel sind deshalb als zentrenrelevant anzusehen.

Papier-, Büro-, Schreibwaren/ Zeitschriften/ Bücher

Die Sortimente Papier-, Büro-, Schreibwaren/Zeitschriften/Bücher erfüllen die oben aufgeführten Kriterien der Zentrenrelevanz und werden in Zeulenroda-Triebes überwiegend von Betrieben in den zentralen Ver-

sorgungsbereichen angeboten. Zeitschriften gehören zum Standardangebot von Kiosken, Tankstellen und Vollsortiment-Lebensmittelbetrieben.

Die Warengruppe ist mit ihren Teilsortimenten als zentrenrelevant zu bewerten, Unterhaltungszeitschriften und Zeitungen zudem als nahversorgungsrelevant.

Bekleidung/ Wäsche, Schuhe/ Lederwaren, Glas, Porzellan, Keramik (GPK)/ Hausrat/ Geschenkartikel, Spielwaren/ Hobby/ Basteln, Haushaltstextilien (Haus-, Tisch-, Bettwäsche), Unterhaltungselektronik/ PC/ Kommunikation, Elektrohaushaltswaren (ohne Elektrogroßgeräte), Foto/Optik/Akustik, Uhren/ Schmuck

Alle aufgeführten Warengruppen erfüllen im hohen Maße die Kriterien der Zentrenrelevanz (s. o.). Gerade in diesen Warengruppen ist die Präferenz innerstädtischer Entwicklungschancen von besonderer Bedeutung.

Sportartikel (ohne Campingartikel)

Sportbekleidung, Sportschuhe und die meisten Sportartikel sind wie die vorab betrachteten Warengruppen als innerstädtische Leitsortimente zu bewerten. Campingartikel werden aufgrund des hohen Flächenbedarfs der Ausstellungsflächen - insbesondere für Zelte und Zeltzubehör - nur noch in Ausnahmefällen vom innerstädtischen Einzelhandel geführt und deshalb als nicht-zentrenrelevant betrachtet.

Bau- und Heimwerkerbedarf, Wohnmöbel

Beide Warengruppen sind in den zentralen Versorgungsbereichen von Zeulenroda-Triebes wie in fast allen anderen Kommunen nur in geringem Umfang vertreten. Darüber hinaus haben Baumärkte und Möbelhäuser einen großen Flächenbedarf und realisieren dabei nur geringe Flächenproduktivitäten. Sie sind in die innerstädtischen Einkaufslagen deshalb nur schwer integrierbar. Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel sind deshalb als nicht-zentrenrelevant einzustufen.

Gartenbedarf

Bei den gartenmarktspezifischen Sortimenten wird eine Differenzierung zwischen Schnittblumen und Gartenbedarf empfohlen: Waren des Gartenbedarfes wie z.B. Erde, Torf, Gartengeräte, Topfpflanzen und Pflanzgefäße werden vor allem über Gartencenter verkauft, die aufgrund ihrer niedrigen Flächenproduktivität und ihres Flächenbedarfes in integrierten Lagen in der Regel nicht rentabel zu betreiben sind. Die Waren des Gartenbedarfs werden daher als nicht-zentrenrelevant eingestuft. Schnittblumen werden dagegen zumeist über Fachgeschäfte verkauft, sind daher grundsätzlich als zentrenrelevantes Sortiment anzusehen, durch ihre Kopplung an das typische Nachfrageverhalten der Verbraucher für den täglichen Bedarf sind sie zugleich als nahversorgungsrelevant einzustufen.

Haustextilien (Haus- und Tischwäsche; Bettwaren), Heimtextilien (Gardinen, Dekorations- und Möbelstoffe, Vorhänge, Kissenbezüge, Auflagen), Teppiche/ textile Bodenbeläge

In diesen Warengruppen wird ebenfalls eine Differenzierung empfohlen: Heimtextilien sowie Haus- und Tischwäsche werden in Zeulenroda-Triebes zwar an verschiedenen Standortlagen, als qualifizierte Fachgeschäfte aber auch in zentralen Versorgungsbereichen (z.B. Greizer Straße) angeboten, zur Aufrechterhaltung der Entwicklungsperspektiven gelten auch hierbei die Kriterien der Zentrenrelevanz.

Anders stellt sich hingegen die Situation bei Bettwaren (z.B. Matratzen, Lattenroste, Ober- und Unterdecken) sowie Teppichen und textilen Bodenbelägen dar, die vor allem von Betrieben außerhalb der zentralen Versorgungsbereichen angeboten werden. Die Standortanforderungen dieser Warengruppen sind mit denen der Sortimente Bau- und Heimwerkerbedarf sowie Wohnmöbel zu vergleichen, weshalb sie als nicht-zentrenrelevant einzustufen sind.

Vor dem Hintergrund der vorab dargestellten Zusammenhänge wird im Folgenden eine „Sortimentsliste Zeulenroda-Triebes“ für die Bestimmung der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente in der Stadt Zeulenroda-Triebes vorgeschlagen. Sie stützt sich auf die Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008).

Die Anwendung der Zentrenliste muss anhand der unterschiedlichen Hierachiestufen des Zentrenkonzeptes gewichtet erfolgen. Zentrenrelevante Sortimente bleiben vorrangig dem A-Zentrum Innenstadt vorbehalten, in abgestufter Funktionszuweisung sind Ansiedlungen auch im B-Zentrum (Ortsteilzentrum Triebes) möglich. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zudem auch in den integrierten Nahversorgungslagen zulässig. Kleinteilig sind Ansiedlungen nach oben genannten Kriterien auch wohngebietsintegriert außerhalb der Versorgungszentren möglich.

„Sortimentsliste Zeulenroda-Triebes“

zur Definition zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente

nahversorgungsrelevante Sortimente	
Lebensmittel, Getränke	Nahrungsmittel, Getränke und Tabakwaren, (WZ-Nr. 47.11) Facheinzelhandel mit Nahrungsmitteln (WZ-Nr. 47.2)
Drogerie, Wasch- und Reinigungsmittel, Kosmetik	Kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegeartikel (WZ-Nr. 47.75), Waschmittel für Wäsche, Putz- und Reinigungsmittel, Bürstenwaren (aus WZ-Nr. 47.78.9)
Zeitungen / Zeitschriften	Zeitungen und Zeitschriften (WZ-Nr. 47.62.1)
Blumen	Schnittblumen (aus WZ-Nr. 47.76.1)
Pharmazeutische Artikel	Apotheken (WZ-Nr. 47.73)
zentrenrelevante Sortimente	
Zoologischer Bedarf, Lebende Tiere	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren (WZ-Nr. 47.76.2) ohne Heimtiernahrung
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel (WZ-Nr. 47.74.0)
Bücher, Papier, Schreibwaren / Büroorganisation	Papierwaren / Büroartikel / Schreibwaren (WZ-Nr. 47.62.2), Bücher (WZ-Nr. 47.61.0),
Kunst, Antiquitäten, Kunstgewerbe, Antiquariat	Kunstgegenstände, Bilder, kunstgewerbliche Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.3), Antiquitäten, antike Teppiche (WZ-Nr. 47.79.1), Antiquariate (WZ-Nr. 47.79.2)
Bekleidung, Lederwaren, Schuhe	Bekleidung (WZ-Nr. 47.71) Schuhe und Lederwaren (WZ-Nr. 47.72)
Unterhaltungselektronik, Computer, Elektrohaushaltswaren	Geräte der Unterhaltungselektronik (WZ-Nr. 47.43) Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern (WZ-Nr. 47.63.0) Computer, Computerteile, periphere Einheiten, Software (WZ-Nr. 47.41) Telekommunikationsgeräte (WZ-Nr. 47.42) Elektrische Haushaltsgeräte und elektrotechnische Erzeugnisse – ohne Elektrogroßgeräte (aus WZ-Nr. 47.54)
Foto, Optik	Augenoptiker (WZ-Nr. 47.78.1), Foto- und optische Erzeugnisse (WZ-Nr. 47.78.2)
Einrichtungszubehör (ohne Möbel), Haus- und Heimtextilien, Haushaltsgegenstände	Haushaltstextilien, Kurzwaren, Handarbeiten, Meterware für Bekleidung und Wäsche ohne Matratzen und Bettwaren (aus WZ-Nr. 47.51) Haushaltsgegenstände ohne Bedarfsartikel Garten (aus WZ-Nr. 47.59.9) Keramische Erzeugnisse und Glaswaren (WZ-Nr. 47.59.2) Heimtextilien ohne Teppiche / Teppichboden (aus WZ-Nr. 47.53)
Musikalienhandel	Musikinstrumente und Musikalien (WZ-Nr. 47.59.3)
Uhren, Schmuck	Uhren, Edelmetallwaren und Schmuck (WZ-Nr. 47.77.0)
Spielwaren, Bastelbedarf	Spielwaren und Bastelbedarf (WZ-Nr. 47.65),
Sportartikel	Sportartikel ohne Campingartikel, Campingmöbel, Sport- und Freizeitboote (aus WZ-Nr. 47.64.2)
Fahrräder und –zubehör	Fahrräder, Fahrradteile und Zubehör (aus WZ-Nr. 47.64.1)

Quelle: Zusammenstellung auf Grundlage der Systematik der Wirtschaftszweige (WZ 2008)

6.3. Handlungsleitfaden zur Umsetzung der Einzelhandelsstandort- und Zentrenkonzeption der Stadt Zeulenroda-Triebes

Der Erhalt und die Stärkung von Zeulenroda-Triebes als Mittelzentrum sind untrennbar mit der Entwicklung der Versorgungsstruktur und Stärkung der Einzelhandelszentralität verknüpft. Neben den definierten städtebaulichen Zielvorstellungen wird insbesondere über den Einsatz des planungsrechtlichen Instrumentariums die Entwicklungsrichtung der Versorgungsstruktur und Attraktivität des Einzelhandelsstandortes Zeulenroda-Triebes maßgeblich bestimmt.

Die empfohlene Zentren- und Standortgliederung zeigt eindeutige Präferenzen und Wertigkeiten der Einzelhandelsstandorte mit vorrangiger Fokussierung auf die Weiterentwicklung der Innenstadt:

- A-Zentrum Innenstadt – zielt auf einen umfassenden Branchenmix bis zum spezialisierten höheren Bedarf
- B-Zentrum Ortsteilzentrum – übernimmt umfassende Grundversorgungsfunktionen für den Ortsteil, maximale Verkaufsflächenausstattung 3.000 m²
- Nahversorgungslagen – ergänzen die zentralen Versorgungsbereiche mit dem Ziel einer möglichst flächendeckenden, fußläufigen Nahversorgung, sie bestehen aus Lebensmittelmarkt mit Lebensmittelhandwerk
- Ergänzungsstandort des großflächigen Einzelhandels mit lokaler und mittelzentraler Ausstrahlung und definierter Funktionsabstimmung innerhalb der Zentren- und Standortstruktur

Mit dem folgenden Handlungsleitfaden wird das Leitbild zur künftigen Einzelhandelsentwicklung konkretisiert und die Übereinstimmung zu städtebaulichen Zielvorstellungen determiniert. Die Handlungsschwerpunkte bilden eine Grundlage für transparente und nachvollziehbare Entscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen. Im Kontext mit der „Sortimentsliste Zeulenroda-Triebes“ zur Festlegung zentrenrelevanter Sortimente wird eine rechtssichere Ausgestaltung von Entscheidungen zu Ansiedlungsvorhaben, Erweiterungsabsichten oder Standortveränderungen gewährleistet.

Der abgesteckte Rahmen für Einzelfallentscheidungen sichert einerseits die notwendige Flexibilität andererseits bleibt der Fokus auf die gesamtstädtische Entwicklung gerichtet.

Die jeweiligen Handlungsschwerpunkte geben auch bestehenden Einzelhandelsbetrieben und ansiedlungsinteressierte Anbietern eine Orientierung und gewährleisten die notwendige Planungs- und Investitionssicherheit.

Handlungsschwerpunkt 1 - Priorität der innerstädtischen Entwicklung:

Der innerstädtische Bereich besitzt oberste Priorität und in Folge sind Investitionen vorrangig auf das A-Zentrum zu lenken.

Die Focussierung auf die Innenstadt dient deren Sicherung und Erhalt im Standortwettbewerb mit den peripheren Einzelhandelsagglomerationen. Mit dem angrenzenden Ergänzungsstandorten Dienstleistungszentrum Aumaische Straße und Schopperstraße ist eine wechselseitige Abstimmung von Standortentwicklungen anzustreben, die sich der prioritären Innenstadtentwicklung unterordnet.

Handlungsschwerpunkt 2 - Lenkung zentrenrelevanter Einzelhandelsansiedlungen auf zentrale Versorgungsbereiche:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Hauptsortimenten sind den zentralen Versorgungsbereichen, vorrangig dem A-Zentrum und in abgestufter Ausprägung dem B-Zentrum vorbehalten.

Die ortsspezifische „Sortimentsliste Zeulenroda-Triebes“ (vgl. Definition der zentren- nahversorgungsrele-

vanten- und nicht zentrenrelevanten Sortimente) bildet eine wesentliche Grundlage zur städtebaulich vertäglichen Entwicklung des Einzelhandels.

In der Regel sollten Betriebe mit zentrenrelevanten Umsatzschwerpunkten nur auf zentrale Versorgungsbereiche beschränkt werden, wobei nachrangig gegliederte Zentren auch nur funktionsgerechte Größenordnungen aufweisen sollen. Die vorrangige Konzentration gebührt dem innerstädtischen A-Zentrum, im Ortsteilzentrum (B-Zentrum) sind zentrenrelevante Sortimente nur in der Ausprägung als „Nachbarschaftsladen Zeulenroda-Triebes“ einzubinden.

Handlungsschwerpunkt 3 – Sicherung der Nahversorgung:

Integrierte Nahversorgungsstandorte zielen auf eine verbrauchernahe und umfassende Grundversorgung in den Stadtgebieten. Die Nahversorgungsstruktur von Zeulenroda-Triebes baut zunächst auf eine zentrenintegrierte Nahversorgung auf, ergänzt durch wohngebietsintegrierte Nahversorgungslagen, zur Sicherung einer möglichst flächendeckend, fußläufig erreichbaren Nahversorgung. In Wohnlagen ohne wirtschaftliche Tragfähigkeit für Nahversorgungslagen werden kleinteilige Nahversorgungslösungen angestrebt.

Die quantitative und qualitative Nahversorgung stellt ein wesentliches Element der Lebensqualität der Wohnbevölkerung dar, deren Schutz und Sicherung sind folglich eine relevante kommunale Aufgabenstellung.

Mit der Aufnahme der integrierten Nahversorgungslagen in das Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Stadt Zeulenroda-Triebes wird ihre funktionale Bedeutung für eine fußläufig erreichbare Grundversorgung hervorgehoben. Nahversorgungslagen sind definiert als Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten einschließlich von Filialen des Lebensmittelhandwerkes im Eingangsbereich. Eine Ergänzung und Weiterentwicklung zentraler Nahversorgungslagen ist möglich, wenn diese: Eigenständige Nahversorgungsfunktionen innerhalb eines flächendeckenden Nahversorgungsnetzes übernehmen, eine integrierte Lage mit fußläufiger Nahversorgung als maßgebliches Einzugsgebiet aufweisen, eine gute Erreichbarkeit aus dem jeweiligen Nahversorgungsumfeld sichern (zentrale Lage innerhalb des relevanten Stadtgebietes) und zu keinen negativen Auswirkungen auf Bestand und Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche und anderer integrierter Nahversorgungslagen in Zeulenroda-Triebes führen.

Kleinteilige Nahversorgungslösungen sind Fachgeschäfte mit dem Kernsortiment Lebensmittel, ausgerichtet auf den täglichen Bedarf aus einem unmittelbaren Wohnumfeld in unterversorgten Ortsteilen. Ihre Größendimensionierung kann auch über den Anlagentyp des „Nachbarschaftsladens Zeulenroda-Triebes“ hinausgehen, bis zu einer maximalen Größendimensionierung von 400 m². Sie sind in diesem Sinne vergleichbar dem bundesweit üblichen Anlagentyp eines Nahversorgungs Ladens oder Conveniencestores. In ihrer Ausprägung übernehmen sie mit einer deutlich nachrangigen Größendimensionierung und Wettbewerbsposition tatsächlich ergänzende Funktionen und lassen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und ausgewiesene Nahversorgungslagen erwarten.

Handlungsschwerpunkt 4 – Zulässigkeit des „Nachbarschaftsladen Zeulenroda-Triebes“:

Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten, ab einer Größenordnung von 200 m² Verkaufsfläche, sollen zukünftig ausschließlich in zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden.

Die Ansiedlung von Anbietern mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment außerhalb zentraler Versorgungsbereiche ist nur zulässig, wenn die Verkaufsfläche je Einzelanbieter unter 200 m² liegt.

Diese Abgrenzung orientiert sich an der ortsspezifischen Einzelhandelssituation von Zeulenroda-Triebes. Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von unter 200 m² sind als tatsächlich überwiegend existierende Betriebe, als typische Art von „Nachbarschaftsläden Zeulenroda-Triebes“ zu charakterisieren, denen keine strukturprägende Bedeutung zukommt und von denen keine negativen Auswirkungen auf zentrale

Versorgungsbereiche ausgehen. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp findet sich gesamtstädtisch sowohl in der gesamten Zentren- und Standortstruktur als auch an weiteren Standorten i. d. R. in unmittelbarer Zuordnung zum Wohnumfeld. Er ist eingebunden in das urbane Leben. In dieser Funktion bietet er ein breites Angebotsprofil mit einem Mix aus vorrangig nahversorgungs- und zentrenrelevanten Warengruppen und ergänzenden Dienstleistungen (z. B. Kundendienst). Er ist häufig unmittelbar in Wohngebäuden integriert, seine Einbindung in das unmittelbare Wohnumfeld zielt auf eine verbrauchernahe Versorgung. Dieser Betriebs- bzw. Anlagentyp unterstützt die Identifikation der Einwohner mit ihrem Wohnumfeld, besitzt aber keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Zeulenroda-Triebes.

Einzelanbieter mit Verkaufsflächen ab 200 m² sind dagegen für die Stadt Zeulenroda-Triebes bereits als strukturprägende Anbieter, also als attraktive Frequenzbringer für zentrale Versorgungsbereiche anzusehen. Die Stadt Zeulenroda-Triebes verfügt über einen hohen Anteil kleinstrukturierter Einzelhandelsflächen. Lediglich 19% aller Einzelhandelsbetriebe (aktuell 29 Einzelhandelsbetriebe) in Zeulenroda-Triebes verfügen über eine Verkaufsfläche ab 200 m² aufwärts. Noch ausgeprägter stellt sich die Flächenstruktur im innerstädtischen A-Zentrum dar: Lediglich 4 Betriebe der aktuell ansässigen 71 Betriebe (Anteil von ca. 6%) verfügen über eine Verkaufsfläche ab 200 m². Folglich können bereits große Fachgeschäfte mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Sortimenten zu erheblichen Wettbewerbseinflüssen führen und sind dementsprechend in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.

Zur spezifischen Bewertung von Lebensmittel-Fachgeschäften als kleinteilige Nahversorgungslösungen vergleiche Handlungsschwerpunkt 3.

Handlungsschwerpunkt 5 - Planungsrechtliche Absicherung der Ergänzungsstandorte und Ausschluss von Einzelhandelsansiedlungen in Gewerbegebieten:

In den ausgewiesenen Ergänzungsstandorten (Dienstleistungszentrum Aumaische Straße, Meinersdorfer Straße, Grundversorgung Schopperstraße) werden zentrenverträgliche Angebotsstrukturen planungsrechtlich abgesichert, eine definierte Funktionszuweisung ist ausgerichtet an den Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Mittelzentrale Versorgungsfunktionen werden auch zukünftig in der Stadt Zeulenroda-Triebes, ergänzend zum innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich, von den genannten Ergänzungsstandorten wahrgenommen.

In sonstigen Gewerbebeständen wird eine zukünftige Einzelhandelsentwicklung planungsrechtlich ausgeschlossen, Ausnahmeregelungen sind nur zulässig für Nutzungen, die in unmittelbarem räumlichen und betrieblichen Zusammenhang mit Handwerks- oder produzierenden Gewerbebetrieben stehen.

Handlungsschwerpunkt 6: Einzelhandelsentwicklung außerhalb der Zentren- und Standortstrukturen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes begrenzen:

Neuansiedlungen sowie die Erweiterung bestehender Betriebe an Standorten, die nicht in die Zentren- und Standortstruktur integriert sind, sollten für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente ausgeschlossen werden. Ausnahmen können nur zugelassen werden, wenn folgende Kriterien erfüllt werden:

- Die Anbieter sind kleinteilig, gemäß Handlungsschwerpunkt 4 (Nachbarschaftsladen Zeulenroda-Triebes).
- oder
- Die Anbieter sind als kleinteilige Nahversorgungslösungen (=Lebensmittel-Fachgeschäfte mit Wohngebietsbezug) zu charakterisieren, gemäß Handlungsschwerpunkt 3.
- oder
- Die Sortimente des Einzelhandelsbetriebs sind gemäß der Sortimentsliste Zeulenroda-Triebes zu mindestens 90% als nicht-zentrenrelevant einzustufen. Der Anteil der zentrenrelevanten Sortimente

überschreitet 10% der Gesamtverkaufsfläche nicht und je Einzelsortiment wird die Verkaufsfläche auf 200 m² (Größenordnung Nachbarschaftsladen Zeulenroda-Triebes) begrenzt.

und

Der Antragsteller muss über eine Verträglichkeitsanalyse nachweisen, dass mit dem Vorhaben keine Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche verbunden ist.

Handlungsschwerpunkt 7 - Umsetzung als städtebauliches Entwicklungskonzept:

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird durch Beschluss des Stadtrates vom politischen Willen der Kommune getragen.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu berücksichtigen und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V.

Dr. Silvia Horn

i.V.

Dr. Ulrich Kollatz

7. Verzeichnis der Anlagen

Zentrenpass A-Zentrum Innenstadt Zeulenroda-Triebes

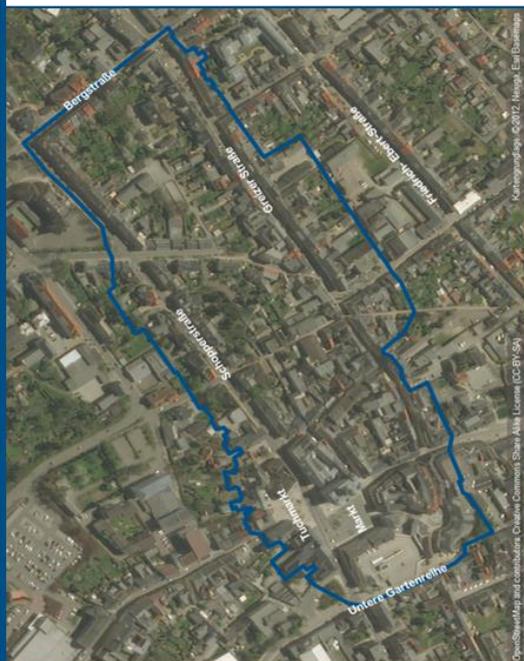
Zentrenpass B-Zentrum Ortsteilzentrum Triebes

A-Zentrum Innenstadt Zeulenroda-Triebes

Lage: Integrierte zentrale Innenstadt, Begrenzung: Tuchmarkt, Dr.-Gebler-Platz, westliches Teilstück der Schopperstraße, Bergstraße, Greizer Straße sowie Untere Gartenreihe

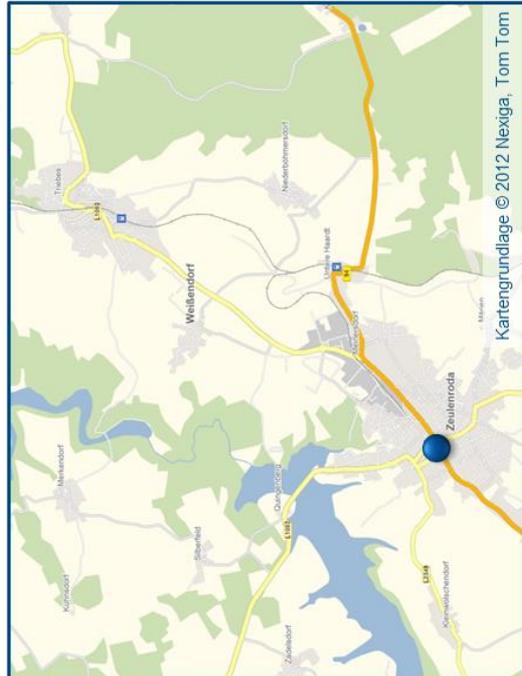
Versorgungsfunktion: Multifunktionales Einzelhandels- und Dienstleistungszentrum, Funktionale Vernetzung und Ergänzung der innerstädtischen Einzelhandelsstandorte mit benachbartem Ergänzungsstandort Aumaische Straße

Einzugsgebiet: Gesamtstädtische und regionale Ausstrahlung



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes



Kartengrundlage © 2012 Nexiga, Tom Tom

Angebotsstruktur (Stand Januar 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	290 m ²
Gesundheit, Körperpflege	773 m ²
Blumen, Garten, Heimtier	190 m ²
Bücher, Zeitschriften, PBS	420 m ²
Bekleidung, Textilien	1.300 m ²
Schuhe, Lederwaren	550 m ²
Heimwerkerbedarf	5 m ²
Spielwaren, Hobby	230 m ²
Sportartikel, Fahrräder	150 m ²
Hausrat, Einrichtung, Möbel	500 m ²
Elektronikwaren	230 m ²
UE, Kommunikation, PC	253 m ²
Foto / Optik / Akustik	280 m ²
Uhren / Schmuck	94 m ²
sonstiges	90 m ²

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Schwerpunkt der mittelzentralen Versorgungsstruktur (multifunktionaler Nutzungen), Funktionale Vernetzung und Ergänzung mit benachbarten Ergänzungsstandort an der Aumaischen Straße, Umfassende und vielfältige Branchen- und Betriebsgrößenstruktur, wichtigste Angebotsstandorte: Thüringer Hof-Passage und Fußgängerzone entlang der Schleizer Straße/Greizer Straße, Drogeriemarkt Rossmann – Ankerbetrieb für Passage

B-Zentrum Ortsteilzentrum Triebes

Lage: Östlich und westlich der Hauptstraße in Triebes, städtebaulich integriert

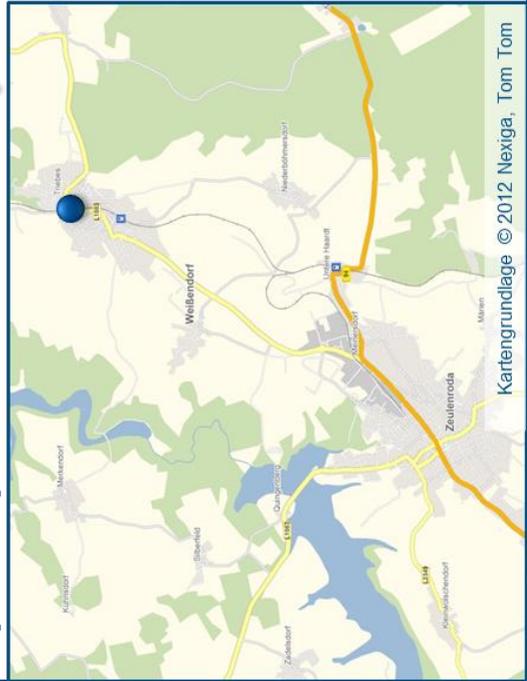
Versorgungsfunktion: Umfassende Grundversorgung des Ortsteiles Triebes. Angebote des Grundbedarfs, d.h. kurz- und ergänzender mittelfristiger Bedarf, ergänzende öffentliche Infrastruktur (Post, Schule, Verwaltung, soziale und medizinische Einrichtungen) sowie ÖPNV-Anschluss

Einzugsgebiet: Ortsteilbezogener Einzugsbereich umfasst die Ortsteile Triebes mit Dörtendorf und Mehla.



Abgrenzung zentraler Versorgungsbereich

Lage im Stadtgebiet Zeulenroda-Triebes



Kartengrundlage © 2012 Nexiga, Tom Tom

Kurzcharakteristik / Entwicklungsziele:

Bestehend aus den beiden Teilbereichen westlich der Hauptstraße (Agglomeration um Netto Marken-Discount, Getränkemarkt Vogtland) und östlich der Hauptstraße (Diska, Pfennigpfeiffer, Getränkemarkt Huster).

Ziel: Keine konkurrierende Standortentwicklung außerhalb des B-Zentrums – vielmehr Verdichtung bestehender Angebotsstrukturen von Triebes im abgegrenzten Bereich.

Gezielte Lenkung von Investitionen bzw. Verlagerungen auf die Leerstände im Ortszentrum.

Angebotsstruktur

(Stand Januar 2017):

Nahrungs- & Genussmittel	2.031 m ²
Gesundheit, Körperpflege	240 m ²
Blumen, Garten, Heimtier	95 m ²
Bücher, Zeitschriften, PBS	200 m ²
Bekleidung, Textilien	35 m ²
Schuhe, Lederwaren	
Heimwerkerbedarf	40 m ²
Spielwaren, Hobby	
Sportartikel, Fahrräder	
Hausrat, Einrichtung, Möbel	90 m ²
Elektrowaren	10 m ²
UE, Kommunikation, PC	5 m ²
Foto / Optik / Akustik	
Uhren / Schmuck	
sonstiges	25 m ²

8. Glossar: Definitionen einzelhandelsrelevanter Begriffe und Betriebsformen

Begriffsdefinitionen in Anlehnung an: Definitionssammlung zum Einzelhandelsmarkt der Gesellschaft für immobilienwirtschaftliche Forschung e.V. (2013), Katalog E – Definitionen zu Einzelhandel und Distribution des Instituts für Handelsforschung der Universität Köln (2006).

DIY:

- DIY ist die Abkürzung für Do It Yourself. Als DIY-Sortiment werden alle Heimwerkersortimente zusammengefasst. Die DIY-Branche (synonym Baumarktbranche) bezieht alle Betriebsformen mit Heimwerkersortimenten ein, den Schwerpunkt bilden Bau- und Gartensmärkte.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft:

- Die Kaufkraft bezeichnet das verfügbare Einkommen (Einkommen ohne Steuern und Sozialversicherungsbeiträge, inkl. empfangener Transferleistungen) der Bevölkerung eines Gebietes innerhalb eines Jahres. Der Absatz von Verbrauchsgütern, langlebigen Konsumgütern, persönlichen Dienstleistungen und Immobilien ist unmittelbar abhängig von der Höhe der Kaufkraft.
- Bei der Ermittlung der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft werden nur diejenigen Anteile der Kaufkraft berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.
- Die Kaufkraft wird als absoluter Wert und als Indexwert in Relation zum Bundesdurchschnitt (100) angegeben.

Einzelhandelsrelevante Zentralität:

- Der Zentralitätsgrad eines definierten räumlichen Gebietes (z. B. Innenstadt, Gemeinde, Region) gibt an, welche Bedeutung die in diesem Gebiet ansässigen Einzelhandelsbetriebe für die Versorgung der in diesem und in umliegenden Gebieten ansässigen Bevölkerung haben.
- Die Zentralität des Einzelhandels ermittelt sich aus der Division des Einzelhandelsumsatzes durch die Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (jeweils Index oder Promille) x 100.
- Ein Wert unter 100 zeigt an, dass Handelsumsatz an andere Standorte abgegeben wird. Ein Wert über 100 bedeutet, dass Umsätze von Kunden außerhalb des definierten Gebietes hinzuströmen, der Handelsumsatz also größer als das Potenzial der Bevölkerung darin ist.

Ergänzungsstandort:

- Ein Ergänzungsstandort ist ein Standort mit meist großflächigem nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel. Er ist autoorientiert und beinhaltet entweder ein oder mehrere Einkaufszentren oder einzelne, große Einzelhandelsbetriebe (z. B. Garten-, Bau-, Möbelbranche) oder beides in Kombination. Meist waren solche Standorte für größere Gewerbebetriebe vorgesehen.

GPK:

- „GPK“ ist die Abkürzung für die Sortimentsbezeichnung „Glas / Porzellan / Keramik“.

Großflächiger Einzelhandel

- Die Großflächigkeit beginnt dort, wo üblicherweise die Größe von der wohnungsnahen Versorgung dienenden Einzelhandelsbetrieben ihre Obergrenze findet (BVerwG Ur. v. 22.05.1987, 4 C 19.85).
- Bei der Frage, ob ein Vorhaben als Einzelhandelsgroßprojekt zu bewerten ist, sind zwei Aspekte zunächst getrennt voneinander zu prüfen: 1. Seit 2005 geht die Rechtsprechung davon aus, dass die Grenze der Großflächigkeit ab einer Verkaufsfläche von 800 m² beginnt (BVerwG Ur. v. 24.11.2005, 4 C 10.04). 2. Negative Auswirkungen gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO werden regelmäßig ab 1.200 m² Geschossfläche angenommen (= Regelvermutung), können jedoch in einer Einzelfalluntersuchung widerlegt werden. Für eine Einstufung als Einzelhandelsgroßprojekt müssen beide Sachverhalte (über 800 m² Verkaufsfläche und gleichzeitig Auswirkungen bei über 1.200 m² Geschossfläche) kumulativ auftreten.
- Das Merkmal der Großflächigkeit kennzeichnet eine Schwelle, von der ab Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe des § 11 (3) BauNVO nur noch in einem Kerngebiet i. S. v. § 7 BauNVO oder in einem Sondergebiet für Einzelhandel i.S.v. § 11 BauNVO zulässig sind.
- Eine Zusammenrechnung von Verkaufsflächen mehrerer Betriebe findet auf der Ebene des Bauplanungsrechts – und damit im Baugenehmigungsverfahren - nur ausnahmsweise statt, wenn ein Fall der sog. Funktionseinheit vorliegt.

Kaufkraftbindung:

- Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner eines bestimmten Gebiets (z. B. einer Gemeinde), der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und in Umsatz umgewandelt werden kann.

Kernsortiment/Randsortiment:

- Randsortimente sind nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment als Hauptsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
- Das Randsortiment tritt nur zu einem bestimmten Kernsortiment hinzu, falls eine gewisse Beziehung zu den Waren des Kernsortiments besteht. Umfang und Wichtigkeit sind dabei deutlich untergeordnet (meist nicht mehr als 10% der Gesamtverkaufsfläche).

Lebensmitteldiscounter:

- Lebensmitteldiscounter besitzen ein ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl (ca. 700 bei Harddiscountern bis 1.400 bei Markendiscountern) und einen Nonfood-Umsatzanteil von ca. 10 - 13% auf Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment, welches i. d. R. um Getränke ergänzt wird. In den letzten Jahren war ein kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch) festzustellen.
- Lebensmitteldiscounter verzichten auf Bedienungsabteilungen sowie weitere Dienstleistungen und verhalten sich preisaggressiv und werbeintensiv. In der Regel erfolgt eine sehr nüchterne Warenpräsentation, vereinzelt werden einzelne Warengruppen wertiger präsentiert (z. B. Drogerieartikel). So genannte Markendiscounter verfolgen dieses Konzept weniger strikt (Konzept ähnelt eher Supermärkten).

Nachfragevolumen, einzelhandelsrelevantes:

- Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen (oder auch Nachfragepotenzial) setzt sich aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, in den einzelnen Warengruppen bzw. für den Einzelhandel insgesamt, zusammen.

Nahversorgungslage:

- Nahversorgungslagen zielen auf eine wohnungsnah oder aus Sicht peripherer Ortsteile zumindest gut erreichbare, wohnortnahe Grundversorgung im kurzfristigen Bedarfsbereich und erfüllen somit eine ergänzende Versorgungsfunktion zu den zentralen Versorgungsbereichen.
- Nahversorgungslagen sind durch Solitärstandorte von Lebensmittelmärkten (Supermärkte oder Discounter) gekennzeichnet, i. d. R. ergänzt durch angeschlossenes Lebensmittelhandwerk (Bäcker und/oder Metzger).
- Nahversorgungslagen sind keine zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.

Nahversorgungszentrum:

- Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine städtebauliche Einheit und ist in das Siedlungsgefüge integriert. Eine räumliche Nachbarschaft zu Wohngebieten ist charakteristisch.
- Nahversorgungszentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Sie übernehmen die lokale Vor-Ort-Versorgung vorrangig im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung.

SB-Markt:

- Ein SB-Markt ist ein „kleiner Supermarkt“ mit einer Verkaufsfläche bis zu 400 m². Er besitzt nur ein eingeschränktes Sortiment.
- Dieser Betriebstyp ist vor allem in kleinen Orten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Lebensmitteldiscounter rentabel ist.

SB-Warenhaus:

- Ein SB-Warenhaus besitzt eine Verkaufsfläche von über 5.000 m². Charakteristisch ist ein umfassendes Sortiment, neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i. d. R. über 50%) auch eine umfangreiche Nonfood-Abteilung (Nonfood-Umsatzanteil ca. 35 - 50%, Nonfood-Flächenanteil ca. 60 - 75%).
- Ganz oder überwiegend werden die Waren durch Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst angeboten. Betreiber dieses Betriebstypen zeichnen sich i. d. R. durch eine hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreis- und/oder Sonderangebotspolitik aus.
- Ein SB-Warenhaus ist häufig Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration an einem autokundenorientierten, oft peripheren Standort.

Sortiment, nahversorgungsrelevantes:

- Als nahversorgungsrelevante Sortimente sind vor allem die Waren des täglichen, kurzfristigen Bedarfs, insbesondere für die Grundversorgung mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln, anzusehen. Diese Waren werden von allen Bevölkerungsschichten und Altersgruppen gleichermaßen nachgefragt. Nahversorgungsrelevante Sortimente sind zugleich auch zentrenrelevant.
- Die Nahversorgungsrelevanz von derartigen Sortimenten ergibt sich aus den in sehr kurzen Abständen wiederkehrenden Versorgungsvorgängen, die insbesondere auch für weniger mobile Verbraucher ohne eigenen Pkw durch ein am Wohnstandort und damit verbraucher-nah gelegenes Angebot gewährleistet werden soll.

Sortiment, zentrenrelevant:

- Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich im Allgemeinen dadurch aus, dass sie für das Einzelhandelsangebot einer Innenstadt prägend und daher für eine starke und intakte Innenstadt bedeutsam sind. Als zentrenrelevant sind somit grundsätzlich diejenigen Sortimente anzusehen, deren Ansiedlung in peripheren Lagen zu Funktionsverlusten durch nennenswerte Umsatzumlenkungen und daraus resultierenden Verdrängungseffekten im innenstädtischen Zentrum führen kann.
- In der Vergangenheit wurden bundesweit von verschiedenen Kommunen, Planungsbehörden und Trägern öffentlicher Belange Sortimentslisten entwickelt, in denen die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente definiert wurden. Eine allgemeingültige Aufstellung ist jedoch nicht möglich. Nach einem Urteil des Oberverwaltungsgerichts Münster vom 03.06.02 wäre eine derartige Liste rechtswidrig, es bedarf jeweils einer individuellen Betrachtung der jeweiligen örtlichen Situation.
- Die Einstufung als "zentrenrelevantes Sortiment" setzt allerdings nicht voraus, dass ein Sortiment bereits in zentralen Versorgungsbereichen vertreten ist. Dies bedeutet, dass auch Sortimente als zentrenrelevant eingestuft werden können, die gegenwärtig nicht bzw. nur in einem geringen Umfang in einem schützenswerten Bereich angeboten werden, jedoch als ein wichtiger Beitrag zu einer attraktiven und leistungsstarken Zentrumsentwicklung anzusehen sind.
- Als wesentliche Merkmale zentrenrelevanter Sortimente sind eine hohe Verbundwirkung mit anderen Sortimenten, eine hohe Beratungsintensität, eine hohe Flächenproduktivität und eine gute Handlichkeit bzw. geringe Sperrigkeit (weshalb sie nicht nur mit dem Pkw transportierbar sind) anzusehen.

Sortiment, nicht-zentrenrelevantes:

- Wesentliche Merkmale nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind ein meist hoher Flächenanspruch, geringe Kopplungswirkungen und eine eingeschränkte Transportfähigkeit. Diese Artikel werden oft mit handwerklichen Dienstleistungen (z. B. Kfz-Handel mit Werkstatt) oder für gewerbliche Nutzungen (z. B. Baustoffhandel, Büromöbelhandel) angeboten.
- Nicht-zentrenrelevante Sortimente strahlen kein Gefährdungspotential auf gewachsene Zentren aus. Zu beachten sind dabei aber immer zentrenrelevante Randsortimente, die sehr wohl Auswirkungen haben können.

Stadtteilzentrum:

- Ein Stadtteilzentrum beschreibt eine städtebauliche Einheit, die sich abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge in räumlicher Nähe zu Wohngebieten befindet.
- Stadtteilzentren sind zentrale Versorgungsbereiche im Sinne der Rechtsprechung.
- Hauptaufgaben sind sowohl die Nahversorgung als auch die Grundversorgung eines Stadtteils mit Waren des mittel- und langfristigen Bedarfs. Die Einzelhandelsstruktur ist i. d. R. durch Lebensmittel- und ergänzende Anbieter geprägt. Weiterhin sind zentrentypische Dienstleistungen vorhanden.

Supermarkt:

- Ein Supermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von ca. 400 bis 2.500 m². Er bietet ein Lebensmittelvollsortiment mit einer hohen Kompetenz im Frische-Bereich an. Ab 800 m² Verkaufsfläche findet sich auch bereits ein höherer Nonfood-Anteil (Umsatzanteil ca. 10 - 15%, Flächenanteil ca. 20 - 30%).
- Standorte von Supermärkten sind vornehmlich Wohngebiete und verkehrsgünstige Lagen.

Verbrauchermarkt (Großflächiger Supermarkt):

- Ein Verbrauchermarkt besitzt eine Verkaufsfläche von über 2.500 bis 5.000 m². Er bietet ein breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment an. Mit zunehmender Fläche steigt der Flächenanteil der Nonfood-Abteilungen (Umsatzanteil ca. 20 - 40%, Flächenanteil ca. 30 - 60%) stark an.
- Die Standorte von Verbrauchermärkten sind autokundenorientiert und befinden sich in Alleinlage oder innerhalb von Einzelhandelszentren.

Verkaufsfläche:

- Die Verkaufsfläche bezeichnet alle Flächen, die dem Verkauf dienen (inkl. Gänge, Treppen, Kassenzonen, Schaufenster, Theken, Vorkassenzone, Windfang, Leergutannahme) und dem Kunden frei zugänglich sind sowie dauerhaft genutzte Freiverkaufsflächen.
- Nicht zur Verkaufsfläche zählen Büroräume, Lager- und Vorbereitungsflächen sowie Werkstätten und Flächen, die Personalzwecken dienen.

Verkausflächenausstattung je Einwohner:

- Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner beschreibt das Verhältnis von einzelhandelsrelevanter Verkaufsfläche bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl.
- Es ist ein quantitativer Indikator der Versorgung für die Ausstattung eines Gebiets.

Vollsortimenter:

- Ein Lebensmittel-Vollsortimentsmarkt bietet ein breites und tiefes Sortiment mit einem flächenbezogenen Frischeanteil (Obst & Gemüse, Molkereiprodukte, Tiefkühl, Bedienungstheken) von ca. 30%. Einen elementaren Schwerpunkt stellen die Bedienungstheken in den Sortimentsgruppen Fleisch/Wurst, Käse und Feinkostprodukte sowie Frischfisch dar. Das Angebot konzentriert sich im Wesentlichen auf den kurzfristigen Lebensmittelbedarf mit einem Umfang von mind. 12.000 unterschiedlicher Artikel sowie einem ergänzenden Non-Food Sortiment von ca. 10-15%. Das Sortiment umfasst sowohl Markenartikel als auch Handelsware. Die Umsetzung dieses Vertriebstyps bedingt eine zusammenhängende Verkaufsflächengröße von mind. 1.400 m², allerdings mit zunehmend größerer Mindestver-

kaufsfläche. Das Vertriebskonzept bietet einen umfangreichen Service- und Bedienungsgrad, welches einer qualifizierten Personalstärke von mind. 20 Vollzeitarbeitsplätzen entspricht.

- Häufig wird mit dem Vollsortimenter ein Supermarkt assoziiert, jedoch sind auch Verbrauchermärkte und SB-Warenhäuser als Vollsortimenter zu klassifizieren.

Zentraler Versorgungsbereich:

- Zentrale Versorgungsbereiche sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Je nach ihrer konkreten Versorgungsfunktion kann diese sich auf das gesamte Gemeindegebiet einschließlich einer möglichen regionalen Ausstrahlung (z. B. Innenstadt) oder auf Teilbereiche (Stadtteile, Wohngebiete) beziehen und dabei einen umfassenderen (Hauptzentrum) oder nur eingeschränkten Versorgungsbedarf (Nahversorgungszentrum) abdecken. (Entscheidung des Bundesverwaltungsgerichts zu § 34 Abs. 3 BauGB, Urteil BVerwG 4 C 7.07 vom 11.10.2007)
- Zentrale Versorgungsbereiche weisen gemessen an ihrer Versorgungsfunktion eine integrierte Lage innerhalb der Siedlungsbereiche auf, mit fußläufiger Erreichbarkeit aber auch mittels ÖPNV und PKW.