

EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT 2017 für die Landeshauptstadt Erfurt

Erfurt 
LANDESHAUPTSTADT
THÜRINGEN
Stadtverwaltung



Entwurf

EINZELHANDELS- UND ZENTRENKONZEPT 2017 für die Landeshauptstadt Erfurt

Entwurf

November 2017

Entwurf

Inhalt

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung	7
2	Methodik.....	9
2.1	Angebotsanalyse	9
2.2	Nachfrageanalyse	14
2.3	Städtebauliche Analyse	18
2.4	Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur	19
3	Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in der Landeshauptstadt Erfurt.....	20
3.1	Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung.....	20
3.2	Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung.....	26
3.3	Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung.....	27
3.4	Einzelhandelsrelevante und sekundärstatistische Einordnung	33
3.5	Wirtschaftsfaktor Tourismus.....	35
3.6	Pendlerbeziehungen.....	36
3.7	Einzugsgebiet des Einzelhandels der Landeshauptstadt Erfurt	37
4	Einzelhandelssituation in der Landeshauptstadt Erfurt.....	39
4.1	Einzelhandelsangebot.....	39
4.2	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes.....	44
4.3	Großflächiger Einzelhandel	45
4.4	Leerstände.....	46
4.5	Grundversorgungssituation.....	49
4.6	Analyse der Nachfrageseite.....	58
5	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Landeshauptstadt Erfurt	61
6	Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Erfurt	70
6.1	Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Erfurt.....	70
6.2	Standortstruktur.....	72
6.3	Zentrale Versorgungsbereiche.....	76
6.3.1	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt (01).....	83

6.3.2	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Ilversgehofen, Magdeburger Allee (02).....	87
6.3.3	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Berliner Platz, Wohngebietszentrum (03).....	90
6.3.4	Standortprofil: Center Kleiner Herrenberg (10).....	92
6.3.5	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Daberstedt, Häßlerstraße (08).....	94
6.3.6	Standortprofil: Löbervorstadt, Geibelstraße (09).....	96
6.3.7	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Melchendorfer Markt (04)	98
6.3.8	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Moskauer Platz, Wohngebietszentrum (05).....	100
6.3.9	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Rieth (06)	102
6.3.10	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Roter Berg, Wohngebietszentrum (07).....	104
6.4	Sonderstandorte	106
6.4.1	Standortprofil: Sonderstandort Globus I.....	109
6.4.2	Standortprofil: Sonderstandort Kranichfelder Straße (Kaufland II)	110
6.4.3	Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum Leipziger Straße (Kaufland I)..	111
6.4.4	Standortprofil: Sonderstandort Globus II	113
6.4.5	Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum Gothaer Straße	115
6.4.6	Standortprofil: Sonderstandort Thüringenpark	117
6.4.7	Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum T.E.C.....	119
6.5	Nah- und Grundversorgungsstandorte	121
6.6	Fortschreibung der Erfurter Sortimentsliste	124
6.7	Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	132
7	Verzeichnisse	143
Anhang	145
A1:	Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	147
A2:	Anforderungen an städtebauliche Wirkungsanalysen	154
A3:	Legende Grundlagenkarte.....	156

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Landeshauptstadt Erfurt verfügt über ein Einzelhandels- und Zentrenkonzept, welches vom Stadtrat in seiner Sitzung am 29.04.2009 einstimmig beschlossen wurde. Die ortsübliche Bekanntmachung erfolgte im Amtsblatt Nr. 10 am 05.06.2009.

Einzelhandels- und Zentrenkonzepte – als städtebauliche Entwicklungskonzepte i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB – stellen für Städte und Gemeinden eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von insbesondere großflächigen Einzelhandelsvorhaben dar.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept dient der Landeshauptstadt Erfurt als fundierte Bewertungsgrundlage für aktuelle sowie zukünftige Planvorhaben. Es erleichtert Stadtverwaltung und Politik frühzeitig, mögliche Auswirkungen einzelner Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einzuschätzen und bildet somit eine Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen. Außerdem dient es auch als Grundlage für verschiedene informelle Planungen wie beispielsweise das ISEK oder ein Stadtmarketingkonzept für die Altstadt.

Darüber hinaus zeigt das Konzept (insbesondere bauplanungsrechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Ein wesentlicher Baustein des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzepts. Dazu wurde für das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept auf Daten der flächendeckenden Erhebung des Einzelhandels im Frühjahr 2017 zurückgegriffen.

Doch nicht nur die Erfurter Einzelhandelslandschaft hat sich verändert, sondern auch die allgemeinen Entwicklungen und Trends sowie nicht zuletzt auch die rechtlichen Rahmenbedingungen und auch die darauf reflektierende Rechtsprechung¹. Folgende Aspekte sind in diesem Zusammenhang besonders hervorzuheben:

- Die Bevölkerungsprognose 2040 zeigt, dass – im Gegensatz zu früheren Prognosen zum Bevölkerungsrückgang – deutliche Einwohnerzuwächse zu erwarten sind.
- Der Online- und Multi-Channel-Handel nimmt an Bedeutung weiter zu, was nicht ohne Auswirkungen auf die Umsatzentwicklung des stationären Einzelhandels bleibt.
- Veränderung der Erreichbarkeit konkurrierender Oberzentren (insbesondere Leipzig, Nürnberg) aufgrund durchgängiger Befahrbarkeit der Schnellverkehrsstrasse München – Berlin im Dezember 2017.
- Die übergeordneten Vorgaben des Regionalen Einzelhandelskonzeptes Mittelthüringen (Beschluss der Planungsversammlung Nr. PLV 05/01/15 vom 18.03.2015), welche neben dem Regionalplan Mittelthüringen 2011 die fachliche Informations- und Bewertungsgrundlage für die Arbeit der Regionalen Planungsgemeinschaft Mittelthüringen (RPG) und besonders für Stellungnahmen im Rahmen von Raumordnungs- und Zielabweichungsverfahren darstellen, bilden eine vertiefende Bewertungsgrundlage für Entscheidungen hinsichtlich bedeutsamer Einzelhandelsentwicklungen.

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

Auf Basis der Aktualisierung soll die Untersuchung Strategien zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung bzw. letztlich auch zur Stadtentwicklung in der Landeshauptstadt Erfurt unter Berücksichtigung sowohl der rechtlichen, demographischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen als auch der betrieblichen Anforderungen aufzeigen. Dabei sollen die städtebaulichen Zielvorstellungen der Landeshauptstadt Erfurt, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, die Sicherung und Weiterentwicklung einer ausreichenden Grundversorgung mit einem funktionierenden Nahversorgungsnetz, aber auch die Konzentration des nicht-zentrenrelevanten Einzelhandels auf bestehende Standorte zur Eindämmung einer zunehmenden Flächeninanspruchnahme in Gewerbegebieten durch den Einzelhandel und die Vermeidung von zusätzlich durch Einzelhandel induzierten Verkehr, Bestandteil einer nachhaltigen Einzelhandelspolitik sein.

Vor allem ermöglicht die Fortschreibung des Konzepts der Landeshauptstadt Erfurt weiterhin, mit einem möglichst hohen Grad an Planungs- und Rechtssicherheit zukünftig z. B. Bebauungspläne zu ändern oder auch neu aufzustellen, sofern der Einzelhandel in diesem Zusammenhang eine Bedeutung hat.

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Erfurt.

Darauf aufbauend werden die im Jahr 2009 formulierten konzeptionellen Bausteine des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (Ziele, perspektivisches Standortmodell, Definition der zentralen Versorgungsbereiche und sonstigen Entwicklungsbereiche im Stadtgebiet, die Sortimentsliste sowie die Grundsätze zur zukünftigen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst.

Zu den wesentlichen Änderungen gegenüber dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahre 2009 gehören im Bereich der konzeptionellen Bausteine:

- Eine Reduzierung der Anzahl der zentralen Versorgungsbereiche in den städtischen Siedlungsbereichen. Die Standorte Andreasvorstadt, Brühlervorstadt, Johannesvorstadt, Krämpfervorstadt, Ringelberg und Krämpfervorstadt, Thälmannstraße erfüllen nicht die (höchstrichterlich) formulierten Kriterien zur Ausweisung als zentrale Versorgungsbereiche und werden innerhalb der Standortstruktur künftig als Nahversorgungsstandorte eingeordnet.
- Eine Überarbeitung der Standortstruktur unter der Berücksichtigung der zentralen Versorgungsbereiche sowie der Sonderstandorte.
- Eine Neufassung der Steuerungsgrundsätze mit Ergänzungen u. a. zu Regelungen zu Einzelhandelsagglomerationen sowie zum Bestandsschutz.
- Definierte Verkaufsflächenobergrenzen für Einzelhandelsbetriebe im Nebenzentrum sowie in den Nahversorgungszentren entfallen künftig. Die Dimensionierung ist in Abhängigkeit von der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches vorzunehmen.
- Die Ausnahmeregelung für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche im Grundsatz 1 wurde auch auf großflächige Einzelhandelsbetriebe ausgeweitet.
- Da der Anlagentyp des Erfurter Ladens zunehmend als eigenständiger, rechtssicherer Betriebstyp hinterfragt wird, wird dieser künftig in den Regelungen zur Einzelhandelssteuerung nicht mehr aufgeführt.
- Eine quantitative Obergrenze für zentrenrelevante Randsortimente bei Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment wird künftig nicht mehr ausgewiesen. Für zentrenrelevante Randsortimente gilt die Beschränkung auf 10 % der Gesamtverkaufsfläche des Einzelhandelsbetriebes. Diese müssen in funktionalem Zusammenhang zum Kernsortiment stehen. Außerdem ist für die Einzelsortimente die städtebauliche Verträglichkeit im Sinne von § 11 (3) BauN-VO oder ggf. § 34 (3) BauGB nachzuweisen.

2 Methodik

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Erfurt stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die erneute flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Erfurter Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Landeshauptstadt Erfurt gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants GmbH, Köln.
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Erfurt ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

2.1 Angebotsanalyse

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Frühjahr 2017 eine flächendeckende **Vollerhebung des Erfurter Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Die Vollerhebung basiert auf einer flächendeckenden Begehung / Befahrung des Stadtgebiets bei gleichzeitiger, soweit möglich, lasergestützter Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe². Im Rahmen der Vollerhebung wurden Adressen sowie die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten (vgl. Tabelle 1) aufgenommen. Weiterhin wurde eine (vgl. dazu Tabelle 2) Lagezuordnung vorgenommen.

² Bei der Erfassung der Verkaufsflächen wird der jeweilige Einzelhandelsbetrieb begangen. Soweit zugelassen bzw. möglich wird die Verkaufsfläche, sortimentspezifisch, mit Lasererfassungsgeräten aufgenommen. Ist diese Methode nicht anwendbar wird die Verkaufsfläche entweder über das Auszählen von Deckenplatten oder Fliesen oder durch Abschreiten ermittelt. Diese Methode zur Erfassung der Einzelhandelsbetriebe / Verkaufsflächen zu stadtplanerischen Zwecken wird auch von anderen Gutachterbüros bundesweit entsprechend angewandt.

Grundsätzlich ist darauf hinzuweisen, dass die Erhebung der Verkaufsflächen einzelner Betriebe zu stadtplanerischen Zwecken nicht einen Genauigkeitsanspruch wie das differenzierte Aufmaß eines Architekten oder Vermessungsingenieurs aufweisen. Messungenauigkeiten können sich bei aller Sorgfalt dabei beispielsweise aufgrund der Möblierung bzw. der Regalsysteme in den Läden oder komplizierter Zuschnitte (Erker, Rundungen, verschiedene Ebenen, etc.) ergeben oder auch, wenn der Einsatz unserer Lasermessgeräte nicht möglich ist oder nicht gestattet wird. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die erhobenen Daten im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes, in aggregierter und gerundeter Form (etwa nach Warengruppen bzw. Gesamtstandorten, Gesamtstadt) analysiert, dargestellt und bewertet werden. Dabei ist i.d.R. für einzelne Betriebe eine Toleranzschwelle von +/- 10% anzunehmen, welche sich erfahrungsgemäß in den Summen deutlich relativiert.

Der Erhebung liegt folgende Definition der Verkaufsfläche zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005, 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06.02.2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut Urteil (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767 / 08) vom 06.02.2009 oder Urteil vom BVerwG (AZ 4C1.16) vom 09.11.16) grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema „Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung“ ist eine dezidierte Bestandserfassung notwendig. Dabei sind vor allem auch relevante Randsortimente zu erfassen, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um die sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt³.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimente den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

³ Im Rahmen der Erarbeitung lassen sich aufgrund von Aggregationen oder auch Differenzierungen von Teilsortimenten z. T. Unterschiede zur Erhebungssystematik feststellen.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik (Junker + Kruse)

Warengruppe	Sortimente	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	
	Backwaren / Konditoreiwaren	
	Fleischwaren	
	Getränke	Getränke inkl. Wein / Sekt / Spirituosen
Blumen (Indoor) / Zoo	Blumen	Schnittblumen
	Topfpflanzen / Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	
	zoologische Artikel	zoologische Artikel, lebende Tiere
Gesundheit und Körperpflege	Apotheke	Freiverkäufliche Apothekenwaren (pharmazeutische Artikel)
	Drogeriewaren	Drogeriewaren / Körperpflegeartikel, Kosmetikartikel / Parfümeriewaren
Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher	Bücher	
	Papier / Büroartikel / Schreibwaren	Papier / Büroartikel / Schreibwaren auch Büromaschinen
	Zeitungen / Zeitschriften	
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung / Textilien	Bekleidung	Bekleidung, (Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte / Mützen, Miederwaren, elz- und Lederbekleidung, Socken / Strümpfe, Wäsche)
	Handarbeitswaren / Kurzwaren / Meterware / Wolle	
Schuhe / Lederwaren	Schuhe	Schuhe (ohne Sportschuhe)
	Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme	
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	
Spielwaren / Hobbyartikel	Hobbyartikel	Künstlerartikel / Bastelzubehör, Sammlerbriefmarken und -münzen
	Musikinstrumente und Zubehör	
	Spielwaren	
Sport und Freizeit	Angler-, Jagdartikel und Waffen	
	Campingartikel	
	Fahrräder und technisches Zubehör	
	Sportartikel	Sportartikel / -kleingeräte
	Sportbekleidung und Sportschuhe	
	Sportgroßgeräte	
überwiegend langfristige Bedarfsstufe		
Wohn Einrichtung	Bettwaren / Matratzen	
	Heimtextilien	Heimtextilien, Gardinen / Dekostoffe

Warengruppe	Sortimente	Erläuterung
	Teppiche (Einzelware)	
	Wohneinrichtungsartikel	Kunstgewerbe / Bilder / Bilderrahmen, sonstige Wohneinrichtungsartikel (u. a. Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Ziergegenstände, Kunstblumen)
Möbel	Möbel	Möbel (Antiquitäten, Bad-, Büro, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel)
Elektro / Leuchten	Elektrogroßgeräte	Elektrogroßgeräte (weiße Ware)
	Elektrokleingeräte	
	Lampen / Leuchten / Leuchtmittel	
Elektronik / Multimedia	Elektronik und Multimedia	Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
Medizinische und orthopädische Artikel	Medizinische und orthopädische Artikel	Hörgeräte, Optik / Augenoptik, Sanitätsartikel
Uhren, Schmuck	Uhren / Schmuck	
Bau- und Gartenmarktsortimente	Bauelemente / Baustoffe	
	Baumarktspezifisches Sortiment	Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben / Lacke, Fliesen, Kamine / Kachelöfen, Rollläden / Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen / Werkzeuge, sonstige baumarktspezifische Artikel
	Gartenartikel und -geräte	Gartenartikel und -geräte, Pflanzgefäße / Terrakotta (Outdoor)
	Pflanzen / Samen	
Sonstiges	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	
	Erotikartikel	
	Kinderwagen	

Quelle: eigene Zusammenstellung

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Versorgungsbereiche, städtebaulich sonstige integrierte Lage und städtebaulich nicht integrierte Lage zugeordnet. Deren Merkmale werden in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert:

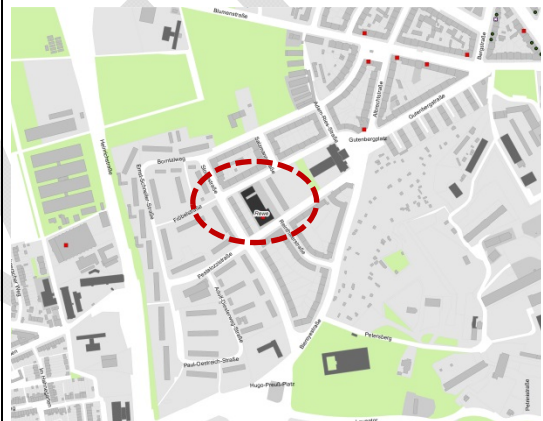
Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

Zentrale Versorgungsbereiche

Zentrale Versorgungsbereiche zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie liegen zentral im Wohnsiedlungsbereich einer Stadt bzw. Ortsteils und besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO.

Beispiel: Altstadt (Ausschnitt)**Sonstige städtebaulich integrierte Lage**

Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Erfurter Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes handelt es sich dabei um Einzelhandelsbetriebe, die in das Siedlungsgefüge der Landeshauptstadt Erfurt integriert sind und einen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen haben. Die Einzelhandelsdichte und -konzentration (sowie auch andere Einordnungskriterien) sind nicht gegeben, um die Lagen als zentralen Versorgungsbereich zu bezeichnen. Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld an mindestens zwei Seiten von zusammenhängenden Wohnsiedlungen geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie (hochfrequentierte) Verkehrsstrassen oder Bahngleise den Standort von der Wohnsiedlung separieren und die fußläufige Erreichbarkeit einschränken.

Beispiel: Pestalozzistraße**Städtebaulich nicht integrierte Lage**

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z. B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Eisenacher Straße

Quelle: eigene Zusammenstellung

Außerdem wurde eine Zuordnung der Betriebe unter Bezug auf die Erfurter Ortsteile vorgenommen und entsprechend in 53 Erhebungseinheiten unterteilt (vgl. dazu auch Kapitel 3.3).

Die durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Erfurter Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisierung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebotes sowohl auf gesamtstädtischer als auch auf Ebene einzelner Ortsteile und Siedlungsbereiche dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie unter Berücksichtigung der räumlichen Lage der Betriebe werden die absatzwirtschaftlichen Kennwerte ermittelt, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist die differenzierte Ausweisung der Verkaufsflächen und Sortimente im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzeptes zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 6.6).

2.2 Nachfrageanalyse

Einen zweiten wichtigen Baustein der Grundlagenermittlung stellt die Analyse der Nachfragesituation dar. Sie liefert ein umfassendes Bild über das spezifische einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Bevölkerung in Erfurt und der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotsituation Rückschlüsse über den aktuellen Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die Darstellung der **einzelhandelsrelevanten Kaufkraft** in Einzelhandelsgutachten und -analysen geschieht auf Grundlage sekundärstatistischer Daten⁴. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine entsprechenden Daten über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch eine Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden. Dabei werden in der vorliegenden Untersuchung Werte der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zu Grunde gelegt. Diese sogenannten **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern**, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Der Indexwert von 100 beschreibt den Bundesdurchschnitt. Liegt die Kaufkraftkennziffer einer Kommune unter dem Indexwert 100, so ist diese durch ein dem entsprechenden Prozentsatz niedrigeres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, dann zeichnet sich die Kommune durch ein vergleichsweise höheres einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau aus.

Bei der Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes werden aktuelle Einwohnerdaten eingestellt sowie hinsichtlich der Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln Bereinigungen (z. B. bezüglich rezeptpflichtiger Waren) und Anpassungen der Sortimentszuordnungen bzw. Erhebungssystematik (gemäß des Sortimentsschlüssel, Tabelle 1) vorgenommen.

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Erfurter Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort mit berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Erfurt. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

⁴ Vgl. dazu Anhang A1: Glossar.- Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe, Stichwort: „Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer“

Ergänzend zu den vorab beschriebenen Quellen bilden Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

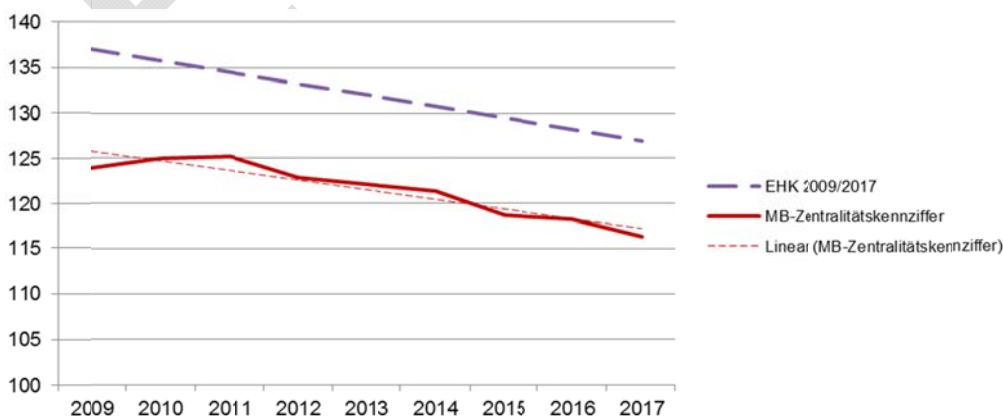
Bestimmung der einzelhandelsrelevanten Zentralität

Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt stellt ein Kriterium für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt dabei jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu sind weitergehende Analysen erforderlich.

In der vorliegenden Untersuchung wird die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer auf Basis der errechneten Einzelhandelsumsätze, deren Grundlage u. a. die empirisch ermittelten Verkaufsflächen darstellen sowie dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen (in Anlehnung an IFH Retail Consultants GmbH, Köln) berechnet. Somit hat diese Berechnungsmethode einen eindeutigen lokalen Bezug zur aktuellen Situation in der Landeshauptstadt Erfurt und bildet die Situation sehr realitätsnah ab. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in der Stadt Erfurt. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der Stadt hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.

Neben dieser lokal ermittelten Zentralität gibt es weitere Zentralitätskennziffern, die in der Regel auf der Hochrechnung amtlicher Statistiken beruhen (z. B. GfK, Nürnberg oder MB Research, Nürnberg) und aus dem Verhältnis von Umsatzkennziffer zu Kaufkraftkennziffer gebildet werden. Sie werden zu regionalen Vergleichen und / oder Abbildungen von Entwicklungstrends herangezogen. Eine direkte Vergleichbarkeit der Zentralitätskennziffer in diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept mit beispielsweise den Zentralitätskennziffern von MB-Research ist aufgrund der unterschiedlichen methodischen Ansätze nicht herstellbar. Dabei zeigt sich im Hinblick auf die Zentralitätskennziffern gemäß Einzelhandelskonzept bzw. MB-Research im Zeitraum 2009 bis 2017 der gleiche Trend einer sinkenden Zentralitätskennziffer, was nicht zuletzt darauf zurückzuführen ist, dass die Bevölkerung bzw. die einzelhandelsrelevante Kaufkraft ein deutlich stärkeres Wachstum aufweist als die Umsätze des Erfurter Einzelhandels.

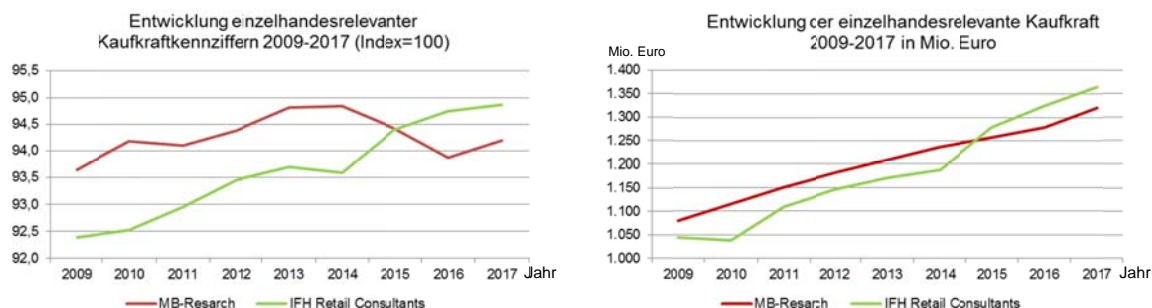
Abbildung 1: Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Zentralitätskennziffer gemäß MB-Research und Einzelhandelskonzept der Landeshauptstadt Erfurt, 2009 bis 2017



Quelle: eigene Darstellung, Daten: MB-Research, Nürnberg und IFH, Retail Consultants GmbH, Köln
2017=Prognose

Nachrichtlich werden in den folgenden Grafiken die Entwicklungen der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer sowie einzelhandelsrelevanter Kaufkraft in Mio. Euro dargestellt:

Abbildung 2: Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer sowie der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft nach MB-Research und IFH Retail Consultants GmbH, 2009 bis 2017



Quelle: eigene Darstellung, Daten: MB-Research, Nürnberg und IFH, Retail Consultants GmbH, Köln 2017=Prognose

Beide Institute zeigen ein kontinuierliches Wachstum des Kaufkraftpotenzials in Erfurt auf. Dabei lag der von MB-Research ausgewiesene Wert im Zeitraum 2009 bis 2014 über dem Wert von IFH-Retail Consultants. Danach überstieg der von IFH Retail Consultants ausgewiesene Wert den von MB-Research. Für 2017 prognostiziert MB-Research ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von 1.320,2 Mio. Euro, während IFH Retail Consultants 1.365,2 Mio. Euro ausweisen. Somit liegen beide Institute nahezu gleichauf.

Auch bei der Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern sinkt 2015 der Wert von MB-Research und den von IFH Retail Consultants, allerdings zeigt sich dabei kurzfristig eine Trendumkehr des stetigen Wachstums seit 2009 hin zu einer Absenkung. Seit 2016 zeigt sich nunmehr wiederum ein Wachstum der Werte der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer beider Institute.

Definition Nahversorgung

Im Rahmen der Analyse der Einzelhandelssituation und kommunalen Daseinsvorsorge kommt der wohnungsnahen Grundversorgung eine besondere Bedeutung zu. Dabei nimmt die Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu den verschiedenen Lagekategorien einen wichtigen Stellenwert ein.

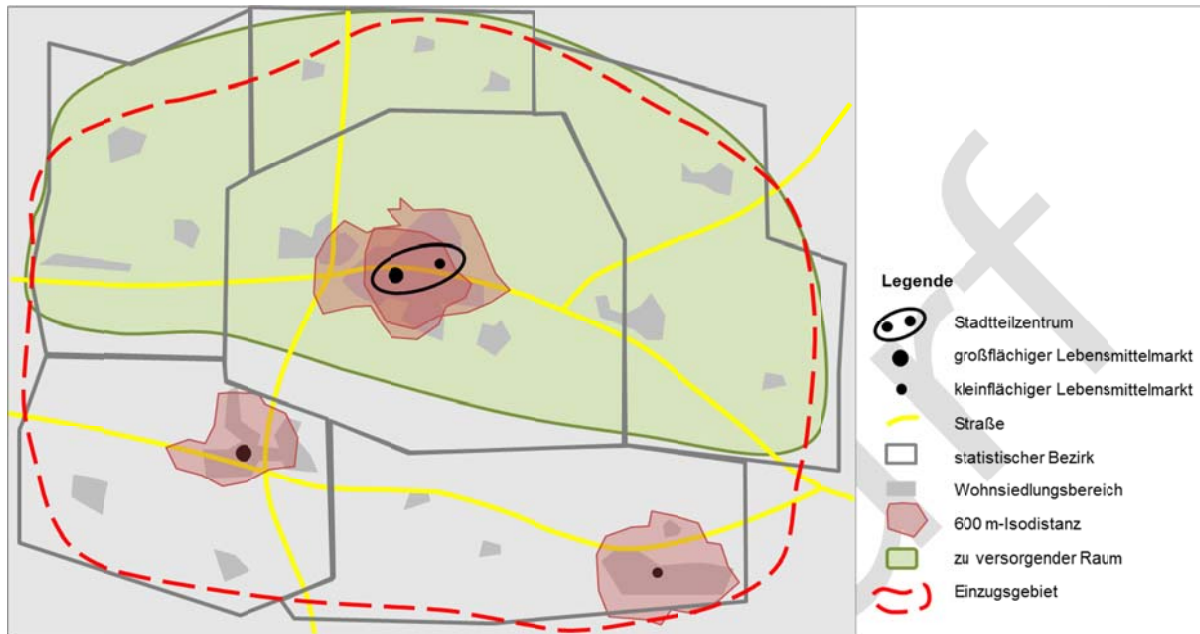
Unter Nahversorgung wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege, Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher sowie Blumen (Indoor) / Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis, und somit auch in diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept, wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen.

Nahversorgungsstandorte können unterschiedlich ausgestattet sein. Neben einer rein quantitativen Betrachtung sind im Rahmen der Analyse und Bewertung der Angebotssituation auch räumliche und qualitative Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung. Dabei geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt. Bei der räumlichen Betrachtung wird die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Erfurt wird eine Distanz von ca. 600 m als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistancen definiert.

Abbildung 3: Schema zur fußläufigen Erreichbarkeit, zu versorgendem Raum und Einzugsbereich



Quelle: eigene Darstellung

Methodisch wurden bei der Ermittlung und Darstellung der **fußläufigen Erreichbarkeit** keine einfachen Radien (z.B. 600 m) angelegt, sondern es wurden GIS-gestützt, basierend auf dem Erfurter Straßen- und Wegenetz, realistische Laufwegedistanzen (auch insbesondere unter Berücksichtigung von städtebaulichen Barrieren) zu den jeweiligen Standorten abgebildet (**Isodistanzen**). Diese Isodistanzen sind nicht gleichzusetzen mit dem Einzugsbereich oder dem zu versorgenden Raum von Einzelhandelsbetrieben bzw. Standortbereichen (vgl. dazu Abbildung 3). Der **Einzugsbereich** stellt in erster Linie ein betriebswirtschaftliches Kriterium dar. Der Einzugsbereich eines Stadtteilzentrums kann beispielsweise, in Abhängigkeit von seiner angebotsseitigen Ausstattung, deutlich über den Radius der fußläufigen Erreichbarkeit hinausgehen. Er ist im Wesentlichen durch die Ausstrahlungskraft des Zentrums definiert und vor dem Hintergrund steigender Mobilität für die Versorgung und den damit verbundenen Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelsstandort und Wohnstandort zu betrachten (je geringer die Zeit- und Entfernungswiderstände, je höher die Attraktivität desto größer das Einzugsgebiet). Der zu versorgende Raum dagegen basiert auf planerischen Überlegungen und Konzepten (politisch-planerisches Kriterium) im Zusammenhang mit dem Aufbau des Versorgungsnetzes und reicht im Allgemeinen auch über den 600 m-Radius hinaus. Er umfasst einzelne oder mehrere Ortsteile / Stadtteile.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden solitäre Verkaufsbetriebe in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen.

Von Nahversorgungsstandorten (mit einzelnen Betrieben) sind zentrale Versorgungsbereiche wie beispielsweise Nahversorgungszentren zu unterscheiden. Sie nehmen eine über die rein fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Ortsteile oder -bereiche ein.

Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können beispielhaft bzw. idealtypisch als relevant für die wohnungsnaher Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung (Beispiel)

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Erfurt im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den zentralen Versorgungsbereichen. Bereits im Einzelhandels- und Zentrenkonzept aus dem Jahr 2009 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Die vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche werden anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und abgegrenzt. Dies geschieht auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall die aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Für die Prosperität eines zentralen Versorgungsbereiches sind neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tiefgreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Folgende Kriterien werden bei der städtebaulichen Analyse untersucht:

- Einzelhandelsdichte⁵
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Städtebauliche Struktur
- Qualität und Erhaltungszustand der Bebauung
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes

⁵ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben, kirchliche, kulturellen, soziale sowie gesundheitliche Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Fußläufige und Verkehrliche Erreichbarkeit (IV/ÖV) und ruhender Verkehr

Die städtebauliche Analyse ist ein wichtiger integraler Bestandteil des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Erfurt. Hierdurch können nicht nur Veränderungen seit der letzten Analyse aus dem Jahr 2009 bewertet werden, sie liefert auch die Grundlage zur Ableitung städtebaulicher Handlungsempfehlungen für die Einzelhandelsstandorte der Stadt. Gleichzeitig stellt sie aber auch einen unbedingt notwendigen Arbeitsschritt zur räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), § 9 (2a) und 34 (3) BauGB und des § 11 (3) BauNVO dar. In diesem Zusammenhang ist deutlich darauf hinzuweisen, dass die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines Zentrums vor dem Hintergrund der Rechtsprechung⁶ keine planerische „Abgrenzungsübung“, sondern ein notwendiger Schritt ist, um eine rechtssichere Grundlage für spätere Entscheidungen im Rahmen kommunaler Einzelhandelsentwicklungen zu bieten.

2.4 Untersuchungsaufbau und Kommunikationsstruktur

Die Untersuchung umfasst drei wesentliche Arbeitsschritte (vgl. dazu Abbildung 4): Die Analyse der Angebots- und Nachfrageseite in Erfurt zum Status-Quo, die perspektivische Betrachtung von Entwicklungspotenzialen und einer künftigen Steuerungsstrategie sowie die Erarbeitung des eigentlichen Einzelhandelskonzeptes mit seinen konzeptionellen Bausteinen (übergeordnete Ziele, Standortstruktur, Grundsätze zur Umsetzung). Am Ende des Erarbeitungsprozesses steht eine Beschlussfassung im Stadtrat. Dadurch erhält das Einzelhandelskonzept, welches ein städtebauliches Konzept i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 BauGB darstellt, eine Verbindlichkeit in Form einer kommunalen Eigenbindung. Es stellt damit eine fundierte, empirisch abgesicherte, gemeinschaftlich getragene Grundlage für künftige Entscheidungen zu Ansiedlungen, Veränderungen oder Verlagerungen von Einzelhandelsbetrieben dar. Darüber hinaus liefert das Einzelhandelskonzept Grundlagen und Begründungszusammenhänge für die Bauleitplanung.

Abbildung 4: Untersuchungsaufbau



Quelle: Eigene Darstellung

⁶ Vgl. dazu u. a. Urteile des BVerwG vom 11.10.2007 (AZ 4 C 7.07) sowie des OVG NRW vom 25.10.2007 (AZ 7A 1059/06).

3 Übergeordnete standortrelevante Rahmenbedingungen der Zentren- und Einzelhandelsstruktur in der Landeshauptstadt Erfurt

Zur Einordnung der Landeshauptstadt Erfurt hinsichtlich der untersuchungsrelevanten Einzelhandels- und städtebaulichen Situation erfolgt nachstehend eine Übersicht über die Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch auf die Prosperität des Einzelhandelsstandortes Erfurt auswirken können. Im Folgenden werden die standortrelevanten Rahmenbedingungen betrachtet.

3.1 Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Nur in wenigen Wirtschaftsbereichen zeigten sich in den letzten Jahrzehnten derart dynamische Veränderungen wie im Einzelhandelssektor. Diese haben zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur.

Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

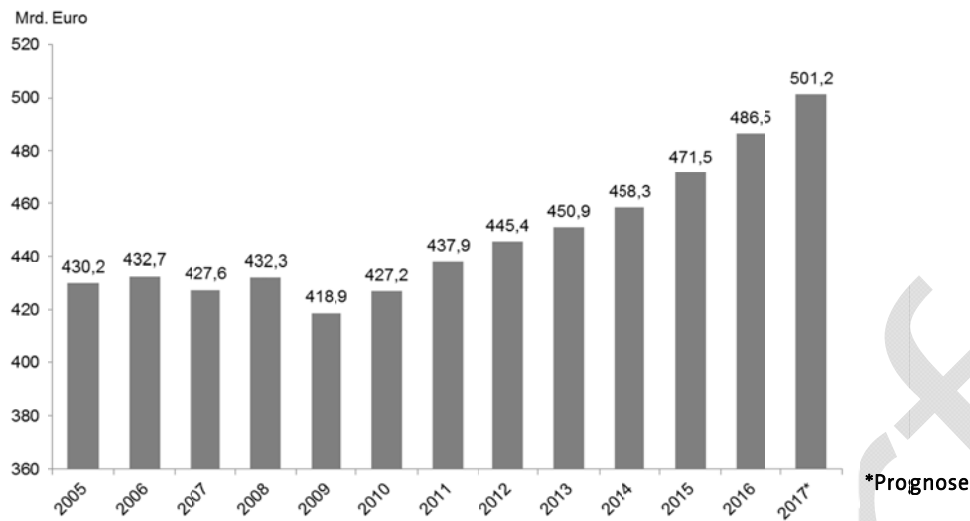
- Trotz diverser anderslautender Prognosen setzt sich die Expansion im stationären Einzelhandel noch immer fort: Zwischen den Jahren 2009 und 2016 stieg die Gesamtzahl der **Verkaufsfläche** in Deutschland von rund 120 Mio. um ca. 3,2 % auf rund 124 Mio. Quadratmeter an.⁷ Gleichwohl sind die Zuwachsraten in den letzten Jahren deutlich gesunken und es zeichnen sich allmählich Sättigungstendenzen ab.
- Auch der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2016 ein Gesamtumsatz von fast 487 Mrd. Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 16 % entspricht. Für das Jahr 2017 wird ein weiterer Umsatzzuwachs um rund 3 % auf rund 501 Mrd. Euro prognostiziert.⁸
- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** jedoch weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2015 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 375.600 um etwa 6 % auf rund 350.000.⁹ Diese gegenläufigen Entwicklungen sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2007 noch einen Marktanteil von 25,4 % hatte, lag dieser 2016 nur noch bei 17,6 %. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten.

⁷ Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE); September 2017, Abruf unter www.statista.com; Zugriff September 2017

⁸ Quelle: : Handelsverband Deutschland (HDE); Zahlenspiegel 2017, Abruf unter www.statista.com; Zugriff September 2017

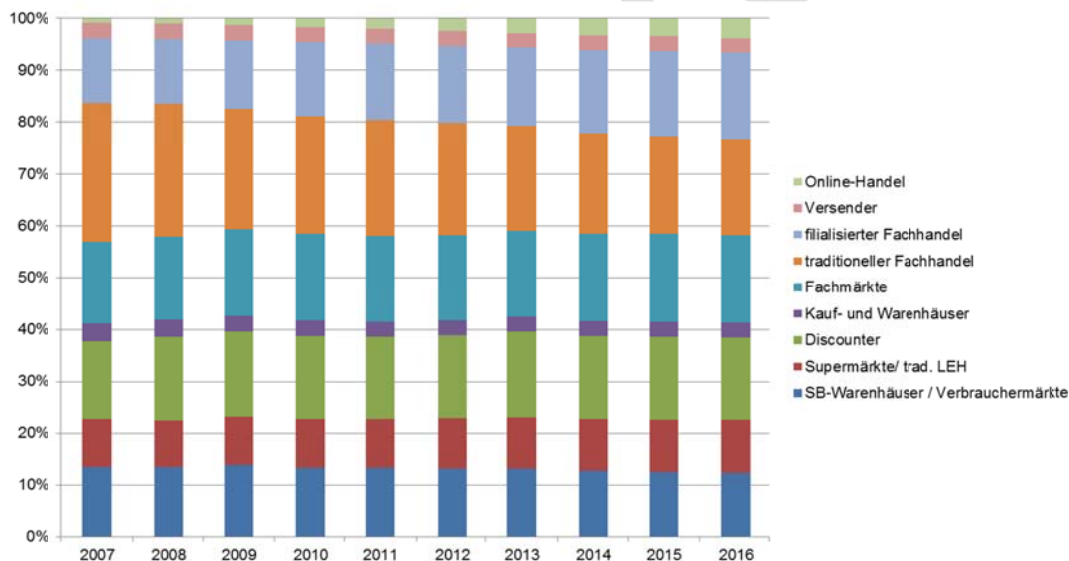
⁹ Quelle: Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Umsatzsteuerstatistik, Februar 2017; Abruf unter www.statista.com; Zugriff September 2017

Abbildung 5: Umsatzentwicklung im Einzelhandel
2005 – 2017 (Nettoumsatz in Mrd. Euro)



Quelle: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Nettoumsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland von 2005 bis 2016 mit Prognose für 2017; Abruf unter www.statista.com; Zugriff im September 2017

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel
2007 – 2016 (in Prozent)



Quelle: HDE 2017, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2016 (hier ohne Übrige); Abruf unter www.statista.com, Zugriff im September 2017

- Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ waren dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Woolworth, Wehmeyer, Schlecker) ablesbar.
- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Einkaufszentren mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. Quadratmetern, sind es im Jahr 2017 mittlerweile schon 470 mit einer Gesamtfläche von 15,4 Mio. Quadratmetern¹⁰ (Quelle, EHI Retail Institut). Dabei stehen neue Konzepte von Einkaufszentren und neu entstehende Flächen dem

¹⁰ Quelle: www.handelsdaten.de

Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Einkaufszentren gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.

- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an autokundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäre Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (auch in zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbelfachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen. Auch für sogenannte „**Factory Outlet Center**“ entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.
- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören vor allem Lebensmittelanbieter, aber vereinzelt auch Möbel- oder Baumärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomie-nutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „**neue**“ **Kundenmagneten** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

Steigender Wettbewerbsdruck durch E-Commerce (=Onlinehandel)¹¹

- Vor allem auch „neue“ Vertriebs- und Absatzwege gewinnen zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Dazu gehört vor allem der **Onlinehandel**, der durch Vorteile wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus besticht. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig zunehmende Marktanteile auf: Der im Onlinehandel erzielte Einzelhandelsumsatz (netto) wuchs von rund 2,3 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 44 Mrd. Euro im Jahr 2016 an. Für das Jahr 2017 wird eine weitere Zu-

¹¹ „E-Commerce – der elektronische Handel E-Commerce umfasst alle Ein- und Verkäufe von Waren und Dienstleistungen, die über elektronische Netze wie etwa das Internet oder EDI (Electronic Data Interchange) getätigt werden. Voraussetzung einer E-Commerce-Aktivität ist die Bestellung von Waren oder Dienstleistungen über diese elektronischen Netze, Zahlung und Lieferung können online oder auf herkömmlichen Wegen erfolgen. Bestellungen per E-Mail sind darin nicht enthalten.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; www.destatis.de (zuletzt zugegriffen am 11.04.2014)

nahme auf rund 48,7 Mrd. Euro prognostiziert.¹² Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entsprechen diese Werte aktuell einem relativen Umsatzanteil von ca. 9 - 10 %.

Abbildung 7: Stationärer Handel und Internet-Handel



Quellen: Eigene Aufnahmen

- Grundsätzlich werden inzwischen nahezu alle Sortimente über den Internethandel vertrieben, jedoch ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß der Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel Deutschland wurden im Jahr 2016 nahezu zwei Drittel des im interaktiven Handel¹³ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe sowie Haushaltswaren und -geräte erwirtschaftet.¹⁴ Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen. Bislang relativ gering sind mit rund 2 % die Anteile der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel an den Umsätzen des Onlinehandels,¹⁵ aber auch hier werden deutliche Zuwächse prognostiziert.
- Es sind jedoch nicht die reinen Onlinehändler (Pure Player), die die Veränderungen im Einzelhandel bestimmen, vielmehr gewinnen **Multichannel-Konzepte**¹⁶ an Bedeutung. Während vormals reine Onlinehändler mittlerweile auch Ladenlokale im stationären Handel eröffnen (z. B. Cyberport), gehen einst ausschließlich stationäre Händler auch online. Es werden in diesem Zu-

¹² Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Nettoumsatz im B2C-E-Commerce in Deutschland in den Jahren 1999 bis 2015 mit Prognose für 2016 (in Milliarden Euro); Top 20 der umsatzstärksten Warengruppen im Online-Handel nach Umsatz (2016); www.handelsdaten.de

¹³ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

¹⁴ Vgl. Interaktiver Handel in Deutschland 2016, bevh, 2017; Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Zugriff unter Abruf unter www.handelsdaten; Zugriff September 2017

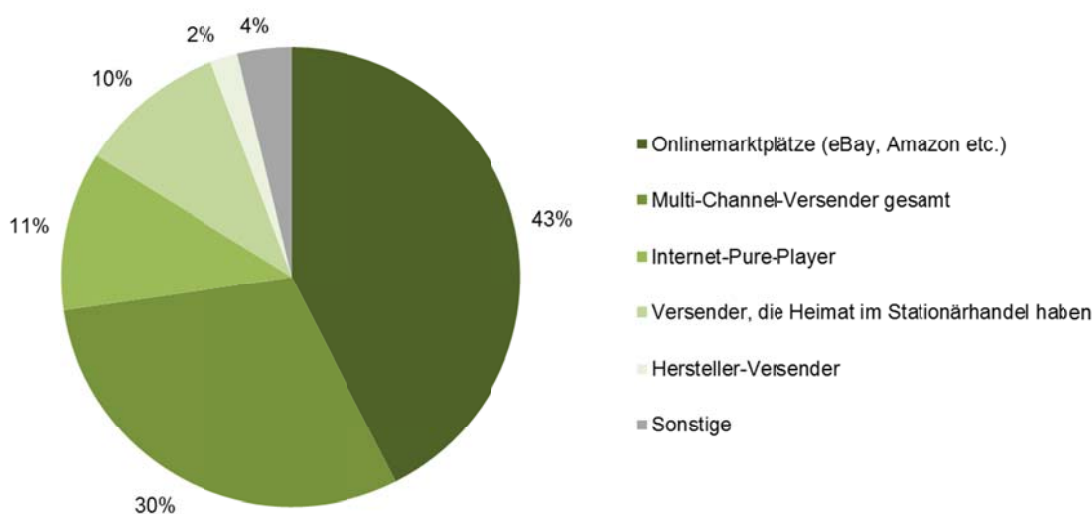
¹⁵ ebenda

¹⁶ Bei dem Multi-Channel-Konzept verknüpfen die Kunden die positiven Implikationen eines jeden Vertriebsweges ohne bewusst zwischen stationärem Handel und Onlinehandel zu unterscheiden. Auch der Einzelhandel entdeckt zunehmend die neue Wertigkeit der verschiedenen Vertriebskanäle und versucht über die verstärkte Verknüpfung der einzelnen Absatzwege ein breiteres Kundenspektrum zu erreichen.

ge unterschiedlichste Mischformen entwickelt, wie beispielsweise Bestellung im Internet, Abholung im Laden vor Ort oder Umtausch bzw. Retoure vor Ort, usw. (vgl. Abbildung 7).

- Trotz aller Zuwachsraten wird der Onlinehandel den stationären Handel auch zukünftig nicht ersetzen können. Einkaufsmotive, wie die persönliche Beratung im Geschäft, das Aus- bzw. Anprobieren des jeweiligen Produktes und / oder die direkte Verfügbarkeit der Ware, genießen in Kundenkreisen weiterhin einen hohen Stellenwert. Zudem kann auch der stationäre Einzelhandel vom multioptionalen Kunden bzw. dem oben genannten **Multi-Channel-Konzept** profitieren. Unter anderem über eigene Onlineshops oder Onlinemarktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Die Vielfalt der Versendergruppen im Versand- und Onlinehandel wird in der nachfolgenden Grafik dargestellt.

Abbildung 8: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2007 – 2016 (in Prozent)



Quelle: Umsatz im Online- und Versandhandel nach Versendergruppen in Deutschland 2015, bevh 2016; Abruf unter www.statista.com, Zugriff im September 2017

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben neue Handelsformate den Markt, dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste – gekoppelt mit dem Internethandel.
- Auf der anderen Seite steigen - vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen - die Marktzutrittsgrößen von Lebensmittelanbietern bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren - in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden - Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrecht erhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- Veränderungen der Betriebstypen lassen sich dabei auch in der Drogeriemarktbranche feststellen. Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der **Droge-**

riemärkte in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rund 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %¹⁷. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz der Branche sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rund 13 %. Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl der Betriebe aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Im Jahre 2015 sind es 4.475 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 43 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-drogerie markt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Die „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrigere Regal, breitere Gänge, Lichtdesign etc.).

- Internethandel oder Bringdienste können entstehende Lücken im Versorgungsnetz nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen stellen die räumliche Planung weiterhin vor große Herausforderungen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur bedingt bzw. nur mit baulichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.
- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb als auch hauptsächlich außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren-, aber auch nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust der gewachsenen Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Dies kann sich durch uniforme und zumeist auch kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-)Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Die Folge der wachsenden Betriebsgrößen und Konzentrationstendenzen auf der einen und der Angebotsverschiebung an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirkt vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Ortsteile in größeren Städten.

¹⁷ vgl. KPMG AG Wirtschaftsprüfungsgesellschaft (Hrsg.): Trends im Handel 2025; 2016

3.2 Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

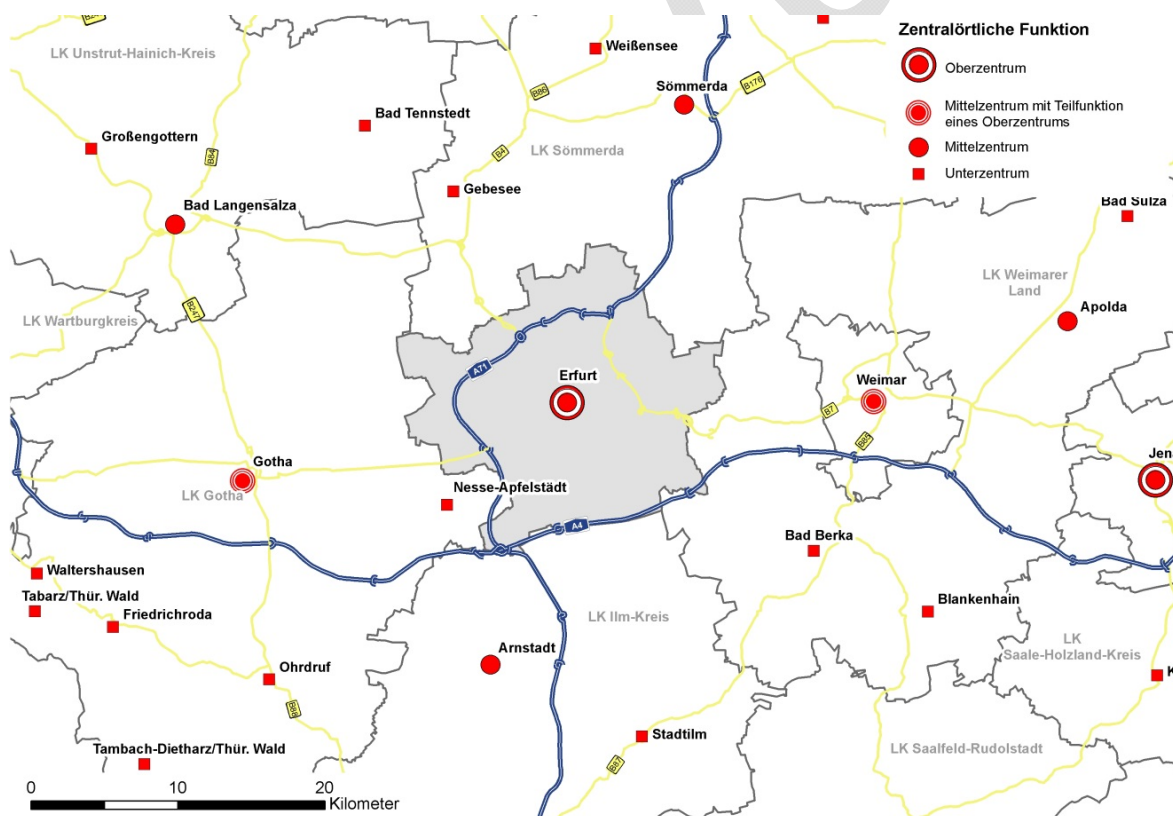
Erfurt ist als Landeshauptstadt bedeutendster Bevölkerungs-, Wirtschafts-, Verwaltungs- und Arbeitsmarktschwerpunkt in Thüringen. Erfurt verzeichnet außerdem eine Konzentration von Wissenschafts- und Forschungsschwerpunkten. Dazu ist diese mit rund 211.590 Einwohnern¹⁸ die größte Stadt im Freistaat und aus landesplanerischer Sicht als Oberzentrum einzustufen. Erfurt fungiert in solitärer Lage ohne entsprechende Konkurrenz in der näheren Umgebung. Nächstgelegenes Oberzentrum ist in ca. 40 km Entfernung die Stadt Jena mit rund 110.000¹⁹ Einwohnern. In den letzten Jahren ist in Erfurt ein Bevölkerungswachstum zu verzeichnen. Seit 2008 ist die Einwohnerzahl um rund 6 % gestiegen.

Die Landeshauptstadt Erfurt bildet mit den Städten Jena und Ilmenau das sog. Thüringer Dreieck und kann besondere Kompetenzen im Bereich Technologie, Wissenschaft und Forschung vorweisen.

Als Oberzentrum wird der Landeshauptstadt Erfurt eine Versorgungsfunktion mit landesweiter Bedeutung zugewiesen. In unmittelbarer Nachbarschaft befinden sich die zwei Mittelzentren Weimar und Gotha. Im Allgemeinen ist Thüringen, mit Ausnahme der drei Oberzentren Erfurt, Jena und Gera ein sehr homogen besiedeltes Land der Klein- und Mittelstädte.

Eine überregionale Anbindung an das Straßennetz wird über folgende Bundesautobahnen gewährleistet: In Richtung Norden und Süden die A 71 (nach Sangerhausen und Schweinfurt), in Richtung Osten und Westen die A 4 von Görlitz bis Aachen.

Karte 1: Lage der Landeshauptstadt Erfurt in der Region



Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

¹⁸ Quelle: www.erfurt.de, Stand: 31.12.2016

¹⁹ Quelle: Melderegister der Stadt Jena, Stand: 14.03.2016

Zudem verfügt die Landeshauptstadt über eine gute Anbindung an das Netz des schienengebundenen Fern- und Regionalverkehrs. Mit der geplanten Eröffnung der Hochgeschwindigkeitsstrecke (Frankfurt-München-Erfurt-Dresden-Berlin) Ende 2017 ist der Erfurter Hauptbahnhof eine vollwertige Station im europäischen Hochgeschwindigkeitsnetz. Das Bundesland Thüringen ist von Erfurt aus sternförmig mit zahlreichen Nebenstrecken an das Fernverkehrsnetz angeschlossen. Das ICE-Verkehrsnetz umfasst die Strecken Ostseebad Binz-Erfurt-Frankfurt am Main. Außerdem Berlin-Leipzig-Erfurt-Frankfurt am Main Flughafen sowie Dresden-Erfurt-Saarbrücken. Mit der durchgängigen Befahrbarkeit der ICE Strecke Berlin-München ab Dezember 2017 wird Erfurt zum Schnellverkehrsknoten. Der Hauptbahnhof Erfurt ist Start- und Zielbahnhof für den regionalen Nahverkehr.

Die Landeshauptstadt Thüringen ist außerdem in das transeuropäische Verkehrsnetz (TEN-V) eingebunden. Dies umfasst zum einen schnelle Verbindungen für den grenzüberschreitenden innereuropäischen Verkehr als auch die Verbindung der Metropolregionen.

Außerdem ist Erfurt eng in das Fernbusnetz eingebunden und besitzt ein hervorragendes durch Buslinien und Stadtbahn getragenes ÖPNV-Netz.

Die Landeshauptstadt Erfurt verfügt mit dem Verkehrsflughafen Erfurt-Weimar über einen leistungsfähigen Flughafen, der zu den internationalen Verkehrsflughäfen der Bundesrepublik Deutschland zählt.

3.3 Siedlungsstruktur und Bevölkerungsentwicklung

Erfurt ist die Landeshauptstadt Thüringens und mit rund 211.590 Einwohnern²⁰ und einer Fläche von 270 km² die größte Stadt des Bundeslandes.

Erfurt besteht aus 53 Ortsteilen, wobei die letzte Eingemeindung 1994 stattfand. Tabelle 4 zeigt die Bevölkerungsverteilung sowohl absolut als auch prozentual auf die einzelnen Ortsteile.

Darüber hinaus ist Zuteilung zu einem Siedlungsstrukturtyp (städtisch, Plattenbau oder dörflich) dargestellt. Dabei handelt es sich um eine Zusammenfassung von Ortsteilen nach baulichen und gebietstypischen Merkmalen.

Tabelle 4: Einwohner der Landeshauptstadt Erfurts nach Ortsteilen

Ortsteile	Siedlungsstrukturtyp	Bevölkerung (Stand 31.12.2016)	Anteile (in Prozent)
Altstadt	städtisch	19.171	9,1
Löbervorstadt	städtisch	12.429	5,9
Brühlervorstadt	städtisch	13.664	6,5
Andreasvorstadt	städtisch	16.859	8,0
Krämpfervorstadt	städtisch	16.340	7,7
Johannesvorstadt	städtisch	6.794	3,2
Hohenwinden	städtisch	1.971	0,9
Daberstedt	städtisch	13.868	6,6
Ilversgehofen	städtisch	12.051	5,7
Zwischensumme	städtisch	113.147	53,5
Berliner Platz	Plattenbau	6.084	2,9

²⁰ Quelle: www.erfurt.de, Stand: 31.12.2016

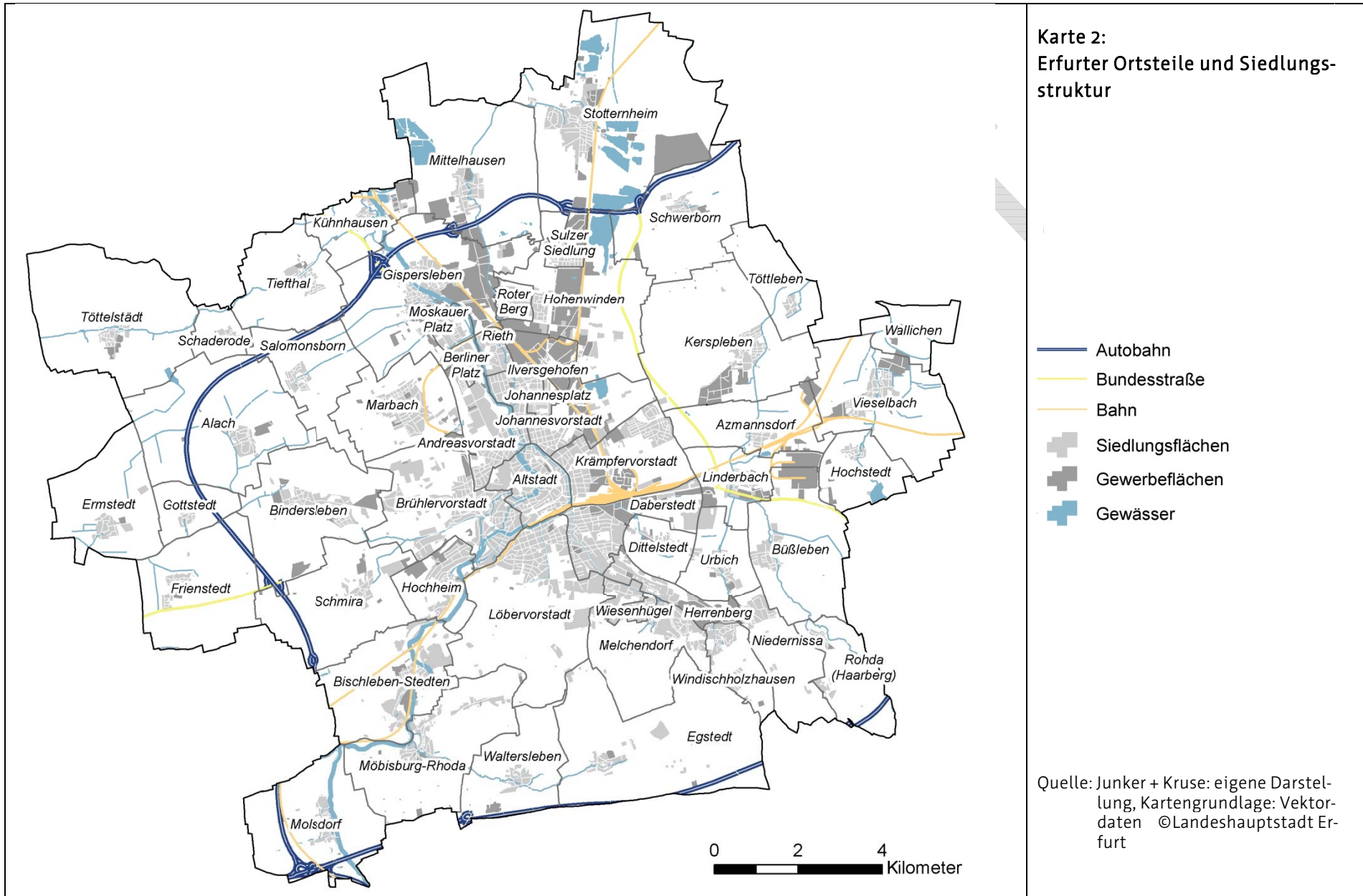
Ortsteile	Siedlungsstrukturtyp	Bevölkerung (Stand 31.12.2016)	Anteile (in Prozent)
Rieth	Plattenbau	5.950	2,8
Roter Berg	Plattenbau	5.922	2,8
Melchendorf	Plattenbau	10.390	4,9
Wiesenhügel	Plattenbau	5.384	2,5
Herrenberg	Plattenbau	7.936	3,8
Moskauer Platz	Plattenbau	7.717	3,6
Johannesplatz	Plattenbau	5.311	2,5
Zwischensumme	Plattenbau	54.658	25,8
Dittelstedt	dörflich	785	0,4
Hochheim	dörflich	2.799	1,3
Bischleben-Stedten	dörflich	1.633	0,8
Möbisburg-Rhoda	dörflich	1.074	0,5
Schmira	dörflich	998	0,5
Bindersleben	dörflich	1.465	0,7
Marbach	dörflich	4.041	1,9
Gispersleben	dörflich	4.107	1,9
Mittelhausen	dörflich	1.085	0,5
Stotternheim	dörflich	3.412	1,6
Schwerborn	dörflich	595	0,3
Kerspleben	dörflich	1.697	0,8
Vieselbach	dörflich	2.172	1,0
Linderbach	dörflich	875	0,4
Büßleben	dörflich	1.262	0,6
Niedernissa	dörflich	1.724	0,8
Windischholzhausen	dörflich	1.932	0,9
Egstedt	dörflich	508	0,2
Waltersleben	dörflich	421	0,2
Molsdorf	dörflich	530	0,3
Ermstedt	dörflich	448	0,2
Frienstedt	dörflich	1.339	0,6
Alach	dörflich	994	0,5
Tiefthal	dörflich	1.074	0,5
Kühnhausen	dörflich	1.145	0,5
Hochstedt	dörflich	272	0,1
Töttelstädt	dörflich	657	0,3
Sulzer Siedlung	dörflich	998	0,5

Ortsteile	Siedlungsstrukturtyp	Bevölkerung (Stand 31.12.2016)	Anteile (in Prozent)
Urbich	dörflich	1.088	0,5
Gottstedt	dörflich	211	0,1
Azmannsdorf	dörflich	322	0,2
Rohda (Haarberg)	dörflich	242	0,1
Salomonsborn	dörflich	1.126	0,5
Schaderode	dörflich	282	0,1
Töttleben	dörflich	306	0,1
Wallichen	dörflich	166	0,1
Zwischensumme	dörflich	43.785	20,7
Gesamt		211.590	100,0

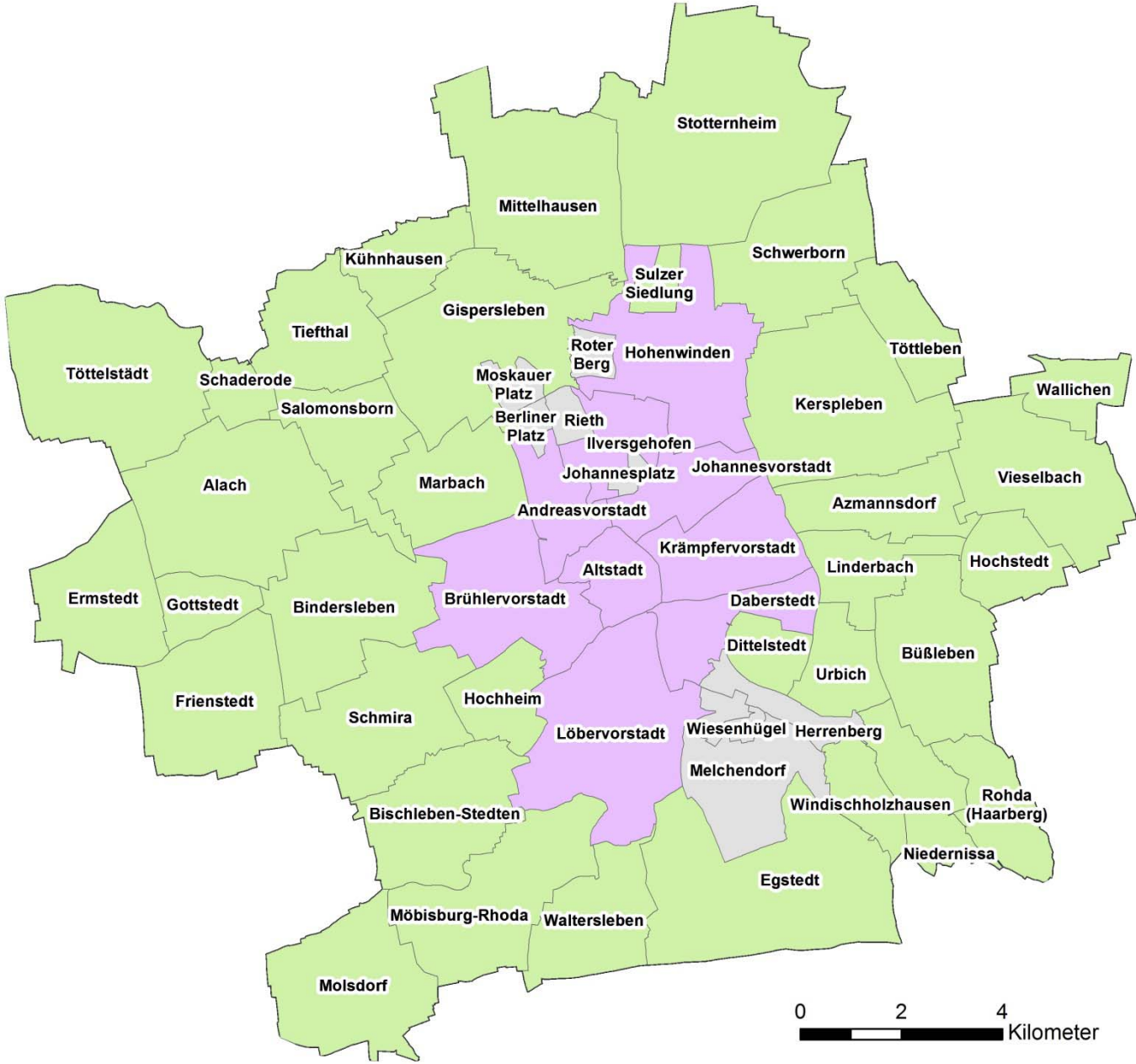
Quelle: Landeshauptstadt Erfurt, Einwohnermelderegister, Stand: 31.12.2016; *gerundete Werte

Der Siedlungsschwerpunkt liegt in den städtisch geprägten Siedlungsbereichen, dazu gehören die Ortsteile Altstadt, Löbervorstadt, Brühlervorstadt, Andreasvorstadt, Krämpfervorstadt, Johannesvorstadt, Hohenwinden, Daberstedt und Ilversgehofen. Dort wohnt über die Hälfte der Bevölkerung Erfurts (rund 113.000 Einwohner bzw. 53,5 %). Die neun, städtisch geprägten Ortsteile hängen geographisch zusammen (vgl. dazu Karte 2). Acht Ortsteile entfallen auf Plattenbaugebiete. Hier leben rund 55.000 Einwohner bzw. 25,8% der Gesamtbevölkerung Erfurts. Die dazu gehörigen Ortsteile Berliner Platz, Rieth, Roter Berg, Wiesenhügel, Herrenberg und Moskauer Platz sind sowohl im Norden als auch im Süden der Stadt zu finden. Der Ortsteil Johannesplatz liegt eingestreut inmitten der städtisch bzw. gründerzeitlich geprägten Ortsteile. Das Gros der Ortsteile fällt allerdings unter den Siedlungsstrukturtyp dörflich (36 Stadteile). Der Anteil an der Gesamtbevölkerung beträgt dabei 20,7 %.

Die Landeshauptstadt Erfurt ist siedlungsstrukturell kompakt aufgebaut. Das Gros der Bevölkerung konzentriert sich in den sogenannten städtischen und Plattenbaugebieten. Mehr als die Hälfte der Gesamtfläche des Stadtgebietes ist landwirtschaftlich genutzte Fläche (165 km²), wohingegen lediglich 13 km² Wohnbaufläche sind.



Karte 3:
Siedlungsstrukturtypen Erfurt



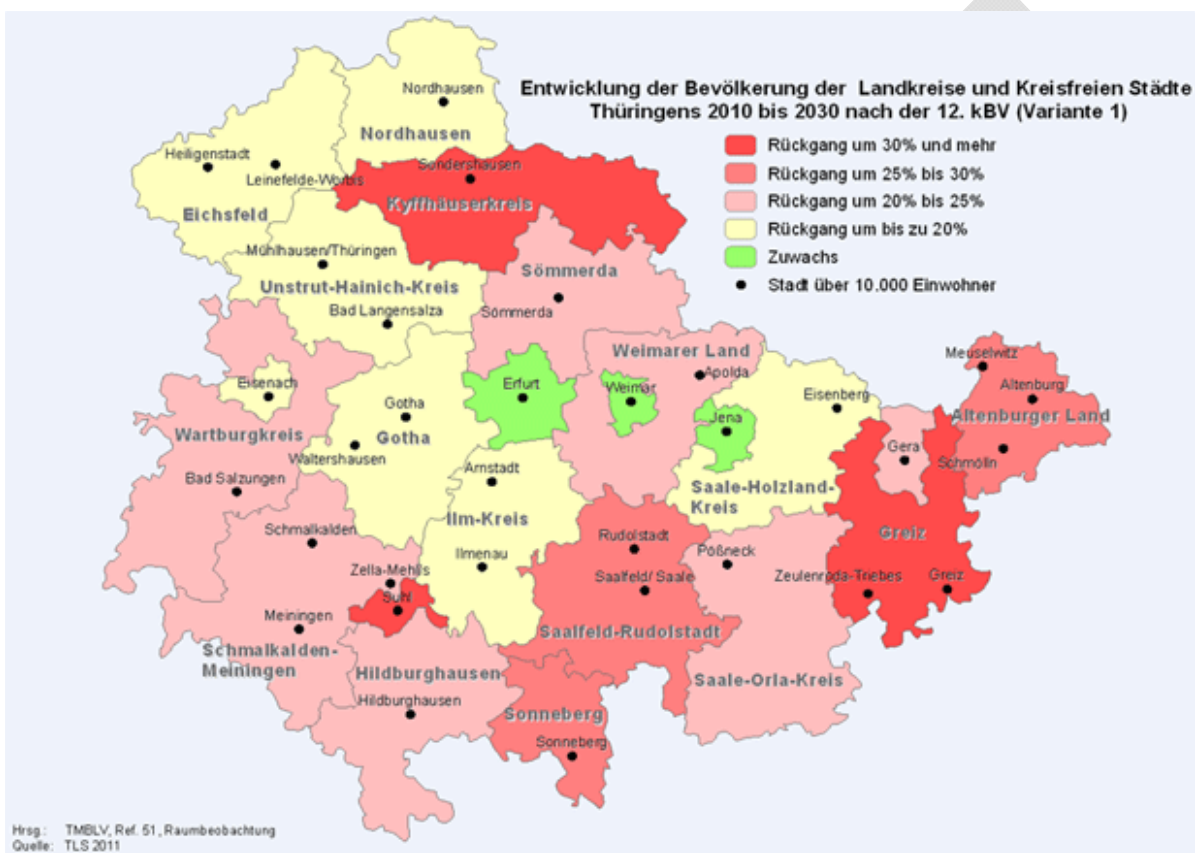
- städtisch
- Plattenbau
- dörflich

Quelle: Junker + Kruse: eigene Darstellung, Kartengrundlage: Vektordaten ©Landeshauptstadt Erfurt

Gemäß Prognose ist die Bevölkerungsentwicklung der Landeshauptstadt Erfurt als positiv einzustufen. Hingegen dem allgemeinen, in Deutschland vorherrschenden, Bevölkerungsrückgang, wird in Erfurt mit einem deutlichen Bevölkerungswachstum bis zum Jahr 2040 gerechnet. Prognosen gehen von einem Wachstum von rund 11 % aus.²¹

Der Einzelhandel unterliegt, ebenso wie die Bevölkerungsentwicklung, einer hohen Dynamik. Entsprechend ist auch immer wieder festzustellen, dass kurz- und mittelfristig Prognosen angepasst werden müssen. Perspektivischen Betrachtungen in Einzelhandelskonzepten werden in der Regel Zeiträume von 5 bis 10 Jahren zu Grunde gelegt. Die Einordnung der Entwicklungsperspektiven des Erfurter Einzelhandels (vgl. dazu Kapitel 5) basiert auf dem Prognosehorizont 2025. Zu diesem Prognosehorizont wird ein Wachstum der Bevölkerung um rund 6 % (auf rund 222.300 Einwohner) erwartet.

Abbildung 9: Entwicklung der Bevölkerung in den Landkreisen und Kreisfreien Städten in Thüringen (2010-2030)



Quelle: Thüringer Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr (Hrsg.), Demografiebericht des Freistaates Thüringen, Teil 1 Bevölkerungsentwicklung des Freistaates Thüringen und seiner Regionen, Erfurt 2014

Während in der Landeshauptstadt Erfurt sowie den Städten Jena und Weimar in den nächsten Jahren von deutlichen Bevölkerungszuwächsen ausgegangen wird, zeigen die Landesprognosen²² deutlich Bevölkerungsrückgänge in den Landkreisen (LK) im Freistaat Thüringen auf. Somit wird für die westlich und südlich angrenzenden Landkreise Gotha und Ilm-Kreis für den Zeitraum 2010 bis 2030 ein Bevölkerungsrückgang von bis zu 20 % ausgewiesen, während die Bevölkerung in den Landkreisen Sömmerda und Weimarer Land voraussichtlich um 20-25 % zurückgehen wird.

²¹ Vgl. dazu: Erfurter Statistik, Bevölkerungsprognose bis 2040, Landeshauptstadt Erfurt, Amt für Statistik und Wahlen, Oktober 2015; www.erfurt.de/statistik

²² Thüringer Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr (Hrsg.), Demografiebericht des Freistaates Thüringen, Teil 1 Bevölkerungsentwicklung des Freistaates Thüringen und seiner Regionen, Erfurt 2014

Ausgehend vom heutigen Bestand ist demnach bis zum Prognosehorizont 2025 von einem Bevölkerungsrückgang von rund 8 % in den benachbarten Landkreisen der Landeshauptstadt Erfurt auszugehen. Bezogen auf das Einzugsgebiet des Erfurter Einzelhandels (vgl. dazu Kapitel 3.7) ist festzuhalten, dass dem prognostizierten, deutlichen Bevölkerungswachstum um rund 12.000 Einwohner für die Landeshauptstadt Erfurt im näheren Einzugsgebiet ein Bevölkerungsrückgang von rund 32.500 Einwohnern gegenüber steht. Zusätzliche Impulse für den Erfurter Einzelhandel ergeben sich daher voraussichtlich eher in geringem Maße aufgrund der Bevölkerungsentwicklung in der Landeshauptstadt bzw. in den Nachbarkommunen.

3.4 Einzelhandelsrelevante und sekundärstatistische Einordnung

Anhand der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern lässt sich ein Vergleich des Erfurter Kaufkraftniveaus zu den Nachbarkommunen bzw. im Hinblick auf den Bundesdurchschnitt vornehmen. Tabelle 5 zeigt, dass sich das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Erfurt im **regionalen Vergleich** leicht oberhalb des Niveaus der Nachbarkommunen bewegt. Innerhalb der Region liegen jedoch Schwankungen des Kaufkraftniveaus vor. Eine etwas höhere Kaufkraftkennziffer ist im südwestlich gelegenen Grundzentrum Nesse-Apfelstädt zu verzeichnen, während das Kaufkraftniveau in Gotha und Arnstadt deutlich niedriger als in Erfurt liegt. Für die Landeshauptstadt Erfurt ist ein für die Region leicht überdurchschnittliches Kaufkraftniveau zu konstatieren.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich

Stadt	Landesplanerische Versorgungsfunktion	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer 2017
Erfurt	Oberzentrum	94,9
Sömmerda	Mittelzentrum	91,7
Gotha	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	90,2
Nesse-Apfelstädt	Grundzentrum	95,0
Arnstadt	Mittelzentrum	90,1
Weimar	Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums	92,5

Quelle: Regionalplan Mittelthüringen 2011; IFH Retail Consultants Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017, (Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100)

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation in Erfurt wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der IFH-Retail Consultants (Köln) zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der aktuellen Bevölkerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Gebiet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Fachsparten bzw. Warengruppen ermitteln.

Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Landeshauptstadt Erfurt

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial in der Landeshauptstadt Erfurt (2017) stellt sich differenziert für die einzelnen Warengruppen wie folgt dar:

Tabelle 6: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Erfurt nach Warengruppen

Warengruppe	Einzelhandels- relevante Kaufkraft	Einzelhandels- relevanter Kaufkraft	Anteile
	in Mio. Euro	in Euro / Kopf	in %
Nahrungs- und Genussmittel	477,4	2.256	40,7
Blumen / Zoologische Artikel	23,4	111	2,0
Gesundheit und Körperpflege	76,9	363	6,6
Papier / Bürobedarf / Schreibwaren (PBS), Zeitschriften, Zeitungen, Bücher	35,0	165	3,0
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	612,7	2.896	52,3
Bekleidung	107,2	507	9,1
Schuhe / Lederwaren	29,0	137	2,5
Glas / Porzellan / Keramik (GPK), Haus- haltswaren, Geschenkartikel	13,9	66	1,2
Spielwaren, Bastelartikel, Hobby	27,1	128	2,3
Sport und Freizeit	22,5	106	1,9
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	199,8	944	17,0
Wohneinrichtungsbedarf	25,1	118	2,1
Möbel	62,7	296	5,4
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	35,0	165	3,0
Elektronik / Multimedia	79,7	377	6,8
Medizinische und orthopädische Artikel	15,7	74	1,3
Uhren / Schmuck	14,8	70	1,3
Baumarktsortimente	102,6	485	8,7
Gartenmarktsortimente	17,5	83	1,5
Überwiegend langfristiger Bedarf	353,0	1.668	30,1
Sonstiges	6,7	32	0,6
Gesamt	1.172,2	5.540	100,0

Quelle: eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017
*Abweichungen rundungsbedingt

Insgesamt beträgt das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial für die Landeshauptstadt Erfurt rund 1.172 Mio. Euro (2017)**. Die Verbrauchsausgaben in den Warengruppen sind dabei sehr unterschiedlich, wobei der Bereich Nahrungs- und Genussmittel mit rund 477 Mio. Euro bzw. rund 41 % den höchsten Anteil am gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial ausmacht. Mit deutlichem Abstand folgen die Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente (rund 120 Mio. Euro bzw. rund 10 %) und Bekleidung (rund 107 Mio. bzw. rund 9 %). Weitere monetär bedeutsame Warengruppen sind Unterhaltungselektronik / Informationstechnik / Telekommunikation sowie Gesundheit und Körperpflege.

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau in der Landeshauptstadt Erfurt zu Grunde. Die sogenannte Kaufkraftkenn-

ziffer stellt die örtlich vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Einwohner ins Verhältnis zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik (Indexwert Bundesrepublik=100). Derzeit ergibt für die **Landeshauptstadt Erfurt** eine **einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 94,9**, d. h. die Erfurter Bevölkerung verfügt über eine rund 5 % unter dem Bundesniveau liegende einzelhandelsrelevante Kaufkraft.

3.5 Wirtschaftsfaktor Tourismus

Der Tourismus weist einen wichtigen Wachstumstrend in Erfurt auf. Anziehungspunkte sind die Sehenswürdigkeiten, die Geschichte sowie die Atmosphäre und das Flair, insbesondere der Erfurter Altstadt. Aber auch die Einkaufsmöglichkeiten werden gezielt nachgefragt. Dabei profitiert auch der Erfurter Einzelhandel durchaus von den Besucherzahlen.

Für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist es dabei von besonderem Interesse festzustellen, wie hoch das Umsatzpotenzial ist, das zusätzlich generiert werden kann. Daher wird an dieser Stelle, mit Blick auf die Bestimmung einer touristisch relevanten Verkaufsfläche wie auch zur Bewertung von Entwicklungspotenzialen, das zusätzliche Kaufkraftpotenzial betrachtet, das dem Erfurter Einzelhandel nicht regelmäßig bzw. nicht immer zur Verfügung steht.

Der Landeshauptstadt Erfurt liegen mit der Studie „Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Erfurt 2016“ (dwif, 2017) und der Broschüre „Tourismus in Erfurt – Bedeutender Wirtschaftszweig und lohnendes Geschäft (Erfurt Tourismus und Marketing, 2017) aktuelle Daten zum touristischen Aufkommen und dem damit verbundenen zusätzlichen Kaufkraftaufkommen vor.

Basierend auf den Angaben in den o. g. Untersuchungen ergibt sich für Erfurt das folgende touristische Kaufkraftpotenzial.

Abbildung 10: Touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Erfurt

Aufenthaltsstage (in Mio.)	Ausgaben pro Tag (in Euro)	Bruttoumsatz (in Mio. Euro)	Einzelhandels- relevantes Kauf- kraftpotenzial (in Mio. Euro)
gewerbliche Betriebe	0,874	179,80	k.A.
Privatvermieter / Sharing- plattformen	0,121	80,80	k.A.
Verwandte / Bekannten	0,949	36,00	k.A.
Camping / Reisemobil- stellplätze	0,015	32,00	k.A.
Tagesgäste	11,000	36,00	k.A.
Gesamt	12,959	46,10*	303,4**

Quellen: dwif: Wirtschaftsfaktor Tourismus für die Stadt Erfurt 2016“, 2017; Erfurt Tourismus und Marketing: Tourismus in Erfurt – Bedeutender Wirtschaftszweig und lohnendes Geschäft, 2017

* segmentspezifische Gewichtung

** Die Ausgaben im Einzelhandel pro Aufenthaltstag belaufen sich damit durchschnittlich auf rund 23,40 Euro.

Es zeigt sich, dass dem Erfurter Einzelhandel pro Jahr zusätzlich ein **touristisches Kaufkraftpotenzial** von rund **303 Mio. Euro** zur Verfügung steht. Dies sind rund 26 % der vorhandenen lokalen Kaufkraft. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich ein nicht näher quantifizierbarer Anteil (insbesondere in Bezug auf die Tagesgäste) auch aus Einwohnern des **näheren und weiteren Einzugsge-**

bietes speist. Folglich kann die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Touristen, vergleichbar der Bereinigung von Tagesreisen der Erfurter in Erfurt, nicht ohne Abzüge zu der Kaufkraft im Einzugsgebiet (vgl. dazu Kapitel 3.7) hinzugerechnet werden. Es ist jedoch unstrittig, dass der Tourismus für den Erfurter Einzelhandel eine wesentliche Umsatzquelle darstellt, was insbesondere bei der Bewertung der gesamtstädtischen und warengruppenspezifischen Zentralitäten zu berücksichtigen ist.

3.6 Pendlerbeziehungen

In der Diskussion zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial in der Landeshauptstadt Erfurt wird neben der, aufgrund prognostizierter Bevölkerungszuwächse, erwarteten Zunahmen des Kaufkraftpotenzials sowie des touristischen Potenzials auch immer wieder die Bedeutung des positiven Pendlersaldos für den Erfurter Einzelhandel angeführt.

Gemäß Thüringer Landesamt für Statistik (Stand: 30.06.2014) beläuft sich die Zahl der Einpendler nach Erfurt auf rund 47.000, während rund 21.000 Auspendler zu verzeichnen sind. Der Pendlersaldo beläuft sich damit auf rund 26.000 Personen und ist damit im Vergleich zum Jahr 2005 um rund 8 % zurückgegangen. Das Gros der Einpendler (86 % bzw. 40.200 Personen) kommt aus Thüringen. 14 % stammen aus dem übrigen Bundesgebiet (bzw. aus dem Ausland, < 1 %). Erwartungsgemäß stammen zahlreiche Einpendler (51 % bzw. 23.800 Personen) aus den direkt angrenzenden Landkreisen (LK) Erfurts: LK Sömmerda, LK Gotha, ILM-Kreis und LK Weimarer Land. Diese stellen auch das nähere Einzugsgebiet des Erfurter Einzelhandels dar.

Bei der Bewertung von Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandel, insbesondere in den zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Warengruppen, wird das Kaufkraftpotenzial im näheren und weiteren Einzugsgebiet hinsichtlich der oberzentralen Bedeutung Erfurts und entsprechender, zu erwartender Einkaufsverflechtungen grundsätzlich berücksichtigt. Dies gilt methodisch jedoch nicht für nahversorgungsrelevante Sortimente, da in der Regel jede Kommune – ob Grund-, Mittel- oder Oberzentrum – den Anspruch hat die Grundversorgung (also insbesondere der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln) ihrer Bevölkerung selbst bereit zu stellen²³. Das bedeutet, dass das entsprechende lokale Kaufkraftpotenzial in der jeweiligen Kommune zu 100 % gebunden wird.

In diesem Zusammenhang wird häufig angeführt, dass auch Pendler zur eigenen täglichen Versorgung aber auch im Rahmen der Koppelung von Aktivitäten in Erfurt – besonders auch Lebensmittel – einkaufen. Dabei steht die Frage im Vordergrund inwieweit der Kaufkraftzufluss durch Pendler die Neuansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes an einer Hauptverkehrsachse (Einfallstraße) rechtfertigen kann. Daher wird nachfolgend ein kurzer Exkurs mit einer entsprechenden Modellrechnung zur Veranschaulichung dieser Fragestellung - insbesondere aus stadtplanerischer Sicht bzw. mit Blick auf die Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes - eingeschoben.

Exkurs: Rechtfertigt ein positiver Pendlersaldo die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes?

In der **Modellrechnung** wird das Kaufkraftpotenzial des Saldos der Ein- und Auspendler, die über die unterschiedlichen Einfallstraßen nach Erfurt ein- bzw. ausfahren zu Grunde gelegt. Nicht berücksichtigt ist dabei eine mögliche Minderung dieses Kaufkraftpotenzials, welche auf die Wahl eines anderen Verkehrsmittels (beispielsweise Einpendler, die mit der Bahn fahren) zurückzuführen ist. Das ermittelte Kaufkraftpotenzial wird dem potenziellen Umsatz eines strukturprägenden, modernen Lebensmittelmarktes (Lebensmitteldiscounter oder Lebensmittelvollsortimenter) gegenübergestellt.

²³ Hinweis: Dem Oberzentrum Erfurt wurde raumordnerisch z. T. auch eine Grundversorgungsfunktion für angrenzende Gemeinden zugewiesen.

Für die Landeshauptstadt Erfurt ist aufgrund vorliegender Daten aus dem Jahr 2014 (Thüringer Landesamt für Statistik) von rund 47.000 Einpendlern bzw. rund 21.000 Auspendler auszugehen, woraus sich ein positiver Saldo von rund 26.000 ergibt. In einer Annahme ist festzuhalten, dass die Pendler nicht alle über eine Hauptverkehrsachse nach Erfurt ein- bzw. auspendeln, sondern sich entsprechend ihres Wohnortes auf mehrere Straßenzüge verteilen. In die Modellrechnung werden vereinfachend vier Einfallstraßen eingestellt. Das bedeutet rund 6.500 Pendler pro Straße. Diese verfügen bei einem einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial für Nahrungs- und Genussmittel von rund 2.100 Euro / Kopf insgesamt über rund 13,7 Mio. Euro in dieser Warengruppe. Die Pendler geben erfahrungsgemäß nur einen Teil (10 bis 25 %) ihres Kaufkraftpotenzials in Erfurt für Lebensmittel aus, der übrige Bedarf wird voraussichtlich überwiegend am Wohnort oder weiteren Standorten gedeckt. Somit liegt das für die Modellrechnung relevante Kaufkraftpotenzial für jede der vier Einfallstraßen bei 1,4 Mio. Euro bis 3,4 Mio. Euro.

Dem gegenüber stehen die potenziellen Umsätze eines Lebensmittelmarktes. Heutige Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern liegen bei rund 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern bei rund 1.200 m² Verkaufsfläche. Beide Markttypen bieten jeweils auf rund 80 % ihrer Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel an. Die Umsätze in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel liegen bei etwa 4,6 bis 4,8 Mio. Euro.

Es ist festzustellen, dass das Kaufkraftpotenzial Einpendler je Einfallstraße (bezogen auf den Pendlersaldo) in einer optimalen Fallbetrachtung etwa 70 % des potenziellen Umsatzes eines Lebensmittelmarktes an dieser Achse ausmacht und somit die Neuansiedlung eines Marktes nicht rechtfertigt. Die übrigen Anteile des Umsatzes gehen möglicherweise bei einer guten quantitativen und räumlichen Grundversorgungsstruktur an bestehenden Standorten innerhalb gewachsener Strukturen verloren. Es findet damit ein Eingriff in das funktionale Gefüge bestehender Versorgungsstrukturen statt, der nahelegt, Standorte in nicht integrierten Lagen, die vorrangig auf die Abschöpfung der Kaufkraft von Pendlern abzielen, weiterhin auszuschließen.

3.7 Einzugsgebiet des Einzelhandels der Landeshauptstadt Erfurt

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität insbesondere im Rahmen der Versorgung mit mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeiten, Dienstleistungsanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Daneben kann das kollektive Einzugsgebiet von Einzelhandelsagglomerationen, das i. d. R. über das jeweilige Einzugsgebiet einzelner Betriebe bzw. Betriebsformen hinausgeht, zur Steigerung der Ausstrahlungskraft einer Kommune als Einzelhandelsstandort beitragen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass mit Zunahme der Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zur Innenstadt bzw. zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden, diese aufzusuchen abnimmt, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte aufgrund geringerer Raum-Zeit-Distanzen schneller erreichbar sind. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Erfurt, zum anderen als Grundlage für die Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Das Einzugsgebiet Erfurts stellt sich wie folgt dar:

Kerneinzugsgebiet

Das Stadtgebiet Erfurts mit einem Kundenpotenzial von rund 211.590 Einwohnern (2016) wird als Kerneinzugsgebiet definiert. Es ist davon auszugehen, dass der überwiegende Anteil der Kunden des Erfurter Einzelhandels auch in Erfurt wohnt. Diese verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 1,2 Mrd. Euro.

Näheres Einzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet werden in der Regel Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zur Untersuchungsregion, also hier der Landeshauptstadt Erfurt, liegen. Sie sind i.d.R. in maximal 30-40 Minuten zu erreichen. Dazu zählen mit einem Kundenpotenzial von rund 410.000 Einwohnern Teilbereiche der angrenzenden Landkreise (LK): LK Sömmerda, LK Gotha, Ilm-Kreis, LK Weimarer Land und die kreisfreie Stadt Weimar, die sich innerhalb des LK Weimarer Land befindet. Ein wesentlicher Teil der Einpendler stammt damit aus dem näheren Einzugsgebiet. Die Bevölkerung im näheren Einzugsgebiet verfügt über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 2,1 Mrd. Euro.

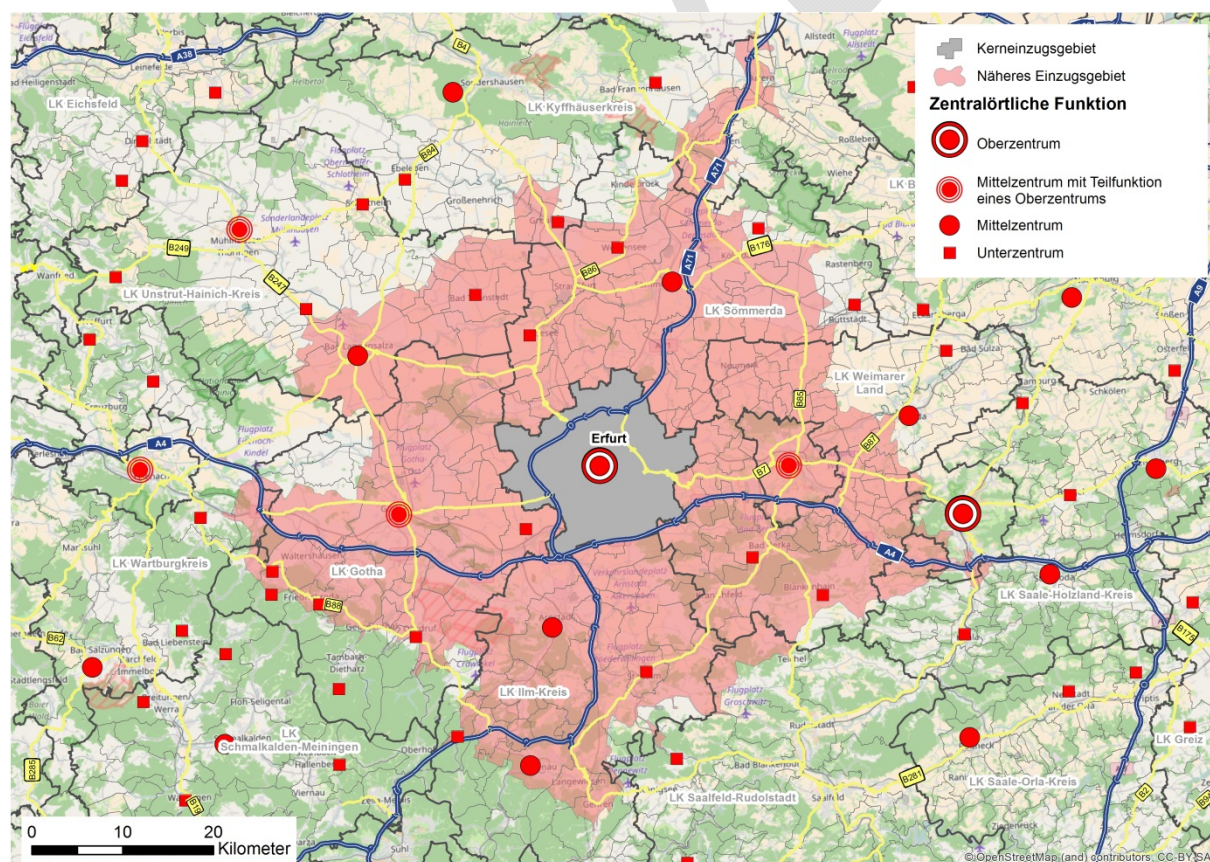
Weiteres Einzugsgebiet / Streueinzugsgebiet

Das weitere und Streueinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die keiner der oben genannten Gemeinden zugeordnet werden können und die den Einkaufsstandort Erfurt nicht regelmäßig aufsuchen („Zufallsbesuche“). Sie stellen einen geringen und sich daher nur marginal auswirkenden Anteil am Kundenpotenzial dar.

Touristisches Potenzial

Ein bedeutender Wirtschaftsfaktor in der Landeshauptstadt Erfurt ist der Tourismus. Rund 13 Mio. Gäste besuchen die Landeshauptstadt Erfurt pro Jahr. Insgesamt ergibt sich für den Erfurter Einzelhandel daraus ein zusätzliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von rund 303 Mio. Euro, welches jedoch in erster Linie den touristisch relevanten, insbesondere zentrenrelevanten Warengruppen, wie u.a. Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Schuhe, Sport und Freizeit zukommt.

Karte 4: Gesamtstädtisches Einzugsgebiet des Erfurter Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung

4 Einzelhandelssituation in der Landeshauptstadt Erfurt

Unter Berücksichtigung der standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in der Landeshauptstadt Erfurt unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbogen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung sowie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im Stadtgebiet erfolgen.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, basieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf der Kategorisierung der Standorte gemäß dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009. Das heißt: Alle zentralen Versorgungsbereiche sowie sonstigen Standorte wurden zunächst entsprechend ihrer damaligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fortschreibung wurden Einordnungen und Abgrenzungen der Standorte überprüft und z. T. modifiziert.

4.1 Einzelhandelsangebot

In Erfurt stellt sich unter Berücksichtigung der Erhebung im Frühjahr 2017 folgendes Bild der Angebotsituation dar:

- Es existieren rund **1.310 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **435.500 m²** (ohne Leerstände).
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb** beträgt damit rund **330 m²**.
- Davon leitet sich eine **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** von **2,06 m²** pro Einwohner ab.

Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt liegt in sogenannten städtischen Siedlungsstrukturen. Hier befinden sich rund 55 % (bzw. 240.300 m² Verkaufsfläche) der gesamtstädtischen Verkaufsfläche sowie 71 % (bzw. rund 940) der Anzahl der Betriebe in Erfurt. Dieser Bereich umfasst insbesondere das Erfurter Hauptzentrum Altstadt mit 23 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche bzw. 98.600 m². Daneben befindet sich – aufgrund des Bezuges zu administrativen Grenzen - auch das T.E.C. - Thüringer Einkaufszentrum als dezentraler Sonderstandort des großflächigen Einzelhandels in städtischen Siedlungsstrukturen. Der Wert der Verkaufsflächenausstattung von 2,12 m² / Einwohner liegt etwa auf dem Niveau des städtischen Durchschnitts von 2,06.

In den Siedlungsbereichen, welche durch den Plattenbau geprägt werden befinden sich rund 8 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche (rund 33.200 m²) sowie ebenfalls 8 % der Anzahl der gesamtstädtischen Betriebe (rund 110). Dabei stellt sich die Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner mit 0,61 m² im gesamtstädtischen Vergleich deutlich unterdurchschnittlich dar. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt mit 310 m² / Betrieb nur leicht unter dem gesamtstädtischen Durchschnittswert. Dabei ist allerdings zu berücksichtigen, dass aufgrund des Bezuges zu administrativen Grenzen der Thüringenpark dem dörflichen Siedlungsstrukturtyp zugeordnet ist

In den dörflichen Ortsteilen sind die Verkaufsflächen sehr unterschiedlich ausgeprägt. So gibt es Ortsteile in denen der Einzelhandel kaum eine Rolle spielt und andere, welche vor allem durch großflächige Einzelhandelsbetriebe geprägt sind. Dazu gehören zum Beispiel der Thüringenpark in Gispersleben²⁴ oder IKEA in Bindersleben. Insgesamt weisen die dörflichen Ortsteile eine Verkaufsfläche von rund 162.000 m² auf, das ist mit 37 % mehr als ein Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Diese wird in rund einem Fünftel der gesamtstädtischen Betriebe vorgehalten. Einen wesentlichen Anteil an dieser Verkaufsfläche haben dabei die Globus SB-Warenhäuser in Mittelhausen und

²⁴ Hinweis: Aufgrund des generellen Bezugs zu administrativen Grenzen wird der Thüringenpark dem Stadtteil Gispersleben zugerechnet und unter dem dörflichen Siedlungsstrukturtyp geführt.

in Linderbach. Die durchschnittliche Betriebsgröße in den dörflichen Gebieten beläuft sich auf rund 600 m² / Betrieb und liegt sehr deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnitt ebenso die Verkaufsflächenausstattung pro Einwohner (3,7 m² Verkaufsfläche).

Tabelle 7: Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in den Siedlungsstrukturtypen

Siedlungsstrukturtyp	städtisch	Plattenbau	dörflich	Gesamt
Einwohner Stand 31.12.2016	113.147	54.658	43.785	211.590
Anzahl der Betriebe	937	108	269	1.314
Anteil an gesamtstädtischer Anzahl der Betriebe (in %)	71	8	20	100
Verkaufsfläche (in m ²)	240.300	33.200	162.000	435.500
Anteil an gesamtstädtischer Verkaufsfläche (in %)	55	8	37	100
durchschnittliche Betriebsgröße (in m ²)	260	310	600	330
Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)	2,12	0,61	3,70	2,06

Quelle: eigene Erhebung und Berechnung

*Abweichungen zu anderen Tabellen und in den Summen sind rundungsbedingt

Im Einzelnen stellt sich die Angebotssituation des Einzelhandels in der Landeshauptstadt Erfurt, untergliedert nach Warengruppen, im Jahr 2017 wie folgt dar:

Tabelle 8: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Erfurt nach Warengruppen

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Anteil an Gesamtverkaufsfläche in %	Anzahl der Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	89.100	20,5%	437
Blumen / Zoologische Artikel	14.500	3,3%	64
Gesundheit und Körperpflege	19.200	4,4%	85
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	9.900	2,3%	52
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	132.700	30,5%	638
Bekleidung	63.700	14,6%	222
Schuhe / Lederwaren	14.500	3,3%	41
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	14.600	3,3%	30
Spielwaren / Hobbyartikel	7.100	1,6%	25
Sport und Freizeit	14.200	3,3%	38

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Anteil an Gesamtverkaufsfläche in %	Anzahl der Betriebe
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	114.100	26,2%	356
Wohneinrichtung	24.300	5,6%	52
Möbel	72.800	16,7%	48
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	9.600	2,2%	12
Elektronik / Multimedia	11.700	2,7%	68
Medizinische und orthopädische Artikel	3.200	0,7%	51
Uhren / Schmuck	2.400	0,6%	40
Baumarktsortimente	41.800	9,6%	34
Gartenmarktsortimente	22.100	5,1%	15
Überwiegend langfristiger Bedarf	187.800	43,1%	320
Sonstiges	900	0,2%	-
Summe	435.500	100,0%	1.314

Quelle: Junker + Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017

*Abweichungen in den Summen und zu anderen Tabellen sind rundungsbedingt

- Auf die Warengruppen der kurzfristigen Bedarfsdeckung entfallen rund 30,5 % der Verkaufsfläche in Erfurt. Den höchsten warengruppenspezifischen Wert nimmt die Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** mit **rund 20,54 % bzw. 89.100 m² Verkaufsfläche** ein. Dieser Sortimentsbereich hat einen besonderen Stellenwert in der Einzelhandelsstruktur, es ist die Leitbranche zur Bewertung der Grund- und Nahversorgungssituation und ist daher im Weiteren unter quantitativen und qualitativen Aspekten räumlich differenziert zu betrachten.
- Mit 26,2 % entfällt mehr als ein Viertel auf die Warengruppen der **mittelfristigen Bedarfsdeckung**. Dabei ragt erwartungsgemäß das typische, zentrenprägende Sortiment Bekleidung besonders hervor. Auf diese Warengruppe entfallen rund 63.700 m² Verkaufsfläche bzw. ein Anteil von 14,6 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche. Daneben ist auch in den übrigen Warengruppen dieses Bedarfsbereiches wie Schuhe; Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren; Spiel- und Sportwaren ein quantitativ ausgeprägtes Warenangebot vorhanden.
- Die Warengruppen des **überwiegend langfristigen Bedarfs** nehmen einen Anteil von rund **43,1 %** an der Gesamtverkaufsfläche ein. 16,7 % der Gesamtverkaufsfläche entfallen auf den Bereich Möbel und 14,7 % auf den Bereich der Bau- und Gartenmarktsortimente. Dabei ist zu berücksichtigen, dass sich in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Möbel erwartungsgemäß wegen der für die entsprechenden Betriebstypen üblichen Großflächigkeit, aufgrund des Flächenbedarfes für die Präsentation von überwiegend großformatigen Waren, hohe Verkaufsflächen ergeben.

Insgesamt ist festzuhalten, dass das Einzelhandelsangebot in der Landeshauptstadt Erfurt ein Spektrum über alle Warengruppen umfasst, welches im Hinblick auf die Verteilung über alle Warengruppen ein typisches Bild bietet. Zur weiteren Bewertung dieses quantitativen Angebotes im Hinblick auf stadtentwicklungsrelevante Aspekte und Entwicklungsspielräume sind darüber hinaus vor allem auch qualitative, strukturelle und räumliche Kriterien, wie beispielsweise die Lage der entsprechenden Einzelhandelseinrichtungen in einem Zentrum oder dezentral, sowie nachfrageseitige Entwicklungen zu berücksichtigen. Diese werden, ausgerichtet auf den Untersuchungsgegenstand, näher untersucht.

Die nachfolgende Tabelle 9 zeigt einen Vergleich der Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe zwischen 2008 und 2017). Für das Jahr 2017 ergibt sich danach sowohl eine geringere Verkaufsfläche als auch eine geringere Anzahl der Betriebe. Das ist grundsätzlich weniger auf Betriebsaufgaben und Schließungen von Betrieben zurückzuführen, sondern vielmehr auf die unterschiedliche Methodik, die den Erhebungen 2008 und 2017 zugrunde liegen. Die Daten 2008 wurden von der Landeshauptstadt Erfurt, Amt für Wirtschaftsförderung zur Verfügung gestellt. Teilweise wurden 2008 auch Gewerbebetriebe erfasst, die nicht dem Einzelhandel i.e.S. zuzuordnen sind. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass nicht immer eine klare Abgrenzung zwischen Nutzfläche und Verkaufsfläche vorgenommen wurde. Da die Methodik 2008 nicht dokumentiert ist, lassen sich differenzierte und umfassende Überprüfungen nicht vornehmen.

Entwurf

Tabelle 9: Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Erfurt nach Warengruppen 2017 und 2008 im Vergleich

Warengruppe	2017		2008	
	Verkaufsfläche* in m ²	Anzahl der Betriebe	Verkaufsfläche* in m ²	Anzahl der Betriebe
Nahrungs- und Genussmittel	89.100	437	96.400	498
Blumen / Zoologische Artikel	14.500	64	8.900	24
Gesundheit und Körperpflege	19.200	85	25.200	104
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	9.900	52	15.500	74
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	132.700	638	146.000	700
Bekleidung	63.700	222	67.700	264
Schuhe / Lederwaren	14.500	41	18.900	54
Glas, Porzellan, Keramik / Haushalts-waren	14.600	30	20.800	75
Spielwaren / Hobbyartikel	7.100	25	5.900	26
Sport und Freizeit	14.200	38	17.100	51
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	114.100	356	130.400	470
Wohneinrichtung	24.300	52	20.400	74
Möbel	72.800	48	65.700	58
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	9.600	12	14.100	26
Elektronik / Multimedia	11.700	68	20.200	125
Medizinische und orthopädische Artikel	3.200	51	2.800	60
Uhren / Schmuck	2.400	40	2.800	47
Baumarktsortimente	41.800	34	83.100	179
Gartenmarktsortimente	22.100	15		
Überwiegend langfristiger Bedarf	187.800	320	209.100	596
Sonstiges	900	-	2.200	6
Summe	435.500	1.314	487.700	1.745

Quelle: Junker + Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017, Einzelhandelsdaten des Amtes für Wirtschaftsförderung der Landeshauptstadt Erfurt 2008;

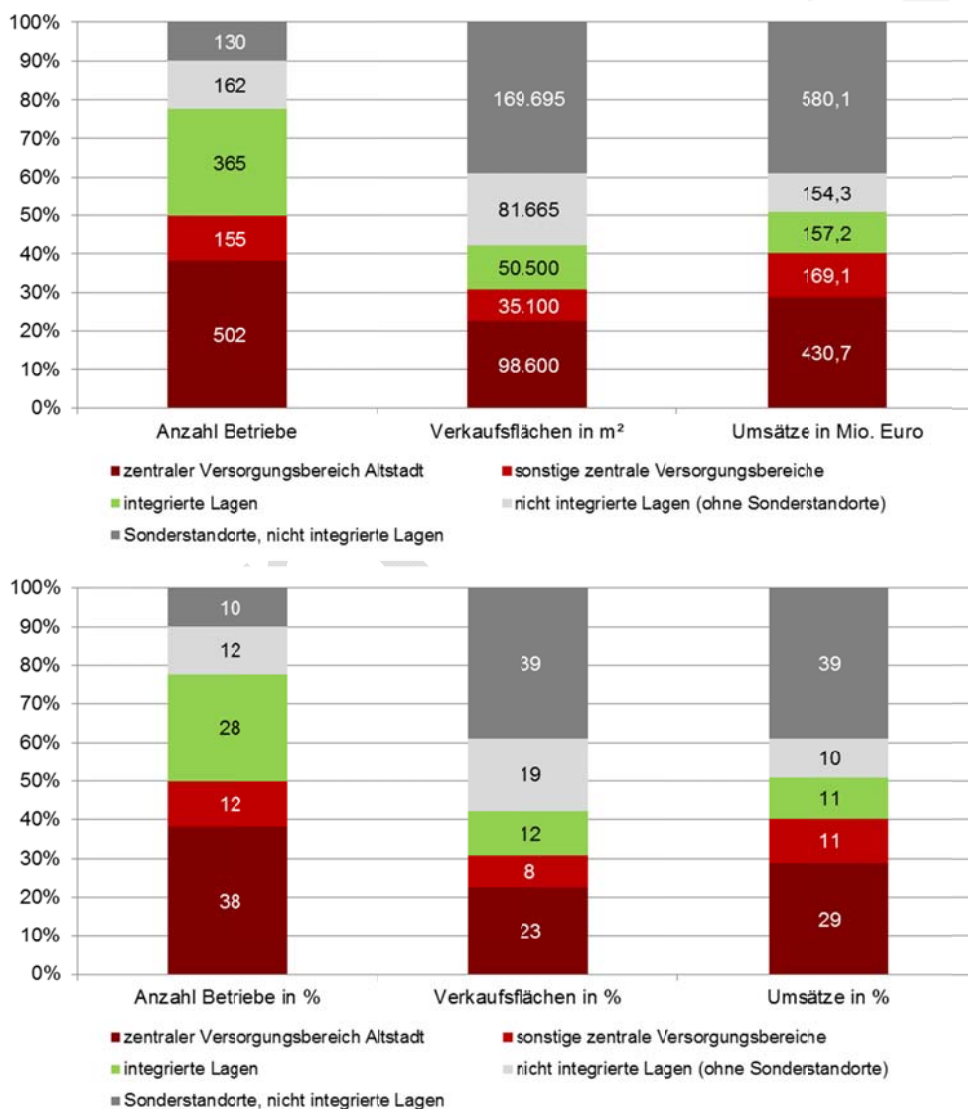
*Abweichungen in den Summen und zu anderen Tabellen sind rundungsbedingt

4.2 Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebotes

Im Hinblick auf die räumliche Verteilung des Einzelhandels ist festzustellen, dass Erfurt über eine polyzentrale Struktur verfügt. Die zentralen Versorgungsbereiche weisen entsprechend einer hierarchischen Gliederung unterschiedliche Versorgungsaufgaben auf. Das größte Zentrum mit einer kommunalen, regionalen und teilweise auch überregionalen Ausstrahlungskraft stellt die Erfurter Altstadt dar. Die Magdeburger Allee als eigener Zentrentyp in der Kernstadt sowie Nahversorgungszentren ergänzen die Zentrenstruktur. Darüber hinaus sind als prägende Bausteine der Versorgungsstruktur insbesondere die Sonderstandorte in nicht integrierten Lagen zu nennen, welche Standorte des großflächigen Einzelhandels in wohnsiedlungsräumlich nicht integrierten Lagen in Erfurt darstellen.

Die Positionierung der einzelnen Standortbereiche verdeutlicht die Betrachtung der Anzahl der Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Lagen (Zentren, Sonderstandorte, sonstige integrierte und nicht integrierte Lagen). Die entsprechenden Kennwerte werden in der nachfolgenden Abbildung 11 gegenübergestellt.

Abbildung 11: Verkaufsflächen (in qm), Umsätze (in Mio. Euro) und Anzahl der Betriebe des Einzelhandels in Erfurt nach Lagen (absolut und prozentual)



Quelle: Grundlage: Junker + Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017; eigene Berechnungen

- Knapp ein Drittel (31 %) der Verkaufsfläche in Erfurt (133.700 m²) befindet sich in zentralen Versorgungsbereichen. Das Gros davon (rund 98.600 m²) entfällt auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt. 39 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche liegen an Sonderstandorten in nicht integrierten Lagen und etwa ein Fünftel der Verkaufsfläche (19 %) befindet sich in sonstigen nicht integrierten Lagen, d. h. die Standorte grenzen nicht an mindestens zwei Seiten an Wohnsiedlungsbereiche an. Der Thüringenpark sowie das T.E.C. werden danach als nicht integriert eingestuft. Zu den übrigen nicht integrierten Lagen zählen somit beispielsweise großflächige Ergänzungsstandorte mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Baumärkte, Möbelmärkte). Die Kategorie der wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen umfasst vor allem auch Nahversorgungsstandorte zur wohnungsnahen Grundversorgung.
- Die Hälfte der Einzelhandelsbetriebe ist in zentralen Lagen angesiedelt. Erwartungsgemäß liegt der Schwerpunkt mit rund 500 Betrieben in der Erfurter Altstadt. 12 % der Betriebe befinden sich in nicht integrierten Lagen, 10 % sind an Sonderstandorten in nicht integrierten Lagen ansässig und 28 % der Betriebe liegt in integrierten Lagen. Im Zusammenhang mit dem Anteil der Verkaufsfläche lässt sich ableiten, dass in den Zentren tendenziell mehr kleinflächige Strukturen vorherrschen.
- 29 % des gesamtstädtischen Umsatzes wird in den der Erfurter Altstadt getätigt. Auf die übrigen zentralen Versorgungsbereich entfallen 11 % des gesamtstädtischen Umsatzes. Das unterstreicht die besondere Bedeutung der Altstadt und der Nahversorgungszentren. Daneben entfallen aber auch 39 % auf die Sonderstandorte in nicht integrierten Lagen. Da dort z. T. auch nahversorgungsrelevante und zentrenrelevante Sortimente angeboten werden, ist dieser Anteil als Indiz auf eine ausgeprägte Wettbewerbssituation zu den zentralen Versorgungsbereichen zu sehen.

4.3 Großflächiger Einzelhandel

Der großflächige Einzelhandel ist in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel bauplanungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Dazu gehören u. a. Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte, Fachmärkte. Gemäß § 11 (3) BauNVO erfolgt eine Einstufung als großflächiger Betrieb ab einer Verkaufsfläche von 800 m²; dies entspricht einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m².²⁵

Dem allgemeinen Strukturwandel im Einzelhandel folgend wird auch in der Landeshauptstadt Erfurt die Einzelhandelsstruktur zunehmend durch großflächige Betriebsformen geprägt. Einzelne Warengruppen wie der Bereich Möbel- oder Bau- und Gartenmarktsortimente, aber auch zentrenprägende Warengruppen, wie Bekleidung und Unterhaltungselektronik treten dabei besonders hervor. Grundsätzlich ist festzuhalten, dass Betriebe dieser Art zu einer attraktiven und umfassenden Sortiments- und Betriebsformenmischung beitragen. Jedoch können zu groß dimensionierte und / oder peripher – sowohl innerhalb des Stadtgebietes als auch in Nachbarkommunen – angesiedelte Betriebe negative Folgewirkungen für die Zentrenfunktion bzw. deren Entwicklungsperspektiven implizieren.

Rund 289.500 m² der erhobenen Verkaufsfläche (ohne Leerstände) bzw. ein Anteil von 67 % der Verkaufsfläche entfällt in Erfurt auf großflächige Einzelhandelsbetriebe, obwohl diese nur knapp 7 % aller Anbieter repräsentieren (91 Einzelhandelsbetriebe).

Der sortimentspezifische Schwerpunkt der großflächigen Betriebe liegt auch in Erfurt erwartungsgemäß in den Warengruppen **Nahrungs- und Genussmittel, Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente**, ferner in den Warengruppen **Bekleidung, Elektronik / Multimedia** und damit in jenen Bereichen, die auch im gesamtstädtischen Einzelhandelsprofil quantitativ hervortreten.

- Im Möbelsektor stellen derzeit IKEA und Möbel Höffner die größten Anbieter mit insgesamt rund 47.500 m² Verkaufsfläche dar. Daneben stellen Möbelfachmärkte wie Preis Rebell, Roller, Poco,

²⁵ Vgl. dazu auch: Bundesverwaltungsgericht Leipzig, Pressemitteilung: Entscheidung zum großflächigen Einzelhandel. Demnach ist ein Einzelhandelsbetrieb als großflächig einzuordnen, wenn er eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreitet (Urteile vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

Sconto und Multipolster weitere größere Anbieter. Spezialisierte Fachmärkte (beispielsweise Küchenstudios oder Büromöbelfachmärkte) ergänzen das Angebot.

- Die größten Anbieter vor Ort im Bereich Bau- und Gartenmarktsortimente sind Baumärkte des Betreibers Obi (jeweils knapp unter 15.000 m² Verkaufsfläche). Diese befinden sich in nicht integrierten Lagen in der Andreasvorstadt und in Daberstedt.
- In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel stellen die SB-Warenhäuser (Globus, Kaufland, Real) die größten Anbieter dar, diese befinden sich vor allem an den Sonderbereichsstandorten. Mit Ausnahme des Verbrauchermarktes Edeka an der Binderlebener Landstraße weisen alle übrigen Lebensmittelmärkte (Lebensmittelvollsortimenter und Lebensmitteldiscounter) Betriebsgrößen auf, die unter 2.000 m² Verkaufsfläche liegen.
- Im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente befinden sich die größten Anbieter mit Verkaufsflächen in der Altstadt. Einen besonderen Schwerpunkt bildet hier das Einkaufszentrum Anger 1. Insbesondere die großflächigen Betriebe stellen sich als wichtige Magnetbetriebe im Hauptzentrum Erfurts dar. Dabei handelt es sich u. a. um das Warenhaus Karstadt, Sportfachmärkte wie Karstadt Sport oder Sport Schwarz, Textilkaufhäuser wie Breuninger, C&A, H&M oder Papenbreer, Schuhfachmärkte wie Zumnorde oder Schuhhaus Geier, das Buchkaufhaus Hugendubel und den Elektronikfachmarkt Saturn.

4.4 Leerstände

- Zum Erhebungszeitpunkt bestehen im gesamten Stadtgebiet rund 180 Leerstände von Ladenlokalen mit einer Verkaufsfläche²⁶ von rund 34.000 m². Dies entspricht einer **Leerstandsquote** von etwa 14 % der Ladenlokale und rund 8 % der Verkaufsfläche. **Zur Ableitung von Handlungsbedarf ist eine (weitere) Analyse der Leerstände²⁷ insbesondere im Hinblick auf ihre Lage, Größe und potenzielle Folgenutzung (für Einzelhandel oder andere Nutzungen) notwendig.**
- Ein nicht unerheblicher Anteil der Leerstände entfällt auf die zentralen Versorgungsbereiche, zum Zeitpunkt der Erhebung standen hier rund 12.500 m² Verkaufsfläche bzw. rund 100 Betriebe leer. Das entspricht rund 9 % der Verkaufsfläche bzw. 15 % der Betriebe in den zentralen Versorgungsbereichen. Dabei sind die verschiedenen zentralen Versorgungsbereiche unterschiedlich durch die Leerstandsproblematik betroffen. Die höchste Leerstandsquote ist dabei im zentralen Versorgungsbereich Roter Berg (rund 2.200 m² bzw. 40 % der Verkaufsfläche und 50 % der Betriebe) zu verzeichnen. Auch in der Innenstadt stehen Ladenlokale leer. Insgesamt umfassen diese eine Verkaufsfläche von rund 5.000 m². Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche in der Innenstadt ist das jedoch lediglich ein Anteil von 5 %, was nicht zuletzt auch im Zusammenhang mit der Lage und der Dauer der Leerstände im Rahmen einer ersten Einschätzung vor allem auf eine übliche innerstädtische Fluktuation zurückzuführen ist. (vgl. dazu auch Standortprofile der zentralen Versorgungsbereiche in Kapitel 6.3). Im Hinblick auf mögliche Entwicklungen in der Altstadt sind neben bestehenden Leerständen vor allem auch brachliegende Flächen (vgl. dazu Kapitel 6.3.1) oder auch mindergenutzte Verkaufs- oder Nutzflächen im Bestand zu berücksichtigen.
- Die größten Leerstände befinden sich in dezentralen Lagen in Daberstedt (T.E.C.) sowie in Linderbach (Globus II). Dort stehen ehemalige Baumärkte mit jeweils rund 7.000 m² Verkaufsfläche leer. Hinsicht-

²⁶ Flächenwert der Leerstände ist geschätzt, da die Ladenlokale nur bedingt einsehbar bzw. messbar waren.

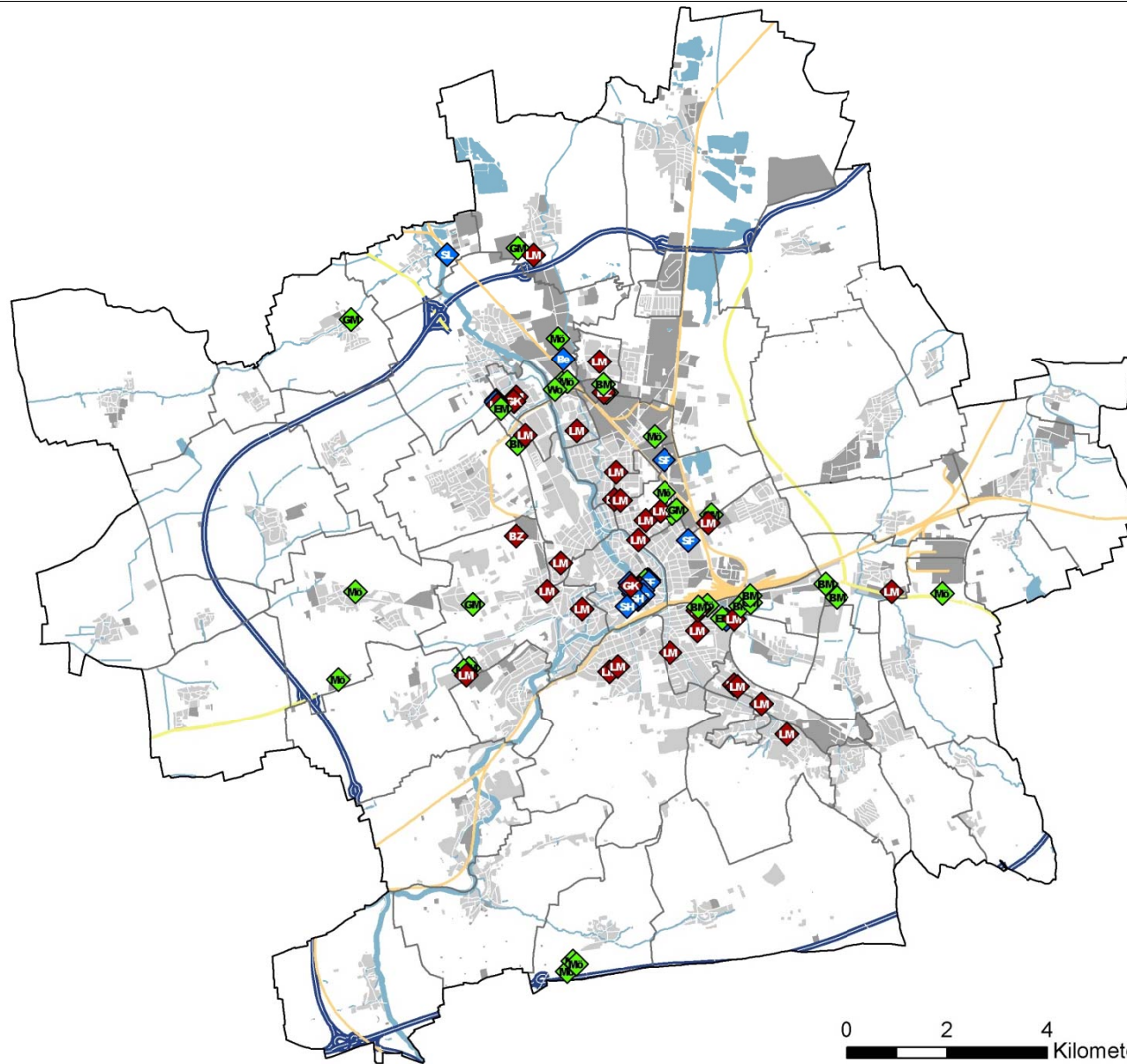
²⁷ Eine differenzierte Analyse der Leerstände ist nicht Gegenstand der vorliegenden Untersuchung.

lich des Leerstandes im T.E.C. bestehen konkrete Planungen zur Umstrukturierung bzw. Nutzung, u. a. ist hier die Ansiedlung eines Sportfachmarktes (Decathlon) geplant.²⁸

Entwurf

²⁸ Dr. Jansen GmbH im Auftrag der Landeshauptstadt Erfurt, Änderung des Bebauungsplans EFSO34 „Weimari-sche Straße, Teilgebiet 2“, 1. Änderung, Wirkungsanalyse, 2016

**Karte 5:
Großflächige Einzelhandelsbetriebe (>800 m² Verkaufsfläche)
in Erfurt**



- ◆ LM Nahrungs- und Genussmittel
- ◆ BU Papier / Büroartikel / Schreibwaren / Zeitungen / Zeitschriften / Bücher
- ◆ BZ Blumen (Indoor) / Zoo
- ◆ GK Gesundheit und Körperpflege
- ◆ Be Bekleidung
- ◆ GH Glas / Porzellan / Keramik / Haushaltswaren
- ◆ SL Schuhe / Lederwaren
- ◆ SH Spielwaren / Hobbyartikel
- ◆ SF Sport und Freizeit
- ◆ W Warenhaus
- ◆ BM Baummarktsortimente
- ◆ GM Gartenmarktsortimente
- ◆ Mo Möbel
- ◆ EM Elektronik / Multimedia
- ◆ Wo Wohneinrichtung
- ◆ So Sonstiges

Quelle: Junker + Kruse, eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelserhebung in Erfurt, Frühjahr 2017, Kartengrundlage: Vektordaten © Landeshauptstadt Erfurt

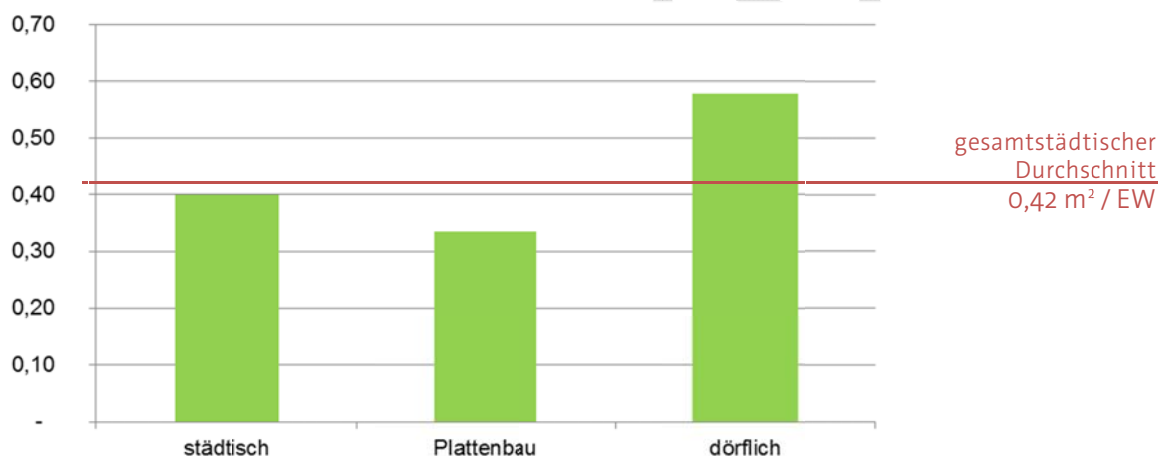
4.5 Grundversorgungssituation

Einen besonderen Stellenwert im Rahmen der Einzelhandelsstruktur, aber auch im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge, nimmt die Nahversorgung ein. Unter Nahversorgung beziehungsweise wohnungsnaher Grundversorgung wird in diesem Zusammenhang die Versorgung der Bürger mit nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangeboten sowie ergänzenden Dienstleistungen verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden (sollen).

In der Praxis wird als Indikator zur Bewertung der Nahversorgungssituation einer Kommune insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel herangezogen. Neben der rein quantitativen Betrachtung ist darüber hinaus auch die Analyse der räumlichen (Erreichbarkeit) und strukturellen (Betriebsformenmix) Aspekte unerlässlich.

Eine rein **quantitative Einordnung** geschieht über die Betrachtung der Ausstattung an Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel pro Einwohner (vgl. dazu Abbildung 12 und Tabelle 10). Bei Werten von 0,33 – 0,58 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner in den Siedlungsstrukturtypen liegt der gesamtstädtische Durchschnitt bei rund 0,42 m² / Einwohner. Dieser Wert weist in einer ersten gesamtstädtischen Einschätzung auf eine gute quantitative Ausstattung hin.

Abbildung 12: Verkaufsflächenausstattung Nahrungs- und Genussmittel nach Siedlungsstrukturtypen in m² Verkaufsfläche / Einwohner



Quelle: Grundlage: Junker und Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017; eigene Berechnungen

Die für die drei Siedlungsstrukturtypen differenzierten Ausstattungswerte sowie die zugrunde liegenden Einwohner- und Verkaufsflächenzahlen werden in Tabelle 10 dargestellt:

Tabelle 10: Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner

Siedlungsstrukturtyp	Einwohner (Stand: 31.12.2016)	Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in m ²	Verkaufsfläche pro Einwohner in m ²
städtisch	113.147	45.700	0,40
Plattenbau	54.658	18.100	0,33
dörflich	43.785	25.400	0,58
gesamt	211.590	89.200	0,42

Quelle: Grundlage: Junker + Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017; eigene Berechnungen; Abweichungen zu anderen Tabellen und in den Summen sind rundungsbedingt.

Grundsätzlich ist zur Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nach Siedlungsstrukturtypen festzuhalten:

- Die höchsten Verkaufsflächenausstattungen pro Einwohner in Erfurt – bezogen auf den gesamtstädtischen Mittelwert – wird in Summe für die dörflichen Siedlungsbereiche erreicht. Hier liegt die Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel bei 0,58 m² / Einwohner. Innerhalb der einzelnen Ortsteile ergeben sich darüber hinaus jedoch, nicht zuletzt aufgrund der jeweiligen Einwohnerzahlen, sehr unterschiedliche Werte. Dabei ist zu berücksichtigen, dass einzelne Ortsteile über kein Nahversorgungsangebot verfügen, andere dagegen - wie beispielsweise Mittelhausen oder Linderbach (Globus-Märkte) mit einem deutlich überdurchschnittlichen Angebot hervor treten. Die Ausstrahlungskraft dieser Standorte geht weit über den Nahbereich hinaus, so dass benachbarte Ortsteile sowie auch Ein- und Auspendler mit versorgt werden.
- Für die beiden anderen Siedlungsstrukturtypen (städtisch und Plattenbau) weisen die Ausstattungsgrade Werte von 0,33 - 0,40 m² / Einwohner auf. Diese liegen leicht unter dem gesamtstädtischen Durchschnitt.

Tabelle 11: Kennwerte zur Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmitteln (NuG); gerundete Werte

Ortsteile	Siedlungsstrukturtyp	Bevölkerung	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche NuG	Verkaufsflächenausstattung NuG
		Stand 31.12.2016	Kernsortiment NuG	in m ²	in m ² / Einwohner
Altstadt	städtisch	19.171	129	9.700	0,51
Löbervorstadt	städtisch	12.429	12	2.400	0,19
Brühlervorstadt*)	städtisch	13.664	16	3.800	0,28
Andreasvorstadt	städtisch	16.859	25	5.100	0,30
Krämpfervorstadt	städtisch	16.340	29	6.100	0,37
Johannesvorstadt	städtisch	6.794	20	4.900	0,72
Hohenwinden	städtisch	1.971	2	200	0,09
Daberstedt	städtisch	13.868	33	8.300	0,60
Ilversgehofen	städtisch	12.051	29	5.300	0,44
Zwischensumme	städtisch	113.147	295	45.700	0,40
Berliner Platz	Plattenbau	6.084	4	300	0,05
Rieth	Plattenbau	5.950	10	3.400	0,57

Ortsteile	Siedlungsstrukturtyp	Bevölkerung	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche NuG	Verkaufsflächenausstattung NuG
		Stand 31.12.2016	Kernsortiment NuG	in m ²	in m ² / Einwohner
Roter Berg	Plattenbau	5.922	5	2.000	0,34
Melchendorf	Plattenbau	10.390	10	2.600	0,25
Wiesenhügel	Plattenbau	5.384	5	1.600	0,30
Herrenberg	Plattenbau	7.936	8	4.900	0,62
Moskauer Platz	Plattenbau	7.717	5	3.300	0,42
Johannesplatz	Plattenbau	5.311	-	-	-
Zwischensumme	Plattenbau	54.658	47	18.000	0,33
Dittelstedt	dörflich	785	3	200	0,24
Hochheim	dörflich	2.799	5	700	0,24
Bischleben-Stedten	dörflich	1.633	5	400	0,27
Möbisburg-Rhoda	dörflich	1.074	1	200	0,17
Schmira	dörflich	998	5	3.300	3,26
Bindersleben	dörflich	1.465	8	1.800	1,26
Marbach	dörflich	4.041	5	600	0,15
Gispersleben	dörflich	4.107	21	6.400	1,55
Mittelhausen	dörflich	1.085	3	4.400	4,05
Stotternheim	dörflich	3.412	8	1.600	0,45
Schwerborn	dörflich	595	-	<100	-
Kerspleben	dörflich	1.697	4	600	0,36
Vieselbach	dörflich	2.172	3	100	0,04
Linderbach	dörflich	875	4	3.900	4,41
Büßleben	dörflich	1.262	1	<100	0,04
Niedernissa	dörflich	1.724	3	100	0,04
Windischholzhäuser	dörflich	1.932	3	700	0,38
Egstedt	dörflich	508	2	200	0,46
Waltersleben	dörflich	421	1	<100	0,02
Molsdorf	dörflich	530	-	-	-
Ermstedt	dörflich	448	1	<100	0,07
Frienstedt	dörflich	1.339	2	<100	0,03
Alach	dörflich	994	2	100	0,06
Tiefthal	dörflich	1.074	1	<100	0,02
Kühnhausen	dörflich	1.145	-	-	-
Hochstedt	dörflich	272	1	<100	0,06
Töttelstädt	dörflich	657	1	<100	0,05
Sulzer Siedlung	dörflich	998	1	<100	0,02
Urbich	dörflich	1.088	-	-	-
Gottstedt	dörflich	211	-	-	-
Azmannsdorf	dörflich	322	-	-	-
Rohda (Haarberg)	dörflich	242	-	-	-
Salomonsborn	dörflich	1.126	-	-	-

Ortsteile	Siedlungsstrukturtyp	Bevölkerung	Anzahl Betriebe	Verkaufsfläche NuG	Verkaufsflächenausstattung NuG
		Stand 31.12.2016	Kernsortiment NuG	in m ²	in m ² / Einwohner
Schaderode	dörflich	282	-	-	-
Töttleben	dörflich	306	1	<100	0,03
Wallichen	dörflich	166	-	-	-
Zwischensumme	dörflich	43.785	95	25.400	0,58
Gesamt		211.590	437	89.100	0,42

Quelle: Grundlage: Junker und Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017; eigene Berechnungen

Zur abschließenden Bewertung möglicher Versorgungsdefizite sind im Weiteren jedoch vor allem auch die im Folgenden dargelegten strukturellen und räumlichen Gesichtspunkte der Versorgungssituation zu berücksichtigen.

Im Hinblick auf die Bewertung **struktureller Aspekte der Grundversorgung** werden folgende strukturprägende Betriebstypen mit einem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel unterschieden:

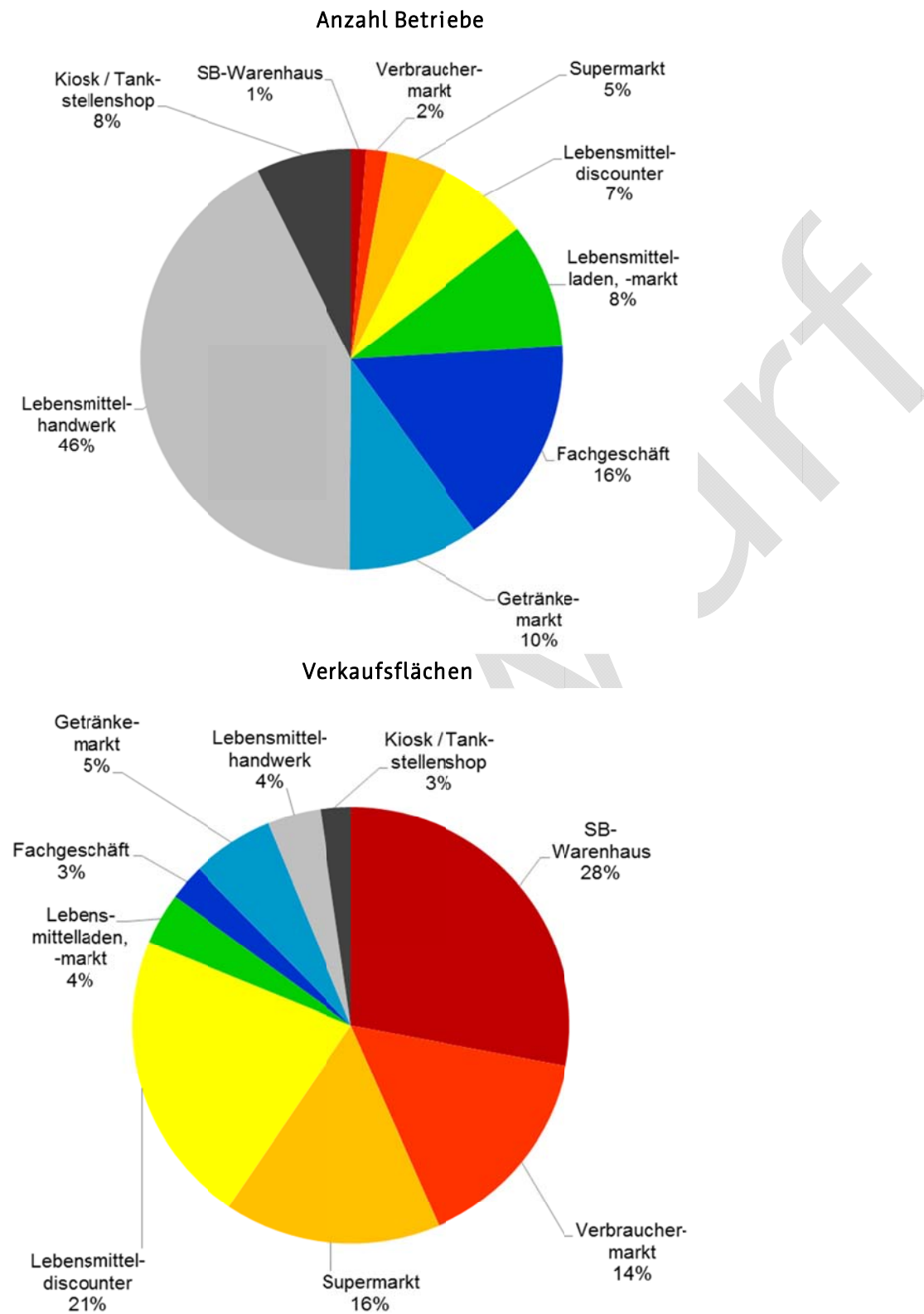
Tabelle 12: Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel

Begriff	Erläuterung
SB-Warenhaus	Einzelhandelsgroßbetrieb, Discount-Prinzip, Selbstbedienung, Verkaufsfläche mind. 5.000 m ² , umfassendes Sortiment mit <u>Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel</u> , Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z.B. Globus, Erfurter Straße).
Verbrauchermarkt	Ein Verbrauchermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend mit Selbstbedienung) mit einer Verkaufsfläche zwischen 2.500 m ² und 5.000 m ² , das im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel anbietet (z.B. Edeka, Beim bunten Mantel).
Supermarkt	Ein Supermarkt ist ein Einzelhandelsgeschäft (vorwiegend mit Selbstbedienung) mit einer Verkaufsfläche zwischen 400 m ² und 2.500 m ² , das im Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel einschließlich Frischwaren anbietet. Der Non-Food-Anteil liegt nicht über 25 % der Gesamtverkaufsfläche. Neben den typischen Lebensmittelvollsortimentern sind in diesem Bereich auch spezialisierte Formen, z. B. Biomärkte oder ausländische Anbieter, vertreten (z. B. tegut, Häßlerstraße).
Lebensmitteldiscounter	Selbstbedienung, umschlagstarke Artikel, aggressive Niedrigpreispolitik, z. B. Aldi, Penny, Lidl. Heutige Marktzutrittsgröße i. d. R. 800-1.000 m ² Verkaufsfläche (z. B. Lidl, Eugen-Richter-Straße).

Quelle: eigene Zusammenstellung

Darüber hinaus ergänzen Lebensmittel-SB-Läden (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit weniger als 200 m² Verkaufsfläche, überwiegend Selbstbedienung), Lebensmittel-SB-Märkte (kleine Lebensmitteleinzelhandelsgeschäfte mit 200 - 400 m² Verkaufsfläche, auch Frischwaren sowie integrierte Non-Food-Waren, überwiegend Selbstbedienung), Fach- und Spezialgeschäfte (z. B. Kaffee-, Tee- oder Süßwarenfachgeschäfte) sowie Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckereien, Fleischereien) das Grundversorgungsangebot. In Siedlungsbereichen mit einer geringen Mantelbevölkerung können kleinflächige Betriebe einen wichtigen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung leisten. Sie unterliegen nicht den bauplanerischen Steuerungsmöglichkeiten im Sinne des § 11 (3) BauNVO (großflächiger Einzelhandel). Als besondere Angebotsformen sind hier vor allem auch Bio(super)märkte und ausländische Lebensmittelanbieter zu nennen, die im Rahmen der Grundlagenuntersuchung (Erhebung des Einzelhandelsbestandes) auch spezifiziert aufgenommen wurden.

Abbildung 13: Anteile der Anzahl der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel (ohne Tabakwaren)



Quelle: Grundlage: Junker + Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017; eigene Berechnungen

Der Betriebstypenmix der Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel (ohne Tabakwaren) ist in Abbildung 13 unter Berücksichtigung der Kriterien Anzahl der Betriebe sowie Gesamtverkaufsflächen der Betriebe dargestellt. Bezogen auf die Gesamtverkaufsfläche treten die SB-Warenhäuser mit einem Anteil von 28 % und die Lebensmitteldiscounter mit einem Anteil von 21 % besonders hervor. Sie nehmen damit zusammen etwa die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche der Betriebe mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel ein. Auch bei der Anzahl der Betriebe insgesamt treten die Lebensmitteldiscounter (31) im Bereich der strukturprägenden Anbieter (SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter) hervor. Nahezu ein Drittel der Gesamtverkaufsfläche wird von den Betriebstypen Supermarkt und Verbrauchermarkt (mit Anteilen von 16 und 14 %) eingenommen. Auffällig – aber in Abhängigkeit von der betriebstypischen Größe nicht überraschend – ist, dass der durch diese Anbieter erzielte Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe nur 5 % umfasst. Umgekehrt stellt sich das Verhältnis für die Betriebe des Lebensmittelhandwerks dar. Etwa 46 % aller Betriebe nehmen nur 4 % der Gesamtverkaufsfläche ein.

Neben der quantitativen und strukturellen Analyse auf der Ebene der Siedlungsstrukturtypen stellt die Qualität des Angebots einen wichtigen Aspekt zur Beurteilung der wohnstandortnahen Grundversorgung. Hierzu zählen der **Betriebstypenmix** einerseits und die **fußläufige Erreichbarkeit** der Anbieter andererseits. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 Metern als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen. Diese Distanz ist eine allgemein anerkannte, zwischen Wohnstandorten und Standorten mit Grundversorgungsangeboten anzusetzende, Entfernung. Letztendlich ist allerdings – gerade mit Blick auf das Ziel, eine möglichst gute Versorgung auch für ältere und immobile Bevölkerungsgruppen bereitzustellen – ein Fußweg von einem Kilometer das äußerste Maximum einer realistischen Zeit-Weg-Schwelle. Es ist davon auszugehen, dass nur noch ein sehr geringer Anteil der potenziellen fußläufigen Kunden diesen Weg in Anspruch nehmen wird und (teilweise) kann. In Erfurt sind in Abhängigkeit von siedlungsstrukturellen Gegebenheiten Distanzen von 600 bis 800 m anzunehmen.

In Karte 6 wurden für die dargestellten strukturprägenden Lebensmittelanbieter 600 m Distanzen zu Grunde gelegt. Es ist deutlich darauf hinzuweisen, dass in der schematischen Kartendarstellung alle Lebensmittelanbieter – inklusive der städtebaulich nicht integrierten Betriebe – mit entsprechenden Radien unabhängig von der tatsächlichen Qualität ihrer fußläufigen Erreichbarkeit dargestellt sind.

Kernstadt

Insbesondere in der Kernstadt (städtischer Siedlungsbereich, Großwohnsiedlungen) lassen sich mehrfache Überlappungen der Isodistanzen feststellen, die z. T. auch im Zusammenhang mit einem hohen quantitativen Angebot (bezogen auf die einzelnen Ortsteile) bestehen. Defizite hinsichtlich der fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten ergeben sich vornehmlich in den dörflichen Siedlungsbereichen bzw. in Siedlungsrandbereichen der städtischen Siedlungsbereiche.

Städtische Siedlungsgebiete

In den städtischen Siedlungsbereichen handelt es sich dabei um die Ortsteile Brühlervorstadt, Hohenwinden, Krämpfervorstadt und Löbervorstadt. Das Defizit der fußläufigen Erreichbarkeit von Lebensmittelmärkten korrespondiert in den Ortsteilen Hohenwinden und Löbervorstadt mit einem vergleichsweise niedrigen Verkaufsflächenangebot in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (Hohenwinden 0,07 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner; Löbervorstadt 0,18 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner.) Dabei wird die Versorgung dieser Ortsteile durch benachbarte, überdurchschnittlich ausgestattete Ortsteile (beispielsweise Daberstedt oder Ilversgehofen) gewährleistet. Verschiedene Lebensmittelmärkte sind hier mit dem Rad, mit dem öffentlichen Nahverkehr und mit dem Auto erreichbar. Somit besteht kein akuter Handlungsbedarf zur Entwicklung zusätzlicher Standorte in diesen Ortsteilen.

In der Krämpfervorstadt und auch in der Brühlervorstadt bestehen grundsätzlich keine deutlichen quantitativen Defizite im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln. Defizite in der fußläufigen Erreichbarkeit ergeben sich aufgrund der Siedlungsstruktur, mit z. T. geringen Siedlungsdichten, in Siedlungsrandlagen. Davon ist grundsätzlich jedoch kein akuter Handlungsbedarf zur Ansiedlung zusätzlicher Märkte ableitbar.

Dörfliche Siedlungsgebiete

In den dörflichen Siedlungsbereichen weist das Gros der Ortsteile eine Bevölkerung von z. T. sehr deutlich unter 2.500 Einwohnern auf. Grundsätzlich reicht damit – bezogen auf die einzelnen Stadtteile - die lokal vorhandene Kaufkraft nicht zur Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelmarktes aus. Eine solche ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimenten ab rund 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen bzw. an sonstigen Nahversorgungsstandorten.

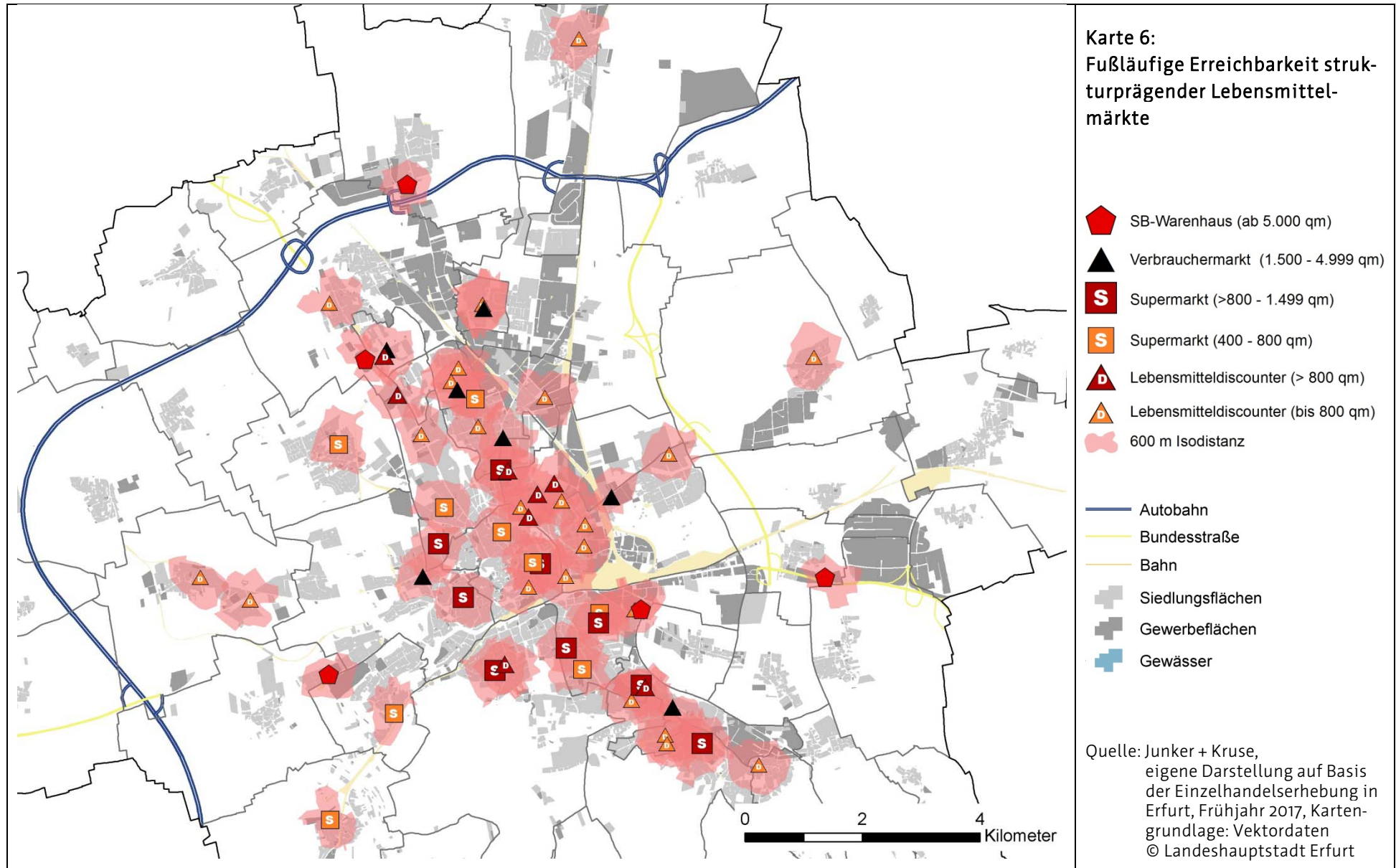
Vor diesem Hintergrund treten einzelne Ortsteile (in den dörflichen Siedlungsbereichen) mit deutlich überdurchschnittlichen Verkaufsflächenausstattungen in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel besonders hervor, dazu zählen Bindersleben (1,26 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner), Gispersleben (1,55 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner), Linderbach (4,41 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner), Mittelhausen (4,05 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner) und Schmira (3,26 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner). Diese Ortsteile weisen jeweils eine Bevölkerung zwischen rund 900 und 1.400 Einwohnern auf. In verkehrsgünstiger Lage, an Einfallstraßen, befinden sich hier vor allem SB-Warenhäuser mit Gesamtverkaufsflächen zwischen rund 5.500 und 7.500 m². Sie dienen der Versorgung der Bevölkerung außerhalb der Kernstadt und damit besonders der dörflichen Gebiete.

Die Ortsteile Gispersleben (rund 4.100 Einwohner), Marbach (rund 4.000 Einwohner) und Stotternheim (rund 3.400 Einwohner) weisen die höchsten Einwohnerzahlen innerhalb der dörflichen Siedlungsstruktur auf. Nunmehr gibt es in allen drei dieser Ortsteile Lebensmittelangebote zur Grundversorgung der dort lebenden Bevölkerung. Dabei sind die jüngsten Entwicklungen im Ortsteil Marbach besonders hervorzuheben. Hier findet sich ein gutes Beispiel der Anwendung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes in Verbindung mit einer konsequenten politischen Umsetzung. Nur durch den konsequenten Ausschluss wohnsiedlungsräumlich nicht integrierter Standorte im Einzugsbereich des Ortsteils konnten die Voraussetzungen zur Etablierung eines Nahversorgers (Tegut) im Ortskern von Marbach im Jahre 2015 umgesetzt werden.

Insgesamt sind bei der Bewertung der räumlichen Versorgungssituation vor allem auch übergeordnete stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen heranzuziehen. Dabei sind Standorte außerhalb zentraler Bereiche im Hinblick auf die Schaffung eines engmaschigen, flächendeckenden Netzes bei der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln durchaus notwendig. Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung in räumlich unterversorgten Bereichen durch die Ansiedlung zusätzlicher strukturprägender Lebensmittelanbieter ist aber auch besonders zu beachten, dass dabei nur solche Standorte sinnvoll sind, welche sich im Hinblick auf eine wohnungsnahe Grundversorgung tragfähig darstellen, also über eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) im Naheinzugsgebiet verfügen. Darüber hinaus sollen von solchen Standorten keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf bestehende Zentren oder deren Entwicklungsmöglichkeiten ausgehen.

In diesem Zusammenhang ist allerdings zu berücksichtigen, dass in der Landeshauptstadt Erfurt die Sonderstandorte des großflächigen (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandels in den dörflichen Siedlungsbereichen eine Sonderstellung hinsichtlich der Versorgung der dörflichen Ortsteile einnehmen. Diese Standorte sind in Erfurt, wie auch in vielen anderen ostdeutschen Städten, nach der Wiedervereinigung, in einer Zeit ohne raumordnerische und planungsrechtliche Vorgaben zur Einzelhandelssteuerung als marktbestimmende Großstandorte mit erheblichen Einzugsbereichen entstanden. In deren Schatten ist die Entwicklung einer wohnortnahen Versorgung in den dörflichen Ortsteilen allein aus absatzwirtschaftlicher Sicht unrealistisch und stellt daher keine vollzugsfähige Zielvorstellung dar.

Entwurf



4.6 Analyse der Nachfrageseite

Sowohl für die Ermittlung möglicher absatzwirtschaftlicher Spielräume als auch für die Bewertung der räumlichen Entwicklungsmöglichkeiten sind neben der Kenntnis der relevanten Einzelhandels- und Angebotsstrukturen in der Landeshauptstadt Erfurt speziell auch die monetären Gegebenheiten auf der Nachfrageseite von Bedeutung. Dazu wird auf unterschiedliche primärstatistische und sekundärstatistische Quellen zurückgegriffen, die eine absatzwirtschaftliche Einordnung des bestehenden Einzelhandels in Erfurt ermöglichen. Wesentliche Aspekte bei der Betrachtung der einzelhandelsrelevanten Nachfrageseite sind auf der einen Seite das lokal vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial (vgl. dazu Kapitel 3.4, Tabelle 6) sowie auf der anderen Seite Einzelhandelsumsätze, die in der Zusammenschau Aussagen zur Ausstrahlungskraft und Prosperität des Einzelhandels in Erfurt zulassen.

Umsätze und Zentralität des Einzelhandels

Als Ansatzpunkt zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels kann der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt, sowie die einzelhandelsrelevante Zentralität herangezogen werden.

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsätze werden bundesdurchschnittliche Flächenproduktivitäten, d. h. sortimentspezifische Umsätze je m² Verkaufsfläche, differenziert für einzelne Vertriebsformen angesetzt, die unter Berücksichtigung der lokalen Einzelhandelssituation modifiziert werden. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergeben sich für die einzelnen Warengruppen spezifische Umsätze in Erfurt (vgl. Tabelle 13). Insgesamt setzt der gesamtstädtische Einzelhandel zum Zeitpunkt der Erhebung rund 1.491,3 Mio. Euro um.

Tabelle 13: Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in Erfurt 2017 (in Mio. Euro)

Warengruppe	Einzelhandelsrelevanter Umsatz (in Mio. Euro)	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft (in Mio. Euro)	einzelhandelsrelevante Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	446,8	477,4	0,94
Blumen / Zoologische Artikel	34,4	23,4	1,47
Gesundheit und Körperpflege	136,1	76,9	1,77
Papier, Büroartikel, Schreibwaren / Zeitungen, Zeitschriften / Bücher	48,0	35,0	1,37
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	665,2	612,7	1,09
Bekleidung	221,6	107,2	2,07
Schuhe / Lederwaren	58,0	29,0	2,00
Glas, Porzellan, Keramik / Haushaltswaren	42,8	13,9	3,08
Spielwaren / Hobbyartikel	25,5	27,1	0,94
Sport und Freizeit	46,6	22,5	2,07
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	394,5	199,8	1,97
Wohneinrichtung	56,3	25,1	2,24
Möbel	106,5	62,7	1,70
Elektrohaushaltsgeräte / Leuchten	38,8	35,0	1,11
Elektronik / Multimedia	101,9	79,7	1,28
Medizinische und orthopädische Artikel	23,1	15,7	1,47

Warengruppe	Einzelhandels-relevanter Umsatz (in Mio. Euro)	Einzelhandels-relevante Kaufkraft (in Mio. Euro)	einzelhandels-relevante Zentralität
Uhren / Schmuck	16,1	14,8	1,09
Baumarktsortimente	67,6	102,6	0,66
Gartenmarktsortimente	18,2	17,5	1,04
Überwiegend langfristiger Bedarf	428,5	353,0	1,21
Sonstiges	3,1	6,7	0,46
Summe	1.491,3	1.172,2	1,27

Quelle: IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln, 2017; Grundlage: Junker + Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017; eigene Berechnungen

- Der Schwerpunkt des Umsatzes liegt mit rund 446,8 Mio. Euro im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.
- Der zweite Umsatzschwerpunkt liegt im Bereich der zentrentypischen Leitbranche Bekleidung mit rund 221,6 Mio. Euro.
- Darüber hinaus weisen die Warengruppen Elektronik / Multimedia (101,9 Mio. Euro), Möbel (106,5 Mio. Euro) und Gesundheit und Körperpflege (136,1 Mio. Euro) prägende Umsatzschwerpunkte auf.

Als Ansatzpunkte zur Bestimmung der Leistungsfähigkeit des Einzelhandels kann der generierte Umsatz der ortsansässigen Betriebe, der sich aus der Kaufkraftbindung vor Ort sowie den Zuflüssen von außerhalb des Stadtgebietes zusammensetzt, sowie die einzelhandelsrelevante Zentralität herangezogen werden.

Die Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Erfurt wird durch die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer abgebildet. Diese wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz und vorhandenem Nachfragevolumen (Kaufkraftpotenzial) berechnet. Ein Wert von 1 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist wie das lokal vorhandene Kaufkraftpotenzial, während Abweichungen über den Basiswert auf eine Leistungsstärke bzw. Abweichungen unterhalb des Basiswertes auf Strukturschwächen des Einzelhandels hinweisen können.

Während in Oberzentren vor allem in den zentrenrelevanten Sortimenten Zentralitäten erreicht werden, die teilweise deutlich über 1 liegen, werden in nahversorgungsrelevanten Sortimenten, insbesondere auch in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel, häufig Zentralitäten von knapp unter 1 erreicht. Das ist darauf zurückzuführen, dass das es jeder Gemeinde (Ober-, Mittel- sowie Grundzentrum) obliegt die Grundversorgung für ihre Bewohner bereit zu stellen.

Bei einem sprunghaften Bevölkerungsanstieg ist häufig eine sinkende einzelhandelsrelevante Zentralität festzustellen. Das ist darauf zurückzuführen, dass die einzelhandelsrelevante Kaufkraft sich – vor dem Hintergrund des allgemeinen Trends und auch des Bevölkerungszuwachses – stärker entwickelt als der einzelhandelsrelevante Umsatz. Rechnerisch ergibt sich für die einzelhandelsrelevante Zentralität als Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraft ein tendenziell sinkender Wert. Schlussfolgerungen auf die Qualität des Einzelhandels bzw. Handlungsbedarf können allerdings nur im Zusammenhang mit der Betrachtung weiterer (beispielsweise räumlicher oder struktureller) Aspekte gezogen werden. (Dazu ein einfaches Beispiel: Auch Umzüge aus dem Einzugsbereich in die Stadt führen, obwohl der Einzelne als Kunde grundsätzlich nicht verloren geht, rechnerisch zu einer Verringerung der Zentralität.)

- Dem in Erfurt vorhandenen **einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzial** von rund **1.172 Mio. Euro** steht zum Zeitpunkt der Erhebung ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen** von **1.491 Mio. Euro** gegenüber.

- Die gesamtstädtische **Zentralität** ist das Verhältnis des Umsatzes zur lokal vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. Sie liegt für Erfurt bei **1,27**. Dieser Wert weist per Saldo auf einen Kaufkraftzufluss hin. Dabei ist davon auszugehen, dass dieser vor allem aus der Kaufkraft aus dem Umland, touristischen Potenzialen sowie den Pendlerverflechtungen im näheren Einzugsgebiet gespeist wird.
- Auf Grundlage der Verkaufsflächen und abgeleiteter einzelhandelsrelevanter Umsätze errechnet sich eine durchschnittliche **Flächenproduktivität** des Einzelhandels von rund **3.400 Euro pro m²**.

Tabelle 14 gibt einen Überblick über die wesentlichen einzelhandelsrelevanten Kennwerte in Gegenüberstellung der Jahre 2017 zu 2008. Dabei ist zu berücksichtigen, dass die Vergleichbarkeit der unterschiedlichen Werte der Anzahl der Betriebe und Verkaufsflächen und nicht zuletzt auch darauf basierenden Berechnungen zum Umsatz bzw. der Zentralität aufgrund der unterschiedlichen Erhebungsmethodik der Einzelhandelserfassungen nicht gegeben ist. Die Daten 2008 wurden von der Landeshauptstadt Erfurt, Amt für Wirtschaftsförderung zur Verfügung gestellt. Teilweise wurden 2008 auch Gewerbebetriebe erfasst, die nicht dem Einzelhandel i.e.S. zuzuordnen sind. Darüber hinaus ist davon auszugehen, dass nicht immer eine klare Abgrenzung zwischen Nutzfläche und Verkaufsfläche vorgenommen wurde. Da die Methodik 2008 nicht dokumentiert ist, lassen sich differenzierte und umfassende Überprüfungen nicht vornehmen.

Der sich bei der Gegenüberstellung der Werte zur gesamtstädtischen Verkaufsfläche und der Anzahl der Betriebe ergebende Rückgang wird daher voraussichtlich nicht so deutlich stattgefunden haben. Dabei ist zu konstatieren, dass bundesweit ein Rückgang der Anzahl der Betriebe festzustellen ist, welcher vor allem auf Schließungen kleiner Betriebseinheiten (u. a. inhabergeführter Fachhandel) zurück geht. Ebenso zeichnet sich eine Tendenz zur Stagnation der Verkaufsflächenentwicklung ab, wenngleich großflächige Angebote zunehmen.

Sowohl das Umsatzvolumen als auch die einzelhandelsrelevante Kaufkraft haben seit 2008 zugenommen. Ein Sinken der einzelhandelsrelevanten Zentralitätskennziffer (Umsatz-Kaufkraft-Verhältnis) ist dabei u. a. auch darauf zurückzuführen, dass das Umsatzwachstum bezogen auf den sprunghaften Anstieg der Einwohnerzahl und damit des Kaufkraftpotenzial nicht in gleichem Maße stattgefunden hat.

Tabelle 14: Einzelhandelsrelevante Kennwerte der Landeshauptstadt Erfurt 2017 / 2008

Kriterium	2017	2008
Einwohner	211.590*	199.416
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen in Mio. Euro	1.172	915
Einzelhandelsrelevantes Umsatzvolumen in Mio. Euro	1.491	1.265
Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe (gerundet)	1.310	1.745
Gesamtverkaufsfläche in m ² (gerundet)	435.600	487.700
Durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb in m ²	330	280
Verkaufsflächenausstattung in m ² pro Einwohner	2,06	2,45
Einzelhandelsrelevante Zentralität	1,27	1,40

Quelle: IfH Institut für Handelsforschung GmbH, Köln, 2017; Grundlage: Junker + Kruse: Unternehmenserhebung Erfurt, Frühjahr 2017; eigene Berechnungen

* Stand 31.12.2016

5 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Landeshauptstadt Erfurt

Im Folgenden soll eine neutrale Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2025) des Einzelhandels in Erfurt erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen. In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in der Landeshauptstadt Erfurt fließen folgende Faktoren ein:

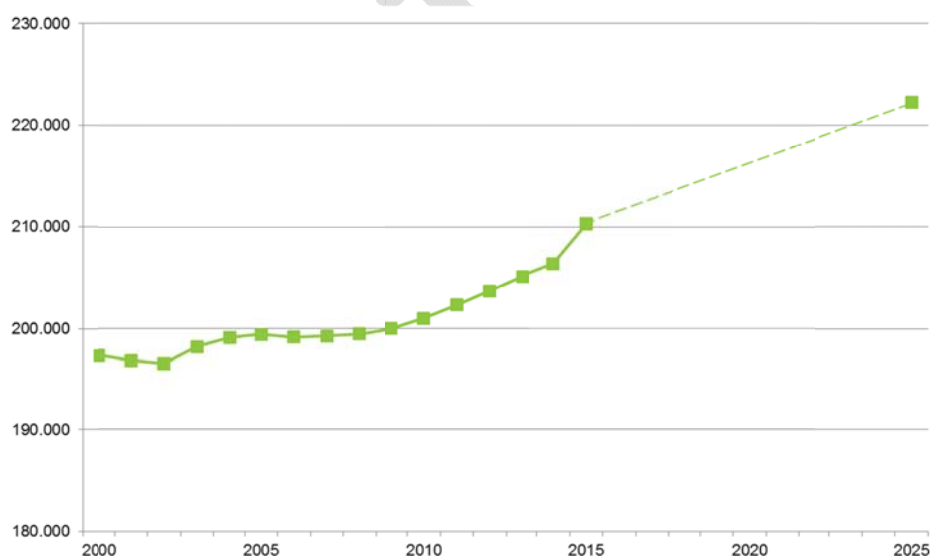
Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 4). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind hier von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern / Flächenproduktivitäten

Die Flächenproduktivität²⁹ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Erfurt von einer leicht steigenden Flächenproduktivität ausgegangen.

Abbildung 14: Bevölkerungsentwicklung Erfurt 2000 – 2025*



Quelle: Bestandsdaten Landeshauptstadt Erfurt (<http://www.erfurt.de/ef/de/rathaus/daten/bevoelkerung/stadt/index.html>; zugegriffen 07/2016). Die jährlichen Bestandsdaten werden zum Stichtag 31.12. des jeweiligen Jahres ermittelt.
*Prognose

²⁹ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

Bevölkerungsentwicklung in Erfurt bis 2025

Die Entwicklung der Einwohnerzahl von Erfurt ist bereits seit mehr als 10 Jahren steigend. Zum Prognosehorizont wird ein Wachstum der Bevölkerung um rund 6 % (auf rund 222.300 Einwohner) erwartet.

Ein gegenläufiger Trend der Bevölkerungsentwicklung zeigt sich jedoch für die benachbarten Landkreise der Landeshauptstadt Erfurt. Bezogen auf den heutigen Bestand ist demnach bis zum Prognosehorizont 2025 von einem Bevölkerungsrückgang von rund 8 % auszugehen.

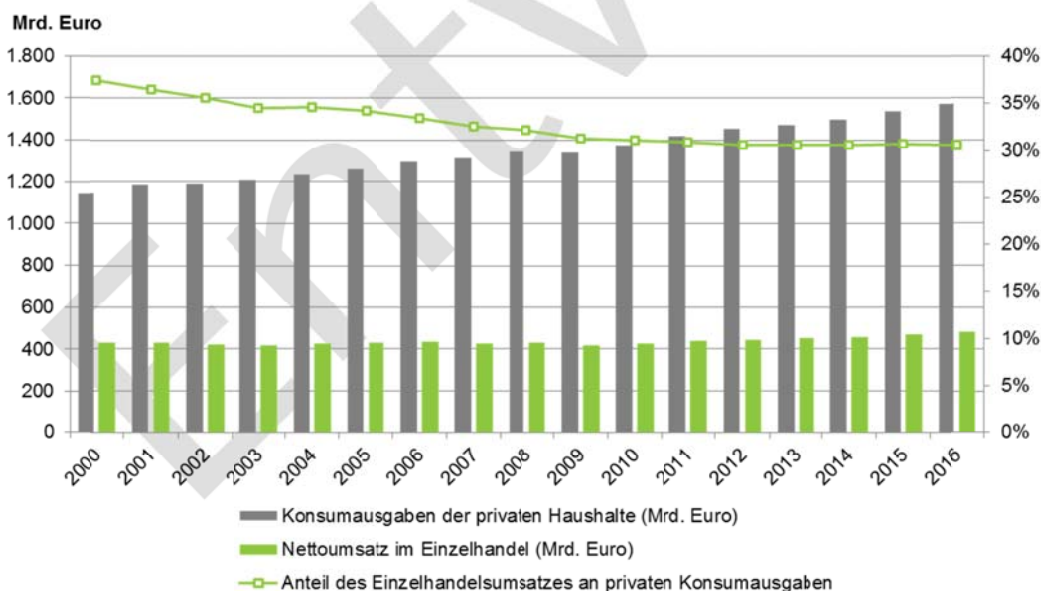
Bezogen auf das Einzugsgebiet des Erfurter Einzelhandels (vgl. dazu Kapitel 3.7) ist festzuhalten, dass dem prognostizierten, deutlichen Bevölkerungswachstum um rund 12.000 Einwohner (Basisjahr 2015) für die Landeshauptstadt Erfurt im näheren Einzugsgebiet ein Bevölkerungsrückgang von rund 32.500 Einwohnern gegenüber steht.

Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Konsumausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

- zum einen von privaten Einkommen bzw. den daraus resultierenden privaten Konsumausgaben,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabeanteile nach Warengruppen).
- Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

Abbildung 15: Ausgaben der privaten Haushalte



Quelle: Statistisches Bundesamt, Wiesbaden 2016 ; Herkunftsnachweis: handelsdaten.de , 2016

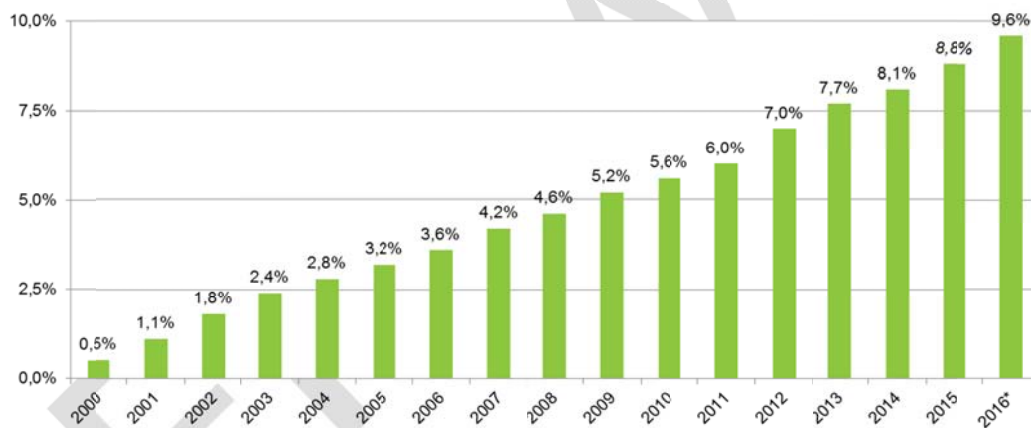
Folgende bundesdeutsche Entwicklungen sind darzustellen:

- Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um jährlich ca. zwei Prozent gestiegen.³⁰
- Deutlich zugenommen haben die Konsumausgaben u. a. für Wohnen und Energiekosten, während der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten **Konsumausgaben** seit 1990 um mehr als zehn Prozentpunkte auf einen Anteil von aktuell weniger als einem Drittel (29 % im Jahr 2010) zurückgegangen ist – Tendenz anhaltend³¹.
- In der Summe stagnieren somit die einzelhandelsrelevanten Ausgaben weitestgehend. Diese Tendenz zeigt sich auch am gesamtdeutschen Einzelhandelsumsatz, der seit dem Jahr 2000 bei jährlichen Wachstumsraten zwischen -2 und +2 % nur ein sehr geringes Wachstum aufweist (2010: rund 400 Mrd. Euro)³². Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden.

Jedoch müssen auch **spezifische** Entwicklungen in den einzelnen **Warengruppen** bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d.h. es muss eine Prognose erfolgen, die sich verändernde Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Auf den interaktiven Handel (Versandhandel und Internethandel) entfällt laut HDE-Jahresbilanz ein Anteil von ca. 7,6 Prozent am Gesamtumsatz des Einzelhandels im engeren Sinne (2013). Dabei bewegt sich der Anteil des Onlinehandels in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bislang unter 1 %, in typischen zentrenrelevanten Warengruppen wie Neue Medien, Unterhaltungselektronik, Bücher, Spiel- und Sportartikel, Bekleidung und Schuhe werden allerdings Anteile von z. T. deutlich mehr als 10 % Anteil am Gesamtumsatzes des Einzelhandels generiert.

Abbildung 16: Anteil des B2C-E-Commerce³³ am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016)



Quelle: EHI Retail Institute unter www.handelsdaten.de, 2016
*Prognose

Es ist zu beobachten, dass vor allem bestimmte Sortimentsgruppen von den Vorteilen des Onlinehandels profitieren. Gemäß Angaben des Bundesverbandes E-Commerce und Versandhandel

³⁰ EHI (2005-2010): Einzelhandel Aktuell. Köln; Statistisches Bundesamt 2011 (www.destatis.de); Handelsjournal et. al. (Hrsg.) (2008-2011): Factbook Einzelhandel; Handelsverband Deutschland (2014), zitiert nach www.handelsdaten.de

³¹ ebenda

³² ebenda

³³ B2C = Business to Consumer = Kommunikations- und Geschäftsbeziehungen zwischen Unternehmen und Privatpersonen (Konsumenten, Kunden)

Deutschland wurden im Jahr 2013 rund **55 %** des im interaktiven Handel³⁴ erzielten Umsatzes in den fünf Sortimentsgruppen **Bekleidung, Bücher, Unterhaltungselektronik und -artikel, Schuhe** sowie **Bild- und Tonträger** erwirtschaftet (absolut rund 21,6 Mrd. Euro von 39,3 Mrd. Euro)³⁵. Alle übrigen Sortimentsgruppen³⁶ leisteten einen deutlich untergeordneten Beitrag zum Gesamtumsatz des interaktiven Handels. Diese seit jeher „onlineaffinen“ Sortimentsgruppen werden voraussichtlich auch zukünftig³⁷ die Umsatzzahlen und -zuwächse im Onlinehandel bestimmen.

Bei der Ermittlung künftiger Verkaufsflächenpotenziale ist vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden, sondern dass diese tatsächlich tendenziell niedriger ausfallen, denn ein gewisser Umsatzanteil fließt dem Onlinehandel zu, welcher jedoch nicht allein aus „pure-Playern“ besteht, sondern vor allem auch Multichannel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle.

Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt dem auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten. Für den Non-Food-Einzelhandel im Jahr 2015 wurden die nachfolgend aufgelisteten Umsatzanteile je Vertriebsweg prognostiziert: 73 % rein stationär erzielte Umsätze, 10 % rein online erzielte Umsätze und 17 % Umsatzgenerierung mittels Multi-Channel-Konzept³⁸.

Die dargestellten Trends zeigen, dass der Onlinehandel einerseits zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel darstellt, die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein kann. Vor allem gilt es in erster Linie, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebotes die städtischen Zentren zu erhalten bzw. weiter zu entwickeln.

Zielzentralitäten für das Jahr 2025

Die Zielzentralität definiert im Rahmen einer modellhaften Betrachtung eine rechnerisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung des Erfurter Einzelhandels in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion der Landeshauptstadt Erfurt als Oberzentrum (mit teilweiser Grundversorgungsbedeutung für angrenzende Gemeinden). Die tatsächlich erreichte einzelhandelsrelevante Zentralität kann dabei sowohl nach oben als auch nach unten von den bezifferten Werten abweichen. Dabei bedeutet ein bestehender Wert über der Zielzentralität nicht, dass Einzelhandelsflächen zurückgefahren werden sollen, sondern signalisiert, dass Entwicklungen in diesen Bereichen voraussichtlich zu Umsatzumverteilungen im Bestand führen werden und einem betrieblichen Risiko unterliegen. Werte unterhalb der Zielzentralität weisen auf rechnerische, absatzwirtschaftlich tragfähige Potenziale hin. Da diese durch verschiedene Vertriebskanäle genutzt werden können,

³⁴ Zum interaktiven Handel ist neben dem Vertriebsweg „Onlinehandel“ auch der Vertriebsweg „Versandhandel“ zu zählen.

³⁵ Vgl. Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland. Daten abrufbar unter www.bevh.org (zugegriffen am 31. März 2014)

³⁶ Differenziert in insgesamt 16 weitere Sortimentsgruppen: Haushaltswaren und -artikel, Hobby-, Sammel- und Freizeitartikel, Computer und Zubehör, Möbel, Spielwaren, Telekommunikation, Bürobedarf, Drogerieartikel, Bau- und Gartenmarktartikel, Kfz- und Motorradzubehör, Tierbedarf, Lebensmittel, Uhren und Schmuck, Haus- und Heimtextilien, Medikamente, Sonstiges

³⁷ Vgl. Lührmann (2014): Trendbarometer Einzelhandel – Retail 2014. Osnabrück: S. 32

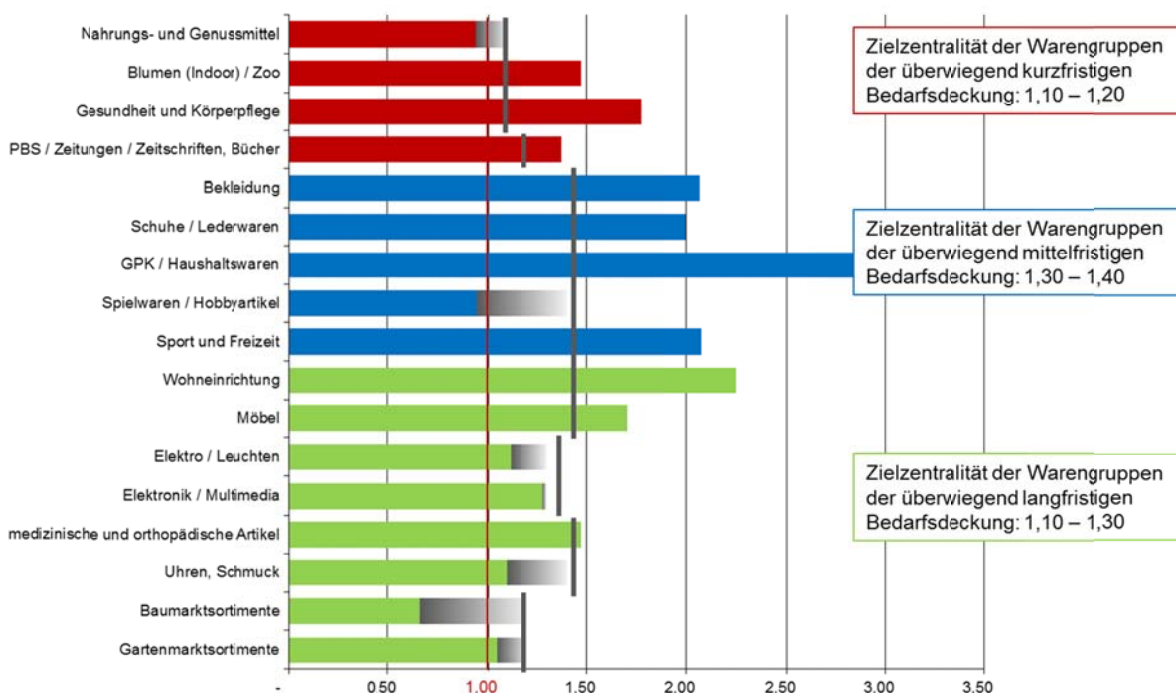
³⁸ Vgl. EHI Retail Institute Köln 2013. Daten abrufbar unter www.handelsdaten.de (zuletzt zugegriffen am 31. März 2014)

unterliegen auch diese immer einem betrieblichen Risiko (vgl. dazu auch unten: Schlussfolgerungen).

Bei der Bestimmung der Zielzentralität wurden nachfolgende Aspekte besonders berücksichtigt:

- Vor dem Hintergrund einer Bevölkerungszunahme in Erfurt ist auch von einer positiven Entwicklung des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftpotenzials in der Landeshauptstadt auszugehen. Die Impulse aus der positiven Bevölkerungsentwicklung in der Landeshauptstadt Erfurt werden durch den erwarteten deutlichen Bevölkerungsrückgang im näheren Einzugsgebiet gedämpft.
- Der reine Onlinehandel positioniert sich in einzelnen Warengruppen weiterhin am Markt, dabei sind hinsichtlich des Umsatzanteils in einzelnen Sortimenten, wie beispielsweise Unterhaltungselektronik und Bekleidung, Sättigungstendenzen erkennbar. Es ist zu erwarten, dass sich im Zuge entsprechender Aktivitäten der Einzelhändler (vor Ort) der Anteil des Onlinehandels am Einzelhandelsumsatz stationärer Einzelhändler erhöhen wird, was sich positiv auf die Zielzentralität auswirkt.
- Das touristische Potenzial ist ein wichtiger Wirtschaftsfaktor, auch für den Erfurter Einzelhandel. Dieser wirkt sich jedoch nicht in allen Warengruppen gleichermaßen aus. Positive Effekte sind vor allem in den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie in zentrenrelevanten Warengruppen, wie beispielsweise Bekleidung, Schuhe / Lederwaren oder auch Uhren / Schmuck einzubeziehen.

Abbildung 17: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Erfurt als Orientierungsgröße



Quelle: eigene Berechnungen auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Erfurt

Unter Berücksichtigung der zuvor benannten Aspekte werden folgende Zielzentralitäten (in Spanneiten) definiert:

- Im Hinblick auf eine Sicherung und Stärkung Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird grundsätzlich eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dabei ist zu berücksichtigen, dass Zentralitäten knapp unter 1,0 wie sie sich bereits im Bestand darstellen, in Oberzentren (z. B. Dortmund, Frankfurt oder Rostock)

nicht unüblich sind. Im Sinne eines Best-Case und unter besonderer Berücksichtigung touristischer Potenziale wird darüber hinaus auch eine Obergrenze von 1,1 in die Berechnungen eingestellt. Die rechnerisch ermittelten zusätzlichen Verkaufsflächen implizieren ein deutliches Entwicklungspotenzial in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel.

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,3-1,4 angenommen, die die oberzentrale Versorgungsfunktion der Landeshauptstadt Erfurt vor dem Hintergrund der Wettbewerbssituation im Umland und unter Berücksichtigung des touristischen Potenzials widerspiegeln.
Mit Ausnahme der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel zeigen sich keine rechnerisch ableitbaren Entwicklungspotenziale in den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,1 bis 1,3 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz der entsprechenden Warengruppen für das oberzentrale Einzugsgebiet Rechnung tragen berücksichtigen.
So sind in den Branchen Wohneinrichtung und Möbel beispielsweise durchaus weitläufige Verflechtungen mit dem Einzugsbereich zu erwarten während in den Warengruppen Bau- und Gartenmarktsortimente auch Angebote in den umliegenden Mittelzentren eine Rolle spielen können. Besonders in der Warengruppe Elektronik / Multimedia besteht zudem eine ausgeprägte Konkurrenz zum Onlinehandel. Quantitative Entwicklungspotenziale sind derzeit vor allem im Bereich der Warengruppe Baumarktsortimente ablesbar.

In der Gesamtbetrachtung der erörterten Entwicklungsfaktoren ergeben sich für den Einzelhandelsstandort Erfurt auf gesamtstädtischer Ebene somit folgende Entwicklungsspielräume in den einzelnen Warengruppen:

- In der Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** ist auf gesamtstädtischer Ebene bereits eine hohe quantitative Angebotsausstattung erkennbar. Gleichwohl ist in einer räumlich detaillierten Analyse in einigen Teilen des Stadtgebietes ein Defizit bzw. quantitativer Nachholbedarf an Lebensmittelangeboten festzustellen. Die steigenden Einwohnerzahlen sowie die steigenden Anteile des Bereichs Nahrungs- und Genussmittel innerhalb der privaten Verbrauchsausgaben lassen ein leicht steigendes Nachfragevolumen erwarten.
Hinsichtlich der Umsetzung der rechnerischen Potenziale ist allerdings zu berücksichtigen, dass insbesondere die Betreiber von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten derzeit ihre Standorte überprüfen und vor dem Hintergrund der Standortsicherung und Qualifizierung Verkaufsflächenerweiterungen anstreben. In Fällen, in denen eine Betriebserweiterung nicht möglich ist, wird häufig auch über eine Verlagerung und Erweiterung von Märkten nachgedacht. Auch in Erfurt liegen die Betriebsgrößen von Lebensmitteldiscountern und Supermärkten, teilweise sogar deutlich, unter der Großflächigkeit und den heutigen Marktzutrittsgrößen. Vor diesem Hintergrund sollte der Fokus vor allem auch darauf gesetzt werden – soweit aus städtebaulicher Sicht sinnvoll – vor der Eröffnung neuer Standorte Entwicklungen im Bestand zur Sicherung der Versorgungsfunktion zentraler Versorgungsbereiche sowie einer wohnungsnahen Grundversorgung zu ermöglichen. Die Wirksamkeit einer konsequenten Anwendung dieses Ziels zeigt das Beispiel Marbach (vgl. dazu S. 55).
- Die Warengruppe **Spielwaren / Hobbyartikel** weist unter den Warengruppen des mittelfristigen Bedarfs als einzige ein größeres quantitatives Angebotsdefizit auf, so dass sich hier – neben der Möglichkeit zu räumlichen und strukturellen Angebotsverbesserungen – auch ein nennenswerter Spielraum für einen quantitativen Angebotsausbau zeigt. In der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel zeigt sich dabei eine ausgeprägte und steigende Konkurrenz zum Onlinehandel. Bestehende Kaufkraftabflüsse komplett durch Neuansiedlungen im stationären Einzelhandel zu kompensieren unterliegt dabei einem hohen betrieblichen Risiko. Gleichwohl ist auch diese Branche von hoher Bedeutung für einen attraktiven Branchenmix, so dass die Rückgewinnung von Kaufkraftabflüssen durch attraktive Fachangebote im zentralen Versorgungsbereich Altstadt ein legitimes städtebauliches Ziel darstellt und – trotz ausgeprägtem Wettbewerbs –

Spielraum für Angebotsausweitungen an geeigneten Angebotsstandorten im Haupt- und Nebenzentrum bietet.

- Die Warengruppe **Sport / Freizeit** weist eine hohe Zentralität von 1,99 auf. Rechnerisch ableitbare absatzwirtschaftlich tragfähige Entwicklungspotenziale ergeben sich daher zunächst nicht. Das bedeutet jedoch nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben (städtebaulich sinnvoller Standort für zentrenrelevante Sortimente ist die Altstadt) und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes dennoch sinnvoll sein. In der Warengruppe Sport / Freizeit kann dies z.B. bedeuten, dass das Angebot an Sportartikeln, welches innerhalb der Warengruppe derzeit hinter den Sortimenten Sportbekleidung- und schuhe sowie Fahrräder quantitativ zurücktritt weiter ausgebaut wird.
- Die Warengruppe **Elektro / Leuchten** ist ebenso wie die Warengruppe Elektronik / Multimedia neben kleinteiligen Fachangeboten und Randsortimenten vor allem auch durch große Fachmärkte und eine sehr starke Konkurrenz zum Onlinehandel geprägt. Vor diesem Hintergrund stellen die rechnerischen Potenziale in der Warengruppe Elektro / Leuchten vor allem Arrondierungsspielräume für bestehende Standorte und Märkte dar.
- In der Warengruppe **Baumarktsortimente** zeigt sich für den Angebotsstandort Erfurt ein gewisses Entwicklungspotenzial. Diese Branche ist klassischerweise durch sehr flächenintensive Angebotsformen geprägt, so dass sich in den Zentren zumeist keine realistischen Entwicklungsperspektiven ergeben und entsprechende Anbieter in der Regel auch für den Branchenmix an solchen Angebotsstandorten keine tragende Rolle spielen. Unter städtebaulichen Gesichtspunkten sind Neuansiedlungen vor allem im Kontext bestehender Sonderstandorte zu suchen, um mögliche Synergieeffekte zu nutzen und diese oberzentral bedeutsamen Angebotsstandorte zu stärken und zu sichern. Dabei ist auch im Baumarktsegment ein zunehmender Wettbewerbsdruck durch den Online-Versandhandel zu berücksichtigen. Zudem ist zu berücksichtigen, dass der Baumarktsektor in besonderem Maße durch unterschiedliche Vertriebskanäle bestimmt wird (u. a. Handwerk, Gewerbe), welche das, durch klassische Baumärkte abschöpfbare Potenzial einschränken.
In Erfurt fand die letzte Schließung eines Baumarktes im Zuge der Praktiker-Insolvenz statt. Der Standort wurde bislang nicht wieder besetzt. Die rechnerischen Potenziale können grundsätzlich zum einen zur Arrondierung bestehender Standorte herangezogen werden sowie zum anderen auch zur Neuansiedlung eines zusätzlichen Marktes.
- Die Warengruppe **Gartenmarktsortimente** stellt in der Regel eine Abrundung der Angebote am Standort von Baumärkten dar. Sortimente dieser Warengruppe weisen in der Regel keine Zentrenrelevanz auf, so dass Angebotsausweitungen am ehesten im Kontext bestehender Sonderstandorte oder bestehenden (solitär gelegenen) Betrieben sinnvoll erscheinen.
- Die Fachangebote in den Warengruppen **medizinische und orthopädische Artikel** sowie **Uhren / Schmuck** sind zumeist von kleinteiligen Strukturen geprägt. Eine Positionierung des stationären Einzelhandels dieser Branchen gegenüber dem steigenden Konkurrenzdruck durch den Onlinehandel ist vor allem innerhalb der Angebotsstrukturen in zentralen Versorgungsbereichen (v. a. Altstadt) sinnvoll und zielführend.

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Landeshauptstadt Erfurt aus rein quantitativer Sicht nur in wenigen Warengruppen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in einer relevanten Größenordnung. Das bedeutet jedoch nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzeptes kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebotes auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung der **Sicherung und Stärkung der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Sicherung und Stärkung der zentralen**

Versorgungsbereiche dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Jedoch kann zusätzliche Kaufkraft grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von Zentren bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

So bestehen – trotz teilweise bereits hoher Zentralitäten – Möglichkeiten zur funktionalen Ergänzung des Einzelhandelsbesatzes in Erfurt vor allem auch in zentrentypischen Sortimenten (wie beispielsweise Spielwaren / Hobbyartikel oder Uhren / Schmuck) in einzelnen Angebotssegmenten, durch die Ansiedlung weiterer qualitativ attraktiver (Filial-)Betriebe aus dem Standard- bis höherwertigen Sortiment sowie durch die Schaffung moderner Betriebsgrößen und -typen.

Im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes geht es vor allem um die **räumliche Einzelhandelsentwicklung**. So bestehen in der Landeshauptstadt Erfurt nach wie vor Potenziale zur Konzentration insbesondere zentrenprägender Warengruppen innerhalb des Hauptgeschäftsbereiches. Während Standorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen oder ergänzenden Versorgungsstandorten zugeordnet sind, grundsätzlich eher kritisch zu beurteilen sind, können Vorhaben an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten zur qualitativen wie räumlichen **Verbesserung und Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots**, insbesondere auch in den Zentren, führen.

Mit dem vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglicht auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Landeshauptstadt und stellt für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt, dass das übergeordnete Ziel die Sicherung und Verbesserung der qualitativen sowie der räumlich strukturellen Angebotsituation ist, was impliziert, dass über zusätzliche Angebote nur nach eingehender Prüfung entschieden werden sollte.

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

- ... sie die zentralörtliche Funktion Erfurts und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,
- ... sie die zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,
- ... sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,
- ... die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,
- ... neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

6 Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Erfurt

Die Betrachtung der aktuellen Angebots- und Nachfragesituation (vgl. Kapitel 4) sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 5) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Erfurter Altstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie die sonstigen Standorte, insbesondere des großflächigen Einzelhandels zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Der Bestandschutz wird nicht berührt. Die bestehende planungsrechtliche Zulässigkeit in Bebauungsplänen ist ggf. unter Würdigung des Vertrauens auf den Fortbestand von Festsetzungen an geänderte planungsrechtliche Anforderungen anzupassen und zu präzisieren.

Die Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Erfurt umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Ziele der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 6.1)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 6.2)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 6.3)
- Abgrenzung der sonstigen Standorte und Empfehlungen zu deren zentrenverträglicher Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 6.4)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 6.5)
- Erfurter Sortimentsliste (vgl. Kapitel 6.6)
- Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung (vgl. Kapitel 6.7)

6.1 Übergeordnete Ziele der Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Erfurt

Die übergeordneten zukünftigen Ziele zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Erfurt leiten sich aus der einzelhandelsspezifischen Situation der Gesamtstadt sowie den daraus resultierenden Bewertungen und allgemeinen Rahmenbedingungen (wie z. B. Bevölkerungsentwicklung und -verteilung, siedlungsräumliche und verkehrliche Situation) ab. Auf dieser Grundlage sind Ziele und Maßnahmen für die einzelnen Bereiche der Stadt zu definieren, die eine positive, zukunftsorientierte Stadtentwicklung gewährleisten sollen. An dieser Stelle muss explizit darauf hingewiesen werden, dass es bei der Formulierung der Ziele und Maßnahmen nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte, städtebaulich verträgliche Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

Sicherung der landesplanerischen Funktion der Landeshauptstadt Erfurt

Aus landesplanerischer Sicht sind die Städte und Gemeinden in ein hierarchisches, zentralörtliches Gliederungssystem eingeordnet. Als Oberzentrum bzw. Landeshauptstadt kommt Erfurt dabei – neben der Versorgung der eigenen Bevölkerung – auch die Aufgabe zu, verschiedene Versorgungsfunktionen für das Umland mit zu übernehmen. Maßnahmen zur Einzelhandelsentwicklung müssen daher – im gesamtstädtischen und regionalen Kontext – auf diese Funktion Rücksicht nehmen, um so eine Sicherung und Stärkung des Einzelhandelsstandortes Erfurt zu gewährleisten.

Sicherung und Ausbau eines attraktiven Einzelhandelsangebotes in Erfurt

Die Attraktivität eines Einkaufsstandortes bestimmt sich in erster Linie durch die Quantität des Einzelhandelsangebotes (Anzahl der Betriebe, Verkaufsfläche) und seine qualitative Zusammensetzung (Vielfalt der Branchen, Sortimentstiefe, Betriebsformen und -konzepte sowie Betriebsgrößenzuordnungen). Nur durch ein Miteinander dieser beiden Komponenten kann es gelingen, den Einzelhandelsstandort Erfurt attraktiv zu gestalten und auch längerfristig zu erhalten. Ziel muss daher sein, eine Vielfalt (im oben genannten Sinne) für die Landeshauptstadt Erfurt zu erlangen bzw. zu sichern. Dies hat zwangsläufig zur Folge, dass die Entwicklung in einzelne Bereiche gemäß der ihnen zuerkannten Versorgungsfunktion gelenkt wird. So bekommt das Hauptzentrum nicht nur eine zentrale Bedeutung für den Einzelhandel, sondern für alle weiteren innerstädtischen Funktionen wie u. a. Kultur, Verwaltung, Gastronomie. Die Entwicklung des Hauptzentrums (Altstadt) sowie der Neben- und Nahversorgungszentren (in den Ortsteilen) ist entsprechend der ihnen zuerkannten Versorgungsaufgabe zu lenken. Daneben ist es Aufgabe der Sonder- bzw. Ergänzungsstandorte, die Angebotsituation in den zentralen Versorgungsbereichen funktional zu ergänzen und nicht durch Angebotsüberschneidungen in eine direkte Konkurrenz zu den Zentren zu treten.

Sicherung und Ausbau einer attraktiven Innenstadt in Erfurt

Der Hauptgeschäftsbereich stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb Erfurts dar, der sich, im Vergleich zu anderen ebenfalls quantitativ bedeutsamen Einzelhandelsstandorten, insbesondere durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung etc.) auszeichnet. Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf den innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich gelegt werden. Dieser Standort genießt als zentraler Versorgungsbereich oberste Priorität innerhalb der Erfurter Zentrenstruktur, dem sich alle weiteren Standorte und Ziele im Rahmen einer hierarchischen Gliederung unterordnen.

Zur Profilierung der Alleinstellungsmerkmale der Altstadt im interkommunalen Wettbewerb ist, aufbauend auf dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept ein vertiefendes und weiterführendes Marketing-Konzept bzw. städtebauliches Entwicklungskonzept zu erarbeiten.

Sicherung und ggf. Ausbau eines Grund- und Nahversorgungsangebotes im gesamten Stadtgebiet

Ein über alle Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes; häufig bilden Lebensmittelanbieter in Nebenzentren eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie). Zunehmend stehen diesen planerisch wie stadtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten (Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im Einzugsgebiet bedingen) gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Erfurter Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten.

Sicherung und Stärkung der funktional gegliederten Versorgungsstruktur

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelsituation ist eine ausgewogene Versorgungsstruktur. Dabei liegt die Stärke eines Geschäftszentrums als wesentlicher Versorgungsbereich insbesondere in der räumlichen Dichte und Vielfalt

des Einzelhandels- und Nutzungsangebotes, die seiner jeweiligen Versorgungsfunktion entsprechen. Die einzelnen Zentren der Landeshauptstadt Erfurt sind dabei in eine hierarchische Ordnung gemäß ihrer Versorgungsaufgabe einzuordnen. Eine Öffnung neuer oder Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen, in denen insbesondere zentrenrelevante (über die Entwicklungspotenziale hinausgehende) Sortimente angeboten werden, führt in der Regel zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur und hat einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Dabei ist auch festzuhalten, dass mögliche negative Auswirkungen nicht ausschließlich von Einzelhandelsgroßprojekten ausgehen, sondern durchaus auch, nicht zuletzt aufgrund ihrer Summenwirkung, durch kleinflächige Vorhaben (unterhalb der Großflächigkeit von 800 m² Verkaufsfläche) zu beobachten sind.

Gezielte und geordnete Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe

Großflächige Einzelhandelsstandorte bzw. -standortgemeinschaften, die sich außerhalb des gewachsenen Zentrums befinden, sind – im Sinne einer Arbeitsteilung – ausschließlich als Ergänzungsstandorte aufzufassen. Dies hat zwingend zur Folge, dass bei Neuansiedlung (Eröffnung neuer Standorte) bzw. Umnutzung und Erweiterung bestehender Betriebe eine Verträglichkeitsanalyse – auf der Grundlage der formulierten gesamtstädtischen Ziele und Empfehlungen – durchzuführen ist. Hierbei ist insbesondere zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann.

Planungs- und Investitionssicherheit für bestehenden und anzusiedelnden Einzelhandel

Bei der Diskussion um neue Einzelhandelsentwicklungen in einer Kommune wird der bestehende Einzelhandel nach wie vor zu oft nur unzureichend in die entsprechenden Überlegungen und Entwicklungsvorstellungen mit einbezogen. Dabei ist es der vorhandene Bestand, der die Attraktivität und Ausstrahlungskraft eines Einkaufsstandortes nicht unwesentlich mitbestimmt. Dies ist jedoch nicht mit einer „Schutzglocke“ für den bestehenden Einzelhandel gleichzusetzen. Es bedeutet vielmehr, dass im Sinne der Bestandspflege eine Integration bzw. Verknüpfung von Einzelhandelsentwicklungen in bzw. mit bestehenden Strukturen bei künftigen Planungen zu berücksichtigen ist.

Verhinderung konterkarierender Planungen

Mit Hilfe einer konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzeptes entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

Sicherung einer „nachhaltigen“ Stadtentwicklung, d. h. langfristig angelegten Entwicklung des Einzelhandels

Eine nachhaltige Stadtentwicklung kann nur durch klare räumlich-funktionale Zuordnungen vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung erfolgen. Dafür ist eine verbesserte Funktionsteilung der Einzelhandelsbereiche notwendig, die keine direkte Konkurrenz, sondern eine Ergänzung der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Angebote und eine arbeitsteilige Standortstruktur zwischen zentralen Versorgungsbereichen, Nahversorgungsstandorten und Sonderstandorten anstreben.

6.2 Standortstruktur

Das künftige Leitbild für die Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Erfurt beinhaltet eine funktionale Gliederung. Das bedeutet, dass unter der Zielsetzung einer räumlich-funktionalen Gliederung (Standortstruktur) Einzelhandel in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, den zukünftigen ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Standorte im Erfurter Stadtgebiet konzentriert werden soll.

Vor diesem Hintergrund wurden die Einzelhandelsstandorte in Erfurt aufgrund der Erkenntnisse aus der Angebots- und Nachfrageanalyse sowie bestehender stadtentwicklungspolitischer Zielsetzungen unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten überprüft, bewertet und in ein ar-

beitsteiliges, hierarchisches Standortstrukturmodell eingeordnet. Maßgeblichen Einfluss auf die Einordnung eines Standortbereichs in das Standortprofil haben die vorhandenen Nutzungen, insbesondere im Hinblick auf das Einzelhandelsangebot und ergänzende gastronomische und Dienstleistungsangebote (Multifunktionalität) sowie künftige Entwicklungsmöglichkeiten. Zu den zu berücksichtigenden städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen zählen vor allem die Stärkung und der Schutz der zentralen Versorgungsbereiche und die Stärkung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann.

Abbildung 18: Standortstrukturmodell für die Landeshauptstadt Erfurt



Quelle: eigene Darstellung

Drei Kategorien stellen die wesentlichen Bestandteile der Erfurter Standortstruktur dar: die zentralen Versorgungsbereiche, die Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels und die Nahversorgungsstandorte (vgl. dazu Abbildung 18).

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines zentralen Versorgungsbereiches im Rahmen der Zentrenhierarchie hat das vorhandene Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot. Hierbei fließen als Kriterien u. a. der Verkaufsflächenbestand und die Anzahl von Einzelhandelsbetrieben sowie die städtebauliche Gestaltung in die Beurteilung ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt zur Einordnung sind die städtebaulichen und stadtentwicklungsrelevanten Zielvorstellungen, die mit dem jeweiligen Zentrum verbunden sind. Dazu zählt zum Beispiel auch die Zielvorstellung einer tragfähigen, wohnortnahen Grundversorgung, die durch eine räumlich möglichst nahe Zuordnung von Versorgungseinrichtungen zu Bevölkerungsschwerpunkten gewährleistet werden kann. Ferner ist eine räumlich ausgewogene Verteilung der unterschiedlichen Zentrentypen innerhalb der Ortsteile bzw. auch untereinander zu berücksichtigen.

Den zentralen Versorgungsbereichen in Erfurt liegt eine dreistufige Gliederung zu Grunde. Diese unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihres Einzelhandels- und Dienstleistungsangebotes. Die Innenstadt (Altstadt, Hauptzentrum) ist für die gesamte Stadt (und auch die Region) von Bedeutung. Der Bereich Magdeburger Allee, der aufgrund seiner Größe und (teilweise spezifischen) Ausstattung der Innenstadt untergeordnet ist, aber dennoch eine andere Versorgungsbedeutung besitzt als die Nahversorgungszentren, nimmt eine besondere Stellung ein. Die Nahversorgungszentren dienen in erster Linie der wohnungsnahen Grundversorgung (Lebensmittel) und weisen nur geringe Ergänzungsangebote auf.

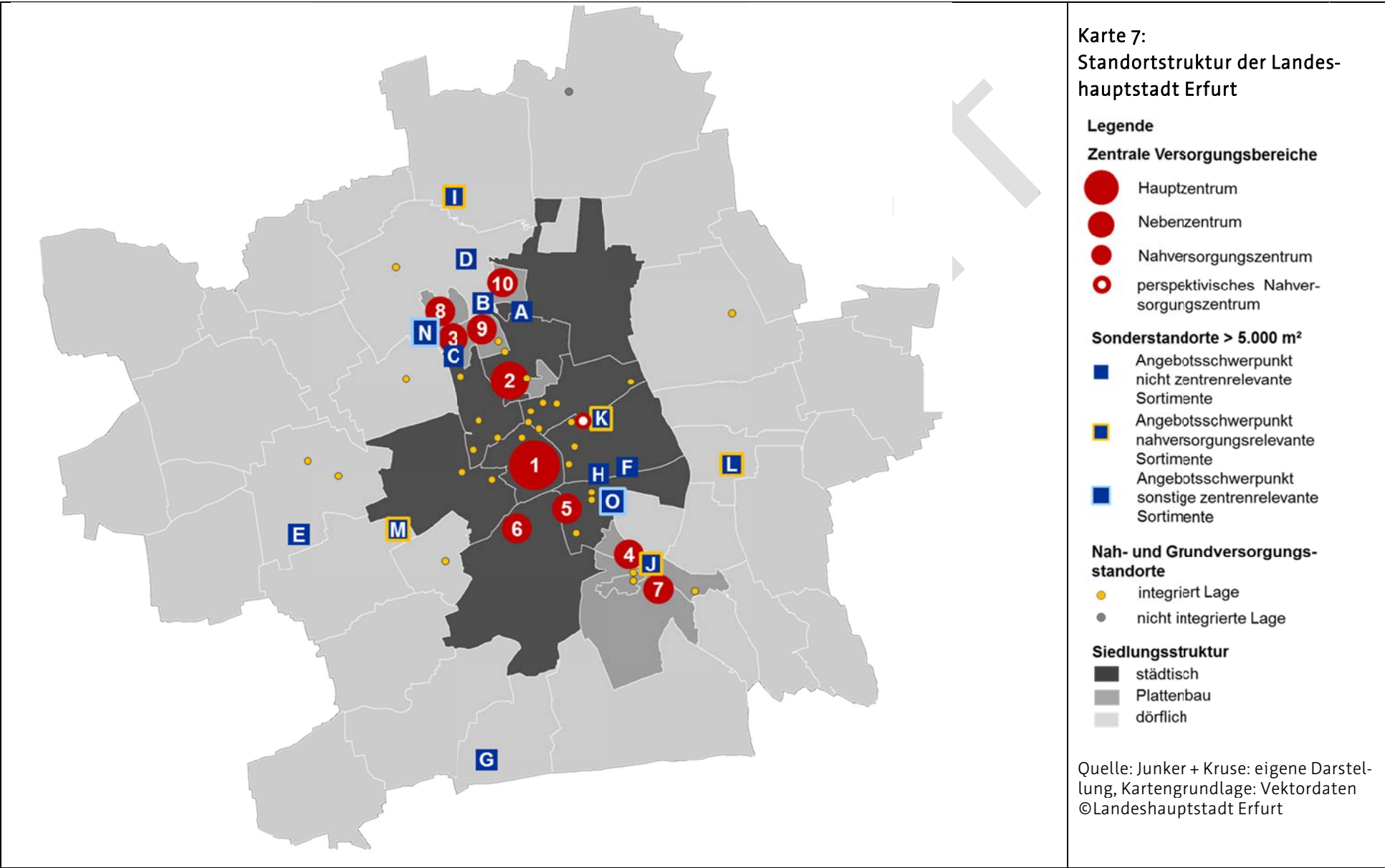
Bei den Ergänzungsstandorten sind die Standorte des Einzelhandels mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, die der Gewährleistung der Nahversorgung dienen, und die Sonderstandorte des großflächigen Einzelhandels (i.S.v. § 11 (3) BauNVO; mit einer Differenzierung nach Angebotsschwerpunkten im nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Bereich) zu unterscheiden.

Die räumliche Verteilung der prägenden Standorte in der Landeshauptstadt Erfurt wird in Karte 7 abgebildet. Anschließend werden die einzelnen Standorttypen erläutert.

Tabelle 15: Strukturprägende Standorte in der Landeshauptstadt Erfurt

Standorttyp	Name (Stadtbereich, wenn abweichend von Name)
Hauptzentrum	1 Altstadt
Nebenzentrum	2 Magdeburger Allee, Ilversgehofen
Nahversorgungszentren	3 Berliner Platz, Wohngebietszentrum
	4 Center Kleiner Herrenberg
	5 Daberstedt, Häßlerstraße
	6 Löbervorstadt, Geibelstraße
	7 Melchendorfer Markt
	8 Moskauer Platz, Wohngebietszentrum
	9 Rieth, Wohngebietszentrum
Sonderstandorte	10 Roter Berg, Wohngebietszentrum
	A An der Lache (u.a. Toom, TTM, Fressnapf)
	B Apoldaerstraße (Hammer, Preis Rebell)
	C Augsburgener Straße (Obi)
	D August-Röbling-Straße (Roller)
	E Eisenacher Straße (IKEA)
	F Holzlandstraße (Obi)
	G Im großen Felde (Sconto, Höffner)
	H Weimarerische Straße (u.a. Tedox, Multipolster)
	I Erfurter Straße, Globus I
	J Kranichfelder Straße, Kaufland II
K Leipziger Straße, EKZ, Kaufland I	
L Weimarerische Straße, Globus II	
M Gothaer Straße	
N Thüringenpark	
O T.E.C.	

Quelle: eigene Darstellung



6.3 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Erfurt dar. Den zentralen Versorgungsbereichen kommt dabei auch vor dem Hintergrund der Gesetzgebung und Rechtsprechung eine besondere Bedeutung zu. Sie nehmen durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine hervorzuhebende Stellung als schützenswerte Bereiche ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen, kirchliche, kulturelle, soziale und gesundheitliche Einrichtungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.³⁹ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Ortsteil- bzw. Nebenzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und / oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und ggf. auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen.⁴⁰ Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.⁴¹

Sonderstandorte und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen.

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur⁴² – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und / oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansied-

³⁹ Vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 – 4 C 7.07

⁴⁰ Vgl. u. a. OVG NRW; Urteil vom 15.02.2012 – 10 D 32/11:NE

⁴¹ Vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07

⁴² Vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241 ff. sowie Kuschnerus, Ulrich: Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007

lungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!⁴³

Die **Abgrenzung** sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereiches unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Landeshauptstadt Erfurt dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung / Entwicklung der Erfurter Innenstadt sowie die Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i.S.v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Landeshauptstadt Erfurt sind als zentrale Versorgungsbereiche jene Bereiche im Stadtgebiet zu verstehen, die jeweils eine funktionale Einheit mit einem (ihrer Versorgungsbedeutung entsprechenden) breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bilden. Dies ist in erster Linie natürlich der Hauptgeschäftsbereich in der Erfurter Innenstadt, ebenso sind jedoch auch das Nebenzentrum Magdeburger Allee wie auch die Nahversorgungszentren diesbezüglich zu betrachten.

Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung eines zentralen Versorgungsbereiches ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereiches sind:

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen (Dabei sind in Abhängigkeit von der Versorgungsbedeutung bzw. Hierarchiestufe eines zentralen Versorgungsbereiches unterschiedliche Anforderungen an die Ausprägung von Ergänzungsnutzungen zu stellen. In Hauptzentren und Nebenzentren umfasst das Angebot an Dienstleistungen, Gastronomie, kirchlichen, kulturellen, sozialen und gesundheitlichen Einrichtungen eine deutlich höhere Vielfalt als in Nahversorgungszentren.)

Städtebauliche Kriterien

- wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage
- zentrale Lage im Wohnsiedlungskörper
- Baustruktur (Dabei sind in Abhängigkeit von der Versorgungsbedeutung bzw. Hierarchiestufe eines zentralen Versorgungsbereiches unterschiedliche Anforderungen zu stellen: Nahversorgungszentren können - auch in Form von kleinen Einkaufszentren und Passagen - bei Vorliegen entsprechender Ergänzungsnutzung und städtebaulich bzw. wohnsiedlungsräumlich integrierter Lage einen zentralen Versorgungsbereich bilden. Haupt- und Nebenzentren müssen im Sinne einer Tradition der europäischen Stadt als Quartiere mit einem vielfältigen Besatz an Einzel-

⁴³ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen.

handel, Dienstleistungen und Gastronomie sowie mit einem öffentlichen, städtischen Raum aus Geschäftsstraßen und Plätzen ausgestattet sein.)

- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen der zentralen Versorgungsbereiche stehen und diese – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf diesen Flächen ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung der zentralen Versorgungsbereiche einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Erfurter Sortimentsliste; siehe Kapitel 6.6) unabdingbar.

Einordnungskriterien

Die vier Typen der zentralen Versorgungsbereiche (**Zentrentypen**, vgl. dazu auch Tabelle 15) unterscheiden sich vor allem hinsichtlich ihres Einzelhandels- und ergänzenden Nutzungsangebotes unter Berücksichtigung ihrer Versorgungsaufgabe. Hierbei fließen als Kriterien u. a. der Branchenmix, das Betriebstypenangebot, die städtebauliche Situation sowie die Ausstattung mit Dienstleistungsbetrieben, gastronomischen und kulturellen Einrichtungen in die Beurteilung ein.

Hauptzentrum – Das Hauptzentrum besitzt eine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet und teilweise darüber hinaus. Das Einzelhandelsangebot ist umfassend und erstreckt sich mit einem differenzierten Branchen- und Betriebstypenmix über die gesamte Palette von Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs. Im Hauptzentrum können grundsätzlich alle groß- und kleinflächigen Vertriebsformen des Einzelhandels vertreten sein. Dazu gehören Einkaufszentren, Warenhäuser, Kaufhäuser, großflächige Lebensmittelmärkte, Fachmärkte und Facheinzelhandel (betreibergeführt sowie vor allem auch filialbetrieben). Das Angebotsniveau ist differenziert und auf unterschiedliche Zielgruppen ausgerichtet. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch öffentliche Einrichtungen (z. B. Rathaus), kulturelle Angebote (u. a. Museum, Theater, Bibliothek) sowie ein differenziertes Dienstleistungs- und Gastronomieangebot.

Das Einzelhandelsangebot der Altstadt, die das gesamtstädtische Hauptgeschäftszentrum der Landeshauptstadt Erfurt darstellt, liegt hinsichtlich Gesamtverkaufsfläche und Umsatz deutlich vor den anderen zentralen Versorgungsbereichen Erfurts. Vor allem die Angebote der Sortimente des mittelfristigen Bedarfs weisen relevante Bindungsquoten für die Gesamtstadt und darüber hinaus auf. Das Einzelhandelsangebot des Hauptgeschäftszentrums umfasst sämtliche zentrenrelevante Sortimente, teils in großer Sortimentsbreite und -tiefe. Ebenso ist die Anzahl und Vielfalt der ergän-

zenden Nutzungen aus den Bereichen Dienstleistungen, Gastronomie oder Kultur im Stadtgebiet im Vergleich zu den anderen Zentren führend (so z. B. im Bereich Kultur oder mit den Einrichtungen der öffentlichen Verwaltung).

Nebenzentrum Magdeburger Allee - Das Nebenzentrum Magdeburger Allee zeichnet sich durch eine besondere Bedeutung aus. Das Einzelhandelsangebot erstreckt sich auf Waren zur Deckung des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs, wobei – in Abhängigkeit der städtebaulichen Struktur - ein überwiegend kleinteiliges, teilweise spezifisches, zentrenrelevantes Angebot besteht, welches durch Fachgeschäfte geprägt ist. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote.

Nahversorgungszentren - Diese Zentren haben eine Versorgungsfunktion für umliegende Wohnsiedlungsbereiche bzw. Ortsteile. Zwingende Voraussetzung für ein Nahversorgungszentrum ist es, dass das Einzelhandelsangebot an Waren zur Deckung des kurzfristigen Bedarfs, mit einem Schwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Angebot überwiegt und eine regionale Ausstrahlung nicht gegeben ist. Der Betriebstypenmix ist eingeschränkt, zum typischen Besatz gehören Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelhandwerk, Dienstleistungsbetriebe (i. d. R. Minimalausstattung Finanz- und Gesundheitsdienstleister, einzelhandelsnahe Dienstleister, z. B. Reisebüro) und ein einfaches Gastronomieangebot (Cafés oder Imbisse) ergänzen das Einzelhandelsangebot.

Die Einordnung der Nahversorgungszentren stand im besonderen Untersuchungsinteresse. Daher werden nachfolgend die Kriterien zur Einstufung von Standorten mit nahversorgungsrelevanten Angeboten als Nahversorgungszentren (zentrale Versorgungsbereiche) dargelegt und die Festlegungen für das Einzelhandels- und Zentrenkonzept unter besonderer Berücksichtigung der Veränderungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009 dargestellt.

Exkurs: Kriterien für die Einstufung der Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentren dienen in erster Linie der wohnungsnahen Versorgung der Bevölkerung in einem fußläufigen Einzugsbereich mit Waren und Dienstleistungen des periodischen Bedarfs, insbesondere mit Lebensmitteln, aber auch mit Drogeriewaren, Getränken, Zeitungen u.ä.

Dabei müssen auch die Nahversorgungszentren funktionale und städtebauliche Kriterien erfüllen, um als schutzwürdige zentrale Versorgungsbereiche u.a. i.S.v. §§ 2 (2) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO zu gelten.

Die Rechtsprechung und die kommentierende Literatur haben dazu eine Reihe von Kriterien aufgestellt. Kuschnerus zeigte dabei auf, dass sich Nahversorgungszentren durch folgende Merkmale auszeichnen:

- „Das Vorhandensein (mindestens) eines größeren Lebensmittelanbieters als „Magnetbetrieb“, weiterer anderer Einzelhandelsanbieter und (regelmäßig) auch diverser Dienstleister,
- die räumliche Zusammenfassung des Bereichs der Versorgungsbetriebe zu einem als Einheit erscheinenden „Zentrum“ und
- die hinreichende Abgrenzbarkeit des – in seiner räumlichen Ausdehnung nicht generell an bestimmte Meter-Vorgaben gebundenen, regelmäßig aber einige Tausend Einwohner aufweisenden – Bereichs, der von dem Zentrum versorgt wird.“
- „Besonderer Betrachtung bedarf noch die Frage, ob diese qualitativen Anforderungen stets tatsächlich bereits vorhanden sein müssen oder ob ggf. auch die – realistischerweise zu erwartende – planerische Zielsetzung ausreicht, dass das Zentrum diese Qualitäten in absehbarer Zeit erlangt.“⁴⁴

⁴⁴ Ulrich Kuschnerus: Nahversorgungszentren als zentrale Versorgungsbereiche, in: ZfBR 1/2009, S. 24-29. Urteil des OVG NRW vom 01.07.2009; AZ 10 A 2350/07

Aus diesen Ausführungen ist abzuleiten, dass folgende Kriterien im Besonderen bei der Definition der Nahversorgungszentren heranzuziehen sind:

- **Ausstattung (Einzelhandel und ergänzende Nutzungen)**
Dabei handelt es sich um die quantitative Ausstattung des Einzelhandelsbesatzes, sowie dessen Sortiments- und Betriebstypenstruktur. Im Besonderen geht es vor dem Hintergrund der Nahversorgungsfunktion um das Vorhandensein von strukturprägenden Lebensmittelmärkten (z. B. Supermarkt oder Lebensmitteldiscounters), die als Frequenzerzeuger fungieren. Darüber hinaus sind ergänzende Nutzungen (Dienstleistungen, wie beispielsweise Ärzte, Banken, Versicherungen und gastronomische Einrichtungen) zu untersuchen.
- **Einzugsgebiet**
Unter Berücksichtigung der Nahversorgungsfunktion stellt die fußläufige Erreichbarkeit ein wichtiges Kriterium bei der Definition von Nahversorgungszentren dar und bildet damit einen wichtigen Maßstab für die Ausdehnung eines Einzugsbereiches. Daneben ist aber auch aus absatzwirtschaftlicher Sicht ein bestimmtes Einwohner- bzw. Kaufkraftpotenzial für das Vorhandensein eines größeren Lebensmittelmarktes notwendig. Im Hinblick auf eine weitgehend flächendeckende Nahversorgung sind im Einzelfall Betrachtungen in Abhängigkeit von der Siedlungsdichte vorzunehmen.
- **Ausstrahlung (Zentralität)**
Die Zentralität eines bestehenden Nahversorgungszentrums wird durch das Verhältnis des getätigten Umsatzes und der lokalen Kaufkraft (im Einzugsgebiet) in der prägenden Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel abgebildet. Ein zentraler Versorgungsbereich sollte möglichst einen über die reine Nahversorgungsfunktion hinausreichende Zentralität entwickeln.
- **Räumliche / städtebauliche Abgrenzung**
Ein zentraler Versorgungsbereich sollte aufgrund seiner räumlichen Ausdehnung und städtebaulichen Gestaltung als „städtebauliche Einheit“ ablesbar sein, die sich hinsichtlich der Nutzungen und Gestaltung von der Umgebung unterscheidet.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept der Landeshauptstadt Erfurt wird – ausgehend von der Bestandsaufnahme der vorhandenen Zentrenausstattung – ein Nahversorgungszentrum als zentraler Versorgungsbereich definiert, wenn er folgende Kriterien erfüllt:

- mindestens ein strukturprägender Lebensmittelmarkt
- ergänzende Nutzungen (private und öffentliche Dienstleistungen, Gastronomie)
- keine wesentliche Überschneidung der Einzugsbereiche (600 m-Isodistanz) mit denen höher-rangiger Zentren
- Zentralität in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bezogen auf den Planungsraum regelmäßig $> 0,5$
- ablesbare städtebauliche Einheit sowie städtebauliche Qualität (u. a. Außendarstellung, Gestaltung, Aufenthaltsqualität)

Festlegungen im Zentrenkonzept

Auf Grundlage der Einstufungskriterien ergibt sich eine Reduzierung der Anzahl der bisher als Nahversorgungszentren definierten Standorte. Jene Standortbereiche, die die Kriterien erfüllen werden auch künftig als Nahversorgungszentren eingestuft, für die übrigen ergibt sich in Abhängigkeit von der städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Einstufung bzw. Lage im Siedlungsgefüge eine Einstufung als Nahversorgungsstandort.

Im Bereich der Johannesvorstadt ist im Zusammenhang mit der Einrichtung eines künftigen ÖPNV-Umsteigepunktes (Bahn) und eines neuen Wohnquartiers mit sozialer Infrastruktur perspektivisch ein Nahversorgungszentrum oder -standort im Einmündungsbereich Greifswalder Straße / Leipziger Straße vorgesehen.

Tabelle 16: Festlegungen zu Nahversorgungszentren im Zentrenkonzept

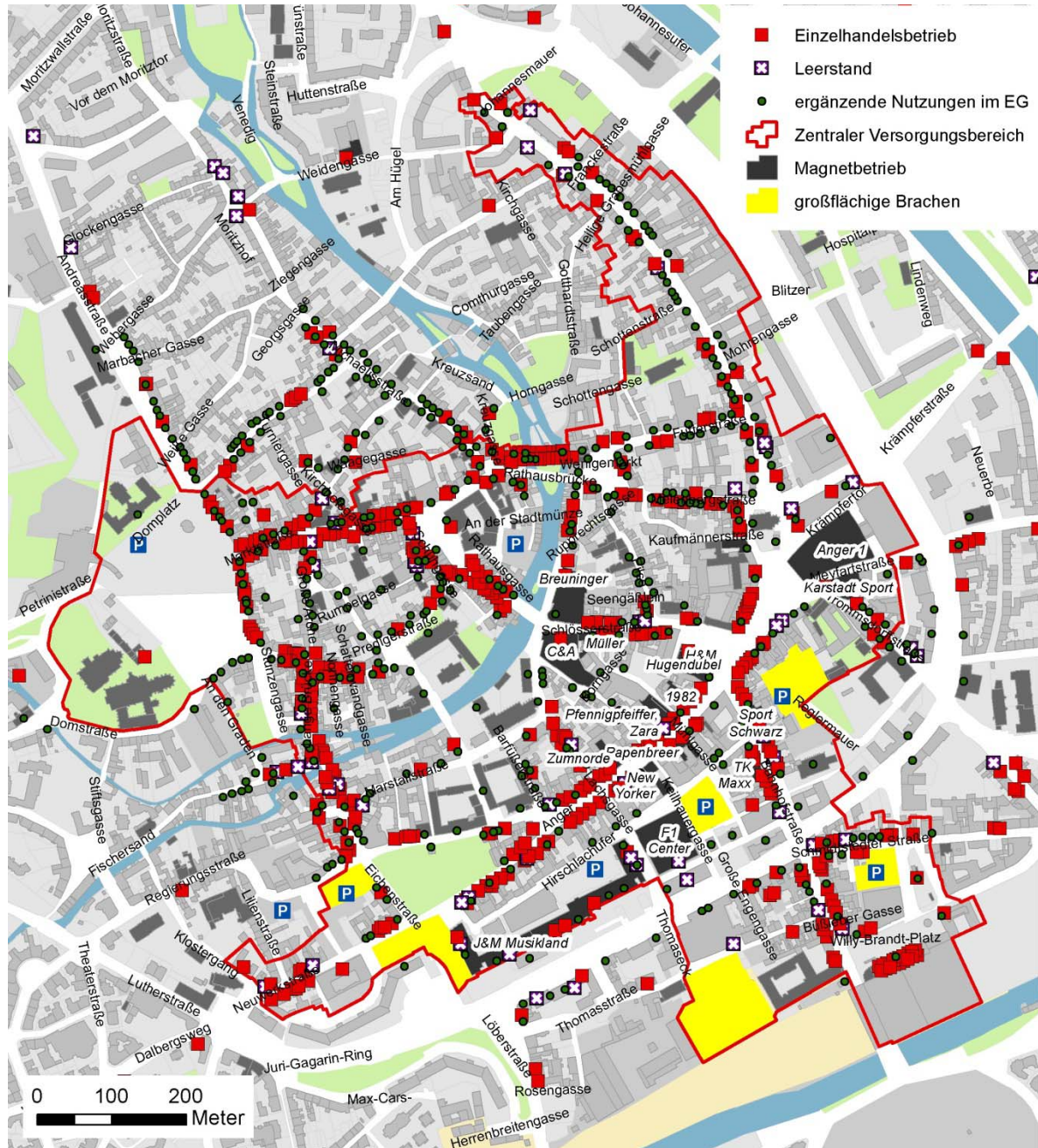
Nahversorgungszentren (ZVB) gemäß Einzelhandelskonzept 2009	Einzelhandelskonzept 2017 <i>(kursiv: Kriterien, die gegen die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich – Nahversorgungszentrum – sprechen)</i>
ZVB Berliner Platz, Wohngebietszentrum	NVZ Berliner Platz, Wohngebietszentrum
ZVB Center Kleiner Herrenberg	NVZ Center Kleiner Herrenberg
ZVB Daberstedt, Häßlerstraße	NVZ Daberstedt, Häßlerstraße
ZVB Löbervorstadt, Geibelstraße	NVZ Löbervorstadt, Geibelstraße
ZVB Melchendorfer Markt	NVZ Melchendorfer Markt
ZVB Moskauer Platz, Wohngebietszentrum	NVZ Moskauer Platz, Wohngebietszentrum
ZVB Rieth, Wohngebietszentrum	NVZ Rieth, Wohngebietszentrum
ZVB Roter Berg, Wohngebietszentrum	NVZ Roter Berg, Wohngebietszentrum
ZVB Andreasvorstadt, Nordhäuser Straße	<i>Überlappung mit den zentralen Versorgungsbereichen Altstadt und Magdeburger Allee, kein strukturprägender Lebensmittelmarkt, keine Versorgungsbedeutung über den Nahbereich hinaus, keine Entwicklungsmöglichkeit,</i> wird aufgrund seiner Versorgungsbedeutung künftig als Nahversorgungsstandort eingestuft
ZVB Brühlervorstadt, Brühler Straße	<i>Überlappung mit den zentralen Versorgungsbereichen Altstadt und Magdeburger Allee, ein strukturprägender Lebensmittelmarkt, jedoch keine Versorgungsbedeutung über den Nahbereich hinaus, geringe Nutzungsdichte, keine städtebauliche Einheit,</i> wird aufgrund seiner Versorgungsbedeutung künftig als Nahversorgungsstandort eingestuft
ZVB Johannesvorstadt, Friedrich-Engel-Straße	<i>Überlappung mit den zentralen Versorgungsbereichen Altstadt und Magdeburger Allee, ein strukturprägender, kleinflächiger Lebensmittelmarkt, jedoch keine Versorgungsbedeutung über den Nahbereich hinaus sowie keine Entwicklungsmöglichkeiten</i> wird aufgrund seiner Versorgungsbedeutung künftig als Nahversorgungsstandort eingestuft

Nahversorgungszentren (ZVB) gemäß Einzelhandelskonzept 2009		Einzelhandelskonzept 2017 <i>(kursiv: Kriterien, die gegen die Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich – Nahversorgungszentrum – sprechen)</i>
ZVB Krämpfervorstadt, Thälmannstraße		<i>Überlappung mit dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt, ein strukturprägender, kleinflächiger Lebensmittelmarkt, jedoch keine Versorgungsbedeutung über den Nahbereich hinaus, sehr geringe Nutzungsdichte, keine Entwicklungsmöglichkeiten</i> wird aufgrund seiner Versorgungsbedeutung künftig als Nahversorgungsstandort eingestuft
ZVB Krämpfervorstadt, Ringelberg		<i>keine Versorgungsbedeutung über den Nahbereich hinaus, geringe Nutzungsdichte, funktionale Ausrichtung,</i> wird aufgrund seiner Versorgungsbedeutung künftig als Nahversorgungsstandort eingestuft

Quelle: eigene Darstellung

6.3.1 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt (01)

Karte 8: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage

- Kernstadt
- im Bereich Pergamentergasse (im Norden) und Domplatz (im Westen) bis zum Juri-Gagarin-Ring im Süden und Osten

6.3.1 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt (01)

	<ul style="list-style-type: none"> im Bereich der Bahnhofstraße reicht der zentrale Versorgungsbereich über den Juri-Gagarin-Ring hinaus bis zum Bahnhof
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> zentrale Innenstadt regionale Ausstrahlung
Einwohner im Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> Altstadt 19.171 (Stand: 31.12.2016) Stadtgebiet Erfurt 211.590 (Stand: 31.12.2016) näheres Einzugsgebiet (Teile benachbarte Landkreise) rund 410.000 Einwohner (Stand: 31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ca. 98.600 m² (ca. 23 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> im Ortsteil Altstadt: 8.700 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,51 m² / Einwohner
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> umfassendes und vielseitiges Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen großflächige Einzelhandelsbetriebe werden ergänzt durch kleinteiligen Facheinzelhandel, z. T. Spezialgeschäfte bedeutende Einzelhandelsmagneten wie das Einkaufszentrum Anger I, das Warenhaus Karstadt, Textilkaufhäuser wie C&A und Breuninger sind vorhanden weitere Frequenzbringer: verschiedene Einzelhandelsmagneten aus den Branchenbereichen Sportartikel, Bekleidung, Buchhandel und Unterhaltungselektronik Grundversorgung mit Lebensmitteln gegeben durch z. T. großflächige strukturprägende Anbieter (z.B. in den Einkaufszentren Anger 1 und F1) als auch ergänzend durch kleine Fach- und Spezialgeschäfte Ergänzendes Angebot (nicht Einzelhandel i. e. S.): täglicher Wochenmarkt auf dem Domplatz Zentrale kirchliche, kulturelle, soziale und gesundheitliche Einrichtungen, Dienstleistungen und Gastronomie
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> überörtlich über die sternförmig auf den Ring stoßenden Hauptverkehrsachsen Stellplätze: mehrere Parkhäuser bzw. Parkplätze sowie in den Randbereichen Parken im Straßenraum umfangreiche Stadtbahn- und Busanbindung, zentrale Umsteigepunkte am Hauptbahnhof und am Anger

6.3.1 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt (01)

Städtebauliche Situation

- attraktive Altstadt
- teilweise anspruchsvolle, städtisch wirkende Bebauung
- Zwischen Domplatz und Krämerbrücke überwiegen kleinteilige Strukturen, touristische Relevanz.
- Innenstadt zerfällt in Teilbereiche, die sich nicht zuletzt auch auf die historischen Stadtstrukturen zurückführen lassen.
- Magnetbetriebe sind städtebaulich integriert.
- Die wesentlichen Einzelhandelspole (markiert durch großflächige Anbieter) und durch eine entsprechende Passantenfrequenz stellen der Standort Breuninger / C+A (Schlosserstraße) und das Einkaufszentrum Anger 1 (Anger) dar.

Versorgungsfunktion

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion aufgrund der landesplanerischen Einstufung als Oberzentrum
- Ergänzende Nutzungen: Zentrale kirchliche, kulturelle, soziale und gesundheitliche Einrichtungen, Dienstleistungsangebote und Gastronomie

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

Der zentrale Versorgungsbereich der Altstadt ist im Rahmen der Zentrenhierarchie aus historischer, siedlungsräumlicher und städtebaulicher Sicht als wichtigster Einzelhandelsstandort in Erfurt festzuhalten und grundsätzlich ein aus städtebaulicher Sicht positiv zu wertender Standort für künftige insbesondere (großflächige) zentrenrelevante Einzelhandelsentwicklungen. Der hier angesiedelte Einzelhandel dient vor allem einer gesamtstädtischen und regionalen Versorgung, und übernimmt in Teilen eine Nahversorgungsfunktion. Darüber hinaus kommt dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt aufgrund seiner multifunktionalen Ausstattung auch eine besondere touristische Bedeutung zu. Mit dem Ziel einer Sicherung und Stärkung der innerstädtischen Funktionen sind künftige zentrenrelevante Entwicklungen auf den abgegrenzten Bereich zu konzentrieren. Dabei ist zu berücksichtigen, dass vor dem Hintergrund der hohen Verkaufsflächenausstattung und Zentralität Erfurts in den typischen zentrenrelevanten Sortimenten rechnerisch tragfähige Entwicklungspotenziale, mit Ausnahme der Warengruppe Spielwaren / Hobbyartikel, nicht ableitbar sind. Entwicklungen außerhalb des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches (bzw. anderer zentraler Versorgungsbereiche) sind auszuschließen, da diese, in Abhängigkeit von ihrer Dimensionierung, zu Umsatzumverteilungen zu Las-

6.3.1 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt (01)

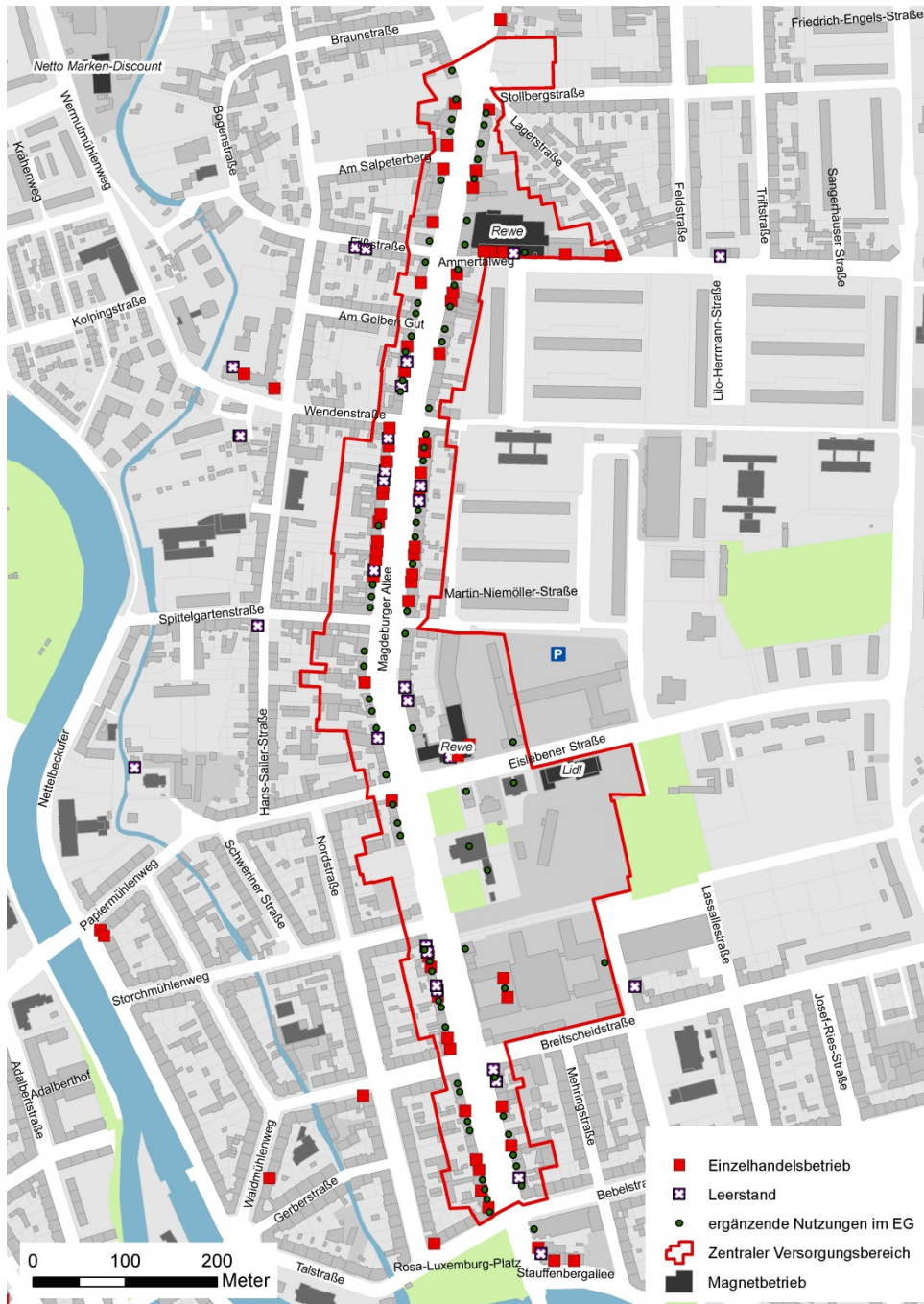
ten des innerstädtischen Einzelhandels führen können. Diese können z.B. Ausdruck in Funktionsschädigungen oder einer Ausdünnung der Vielfalt und des Umfangs des Angebotes führen.

Neben Entwicklungen im Bestand bestehen innerhalb des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches verschiedene Potenzialflächen, welche zur Verdichtung des Angebotes, auch für großflächigen Einzelhandel genutzt werden können (z.B. Fläche im Innenbereich zwischen Bahnhof und Trommersdorfstr. mit rund 7.400 m² oder Fläche östlich F1 mit rund 3.000 m²).

Im bauplanungsrechtlichen Sinne ist in Kernbereichen (wie der Altstadt) grundsätzlich Einzelhandel ohne eine Größen- oder Sortimentsbeschränkung möglich, soweit negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur in den Nachbarkommunen ausgeschlossen werden können. **Im Sinne der stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen und unter Berücksichtigung der bestehenden hohen Ausstattung in Erfurt sollten Einzelhandelsvorhaben in der Altstadt ab einer Größenordnung von rund 5.000 m² Verkaufsfläche einer dezidierten politischen und fachlichen Bewertung unterzogen werden**, um sowohl mögliche Auswirkungen auf die Struktur der Altstadt als auch auf die übrige Versorgungsstruktur / zentralen Versorgungsbereiche im Erfurter Stadtgebiet aufzuzeigen und die Ergebnisse in den Abwägungsprozess mit einstellen zu können. Eine ganzheitliche Betrachtung, beispielsweise im Rahmen eines Altstadtentwicklungskonzeptes, auch unter Berücksichtigung mehrerer möglicher Vorhaben im Stadtgebiet bzw. in der Altstadt und bestehender Leerstände oder Potenzialflächen unter absatzwirtschaftlichen wie städtebaulichen Gesichtspunkten ist dabei zu empfehlen.

6.3.2 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Ilversgehofen, Magdeburger Allee (02)

Karte 9: Zentraler Versorgungsbereich Ilversgehofen, Magdeburger Allee



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

6.3.2 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Ilversgehofen, Magdeburger Allee (02)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁴⁵ Ilversgehofen ■ Kernstadt ■ nördlich der Altstadt
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ rund einen Kilometer zum zentralen Versorgungsbereich Altstadt entfernt
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ilversgehofen: 12.051 Einwohner (31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 6.400 m² (ca. 1,5 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ilversgehofen: 5.300 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,44 m² / Einwohner
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ vornehmlich kleinteilige Struktur mit größeren Lebensmittelmärkten ■ Grundversorgung: Betriebsformenmix mit strukturprägenden Lebensmittelmärkten (Lebensmittelvollsortimenter und -discounter) ergänzt durch kleinteiligen Einzelhandel ■ Sortimentsschwerpunkte: Nahrungs- und Genussmittel; Bekleidung
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ die Magdeburger Allee stellt eine Hauptverbindungsachse zwischen der Altstadt und dem nördlichen Stadtgebiet dar ■ Stellplätze: straßenbegleitend bzw. an den Stellplatzanlagen an den Magnetbetrieben ■ Stadtbahn- und Busanbindung
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ langgestreckte bandartige Struktur, orientiert am Straßenverlauf ■ kleinteilige Strukturen ■ gründerzeitliche Bebauung
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ bezogen auf den Ortsteil Ilversgehofen und darüber hinaus, insbesondere auch für Johannesplatz (besitzt keine eigene Grundversorgung) ■ Ergänzende Nutzungen: zentrale kirchliche, kulturelle, soziale und gesundheitliche Einrichtungen, Dienstleistungen, Gastronomie

⁴⁵ Ortsteile nach Thüringer Kommunalordnung (ThürKO), die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.3.2 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Ilversgehofen, Magdeburger Allee (02)

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

Das Nebenzentrum Magdeburger Allee stellt einen innenstadtnahen zentralen Versorgungsbereich dar, welcher zum einen der Nahversorgung dient und zum anderen Standort für spezifische kleinflächige, inhabergeführte Angebote aus den Bereichen Einzelhandel, Dienstleistung und Gastronomie ist. Er zeichnet sich durch eine ausgeprägte Nutzungsmischung aus.

Die Entwicklung des Nebenzentrums Magdeburger Allee ist unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auf den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

Im zentralen Versorgungsbereich Magdeburger Allee sind Einzelhandelsansiedlungen mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zulässig. Die Dimensionierung der Einzelhandelsbetriebe soll sich an der Versorgungsbedeutung des Nebenzentrums orientieren.

Darüber hinaus ist die Ansiedlung kleinflächiger und ausnahmsweise auch großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit sonstigen zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich.

Handlungsbedarf besteht hinsichtlich der hohen Leerstandsquote (3.200 m², 33 %). Ziel sollte es sein künftig die Nutzungsdichte und -vielfalt zu stärken. Ein insbesondere lineares Ausdehnen des zentralen Versorgungsbereiches sollte vor diesem Hintergrund vermieden werden.

6.3.3 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Berliner Platz, Wohngebietszentrum (O3)

Karte 10: Zentraler Versorgungsbereich Berliner Platz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage

- Ortsteil⁴⁶ Berliner Platz
- Großwohnsiedlung
- nördliches Stadtgebiet, südlich der Großwohnsiedlung Moskauer Platz

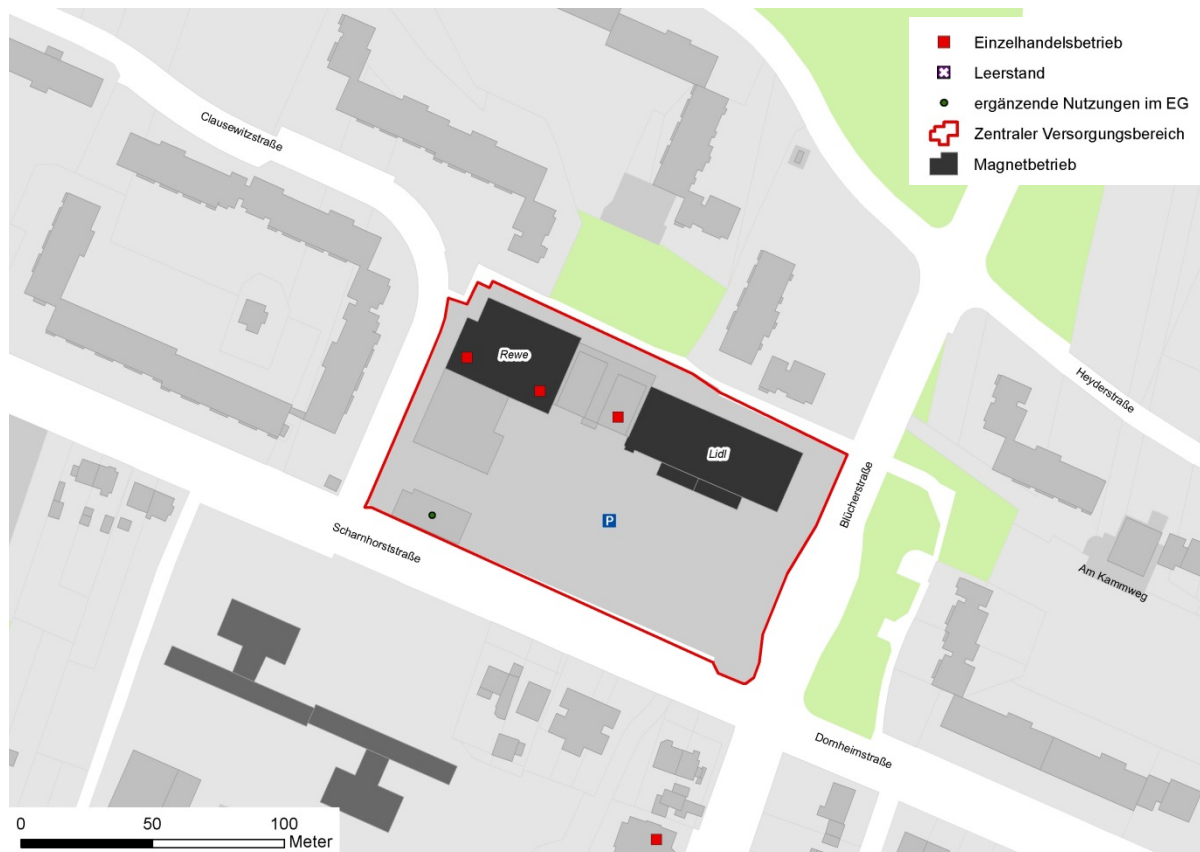
⁴⁶ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet

6.3.3 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Berliner Platz, Wohngebietszentrum (03)

Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 3,4 km nordwestlich der Altstadt ■ ca. 800 bis zum Sonderstandort Thüringenpark
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berliner Platz: 6.084 Einwohner (31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 1.100 m² (ca. 0,3% an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Berliner Platz: 300 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,05 m² / Einwohner
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittelvollsortimenter steht leer ■ ergänzende Nutzungen ■ derzeit kein ausgeprägter Sortimentsschwerpunkt
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ gute fußläufige Erreichbarkeit für Bewohner der Großwohnsiedlung ■ Stellplätze: straßenbegleitend bzw. den Wohngebäuden zugeordnet ■ Anbindung an das Netz des öffentlichen Nahverkehr gegeben ■ zentraler Versorgungsbereich liegt in Fußgängerzone
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ kompakte Struktur innerhalb des Wohngebietszentrums ■ schlechter städtebaulicher Zustand, Sanierung des öffentlichen Raumes erfolgt
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nahversorgungsfunktion für den Wohnsiedlungsbereich
Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen	<p>Das Nahversorgungszentrum Berliner Platz stellt den prägenden Standort zur Versorgung der Bevölkerung im Ortsteil Berliner Platz dar. Vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist die Funktion des Nahversorgungszentrums zu sichern und zu stärken. Nach Aufgabe des Lebensmittelvollsortimenters fehlt derzeit ein funktionstragender Magnetbetrieb. Die Ansiedlung eines Lebensmittel-discounters ist geplant.</p> <p>Zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen und/oder -erweiterungen, insbesondere von Lebensmittelmärkten im Umfeld sollten ausgeschlossen werden.</p> <p>Sowohl Gebäude als auch der öffentlichen Raumes bedürfen einer qualitativen Aufwertung zur Verbesserung der Akzeptanz und Aufenthaltsqualität des Nahversorgungszentrums.</p>

6.3.4 Standortprofil: Center Kleiner Herrenberg (10)

Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich Center Kleiner Herrenberg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁴⁷ Herrenberg ■ Großwohnsiedlung ■ südliches Stadtgebiet westlich angrenzend Daberstedt, nördlich Dittelstedt und Urbich, östlich Niedernissa, südlich Melchendorf, Wiesenhügel und Windischholzhausen
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 3,2 km südöstlich der Altstadt ■ ca. 1,3 km bis zum zentralen Versorgungsbereich Melchendorf
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Herrenberg: 7.936 Einwohner (31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 3.000 m² (ca. 0,7 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Herrenberg: 4.900 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,62 m² / Einwohner

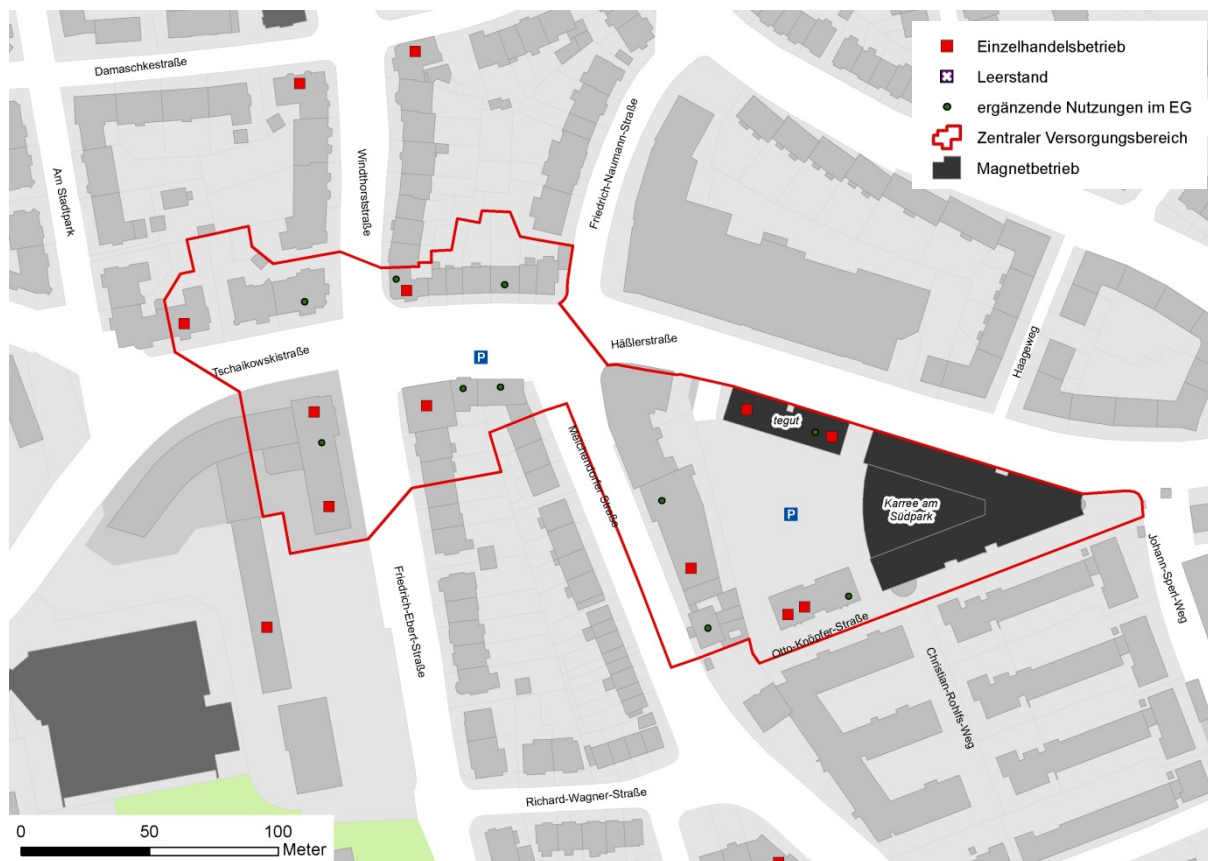
⁴⁷ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet

6.3.4 Standortprofil: Center Kleiner Herrenberg (10)

Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sortimentsschwerpunkte: Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege ■ Das Center Kleiner Herrenberg stellt einen wesentlichen, modernen Baustein zu Sicherung der Nahversorgung im Ortsteil dar. Sein Angebot umfasst den Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung. ■ konkurrierende Einzelstandorte, darunter ein SB-Warenhaus an der Kranichfelder Straße, im Ortsteil
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ fußläufige Erreichbarkeit nur teilweise gegeben, da das Center im westlichen Bereich des Ortsteils liegt ■ Stellplätze: straßenbegleitend bzw. dem Center zugeordneter Parkplatz zugeordnet ■ Anbindung an das Netz des öffentlichen Nahverkehr gegeben
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ kompakte Struktur innerhalb des Wohngebietszentrums ■ Center stellt modernen, zeitgemäßen, wenngleich funktional gestalteten Einzelhandelsbaustein dar
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnsiedlungsbereich, insbesondere des westlichen Ortsteils
Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen	<p>Das Center Kleiner Herrenberg ist ein kleines Nahversorgungszentrum in wohnsiedlungsräumlich integrierter Lage im Ortsteil Herrenberg. Grundsätzlich wird es aus einzelhandelsrelevanter Sicht seiner Versorgungsfunktion gerecht. Unter Berücksichtigung qualitativer Aspekte sollte künftig die Multifunktionalität und Aufenthaltsqualität am Standort gestärkt werden.</p> <p>Sicherung des zentralen Versorgungsbereiches im Hinblick auf seine Funktion als Nahversorgungszentrum unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.</p>

6.3.5 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Daberstedt, Häßlerstraße (08)

Karte 12: Zentraler Versorgungsbereich Daberstedt, Häßlerstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁴⁸ Daberstedt ■ Kernstadt ■ südöstlich der Altstadt
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 1,7 km südöstlich der Altstadt ■ bis zum zentralen Versorgungsbereich Löbvorstadt ca. einen Kilometer ■ Einzelhandelsangebot des Ortsteils wird durch das Einkaufszentrum TEC dominiert ■ Lebensmittelmärkte in Streulagen
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Daberstedt: 13.868 Einwohner (31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 2.000 m² (ca. 0,5 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)

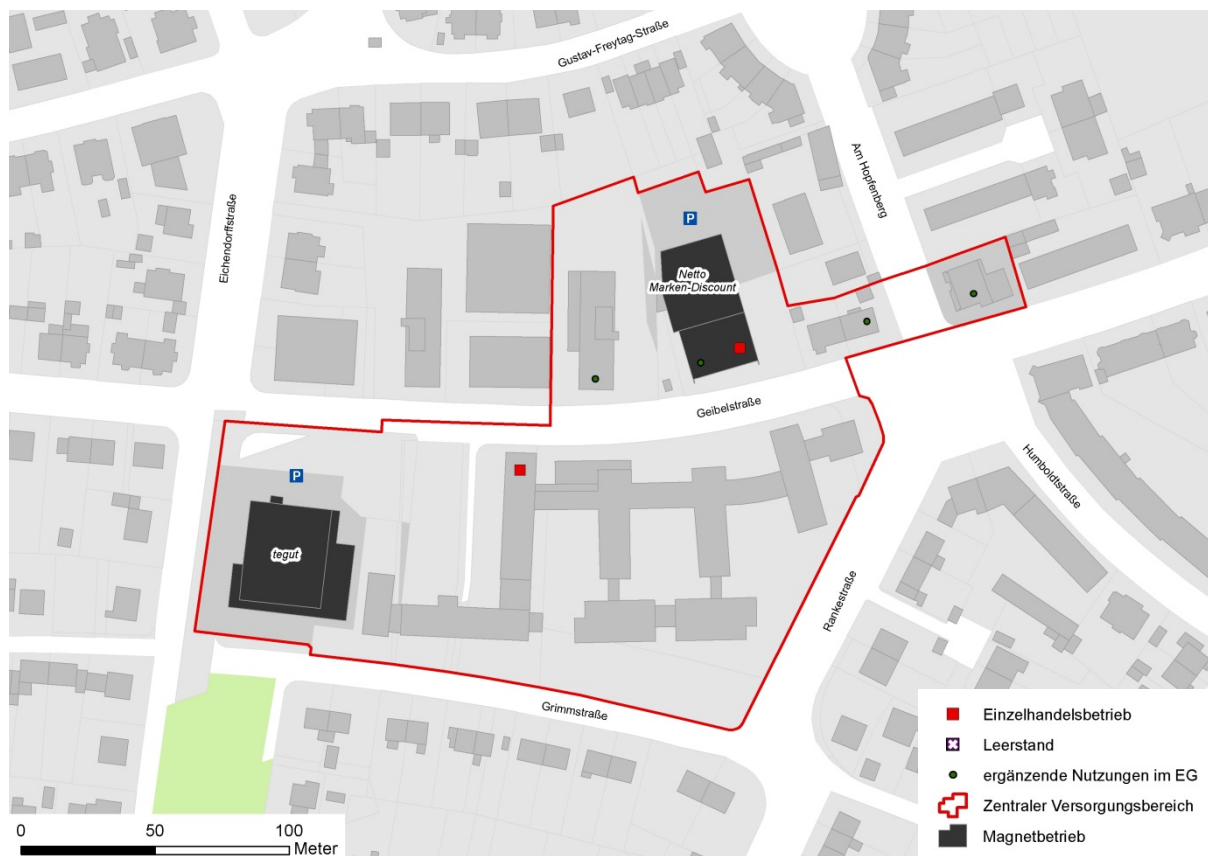
⁴⁸ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.3.5 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Daberstedt, Häßlerstraße (08)

Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Daberstedt: 8.200 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,60 m² / Einwohner
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Prägung des zentralen Bereiches durch Lebensmittelmarkt, geringer Anteil an ergänzenden Nutzungen ■ deutliche Prägung der Versorgungssituation durch das Einkaufszentrum TEC (starke Wettbewerbssituation) ■ Sortimentsschwerpunkte: Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheit und Körperpflege
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ gute fußläufige Erreichbarkeit ■ Stellplätze: straßenbegleitend bzw. Parkplatz dem Lebensmittelmarkt zugeordnet ■ Anbindung an das Netz des öffentlichen Nahverkehrs gegeben
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Karree am Südpark stellt einen städtebaulichen und einzelhandelsrelevanten Kristallisationspunkt dar ■ Lebensmittelmarkt ist in kleinteilige Strukturen eingebettet ■ ergänzende Nutzungen stärken die Multifunktionalität
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nahversorgungsfunktion für den Wohnsiedlungsbereich
Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen	<p>Das Nahversorgungszentrum Daberstedt, Häßlerstraße stellt mit dem Karree am Südpark und ergänzenden kleinteiligen Einzelhandels-, Dienstleistungs- und gastronomischen Nutzungen einen belebten und funktionsfähigen zentralen Versorgungsbereich dar. Künftige Entwicklungen können vor allem mit Blick auf die Qualifizierung und Abrundung des Angebotes im Bestand ausgerichtet sein.</p> <p>Die Sicherung dieses Standortes unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowie insbesondere der grundversorgungsrelevanten Struktur, im Rahmen des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches, wird empfohlen. Nahversorgungsrelevante Einzelhandelsentwicklungen im Umfeld des zentralen Versorgungsbereiches sollten vor allem vor dem Hintergrund des Zentrumschutzes bewertet werden.</p>

6.3.6 Standortprofil: Löbervorstadt, Geibelstraße (09)

Karte 13: Zentraler Versorgungsbereich Löbervorstadt, Geibelstraße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁴⁹ Löbervorstadt ■ Kernstadt ■ südlich der Altstadt gelegener Ortsteil ■ Siedlungsbereich geht aus der Altstadt über in die Löbervorstadt
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ bis zum zentralen Versorgungsbereich Daberstedt ca. 1 km
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Löbervorstadt: 12.429 Einwohner (31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 2.500 m² (0,6 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)

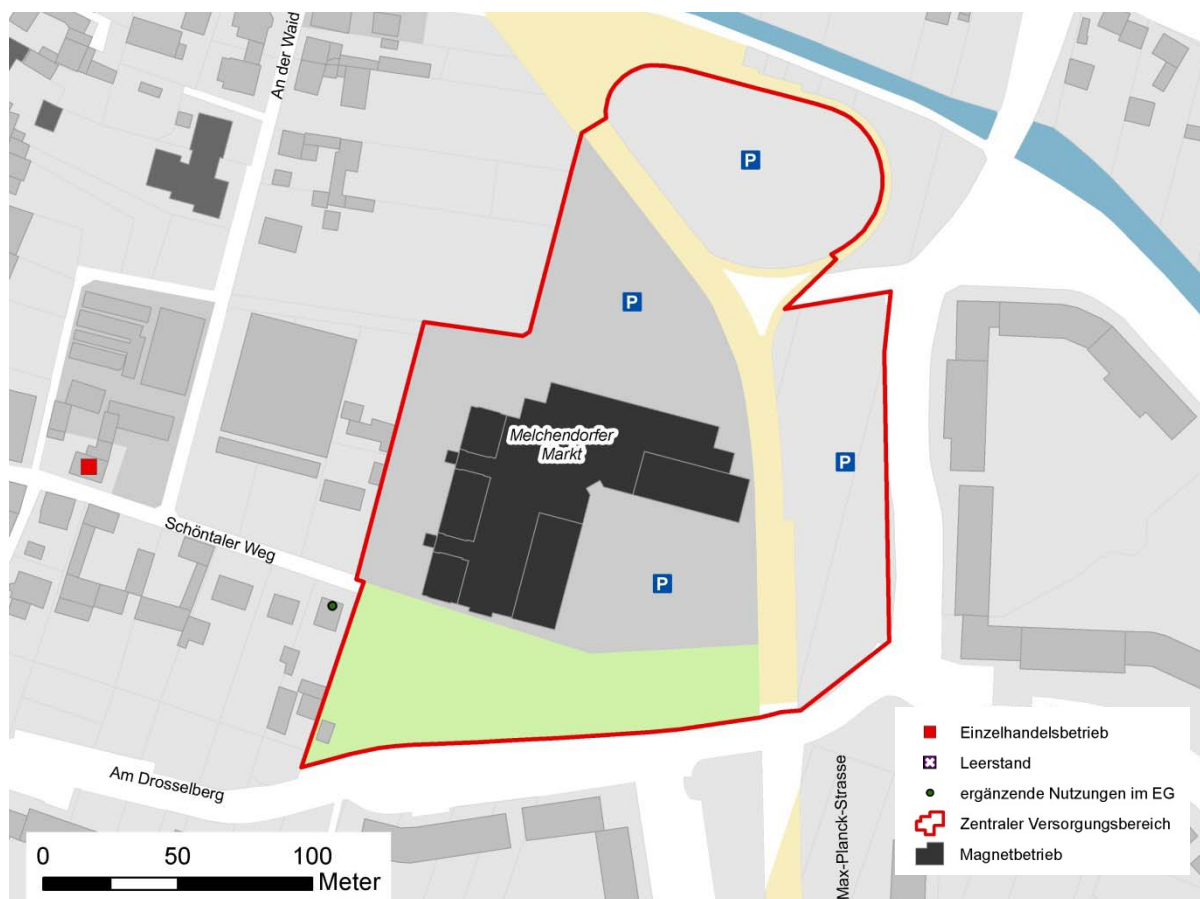
⁴⁹ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.3.6 Standortprofil: Löbervorstadt, Geibelstraße (09)

Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Löbervorstadt: 2.400 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,19 m² / Einwohner
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Die Struktur des zentralen Versorgungsbereiches wird insbesondere durch zwei Lebensmittelmärkte geprägt. ■ Ergänzende Nutzungen vorhanden (u.s. Post, Banken)
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ gute fußläufige Erreichbarkeit ■ Stellplätze: straßenbegleitend bzw. Parkplatz dem Lebensmittelmarkt zugeordnet ■ Anbindung an das Netz des öffentlichen Nahverkehr gegeben
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Zentrum ist vor allem funktional durch die beiden Lebensmittelmärkte geprägt, welche in direktem Bezug zu den umliegenden Wohngebieten stehen
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nahversorgungsfunktion für den Wohnsiedlungsbereich
Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen	<p>Das Nahversorgungszentrum Löbervorstadt, Geibelstraße ist ein kleiner zentraler Versorgungsbereich im südlichsten Ortsteil des städtischen Kernbereichs Erfurt. Mit einem Lebensmitteldiscounter und einem Lebensmittelvollsortimenter verfügt er über einen stabilen funktionstragenden Einzelhandelsbaustein. Ergänzende Nutzungen (Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie) sind nur schwach ausgeprägt. Vor dem Hintergrund einer Flächenverfügbarkeit sollten Möglichkeiten zur Stärkung der Multifunktionalität geprüft werden.</p> <p>Das Nahversorgungszentrum sollte im Hinblick auf die Nahversorgung im umliegenden Wohnsiedlungsbereich bzw. im Ortsteil unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gesichert und gestärkt werden.</p>

6.3.7 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Melchendorfer Markt (04)

Karte 14: Zentraler Versorgungsbereich Melchendorfer Markt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁵⁰ Melchendorf ■ Siedlungsbereiche Buchenberg und Drosselberg (Großwohnsiedlung) ■ südliches Stadtgebiet ■ Ortsteil Melchendorf schließt den Ortsteil Wiesenhügel ein; im Norden grenzt der Ortsteil Herrenberg im Osten Windischholzhausen, im Süden Egstedt und im Westen die Löbervorstadt an
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 4,5 km südöstlich der Altstadt ■ bis zum zentralen Versorgungsbereich Center Kleiner Herrenberg ca. 1,3 km
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Melchendorf: 10.390 Einwohner (31.12.2016)

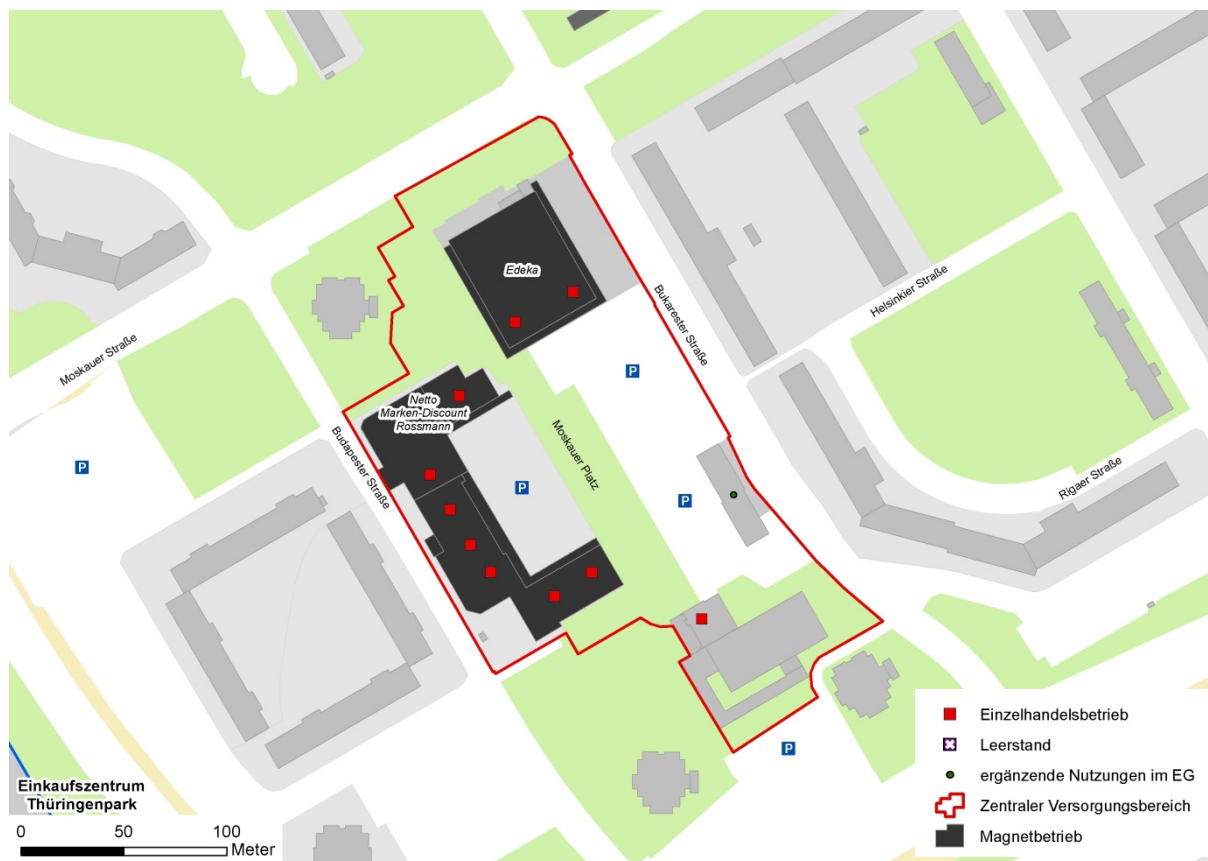
⁵⁰ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.3.7 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Melchendorfer Markt (04)

Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 4.600 m² (ca. 1,1% an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Melchendorf: 2.600 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,25 m² / Einwohner
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Der Melchendorfer Markt stellt ein attraktives und modernes Nahversorgungszentrum dar. ■ strukturprägende Lebensmittelanbieter sind ein Supermarkt sowie ein Lebensmitteldiscounter ■ Sortimentsschwerpunkte: Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung, Gesundheit- und Körperpflegeartikel ■ ergänzende Nutzungen (wie z.B. Dienstleistungen in den Obergeschossen des mehrgeschossigen Bauwerks)
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ gute fußläufige Erreichbarkeit ■ Stellplätze: straßenbegleitend bzw. Parkplatz dem Zentrum zugeordnet ■ Anbindung an das Netz des öffentlichen Nahverkehr gegeben
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ kompakte Struktur innerhalb des Wohngebietszentrums ■ junges, modernes Nahversorgungszentrum
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnsiedlungsbereich
Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen	<p>Dieses Nahversorgungszentrum stellt einen zukunftsfähigen Baustein zur Versorgung des Ortsteils dar. Die Sicherung dieses Standortes unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowie insbesondere der grundversorgungsrelevanten Struktur, im Rahmen des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches, wird empfohlen.</p>

6.3.8 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Moskauer Platz, Wohngebietszentrum (05)

Karte 15: Zentraler Versorgungsbereich Moskauer Platz



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁵¹ Moskauer Platz ■ Großwohnsiedlung ■ nördliches Stadtgebiet, östlich des Thüringenparks ■ nördlich des Ortsteils Berliner Platz
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 4 km nordwestlich der Altstadt ■ unmittelbare Nähe des Thüringenparks ■ ca. 700 m bis zum zentralen Versorgungsbereich Berliner Platz und ca. 1,2 km bis zum zentralen Versorgungsbereich Rieth
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Moskauer Platz: 7.717 Einwohner (31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 5.800 m² (ca. 1,3 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)

⁵¹ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.3.8 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Moskauer Platz, Wohngebietszentrum (05)

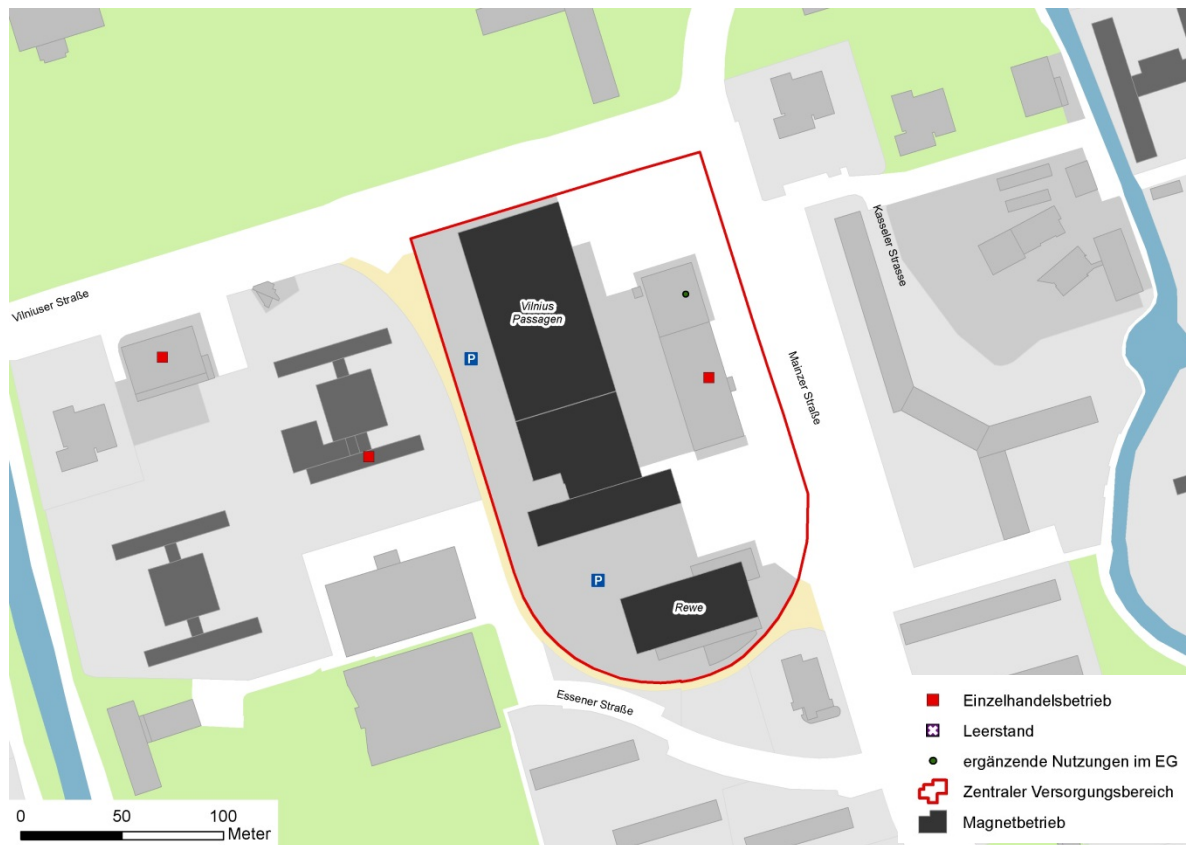
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Moskauer Platz: 3.300 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,42 m² / Einwohner
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittelvollsortimenter prägt das Wohngebietszentrum ■ geringer Anteil an ergänzenden Nutzungen (Ärztelhaus, Wochenmarkt) ■ Sortimentsschwerpunkt: Lebensmittel
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ gute fußläufige Erreichbarkeit ■ Stellplätze: straßenbegleitend bzw. Parkplatz dem Lebensmittelmarkt zugeordnet ■ Anbindung an das Netz des öffentlichen Nahverkehr gegeben
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ kompakte Struktur innerhalb des Wohngebietszentrums ■ jüngst errichtete Einzelhandelsbetriebe ■ funktional Gestaltung mit weitläufigem Sammelparkplatz
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nahversorgungsfunktion für den umliegenden Wohnsiedlungsbereich

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

Der zentrale Versorgungsbereich Moskauer Platz umfasst moderne Einzelhandelbetriebe. Mit dem vorgelagerten Sammelparkplatz besitzt er einen eher funktionalen Charakter für den Versorgungseinkauf. Ziel sollte es das Nahversorgungszentrum unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandelskonzeptes in seiner Funktion zu stärken. Zusätzliche Einzelhandelsansiedlungen, insbesondere von Lebensmittelmärkten bzw. die Erweiterung nahversorgungsrelevanter Angebote an Sonderstandorten im Umfeld sollten ausgeschlossen werden.

6.3.9 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Rieth (06)

Karte 16: Zentraler Versorgungsbereich Rieth



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁵² Rieth ■ Großwohnsiedlung ■ im nördlichen Stadtgebiet, südlich von Gispersleben und Roter Berg bzw. nördlich von Andreasvorstadt
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 3,1 km nördlich der Altstadt ■ ca. 800 m bis zum zentralen Versorgungsbereich Berliner Platz
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rieth: 5.950 Einwohner (31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 4.500 m² (ca. 1,0 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Rieth: 3.000 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,52 m²/ Einwohner

⁵² Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet

6.3.9 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Rieth (06)

Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einkaufszentrum Vilnius-Passage, zweigeschossige Einkaufsmall, Nutzfläche 9.400 m² ■ ergänzende Nutzungen (u. a. Dienstleistungen, Gastronomie, Wochenmarkt) ■ Sortimentsschwerpunkte: Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ fußläufig erreichbar für Bewohner des Ortsteil ■ gute Erreichbarkeit auch für Kfz-Verkehr über Vilniusstraße ■ Parkhaus dem Einkaufszentrum Vilnius-Passage zugeordnet ■ gute Anbindung an des Netz des öffentlichen Personennahverkehrs (insbesondere Stadtbahn)
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einkaufszentrum integriert in Wohnsiedlungsbereich der Großwohnsiedlung ■ Einkaufszentrum bildet einen kompakten Baustein innerhalb des Nahversorgungszentrums
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ bezogen auf den Ortsteil Rieth und z. T. darüber hinaus auf die angrenzenden Ortsteile

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

Dieses Nahversorgungszentrum stellt mit seinem prägenden Baustein Vilniuspassage und dem ergänzenden Lebensmittelmarkt einen wesentlichen Baustein zur Versorgung des Ortsteils dar. Die Sicherung dieses Standortes unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowie insbesondere der grundversorgungsrelevanten Struktur, im Rahmen des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiches, wird empfohlen. Nahversorgungsrelevante und zentrenrelevante Einzelhandelsentwicklungen im Umfeld des zentralen Versorgungsbereiches sollten ausgeschlossen werden.

Die Vilnius-Passagen sind bereits in die Jahre kommen, teilweise sind Leerstände zu verzeichnen. Zur qualitativen Aufwertung wird eine Revitalisierung empfohlen.

6.3.10 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Roter Berg, Wohngebietszentrum (07)

Karte 17: Zentraler Versorgungsbereich Roter Berg



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK (Legende siehe Anhang)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁵³ Roter Berg ■ Großwohnsiedlung ■ im nördlichen Stadtgebiet, abgegrenzt vom übrigen Siedlungsgefüge
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 6 km nördlich der Altstadt ■ ca. 2,5 m bis zum zentralen Versorgungsbereich Rieth
Einwohner im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Roter Berg: 5.922 Einwohner (31.12.2016)
Verkaufsfläche im zentralen Versorgungsbereich	<ul style="list-style-type: none"> ■ ca. 3.600 m² (ca. 0,8 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Verkausflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel im Ortsteil	<ul style="list-style-type: none"> ■ Roter Berg: 2.000 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. 0,34 m² / Einwohner

⁵³ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet

6.3.10 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Roter Berg, Wohngebietszentrum (07)

Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einkaufszentrum ■ ergänzende Nutzungen (u. a. Dienstleistungen, Gastronomie, Büros und Praxen, Wochenmarkt) ■ Sortimentsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel
Verkehrliche Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ fußläufig erreichbar für Bewohner des Ortsteils ■ Parkhaus dem Einkaufszentrum zugeordnet ■ gute Anbindung an des Netz des öffentlichen Personennahverkehrs
Städtebauliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ■ Einkaufszentrum integriert in Wohnsiedlungsbereich der Großwohnsiedlung
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ bezogen auf den Ortsteil Roter Berg

Entwicklungsziele / Handlungsempfehlungen

Das Nahversorgungszentrum Roter Berg ist in Form eines Einkaufszentrums organisiert. Zum Zeitpunkt der Erhebung besteht eine ausgesprochen hoher Leerstand (rund 2.210 m², rund 40 %), welcher Handlungsbedarf signalisiert. Zum künftigen Erhalt und zur Stärkung der Versorgungsfunktion des zentralen Versorgungsbereiches bedarf es einer Revitalisierung des Centers.

Vor dem Hintergrund der wohnungsnahen Grundversorgung in der Großwohnsiedlung Roter Berg ist das Wohngebietszentrum mit seiner auf die Nahversorgung ausgerichteten Versorgungsfunktion zu sichern und zu stärken. Damit sind künftige einzelhandelsrelevante Entwicklungen (im Sinne der Nahversorgung) unter Berücksichtigung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes auf den zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

6.4 Sonderstandorte

Bei Sonderstandorten handelt es sich um Standorte des großflächigen Einzelhandels (i. S. v. § 11 (3) BauNVO). Diese erfüllen nicht die funktionalen und städtebaulichen Kriterien von zentralen Versorgungsbereichen. In Abgrenzung zu zentralen Versorgungsbereichen weisen Sonderstandorte kein sich ergänzendes und / oder konkurrierendes Warenangebot mehrerer Einzelhandelsbetriebe auf und bzw. oder besitzen aufgrund ihrer (dezentralen) autokundenorientierten Lage keine Nahversorgungsfunktion. In Erfurt lassen sich vor dem Hintergrund einer arbeitsteiligen Standort- und Zentrenstruktur sowie aufgrund der Größe sowie des Einzelhandelsangebotes bzw. der Versorgungsfunktion spezifische Typen unterscheiden. Die Merkmale der Standorttypen sowie deren Standortprofile werden nachfolgenden dargestellt.

Dabei handelt es sich zum einen um Sonderstandorte mit solitären großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten mit einer Verkaufsfläche bis zu 5.000 m². Dazu zählen z. B. Poco, Am Rosenberg; Baumschule / Rosenschule Kühl, Kühnhauser Chaussee; Zimmermann grün erleben, Leipziger Straße und Multipolster, Salinenstraße.

Zum anderen handelt es sich bei Sonderstandorten mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche um Einzelstandorte wie auch Einzelhandelsagglomerationen. Bei den Fachmarktstandorten mit mehr als 5.000 m² Verkaufsfläche lassen sich in Erfurt Standorte mit Schwerpunkten in den nahversorgungsrelevanten bzw. in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten und mit Schwerpunkten in den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten unterscheiden.

Einzelhandelsagglomerationen zeichnen sich dadurch aus, dass sie

- „als Agglomeration aus Kunden- und Anbietersicht attraktive Angebotskoppelungen bieten (z.B. Möbel- und Baumarktsortimente) bzw. charakteristische Gestalt in der Einzelhandelsstruktur,
- aufgrund der Standortgröße und Lagevorteile erwarten lassen, dass sich solche Angebotskoppelungen grundsätzlich ansiedeln lassen,
- aufgrund der Verkaufsflächenvolumina eine räumlich weitreichende, regelmäßig überörtliche Versorgungsbedeutung haben bzw. erwarten lassen,
- einen gewissen Umfang zentrenrelevanter Randsortimente anbieten und von ihnen daher Beeinträchtigungen der zentralen Versorgungsbereiche ausgelöst werden können,
- und dass sie nicht zuletzt auch relevante Auswirkungen auf den Verkehr und das Stadtbild sowie weitere gesamtstädtische Aspekte nach sich ziehen können“.

Standorte des großflächigen Einzelhandels mit einem Angebotsschwerpunkt in den nicht zentrenrelevanten Sortimenten, dazu zählen folgende Standorte:

- An der Lache (u.a. Toom, TTM, Fressnapf) **(A)**
- Apoldaer Straße (Hammer, Preis Rebell) **(B)**
- Augsburgsberger Straße (Obi) **(C)**
- August-Röbling-Straße (Roller) **(D)**
- Eisenacher Straße (IKEA) **(E)**
- Holzlandstraße (Obi) **(F)**
- Im großen Felde (Sconto, Höffner) **(G)**
- Weimarsche Straße (u.a. Tedox, Multipolster) **(H)**

Einkaufszentren, Standorte des großflächigen Einzelhandels oder Standortgemeinschaften mit großflächigen Magnetbetrieben mit überwiegend nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (Anteil des Warenangebotes in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel > 50 % der Gesamtverkaufsfläche am Standort).

Für diese Standorte ist das Vorhandensein eines großflächigen Verbrauchermarktes oder eines SB-Warenhauses als Magnetbetrieb kennzeichnend. Diese übernehmen damit an konzentrierten, häufig verkehrsgünstig gelegenen Standorten zu einem wesentlichen Teil eine Grundversorgungsfunktion (Nahrungs- und Genussmittel) für die dörflichen Ortsteile, in denen die Mantelbevölkerung zur Ansiedlung strukturprägender Betriebe häufig nicht ausreicht. Sie treten aber auch in eine Wettbewerbssituation mit den Angeboten in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen bzw. zentralen Versorgungsbereichen. Auf die Sonderstandorte entfällt mit rund 26.600 m² Verkaufsfläche in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel rund ein Drittel der gesamtstädtischen Verkaufsfläche in dieser Warengruppe. Das verdeutlicht die prägende Bedeutung dieser Standorte innerhalb der Erfurter Zentren- und Standortstruktur.

Zu dieser Standortkategorie zählen:

- Erfurter Straße, Globus I (I)
- Kranichfelder Straße, Kaufland II (J)
- Leipziger Straße, EKZ, Kaufland I (K)
- Weimarische Straße, Globus II (L)

Aufgrund seiner städtebaulich integrierten Lage und sehr guten fußläufigen Erreichbarkeit nimmt der Sonderstandort Kranichfelder Straße (Kaufland II) eine Nahversorgungsfunktion im Ortsteil Herrenberg und damit eine Sonderrolle im Rahmen dieser Kategorie der Sonderstandorte ein.

Auch der Standort Gothaer Straße (M) zeichnet sich durch ein SB-Warenhaus (Real) und die Lage im dörflichen Siedlungsbereich aus. Dabei nimmt allerdings ein nicht zentrenrelevantes Angebot (Moltipolster, B1 Discount-Baumarkt) an diesem Standort rund die Hälfte der Gesamtverkaufsfläche am Standort ein, so dass dieser Standort nur bedingt diesem Typus zuzuordnen ist.

Einkaufszentren mit überwiegend sonstigem zentrenrelevanten Kernsortiment. Dazu zählen folgende Standorte:

- Thüringenpark (N)
- T.E.C. (O)

Diese Standorte sollen grundsätzlich auch zukünftig als funktionale Ergänzungsstandorte für großflächigen Einzelhandel dienen. Die Sonderstandorte zeichnen sich durch eine regionale Ausstrahlung aus. Sie haben sich als ergänzende Bausteine in der Erfurter Einzelhandelslandschaft etabliert und sollen im Bestand erhalten werden. Die Einkaufszentren konkurrieren mit kostenlosen Stellplätzen, professionellem Centermanagement, abgestimmter Sortimentsstruktur und gemeinsamer Werbung mit den Angeboten in den zentralen Versorgungsbereichen. Magnetbetriebe können durch flexible Baustrukturen gesamtwirtschaftliche Kalkulation mit günstigen Mieten gebunden werden. Die bestehenden Verkaufsflächengrößen sichern einen nachhaltigen Erhalt der Einkaufszentren.

Der Bestandschutz wird nicht berührt. Die bestehende planungsrechtliche Zulässigkeit in Bebauungsplänen ist ggf. unter Würdigung des Vertrauens auf den Fortbestand von Festsetzungen an geänderte planungsrechtliche Anforderungen anzupassen und zu präzisieren.

Aufgrund der hohen bestehenden Angebotsausstattungen und der daraus resultierenden innerkommunalen Konkurrenzsituation sind Erweiterungen der planungsrechtlich festgesetzten oder bestandgeschützten Verkaufsflächenobergrenzen zentrenrelevanter Sortimente auszuschließen. Umstrukturierungen sind nach Grundsatz 8 (Bestandsschutz, Erweiterungen und Nutzungsänderun-

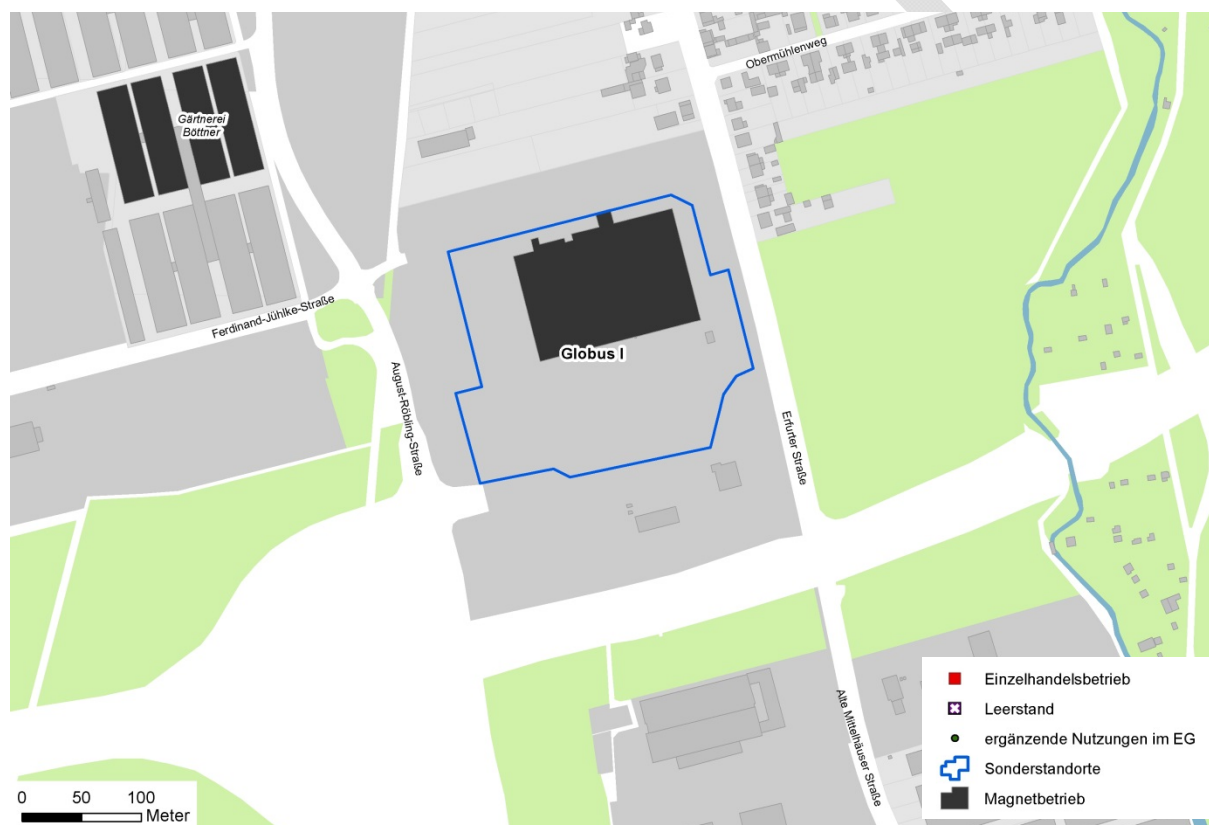
gen) mit Blick auf die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere der Altstadt, gutachterlich auf ihre Wirkung zu prüfen.

Entwurf

6.4.1 Standortprofil: Sonderstandort Globus I

Lage	<ul style="list-style-type: none"> Ortsteil⁵⁴ Mittelhausen an der August-Röbling-Straße gelegen
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<ul style="list-style-type: none"> (gerundet) 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche (ca. 1,8 % der Verkaufsfläche in der Gesamtstadt) 9 Einzelhandelsanbieter Sortimentsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel zentrenrelevantes (insbesondere nahversorgungsrelevantes) und nicht-zentrenrelevantes Warenangebot großflächige Anbieter: Globus (rd. 7.500 m² Verkaufsfläche)

Karte 18: Globus I



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

Funktionale Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> Versorgung der nördlichen dörflichen Gebiete Erfurts sowie teilweise darüber hinaus
Perspektive	<ul style="list-style-type: none"> Entwicklungen sollen im Sinne der Ziele und unter besonderer Berücksichtigung des Grundsatzes 8 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgen.

⁵⁴ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.4.2 Standortprofil: Sonderstandort Kranichfelder Straße (Kaufland II)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁵⁵ Herrenberg ■ an der Kranichfelder Straße gelegen
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<ul style="list-style-type: none"> ■ (gerundet) 5.000 m² Gesamtverkaufsfläche (ca. 1,2 % der Verkaufsfläche in der Gesamtstadt)

Karte 19: Kranichfelder Straße (Kaufland II)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

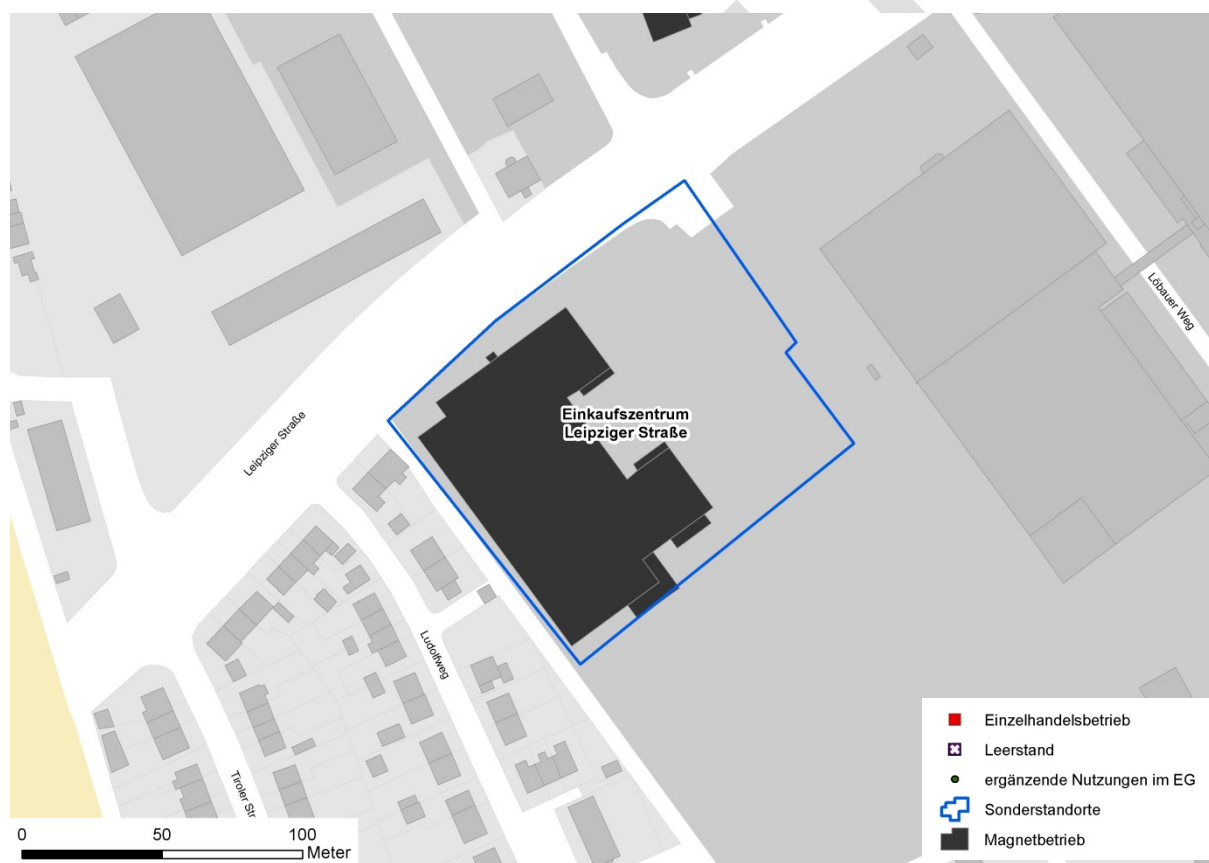
Funktionale Einordnung	<ul style="list-style-type: none"> ■ Sonderstandort ist gut integriert in den Wohnsiedlungsbereich des Ortsteils und besitzt daher eine Nahversorgungsfunktion im Ortsteil Herrenberg. Er entwickelt teilweise eine Versorgungsbedeutung für angrenzende, insbesondere dörfliche Stadtteile (südöstliches Stadtgebiet).
Perspektive	<ul style="list-style-type: none"> ■ Entwicklungen sollen im Sinne der Ziele und unter besonderer Berücksichtigung des Grundsatzes 8 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgen.

⁵⁵ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.4.3 Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum Leipziger Straße (Kaufland I)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> Ortsteil⁵⁶ Krämpfervorstadt an der Leipziger Straße gelegen
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<ul style="list-style-type: none"> (gerundet) 4.000 m² Gesamtverkaufsfläche (ca. 0,9 % der Verkaufsfläche in der Gesamtstadt) 9 Einzelhandelsanbieter Sortimentschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel, Schuhe, Bekleidung zentrenrelevantes (mit nahversorgungsrelevantem) und nicht-zentrenrelevantes Warenangebot großflächige Anbieter: Kaufland (rd. 3.200 m² Verkaufsfläche)

Karte 20: Leipziger Straße, Kaufland I



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

⁵⁶ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.4.3 Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum Leipziger Straße (Kaufland I)

Funktionale Einordnung	<ul style="list-style-type: none">■ Der Standort besitzt eine teilweise Nahversorgungsfunktion für die Krämpfervorstadt und übernimmt aufgrund der autokundenorientierten Lage auch eine darüber hinausreichende Versorgungsfunktion für angrenzende und dörfliche Ortsteile (in östlichen Stadtgebiet).
Perspektive	<ul style="list-style-type: none">■ Entwicklungen sollen im Sinne der Ziele und unter besonderer Berücksichtigung des Grundsatzes 8 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgen.

6.4.4 Standortprofil: Sonderstandort Globus II

Lage	<ul style="list-style-type: none"> Ortsteil⁵⁷ Linderbach an der Weimarischen Straße gelegen
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<ul style="list-style-type: none"> (gerundet) 6.700 m² Gesamtverkaufsfläche (ca. 1,5 % der Verkaufsfläche im Ortsteil / Gesamtstadt) 8 Einzelhandelsanbieter Sortimentschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel zentrenrelevantes (insbesondere nahversorgungsrelevantes) und nicht-zentrenrelevantes Warenangebot großflächige Anbieter: Globus (rd. 6.500 m² Verkaufsfläche) großflächiger Leerstand rund 7.500 m² Verkaufsfläche (ehemaliger Baumarkt)

Karte 21: Globus II



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

⁵⁷ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.4.4 Standortprofil: Sonderstandort Globus II

Funktionale Einordnung	<ul style="list-style-type: none">■ Grundversorgungsfunktion für die dörflichen Gebiete im östlichen Stadtgebiet
Perspektive	<ul style="list-style-type: none">■ Entwicklungen sollen im Sinne der Ziele und unter besonderer Berücksichtigung des Grundsatzes 8 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgen.■ Belegung des Leerstandes mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (im gesamtstädtischen Zusammenhang und vor dem Hintergrund der Entwicklungspotenziale, beispielsweise im Bereich Baumarktsortimente betrachten). Alternativ auch andere gewerbliche Nutzungen prüfen.

6.4.5 Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum Gothaer Straße

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁵⁸ Schmira ■ südwestlicher Stadtrand ■ an der Gothaer Straße (B 7) gelegen
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<ul style="list-style-type: none"> ■ (gerundet) 14.200 m² Gesamtverkaufsfläche (ca. 3,3 % der Verkaufsfläche in der Gesamtstadt) ■ 9 Einzelhandelsanbieter ■ Sortimentsschwerpunkt: Baumarktsortiment, Nahrungs- und Genussmittel, Möbel ■ zentrenrelevantes (mit nahversorgungsrelevantem) und nicht-zentrenrelevantes Warenangebot ■ großflächige Anbieter: Real, B1 Discount Baumarkt, Multipolster

⁵⁸ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.4.5 Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum Gothaer Straße

Karte 22: Gothaer Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

Funktionale Einordnung

- Einzugsgebiet umfasst vor allem die westlichen Ortsteile Erfurts

Perspektive

- Entwicklungen sollen im Sinne der Ziele und unter besonderer Berücksichtigung des Grundsatzes 8 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgen.
- Sicherung und Stärkung des nicht-zentrenrelevanten Angebotsbausteins.

6.4.6 Standortprofil: Sonderstandort Thüringenpark

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁵⁹ Gispersleben ■ an der Nordhäuser Straße gelegen
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<ul style="list-style-type: none"> ■ (gerundet) 23.500 m² Gesamtverkaufsfläche (ca. 5,5 % der Verkaufsfläche in der Gesamtstadt) ■ 84 Einzelhandelsanbieter ■ Sortimentsschwerpunkt: Bekleidung und Wäsche, Nahrungs- und Genussmittel, Unterhaltungselektronik ■ zentrenrelevantes (mit nahversorgungsrelevantem) und nicht-zentrenrelevantes Warenangebot ■ großflächige Anbieter: C&A (rd. 1.400 m² Verkaufsfläche), Media Markt (rd. 2.700 m² Verkaufsfläche), Kaufland (rd. 4.000 m² Verkaufsfläche), H&M (rd. 1.400 m² Verkaufsfläche)

Karte 23: Thüringenpark



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

⁵⁹ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

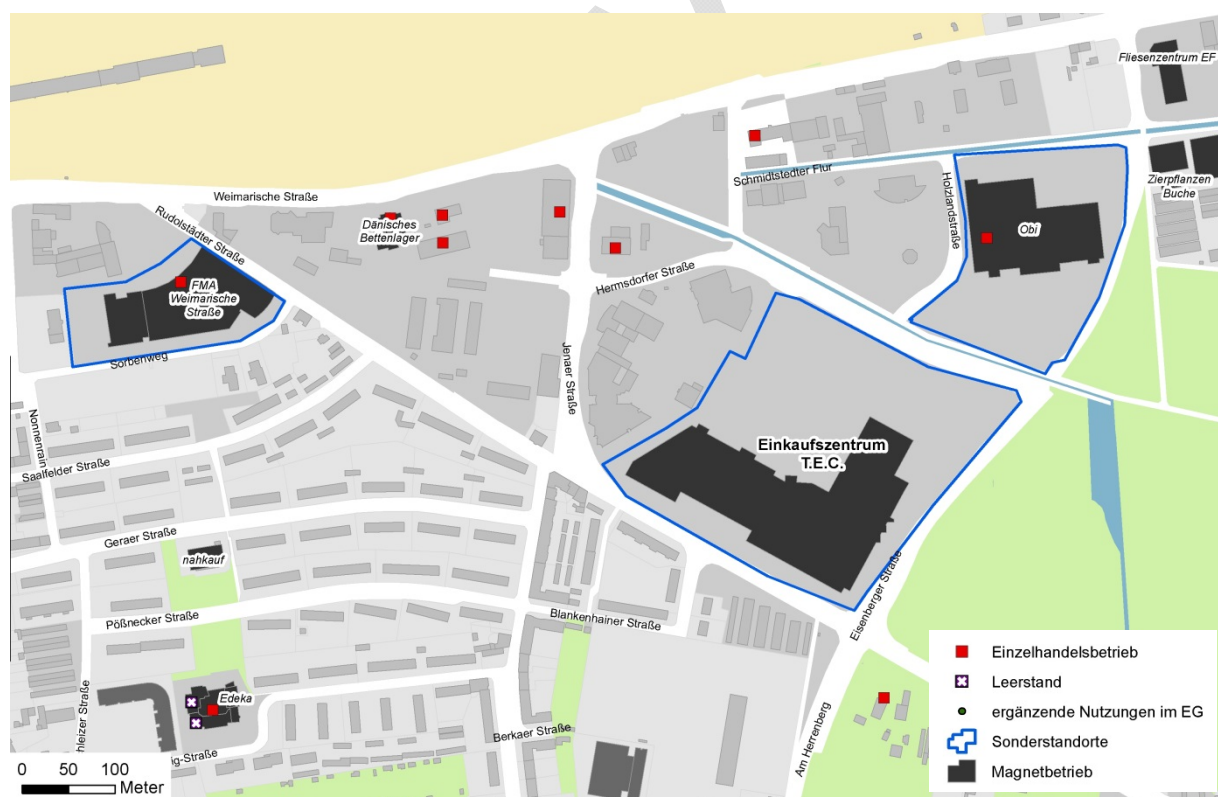
6.4.6 Standortprofil: Sonderstandort Thüringenpark

Funktionale Einordnung	<ul style="list-style-type: none">■ neben dem Standort Innenstadt ist der Thüringenpark ein bedeutender Einzelhandelsstandort Erfurts■ besitzt regionale Ausstrahlungskraft■ steht mit seinem zentrenrelevanten Angebot in direktem Wettbewerb zur Innenstadt■ teilweise Nahversorgungsfunktion für benachbarte Wohngebiete
Perspektive	<ul style="list-style-type: none">■ Entwicklungen sollen im Sinne der Ziele und unter besonderer Berücksichtigung des Grundsatzes 8 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgen.

6.4.7 Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum T.E.C.

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Ortsteil⁶⁰ Daberstedt ■ an der Rudolstädter Straße gelegen ■ in unmittelbarer Nachbarschaft der Fachmarktstandorte Weimarische Straße und Obi
Eckdaten Einzelhandelsangebot	<ul style="list-style-type: none"> ■ in Umstrukturierung, derzeit 15.000 m² genutzte Gesamtverkaufsfläche (gerundet); geplant: ca. 21.500 m², davon 16.670 m² zentrenrelevante Sortimente; (ca. 3,5 % der Verkaufsfläche in der Gesamtstadt) ■ 33 Einzelhandelsanbieter ■ Sortimentsschwerpunkt: Nahrungs- und Genussmittel, Unterhaltungselektronik, Bekleidung ■ zentrenrelevantes (mit nahversorgungsrelevantem) und nicht-zentrenrelevantes Warenangebot ■ großflächige Anbieter: Media Markt, Real, Aldi ■ als Folgenutzung des Leerstand mit rund 7.000 m² Verkaufsfläche ist die Ansiedlung eines Sportfachmarktes (Decathlon) geplant

Karte 24: T.E.C.



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der DGK

⁶⁰ Ortsteile nach ThürKO, die städtisch geprägt sind, werden im folgenden Text zum besseren Verständnis mit dem geläufigen Begriff "Stadtteile" bezeichnet.

6.4.7 Standortprofil: Sonderstandort Einkaufszentrum T.E.C.

Funktionale Einordnung	<ul style="list-style-type: none">■ neben Innenstadt und Thüringenpark ein wesentlicher dezentraler Einkaufsstandort■ regionale Ausstrahlung
Perspektive	<ul style="list-style-type: none">■ Entwicklungen sollen im Sinne der Ziele und unter besonderer Berücksichtigung des Grundsatzes 8 des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgen.

6.5 Nah- und Grundversorgungsstandorte

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Erfurter Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Landeshauptstadt Erfurt und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb Erfurts nicht ausschließlich über die zentralen Versorgungsbereiche sichergestellt werden kann, decken die städtebaulich integriert gelegenen Nahversorgungsstandorte räumliche Versorgungslücken ab. Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die in Erfurt nicht allein durch die Innenstadt sowie vor allem das Neben- und die Nahversorgungszentren geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige zentrale Versorgungsbereiche und **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Erfurts – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandortes bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

In Erfurt zählen zu den Nahversorgungsstandorten auch jene Bereiche die gemäß der Überprüfung der Nahversorgungszentren gemäß Einzelhandelskonzept nicht mehr die Kriterien eines Nahversorgungszentrums erfüllen (vgl. Tabelle 16). Folgende Angebotsstandorte (> 300 m² Verkaufsfläche) werden als **Nahversorgungsstandorte** definiert:

- Altstadt, Weidengasse (Supermarkt, Edeka)
- Andreasvorstadt, August-Schleicher-Straße, (Lebensmitteldiscounter Norma)
- Andreasvorstadt, Bergstraße, (Supermarkt Nahkauf)
- Andreasvorstadt, Hieronymus-Schröter-Straße, (Supermarkt Edeka)
- Andreasvorstadt, Pestalozzistraße, (Supermarkt Rewe)
- Binderleben, Am Rosenberg, (Lebensmitteldiscounter Norma)
- Binderleben, Orionstraße, (Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount)
- Brühlervorstadt, Gorkistraße, (Supermarkt Tegut)
- Brühlervorstadt, Binderslebener Landstraße, (Supermarkt Edeka)
- Daberstedt, Geraer Straße, (Supermarkt Nahkauf)

- Daberstedt, Hans-Grundig-Straße, (Supermarkt Edeka)
- Daberstedt, Robert-Schumann-Straße, (Supermarkt Nahkauf)
- Gispersleben, Scheidemantelweg, (Lebensmitteldiscounter Aldi)
- Hochheim, Bischleber Straße, (Supermarkt Edeka)
- Ilversgehofen, Wermutmühlenweg, (Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount)
- Johannesvorstadt, Eisleber Straße, (Lebensmitteldiscounter Lidl)
- Johannesvorstadt, Eugen-Richter-Straße, (Lebensmitteldiscounter Lidl)
- Johannesvorstadt, Friedrich-Engels-Straße, (Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount)
- Johannesvorstadt, Schlachthofstraße, (Lebensmitteldiscounter Aldi)
- Johannesvorstadt, Stauffenbergallee, (Lebensmitteldiscounter Norma)
- Johannesvorstadt, Stauffenbergallee, (Lebensmitteldiscounter Penny)
- Kerspleben, Zur Weißen Scheune, (Lebensmitteldiscounter Diska)
- Krämpfervorstadt, Ernst-Neufert-Weg, (Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount)
- Krämpfervorstadt, Hallesche Straße, (Lebensmitteldiscounter Norma)
- Krämpfervorstadt, Thälmannstraße, (Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount)
- Krämpfervorstadt, Theo-Neubauer-Straße, (Lebensmitteldiscounter Netto Marken-Discount)
- Marbach, Bergener Straße (Tegut)
- Rieth, Riethstraße, (Lebensmitteldiscounter Penny)
- Wiesenhügel, Färberwaidweg, (Lebensmitteldiscounter Norma)
- Wiesenhügel, In der Lutsche, (Netto Marken-Discount)
- Windischholzhausen, Haarbergstraße, (Netto Marken-Discount)

Entwicklungsempfehlungen für solitäre Nahversorgungsstandorte

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der bestehenden, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** (siehe auch Karte 7), kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Räumlich-strukturelle Angebotsdefizite in der Nahversorgung konnten in Erfurt derzeit jedoch vor allem in den Siedlungsrandbereichen ausgemacht werden. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht

die Eröffnung eines neuen Standortes rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rund 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rund 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen Nahversorgungsstandorten.

- Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende Kriterien erfüllen:
 - nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
 - städtebauliche Integration in Wohnsiedlungsbereiche, d. h.
 - auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m-Wegedistanz),
 - keine Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen (räumliche Versorgungslücken abdecken),
 - eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (Orientierungswert für Nahversorgungsfunktion: max. 40 % Kaufkraftabschöpfung).
- Insbesondere Siedlungsrandbereiche oder dünn besiedelte Ortsteile bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.
- Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Nur wenn genügend Stellplätze vorhanden sind und An- und Abfahrt auch während der Spitzenzeiten weitgehend reibungslos verlaufen, bleibt ein Anbieter attraktiv und kann im Wettbewerb bestehen. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur **Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit** gefunden werden.
- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food / Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf die zentralen Versorgungsbereiche und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf die Zentren oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Landeshauptstadt Erfurt dient der Umsetzung dieses Ziels.

Sonstige Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich nicht integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen – primär für Pkw-orientierte Kundschaft – der ergänzenden Grundversorgung der Erfurter Bevölkerung, die nicht allein durch die zentralen Versorgungsbereiche geleistet werden kann. Da diese Standorte aber aufgrund ihrer Lage keinen Beitrag zur ergänzenden fußläufigen Nahversorgung leisten, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

Vor dem Hintergrund der bestehenden Angebotssituation und der somit insgesamt begrenzten quantitativen Entwicklungsspielräume in Erfurt ergeben sich im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung nur für bestimmte Standorte im Stadtgebiet Entwicklungsperspektiven. An diesen Standorten soll der vorhandene Einzelhandel gesichert und seine Entwicklung – abhängig von der zukünftigen Rolle des Standorts im Rahmen des definierten räumlichen Standortmodells – gefördert oder auch restriktiv behandelt wird. Im Umkehrschluss gelten als Tabubereiche vom Prinzip her all diejenigen Standorte, die nicht im Rahmen der perspektivischen Standortstruktur bzw. Steuerungsgrundsätze angesprochen werden. Im Sinne einer geordneten Stadtentwicklung werden hier insbesondere Flächen ausgeschlossen, an denen eine einzelhandelsrelevante Ansiedlung den formulierten Entwicklungszielen kontraproduktiv entgegenstehen würde.

6.6 Fortschreibung der Erfurter Sortimentsliste

Gemeinsam mit den Abgrenzungen der zentralen Versorgungsbereiche und der sonstigen Entwicklungsbereiche sowie den hierfür zu formulierenden Empfehlungen stellt die „Erfurter Sortimentsliste“ ein wichtiges Steuerungsinstrumentarium für die Einzelhandelsentwicklung in der Landeshauptstadt Erfurt dar. Insbesondere im Hinblick auf die Umsetzung der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes in der Bauleitplanung ist die Differenzierung zwischen nahversorgungs- und zentrenrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimenten von Relevanz.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) im Vordergrund der Betrachtungen.

In der Bauleitplanung ist die Sortimentsliste für

- Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel und
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 2-9 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bau- und Planungsrechts kann mit Hilfe der Sortimentslisten beispielsweise in Misch- und Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge erhalten, entwickelt und gestärkt werden. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (≤ 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten von entscheidender Bedeutung sein. Dies gilt insbesondere im Zu-

sammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren oft bewusst knapp unterhalb der Grenze zur Großflächigkeit, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Bei der Steuerung des Einzelhandels ist immer auf eine gemeindespezifische Sortimentsliste abzustellen, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen aber auch zu den Entwicklungsperspektiven einer Kommune besitzt. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente, wie beispielsweise in Einzelhandelserslassen der Länder oder auch der Verweis auf andere Listen (z. B. Kölner Liste) im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung, reicht nicht aus und ist rechtsfehlerhaft.

Sortimentslisten stellen einen wichtigen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzeptes dar, wobei eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und - zur Vermeidung späterer Auseinandersetzungen - auch nicht-zentrenrelevanten Sortimenten empfohlen wird. Aus Gründen der Rechtssystematik werden in der Sortimentsliste nahversorgungs- und zentrenrelevante Sortimente festgesetzt, die Darstellung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente ist somit als nicht abschließend bzw. nur beispielhaft aufzufassen.

Begriffsdefinitionen

Da es in der Planungspraxis neben der Diskussion über den eigentlichen Sinn und Nutzen von Sortimentslisten durchaus auch unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem zentrenrelevante und nicht-zentrenrelevante Sortimente zu unterscheiden sind.

Kriterium	Merkmale	
	Zentrenrelevanter Sortimente	Nicht-zentrenrelevanter Sortimente
Städtebauliche und Einzelhandelsstruktur	notwendig für ein attraktives, vielfältiges Angebot an unterschiedlichen Warengruppen hoher Anteil der Verkaufsfläche in den zentralen Versorgungsbereichen (insbesondere Haupt- und Nebenzentren)	nicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche Lage vornehmlich außerhalb von Zentren, städtebaulich integriert und nicht integriert
Besucherfrequenz	erzeugen und benötigen hohe Besucherfrequenzen, insbesondere auch im Zusammenhang mit der Kopplung von Aktivitäten	erzeugen eigene Besucherfrequenz
Integrationsfähigkeit	vergleichsweise geringer Flächenanspruch	sehr hoher Flächenanspruch (z. B. Möbel) autokundenorientiert
Einzelhandelszentralität	hohe Ausstrahlungskraft, teilweise auch Seltenheit	i. d. R. hohe kommunale und z. T. auch regionale Ausstrahlungskraft
Kopplungsaffinität	werden im Zusammenhang mit anderen Nutzungen im Zentrum aufgesucht (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistungen etc.)	werden i. d. R. gezielt angefahren, geringe bis keine Kopplungen mit anderen Aktivitäten
Transportfähigkeit	„Handtaschensortimente“, können leicht transportiert werden, d. h. es ist nicht regelmäßig ein privates Kfz erforderlich	können auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit nur eingeschränkt transportiert werden, i. d. R. Kfz notwendig

- Zentrenrelevante Warengruppen sind in der Regel für ein attraktives und vielfältiges Einzelhandelsangebot notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die Erzeugung hoher Besucherfrequenzen und eine große Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Handelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf (Kopplungsaffinität), haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch (Integrationsfähigkeit) und lassen sich häufig als so genannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt – auch in der Stadt Erfurt – eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu. Anbieter dieser Sortimente nehmen wichtige Magnetfunktionen für die Standortbereiche und somit die anderen dort ansässigen Betriebe wahr.
- Nahversorgungsrelevante Sortimente dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen typischerweise insbesondere in Neben- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Sie haben dort entsprechend eine wichtige Magnetfunktion und dienen als Frequenzerzeuger. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit Lebensmitteln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingten Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.
- Bei nicht-zentrenrelevanten Sortimenten handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Erfurt – für den Einzelhandel in den städtebaulich-funktionalen Zentren keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche.

Sortimentslisten im regionalen Kontext

Die Landeshauptstadt Erfurt ist Mitglied der interkommunalen Kooperation, die das regionale Einzelhandelskonzept Mittelthüringen (REHK) in Auftrag gegeben hat. Das REHK enthält eine Sortimentsliste, die jedoch keine abschließende Verbindlichkeit für die Mitgliedskommunen für sich in Anspruch nimmt. Im Rahmen der Erarbeitung lokaler Sortimentslisten kommt es besonders auf die Verhältnisse in der betreffenden Mitgliedskommune an. Zwischen der regionalen Sortimentsliste und der hier vorgeschlagenen lokalen Sortimentsliste besteht weitgehend Übereinstimmung.

Fortschreibung der Erfurter Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁶¹ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise bei der Erstellung von Sortimentslisten als sachgerecht dar:

- Im Rahmen der Aufstellung eines gemeindlichen Einzelhandelskonzeptes werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Warensortimente in den zentralen Versorgungsbereichen, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken – auch wenn dieselben Sortimente ggf. an anderen, solitären und städtebaulich nicht integrierten Standorten angeboten werden –, sofern entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres

⁶¹ Vgl. dazu Kuschnerus, U. (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn, Rd.Nr. 530

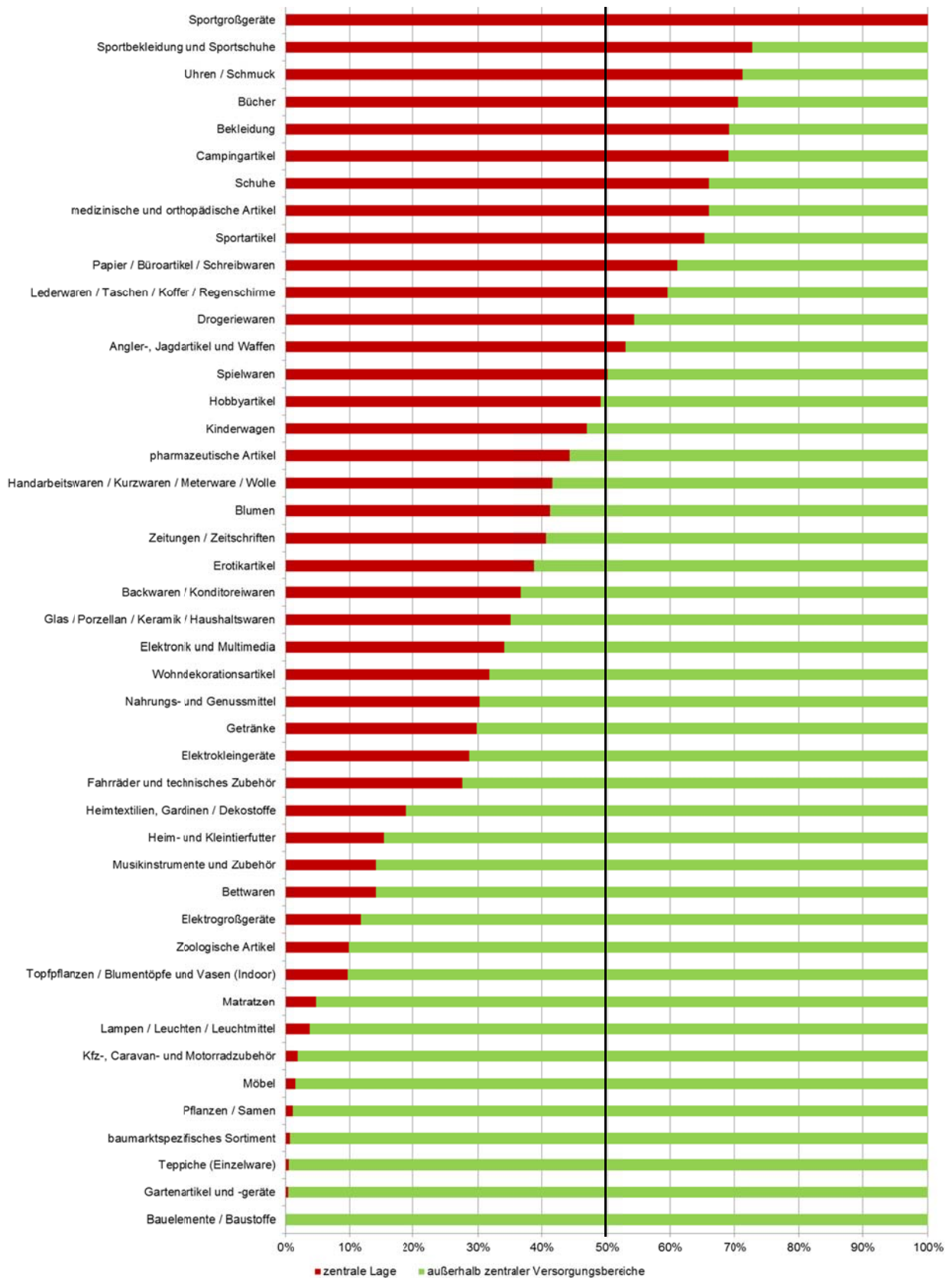
Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen [bzw. im Umkehrschluss darlegen, warum sie außerhalb der Zentren gerade nicht angeboten bzw. entwickelt werden sollen].

- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, auszuschließen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die stadtspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzeptes / Einzelhandelskonzeptes notwendig).
- Eine gemeindespezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert ist.

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Erfurt sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen, erhobenen Sortimente - z. T. zu Warengruppen aggregiert (z. B. umfasst die Warengruppe Gesundheit und Körperpflege Einzelsortimente wie Drogeriewaren, Parfümerie- und Kosmetikartikel, Wasch-, Putz- und Reinigungsmittel sowie Apothekenwaren)⁶²- zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb der abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche in Erfurt aufgeteilt (vgl. Abbildung 19).

⁶² Vgl. dazu auch Tabelle 1, S. 13

Abbildung 19: Verkaufsflächen nach Sortimenten bzw. Warengruppen im Erfurter Stadtgebiet in Anteilen (%) nach Lagen



Quelle: eigene Darstellung

Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Erfurt ergibt sich die im Folgenden dargestellte Erfurter Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Tabelle 17: Erfurter Sortimentsliste

Zentrenrelevante Sortimente	
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
Apothekenwaren Schnittblumen Drogeriewaren Getränke ¹ Nahrungs- und Genussmittel ² Zeitungen / Zeitschriften	
(Sonstige) zentrenrelevante Sortimente	
Anglerartikel Augenoptik Bastel-, und Künstlerartikel Bekleidung Bücher Campingartikel ⁸ Computer und Zubehör Elektrokleingeräte Elektronik und Multimedia ³ Fahrräder und technisches Zubehör Fotoapparate, Digitalkameras und Zubehör Glas / Porzellan / Keramik ⁴ Handarbeitsbedarf / Kurzwaren / Meterware Stoffe / Wolle Haushaltswaren ⁵ Heimtextilien, Dekostoffe, Haus- und Tischwäsche Hörgeräte	Jagdartikel, Waffen und Zubehör Kunstgewerbe, Bilder, Bilderrahmen Lederwaren / Taschen / Koffer / Regenschirme Medizinische und orthopädische Artikel Musikinstrumente und Zubehör Papier, Büroartikel, Schreibwaren Parfümerie- und Kosmetikartikel Sammlerbriefmarken und -münzen Schuhe Spielwaren Sportartikel / -kleingeräte Sportbekleidung Sportschuhe Uhren / Schmuck
Alle anderen Sortimente gelten als nicht-zentrenrelevant: Beispiele für nicht-zentrenrelevante Sortimente	
Bauelemente, Baustoffe ⁶ Baumarktspezifisches Sortiment Bettwaren / Matratzen ⁷ Büromaschinen ¹⁴ Elektrogroßgeräte ¹⁵ Erotikartikel Gartenartikel / -geräte ⁹ Kajaks, Boote und Zubehör Kamine / Kachelöfen / Heizungen Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör ^{10, 11} , Motorradbekleidung	Kfz- und Motorradhandel Kinderwagen Lampen und Leuchten, Leuchtmittel Möbel ¹² Pflanzen / Samen Rollläden / Markisen Reitartikel (ohne Bekleidung und Schuhe) Sportgroßgeräte ¹³ Teppiche (Einzel- und Rollware), Bodenbeläge Zoologische Artikel, Heimtierfutter, Hygienear- tikel für Heim- und Kleintiere, lebende Tiere
Erläuterungen	
1. inkl. Wein / Sekt / Spirituosen	
2. inkl. Kaffee / Tee / Tabakwaren sowie Back- und Fleischwaren	
3. Bild- und Tonträger, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör	
4. Glas / Porzellan / Keramik ohne Pflanzgefäße	

5. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
6. inkl. Holz
7. Bettwaren / Matratzen ohne Bettwäsche; Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
8. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten und Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
9. Gartengeräte / -artikel beinhalten auch Pflanzgefäße (Terrakotta), Gartenhäuser sowie Grillgeräte und -zubehör
10. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
11. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Caravan-Heizungen
12. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel / Polsterauflagen
13. Sportgroßgeräte umfassen u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel
14. z. B. Standkopierer
15. Elektrokleingeräte umfassen Elektrohaushaltsgeräte, z. T. hochwertig ohne Lampen, Leuchten, Leuchtmittel und weiße Ware (Elektrogroßgeräte)

Die Zuordnung der Sortimente als nahversorgungsrelevantes, zentrenrelevantes und nicht-zentrenrelevantes Sortiment wird nicht ausschließlich von der Lage der Verkaufsflächen bzw. Betriebsanteile abgeleitet, sondern berücksichtigt auch städtebauliche Zielvorstellungen der Landeshauptstadt Erfurt. Dabei ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht-zentrenrelevant eingestuft Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche liegt. Daneben haben die meisten, als nahversorgungs- und / oder zentrenrelevant eingestuft Sortimente, ihren Verkaufsflächenschwerpunkt und auch den Schwerpunkt der Betriebsanzahl (nach Kernsortiment) innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche. Im Folgenden werden die aktuellen Einstufungen der Sortimente vor diesem Hintergrund erläutert sowie Abweichungen zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2009 dargelegt.

Es wird darauf hingewiesen, dass bewusst auf Sortimentsbezeichnungen wie Geschenkartikel oder Babyartikel verzichtet wurde, da diesen keine eindeutige Definition zu Grunde liegt, vielmehr sind diese den entsprechenden Einzelsortimenten (z. B. Glas / Porzellan / Keramik, Drogeriewaren, etc.) zuzuordnen.

Erläuterungen zur Einordnung der nahversorgungsrelevanten Sortimente

Im Bestand liegt in den als **nahversorgungsrelevant** eingestuften Warensortimenten, wie z.B. **Nahrungs- und Genussmittel** und **Gesundheits- und Körperpflege**, ein großer Teil der Verkaufsflächen innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel 30 %, Warengruppe Gesundheit- und Körperpflege 54%). Daneben sind diese Sortimente vor allem in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen, aber auch – nicht zuletzt vor dem Hintergrund der Versorgung der dörflichen Ortsteile - zu etwa einem Drittel der Gesamtverkaufsfläche (Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel) an Sonderstandorten angesiedelt. Nahversorgungsrelevante Sortimente besitzen in den zentralen Versorgungsbereichen eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion, auch für andere einzelhandelsrelevante Einrichtungen sowie für sonstige zentrenbedeutsame Nutzungsbausteine und Funktionen. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche kann im Sinne einer wohnungsnahen Grundversorgung im Einzelfall sinnvoll sein. Aus diesem Grund sind diese Sortimente als nahversorgungsrelevant (als Spezialfall der zentrenrelevanten Sortimente) einzustufen.

Erläuterungen zur Einordnung der zentrenrelevanten Sortimente

Die Sortimente der folgenden Warengruppen weisen sowohl bezüglich der Anzahl der Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment als auch im Hinblick auf die Verkaufsflächen einen Schwerpunkt in den Erfurter zentralen Versorgungsbereichen auf.

Bekleidung, Bücher, medizinische / orthopädische Artikel, Papier / Büroartikel / Schreibwaren, Schuhe / Lederwaren, Spielwaren / Hobbyartikel, Sportbekleidung und Schuhe / Sportartikel (inkl. Campingartikel, Jagdartikel, Waffen und Zubehör), Uhren / Schmuck

Aufgrund ihres Anteils in zentralen Lagen prägen die Sortimente dieser Warengruppen in besonderem Maße das Einzelhandelsangebot in den Erfurter Zentren, wobei - entsprechend der Versorgungsfunktion (Hierarchiestufe) der Zentren - jeweils eine unterschiedliche quantitative Ausprägung in den Warengruppen zu verzeichnen ist. In Ihrem Zusammenspiel leisten diese Sortimente einen wichtigen Beitrag zur Belebung und Attraktivität der Zentren. Sie übernehmen damit eine bedeutende Magnetfunktion für die zentralen Versorgungsbereiche in Erfurt und werden daher (mit allen ihren Teilsortimenten) als zentrenrelevante Sortimente in der Erfurter Sortimentsliste eingestuft.

Die Warengruppe Wohneinrichtungsartikel umfasst verschiedene Einzelsortimente, dazu gehören vor allem Bettwaren, Matratzen; Haus- und Heimtextilien, Gardinen; Kunstartikel, Bilder, Rahmen. Das Gros der Verkaufsflächen in diesen Einzelsortimenten liegt außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Bezogen auf die Anzahl der Betriebe mit Kernsortimenten wie Bettwaren oder Wohndekorationsartikel befindet sich allerdings der Schwerpunkt in zentralen Lagen. Bei den Standorten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche handelt es sich auch um Einzelhandelsbetriebe mit entsprechendem Kernsortiment, insbesondere Fachgeschäfte (z.B. Gardinenfachgeschäfte, Raumausstatter), aber mehr noch um Anbieter mit verschiedenen Randsortimenten aus der Warengruppe Wohneinrichtungsartikel. Die größten sortimentspezifischen Flächen werden in den Möbelhäusern IKEA und Höffner sowie in einzelnen Baumärkten vorgehalten. Insgesamt stellen diese Sortimente einen Bestandteil zahlreicher zentraler Versorgungsbereiche dar und leisten einen Beitrag zur Vielfalt des innerstädtischen Angebotes. Sie werden somit auch weiterhin – mit Ausnahme des Sortiments Matratzen in Übereinstimmung mit der Sortimentsliste des REHK Mittelthüringen - als zentrenrelevant eingestuft.

Verkaufsflächen- und auch Betriebsanteile des Sortiments **Fahrräder** nehmen, bezogen auf die Gesamtausstattung, gut ein Viertel innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ein. Die Angebotsstruktur in diesem Sortiment ist in Erfurt überwiegend kleinteilig. Neben drei großflächigen Anbietern (Lucky Bike, Fahrrad Knauf, Rad-Art) weisen vor allem entsprechende Fachgeschäfte Flächen auf, die z.T. deutlich unterhalb von 200 m² liegen. Dabei finden sich Fachgeschäfte sowohl in der Altstadt (Rad-Art) als auch in den übrigen zentralen Versorgungsbereichen (Magdeburger Alle; Daberstaedt, Häßlerstraße).

Marktseitig zeichnet sich ein Trend zu großflächigen Fachmärkten außerhalb zentraler Lagen ab (z.B. Megabike). Derzeit findet in vielen Kommunen eine intensive Diskussion im Zusammenhang mit der Differenzierung des Sortiments Fahrräder von der übergeordneten Warengruppe Sportartikel statt. Sportartikel besitzen unbestritten, insbesondere unter Berücksichtigung von Sportbekleidung und Sportschuhen, eine wichtige Magnetfunktion für innerstädtische Zentren. Fachabteilungen und Spezialgeschäfte einzelner Warengruppen tragen darüber hinaus zur Vielfalt des Angebotes bei. Großflächige Anbieter außerhalb zentraler Lagen – mit vergleichbaren Angeboten – verschärfen in der Regel den Wettbewerb. Vielfach ist aber auch zu beobachten, dass die Entwicklungschancen der Anbieter in den Zentren begrenzt sind und diese nach Standorten außerhalb der Zentren streben, an denen sie ihre Waren zeitgemäß anbieten können. Vor dem Hintergrund der Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere auch der Altstadt sowie unter Berücksichtigung der Festlegungen im REHK Mittelthüringen wird das Sortiment Fahrräder als zentrenrelevant eingeordnet.

Darüber hinaus gibt es aber auch Sortimente, die ihren Verkaufsflächenschwerpunkt und / oder ihren Anteil der Betriebe außerhalb zentraler Lagen haben, die aber dennoch – nicht zuletzt um aus stadtentwicklungsplanerischer Sicht dieser Schieflage entgegenzuwirken – als zentrenrelevant eingestuft werden. Dabei handelt es sich vor allem um die Sortimente der Warengruppe **Elektronik / Multimedia**. Für diese Sortimente ist die Einstufung als zentrenrelevantes Sortiment, in Übereinstimmung mit der Sortimentsliste des REHK Mittelthüringen, trotz eines Verkaufsflächenschwerpunktes außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (wesentliche Schwerpunkte außerhalb der Altstadt: Sonderstandorte Thüringenpark und T.E.C.) beizubehalten. Sie leisten einen wichtigen Beitrag zur Vielfalt des Angebotes in den Zentren. Insbesondere in der Altstadt gehört der großflächige Anbieter Saturn zu den wichtigen Frequenzerzeugern und Magnetbetrieben. Kleine Anbieter tragen in Ihrer Vielfalt und Spezifikation zur Attraktivität des innerstädtischen Angebotes bei.

Erläuterungen zur Einordnung der nicht-zentrenrelevanten Sortimente

Zu den typischen nicht-zentrenrelevanten Sortimenten gehören Möbel sowie Bau- und Gartenmarktsortimente, die üblicherweise und so auch in der Landeshauptstadt Erfurt an dezentralen Standorten in großflächigen Angebotsformen anzutreffen sind. Dies erklärt auch die Dominanz der Verkaufsflächen bzw. Anzahl entsprechender Betriebe außerhalb zentraler Lagen.

Zum Teil aufgrund der örtlichen Situation sowie der Beschaffenheit einzelner Sortimente aber insbesondere auch vor dem Hintergrund städtebaulicher Zielvorstellungen ergeben sich besondere Begründungszusammenhänge für die Einordnung als nicht-zentrenrelevantes Sortiment. Diese werden im Folgenden dargelegt:

Die Verkaufsflächenanteile der zentralen Versorgungsbereiche im Sortiment **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** fällt mit rund 4 % sehr gering aus. Der Trend geht weiterhin dazu, dass Lampen und Leuchten in größeren Fachmärkten, wie Möbelhäusern oder Baumärkten (als Randsortiment) angeboten werden. Im Sortiment **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** besteht in der Landeshauptstadt Erfurt nur noch ein sehr eingeschränktes Facheinzelhandelsangebot. Dieses beschränkt sich auf die Altstadt, wobei es durch seine Spezialisierung eine entsprechende Magnetfunktion entwickelt, vor allem aber auch von den Passantenfrequenzen der übrigen Einzelhandelseinrichtungen profitiert. Vor dem Hintergrund dieser spezifischen Entwicklung sowie dem Schwerpunkt außerhalb von zentralen Lagen wird eine Einstufung von **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** als nicht-zentrenrelevant vorgenommen.

Das Sortiment **Kinderwagen** wird aufgrund seiner Beschaffenheit und geringen Magnetfunktion sowie in Übereinstimmung mit den Festsetzungen im REHK Mittelthüringen als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Elektrogroßgeräte haben den quantitativen Schwerpunkt der Anzahl der Betriebe und der Verkaufsflächen deutlich außerhalb der Zentren. Dabei wird dieses Sortiment überwiegend als Randsortiment größerer Fachmärkte (u.a. Küchenfachmarkt, Möbelmarkt, Elektronikfachmarkt, Baumarkt) an den Sonderstandorten oder an solitären Standorten angeboten. Aufgrund der örtlichen Angebotsverteilung (nach Lagen), der Beschaffenheit des Sortiments (u.a. Transportfähigkeit) und geringen Magnetfunktion wird dieses Sortiment als nicht-zentrenrelevant eingestuft.

Im Sortiment **Erotikartikel**, welches bislang in der Erfurter Sortimentsliste als nicht-zentrenrelevant geführt wurde liegen rund 60 % der Verkaufsfläche außerhalb zentraler Versorgungsbereiche. Vor dem Hintergrund dieser Bestandssituation sowie bestehender städtebaulicher Zielvorstellungen wird auch weiterhin – in Abweichung zur Sortimentsliste des REHK Mittelthüringen eine Einstufung des Sortiments als nicht-zentrenrelevant vorgenommen.

Sportgroßgeräte werden vor dem Hintergrund bestehender städtebaulicher Zielvorstellungen als nicht zentrenrelevant eingestuft, wenngleich der Bestand derzeit einen eindeutigen Schwerpunkt in zentralen Versorgungsbereichen aufweist wird sich dieses Verhältnis aufgrund bestehender Planungen künftig ändern.

6.7 Steuerungsgrundsätze zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Die Steuerungsgrundsätze zur Standortfindung des Einzelhandels und der Zentrenentwicklung präzisieren und ergänzen das Leitbild und die übergeordneten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung in Erfurt. Folgende generelle Aussagen zum Ziel und zur Wirkung der Grundsätze sind voranzustellen:

- Die Grundsätze geben zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben einen gemeinschaftlich getragenen Orientierungsrahmen für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung wieder.

- Für die rechtliche Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation maßgebend.
- Die Grundsätze gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen / Veränderungen und Verlagerungen.
- Bestehende Einzelhandelsbetriebe sind – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt. Sie genießen Bestandsschutz.

Die Grundsätze zur räumlichen Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in Erfurt werden im Folgenden dargestellt. Es werden in Abhängigkeit von der Großflächigkeit verschiedene Fallkonstellationen zur Steuerung des Einzelhandels unterschieden, die unter Berücksichtigung der allgemeinen Zielsetzungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowie der gesetzlichen Rahmenbedingungen im Folgenden aufgezeigt werden:

	Kernsortiment	Größenordnung	Beispiel
Grundsatz 1	nahversorgungsrelevant	kleinflächig, $\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Supermarkt, Lebensmitteldiscounter, Fachgeschäfte (z.B. Obst und Gemüse), Spezialgeschäfte (z.B. Süßwaren), Lebensmittelhandwerksbetriebe (Bäckerei, Metzgerei); Nachbarschaftsladen
		großflächig, $> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	SB-Warenhaus, Verbrauchermarkt, Supermarkt, Lebensmitteldiscounter
Grundsatz 2	zentrenrelevant	kleinflächig, $\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Textildiscounter, Schuhfachmarkt, Musikfachgeschäft
		großflächig, $> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Textilkaufhaus, Schuhfachmarkt, Elektronikfachmarkt, Sportfachmarkt, Fahrradfachmarkt
Grundsatz 3	nicht zentrenrelevant	kleinflächig, $\leq 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Lampen- und Leuchtenfachmarkt, Matratzenfachmarkt
		großflächig, $> 800 \text{ m}^2$ Verkaufsfläche	Möbelhaus, Küchenstudio, Baumarkt, Gartencenter, Zoofachmarkt

Grundsatz 1: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Ziel:

Sicherung und Stärkung einer attraktiven, möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung im Stadtgebiet durch Sicherung und Entwicklung von funktionsfähigen Zentren sowie von Standorten im Sinne einer verbrauchernahen Versorgung der Erfurter Bevölkerung.

1.1 Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (gemäß Erfurter Sortimentsliste) sind in zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum, Nebenzentrum und Nahversorgungszentren) anzusiedeln.

1.2 Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt werden.

1.3 **Ausnahme**

In Kerngebieten, Dorfgebieten, Mischgebieten, Urbanen Gebieten, allen Wohngebieten und im Siedlungszusammenhang von dörflichen Ortsteilen können Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten, ausnahmsweise angesiedelt werden (Nachweis erforderlich), wenn

- sie der Nahversorgung und / oder der Gebietsversorgung dienen und
- negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche (Hauptzentrum, Nebenzentrum und Nahversorgungszentren) ausgeschlossen werden können.

Erläuterung:

Vor dem Hintergrund der formulierten Zielsetzung einer hierarchisch gegliederten Zentrenstruktur sowie dem Ausbau bzw. der Sicherung einer möglichst flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung sollen Standorte für Einzelhandelsbetriebe (sowohl großflächige als auch kleinflächige) mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment zukünftig in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum, Nebenzentrum und Nahversorgungszentren) liegen. Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten dürfen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten angesiedelt werden. Ausnahmen: Tankstellenshops, Kioske (siehe dazu auch Grundsatz 5) und das sogenannte „Handwerkerprivileg“ (siehe dazu auch Grundsatz 7).

Um die Kompatibilität der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche mit ihrer funktionalen Zuordnung (Hauptzentrum, Nebenzentrum und Nahversorgungszentren) zu gewährleisten und das Zentrengefüge innerhalb der Landeshauptstadt Erfurt attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielführend die **Entwicklung großflächiger Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in Abhängigkeit von der Zentrenkategorie zu steuern**. Neuan-siedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotsschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, die wohnortnahe Grund- und Nahversorgung auch zukünftig zu sichern. Zusätzliche Angebote dürfen die wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen. Eine für die Erfurter Zentrenstruktur verträgliche Größenordnung solcher Entwicklungen ist dabei abhängig von der Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches.

Entsprechend der Ausnahmeregel können in **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch Versorgungslücken im Naheinzugsbereich geschlossen werden können. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ausgehen. Bis zu einer Verkaufsfläche von 200 qm kann das Vorliegen dieser Voraussetzung ohne Nachweis angenommen werden.

Für die Ermittlung einer möglichen **verträglichen Dimensionierung** bietet die Gegenüberstellung von zu erzielendem Vorhabenumsatz und verfügbarer Kaufkraft im Naheinzugsbereich des Vorhabens sowie die Ermittlung der Distanz des Vorhabens zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen eine **Möglichkeit zur Operationalisierung** der genannten Kriterien. Zur Vermeidung von Interessenkollisionen ist der Nachweis der verträglichen Dimensionierung auf Kosten des Vorhabenträgers im Auftrag der Stadt zu erbringen.

Von einem städtebaulich sinnvollen solitären **Nahversorgungsstandort** kann demnach ausgegangen werden, wenn

- es sich um einen städtebaulich bzw. wohnsiedlungsräumlich integrierten Standort außerhalb des Naheinzugsbereichs (i. d. R. 600 m Schutzzone) eines zentralen Versorgungsbereichs sowie mit engem räumlichen Bezug zu umliegenden Wohnsiedlungsbereichen handelt und
- die **sortimentspezifische Kaufkraftabschöpfung des Planvorhabens** im funktionalen Versorgungsgebiet (ohne Schutzzone der Zentren) eine Quote von rund 40 % der sortimentspezifischen Kaufkraft (z. B. in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel)⁶³ der Bevölkerung nicht wesentlich überschreitet (Orientierungswert).

Exkurs: Einordnung der Nahversorgungsfunktion eines Vorhabens

Von einer **Nahversorgungsfunktion** eines Anbieters kann ausgegangen werden, wenn der zu erwartende Umsatz des geplanten Vorhabens im Wesentlichen aus dem funktionalen Versorgungsgebiet⁶⁴, d. h. dem unmittelbaren Wohnumfeld realisiert werden kann, also überwiegend der Versorgung dieser sogenannten Mantelbevölkerung dient.

Ein einzelner Lebensmittelanbieter kann je nach örtlicher Marktsituation etwa bis zu **40 Prozent Kaufkraftabschöpfung** im Einzugsgebiet realisieren, bei fehlender kleinräumiger Konkurrenzsituation kann ein Anbieter in Ausnahmefällen auch darüber hinaus Kaufkraft auf sich vereinigen; Werte bis zu maximal etwa 50 Prozent der sortimentspezifischen Kaufkraft in diesem Nahversorgungseinzugsgebiet können in begründeten Ausnahmefällen maximal noch plausibel veranschlagt werden. Gründe für diese maximal erreichbaren Abschöpfungsquoten liegen unter anderem in traditionellen Einkaufsbeziehungen zu anderen Standorten und vor allem einer Ausdifferenzierung des Lebensmitteleinkaufs (u. a. auch Einkäufen bei Lebensmitteldiscountern, Fachgeschäften, Betrieben des Lebensmittelhandwerks etc.).

Sofern der branchenübliche Soll-Umsatz eines Vorhabens also diesen abschöpfbaren Anteil der vorhandenen sortimentspezifischen Kaufkraft im Versorgungsgebiet übersteigt, ist von der Notwendigkeit eines größeren Einzugsbereichs bzw. Kaufkraftzuflüssen aus anderen Gebieten auszugehen. In einem solchen Fall würde das entsprechende Vorhaben nicht primär der Nahversorgung dienen.

Anwendungsbeispiel (fiktiv):

Vorhaben:

■ Gesamtverkaufsfläche Lebensmitteldiscounter	1.000 m²
Anteil Warengruppe Nahrungs- u. Genussmittel (in %)	80%
Anteil Warengruppe Nahrungs- u. Genussmittel (in m ²)	960
■ Flächenproduktivität (in Euro/m ² , Durchschnittswert)	6.100
■ Soll-Umsatz (in Mio. Euro).....	4,9
■ Einwohner im Versorgungsgebiet.....	5.500
■ einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf (Erfurt, 2017)	2.256
■ einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Versorgungsgebiet (in Mio. Euro)	12,4

⁶³ Diese liegt derzeit bei 2.256 Euro pro Einwohner (IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017).

⁶⁴ Dieses kann abhängig von den siedlungsräumlichen und verkehrlichen Rahmenbedingungen variieren. In der Regel kann der 600 m –Radius einer fußläufigen Erreichbarkeit (entspricht etwa 5 Minuten Fußweg) zu Grunde gelegt werden.

davon 40% (in Mio. Euro)	5,0
davon 50% (in Mio. Euro).....	6,2

- rechnerische sortimentspezifische **Kaufkraftabschöpfung** Vorhaben **im Versorgungsgebiet**⁶⁵ **39%**

Notwendige Mantelbevölkerung bzw. mögliche Kaufkraftabschöpfung im Versorgungsgebiet:

- Annahme: Anhand der siedlungsstrukturellen und verkehrlichen Rahmenbedingungen sowie der örtlichen Marktsituation lässt sich ein zu versorgendes Gebiet mit rund **5.500 Einwohnern** definieren, von dem aus der Vorhabenstandort fußläufig erreicht werden kann.
- Die **sortimentspezifische Kaufkraft** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel beträgt jährlich aktuell rund 2.256 Euro pro Kopf/Jahr (vgl. Kapitel 4.6), d. h. rund **12,4 Mio. Euro** im Versorgungsgebiet.
- Negative Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsgebiet eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes sind dann gegeben, wenn durch seine Kaufkraftbindung die verbrauchernahe Versorgung im Einzugsbereich gefährdet wird. Eine derartige Gefährdung ist unter städtebaulichen Gesichtspunkten nicht anzunehmen, wenn der neue Lebensmitteleinzelhandelsbetrieb an einem städtebaulich integrierten Standort selbst der verbrauchernahen Versorgung dient. Von besonderen Siedlungs- und Konkurrenzsituationen abgesehen sollte die Kaufkraftabschöpfung (im relevanten Kernsortiment) 40 % nicht überschreiten.
- Das dargestellte Beispiel zeigt, dass bei einem Einwohnerpotenzial von bis zu 5.500 Einwohnern einem (durchschnittlichen) Lebensmitteldiscounter mit einer Gesamtverkaufsfläche von 1.000 m² eine Nahversorgungsfunktion zugesprochen werden kann.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Vorhaben (vor allem fußläufig) versorgen soll:

In den **kompakten Siedlungsbereichen** der Erfurter Kernstadt entspricht die fußläufige Erreichbarkeit in der Regel einer Entfernung von rund 600 m. Um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen, müsste für **moderne Lebensmittelvollsortimenter in einer Größenordnung von rund 1.500 m² Verkaufsfläche** beispielsweise ein Bevölkerungspotenzial von **mindestens rund 5.500 Einwohnern** im fußläufigen Einzugsbereich vorhanden sein⁶⁶. Bei Nichterfüllung dieser Bedingung wäre ein entsprechender Anbieter auf Kaufkraftzuflüsse von Gebieten außerhalb des direkten Wohnumfeldes angewiesen, was negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen vermuten ließe und den eingangs formulierten Zielsetzungen somit entgegenstünde.

Die insbesondere in den **dünn besiedelten Ortsteilen und Siedlungsrandbereichen** Erfurts vorhandene Siedlungsstruktur erfordert eine weiter ausdifferenzierte Regelungssystematik. Denn die in diesen Stadtbereichen vorherrschenden siedlungsstrukturellen, verkehrlichen und städtebaulichen Rahmenbedingungen führen dazu, dass zentrale Versorgungsbereiche oder auch städtebaulich integrierte Nahversorgungsstandorte zum Teil vergleichsweise weit entfernt von den Wohnstandorten liegen. Somit greift zwar die Entfernung zu den zentralen Versorgungsbereichen als Prüfkriterium, nicht jedoch das erforderliche Kaufkraftpotenzial im fußläufigen 600 m-Nahbereich eines Planvorhabenstandortes. Um aber auch in solchen Stadtbereichen – unter Berücksichtigung des formulierten Ziels einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet – eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung (Einzelfallprüfung) auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Erfurts zurückgegriffen werden, die räumliche / funktionale Beziehung zu dem Vorhabenstandort aufweisen können (funk-

⁶⁵ Anteil Soll-Umsatz an einzelhandelsrelevanter Kaufkraft im Versorgungsgebiet

⁶⁶ Bei einer Flächenproduktivität von 4.200 Euro / m² und einem Anteil der Lebensmittelverkaufsfläche von ca. 80 %. Vergleichbares gilt – aufgrund der in der Regel höherer Flächenproduktivität – für Lebensmitteldiscounter in einer Größenordnung von rund 1.000 m² (siehe Exkurs, Anwendungsbeispiel).

tional zugewiesenes Versorgungsgebiet). Demnach ist das funktionale Versorgungsgebiet anhand nachprüfbarer Kriterien einzelfallbezogen zu definieren (wie beispielsweise im Falle der Ansiedlung des Lebensmittelvollsortimenters an der Binderslebener Landstraße geschehen).

In diesem Zusammenhang ist allerdings auch zu berücksichtigen, dass in der Landeshauptstadt Erfurt die Sonderstandorte des großflächigen (nahversorgungsrelevanten) Einzelhandels in den dörflichen Siedlungsbereichen eine Sonderstellung hinsichtlich der Versorgung der dörflichen Ortsteile einnehmen. Diese Standorte sind in Erfurt, wie auch in vielen anderen ostdeutschen Städten, während der „Wende“, in einer Zeit ohne raumordnerische und planungsrechtliche Vorgaben zur Einzelhandelssteuerung als marktbestimmende Großstandorte mit erheblichen Einzugsbereichen entstanden. In deren Schatten ist die Entwicklung einer wohnortnahen Versorgung in den dörflichen Ortsteilen allein aus absatzwirtschaftlicher Sicht unrealistisch und stellt daher kaum eine vollzugsfähige Zielvorstellung dar.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an den **Sonderstandorten** in nicht integrierten Lagen oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Grundsatz 2: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit (sonstigen) zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ziel:

Erhalt und Stärkung der oberzentralen Versorgungsfunktion und der regionalen Ausstrahlung des Erfurter Hauptzentrums (Altstadt) als bedeutendster Einzelhandelsstandort durch Sicherung und Entwicklung der Einzelhandelszentralität, der Funktionsvielfalt und der Identifikationsmöglichkeiten sowie Sicherung und Stärkung der Versorgungsfunktion der Neben- und Nahversorgungszentren.

2.1 Einzelhandelsbetriebe mit (sonstigen) zentrenrelevanten Kernsortimenten (gemäß Erfurter Sortimentsliste) sind in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.

2.2 Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit (sonstigen) zentrenrelevanten Sortimenten (gemäß Erfurter Sortimentsliste) sind auf den zentralen Versorgungsbereich der Altstadt zu konzentrieren und ausnahmsweise auch im Nebenzentrum Magdeburger Allee anzusiedeln.

2.3 Ausnahmsweise sind auch kleine Betriebseinheiten außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche an städtebaulich integrierten Standorten möglich, wenn sie der Versorgung des umliegenden Siedlungsbereiches dienen (Läden zur Gebietsversorgung).

2.4 Einzelhandelsbetriebe mit (sonstigen) zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nicht in Gewerbe- und Industriegebieten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Lagen angesiedelt oder (über den Bestandsschutz hinaus) erweitert werden.

Erläuterung:

Um die Zukunftsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt mit seiner funktionalen Zuordnung als Hauptgeschäftsbereich der Stadt zu gewährleisten und so das Zentrengefüge innerhalb der Landeshauptstadt Erfurt attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, ist es sinnvoll und zielfüh-

rend, die Ansiedlung von zentrenrelevantem Einzelhandel räumlich zu steuern. Großflächige Einzelhandelsbetriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen demnach zukünftig nur noch im Zentralen Versorgungsbereich Altstadt oder ausnahmsweise im Nebenzentrum Magdeburger Allee angesiedelt werden, um diese Standorte in ihrer Versorgungsbedeutung zu sichern und weiterzuentwickeln sowie einen ruinösen absatzwirtschaftlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten können ausnahmsweise auch im Nebenzentrum angesiedelt werden, wenn negative städtebauliche Wirkungen auf die Altstadt und Beeinträchtigungen der Entwicklungsfähigkeit Altstadt durch eine städtebauliche Wirkungsanalyse auf Kosten des Vorhabenträgers im Auftrag der Stadt ausgeschlossen werden können.

Umstrukturierungen innerhalb der bestehenden Sonderstandorte können bei Einhaltung der bestehenden oder planungsrechtlich festgesetzten Verkaufsflächenobergrenzen sonstiger zentrenrelevanter Sortimente ermöglicht werden, soweit zur Vermeidung von Interessenkollisionen durch eine städtebauliche Wirkungsanalyse auf Kosten des Vorhabenträgers im Auftrag der Stadt negative städtebauliche Auswirkungen auf die Erfurter Altstadt und das Nebenzentrum Magdeburger Allee sowie deren Entwicklungsfähigkeit ausgeschlossen werden können.

Um die Kompatibilität der einzelnen zentralen Versorgungsbereiche mit ihrer funktionalen Zuordnung zu gewährleisten und das Zentrengefüge innerhalb der Landeshauptstadt Erfurt attraktiv und zukunftsfähig zu gestalten, sind Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Nebenzentrum in Abhängigkeit von dessen Versorgungsbereich zu dimensionieren.

Ausnahmsweise sind an städtebaulich integrierten Standorten auch kleine Läden zur Gebietsversorgung mit (sonstigen) zentrenrelevanten Sortimenten zulässig. Bezogen auf die Erfurter Situation kann dann von einer Gebietsversorgung ausgegangen werden, wenn die jeweilige Verkaufsfläche eine Größenordnung von max. 100 qm nicht überschreitet.

In Gewerbe- und Industriegebieten ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bildet hier lediglich das sogenannte „Handwerkerprivileg“ (siehe dazu auch Grundsatz 7).

Grundsatz 3: Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ziel:

Räumliche Konzentration auch des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auf dafür festgesetzte Sonderstandorte und Sicherung einer zukunftsfähigen Arbeitsteilung zwischen Hauptzentrum (Altstadt), Nebenzentrum und Nahversorgungszentren sowie den Sonderstandorten zur Sicherung und zum Ausbau einer quantitativ und qualitativ guten Versorgung der Bevölkerung.

3.1 Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sind ausschließlich in bestehenden Sondergebieten Einzelhandel und im Hauptzentrum (Altstadt) sowie im Nebenzentrum (Magdeburger Allee) anzusiedeln.

3.2 Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind vorrangig anzusiedeln

- in Sondergebieten mit Einzelhandelsprägung,
- in den zentralen Versorgungsbereichen (Hauptzentrum, Nebenzentrum und Nahversorgungszentren),
- Mischgebieten und Gewerbegebieten, die nach dem gesamtstädtischen Gewerbeflächenkonzept nicht der Ansiedlung produzierender oder dienstleistender Gewerbebetriebe vorbehalten sind.

Erläuterung:

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel (bis zur Schwelle der Großflächigkeit) kann zwar grundsätzlich im gesamten Stadtgebiet, wo Einzelhandel zulässig ist, zugelassen werden. Zum Erreichen und zur späteren Einhaltung des Zielsystems zur Einzelhandelsentwicklung für die Landeshauptstadt Erfurt sollten jedoch auch Ansiedlungen nicht-zentrenrelevanter Sortimente (groß- und kleinflächig) räumlich gelenkt werden. Dafür bieten sich neben den städtebaulich-funktionalen Zentren insbesondere bestehende Agglomerationen (Sonderstandorte) nicht-zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote an.

Da die Landeshauptstadt Erfurt bereits heute über eine vergleichsweise hohe Anzahl solcher Sonderstandorte im Stadtgebiet verfügt, besteht absehbar nicht die Notwendigkeit neue Sonderstandorte zu entwickeln bzw. planungsrechtlich vorzubereiten / auszuweisen.

Besondere Relevanz erhält dieser Grundsatz für bestehende Gewerbegebiete (ohne Einzelhandelsvorprägung), weil damit möglicherweise die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinkt bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden, was dem Zielsystem zuwider liefe. Angebote zentrenrelevanter Sortimente sollen darüber hinaus generell nicht in Gewerbegebieten verortet werden, wobei der Problematik von Randsortimenten eine besondere Bedeutung zukommt.

Neuansiedlungen mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten an bestehenden Einzelhandelsstandorten erfolgen. Angesichts der bereits in Erfurt vorhandenen Gewerbegebiete mit Einzelhandelsbesatz und deren räumlicher Verteilung sollte auch zukünftig eine Einzelhandelsnutzung zumindest aller Gewerbegebiete, die heute nicht über Einzelhandel verfügen, ausgeschlossen werden. Zur angemessenen Versorgung mit Angeboten nicht-zentrenrelevanter Sortimente sind der Einzelhandelsbestand und die Sonderstandorte als zukünftige Konzentrationsbereiche innerhalb des Prognosehorizontes prinzipiell vollkommen ausreichend.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten (vgl. auch Grundsatz 5) führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb der städtebaulich-funktionalen Zentren Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche möglich. Diese zentrenrelevanten Randsortimente sollten jedoch nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter funktionaler Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist, zulässig sein. Zur Sicherung des funktionalen Bezuges sind die zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente konkret zu benennen. Zentrenrelevante Randsortimente sind auf 10 % der gesamten Verkaufsfläche zu begrenzen, da dabei davon auszugehen ist, dass sich diese in einer entsprechenden Größenordnung dem Kernsortiment deutlich unterordnen. Unabhängig von der Größe der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche sollte dabei sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann. D. h., dass weiterhin angegeben sein sollte, wie groß die Fläche für ein einzelnes Sortiment maximal sein darf. Gleichzeitig ist darauf zu achten, dass eine solche Regelung nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich.

Grundsatz 4: Einzelhandelsagglomerationen

Die räumliche Konzentration mehrerer, selbständiger, auch für sich genommen nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe (**Einzelhandelsagglomeration**) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen, von denen in der Gesamtheit zentrenschädliche Auswirkungen im Sinne des § 11 (3) BauNVO ausgehen, müssen ausgeschlossen werden.

Erläuterung:

Es ist davon auszugehen, dass auch von mehreren, für sich nicht großflächigen Einzelhandelsbetrieben bei einer räumlichen Konzentration Auswirkungen wie bei Vorhaben i. S. v. § 11 (3) BauNVO eintreten können. Beispielsweise können in Gewerbegebieten – eher unbeabsichtigt – mit der Zeit Ein-

zelhandelsagglomerationen heranwachsen, deren Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Versorgungsstruktur mit denen eines großflächigen Einzelhandelsbetriebes zu vergleichen sind. Die Zulässigkeit einer Agglomerationsregelung ist vom Bundesverwaltungsgericht bestätigt worden (BVerwG Urteil vom 10.11.2011, AZ 4 CN 9/10 = BVerwGE 141,144).

In der Praxis kann es dabei nicht darum gehen, bestimmte Planungen zu verhindern. Vielmehr ist darauf hinzuwirken, dass dem Entstehen und der Verfestigung von Einzelhandelsagglomerationen mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche und in wohnsiedlungsräumlich integrierten Lagen entgegengewirkt wird. Dabei kann frühzeitig Vorsorge betrieben werden, z. B. durch einen Einzelhandelsausschluss in einem Gewerbegebiet oder (in Teilabschnitten), im Verlauf von Einfallstraßen, oder es kann diesen Entwicklungen zu einem späteren Zeitpunkt begegnet werden.

Es bestehen unterschiedliche Möglichkeiten der Verfestigung oder Erweiterung von Einzelhandelsagglomerationen entgegen zu wirken (vgl. dazu auch BVerwG Urteil vom 10.11.2011, AZ 4 CN 9/10 = BVerwGE 141,144):

- der Ausschluss der Nutzungsart „Einzelhandel“ nach § 1 (5) BauNVO,
- der Ausschluss sortimentsbezogener Einzelhandelstypen (Anlagetypen) gemäß § 1 (9) BauNVO,
- die Gliederung des Plangebietes (räumlich nach unterschiedlichen Arten/Unterarten des Einzelhandels, geschoss- und anlagenbezogene Differenzierungen),
- die Festsetzung eines Sondergebietes für ein Vorhaben i. S. des § 11 (3) BauNVO (z.B. ein Fachmarktzentrum) und Untergliederung nach Sortimenten und vorhabenbezogener Verkaufsflächen.

Grundsatz 5: Kioske, Backshops

Kioske, Backshops und ähnliche kleinflächige Einzelhandelsbetriebe können angesiedelt werden, wenn sie der Nahversorgung dienen. In Gewerbegebieten sind Backshops und Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Menschen möglich.⁶⁷

Grundsatz 6: Tankstellenshops

Tankstellenshops können angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche für Waren dem Tankstellenbetrieb räumlich zugeordnet und
- die Größe der Verkaufsfläche in einem deutlich untergeordneten Verhältnis zur Größe der Tankstelle steht.

⁶⁷ Ableitbare Größenordnung für einen Lebensmittelladen in einem Gewerbegebiet mit 500 – 1.000 Beschäftigten (gerundete Werte)

bei 500 Beschäftigten	max. 50 m ² VKF
bei 1.000 Beschäftigten	max. 100 m ² VKF

Grundsatz 7: Annexhandel / Werksverkauf

Verkaufsstätten in Verbindung mit Gewerbebetrieben können ausnahmsweise angesiedelt werden, wenn

- die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist und damit keinen eigenständigen Betrieb darstellt,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- die Verkaufsfläche⁶⁸ und der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Verkaufsfläche die Schwelle Großflächigkeit i.S.v. § 11(3) BauNVO nicht überschreitet.

Grundsatz 8: Bestandsschutz, Erweiterungen und Nutzungsänderungen

8.1 Der Bestandsschutz wird durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept nicht berührt.

Genehmigungspflichtige Erweiterungen und Nutzungsänderungen (auch Änderungen der zulässigen Sortimente), soweit sie wesentliche Auswirkungen erwarten lassen und nicht durch den Bestandsschutz erfasst werden, sind nach den gleichen Regeln zu beurteilen wie Neuansiedlungen.

Die bestehende planungsrechtliche Zulässigkeit in Bebauungsplänen ist unter Würdigung des Vertrauens auf den Fortbestand von Festsetzungen ggf. an geänderte planungsrechtliche Anforderungen anzupassen und zu präzisieren.

8.2 Bei einer Verlängerung von Baugenehmigungen ist zu prüfen, ob sich zwischenzeitlich die Genehmigungsvoraussetzungen (insbesondere hinsichtlich der zu erwartenden Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche) geändert haben.

8.3 Umstrukturierungen innerhalb der bestehenden Sonderstandorte können bei Einhaltung der planungsrechtlich festgesetzten oder bestandsgeschützten Verkaufsflächenobergrenzen zentrenrelevanter Sortimente ermöglicht werden, soweit zur Vermeidung von Interessenkollisionen durch eine städtebauliche Wirkungsanalysen auf Kosten des Vorhabenträgers im Auftrag der Stadt negative städtebauliche Auswirkungen auf die Erfurter Altstadt und die sonstigen zentralen Versorgungsbereiche sowie deren Entwicklungsfähigkeit ausgeschlossen werden können.

⁶⁸ Dabei ist von einer deutlichen Unterordnung der Verkaufsfläche gegenüber der Geschossfläche des gesamten Betriebes auszugehen, wenn die Verkaufsfläche nicht mehr als ein Drittel der Geschossfläche einnimmt (vgl. dazu Urteil OVG NRW AZ 7 D 97 / 12.NE vom 06. November 2013). Ist dieser Tatbestand erfüllt, kann – gemäß vorgenanntem Urteil - in der Regel die Höhe des Umsatzes außer Acht gelassen werden.

Prüfschema zur Einordnung von Einzelhandelsvorhaben

Abschließend wird in Tabelle 18 eine zusammenfassende, vereinfachte Übersicht über die Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben gemäß der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes gegeben. Das Prüfschema dient der Bewertung von neuen Vorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept: den darin formulierten Zielen, dem künftigen Standortstrukturmodell und den Grundsätzen zur Umsetzung.

Den übergeordneten Zielen folgend sind Einzelhandelsvorhaben hinsichtlich ihrer Bedeutung für die Versorgungsstruktur der Landeshauptstadt Erfurt zu prüfen. Es wird darauf hingewiesen, dass dieses Prüfschema eine Einordnung vor dem Hintergrund der Ziele und Grundsätze des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes darstellt und damit eine im Einzelfall notwendige landesplanerische und städtebauliche Wirkungsanalyse i.S.v. § 11 (3) BauNVO oder § 34 (3) BauGB nicht ersetzt.

Tabelle 18: Einordnung von Einzelhandelsvorhaben gemäß den konzeptionellen Aussagen – Übersicht

Zentrenkategorie	Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (gemäß Grundsatz 1)	Einzelhandelsbetriebe mit (sonstigen) zentrenrelevantem Kernsortiment (gemäß Grundsatz 2)	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (i.S.v. § 11 (3) S.1 Nr. 2 BauNVO) mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment (gemäß Grundsatz 3)*
Altstadt	ja	ja	ja
Nebenzentrum	ja	ja; wenn > 800 m ² VKF (Einzelprüfung)	ja
Nahversorgungszentren	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung)	ja, wenn ≤ 800 m ² VKF (Einzelbetrieb)	nein
Sonstige Nahversorgungsstandorte	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung im zu versorgenden Bereich)	nein	ja
Sonderstandorte mit nahversorgungsrelevantem Angebotsschwerpunkt	entsprechend Grundsatz 8	entsprechend Grundsatz 8	ja
Sonderstandorte mit Angebotschwerpunkt in sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten	entsprechend Grundsatz 8	entsprechend Grundsatz 8	ja
Sonderstandorte mit nicht zentrenrelevantem Angebotsschwerpunkt; solitäre Sonderstandorte	nein	nein	ja

* Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche zu beschränken.

Quelle: Eigene Zusammenstellung

7 Verzeichnisse

Abbildungen

Abbildung 1:	Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Zentralitätskennziffer gemäß MB-Research und Einzelhandelskonzept der Landeshauptstadt Erfurt, 2009 bis 2017	15
Abbildung 2:	Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffer sowie der Einzelhandelsrelevanten Kaufkraft nach MB-Research und IFH Retail Consultants GmbH, 2009 bis 2017	16
Abbildung 3:	Schema zur fußläufigen Erreichbarkeit, zu versorgendem Raum und Einzugsbereich	17
Abbildung 4:	Untersuchungsaufbau	19
Abbildung 5:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel 2005 – 2017 (Nettoumsatz in Mrd. Euro)	21
Abbildung 6:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2007 – 2016 (in Prozent)	21
Abbildung 7:	Stationärer Handel und Internet-Handel	23
Abbildung 8:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2007 – 2016 (in Prozent)	24
Abbildung 9:	Entwicklung der Bevölkerung in den Landkreisen und Kreisfreien Städten in Thüringen (2010-2030)	32
Abbildung 10:	Touristisches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Stadt Erfurt	35
Abbildung 11:	Verkaufsflächen (in qm), Umsätze (in Mio. Euro) und Anzahl der Betriebe des Einzelhandels in Erfurt nach Lagen (absolut und prozentual)	44
Abbildung 12:	Verkaufsflächenausstattung Nahrungs- und Genussmittel nach Siedlungsstrukturtypen in m ² Verkaufsfläche / Einwohner	49
Abbildung 13:	Anteile der Anzahl der Betriebe und der Gesamtverkaufsfläche von Einzelhandelsbetrieben mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel (ohne Tabakwaren)	53
Abbildung 14:	Bevölkerungsentwicklung Erfurt 2000 – 2025*	61
Abbildung 15:	Ausgaben der privaten Haushalte	62
Abbildung 16:	Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2015 (mit Prognose für 2016)	63
Abbildung 17:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Erfurt als Orientierungsgröße	65
Abbildung 18:	Standortstrukturmodell für die Landeshauptstadt Erfurt	73
Abbildung 19:	Verkaufsflächen nach Sortimenten bzw. Warengruppen im Erfurter Stadtgebiet in Anteilen (%) nach Lagen	128

Karten

Karte 1:	Lage der Landeshauptstadt Erfurt in der Region	26
Karte 2:	Erfurter Ortsteile und Siedlungsstruktur	30
Karte 3:	Siedlungsstrukturtypen Erfurt	31
Karte 4:	Gesamtstädtisches Einzugsgebiet des Erfurter Einzelhandels	38
Karte 5:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (>800 m ² Verkaufsfläche) in Erfurt	48
Karte 6:	Fußläufige Erreichbarkeit strukturprägender Lebensmittelmärkte	57
Karte 7:	Standort-struktur der Landeshauptstadt Erfurt	75
Karte 8:	Zentraler Versorgungsbereich Altstadt	83
Karte 9:	Zentraler Versorgungsbereich Ilversgehofen, Magdeburger Allee	87
Karte 10:	Zentraler Versorgungsbereich Berliner Platz	90

Karte 11:	Zentraler Versorgungsbereich Center Kleiner Herrenberg.....	92
Karte 12:	Zentraler Versorgungsbereich Daberstedt, Häßlerstraße	94
Karte 13:	Zentraler Versorgungsbereich Löbervorstadt, Geibelstraße.....	96
Karte 14:	Zentraler Versorgungsbereich Melchendorfer Markt	98
Karte 15:	Zentraler Versorgungsbereich Moskauer Platz	100
Karte 16:	Zentraler Versorgungsbereich Rieth.....	102
Karte 17:	Zentraler Versorgungsbereich Roter Berg	104
Karte 18:	Globus I	109
Karte 19:	Kranichfelder Straße (Kaufland II).....	110
Karte 20:	Leipziger Straße, Kaufland I.....	111
Karte 21:	Globus II	113
Karte 22:	Gothaer Straße	116
Karte 23:	Thüringenpark.....	117
Karte 24:	T.E.C.....	119

Tabellen

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik (Junker + Kruse).....	11
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	13
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung (Beispiel)	18
Tabelle 4:	Einwohner der Landeshauptstadt Erfurts nach Ortsteilen	27
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich.....	33
Tabelle 6:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Erfurt nach Warengruppen.....	34
Tabelle 7:	Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in den Siedlungsstrukturtypen.....	40
Tabelle 8:	Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Erfurt nach Warengruppen.....	40
Tabelle 9:	Verkaufsflächen und Anzahl der Betriebe in Erfurt nach Warengruppen 2017 und 2008 im Vergleich.....	43
Tabelle 10:	Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel / Einwohner.....	50
Tabelle 11:	Kennwerte zur Verkaufsflächenausstattung in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmitteln (NuG); gerundete Werte	50
Tabelle 12:	Strukturprägende Betriebstypen mit Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel.....	52
Tabelle 13:	Einzelhandelsrelevanter Umsatz, Kaufkraftpotenzial und Zentralität in Erfurt 2017 (in Mio. Euro)	58
Tabelle 14:	Einzelhandelsrelevante Kennwerte der Landeshauptstadt Erfurt 2017 / 2008	60
Tabelle 15:	Strukturprägende Standorte in der Landeshauptstadt Erfurt.....	74
Tabelle 16:	Festlegungen zu Nahversorgungszentren im Zentrenkonzept.....	81
Tabelle 17:	Erfurter Sortimentsliste.....	129
Tabelle 18:	Einordnung von Einzelhandelsvorhaben gemäß den konzeptionellen Aussagen – Übersicht	142

Anhang

Entwurf

A1: Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeug-handel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg, Michael Bauer Research GmbH in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt / Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde / Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.
Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	(Großflächiger) Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und

	Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas / Porzellan / Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe (ab einer Verkaufsfläche von > 800 m ²) unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte / das Umland oder in den Versand- / Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde / Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
Kernsortiment / Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment sachlich zugeordnete und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnete Nebensortimente sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m ² .
Nahversorgungsrelevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein

zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.

Nahversorgungszentrum

Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar, welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.

Nicht-zentrenrelevante Sortimente

Nicht-zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.

Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK / Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).

Sonderstandort

Sonderstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

Sortimentsliste (ortstypische)

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind

zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

Stadtteilzentrum

Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereiches) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und / oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelfachgeschäfte und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.

(Städtebaulich) Integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Erfurter Einzelhandelskonzeptes werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Erfurt integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.

Tagesreisen

Das Deutsche Wirtschaftswissenschaftliche Institut für Fremdenverkehr (dwif)⁶⁹ stellt heraus: Auch **Tagesreisen** sind zu berücksichtigen, dabei sind

- weder eine zeitliche „Minstdauer“ (z. B. in Stunden)
- noch eine zurückgelegte „Mindestentfernung“ (z. B. in Kilometer)

vorgegeben. Auch bei den Tagesreisen kann nach dem Zweck (privat / geschäftlich) unterschieden werden. In Abgrenzung zu den regelmäßigen Pendelbeziehungen wird jedes Verlassen des Wohnumfeldes⁷⁰ als **Tagesausflug** angesehen, welches

- nicht als Fahrt von oder zur Schule, zum Arbeitsplatz, zur Berufsausübung vorgenommen wird,
- nicht als Einkaufsfahrt zur Deckung des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel) dient und

⁶⁹ dwif e.V., Tagesreisen der Deutschen, Grundlagenuntersuchung im Auftrag des Bundesministeriums für Wirtschaft und Energie, April 2014

⁷⁰ Das Wohnumfeld stimmt bei Städten bis 100.000 Einwohner mit der Stadtgrenze überein. Bei Städten mit mehr als 100.000 Einwohnern ist der eigene Stadtteil dem Wohnumfeld gleichzusetzen.

- nicht einer gewissen Routine oder Regelmäßigkeit unterliegt (z.B. regelmäßige Vereinsaktivitäten im Nachbarort, Arztbesuche, Gottesdienstbesuche, Behördengänge).

Darüber hinaus stellt in diesem Zusammenhang eine **Tagesgeschäftsreise** eine Ortsveränderungen zur Wahrnehmung geschäftlicher Aufgaben dar, die über die Gemeindegrenze, in der sich der ständige Arbeitsplatz des Betroffenen befindet, hinausführen. Hierunter fallen jedoch nicht

- Fahrten zum ständigen oder wechselnden Arbeitsplatz (z. B. Montage) und
- Fahrten innerhalb der Arbeitsplatzgemeinde (z. B. sogenannte „Dienstgänge“).

Tourismusbranche

Definition der Tourismusbranche (nach Welttourismusorganisation - UNWTO):

- Alle Aktivitäten von Personen, die an Orte außerhalb ihrer gewöhnlichen Umgebung reisen,
- sich dort zu Freizeit-, Geschäfts- oder bestimmten anderen Zwecken aufhalten und
- nicht länger als ein Jahr ohne Unterbrechung verweilen.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswertes deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 m² bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche

Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzonen sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schaufenster, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

Verkaufsflächenausstattung je Einwohner

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde / Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Unter-

Zentraler Versorgungsbereich

suchungsgebietes.

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil- / Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind:

Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung / -präsentation.

Zentrenrelevante Sortimente

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebes- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmittel Einzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.

Entwurf

A2: Anforderungen an städtebauliche Wirkungsanalysen

Bei der Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben stellt sich stets die Frage der städtebaulichen Verträglichkeit. Dabei sind entsprechende Einzelhandelsgutachten unabdingbar. Auf der einen Seite stehen die Ergebnisse bzw. deren Interpretation hinsichtlich einer attestierten Verträglichkeit oftmals in der Kritik, auf der anderen Seite werden auch einzelne Gutachten bereits aufgrund ihres inhaltlichen und formalen Aufbaus nicht anerkannt.

Der nachfolgende Vorschlag für eine **Mustergliederung** einer städtebaulichen Wirkungsanalyse (i.S.v. § 11(3) BauNVO) soll als Richtschnur für die Erarbeitung und Beurteilung entsprechender Gutachten dienen. Selbstverständlich sind im Einzelfall Modifizierungen aufgrund spezifischer Plangestaltungen möglich.

1. Aufgabenstellung / Ziel der Untersuchung

- Beschreibung der Ausgangssituation
- Formulierung wesentlicher Fragestellungen

2. Methodik und Vorgehensweise

- Methodik der einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Analyse
- berücksichtigte sekundärstatistische Daten
- berücksichtigte Fachbeiträge und Konzepte (u.a. Städtebau und Einzelhandelsgutachten)
- Erläuterungen zur Berechnungsmethodik und getroffenen Annahmen
- Grundlagen zur Interpretation der Berechnungsergebnisse

3. Rahmendaten des Vorhabens

- Standort (Adresse, Planskizze)
- Planungsrechtliche Situation
- Bestandssituation am Standort bzw. im Umfeld
- Beschreibung des Einzelhandelsvorhabens
 - a) Art des Vorhabens, Vertriebsform
 - b) Umfang des Vorhabens (Ladeneinheiten, Verkaufsfläche, Geschossfläche, ggf. ergänzende Nutzungen)
 - c) Sortimentsstruktur (Kern- und Randsortimente, nahversorgungsrelevant / zentrenrelevant / nicht-zentrenrelevant - jeweils nach Ladeneinheiten)
 - d) erwarteter Vorhabenumsatz (gesamt und sortimentspezifisch, in Spannweiten)
 - e) Verkehrsanbindung des Vorhabens, fußläufige Erreichbarkeit, Anbindung an das Netz des öffentlichen Nahverkehrs
 - f) Einordnung in die Standortstruktur bzw. Standortsituation: Zentraler Versorgungsbereich – Ergänzungsstandort - Einzelstandort – Agglomeration - Einkaufszentrum
- Beschreibung von relevanten potenziellen / jüngst umgesetzten Vorhaben

g) 4. Landesplanerische und Regionalbedeutsame Vorgaben

- LEP, REHK

5. Absatzwirtschaftliche Rahmendaten

- Darlegung des Untersuchungsraumes
- Abgrenzung des Einzugsgebietes unter Darlegung der verwendeten Kriterien (u.a. Wettbewerbssituation, Entfernungen, Erreichbarkeiten, topographische und siedlungsstrukturelle Rahmenbedingungen, verkehrliche Aspekte)
- Bevölkerungspotenzial im Untersuchungsraum (unter Berücksichtigung potenzieller Entwicklungen, ggf. in Spannweiten)
- Kaufkraftniveau und monetäre einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Untersuchungsraum (nach Sortimenten und Gemeinden)
- Einzelhandelsrelevante Angebotssituation im Untersuchungsraum (Sortimentsstruktur, Verkaufsflächen, Flächenproduktivität, Umsätze nach Sortimenten und Lagen)
- Kaufkraftbindungen / Zentralitäten im Untersuchungsraum (in den Gemeinden, standortbezogen)
- Identifizierung und Analyse der Zentralen Versorgungsbereiche im Untersuchungsraum







6. Wirkungsanalyse

- Darstellung der Umsatzumverteilungen nach Sortimenten und Standorten
- Städtebauliche und versorgungsstrukturelle Einordnung von absatzwirtschaftlichen Auswirkungen, Konsequenzen für die Versorgungsstruktur
- Darlegung der Auswirkungen auf das zentralörtliche Gliederungssystem
- Darlegung der Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche
- Darlegung der Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur
- Bewertung der Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche, die (Nah-) Versorgungsstruktur
- Kompatibilität mit bestehenden landesplanerischen, regionalplanerischen und kommunalen städtebaulichen Zielvorstellungen
- Einordnung der Auswirkungen in einen gesamtstädtischen Kontext (summarische Betrachtung): Bewertung der Auswirkungen vor dem Hintergrund relevanter potenziellen / jüngst umgesetzten Vorhaben

7. Gutachterliche Empfehlung

- Realisierung, Modifizierung – Ausschluss oder Flächenreduzierung bestimmter Vorhabenbausteine / Sortimente, ggf. Einstellung der Planung
- Städtebauliche Empfehlungen
- Empfehlungen zur bauplanungsrechtlichen Umsetzung

A3: Legende Grundlagenkarte

-  Autobahn
-  Bundesstraße
-  Bahn
-  Siedlungsflächen
-  Gewerbeflächen
-  Gewässer

ENTWURF

Impressum



Herausgeber

Landeshauptstadt Erfurt
Stadtverwaltung

Redaktion

Amt für Stadtentwicklung
und Stadtplanung
Löberstraße 34
99096 Erfurt

Bearbeitung



Markt 5
44137 Dortmund

Bearbeiter

Elisabeth Kopischke
Stefan Kruse

Redaktionsschluss

10. November 2017