



Dr. Donato Acocella
Stadt- und Regionalentwicklung

Regionales Einzelhandelskonzept Mittelthüringen



Teichstraße 14 ▪ 79539 Lörrach ▪ T 07621 91550-0 ▪ F 07621 91550-29
Arndtstraße 10 ▪ 44135 Dortmund ▪ T 0231 534555-0 ▪ F 0231 534555-29
Peter-Vischer-Straße 17 ▪ 90403 Nürnberg ▪ T 0911 817676-42 ▪ F 0911 817676-43
info@dr-acocella.de ▪ www.dr-acocella.de

Bearbeiter:
Dr. rer.pol. Donato Acocella
Dipl.-Geograf Peter Helbig

Nürnberg/ Lörrach, 18.03.2015



INHALTSVERZEICHNIS:

1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG	1
2. STRUKTURDATEN DER REGION MITTELTHÜRINGEN	2
2.1 BEVÖLKERUNGSSTRUKTUR UND ZENTRALE ORTE SYSTEM	3
2.2 BEVÖLKERUNGSENTWICKLUNG	5
3. TRENDS IM EINZELHANDEL	7
3.1 HANDESENDogene UND -EXogene FAKTOREN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	8
3.1.1 Handelsendogene Faktoren	8
3.1.2 Handelsexogene Faktoren	12
3.2 STÄDTEBAULICHE WIRKUNGEN DER EINZELHANDESENTWICKLUNG	14
4. IST-SITUATION IM EINZELHANDEL	15
4.1 METHODIK	15
4.2 IST-SITUATION AUF EBENE DER REGION MITTELTHÜRINGEN, DER KREISFREIEN STÄDTE/ LANDKREISE UND DER KOMMUNEN	17
4.2.1 Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen	17
4.2.2 Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten	22
4.2.3 Leerstandssituation	31
4.3 IST-SITUATION NACH STANDORTTYPEN	35
4.3.1 Anzahl der Einzelhandelsbetriebe, Verkaufsflächen und Umsätze	35
4.3.2 Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen	37
4.3.3 Bindungsquoten	40
4.3.4 Leerstandssituation	46
4.4 NAHVERSORGUNGSSITUATION	51
4.5 FAZIT ZUR IST-SITUATION IM EINZELHANDEL	59
5. VERKAUFSFLÄCHENPROGNOSE	61
5.1 METHODIK	61
5.2 VERKAUFSFLÄCHENENTWICKLUNGSPOTENZIAL IN DER REGION MITTELTHÜRINGEN	65
5.3 ERGEBNISSE EINER VERKAUFSFLÄCHENPROGNOSE BEI EINEM NICHT REGIONAL ABGESTIMMTEN HANDELN	68
5.4 FAZIT ZUR VERKAUFSFLÄCHENPROGNOSE	69
6. ZIELSYSTEM	70
6.1 LANDESPLANERISCHE FESTLEGUNGEN FÜR EINZELHANDELSGROßPROJEKTE	70
6.2 ZIELSYSTEM ZUR REGIONALEN EINZELHANDESENTWICKLUNG IN MITTELTHÜRINGEN	72
6.2.1 Sicherstellung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit	72
6.2.2 Erhaltung/ Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsstrukturen	73
6.2.3 Erhaltung/ Stärkung der Versorgungsfunktion und -vielfalt der Innenstädte und sonstigen Zentren	74



6.2.4	Erhaltung/ Stärkung der wohnungs-/ verbrauchernahen Grund-/ Nahversorgung.....	75
6.2.5	Weiterentwicklung einer (teil-)regional abgestimmten dezentralen Konzentration nicht zentrenrelevanter Sortimente.....	76
6.2.6	Sicherung von Gewerbegebieten/ gewerblich geprägten Bereichen für Handwerk, verarbeitendes Gewerbe u.Ä.	76
6.2.7	Gewährleistung der Planungs- und Investitionssicherheit	77
7.	REGIONALE SORTIMENTSLISTE	78
7.1	ALLGEMEINE ZUORDNUNGSKRITERIEN UND TATSÄCHLICHE VERTEILUNG DES EINZELHANDELSANGEBOTS IN MITTELTHÜRINGEN NACH SORTIMENTEN	78
7.2	VERGLEICH DER KOMMUNALEN SORTIMENTSLISTEN	81
7.3	SORTIMENTSLISTE FÜR DIE REGION MITTELTHÜRINGEN	85
8.	HIERARCHISIERUNG DER ZENTREN	88
9.	MATRIX ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG	93
9.1	UMGANG MIT ZENTRENRELEVANTEM EINZELHANDEL	96
9.2	UMGANG MIT NICHT ZENTRENRELEVANTEM EINZELHANDEL	100
10.	HANDLUNGSLEITFADEN ZUR BEWERTUNG VON EINZELHANDELSVORHABEN	102
11.	MAßNAHMEN ZUR VERBESSERUNG DER NAHVERSORGUNGSSITUATION	105
12.	MODERATION UND ABSTIMMUNG	114
	GLOSSAR	126
	ANHANG	131



ABBILDUNGSVERZEICHNIS:

Abb. 1: Bausteine des Einzelhandelskonzeptes Mittelthüringen	2
Abb. 2: Relative Einwohnerentwicklung in den Stadt- und Landkreisen der Region Mittelthüringen.....	6
Abb. 3: Entwicklung der Einwohnerzahl in Mittelthüringen nach Altersgruppen	7
Abb. 4: Entwicklung der Anzahl der Lebensmittelbetriebe in Deutschland insgesamt und nach Betriebsformen von 2006 bis 2013	9
Abb. 5: Vergleich der Anzahl der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland nach Größenklassen in den Jahren 2010 und 2013.....	10
Abb. 6: Entwicklung des Versandhandelsumsatzes am Gesamteinzelhandelsumsatz von 2006 bis 2013	12
Abb. 7: Anzahl und Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe im Mittelthüringen nach Größenklassen	18
Abb. 8: Anzahl und Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise	19
Abb. 9: Verkaufsflächen in Mittelthüringen nach Sortimenten	20
Abb. 10: Bindungsquoten nach Sortimenten in Mittelthüringen.....	23
Abb. 11: Verteilung der Leerstände auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise	31
Abb. 12: Anteil der Leerstände an Ladengeschäften auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise	32
Abb. 13: Anteil der Leerstandsflächen an Verkaufsflächen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise	32
Abb. 14: Größenklassen der Leerstände in Mittelthüringen	33
Abb. 15: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen.....	36
Abb. 16: Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe Mittelthüringen nach Standorttypen.....	38
Abb. 17: Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe Mittelthüringen nach Standorttypen (gewichtet nach Verkaufsflächen)	39
Abb. 18: Bindungsquoten nach Sortimenten und Standorttypen in Mittelthüringen	41
Abb. 19: Verteilung der Leerstände an Ladengeschäften nach Standorttypen.....	46
Abb. 20: Anteil der Leerstände an Ladengeschäften nach Standorttypen.....	47
Abb. 21: Anteil der Leerstandsflächen an Ladenflächen nach Standorttypen.....	47
Abb. 22: Anteil der Leerstände an Ladengeschäften in den Innenstädten der zentralen Orte	48
Abb. 23: Anteil der Leerstandsflächen an Ladenflächen in den Innenstädten der zentralen Orte	48
Abb. 24: Anteil der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen.....	49
Abb. 25: Anteile der Leerstandsflächen nach Größenklassen und Standorttypen	50
Abb. 26: Nahversorgungsqualität der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen	53
Abb. 27: Nahversorgungsqualität der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen – gewichtet nach Einwohnern	56
Abb. 28: Sortimentsweise Entwicklungsspielräume (in qm Verkaufsfläche) bis 2025 nach regionsweiser Entwicklungsprognose	66
Abb. 29: Sortimentsweise Entwicklungsspielräume (in qm Verkaufsfläche) bis 2025 nach regionsweiser Wettbewerbsprognose	68
Abb. 30: Entwicklungsspielräume bis 2025 nach regionaler, landkreisbezogener und kommunaler Entwicklungsprognose	69



Abb. 31: Rechnerische Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen.....	80
Abb. 32: Rechnerische Verteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen.....	81
Abb. 33: Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.....	95
Abb. 34: Ablauf Moderation und Abstimmung.....	124



KARTENVERZEICHNIS:

Karte 1: Zentrale-Orte-System und klassifizierte Einwohnerzahlen der Städte und Gemeinden	5
Karte 2: Verkaufsflächen nach Bedarfsbereichen der Städte und Gemeinden	22
Karte 3: Gesamtbindungsquoten der Städte und Gemeinden	25
Karte 4: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk.....	26
Karte 5: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden im Sortiment Drogerie/ Parfümerie	27
Karte 6: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden im Sortiment Bekleidung und Zubehör.....	28
Karte 7: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden im Sortiment Medien.....	29
Karte 8: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden in den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten	30
Karte 9: Anteil Leerstände an Ladengeschäften in den Städten und Gemeinden von Mittelthüringen	34
Karte 10: Anteil Leerstandsflächen an Verkaufsflächen in den Städten und Gemeinden von Mittelthüringen.....	35
Karte 11: Bindungsquoten integrierter Standorte in den Städten und Gemeinden der Region Mittelthüringen im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk	43
Karte 12: Bindungsquoten integrierter Standorte in den Städten und Gemeinden der Region Mittelthüringen im Sortiment Bekleidung und Zubehör	44
Karte 13: Bindungsquoten integrierter Standorte in den Städten und Gemeinden der Region Mittelthüringen im Sortiment Medien	45
Karte 14: Nahversorgungsqualität der Wohnsiedlungsbereiche in Mittelthüringen....	55
Karte 15: Pkw-Fahrzeit (klassifiziert) bis zum nächsten Lebensmittelbetrieb mit mehr als 200 qm Verkaufsfläche auf Basis der Wohnsiedlungsbereiche	57
Karte 16: Rechnerische Einzugsbereiche im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel.....	59
Karte 17: Hierarchisierung der Zentren in der Region Mittelthüringen	92
Karte 18: Handlungsfelder Nahversorgung - räumliche Darstellung	107
Karte 19: Fallbeispiel: Standortsuche für einen Lebensmittelbetrieb in einem Kooperationsraum.....	113



TABELLENVERZEICHNIS:

Tab. 1:	Einwohnerzahlen der Verkaufsflächenprognose auf der Ebene der kreisfreien Städte und Gemeinden.....	62
Tab. 2:	Gemeindeweise Prognose: Zielbindungsquoten der Entwicklungsprognose nach Bedarfsbereichen und zentralörtlicher Funktion.....	64
Tab. 3:	Annahmen der regionsweiten Prognose zur Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick.....	64
Tab. 4:	Sortimentszuordnung in den kommunalen Einzelhandelskonzepten - üblicherweise nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente .	83
Tab. 5:	Sortimentszuordnung in den kommunalen Einzelhandelskonzepten - üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente	84
Tab. 6:	Sortimentsliste für die Region Mittelthüringen	87
Tab. 7:	Zentrenhierarchie: Einzelhandelsangebot der einzelnen Zentren Typen.....	91
Tab. 8:	Nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente: Je 50 qm Verkaufsfläche rechnerisch versorgte Einwohner (gerundete Werte).....	94
Tab. 9:	Moderation und Abstimmung: Aufgreifschwellen.....	116
Tab. 10:	Beteiligtenkreis bei Abstimmung und Moderation.....	117
Tab. 11:	Spannweite der Flächenleistungen - dargestellt am Beispiel bundesweiter Durchschnittswerte unterschiedlicher Betreiber von Discountern, Supermärkten/ SB-Warenhäusern, Drogeriemärkten und Baumärkten.....	120
Tab. A - 1:	Anzahl der Betriebe nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise	131
Tab. A - 2:	Verkaufsfläche der Betriebe nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise	132
Tab. A - 3:	Mittelthüringen: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten	133
Tab. A - 4:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten	134
Tab. A - 5:	Kreisfreie Stadt Weimar: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten	135
Tab. A - 6:	Landkreis Gotha: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten	136
Tab. A - 7:	Ilm-Kreis: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten	137
Tab. A - 8:	Landkreis Sömmerda: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten	138
Tab. A - 9:	Landkreis Weimarer Land: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten	139
Tab. A - 10:	Anzahl der Leerstände nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise	140
Tab. A - 11:	Fläche der Leerstände nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise	140
Tab. A - 12:	Mittelthüringen: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen	141
Tab. A - 13:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen.....	141



Tab. A - 14:	Kreisfreie Stadt Weimar: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen.....	142
Tab. A - 15:	Landkreis Gotha: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen	142
Tab. A - 16:	Ilm-Kreis: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen	143
Tab. A - 17:	Landkreis Sömmerda: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen	143
Tab. A - 18:	Landkreis Weimarer Land: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen.....	144
Tab. A - 19:	Region Mittelthüringen: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen	144
Tab. A - 20:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen	145
Tab. A - 21:	Kreisfreie Stadt Weimar: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen	145
Tab. A - 22:	Landkreis Gotha: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen	146
Tab. A - 23:	Ilm-Kreis: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen	146
Tab. A - 24:	Landkreis Sömmerda: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen	147
Tab. A - 25:	Landkreis Weimarer Land: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen	147
Tab. A - 26:	Region Mittelthüringen: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen.....	148
Tab. A - 27:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen.....	148
Tab. A - 28:	Kreisfreie Stadt Weimar: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen.....	149
Tab. A - 29:	Landkreis Gotha: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen.....	149
Tab. A - 30:	Ilm-Kreis: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen.....	150
Tab. A - 31:	Landkreis Sömmerda: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen.....	150
Tab. A - 32:	Landkreis Weimarer Land: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen.....	151
Tab. A - 33:	Mittelthüringen: Bindungsquoten nach Standorttypen.....	152
Tab. A - 34:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Bindungsquoten nach Standorttypen	153
Tab. A - 35:	Kreisfreie Stadt Weimar: Bindungsquoten nach Standorttypen	154
Tab. A - 36:	Landkreis Gotha: Bindungsquoten nach Standorttypen	155
Tab. A - 37:	Ilm-Kreis: Bindungsquoten nach Standorttypen.....	156
Tab. A - 38:	Landkreis Sömmerda: Bindungsquoten nach Standorttypen	157
Tab. A - 39:	Landkreis Weimarer Land: Bindungsquoten nach Standorttypen	158
Tab. A - 40:	Region Mittelthüringen: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen	159
Tab. A - 41:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen	159



Tab. A - 42:	Kreisfreie Stadt Weimar: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen	160
Tab. A - 43:	Landkreis Gotha: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen	160
Tab. A - 44:	Ilm-Kreis: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen	161
Tab. A - 45:	Landkreis Sömmerda: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen	161
Tab. A - 46:	Landkreis Weimarer Land: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen	162
Tab. A - 47:	Region Mittelthüringen: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen	162
Tab. A - 48:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen	163
Tab. A - 49:	Kreisfreie Stadt Weimar: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen	163
Tab. A - 50:	Landkreis Gotha: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen	164
Tab. A - 51:	Ilm-Kreis: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen	164
Tab. A - 52:	Landkreis Sömmerda: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen	165
Tab. A - 53:	Landkreis Weimarer Land: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen	165
Tab. A - 54:	Region Mittelthüringen: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen	166
Tab. A - 55:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen	166
Tab. A - 56:	Kreisfreie Stadt Weimar: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen	167
Tab. A - 57:	Landkreis Gotha: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen.....	167
Tab. A - 58:	Ilm-Kreis: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen.....	168
Tab. A - 59:	Landkreis Sömmerda: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen	168
Tab. A - 60:	Landkreis Weimarer Land: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen	169
Tab. A - 61:	Region Mittelthüringen: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern.....	169
Tab. A - 62:	Kreisfreie Stadt Erfurt: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern.....	170
Tab. A - 63:	Kreisfreie Stadt Weimar: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern.....	170



Tab. A - 64:	Landkreis Gotha: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern.....	171
Tab. A - 65:	Ilm-Kreis: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern.....	171
Tab. A - 66:	Landkreis Sömmerda: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern.....	172
Tab. A - 67:	Landkreis Weimarer Land: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern.....	172
Tab. A - 68:	Entwicklungsspielräume nach Sortimenten nach der regionsweiten Prognose	173



1. AUSGANGSLAGE UND AUFGABENSTELLUNG

Die Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen ist Träger der Regionalplanung in der einwohnerbezogen zweitgrößten der insgesamt vier Thüringer Planungsregionen. In der Region leben entlang der Städtereihe Gotha-Erfurt-Weimar und deren Umfeld rd. 665.000 Einwohner¹.

Im Jahr 2011 wurde durch die Planungsversammlung der Regionalen Planungsgemeinschaft einstimmig die Erarbeitung eines Regionalen Einzelhandelskonzeptes für die Region Mittelthüringen beschlossen. Das vorliegende Konzept dient, basierend auf einer umfassenden Analyse des Einzelhandels, als vertiefte Bewertungsgrundlage für weitere Entscheidungen hinsichtlich bedeutsamer Einzelhandelsentwicklungen. Das Hauptaugenmerk ist dabei auf den großflächigen Einzelhandel und auf die Nahversorgung im ländlichen Raum gerichtet. Im Einzelnen umfasst das Regionale Einzelhandelskonzept Mittelthüringen folgende, aufeinander aufbauende Bausteine:

- bedeutende Strukturdaten der Region Mittelthüringen
- relevante Trends im Einzelhandel auf Angebots- und Nachfrageseite
- Ist-Situation - Angebots- und Nachfrageseite - unter besonderer Berücksichtigung der Grund-/ Nahversorgungsstrukturen
- quantitativer Entwicklungsspielraums im Einzelhandel (Verkaufsflächenprognose)
- regionale Zentrenhierarchie - Innenstädte/ Ortskerne, Stadt- und Ortsteilzentren
- perspektivische regionale Sortimentsliste
- Zielsystems und Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung
- Kommunikationskonzept mit einem allgemeinen Abstimmungs- und Moderationsverfahren sowie Handlungsansätzen zur Nahversorgung

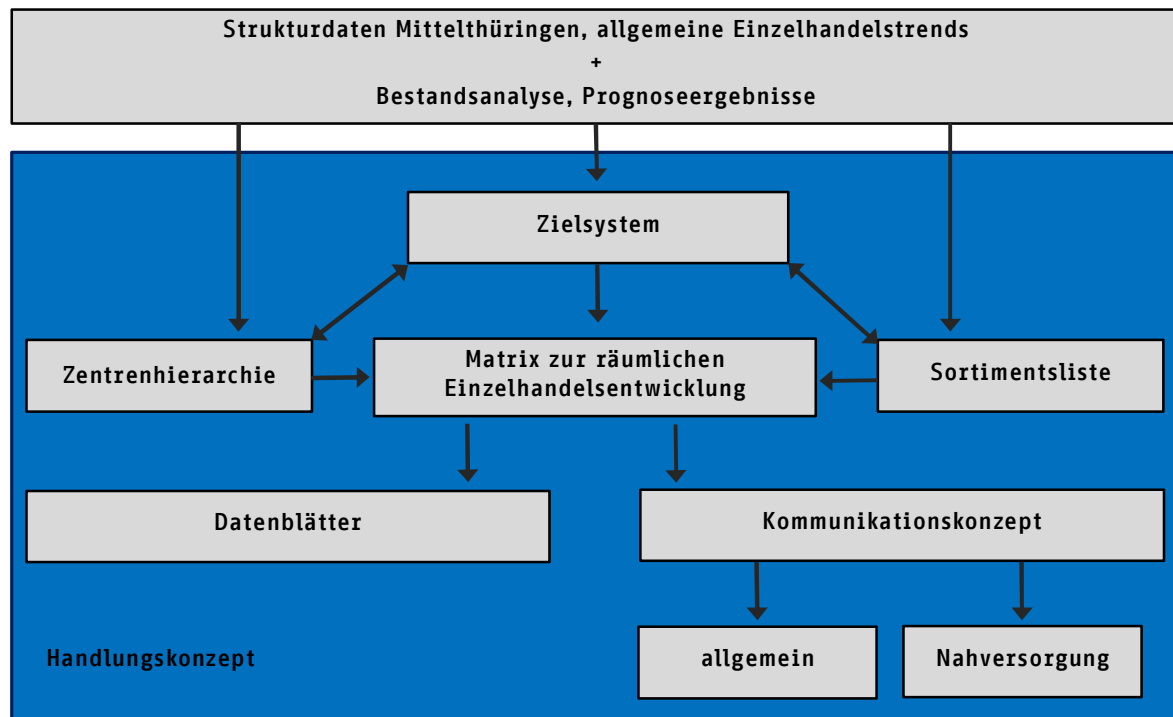
In einem eigenen Berichtsteil werden die wesentlichen Daten der Grundversorgungsbereiche und der Gemeinden Mittelthüringens dargestellt.

Die nachfolgende Abbildung zeigt die Konzeptstruktur und die Zusammenhänge der einzelnen Konzeptbausteine.

¹ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Stand 31.12.2013.



Abb. 1: Bausteine des Einzelhandelskonzeptes Mittelthüringen



Quelle: eigene Darstellung

2. STRUKTURDATEN DER REGION MITTELTHÜRINGEN

Die (Planungs-)Region Mittelthüringen umfasst die beiden kreisfreien Städte Erfurt und Weimar und die Landkreise Gotha, Ilm-Kreis, Sömmerda und Weimarer Land. An die Planungsregion Mittelthüringen grenzen die Planungsregionen Nordthüringen, Südwestthüringen und Ostthüringen an. Zudem schließt an die Region Mittelthüringen im nordöstlichen Bereich der beiden Landkreise Sömmerda und Weimarer das Bundesland Sachsen-Anhalt an.

Die Region Mittelthüringen ist über die Neu- und Ausbaustrecke Nürnberg - Erfurt - Berlin, die Mitte-Deutschland-Schienenverbindung und die Verbindung Erfurt - Naumburg - Halle/ Leipzig an das europäisch bedeutsame Schienennetz angebunden. Daneben existieren noch mehrere großräumig, überregional und regional bedeutsame Schienenverbindungen. Alle zentralen Orte - Ober-, Mittel- und Grundzentren (s. auch 2.1) - sowie zahlreiche nicht zentrale Orte sind an dieses Schienennetz angebunden. Mit den Bundesautobahnen A 4 und A 71 durchziehen zwei europäisch bedeutsame Straßenverbindungen die Region in Ost-West- bzw. Nord-Süd-Richtung, zudem sind noch mehrere großräumig bzw. überregional bedeutsame Straßenver-

bindungen, meist Bundesstraßen, zu verzeichnen. Weiterhin liegt im Osten von Erfurt der internationale Verkehrsflughafen Erfurt-Weimar².

2.1 Bevölkerungsstruktur und Zentrale Orte System

Die Region Mittelthüringen umfasst insgesamt rd. 665.000 Einwohner³, dies entspricht gut 30% der Einwohner von Thüringen. Mit 204.880 Einwohnern lebt annähernd ein Drittel der Einwohner von Mittelthüringen in der kreisfreien Stadt Erfurt, die zugleich das einzige Oberzentrum in Region darstellt und nach dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 *der bedeutendste Bevölkerungs-, Wirtschafts-, Verwaltungs- und Arbeitsmarktschwerpunkt in Thüringen* ist. Als Oberzentrum soll Erfurt *hochwertige Funktionen der Daseinsvorsorge mit landesweiter Bedeutung* konzentrieren und diese *zukunftsfähig weiterentwickelt werden*; hierzu zählt (u.a.) insbesondere die *zentrale Einzelhandelsfunktion*⁴.

Die beiden Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums - Weimar und Gotha - weisen 63.315 bzw. 44.325 Einwohner auf. Sie sollen *die höherwertigen Funktionen der Daseinsvorsorge mit in der Regel überregionaler Bedeutung*, wozu auch eine *überregionale Einzelhandelsfunktion* gehört, konzentrieren und zukunftsfähig weiterentwickeln. Ein (Versorgungs-)Merkmal von Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums besteht nach dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 in einem Stadtzentrum mit vielfältigem Einzelhandelsangebot⁵.

Die Einwohnerzahlen der vier Mittelzentren Apolda, Arnstadt, Ilmenau und Sömmerda liegen bei gut 19.000 Einwohnern (Sömmerda) bis annähernd 26.000 Einwohnern (Ilmenau). In ihnen sollen sich die *gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung* konzentrieren und zukunftsfähig weiterentwickeln. Hinsichtlich der Einzelhandelsfunktion wird ebenfalls auf die regionale Ver-

² Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen: Regionalplan Mittelthüringen S. 25ff.

³ Quelle (auch im Folgenden): Thüringer Landesamt für Statistik, Stand 31.12.2013.

⁴ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 24f.

⁵ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 25f.



sorgung abgestellt, die sich in *vielseitigen Einkaufsmöglichkeiten des gehobenen Bedarfs* widerspiegeln soll⁶.

Weiterhin sind im Regionalplan Mittelthüringen 16 Grundzentren und ihre Grundversorgungsbereiche definiert⁷, diese weisen Bevölkerungszahlen von 2.128 Einwohnern (Gebesee) bis 13.077 Einwohner (Waltershausen) auf. In ihnen sollen *die Funktionen der Daseinsvorsorge mit überörtlicher Bedeutung* - auch im Hinblick auf die Einzelhandelsfunktion – *ergänzend zu den höherstufigen Zentralen Orten konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden*, wobei sie insbesondere Grundversorgungsfunktion leisten sollen⁸.

Die Region Mittelthüringen ist in weiten Teilen durch sehr kleinteilige Siedlungsstrukturen geprägt. So weisen annähernd zwei Drittel der Kommunen, die i.d.R. aus mehreren Teilorten bestehen, eine Einwohnerzahl von bis zu 1.000 Einwohnern auf, bis zu 2.500 Einwohner verzeichnen mehr als vier Fünftel der Kommunen. Vor dem Hintergrund der Mindestanforderungen z.B. von Betreibern für Lebensmittelbetriebe hinsichtlich Verkaufsfläche oder Mantelbevölkerung im engeren Einzugsbereich deuten diese geringen Werte bereits auf die Schwierigkeiten einer möglichst flächendeckenden Grund-/ Nahversorgung hin (s. auch Kap. 4.4):

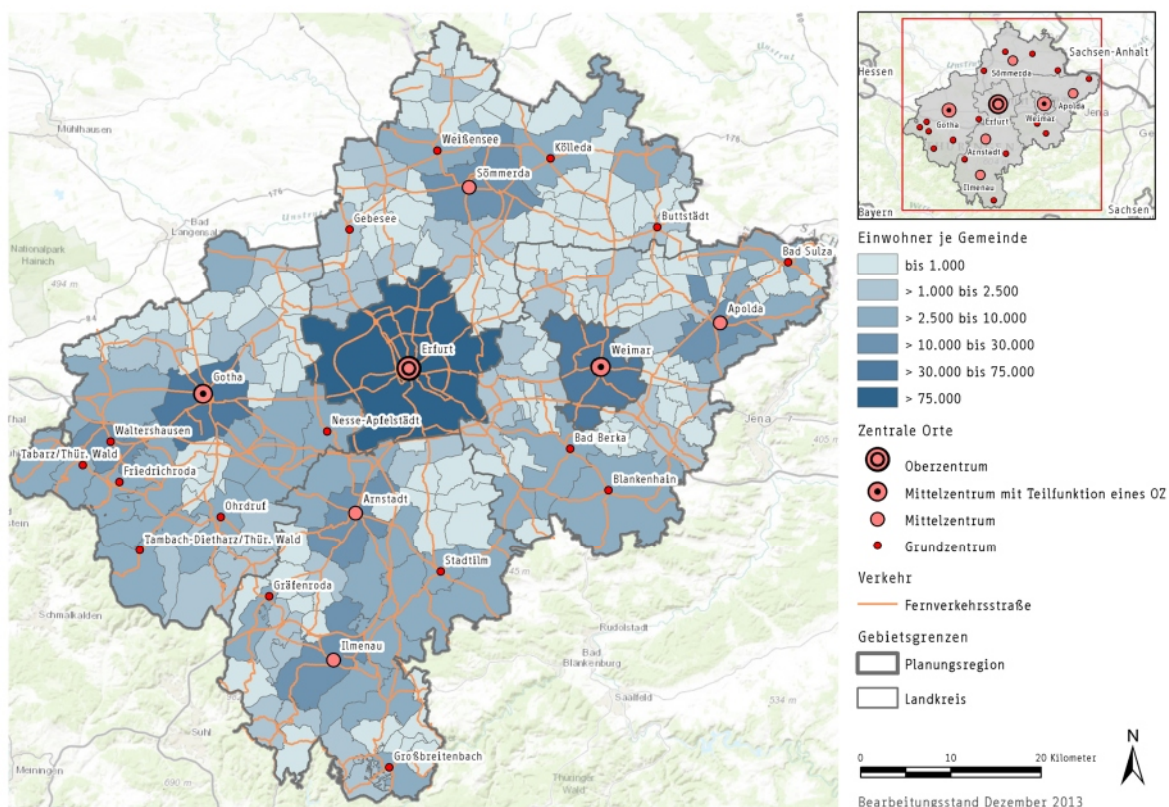
- Kleine Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche von bis zu rd. 200 qm benötigen im Allgemeinen mindestens rd. 1.000 Einwohner im unmittelbaren Einzugsgebiet.
- Ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von rd. 800 qm - entsprechend der seitens der Betreiber von Lebensmitteldiscountern geforderten Mindestverkaufsfläche - versorgt rechnerisch etwa 2.500 Einwohner mit Nahrungs-/ Genussmitteln.

⁶ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 26f.

⁷ Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen: Regionalplan Mittelthüringen S. 7f.

⁸ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 28.

Karte 1: Zentrale-Orte-System und klassifizierte Einwohnerzahlen der Städte und Gemeinden



Quelle: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel; Regionalplan Mittelthüringen; Thüringer Landesamt für Statistik; eigene Darstellung

2.2 Bevölkerungsentwicklung

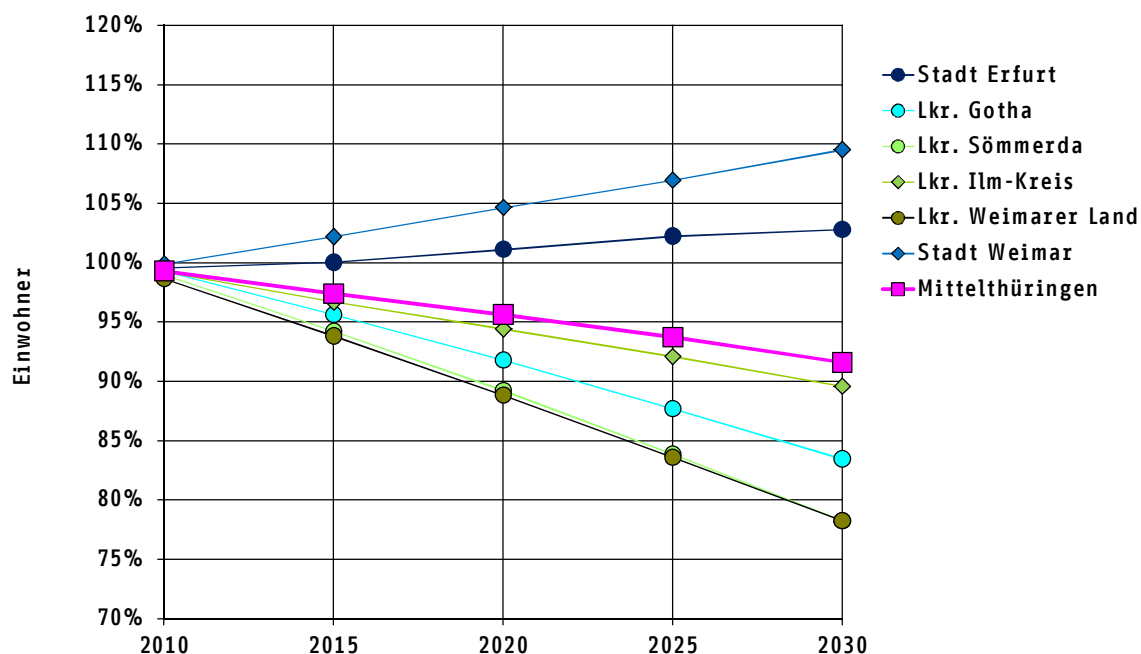
Im Hinblick auf die perspektivischen Versorgungsstrukturen und auch hinsichtlich etwaiger Verkaufsflächenpotenziale ist neben den Entwicklungstendenzen im Einzelhandel (vgl. Kap. 3) die mittel- bis langfristige Bevölkerungsentwicklung von Bedeutung. Für Mittelthüringen wird einer Prognose des Thüringer Landesamts für Statistik zufolge bis zum Jahr 2030 ein Rückgang der Einwohnerzahl auf rd. 621.825 Einwohner - gegenüber rd. 679.350 Einwohnern im Jahr 2009, dem Basisjahr der Prognose - vorhergesagt. Dies entspricht einem erheblichen relativen Bevölkerungsrückgang um rd. 8%. Innerhalb der Region Mittelthüringen sind dabei auf Kreisebene deutliche Unterschiede zu konstatieren:

- Für die beiden kreisfreien Städte Erfurt und Weimar wird eine positive Bevölkerungsentwicklung von rd. 3% bzw. 9% erwartet.
- Demgegenüber wird für die Landkreise Sömmerda und Weimarer Land je ein sehr hoher Bevölkerungsrückgang in einer Größenordnung von rd. 22% prognostiziert.



- Auch für den Landkreis Gotha und den Ilm-Kreis sind hohe Bevölkerungsrückgänge von rd. 17% bzw. 10% vorhergesagt.

Abb. 2: Relative Einwohnerentwicklung in den Stadt- und Landkreisen der Region Mittelthüringen

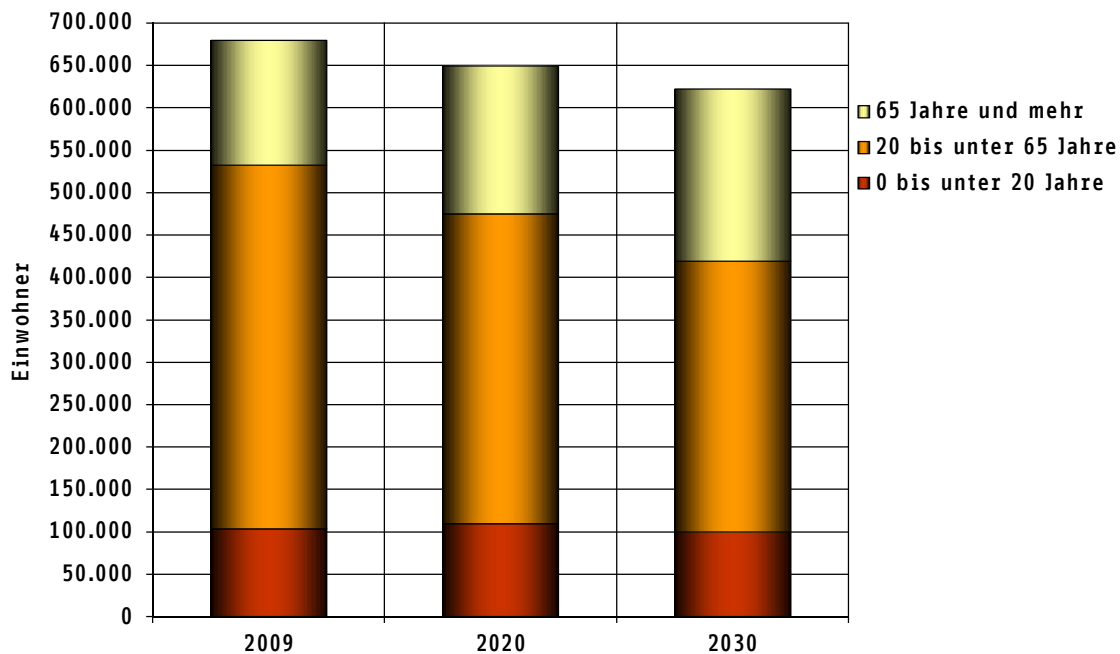


Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik; eigene Berechnungen

Weiterhin sind auch bei den Altersgruppen deutliche Unterschiede in der Entwicklung bis zum Jahr 2030 festzustellen, die auch zu Auswirkungen z.B. auf die Nachfrage bestimmter Sortimente – beispielsweise in den Bereichen Drogeriewaren und Apotheke - und damit zu Anpassungen bzw. Veränderungen der Einzelhandelsstrukturen führen werden:

- Die Altersgruppe der bis 20-Jährigen fällt nach einem vorübergehenden Anstieg bis zum Jahr 2020 deutlich - um rd. 3,5% - unter den Ausgangswert von 2009 zurück.
- Bei der Gruppe der 20- bis unter 65-Jährigen ist ein sehr hoher absoluter und relativer Rückgang bis auf rd. 74% des Ausgangswerts zu verzeichnen.
- Die Gruppe der 65- Jährigen und älteren nimmt hingegen bis zum Jahr 2030 absolut und relativ betrachtet in einem sehr großen Maße (rd. 38%) zu.

Abb. 3: Entwicklung der Einwohnerzahl in Mittelthüringen nach Altersgruppen



Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik; eigene Berechnungen

3. TRENDS IM EINZELHANDEL

Die gesellschaftliche Aufgabe des Einzelhandels liegt in der Versorgung der Bevölkerung mit Gütern. In jeder Stadt bzw. Gemeinde - unabhängig von ihrer zentralörtlichen Funktion - betrifft dies zunächst die Grundversorgung. Je höher die zentralörtliche Hierarchiestufe einer Kommune ist, desto größer sind die Anforderungen an die Einzelhandelsvielfalt, sowohl hinsichtlich Tiefe und Breite des Warenangebots als auch bezüglich unterschiedlicher Betriebsformen und -größen (vgl. auch Kap. 2.1). Die unterschiedliche Einzelhandels-Versorgungsfunktion, welche die Kommunen erfüllen sollen bzw. dürfen, ist im Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 dargestellt: Demnach sind großflächige Einzelhandelsbetriebe nur in Mittelzentren und höherzentralen Orten zulässig, wobei für Grundzentren und nichtzentrale Orte Ausnahmeregelungen hinsichtlich Grundversorgungsbetrieben bestehen⁹.

Neben der eigentlichen Versorgungs-Aufgabe des Einzelhandels erzeugt dieser an integrierten Standorten Dichte, Frequenz und Vielfalt. Der Einzelhandel hat eine "stadtbildende Funktion": Städtisches Leben, urbane Attraktivität und Multifunktio-

⁹ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 43ff, insbesondere 2.6.1 Z.



nalität sind ohne Einzelhandel nur schwer vorstellbar. Im Zuge des Strukturwandels wurde den Zentren jedoch viel von der stadtbildenden Kraft des Einzelhandels entzogen.

Auf Grund der Lösung des Einzelhandels von klassischen Standortfaktoren wie "Einwohnerdichte im unmittelbaren (Wohn-)Umfeld" oder "hohe Passantendichte" kam es vielerorts zu einer Entwertung traditioneller Einkaufsstandorte und -lagen sowie der auf diese Standorte ausgerichteten infrastrukturellen Einrichtungen. Durch die Ansiedlungspolitik der Kommunen in Außenbereichen entwickelten sich neue, zum Teil erhebliche Nutzungskonflikte (gewerbliche Nutzung, industrielle Nutzung, Sportstätten, Einzelhandelsnutzung) und ökologische Probleme (Verkehrsaufkommen, Landschaftsverbrauch, Flächenversiegelung).

Um die stadtbildprägende Kraft des Einzelhandels aufrechtzuerhalten - und zudem die Nahversorgung möglichst großer Bevölkerungsteile - bedarf es daher der gezielten Lenkung der Einzelhandelsentwicklung.

3.1 Handelsendogene und -exogene Faktoren der Einzelhandelsentwicklung

Die Entwicklung des Einzelhandels wird sowohl durch die Anbieter (handelsendogene Faktoren) als auch durch die Nachfrager bzw. Konsumenten (handelsexogene Faktoren) bestimmt. Bei der Betrachtung der Wechselbeziehungen von handelsendogenen und handelsexogenen Faktoren ist jedoch festzustellen, dass der Einzelhandel nicht vorrangig auf die Bedürfnisse der Nachfrage reagiert, sondern dass die verschiedenen Entwicklungen im Einzelhandel primär durch diesen selbst bestimmt werden.

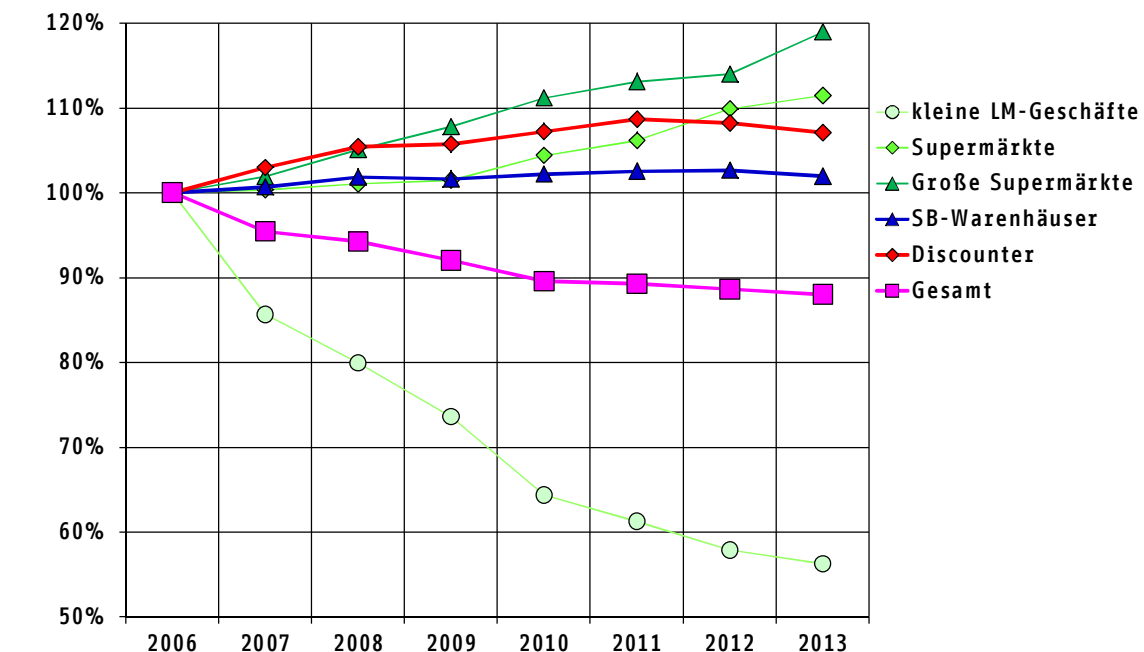
3.1.1 Handelsendogene Faktoren

Betriebstypenentwicklung: Die Betriebstypenentwicklung als Folge des stetigen Bestrebens der Handelskonzerne Kostenstrukturen zu optimieren, ist in hohem Maße mit einem Anstieg der durchschnittlichen Verkaufsfläche und einer kontinuierlichen Abnahme kleiner(er) inhabergeführter Fachgeschäfte verbunden. Problematisch ist dies vor allem, weil ein großer Teil der größeren und großen Betriebe außerhalb gewachsener städtischer Strukturen angesiedelt wird und somit zur Auflösung der

vorhandenen städtischen Funktionen und der Nutzungsvielfalt beiträgt. Der aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen erfolgte Anstieg der Verkaufsfläche je Betrieb erschwert häufig die Integration der neuen Betriebstypen in die gewachsenen Strukturen der Zentren, wodurch die Multifunktionalität des Handels abhanden kommen kann.

Beispielhaft ist nachfolgend die Entwicklung im Lebensmitteleinzelhandel dargestellt. Die durchschnittliche Verkaufsfläche der Lebensmittelbetriebe stieg im Zeitraum von 2006 bis 2013 von knapp 770 qm auf gut 900 qm, d.h. um rd. 18%, an.

Abb. 4: Entwicklung der Anzahl der Lebensmittelbetriebe in Deutschland insgesamt und nach Betriebsformen von 2006 bis 2013



Quelle: EHI/ www.handelsdaten.de; eigene Berechnungen

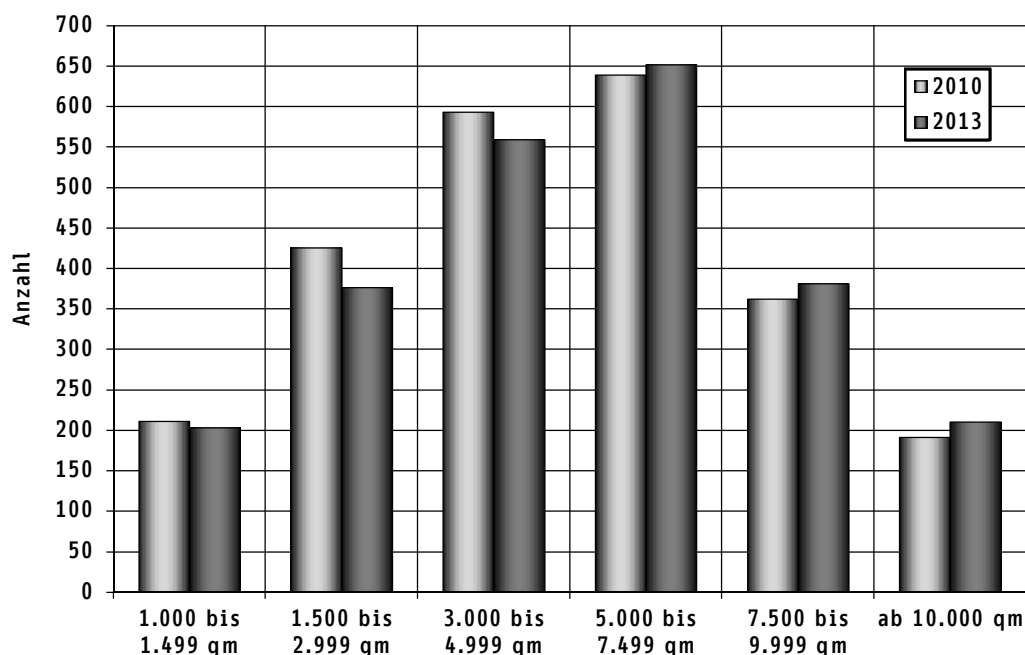
Zurückzuführen ist dies im Wesentlichen auf den stetigen Rückgang kleiner Lebensmittelgeschäfte: Von 2006 bis 2013 verringerte sich die Zahl dieser Betriebe auf rd. 58%. Demgegenüber sind die Betriebszahlen von Supermärkten und großen Supermärkten, d.h. größerer und großer Betriebe, deutlich angestiegen. Über alle Betriebsformen hinweg betrachtet ist ein Rückgang an Lebensmittelgeschäften zu verzeichnen; es besteht ein Verdrängungswettbewerb zu Lasten kleinerer, oftmals an integrierten Standorten gelegener Betriebe. In der Folge dünnt das wohnungsnahe Versorgungsnetz immer mehr aus, zumal vielerorts Standortkonzentrationen von Le-



bensmittelbetrieben sowohl unterschiedlicher als auch gleicher Betriebsform an Verkehrsknotenpunkten und stark frequentierten Straßen zu beobachten sind.

Vergleichbare Entwicklungen sind auch in anderen Branchen zu beobachten. Zum Beispiel stieg im Bereich der Bau- und Heimwerkermärkte die Zahl der größeren Betriebe - ab 5.000 qm Verkaufsfläche - an, während die Zahl kleinerer Betriebe deutlich rückläufig war. Inwieweit sich diese Entwicklung fortsetzen wird, ist derzeit ungewiss: Die Fa. OBI plant nach eigenen Aussagen ab 2015 deutschlandweit neben den klassischen Baumärkten kleine Innenstadtläden zu eröffnen, in denen Waren nur in einem bestimmten Umfang sofort mitgenommen werden können, stattdessen jedoch am gleichen oder am folgenden Tag dem Kunden geliefert werden sollen.

Abb. 5: Vergleich der Anzahl der Bau- und Heimwerkermärkte in Deutschland nach Größenklassen in den Jahren 2010 und 2013



Quelle: EHI/ www.handelsdaten.de; eigene Berechnungen

Standortdynamik: Die Betriebstypendynamik führt(e) - teilweise gemeinsam mit den Trends auf Seiten der Konsumenten - auch zu geänderten Standortanforderungen hinsichtlich Verkehrsanbindung, Grundstücks-/ Mietpreis etc. Die Funktionsmischung großer Einzelhandelsstandorte an der Peripherie trägt zu ihrer Standortattraktivität und zu einer erhöhten Konkurrenzsituation mit den Innenstädten und größeren Stadtteilzentren bei, wodurch für diese Entwicklungshemmnisse entstehen (können).



Sortimentspolitik: Daneben verändern sich auch die einzelnen Betriebstypen selbst, z.B. im Hinblick auf ihr Warensortiment. Die klassische Branchenaufteilung bricht dadurch langsam auf, sodass mittlerweile nicht nur Warenhäuser als Mehrbranchenanbieter angesehen werden können. Baumärkte oder Lebensmittelbetriebe führen auf sog. Aktionsflächen Sortimente, die von der für diese (ursprünglichen) Betriebsarten üblichen Sortimentsstrukturierung erheblich abweichen. Diese Sortimente stehen oftmals in Konkurrenz zu den entsprechenden Angeboten der Innenstädte und sonstigen Zentren.

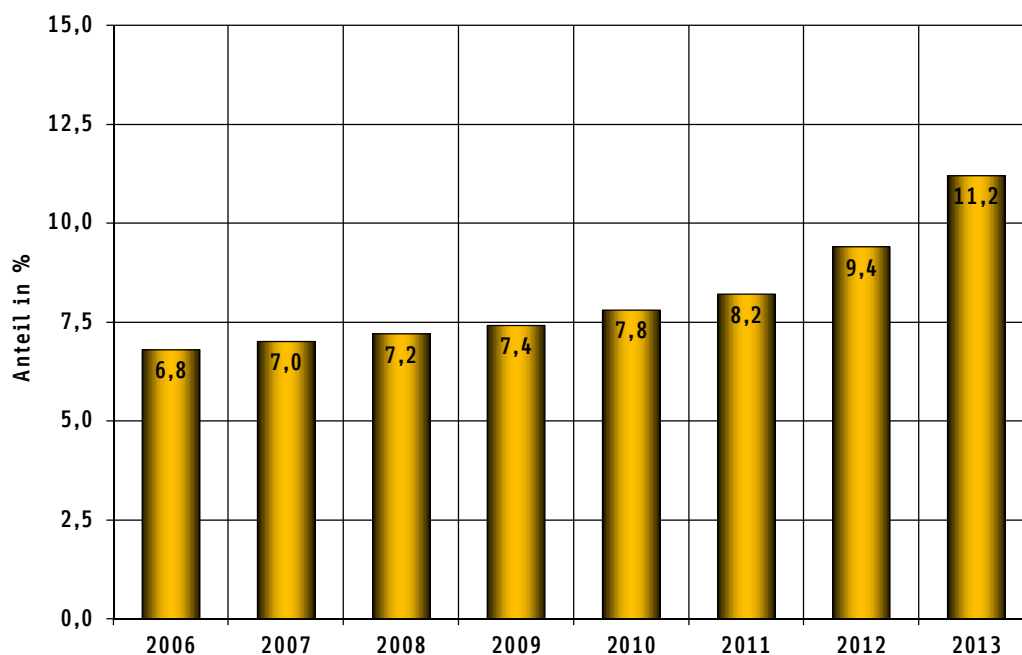
Neue Betriebsformen: Neue, meist groß dimensionierte Betriebstypen wie Factory Outlet Center und Urban Entertainment Center (UEC) stellen auf Grund ihrer auf innerstädtische Leitsortimente - v.a. Bekleidung, Schuhe/ Lederwaren und Sport/ Freizeit - ausgerichteten Angebotsstruktur eine weitere Konkurrenz für höherstufige Zentren dar. Allerdings ist zu berücksichtigen, dass diese Betriebstypen angesichts der jeweils erforderlichen Einzugsbereiche nur begrenzte Entwicklungspotenziale aufweisen.

Hingegen steigt der Umsatzanteil des Online-Handels insbesondere in einigen zentrenrelevanten/ -prägenden Sortimenten (z.B. Bücher, Medien) kontinuierlich an, während der klassische Versandhandel stetig an Bedeutung verliert. Insgesamt belief sich der einzelhandelsrelevante Umsatz von E-Commerce und Versandhandel im Jahr 2013 auf rd. 48,3 Mrd. €¹⁰. Dies entspricht einem Anteil am Gesamteinzelhandel von rd. 11,2%; im Jahr 2012 lag dieser Anteilswert noch bei rd. 9,4% und im Jahr 2010 bei rd. 7,8%.

¹⁰ Quelle - auch im Folgenden - <http://www.bevh.org/markt-statistik/zahlen-fakten/>



Abb. 6: Entwicklung des Versandhandelsumsatzes am Gesamteinzelhandelsumsatz von 2006 bis 2013



Quelle: <http://www.bevh.org/markt-statistik/zahlen-fakten/>

Differenziert betrachtet entfielen 2013 rd. 39,1 Mrd. € (rd. 81%) auf den Online-Handel und rd. 9,2 Mrd. € (rd. 19%) auf den klassischen Bestell-Versandhandel. Sortimentsbereichsbezogen entfiel im Jahr 2013 der größte einzelhandelsrelevante Umsatz von Online-Handel und Versandhandel insgesamt mit rd. 11,6 Mrd. € auf Bekleidung, wobei der Umsatz gegenüber dem Vorjahr um rd. 7% zunahm. Auf den Rängen zwei und drei folgten Bücher mit rd. 5,3 Mrd. € und Unterhaltungselektronik/ Elektronikartikel mit rd. 4,0 Mrd. €. Zukünftig ist eine nach Sortimenten unterschiedliche Entwicklung zu erwarten, wobei voraussichtlich deutlich steigende Umsatzanteile - zumindest relativ betrachtet - in innenstadtprägenden Sortimenten (s.o.), in nahversorgungsrelevanten Sortimenten (z.B. Drogerieartikel/ Kosmetik, Medikamente und Lebensmittel/ Delikatessen/ Wein) sowie auch in überwiegend nicht innenstadt-/ zentrenrelevanten Sortimenten, z.B. Möbel und Dekoration sowie DIY (Heimwerkerbedarf), zu verzeichnen sein werden.

3.1.2 Handelsexogene Faktoren

Einkommen: Die veränderten Kostenbelastungen bei privaten Haushalten (z.B. Energie- und Mobilitätskosten) führen zu einem Rückgang des Anteils der einzelhandelsbezogenen Konsumausgaben am Einkommen. Zudem findet zunehmend eine Kopplung

von Freizeitaktivitäten, Gastronomiebesuchen und Einkauf (Trend zum Erlebniseinkauf) statt. Dies stellt für Innenstädte und höherstufige Zentren, die sich meist durch eine hohe Multifunktionalität auszeichnen, eine Chance dar. Gleichzeitig wird hiermit die hohe Bedeutung einer Aufrechterhaltung dieser Funktionsmischung unterstrichen.

Mobilität: Die insgesamt betrachtet hohe Mobilität bzw. Mobilitätsbereitschaft führt dazu, dass zumindest von einem Teil der Bevölkerung auch zur Grundversorgung häufig nicht wohnungs-/ wohnortnahe Einzelhandelsstandorte aufgesucht werden. In der Folge kommt bzw. kam es zu einer Schwächung der Einzelhandelsstandorte an zentralen und sonstigen integrierten Standorten bis hin zum Wegfall der Nahversorgung im eigentlichen Sinne.

Konsumgewohnheiten: Die Veränderung der Konsumgewohnheiten führt in Verbindung mit einer Veränderung der Lebensstile zu einer Neubewertung der verschiedenen Einzelhandelsstandorte. Bei Lebensmitteleinkäufen dominiert in großen Teilen der Gesellschaft das One-Stop-Shopping, bei dem in größeren zeitlichen Abständen große Warenmengen eingekauft werden. Dagegen werden höherstufige Zentren, vor allem Innenstädte, häufig gezielt für den Einkauf spezieller Sortimente wie Bekleidung oder Schuhe aufgesucht. Ob dieses Einkaufsverhalten angesichts der deutlich steigenden Mobilitätskosten und des demographischen Wandels (s.u.) langfristig anhalten wird, darf bezweifelt werden.

Soziodemografische Entwicklung: Die Einwohnerzahl in Deutschland wird auf Grund der konstant niedrigen Geburtenrate trotz anhaltender Zuwanderungen aus dem Ausland langfristig abnehmen, in der Region Mittelthüringen ist dieser Prozess in weiten Teilen bereits zu beobachten und wird sich auch fortsetzen (vgl. Kap. 2.2). Hinzu kommt, dass der Anteil der älteren Menschen kontinuierlich zunimmt und die durchschnittliche Haushaltsgröße rückläufig ist. Diese Entwicklungen haben für den Einzelhandel große Bedeutung, z.B. hinsichtlich der Erreichbarkeit von Grund-/ Nahversorgungseinrichtungen oder auch das Angebot an gesundheitserhaltenden/ -fördernden Artikeln.



3.2 Städtebauliche Wirkungen der Einzelhandelsentwicklung

- Die Suburbanisierung der Handelsstandorte gefährdet die Rentabilität zentrenbezogener Entwicklungskonzepte sowie von **Investitionen** der öffentlichen Hand und der privaten Wirtschaft. Die fehlende wirtschaftliche Perspektive führt zum Rückzug weiterer Einzelhandelsunternehmen aus den Innenstädten und sonstigen Zentren.
- Die aus betriebswirtschaftlichen Effizienzgründen für erforderlich erachtete Mindestverkaufsfläche steigt in zahlreichen Einzelhandelsbranchen an und erschwert in Kombination mit der häufig vorherrschenden eingeschossigen Bauweise die **Integration** der Betriebe in die gewachsenen Strukturen der Innenstädte, Ortskerne und sonstigen Zentren. Die Multifunktionalität der Innenstädte und sonstigen höherstufigen Zentren sowie die kleinteiligen Strukturen in den zentralen Lagen insgesamt drohen in einem noch stärkerem Maße abhanden zu kommen.
- Die **wohnungsnahe Grundversorgung** ist nicht mehr garantiert. Als Folge der - durch die Genehmigungspolitik zugelassenen - Suburbanisierung ziehen sich der Handel und auch andere Infrastruktureinrichtungen (z.B. Poststellen, Bankfilialen) aus den Wohngebieten zurück. Die durch den Konzentrationsprozess im Lebensmitteleinzelhandel ausgelöste Erhöhung der durchschnittlichen Betriebsgröße hat letztlich größere Einzugsbereiche zur Folge. Der bestehende Verdrängungswettbewerb reduziert das Angebot zunehmend auf standort- und betriebstypenbezogen optimierte Betriebe: Eine fußläufige bzw. wohnortnahe Nahversorgung durch kleine(re) Lebensmittelbetriebe in Wohnlagen ist wegen der Ausdünnung des Versorgungsnetzes häufig nicht mehr gewährleistet. Diese Entwicklung verläuft dabei entgegen dem für die Nahversorgung wichtigen Ziel einer "Stadt der kurzen Wege". Betroffen ist letztlich vor allem der mobilitätseingeschränkte Teil der Bevölkerung. Mit dem wachsenden Anteil älterer Menschen steigt so die Zahl potenziell unterversorgter Haushalte.
- Die **städtische Verkehrssituation** gerät in ein Spannungsfeld. Das Flächenwachstum im Handel reduziert die Möglichkeiten, die städtischen Funktionen Wohnen und Versorgung zu mischen und damit das Individualverkehrsaufkommen zu redu-

zieren. Die Größe des Einzugsgebiets suburbaner Einzelhandelsstandorte führt zu einem zusätzlichen Anstieg des Individualverkehrs.

- Der Flächenverbrauch der modernen Betriebstypen für großflächige, eingeschossige Verkaufsräume und komfortable Pkw-Stellplatzanlagen sowie die Fokussierung dieser Betriebstypen auf motorisierte Konsumenten aus einem möglichst großen Einzugsgebiet führen zu zusätzlichen **Umweltbelastungen**.

Die aufgezeigten Probleme beeinträchtigen den in den Zentren und an sonstigen integrierten Standorten ansässigen Einzelhandel immer häufiger. Erforderlich sind daher bei Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben die konsequente Berücksichtigung bestehender Ziele und Grundsätze, wie sie beispielsweise im Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025¹¹ und als Zielsystem (vgl. Kap. 6) bzw. als Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 9) auch im vorliegenden Regionalen Einzelhandelskonzept enthalten sind.

4. IST-SITUATION IM EINZELHANDEL

4.1 Methodik

Für das vorliegende Regionale Einzelhandelskonzept wurde das **Einzelhandelsangebot** in der Region Mittelthüringen - mit Ausnahme des Einzelhandelsangebots in der Stadt Erfurt - im Rahmen einer flächendeckenden Befahrung/ Begehung der gesamten Region im Zeitraum August bis November 2013 durch Mitarbeiter des Büros Dr. Acocella Stadt- und Regionalentwicklung erhoben. Die Erhebung in der Stadt Erfurt erfolgte durch das Büro Junker + Kruse Stadtforschung Planung im Zeitraum Oktober bis Dezember 2013.

Berücksichtigt wurde bei den Erhebungen nicht nur der Einzelhandel i.e.S., sondern auch Apotheken und das Lebensmittelhandwerk (Bäcker, Metzger) sowie Tankstellenshops, soweit diese überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - vor allem Nahrungs-/ Genussmittel - führten¹².

¹¹ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 43.

¹² Nicht erfasst wurde der Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen.



Die Erhebung der **Verkaufsflächen** in den einzelnen Betrieben erfolgte sortimentsgenau: Die Betriebe wurden nicht entsprechend dem angebotenen Hauptsortiment insgesamt einer Branche zugerechnet (Schwerpunktprinzip), sondern jedes Sortiment wurde einzeln mit der zugehörigen Verkaufsfläche erfasst (z.B. in Supermärkten auch Drogeriewaren). Weiterhin wurde für jeden Betrieb neben der Gesamtverkaufsfläche und den sortimentsweisen Verkaufsflächen die Adresse (inkl. Stadt-/Ortsteil), der Standorttyp - Zentrum (mit Angabe des jeweiligen Zentrumnamens), sonstiger integrierter Standort und nicht integrierter Standort¹³ - sowie der Betriebstyp¹⁴ erfasst. Weiterhin wurden sämtliche Betriebe - und auch Leerstände, s.u. - mittels eines mobile mapper lagegetreu aufgenommen und in ein GIS übertragen.

Zudem wurden im Rahmen der Befahrung/ Begehung leerstehende Ladengeschäfte, soweit als solche erkennbar, flächendeckend erfasst. Neben Adresse und Standorttyp - analog zu den Einzelhandelsbetrieben - wurde die Ladenfläche aufgenommen.

Die Erhebungslisten mit den o.g. Daten wurden den Landkreisen zur Prüfung übermittelt und von dort - sowie seitens einzelner Städte - eingegangene Korrekturen übernommen; Stichtag für den Bestand ist der 31.12.2013. Zudem wurden auch die Abgrenzungen der Zentren - soweit nicht aus Einzelhandels- und Zentrenkonzepten übernommen - erarbeitet.

Der **Einzelhandelsumsatz** wurde auf der Grundlage vorliegender Daten zur sortiments-, betreiber- und betriebstypenbezogenen Leistungsfähigkeit von Einzelhandelsbetrieben¹⁵ sowie auf Basis eigener Erfahrungen ermittelt.

¹³ Bei der Zuordnung der Betriebe zu den genannten Standorttypen wurden die in den zum Zeitpunkt der Erhebung aktuellen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten der Ober- und Mittelzentren enthaltenen Zentrenabgrenzungen berücksichtigt. Derartige Konzepte lagen für Apolda, Erfurt, Gotha, Ilmenau, Sömmerda und Weimar vor. Für die Abgrenzung der Zentren in den weiteren Kommunen wurden die Dichte des Einzelhandels- und Dienstleistungsbesatzes, städtebauliche Qualitäten, verkehrliche, natürliche und bauliche Barrieren sowie städtebauliche Brüche als Kriterien herangezogen.

¹⁴ Als Betriebstypen wurden - bei besonderer Differenzierung der Betriebe mit Kernsortiment Nahrungs-/ Genussmittel - erfasst: Bäcker, Fleischer, Lebensmittel-SB-Geschäft, Lebensmittel-SB-Markt, Supermarkt, großer Supermarkt, SB-Warenhaus, Hofladen/ Direktvermarkter, Bioladen/ Reformhaus, Biomarkt, Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelkiosk, Lebensmittelfachgeschäft, Getränkemarkt, Tankstellenshop, Kiosk, Fachgeschäft, Fachmarkt, Kaufhaus und Warenhaus.

¹⁵ Insbesondere Institut für Handelsforschung (IfH), Köln: Betriebsvergleich des Einzelhandels 2013 und frühere Jahrgänge sowie EHI/ www.handelsdaten.de.

Das in den Städten und Gemeinden der Region Mittelthüringen bestehende **Nachfragepotenzial** im Einzelhandel errechnet sich aus der Einwohnerzahl der einzelnen Kommunen¹⁶ und der Kaufkraft je Einwohner, einem bundesdeutschen Durchschnittswert. Die jeweilige stadt-/ gemeindespezifische Kaufkraft wurde durch entsprechende Kennziffern¹⁷ berücksichtigt.

Die Relation der in einer Kommune, einem Landkreis bzw. in der Gesamtregion erzielten sortimentsweisen Umsätze zur verfügbaren sortimentsweisen Kaufkraft der gleichen Gebietseinheit ergibt **Bindungsquoten** (z.T. auch als "Zentralitäten" bezeichnet): Eine Quote von mehr als 100% bedeutet, dass per Saldo (Zuflüsse, vermindert durch die Abflüsse aus der jeweiligen Gebietseinheit) Kaufkraft zufließt, eine Quote von weniger als 100% entsprechend, dass per Saldo Kaufkraft abfließt.

Die Ergebnisse der Bestandaufnahme - sowie im weiteren Verlauf auch die Prognoseergebnisse und die konzeptionellen Bausteine - wurden in einer **Arbeitsgruppe**¹⁸, nach vorhergehender Präsentation durch das Büro Dr. Acocella diskutiert und zur Präsentation in nachfolgenden Sitzungen der **Planungsversammlung der Regionalen Planungsgemeinschaft Mittelthüringen** abgestimmt. Insgesamt wurden die Inhalte des Regionalen Einzelhandelskonzeptes Mittelthüringen in drei Arbeitsgruppensitzungen und vier Planungsversammlungen besprochen.

4.2 Ist-Situation auf Ebene der Region Mittelthüringen, der kreisfreien Städte/ Landkreise und der Kommunen

4.2.1 Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen

Im Rahmen der Erhebungen konnten in der Region Mittelthüringen insgesamt 4.630 Einzelhandelsbetriebe (inkl. Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops, vgl. Kap. 4.1) mit einer Gesamtverkaufsfläche von rd. 1.222.875 qm festgestellt werden.

¹⁶ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik.

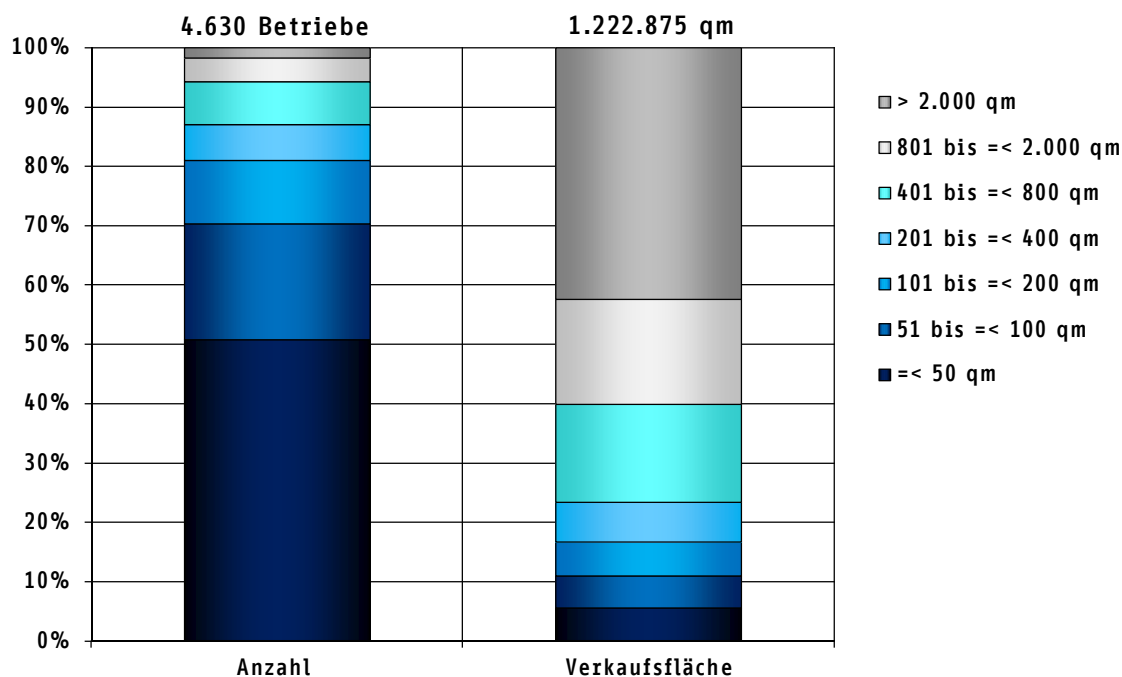
¹⁷ Quelle: BBE, Köln: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2013.

¹⁸ Die Arbeitsgruppe bestand aus Vertretern der Regionalen Planungsstelle Mittelthüringen, der Ober- und Mittelzentren, der beteiligten Landkreise sowie der in das Thema Einzelhandelsentwicklung involvierten Trägern öffentlicher Belange.



Der Großteil dieser Betriebe, rd. 70%, weist eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm auf. Damit handelt es sich um Betriebsgrößen, die den aktuellen Anforderungen in zahlreichen Branchen - sofern es sich nicht beispielsweise um spezialisierte Geschäfte oder Läden in stark frequentierten Lagen handelt - nicht mehr genügen¹⁹ und damit tendenziell in ihrem Fortbestand, z.B. bei alters-/ gesundheitsbedingter Geschäftsaufgabe und Problemen bei der Nachfolge, gefährdet sind. Rd. 6% der in Mittelthüringen ansässigen Betriebe weisen demgegenüber eine Verkaufsfläche von mehr als 800 qm auf und sind somit großflächig. Auf diese Betriebe, die innerhalb von Zentren i.d.R. wichtige Frequenzbringer- und Magnetbetriebsfunktion wahrnehmen, entfallen insgesamt rd. 60% der Verkaufsfläche.

Abb. 7: Anzahl und Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe im Mittelthüringen nach Größenklassen



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

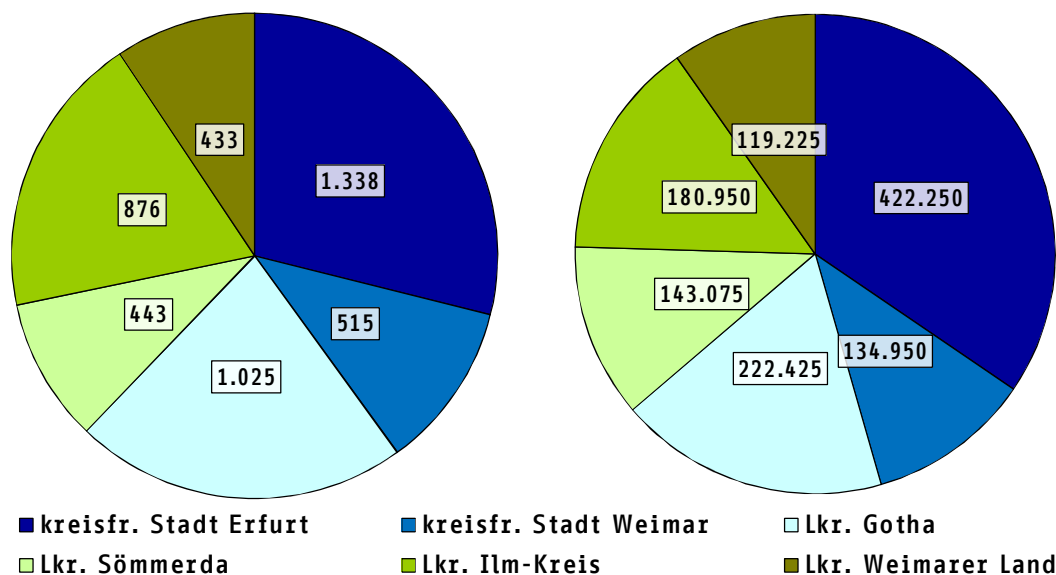
Auf der Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise zeigen sich nur geringe Unterschiede (vgl. auch Tab. A - 1 und Tab. A - 2 im Anhang):

¹⁹ I.d.R. wettbewerbsfähig bei Verkaufsflächen von weniger als 100 qm sind Lebensmittelfachgeschäfte (z.B. Obst- und Gemüsegeschäft), Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer), Apotheken und Betriebe mit Kernsortiment Uhren/ Schmuck bzw. Optik sowie Betriebe mit kioskähnlichen Sortiment (Getränke, Süßwaren, Tabakwaren, Zeitungen/ Zeitschriften, Papier- und Schreibwaren).

- Während im Ilm-Kreis und in den Landkreisen Sömmerda und Weimarer Land der Anteil der Betriebe mit bis zu 100 qm Verkaufsfläche mit rd. 73% bis 74% überdurchschnittlich hoch ist, liegt er in der kreisfreien Stadt Weimar mit rd. 65% unter dem Durchschnittswert von rd. 70%.
- Im Landkreis Gotha und im Ilm-Kreis verzeichnen die Betriebe mit mehr als 800 qm Verkaufsfläche mit rd. 48% bzw. rd. 49% vergleichsweise geringe Anteilswerte, während in der kreisfreien Stadt Erfurt und im Landkreis Sömmerda mit rd. 67% bzw. rd. 72% deutlich überdurchschnittliche Anteilswerte zu verzeichnen sind.

Rd. 29% der Einzelhandelsbetriebe und rd. 35% der Verkaufsfläche der Region Mittelthüringen sind in der Stadt Erfurt angesiedelt. Insbesondere der Verkaufsflächenanteil zeigt die wichtige (über-)regionale Versorgungsfunktion des Oberzentrums, zumal der Einwohneranteil von Erfurt mit rd. 31% deutlich geringer ist. Weiterhin erreicht der Landkreis Gotha bezogen auf die Betriebszahl mit rd. 22% bzw. verkaufsflächenbezogen mit rd. 18% vergleichsweise hohe Anteilswerte.

Abb. 8: Anzahl und Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

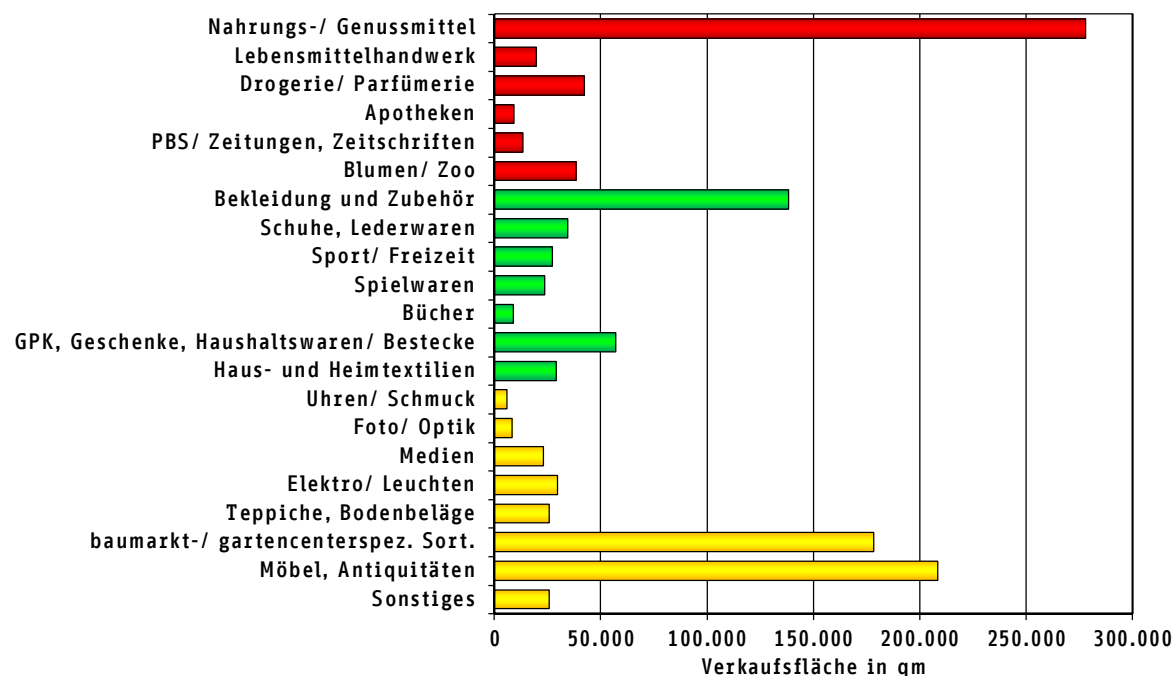
Differenziert nach Sortimenten zeigt sich, dass der größte Anteil mit rd. 41% auf den langfristigen Bedarfsbereich (gelbe Balken in Abb. 9) entfällt, bedingt im Wesentlichen durch die hohen Verkaufsflächenwerte bei den baumarkt-/ gartencenter-



spezifischen Sortimenten und im Sortiment Möbel, Antiquitäten (vgl. auch Tab. A - 3 im Anhang). Dies ist wiederum auf mehrere große Betriebe mit entsprechendem Kernsortiment, die in der Region Mittelthüringen angesiedelt sind, zurückzuführen.

Sortimentsbezogen weist jedoch das für die Grund-/ Nahversorgung im besonderen Maße wesentliche Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel die größte Verkaufsfläche auf; auf dieses Sortiment entfällt annähernd ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche in der Region Mittelthüringen. Einen hohen Anteil mit rd. 11% erzielt weiterhin das innenstadtprägende Sortiment Bekleidung und Zubehör.

Abb. 9: Verkaufsflächen in Mittelthüringen nach Sortimenten



PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Auf der Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise sind dabei zum Teil deutliche Unterschiede festzustellen (vgl. Tab. A - 4 bis Tab. A - 9 im Anhang):

- In der kreisfreie Stadt Weimar und dem Landkreis Gotha entfällt der höchste Anteil auf den kurzfristigen Bedarfsbereich, was u.a. durch die überdurchschnittlich hohen Verkaufsflächenanteile im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel bedingt ist.
- In den beiden kreisfreien Städten Erfurt und Weimar entfallen je annähernd ein Drittel auf den mittelfristigen Bedarfsbereich, während die entsprechenden An-



teilswerte des Ilm-Kreises und der Landkreise Sömmerda und Weimarer Land nur rd. 18% bis 21% betragen.

- Die Landkreise Sömmerda und Weimarer Land weisen mit rd. 52% bzw. 49% hingegen sehr hohe Verkaufsflächenanteile im langfristigen Bedarfsbereich auf, bedingt im Wesentlichen durch große Anteilswerte im Sortiment Möbel, Antiquitäten.

Differenziert nach Kommunen sind die größten Verkaufsflächenwerte im Oberzentrum Erfurt (rd. 422.250 qm Verkaufsfläche) sowie in den beiden Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums Weimar und Gotha (rd. 134.950 qm bzw. 127.150 qm Verkaufsfläche) zu verzeichnen. In diesen Städten entfällt zudem jeweils nahezu ein Drittel der Verkaufsfläche auf den mittelfristigen Bedarfsbereich, der durch die innerstädtischen Leitsortimente Bekleidung und Zubehör, Schuhe, Lederwaren und Sport/ Freizeit geprägt wird. Die besondere Versorgungsfunktion, die diesen drei Städten auf Grund ihrer zentralörtlichen Einstufung zukommt, spiegelt sich damit auch im Einzelhandelsangebot wider.

Relativ hohe Gesamtverkaufsflächen von rd. 44.200 qm bis 69.825 qm weisen weiterhin die Mittelzentren Apolda, Arnstadt, Ilmenau und Sömmerda auf. Der Anteil des mittelfristigen Bedarfsbereichs beträgt in diesen vier Städten rd. 22% bis 28%.

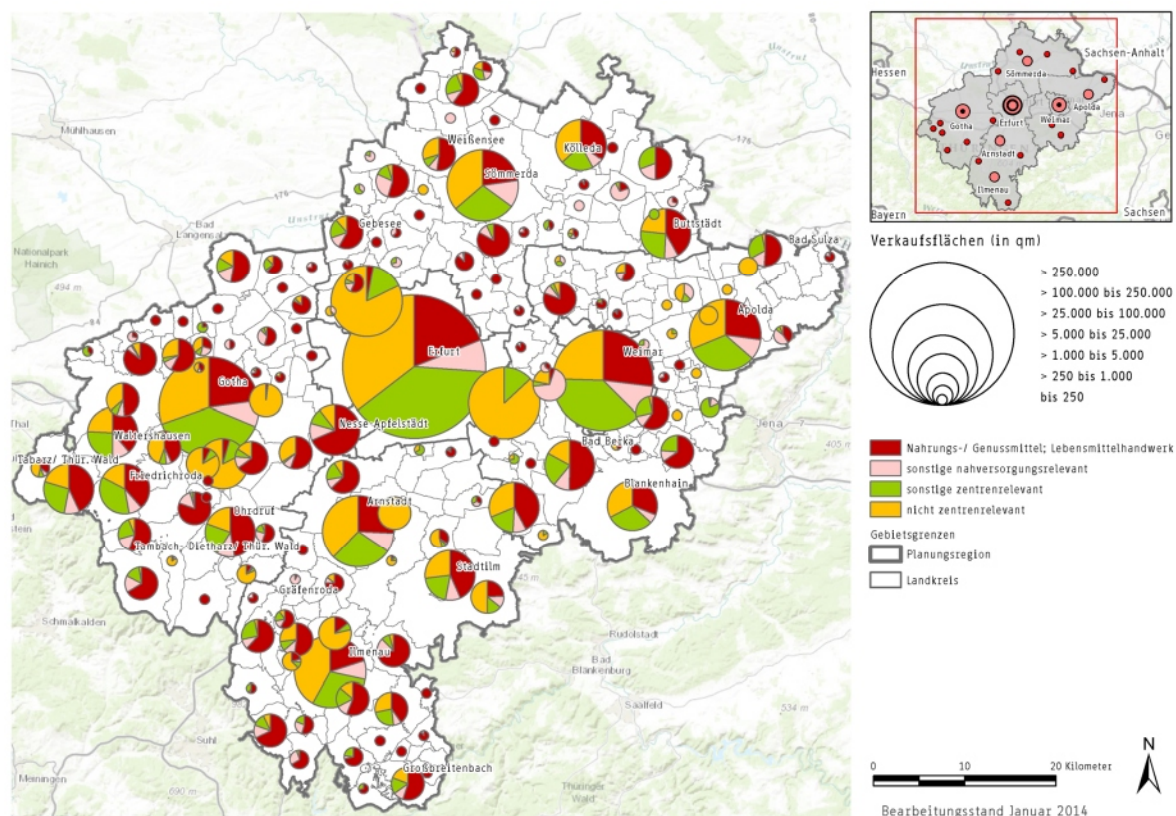
Eine Sonderstellung nehmen die beiden nichtzentralen Orte Elxleben (Lkr. Sömmerda) und Mönchenholzhausen ein, die - im Wesentlichen bedingt durch je ein großes Möbelhaus - über eine Gesamtverkaufsfläche von gut 45.000 qm bzw. annähernd 35.000 qm verfügen.

Noch vergleichsweise hohe Gesamtverkaufsflächen von mehr als 8.000 qm sind in den Grundzentren Bad Berka, Blankenhain, Buttstädt, Friedrichroda, Kölleda, Ohrdruf, Stadtilm, Tabarz und Waltershausen festzustellen. Hier überwiegt meist - entsprechend der zentralörtlichen Funktion - das Angebot in den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs, wobei in diesem wiederum der überwiegende Anteil auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel entfällt. Die Grundzentren Bad Sulza, Gebesee, Gräfenroda, Großbreitenbach, Tambach-Dietharz und Weißensee weisen hingegen relativ geringe Gesamtverkaufsflächen von rd. 2.750 qm bis 3.500 qm auf. Auf die



Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereichs entfallen in diesen Kommunen meist zwei Drittel oder mehr der Gesamtverkaufsfläche, insbesondere Nahrungs-/ Genussmittel.

Karte 2: Verkaufsflächen nach Bedarfsbereichen der Städte und Gemeinden



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Thüringer Landesamt für Statistik ; eigene Berechnungen

4.2.2 Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten

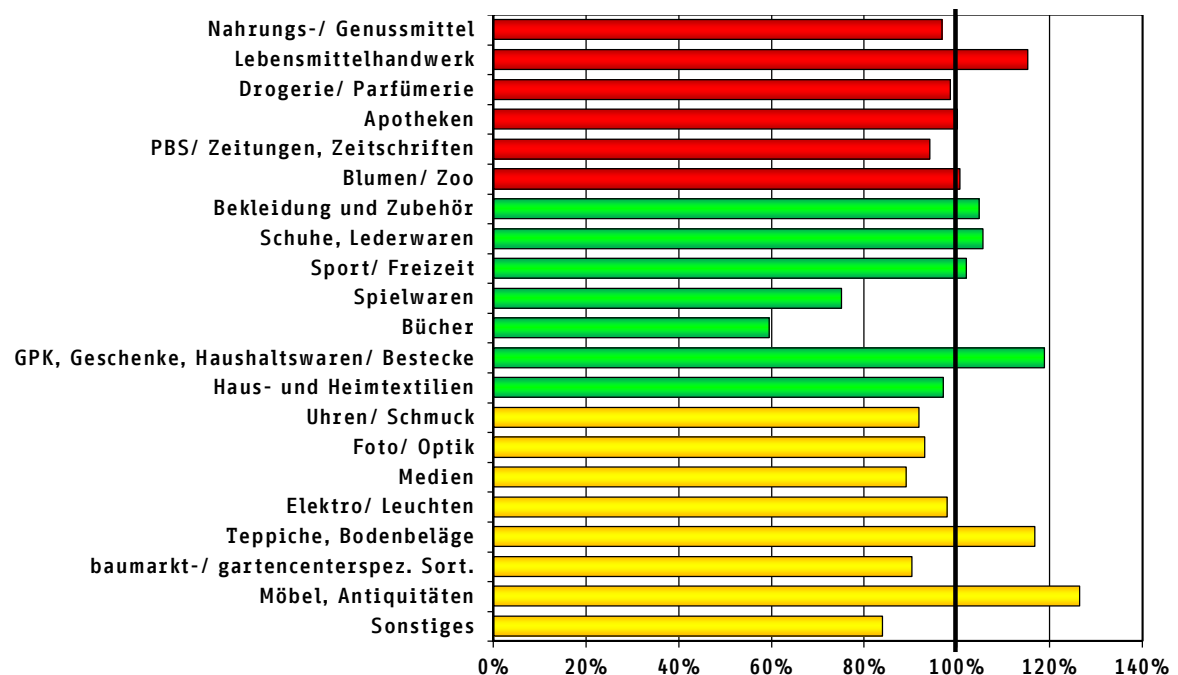
Der Gesamtumsatz des in Mittelthüringen ansässigen Einzelhandels - inklusive Lebensmittelhandwerk, Apotheken und Tankstellenshops - beträgt rd. 3.572,8 Mio. €. Annähernd ein Drittel davon entfällt auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, der Anteil des kurzfristigen Bedarfsbereichs insgesamt liegt bei rd. 55% (vgl. - auch im Folgenden - Tab. A - 3 im Anhang).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft der Einwohner Mittelthüringens beträgt rd. 3.637,3 Mio. €. Analog zum Einzelhandelsumsatz entfällt annähernd ein Drittel auf das Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, der Anteil des kurzfristigen Bedarfsbereichs insgesamt macht rd. 54% aus.

Die Bindungsquote, d.h. die Relation von Umsatz zu Kaufkraft, liegt über alle Sortimente hinweg betrachtet in Mittelthüringen bei rd. 98%. Dies bedeutet, dass per Saldo nur ein sehr geringer Kaufkraftabfluss besteht.

In den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs (rote Balken in Abb. 10) ist jeweils in etwa eine rechnerische Vollversorgung, d.h. eine Bindungsquote von je etwa 100% festzustellen. Der per Saldo vergleichsweise hohe Kaufkraftzufluss im Sortiment Lebensmittelhandwerk relativiert sich bei gemeinsamer Betrachtung mit dem Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel: In der Summe steht ein Umsatz von rd. 1.338,6 Mio. € einer Kaufkraft von rd. 1.349,2 Mio. € gegenüber, was einer Bindungsquote von 99% entspricht.

Abb. 10: Bindungsquoten nach Sortimenten in Mittelthüringen



PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

In den Sortimenten Spielwaren und Bücher des mittelfristigen Bedarfsbereichs (grüne Balken) sind bei Bindungsquoten von rd. 75% bzw. 59% per Saldo deutliche Kaufkraftflüsse zu konstatieren. Die geringen Werte sind dabei zumindest teilweise auf den beträchtlichen Anteil des Versandhandels zurückzuführen (vgl. 3.1.1).



Demgegenüber liegt im Sortiment Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke per Saldo ein deutlicher Kaufkraftzufluss vor. Dies gilt ebenso für die Sortimente Teppiche, Bodenbeläge und Möbel, Antiquitäten des langfristigen Bedarfsbereichs (gelbe Balken). Die vergleichsweise hohen Bindungsquoten in diesen Sortimenten ist auf das große Angebot im Bereich Einrichtung und hier wiederum vor allem auf einige in der Region Mittelthüringen angesiedelte größere und große Möbelhäuser zurückzuführen.

Auf der Ebene der kreisfreien Städte und Kommunen ist für die kreisfreien Städte Erfurt und Weimar bei Bindungsquoten von rd. 119% bzw. 132% per Saldo ein deutlicher Kaufkraftzufluss zu verzeichnen, während insbesondere für den Landkreis Weimarer Land bei einer Gesamtbindungsquote von 65% per Saldo ein deutlicher Kaufkraftabfluss besteht (vgl. Tab. A - 4 bis Tab. A - 9 im Anhang).

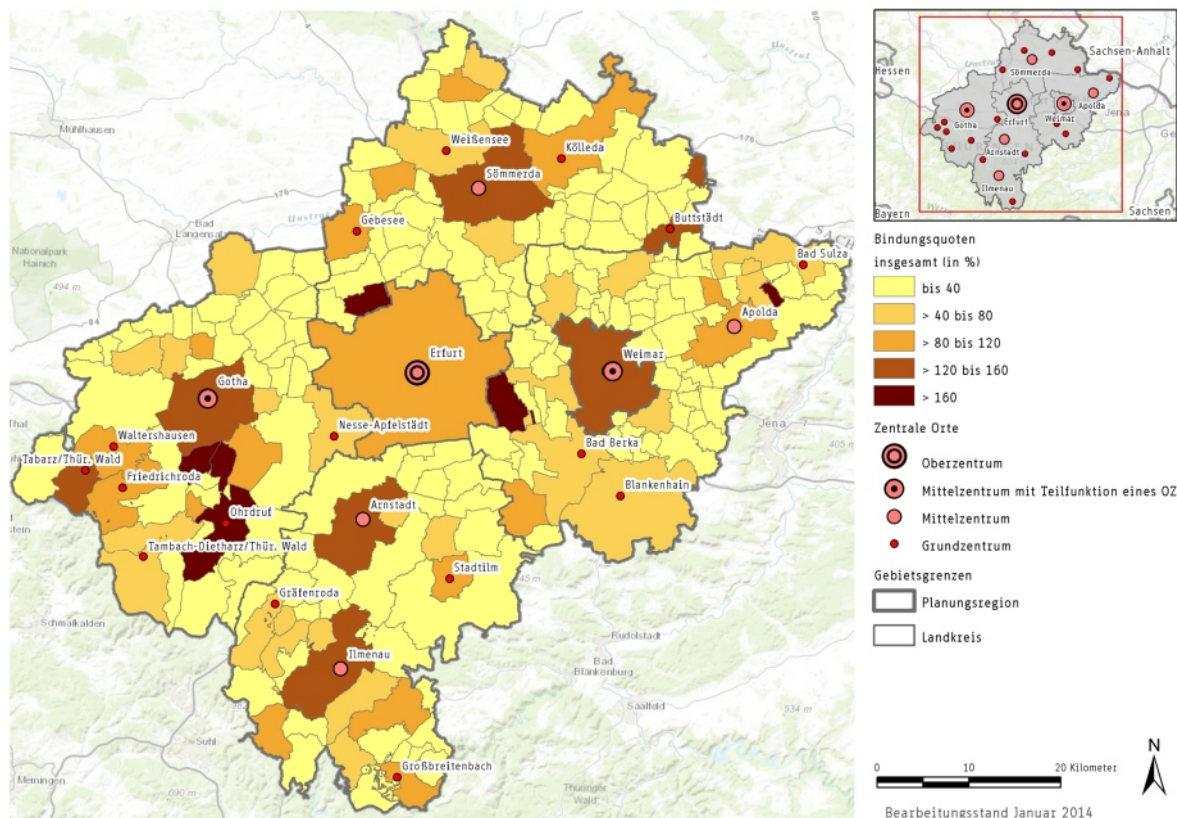
Die Betrachtung der Gesamtbindungsquoten auf kommunaler Ebene zeigt auch für das Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha und die Mittelzentren bei Bindungsquoten von rd. 111% (Apolda) bis 146% (Gotha) per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse. Die Versorgungsfunktion dieser Städte erstreckt sich somit auch auf das Umland, wenn auch rechnerisch durch das bzw. die dort bestehenden Mittelzentren nur Teilbereiche des jeweiligen Landkreises versorgt werden.

Die mit rd. 181% sehr hohe Bindungsquote des Grundzentrums Ohrdruf ist auf das dort mit rd. 15.575 qm Verkaufsfläche vergleichsweise große Einzelhandelsangebot bei gleichzeitig relativ geringer Einwohner (rd. 5.500 Einwohner) zurückzuführen. Weiterhin weisen von den Grundzentren der Region Mittelthüringen noch Buttstädt und Tabarz mit Bindungsquoten von rd. 151% bzw. 126% per Saldo deutliche Kaufkraftzuflüsse auf, die im Wesentlichen durch ein vergleichsweise großes Angebot in den Sortimenten des kurzfristigen Bedarfsbereichs bedingt sind.

Die hohen Gesamtbindungsquoten einiger nichtzentraler Kommunen sind im Wesentlichen durch die jeweils geringe Einwohnerzahl bei gleichzeitigem Bestehen eines größeren Betriebs mit Kernsortiment Möbel, Antiquitäten bzw. baumarkt-/ gartencenterspezifischen Kernsortiment bedingt. Die höchsten Werte liegen mit jeweils mehr als 400% in Elxleben (Lkr. Sömmerda) und Mönchenholzhausen, die beide (u.a.) ein großes Möbelhaus verzeichnen, vor.

Der Großteil der nichtzentralen Orte weist hingegen sehr geringe Bindungsquoten von bis zu 40% auf; demzufolge kann hier allenfalls in einem geringen Umfang Kaufkraft gebunden werden.

Karte 3: Gesamtbindungsquoten der Städte und Gemeinden



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk sind ebenfalls in den meisten nichtzentralen Kommunen Bindungsquoten von bis zu 40% zu verzeichnen. Zurückzuführen ist dies i.d.R. auf die geringen Einwohnerzahlen der Gemeinden und ihrer Ortsteile, die deutlich unter den Mindestanforderungen der Betreiber von Lebensmittelbetrieben - Supermärkte, Discounter etc. - liegen (vgl. auch Kap. 4.4).

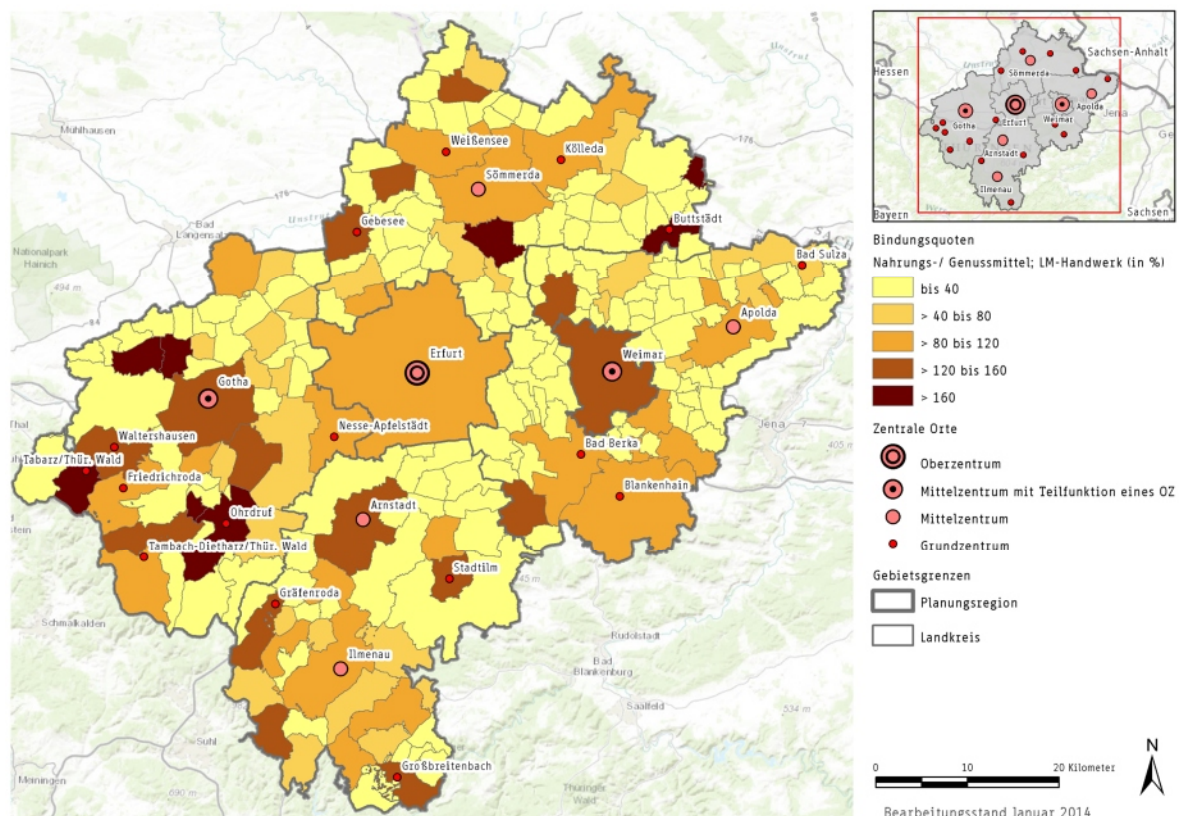
Einige nichtzentrale Kommunen weisen - obwohl ihnen keine überörtliche Versorgungsfunktion zukommt - hingegen per Saldo einen deutlichen Kaufkraftzufluss auf, in Goldbach, Herrenhof, Schloßvippach und Sonneborn fällt dieser bei Bindungsquoten von 160% erheblich aus.



Von den sechzehn Grundzentren verzeichnet im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk nur die Hälfte Bindungsquoten von mehr als 120% und somit einen deutlichen Kaufkraftzufluss, obwohl diese Kommunen der überörtlichen Grundversorgung dienen sollten (vgl. Kap. 2.1). In den Grundzentren Bad Berka, Bad Sulza, Blankenhain und Weißensee vermag das in diesem Sortiment bestehende Einzelhandelsangebot nicht einmal den Bedarf der eigenen Einwohner zu decken.

Die Ober- und Mittelzentren der Region Mittelthüringen weisen überwiegend per Saldo geringe bis deutliche Kaufkraftzuflüsse im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk auf; im Mittelzentrum Ilmenau genügt das Angebot rechnerisch jedoch nur knapp zur Versorgung der eigenen Bevölkerung.

Karte 4: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk

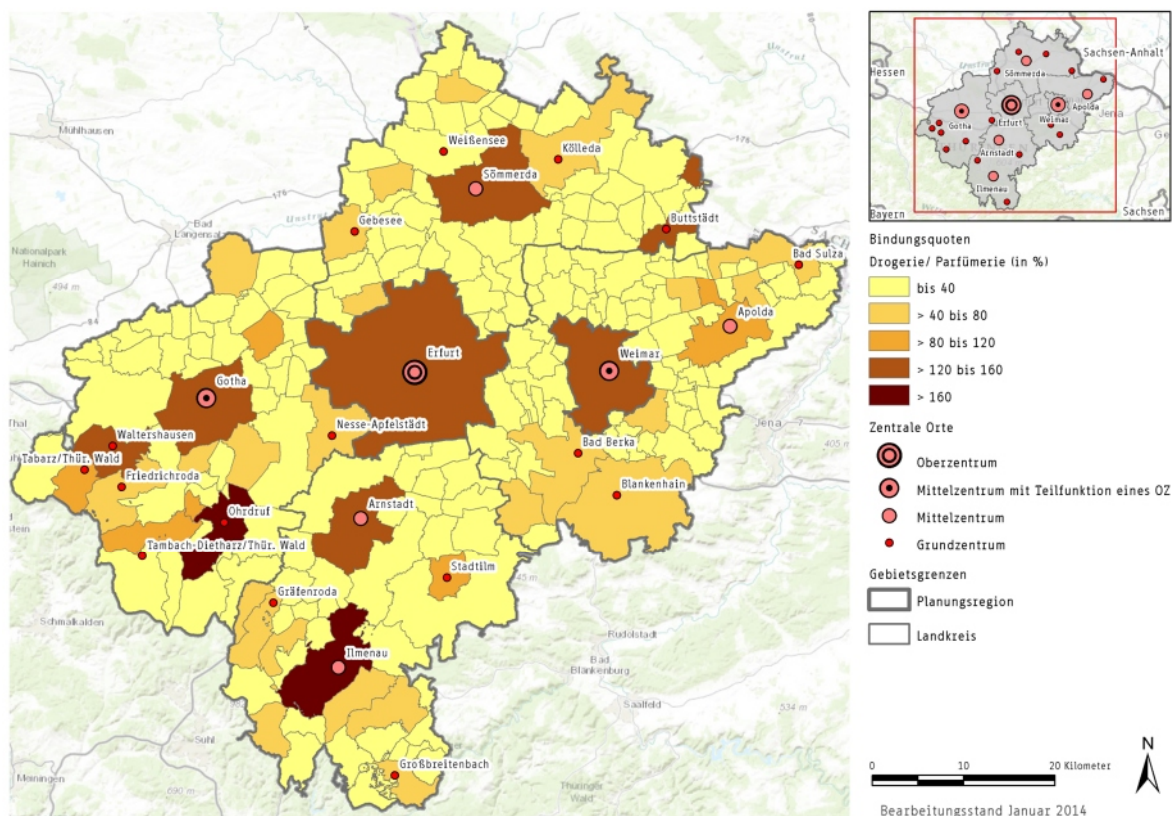


Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krise Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Das Sortiment Drogerie/ Parfümerie ist neben dem Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel für die Grund-/ Nahversorgung von besonderer Bedeutung (und wird daher

von Lebensmittelbetrieben als wichtiges Ergänzungssortiment in einem vergleichsweise großen Umfang mit angeboten). Die Darstellung der kommunalen Bindungsquoten zeigt jedoch eine Konzentration auf die Ober- und Mittelzentren sowie auf einige wenige Grundzentren (Buttstädt, Ohrdruf und Waltershausen). In den meisten Grundzentren sowie in nahezu allen nichtzentralen Orten ist per Saldo ein (zumindest) deutlicher Kaufkraftabfluss festzustellen - bedingt sowohl durch die kleinteiligen Siedlungsstrukturen als auch durch die Anforderungen der Betreiber von filialisierten Drogeriemärkten hinsichtlich Einwohnerzahl im engeren Einzugsgebiet und Mindestverkaufsfläche.

Karte 5: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden im Sortiment Drogerie/ Parfümerie



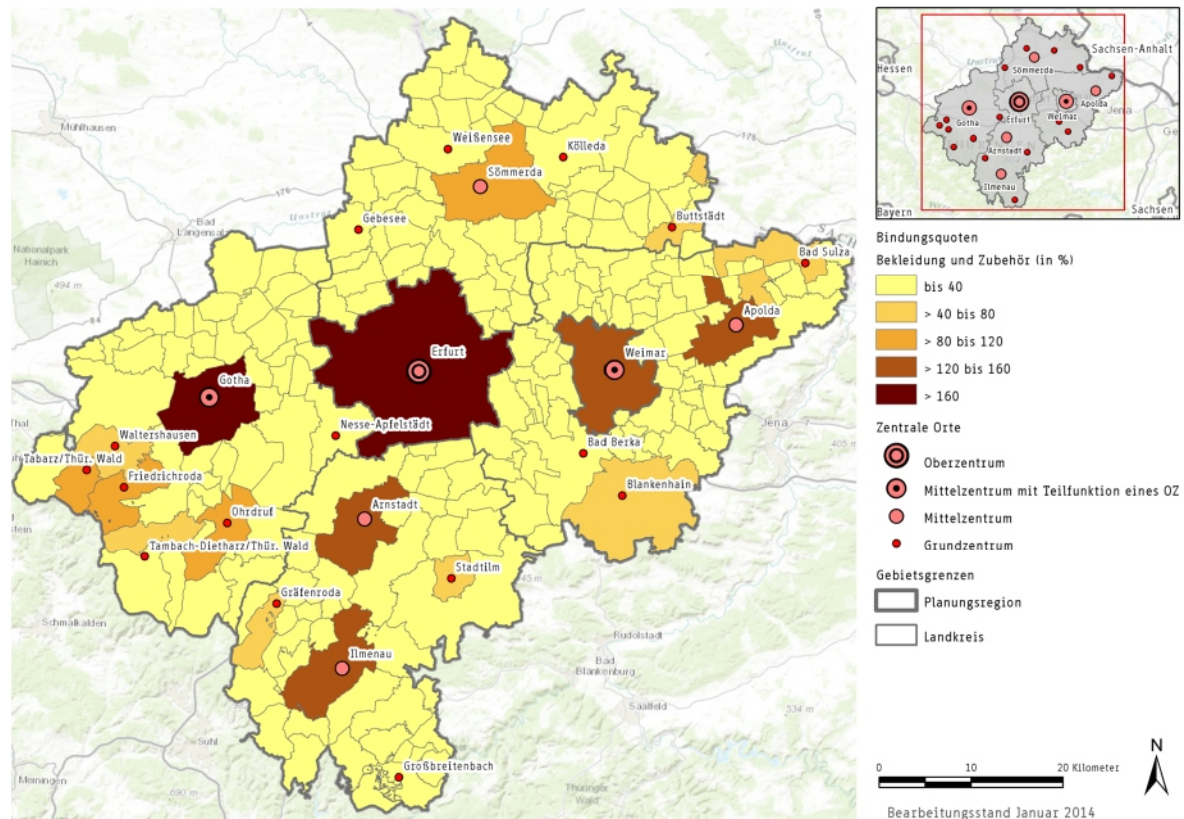
Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Bindungsquoten im Sortiment Bekleidung und Zubehör spiegeln nahezu das Zentrale Orte System von Mittelthüringen wieder: Die Ober- und Mittelzentren verzeichnen bei Bindungsquoten von rd. 115% (Sömmerda) bis 202% (Gotha) deutliche bis erhebliche Kaufkraftzuflüsse. Demgegenüber weist annähernd die Hälfte der Grundzentren eine Bindungsquote von bis zu 40% auf; eine annähernde rechneri-



sche Vollversorgung ist bei Bindungsquoten von mehr als 80% nur für Friedrichroda, Ohrdruf und Tabarz festzustellen. Bei den nichtzentralen Kommunen betragen die Bindungsquoten maximal 43%.

Karte 6: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden im Sortiment Bekleidung und Zubehör



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

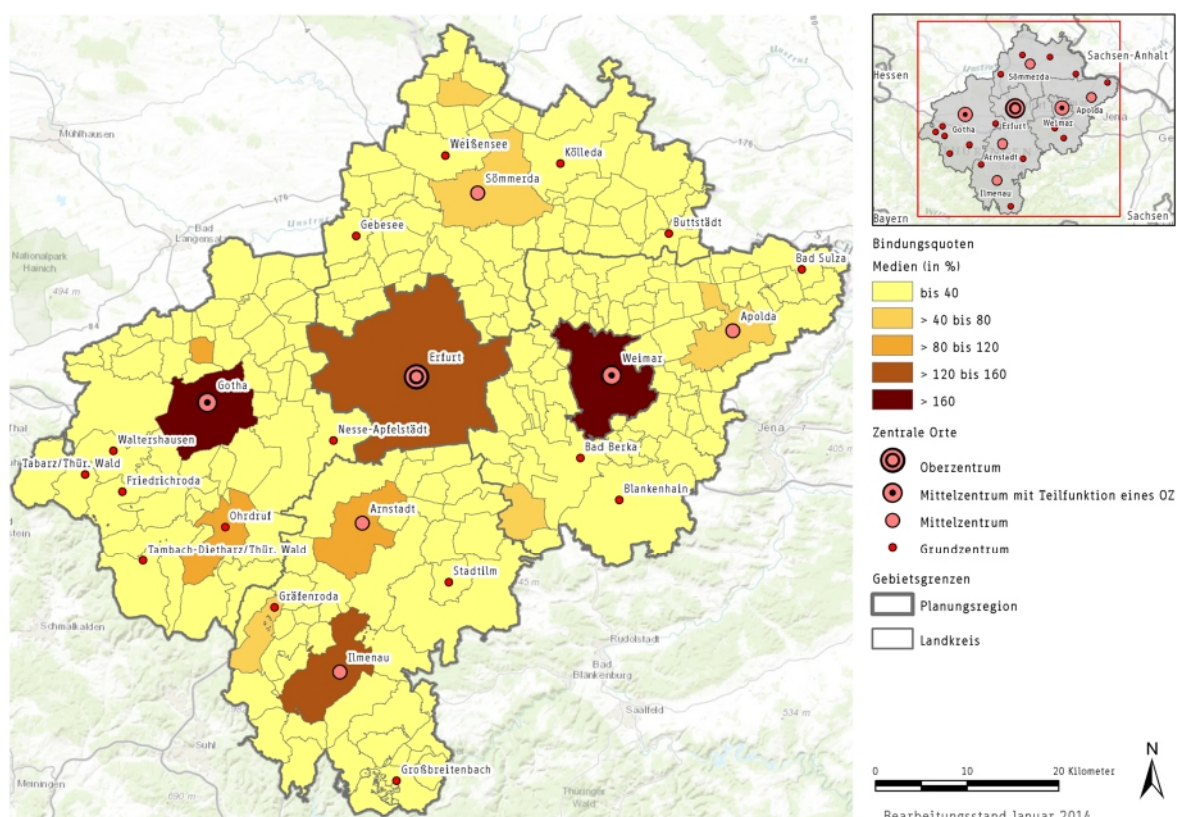
Im Sortiment Medien spiegeln die Bindungsquoten ebenfalls das Zentrale Orte System im Wesentlichen wieder, jedoch weisen bereits zwei Mittelzentren - Apolda und Sömmerda - mit Bindungsquoten von nur etwas mehr als 50% per Saldo einen deutlichen Kaufkraftabfluss auf. Eine regionale Versorgungsfunktion können diese beiden Städte in diesem Sortiment nicht ausfüllen. Die weiteren fünf Ober- und Mittelzentren der Region Mittelthüringen üben hingegen bei Bindungsquoten von rd. 115% und mehr ihre zentralörtliche Versorgungsfunktion - wenn auch in unterschiedlichem Maße - aus.

Die vergleichsweise hohe Bindungsquote der Gemeinde Warza von mehr als 100% im Sortiment Medien ist auf die geringe Einwohnerzahl - rd. 700 Einwohner - zurück-

zuführen. Einen vergleichsweise hohen Wert von annähernd 100% erreicht zudem das Grundzentrum Ohrdruf, wobei auf Grund der Einwohnerzahl von rd. 5.500 Einwohnern das entsprechende Angebot eines zweier Fachgeschäfte und das Randsortiment eines Drogeriefachmarkts hierfür ausreichen.

In den weiteren Grundzentren und nichtzentralen Orten wird bei Bindungsquoten von i.d.R. bis zu 40% allenfalls ein geringer Teil der sortimentsbezogenen Kaufkraft gebunden.

Karte 7: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden im Sortiment Medien



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

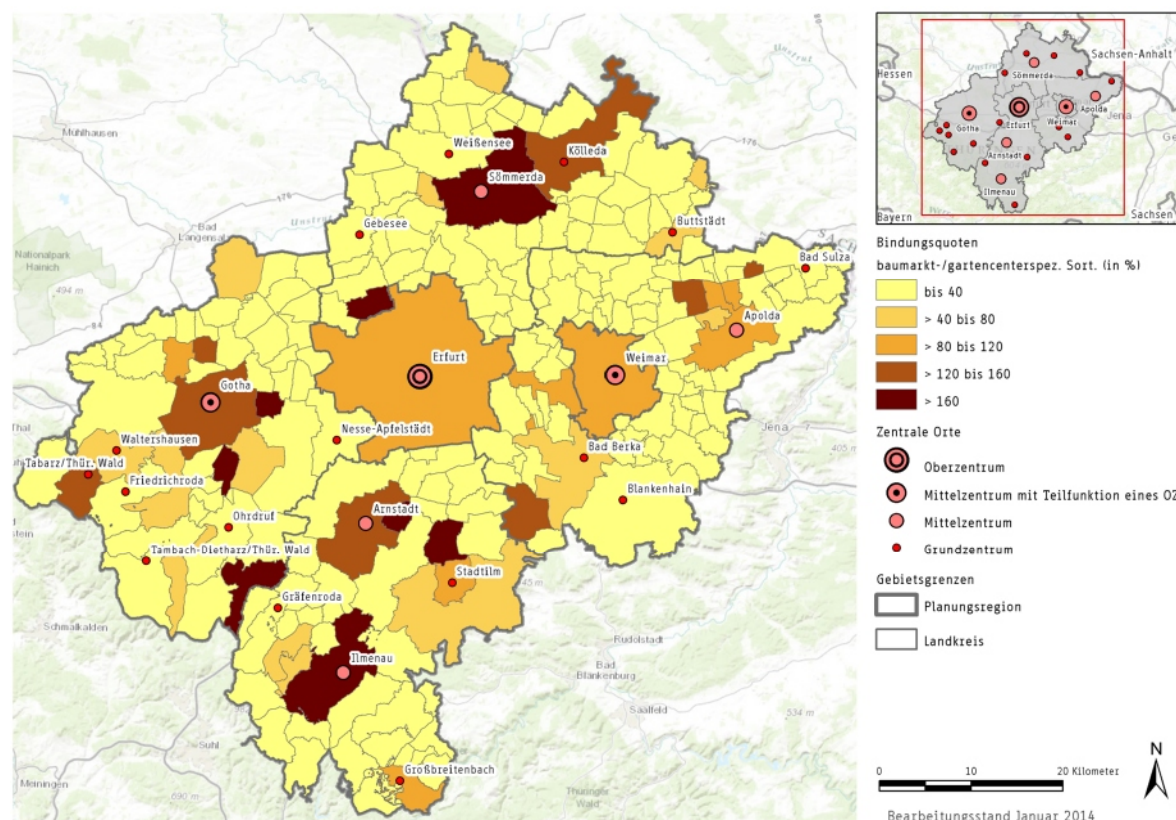
In den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten verzeichnen die beiden kreisfreien Städte Erfurt und Weimar bei Bindungsquoten von je etwa 100% nur eine rechnerische Vollversorgung der eigenen Bevölkerung. Das Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha und die Mittelzentren Arnstadt, Ilmenau und Sömmerda binden hingegen bei Bindungsquoten von mehr als 150% in hohem Maße



Kaufkraft von außerhalb; dem Mittelzentrum Apolda gelingt dies bei einer Bindungsquote von rd. 115% zumindest in geringem Umfang.

Darüberhinaus weisen die drei Grundzentren Kölleda und Tabarz sowie einige nichtzentrale Orte Bindungsquoten von mehr als 120% in den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten auf, sodass per Saldo Kaufkraft von außerhalb zufließt. Besonders hohe Werte von rd. 1.000% und mehr liegen in den Kommunen Elxleben (Lkr. Sömmerda) und Schwabhausen, in denen je ein großer Baumarkt angesiedelt ist, vor²⁰.

Karte 8: Bindungsquoten der Städte und Gemeinden in den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

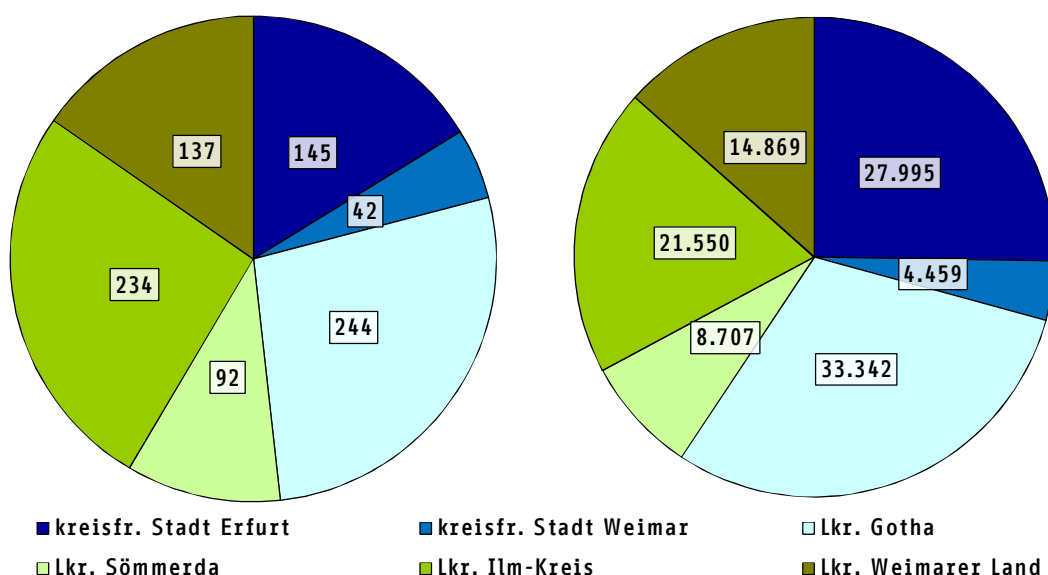
²⁰ Hinsichtlich des Bestands an Baumärkten zum Zeitpunkt der Erhebung ist anzumerken, dass derartige Betriebe der ehem. Fa. Praktiker, wozu auch Max Bahr-Märkte gehörten, zum Zeitpunkt der Erhebung noch in Elxleben (Lkr. Sömmerda), Gotha und Schwabhausen existierten. Sofern nicht - wie in Schwabhausen geschehen - zwischenzeitlich andere mit baumarkt-/ gartencenterspezifischen Kernsortiment und vergleichbarer Größenordnung eröffnet haben, sind geringere Bindungsquoten zu verzeichnen.

4.2.3 Leerstandssituation

Im Rahmen der Erhebung des Einzelhandels in der Region Mittelthüringen wurden insgesamt auch 894 leerstehende Ladengeschäfte, die eine Fläche von insgesamt rd. 110.925 qm aufweisen, erfasst.

Bezogen auf die Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise weisen der Landkreis Gotha und der Ilm-Kreis mit je gut einem Viertel die höchsten Leerstandsanteile auf. Der mit Abstand geringste Wert ist mit rd. 5% für die kreisfreie Stadt Weimar zu konstatieren. Auch flächenbezogen verzeichnet der Landkreis Gotha mit rd. 30% den höchsten Anteilswert, gefolgt von der kreisfreien Stadt Erfurt mit rd. 25%. Den geringsten Anteil verzeichnet mit rd. 4% wiederum die kreisfreie Stadt Weimar.

Abb. 11: Verteilung der Leerstände auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise

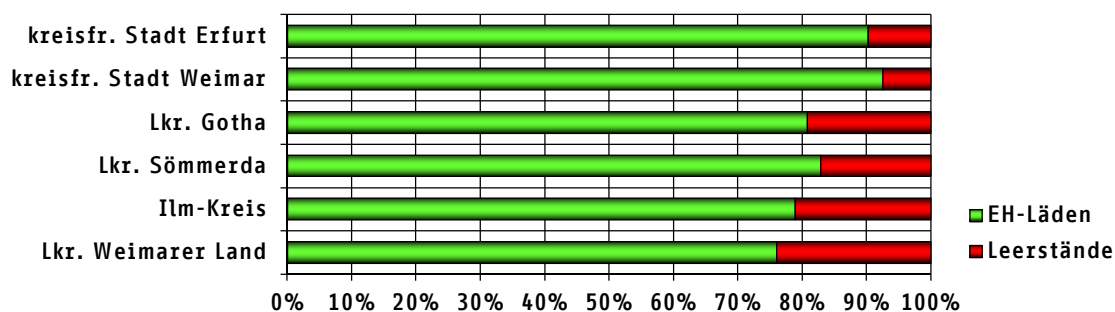


Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krise Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Gemessen an der Gesamtzahl der Ladengeschäfte, d.h. der Einzelhandelsbetriebe und der leerstehenden Läden, beträgt in der Region Mittelthüringen die Leerstandsquote rd. 16%. Deutlich überdurchschnittliche Anteile liegen im Landkreis Weimarer Land mit rd. 24% und im Ilm-Kreis mit rd. 21% vor. Demgegenüber verzeichnen die beiden kreisfreien Städte Erfurt und Weimar mit rd. 10% bzw. rd. 8% vergleichsweise niedrige Werte.



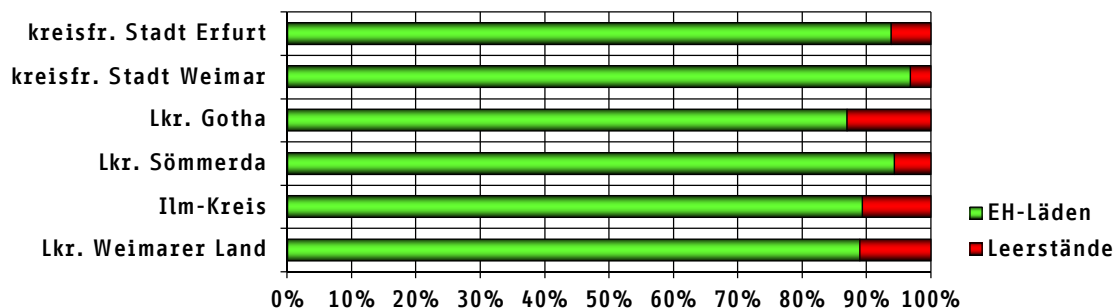
Abb. 12: Anteil der Leerstände an Ladengeschäften auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Bezogen auf die Gesamtfläche, d.h. die Summe aus Verkaufsfläche und Leerstandsfläche, ist in Mittelthüringen ein Leerstandsflächenanteil von rd. 8% festzustellen. Überdurchschnittliche Anteile sind in den Landkreisen Gotha mit rd. 13% sowie im Ilm-Kreis und im Landkreis Weimarer Land mit je rd. 11% zu verzeichnen. Geringe Anteilswerte von rd. 3% bzw. 6% liegen demgegenüber in der kreisfreien Stadt Weimar bzw. in der kreisfreien Stadt Erfurt und im Landkreis Sömmerda vor.

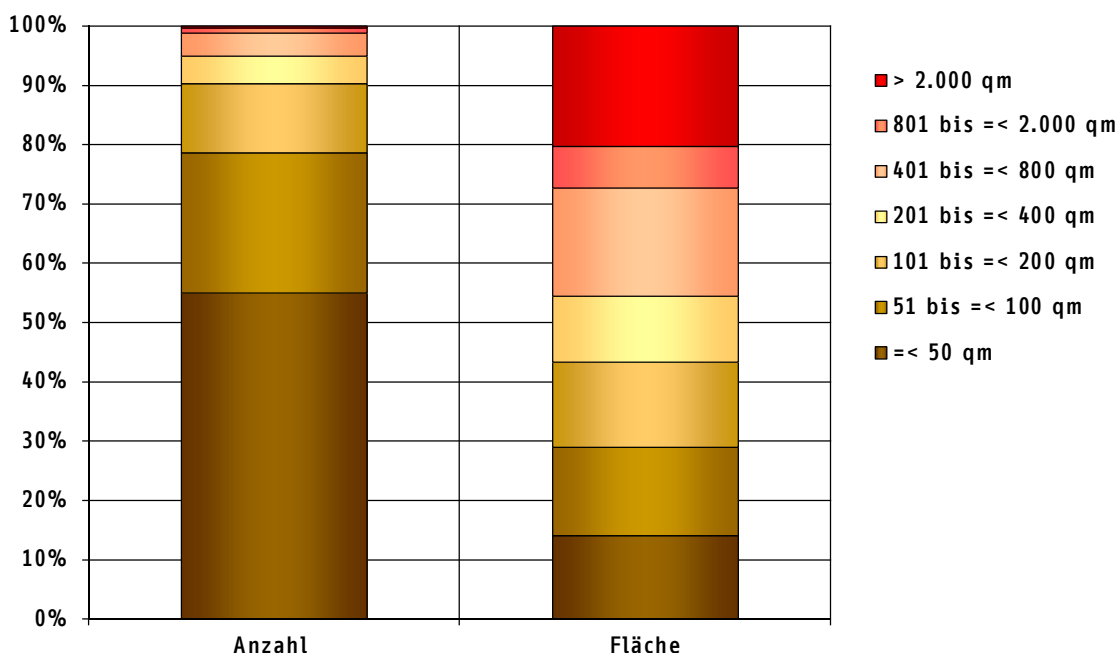
Abb. 13: Anteil der Leerstandsflächen an Verkaufsflächen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Rd. 79% der Leerstände in Mittelthüringen weisen eine Fläche von bis zu 100 qm auf. Demgegenüber verzeichnen nur rd. 1% der Leerstände eine Fläche von mehr als 800 qm. Auf diese entfällt rd. 27% der Leerstandsfläche insgesamt, während die Leerstände mit bis zu 100 qm einen mit 29% sogar geringfügig höheren Anteil verzeichnen.

Abb. 14: Größenklassen der Leerstände in Mittelthüringen



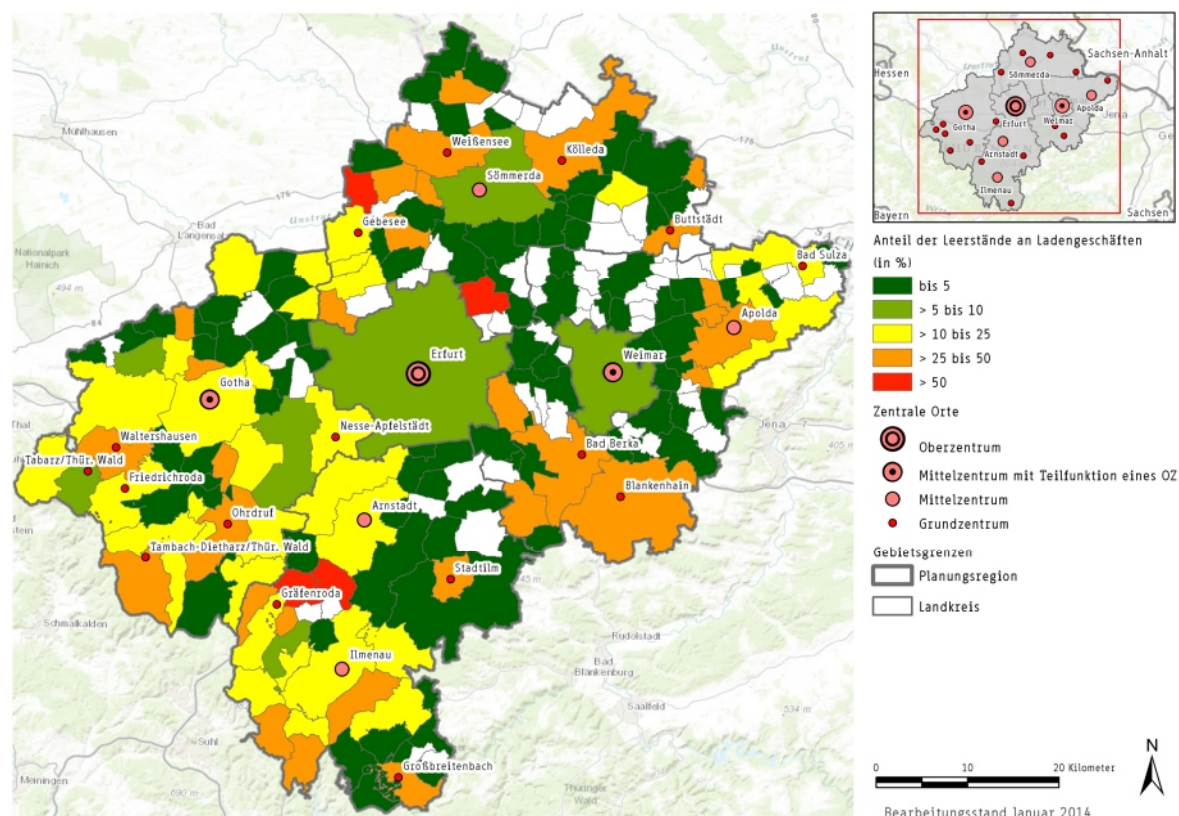
Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Die differenzierte Betrachtung der Leerstände auf der Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise zeigt, dass die Anteile der Leerstände mit bis zu 100 qm Fläche wie auch die der Leerstände mit mehr als 800 qm nur in geringem Maße voneinander abweichen (vgl. Tab. A - 10 im Anhang). Hingegen weisen die kreisfreie Stadt Weimar, der Ilm-Kreis und der Landkreis Sömmerda vergleichsweise hohe Flächenanteile von 36% bis 39% von Leerständen mit bis zu 100 qm Fläche auf (vgl. - auch im Folgenden - Tab. A - 11 im Anhang). Demgegenüber verzeichnet die kreisfreie Stadt Erfurt diesbezüglich einen geringen Anteilswert von nur rd. 20%, während die Leerstände mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm einen überdurchschnittlich hohen Flächenanteil von rd. 58% erzielen. Diese Werte sind jedoch letztlich auf zwei große Leerstände mit einer Fläche von mehr als 2.000 qm zurückzuführen.

Auf der Ebene der Städte und Gemeinden sind in zahlreichen Grundzentren sehr hohe Anteile leerstehender Ladengeschäfte von 25% bis 50% zu konstatieren.



Karte 9: Anteil Leerstände an Ladengeschäften in den Städten und Gemeinden von Mittelthüringen

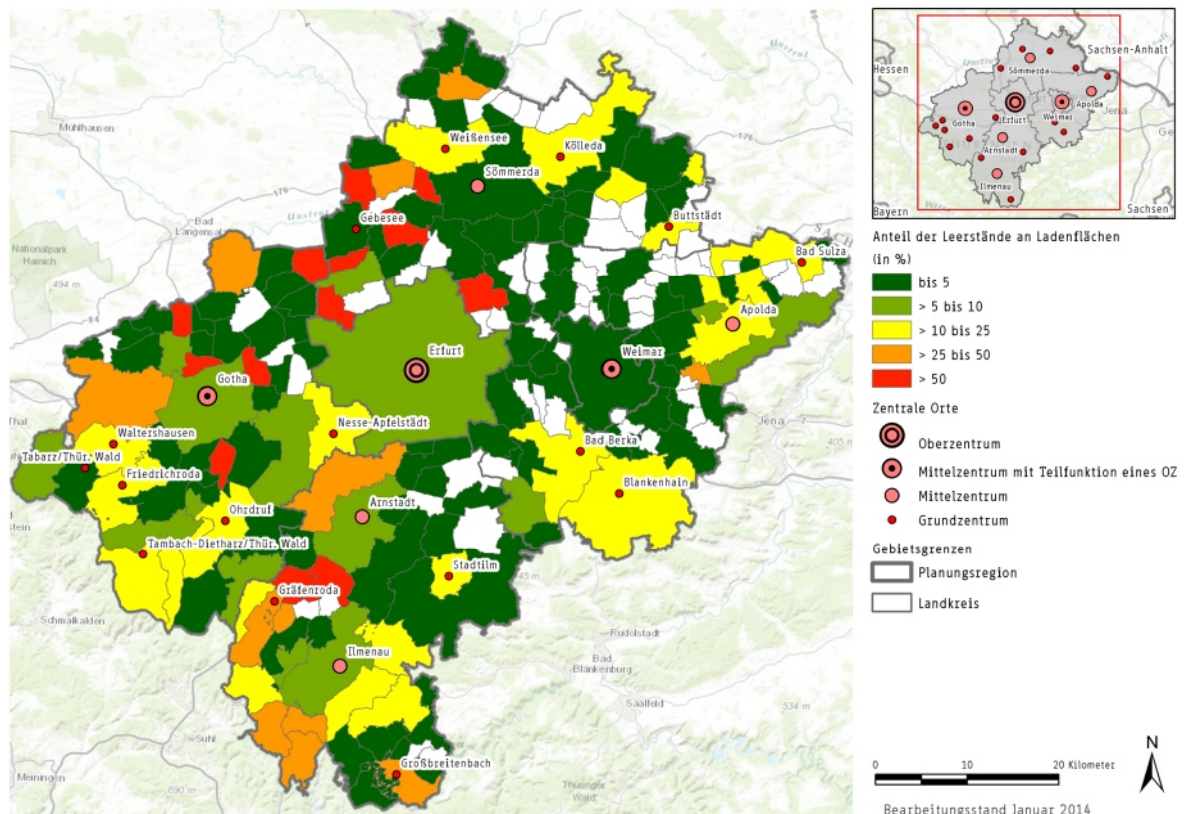


Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krusse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Dies gilt ebenso für das Mittelzentrum Apolda. Eine relativ geringe Leerstandsquote von bis zu 10% weisen unter den zentralen Orten neben den beiden kreisfreien Städten Erfurt und Weimar (s.o.) nur noch das Mittelzentrum Sömmerda und das Grundzentrum Tabarz auf. Bei den Anteilswerten insbesondere nichtzentraler Orte ist die meist geringe Zahl an Ladengeschäften insgesamt zu berücksichtigen. Dies gilt auch hinsichtlich der Leerstandsflächenanteile auf kommunaler Ebene (s.u.).

Sofern die Leerstandsflächenanteile berücksichtigt werden, sind bei den zentralen Orten geringe Anteilswerte von bis zu 10% für alle höherzentralen Orte außer Apolda zu verzeichnen. Bei den Grundzentren weisen Gebesee und Tabarz entsprechend niedrige Anteile auf, während Gräfenroda und Großbreitenbach hohe Leerstandsflächenanteile von rd. 30% bzw. 35% aufweisen.

Karte 10: Anteil Leerstandsflächen an Verkaufsflächen in den Städten und Gemeinden von Mittelthüringen



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

4.3 Ist-Situation nach Standorttypen

4.3.1 Anzahl der Einzelhandelsbetriebe, Verkaufsflächen und Umsätze

Wie in Kap. 4.1 beschrieben, wurde das Einzelhandelsangebot auch nach Standorttypen - zentrale Bereiche (im Folgenden auch *Zentren*), sonstige integrierte Lagen, nicht integrierte Lagen - erfasst. Im Folgenden wird die entsprechende Verteilung des Einzelhandelsangebots in Mittelthüringen bewertet, zumal nach dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 die *Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment (...) in städtebaulich integrierter Lage (...) erfolgen sollen*²¹.

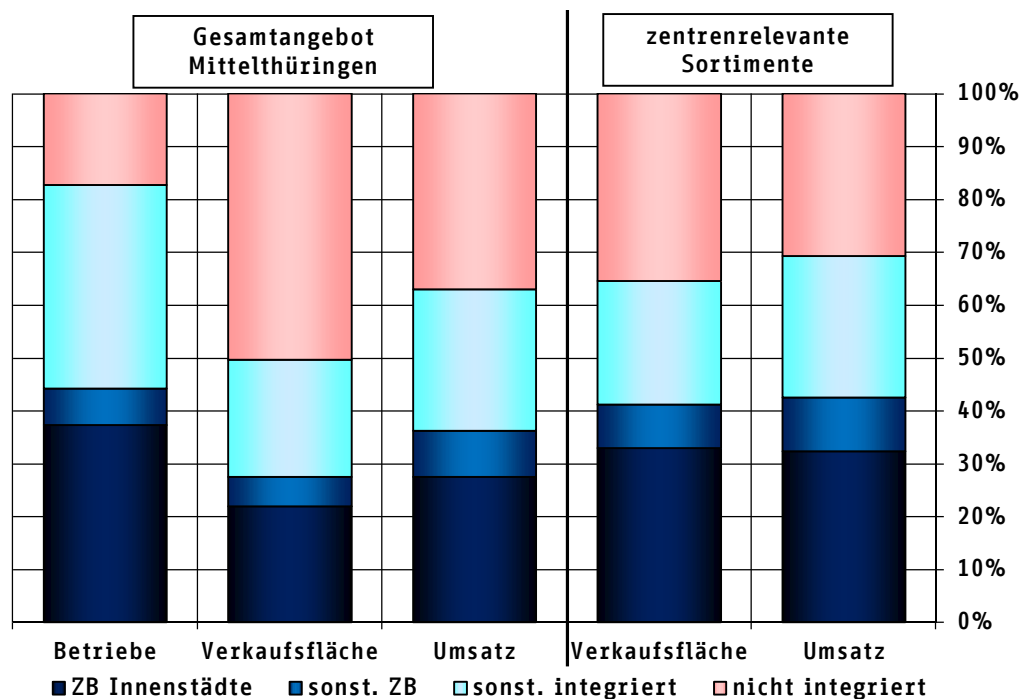
Von den 4.630 in der Region Mittelthüringen angesiedelten Einzelhandelsbetrieben befinden sich rd. 44% in den Zentren der zentralen Orte von Mittelthüringen. Wei-

²¹ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 44.



tere rd. 38% sind an sonstigen integrierten Standorten (inkl. Zentren, d.h. Innenstädte bzw. Ortskerne, nichtzentraler Orte) angesiedelt.

Abb. 15: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen



ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krusse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

An nicht integrierten Standorten befinden sich nur rd. 18% der Einzelhandelsbetriebe Mittelthüringens. Diese vereinen jedoch einen Verkaufsflächenanteil von insgesamt rd. 52% auf sich, was insbesondere auf mehrere große Betriebe mit Schwerpunkt in den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten bzw. im Sortiment Möbel, Antiquitäten zurückzuführen ist. Der Umsatzanteil der an nicht integrierten Standorten angesiedelten Betriebe ist mit rd. 38% deutlich geringer, bedingt im Wesentlichen durch die vergleichsweise geringen Flächenproduktivitäten der Betriebe mit o.g. Sortimentsschwerpunkten.

Sofern lediglich die Verteilung der üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente betrachtet wird (vgl. Abb. 15, rechte Säulen)²², verzeichnen die nicht integrierten

²² Den zentrenrelevanten Sortimenten werden hierbei die Sortimente des kurz- und des mittelfristigen Bedarfsbereichs sowie die Sortimente Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik, Medien und Elektro/ Leuchten zugeordnet.

Standorte insgesamt vergleichsweise hohe Anteilswerte: Gut ein Drittel der Verkaufsfläche und rd. 30% des Umsatzes üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente sind - entgegen dem o.g. Ziel des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025 - an derartigen Standorten angesiedelt.

Differenziert nach kreisfreien Städten/ Landkreisen sind überdurchschnittlich hohe Anteile von Einzelhandelsbetrieben an nicht integrierten Standorten in der kreisfreien Stadt Erfurt und im Landkreis Sömmerda festzustellen. Weiterhin verzeichnen die vier Landkreise vergleichsweise geringe Anteilswerte von in Zentren zentraler Orte angesiedelter Betriebe (vgl. - auch im Folgenden - Tab. A - 13 bis Tab. A - 18). Bei Betrachtung der Verkaufsflächen sind hohe Anteilswerte nicht integrierter Standorte von mehr als 50% in der kreisfreien Stadt Erfurt und in den Landkreisen Sömmerda und Weimarer Land sowie im Ilm-Kreis festzustellen. Die kreisfreie Stadt Weimar weist demgegenüber mit rd. 43% einen hohen Verkaufsflächenanteil in den Zentren auf, wobei dies vor allem auf den mit rd. 37% erheblichen Anteil der Innenstadt zurückzuführen ist.

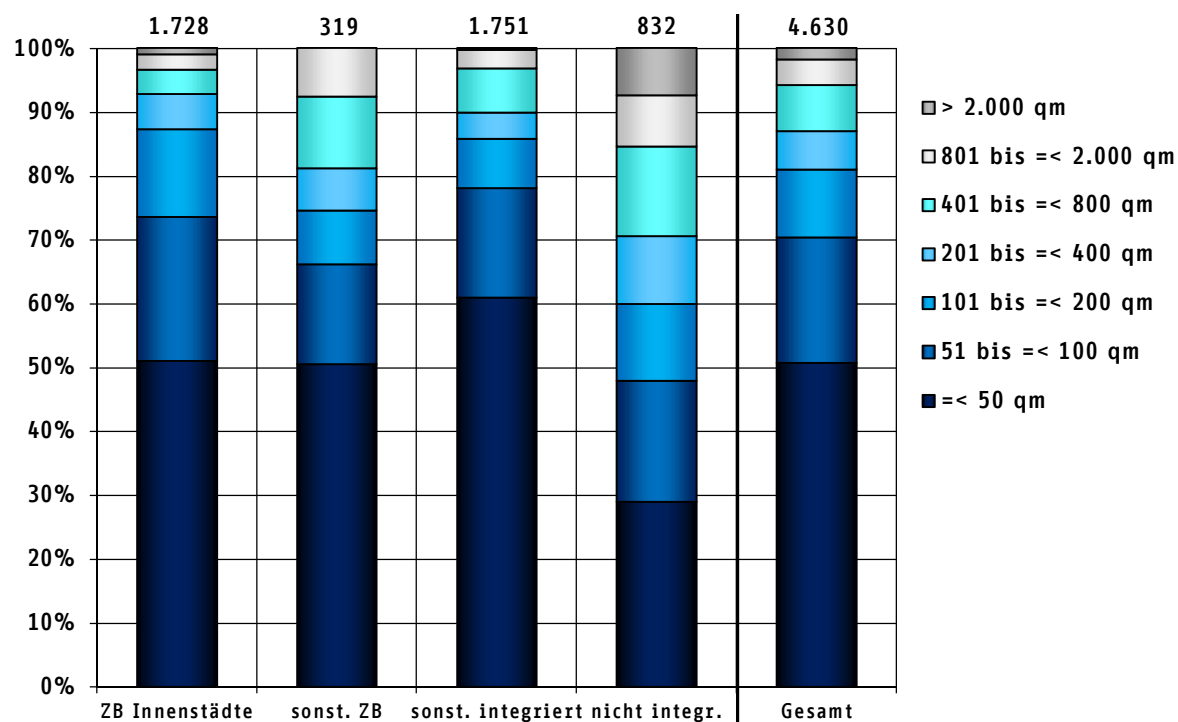
Sofern nur die üblicherweise zentrenrelevanten Sortimente herangezogen werden, verzeichnen die kreisfreie Stadt Erfurt und der Landkreis Sömmerda - entgegen dem Integrationsgebot des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025, s.o. - mit rd. 41% bzw. 47% überdurchschnittlich hohe Verkaufsflächenanteile an nicht integrierten Standorten. Den niedrigsten Wert weist mit rd. 23% der Landkreis Gotha auf.

4.3.2 Verteilung der Einzelhandelsbetriebe nach Größenklassen

Beim Vergleich der Größenklassen weisen die integrierten Standorte gegenüber den nicht integrierten Standorten innerhalb der Region Mittelthüringen eine deutlich kleinteiligere Struktur auf: Während an den integrierten Standorten rd. zwei Drittel (sonstige Zentren der zentralen Orte) bis annähernd vier Fünftel (sonstige integrierte Standorte) eine Verkaufsfläche von bis zu 100 qm besitzen, ist es an nicht integrierten weniger als die Hälfte der Betriebe. Demgegenüber sind an nicht integrierten Standorten rd. 15% der Betriebe bei Verkaufsflächen von mehr als 800 qm großflächig, während die Anteilswerte der integrierten Standorttypen hier 3% (innerstädtische Zentren der zentralen Orte und sonstige integrierte Standorte) bzw. 8% (sonstige Zentren der zentralen Orte) betragen.



Abb. 16: Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe Mittelthüringen nach Standorttypen

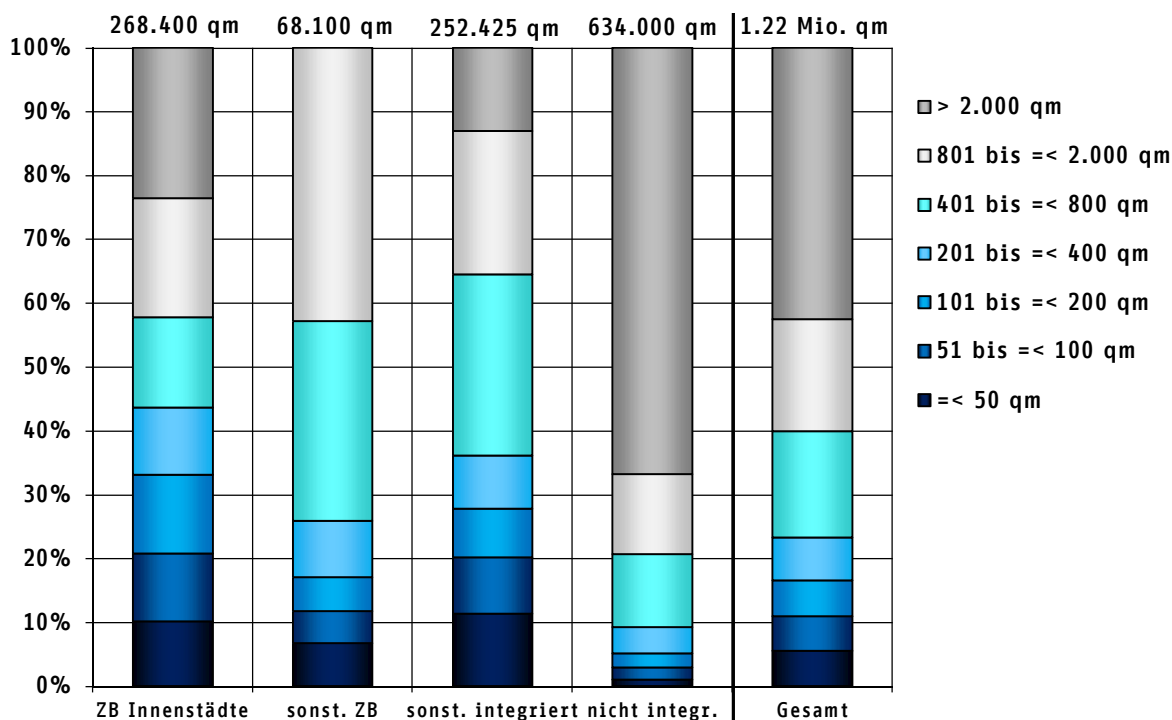


ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Dies spiegelt sich auch in den Verkaufsflächen wieder: Der Verkaufsflächenanteil großflächiger Einzelhandelsbetriebe nicht integrierter Standorte liegt bei rd. 80%, während an den integrierten Standorttypen jeweils weniger als die Hälfte der Verkaufsfläche auf derartige Betriebe entfällt.

Abb. 17: Größenklassen der Einzelhandelsbetriebe Mittelthüringen nach Standorttypen (gewichtet nach Verkaufsflächen)



ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Auf der Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise verzeichnet die kreisfreie Stadt Weimar einen deutlich überdurchschnittlichen Anteil an großflächigen Betrieben an nicht integrierten Standorten (rd. 22%); gleichzeitig weist sie in der Innenstadt mit rd. 68% einen vergleichsweise geringen Anteil an Betrieben mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 qm auf (vgl. Tab. A - 20 bis Tab. A - 25 im Anhang).

Bezogen auf die Verkaufsfläche sind hingegen für die kreisfreie Stadt Weimar und auch für die kreisfreie Stadt Erfurt mit rd. 48% bzw. rd. 49% überdurchschnittliche Anteilswerte der in der jeweiligen Innenstadt angesiedelten großflächigen Betriebe festzustellen (vgl. - auch im Folgenden - Tab. A - 27 bis Tab. A - 32 im Anhang). Demgegenüber weisen der Landkreis Sömmerda und der Ilm-Kreis diesbezüglich geringe Anteilswerte von rd. 33% bzw. rd. 29% auf. Beide Landkreise verzeichnen zudem auch unterdurchschnittliche Verkaufsflächenanteile großflächiger Betriebe an nicht integrierten Standorten von je rd. 69% sowie großflächiger Betriebe insgesamt von rd. 48% bzw. 49%.



4.3.3 Bindungsquoten

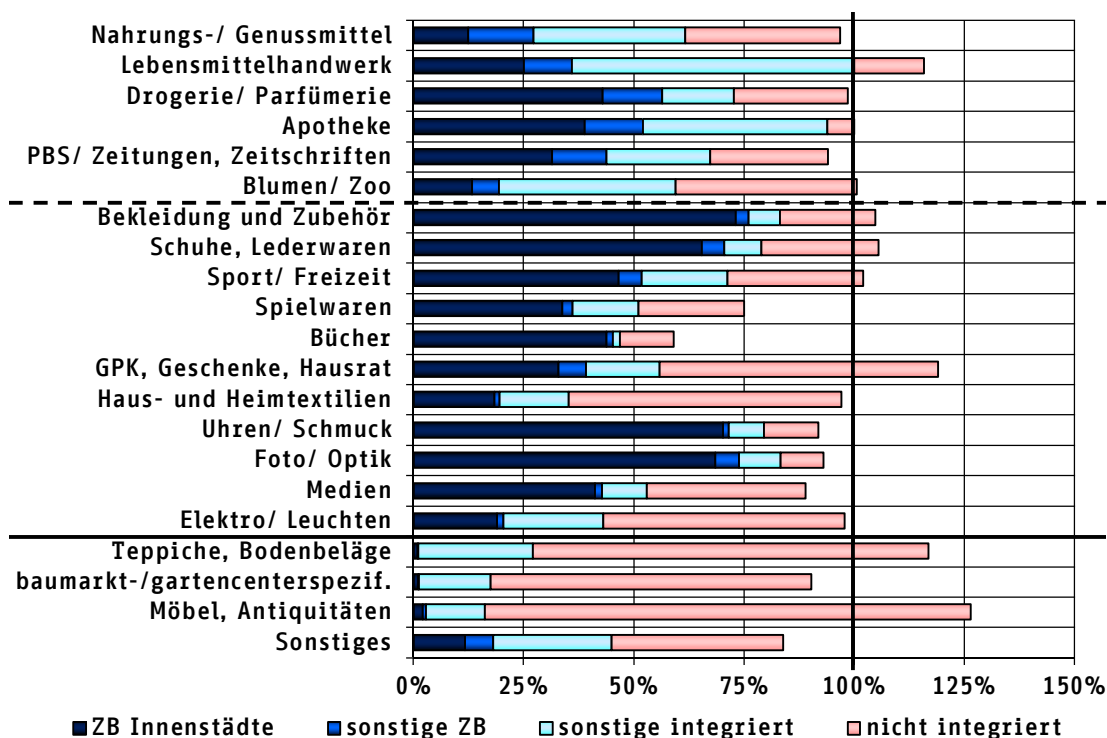
Die nach Standorttypen differenzierte Betrachtung der Bindungsquoten verdeutlicht, dass in den meisten üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten (s. Fußnote 22, S. 36) die integrierten Standorttypen insgesamt den Großteil auf sich vereinen. Ein Großteil der Bindungsquote entfällt jedoch - entgegen dem Integrationsgebot des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025, vgl. Kap. 4.3.1 - in den Sortimenten Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke, Hausrat, Haus- und Heimtextilien sowie Elektro/ Leuchten auf nicht integrierte Standorte. Dies ist bei den beiden erstgenannten Sortimenten im Wesentlichen auf das entsprechende Angebot von größeren und großen Möbelhäusern zurückzuführen, während beim Sortiment Elektro/ Leuchten Baumärkte sowie an nicht integrierten Standorten angesiedelte Elektromärkte die wesentliche Ursache bilden.

Vergleichsweise hohe Bindungsquotenanteile nicht integrierter Standorte sind zudem bei den Sortimenten Medien, das ebenfalls ein Kernsortiment von Elektromärkten bildet, und Blumen/ Zoo, bei dem oftmals der Teilbereich Zoo als nicht zentrenrelevant eingestuft wird, zu konstatieren. Auch im für die Grund-/ Nahversorgung im besonderen Maße bedeutsamen Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel liegt ein hoher Bindungsquotenanteil nicht integrierter Standorte vor.

Hinsichtlich der hohen Bindungsquotenanteile nicht integrierter Standorte in den Sortimenten Teppiche, Bodenbeläge und Möbel, Antiquitäten sowie baumarkt-/ gartencenterspezifische Sortimente ist hingegen zu berücksichtigen, dass es sich hierbei um i.d.R. nicht zentrenrelevante Sortimente handelt. Die Ansiedlung an nicht integrierten Standorten steht damit im Einklang mit den Zielen des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025²³.

²³ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 43 ff.

Abb. 18: Bindungsquoten nach Sortimenten und Standorttypen in Mittelthüringen



PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Die Betrachtung der nach Standorttypen differenzierten Bindungsquoten auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise zeigt Folgendes (vgl. auch Tab. A - 34 bis Tab. A - 39 im Anhang):

- In der kreisfreien Stadt Erfurt entfällt der Großteil der Bindungsquote in den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke, Hausrat, Haus- und Heimtextilien, Medien sowie Elektro/ Leuchten auf nicht integrierte Standorte. Hohe Anteile verzeichnet dieser Standorttyp zudem in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Blumen/ Zoo, die auf Grund ihrer häufigen Nachfrage Grund-/ Nahversorgungsrelevanz besitzen.
- In der kreisfreien Stadt Weimar verzeichnen die nicht integrierten Standorte in den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten Blumen/ Zoo sowie Haus- und Heimtextilien den Großteil der Gesamtbindungsquote. Weiterhin weisen im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel die nicht integrierten Standorten einen großen Anteil der sortimentsbezogenen Gesamtbindungsquote auf.



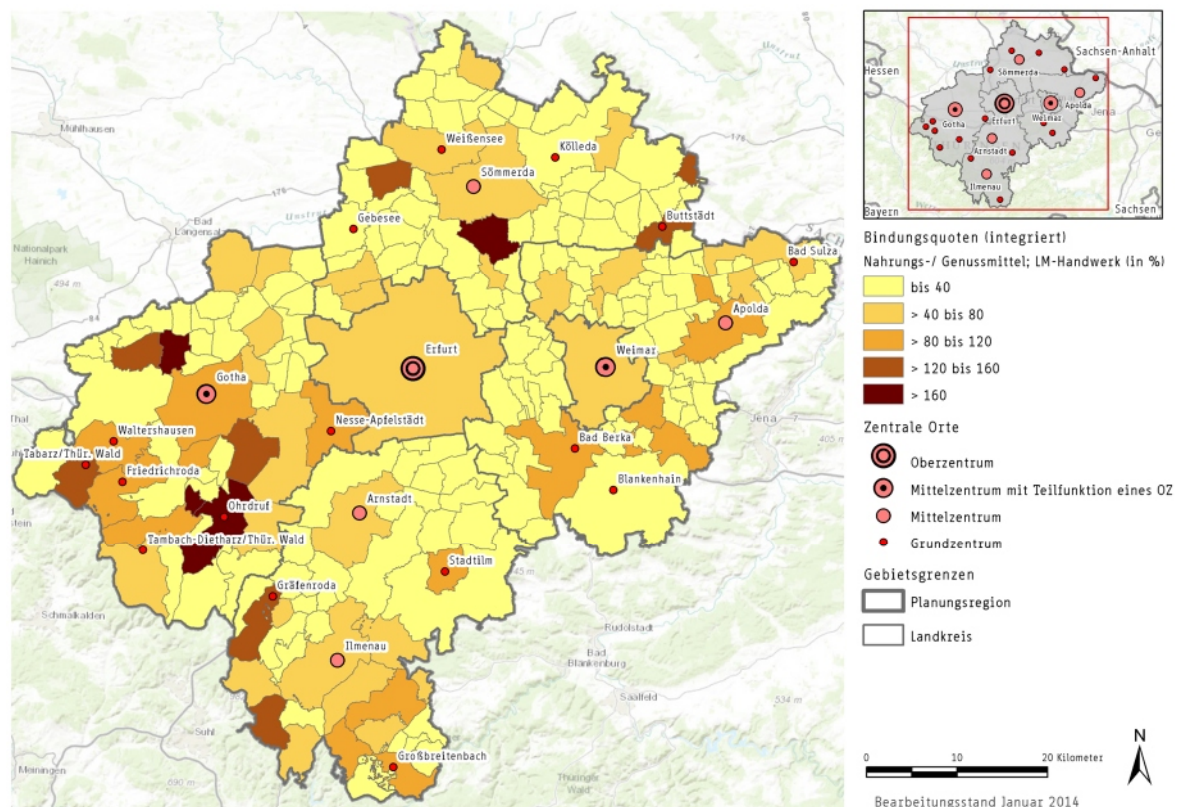
- Im Landkreis Gotha entfällt - mit Ausnahme des Sortiments Elektro/ Leuchten - der Großteil der Bindungsquoten in allen üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten auf die Gesamtheit der integrierten Standorte. Hohe Bindungsquotenanteile nicht integrierter Standorte sind zudem in den Sortimenten Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke, Hausrat sowie Haus- und Heimtextilien festzustellen.
- Im Ilm-Kreis entfällt - mit Ausnahme der Sortimente Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke, Hausrat sowie Haus- und Heimtextilien - der Großteil der Bindungsquoten in allen üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten auf die Gesamtheit der integrierten Standorte. Hohe Bindungsquotenanteile dieser Standorte sind zudem in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Blumen/ Zoo, und Elektro/ Leuchten zu verzeichnen.
- Im Landkreis Sömmerda vereinen die nicht integrierten Standorte in den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel, Schuhe, Lederwaren, Spielwaren sowie Haus- und Heimtextilien den überwiegenden Anteil der jeweiligen Gesamtbindungsquote auf sich. Hohe Anteilswerte sind zudem in den Sortimenten Drogerie/ Parfümerie, Bekleidung und Zubehör sowie Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke, Hausrat zu konstatieren.
- Im Landkreis Weimarer Land entfällt der Großteil der jeweiligen Gesamtbindungsquote in den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten Glas, Porzellan, Keramik, Geschenke, Hausrat sowie Haus- und Heimtextilien auf nicht integrierte Standorte. Zudem weisen diese Standorte einen hohen Anteil der sortimentsbezogenen Gesamtbindungsquote im Sortiment Blumen/ Zoo auf.

Im Folgenden sind für einige üblicherweise zentrenrelevante Sortimente die kommunalen Bindungsquoten der integrierten Standorte dargestellt.

Im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inklusive Lebensmittelhandwerk, in dem insgesamt betrachtet eine regionale Bindungsquote von 99% vorliegt, beträgt die durch die integrierten Standorte erzielte Bindungsquote rd. 65%. Dies bedeutet, dass in diesem für die Grund-/ Nahversorgung wichtigen Sortiment rd. ein Drittel des Umsatzes an nicht integrierten Standorten - die allenfalls einen geringen Beitrag zu einer Nahversorgung im eigentlichen Sinne (fußläufige Nahversorgung) leisten - generiert wird. Karte 11 zeigt, dass in zahlreichen Kommunen, die bei Betrachtung der Bindungsquote im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inklusive Le-

bensmittelhandwerk bei Bindungsquoten von 80% und mehr zumindest eine annähernde rechnerische Vollversorgung aufweisen (vgl. Karte 4, S. 26), bei alleiniger Berücksichtigung des Angebots an integrierten Standorten Bindungsquoten von nur mehr weniger als 40% erzielen. Dazu gehören u.a. die Grundzentren Blankenhain, Gebesee und Kölleda. Zudem geht u.a. im Oberzentrum Erfurt, im Mittelzentrum mit Teilfunktion Oberzentrum, in den Mittelzentren Arnstadt und Sömmerda sowie in den Grundzentren Buttstädt, Stadtilm, Tabarz und Tambach-Dietharz die Bindungsquote ohne Beachtung des an nicht integrierten Standorten angesiedelten Angebots um mehr als 40 Prozentpunkte zurück.

Karte 11: Bindungsquoten integrierter Standorte in den Städten und Gemeinden der Region Mittelthüringen im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

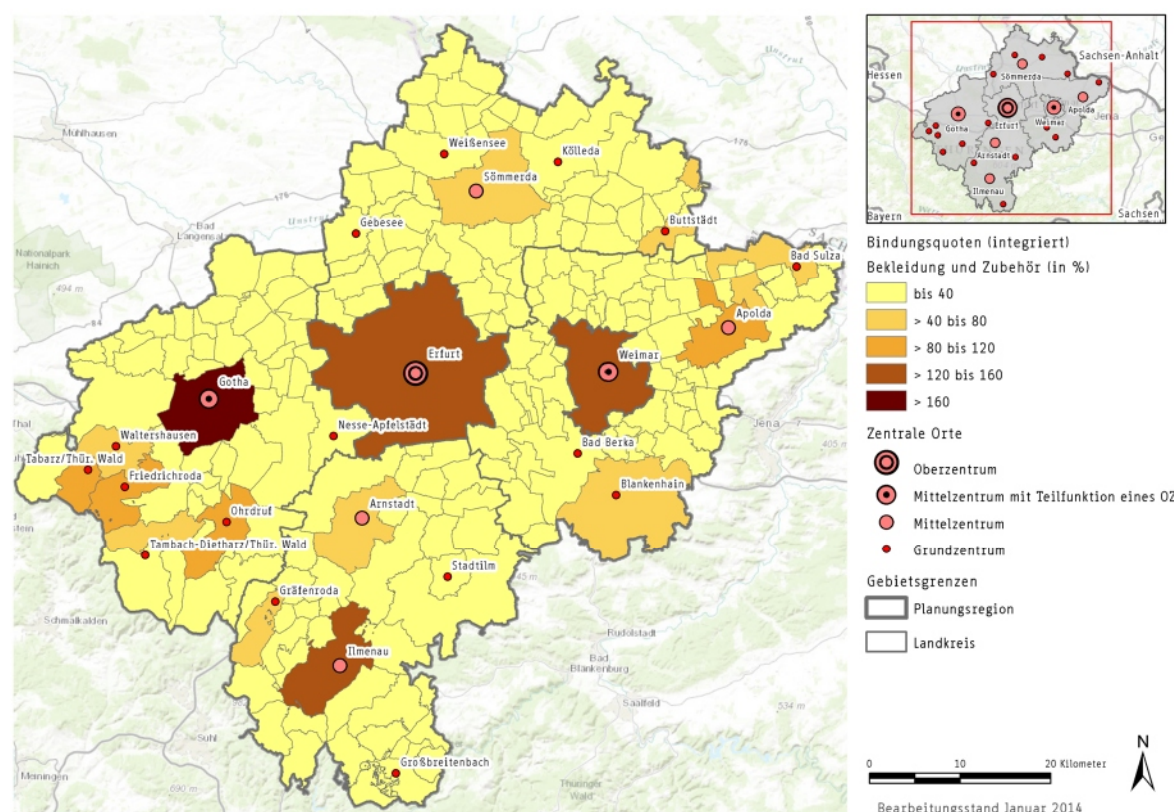
Im Sortiment Bekleidung und Zubehör, das i.d.R. eine wichtige Leitfunktion in Innenstädten höherzentraler Orte wahrnimmt, beträgt die Gesamtbindungsquote in der Region Mittelthüringen rd. 105%; das Angebot ist dabei zum Großteil in den Ober- und Mittelzentren der Region angesiedelt (vgl. Karte 6, S. 28). Sofern nur die an integrierten Standorten angesiedelten Angebote berücksichtigt werden, beläuft



sich die sortimentsbezogene Bindungsquote auf rd. 81%. Gut ein Viertel des Umsatzes in diesem Sortiment wird somit an nicht integrierten Standorten erzielt.

Auffällig auf kommunaler Ebene ist insbesondere der Rückgang der Bindungsquote bei alleiniger Betrachtung integrierter Standorte in den Mittelzentren Arnstadt und Sömmerda, der jeweils rd. 65 Prozentpunkte beträgt. Die Bindungsquote im Sortiment Bekleidung und Zubehör der an integrierten Standorten angesiedelten Betriebe beträgt nur noch rd. 57% (Arnstadt) bzw. rd. 49% (Sömmerda). Weiterhin sind im Oberzentrum Erfurt, dem Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha und dem Mittelzentrum Apolda ohne Berücksichtigung nicht integrierter Angebote deutliche Rückgänge der sortimentsbezogenen Bindungsquote von mehr als zwanzig Prozentpunkten zu konstatieren.

Karte 12: Bindungsquoten integrierter Standorte in den Städten und Gemeinden der Region Mittelthüringen im Sortiment Bekleidung und Zubehör



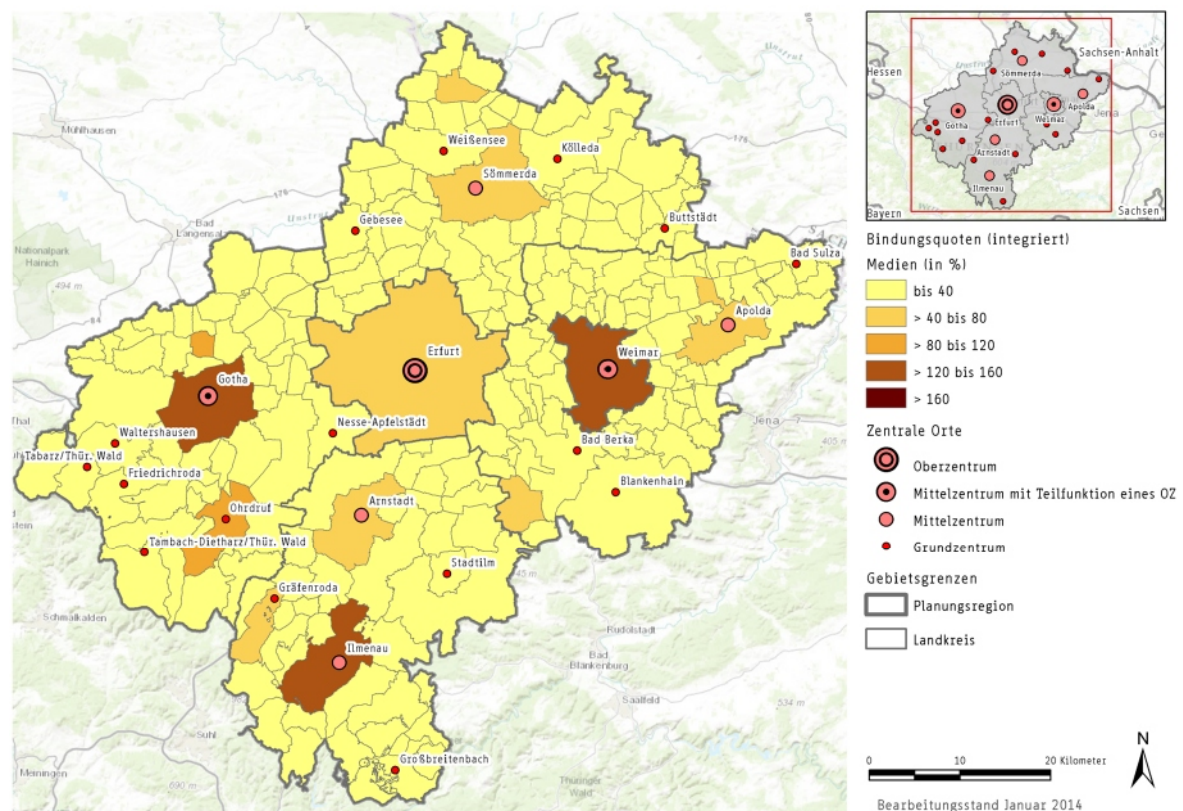
Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IFH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Im üblicherweise zentrenrelevanten Sortiment Medien, das sowohl von kleineren Fachgeschäften als auch großflächigen Elektromärkten als Kernsortiment angeboten wird, beträgt die Gesamtbindungsquote in der Region Mittelthüringen rd. 89%; das

Angebot ist dabei überwiegend im Oberzentrum Erfurt sowie in den Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha und Weimar angesiedelt (vgl. Karte 7, S. 29). Sofern nur die an integrierten Standorten bestehenden Angebote berücksichtigt werden, beträgt die sortimentsbezogene Bindungsquote nur rd. 53%. Dies bedeutet, dass rd. 40% des Umsatzes in diesem Sortiment an nicht integrierten Standorten erzielt wird.

Die Betrachtung der kommunalen Ebene zeigt insbesondere einen erheblichen Rückgang der Bindungsquote bei alleiniger Betrachtung integrierter Standorte von rd. 85% Prozentpunkten beim Oberzentrum Erfurt. Die Bindungsquote im Sortiment Medien der an integrierten Standorten angesiedelten Betriebe beträgt nur rd. 53%. Weiterhin sind in den Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha und Weimar sowie im Mittelzentrum Arnstadt ohne Berücksichtigung nicht integrierter Angebote deutliche Rückgänge der sortimentsbezogenen Bindungsquote von rd. 36 Prozentpunkten (Weimar) bis zu rd. 59 Prozentpunkten (Gotha) festzustellen.

Karte 13: Bindungsquoten integrierter Standorte in den Städten und Gemeinden der Region Mittelthüringen im Sortiment Medien



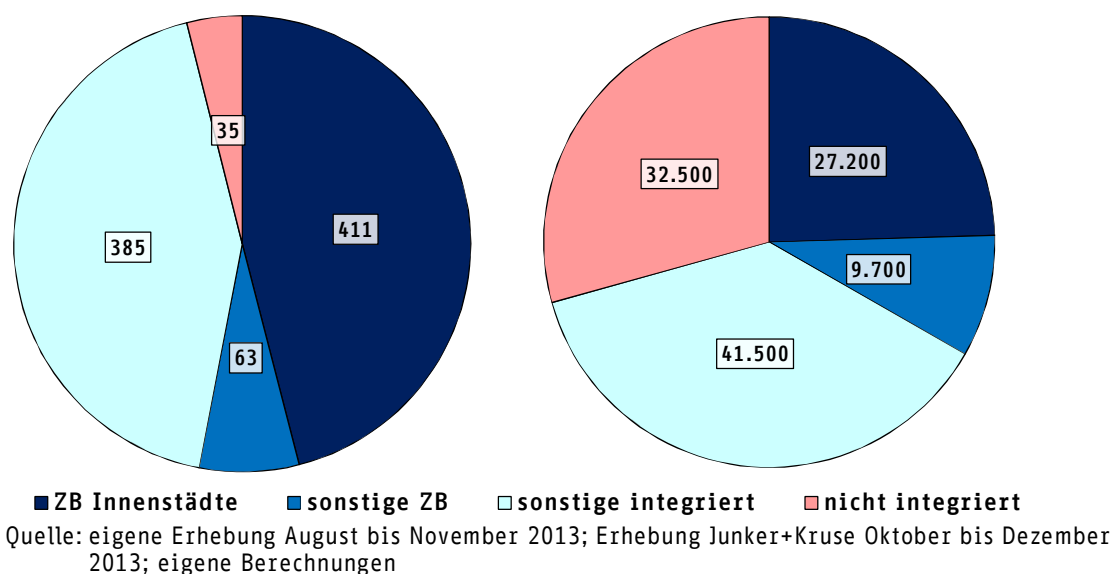
Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krusse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



4.3.4 Leerstandssituation

In Kap. 4.2.3 wurde bereits beschrieben, dass im Rahmen der Einzelhandelserhebung in der Region Mittelthüringen 894 leerstehende Ladengeschäfte mit einer Gesamtfläche von rd. 110.925 qm erfasst wurden. Von diesen befinden sich mehr als die Hälfte innerhalb der Zentren der zentralen Bereiche, der überwiegende Teil hiervon wiederum innerhalb der Innenstädte der Ober-, Mittel- und Grundzentren. Bezogen auf die Leerstandsfläche weisen sonstige integrierte Standorte und nicht integrierte Standorte mit rd. 32% bzw. rd. 29% die höchsten Anteile auf, wobei dies jedoch jeweils durch einige wenige Leerstände mit Flächen von mehr als 800 qm bedingt ist.

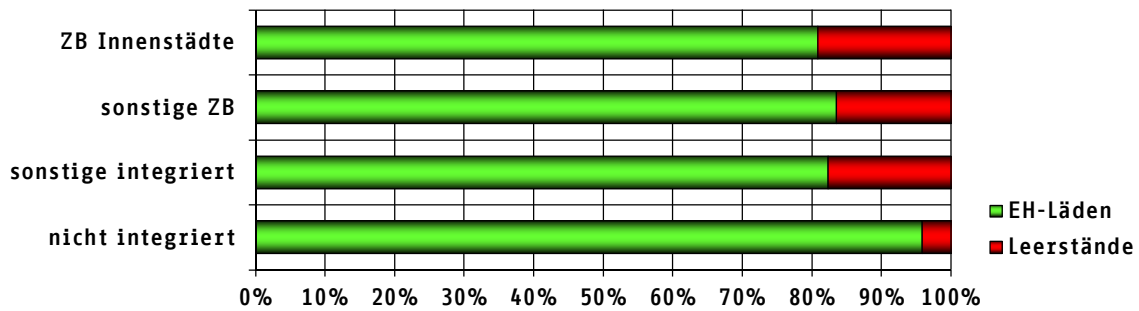
Abb. 19: Verteilung der Leerstände an Ladengeschäften nach Standorttypen



Weiterhin wurde in Kap. 4.2.3 bereits dargelegt, dass insgesamt 16% der Ladengeschäfte in Mittelthüringen leer stehen; der Leerstandsflächenanteil an der gesamten Ladenfläche - Verkaufsfläche und Leerstandsfläche - beträgt rd. 8%.

Differenziert nach Standorttypen sind an den integrierten Standorttypen durchschnittliche bis überdurchschnittliche Anteilswerte von rd. 16% bis 19% zu konstatieren, während an nicht integrierten Standorten nur ein geringer Leerstandsanteil von rd. 4% vorliegt.

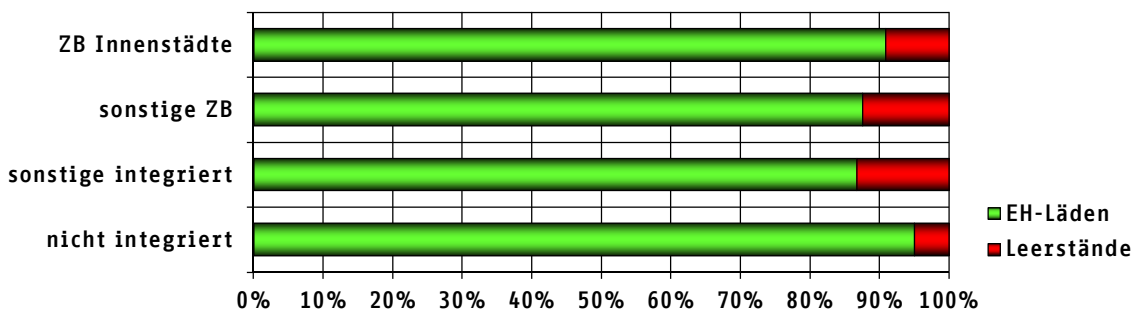
Abb. 20: Anteil der Leerstände an Ladengeschäften nach Standorttypen



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Bezogen auf die Ladenfläche insgesamt weisen insbesondere die sonstigen Zentren der zentralen Orte (Stadt- und Ortsteilzentren) sowie die sonstigen integrierten Standorte deutlich überdurchschnittliche Anteilswerte von rd. 12% bzw. rd. 14% auf. Auch die innerstädtischen Zentren der zentralen Orte weisen mit rd. 9% einen leicht überdurchschnittlichen Wert auf. Demgegenüber liegt der Leerstandsflächenanteil an nicht integrierten Standorten bei nur rd. 5%.

Abb. 21: Anteil der Leerstandsflächen an Ladenflächen nach Standorttypen



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Die alleinige Betrachtung der Leerstandsquoten der Innenstädte der zentralen Orte zeigt, dass geringe Werte von weniger als 10% nur in den Innenstädten der beiden kreisfreien Städte Erfurt und Weimar vorliegen. Demgegenüber weisen die Innenstädte des Mittelzentrums mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha, der Mittelzentren Arnstadt und Apolda sowie zahlreiche Innenstädte der Grundzentren hohe Leerstandsanteile von mehr als 20% auf.



Abb. 22: Anteil der Leerstände an Ladengeschäften in den Innenstädten der zentralen Orte

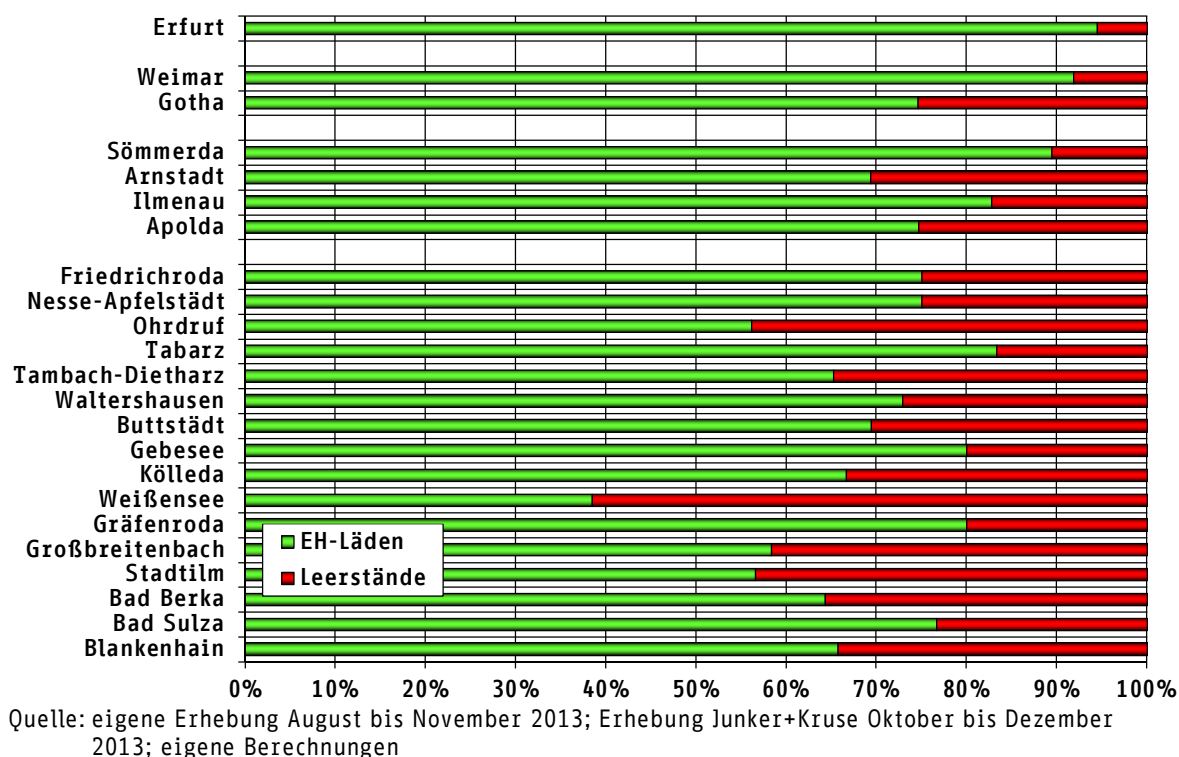
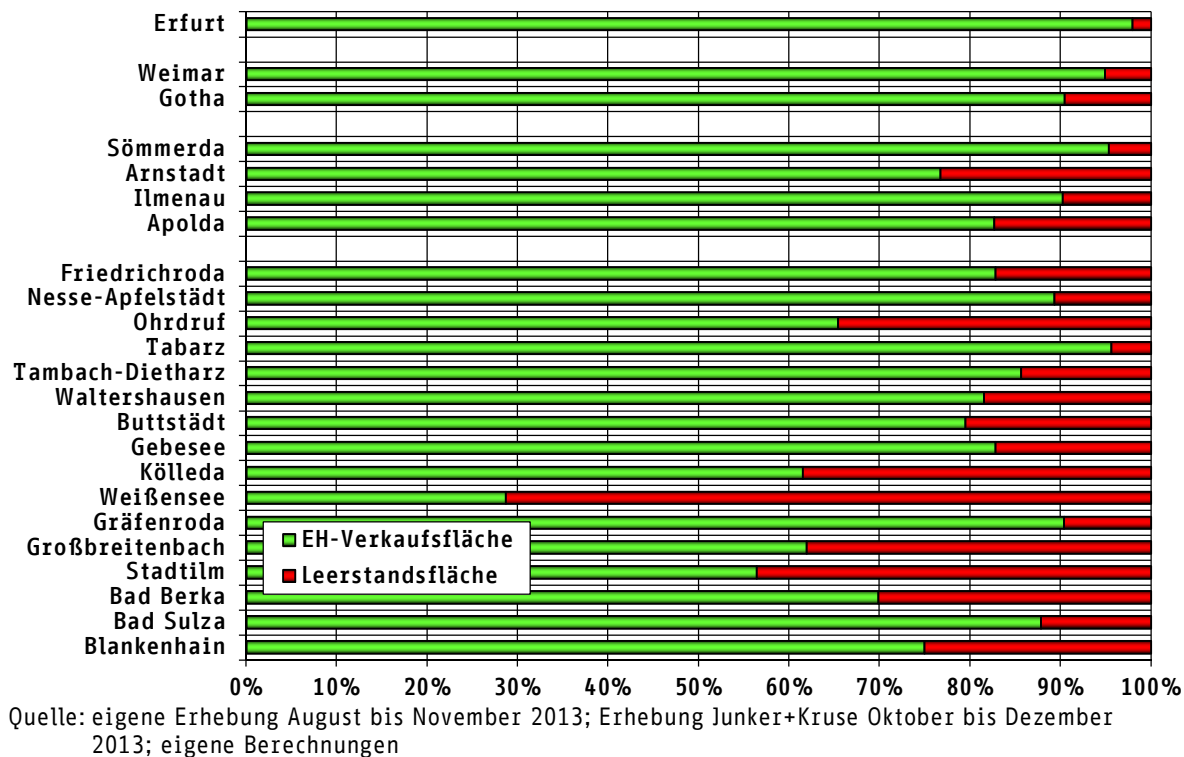


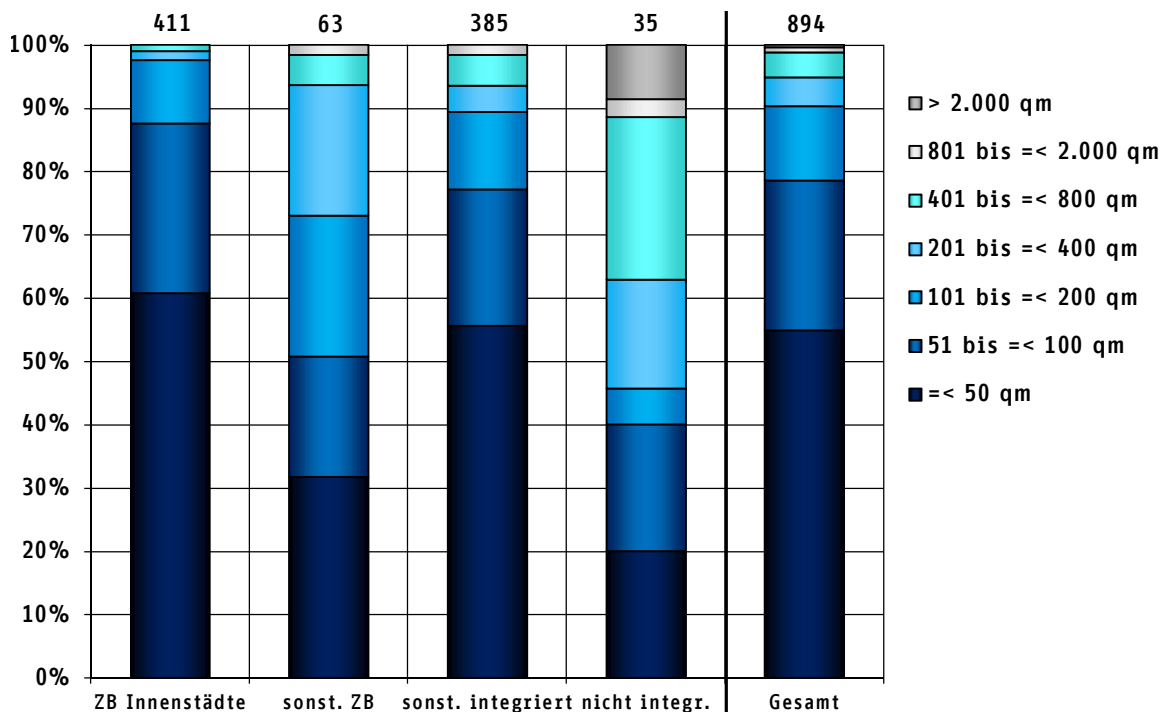
Abb. 23: Anteil der Leerstandsflächen an Ladenflächen in den Innenstädten der zentralen Orte



Sofern die Leerstandsflächenanteile innerhalb der Innenstädte der zentralen Orte herangezogen werden, sind geringe Anteilswerte von bis zu 10% für das Oberzentrum Erfurt, für die beiden Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha und Weimar, für die Mittelzentren Sömmerda und Ilmenau sowie für die Grundzentren Tabarz und Gräfenroda festzustellen. Hohe Anteile von mehr als 20% liegen demgegenüber im Mittelzentren Arnstadt sowie in den Grundzentren Bad Berka, Blankenhain, Buttstädt, Großbreitenbach, Kölleda, Ohrdruf und Stadtilm vor. Einen besonders hohen Wert verzeichnet das Grundzentrum Weißensee mit mehr als 70% Flächenleerstand, bedingt allerdings im Wesentlichen durch die geringe Verkaufsfläche innerhalb des Zentrums.

In Kap. 4.2.3 wurde weiterhin dargelegt, dass rd. 79% der Leerstände in Mittelthüringen eine Fläche von bis zu 100 qm aufweisen. Bezogen auf die in den Innenstädten der zentralen Orte gelegenen Zentren ist sogar ein Anteil von rd. 88% festzustellen, während an den nicht integrierten Standorten nur rd. 40% der Leerstände eine Fläche von bis zu 100 qm aufweisen.

Abb. 24: Anteil der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen



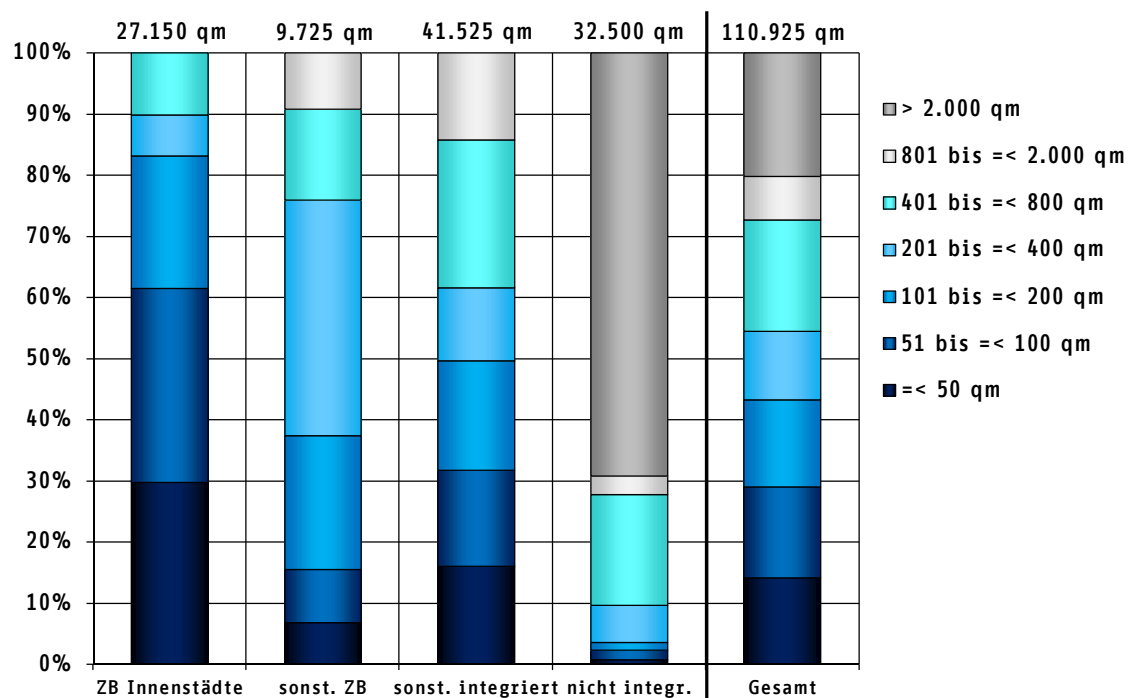
Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Bei Differenzierung auf der Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise fällt auf, dass der Anteilswert der Leerstände mit bis zu 100 qm Fläche in der kreisfreien Stadt Erfurt mit rd. 72% deutlich unter dem o.g. Durchschnittswert liegt (vgl. auch Tab. A - 41 bis Tab. A - 46 im Anhang).

Bezogen auf die Leerstandsfläche konnte in Kap. 4.2.3 festgestellt werden, dass rd. 29% auf Leerstände mit einer Verkaufsfläche von bis zu 100 qm und rd. 27% auf Leerstände mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm entfällt. Differenziert nach Standorttypen zeigt sich, dass in den Innenstädten der zentralen Orte Leerstände mit einer Fläche von bis zu 100 qm einen weit überdurchschnittlichen Flächenanteil von rd. 62% aufweisen. Demgegenüber verzeichnen an den nicht integrierten Standorten die Leerstandsflächen mit mehr als 800 qm einen Anteil von rd. 72%.

Abb. 25: Anteile der Leerstandsflächen nach Größenklassen und Standorttypen



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Auf der Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise ist für die innerstädtischen Zentren des Landkreises Sömmerda ein überdurchschnittlicher Anteilswert von rd. 78% zu verzeichnen, während der entsprechende Wert der Innenstadt der kreisfreien Stadt Weimar nur rd. 37% beträgt (vgl. auch Tab. A - 48 bis Tab. A - 53 im Anhang).

4.4 Nahversorgungssituation

Die Bedeutung einer wohnort- bzw. wohnungsnahen Grundversorgung spiegelt sich in den Ausnahmeregelungen zum Konzentrationsgebot großflächigen Einzelhandels des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025 wider: Demnach sind Einzelhandelsgroßprojekte ausnahmsweise auch in Grundzentren und in nichtzentralen Orten zur Sicherung der Grundversorgung zulässig, wobei bei letzteren zusätzlich

- eine Nichtbeeinträchtigung der Funktionsfähigkeit der umliegenden zentralen Orte und
- eine Beschränkung der Versorgungsfunktion im Wesentlichen auf das jeweilige Gemeindegebiet

zu beachten ist²⁴.

Insgesamt betrachtet liegt in der Region Mittelthüringen im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk), das für die Grund-/ Nahversorgung von besonderer Bedeutung ist, bei einer Bindungsquote von rd. 99% eine rechnerische Vollversorgung vor. Quantitativ betrachtet wird die regionale Nachfrage durch das regionale Angebot gedeckt, wobei jedoch teilregional und kommunal deutliche Unterschiede zu verzeichnen sind (vgl. Kap. 4.2.2, insbesondere Karte 4, S. 26).

Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation in der Region Mittelthüringen sind die kleinteiligen Siedlungsstrukturen einerseits und die Standortanforderungen der Betreiber andererseits zu berücksichtigen: Rd. 60% der Wohnsiedlungsbereiche, d.h. der Stadt- und Ortsteile der Gemeinden und Städte Mittelthüringens, weist eine Einwohnerzahl von bis zu 600 Einwohnern auf²⁵. Weitere rd. 19% verzeichnen eine Einwohnerzahl bis zu 1.200 Einwohnern. Bei einer negativen Bevölkerungsentwicklung, wie sie für weite Teile von Mittelthüringen prognostiziert wird (vgl. Kap. 2.2), wird sich die Einwohnerzahl o.g. Wohnsiedlungsbereiche langfristig - zumindest zum Teil - auf etwa 500 bzw. 1.000 Einwohner reduzieren. Diesbezüglich ist zu berücksichtigen, dass nach den Erfahrungen und Kenntnissen des Büros Dr.

²⁴ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 44.

²⁵ Seitens der Regionalen Planungsstelle Mittelthüringen wurden zur Darstellung der Nahversorgungssituation die Einwohnerzahlen für 531 (Wohn-)Siedlungsbereiche zur Verfügung gestellt.



Acocella, basierend auf zahlreichen Einzelhandelserhebungen, Händlerbefragungen und Gesprächen mit Betreibern von Lebensmittelbetrieben,

- ein kleines Lebensmittel-SB-Geschäft - vergleichbar einem "Tante-Emma-Laden" - im unmittelbaren Einzugsgebiet (Stadt-/ Ortsteil bzw. Wohnsiedlungsbereich des Geschäftsstandorts) rd. 1.000 Einwohner benötigt und keine Konkurrenzbetriebe in diesem Gebiet angesiedelt sein dürfen,
- die Mindestverkaufsfläche von Discountern bei Neuansiedlungen - in Abhängigkeit des Betreibers - bei rd. 800 bis 1.000 qm liegt,
- durch einen derartigen Betrieb rechnerisch rd. 2.000 bis 2.500 Einwohner – in Abhängigkeit der Flächenleistung - versorgt werden,
- die Mindestverkaufsfläche eines Supermarkts rd. 1.500 qm beträgt, wobei je nach Region auch deutlich höhere Anforderungen seitens der Betreiber gestellt werden.

Die nachfolgende Darstellung zeigt - differenziert nach Einwohnerzahl der Wohnsiedlungsbereiche - welche Nahversorgungsqualität mindestens vorliegt. Dabei werden folgende Nahversorgungsstandards unterschieden²⁶:

- Mindestens ein Lebensmittelbetrieb ab 200 qm Verkaufsfläche (Lebensmittel-SB-Markt, Supermarkt, Discounter etc.)²⁷,
- mindestens ein Lebensmittelbetrieb bis 200 qm Verkaufsfläche (Lebensmittel-SB-Geschäft, Bioladen/ Reformhaus),
- mindestens ein Betrieb des Lebensmittelhandwerks (Bäcker, Fleischer),
- mindestens ein sonstiger Nahversorgungsbetrieb (Lebensmittelfachgeschäft, Getränkemarkt, Hofladen, Tankstelle, u.Ä.),
- kein stationärer Nahversorgungsbetrieb, d.h. allenfalls mobiler Nahversorgungsbetrieb (Bäckereiverkaufswagen o.Ä.).

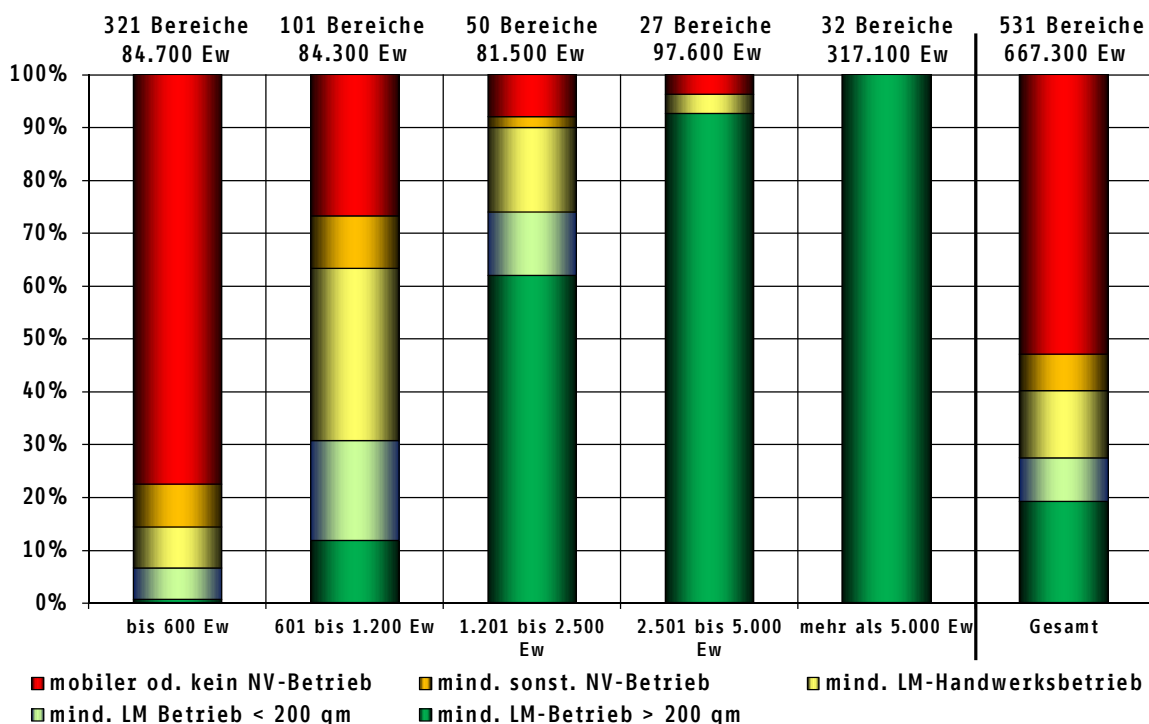
²⁶ Dabei wird jeder Siedlungsbereich der jeweils höchsten Nahversorgungs-kategorie, die er erfüllt, zugeordnet. D.h., dass z.B. bei Vorhandensein eines Lebensmittelbetriebs mit einer Verkaufsfläche von bis 200 qm auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks oder Lebensmittelfachgeschäfte im Siedlungsbereich ansässig sein können, jedoch kein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 qm besteht.

²⁷ Für Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 200 qm wird i.d.R. angenommen dass ein für die Grund-/ Nahversorgung hinreichend breites und tiefes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel besteht und zudem Rand- und Ergänzungssortimente wie z.B. Drogeriewaren in ebenfalls hinreichendem Maße vorgehalten werden. Teilweise weisen jedoch auch kleinere Lebensmittelbetriebe ein derartig vielfältiges Angebot auf.

Eine Nahversorgungskategorie wird einem Wohnsiedlungsbereich zugeordnet, wenn ein entsprechender Betrieb innerhalb des jeweiligen Bereichs angesiedelt ist oder sich in einer Entfernung von bis zu 250 qm z.B. in einem Gewerbegebiet ohne signifikanten Wohnanteil befindet, sodass dennoch zumindest für einen Teil der Einwohner des Wohnsiedlungsbereichs grundsätzlich eine fußläufige Nahversorgungsmöglichkeit besteht.

Insgesamt verzeichnet knapp ein Fünftel der 531 Wohnsiedlungsbereiche der Region Mittelthüringen einen Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 qm und kann damit als hinreichend nahversorgt betrachtet werden. Bei den Wohnsiedlungsbereichen mehr als 2.500 Einwohnern ist diesbezüglich eine nahezu vollständige Versorgung gegeben, während bei den Bereichen mit bis zu 600 Einwohnern nur rd. 1% und bei den Bereichen mit 601 bis 1.200 Einwohnern nur rd. 12% über einen Lebensmittelbetrieb mit hinreichend vielfältigem Angebot verfügen. Demgegenüber ist in etwa zwei Drittel der Wohnsiedlungsbereiche mit bis zu 1.200 Einwohnern kein stationäres Lebensmittelangebot vorhanden. In diesen Werten spiegeln sich letztlich die o.g. Standortanforderungen der Betreiber von Lebensmittelbetrieben wider.

Abb. 26: Nahversorgungsqualität der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen



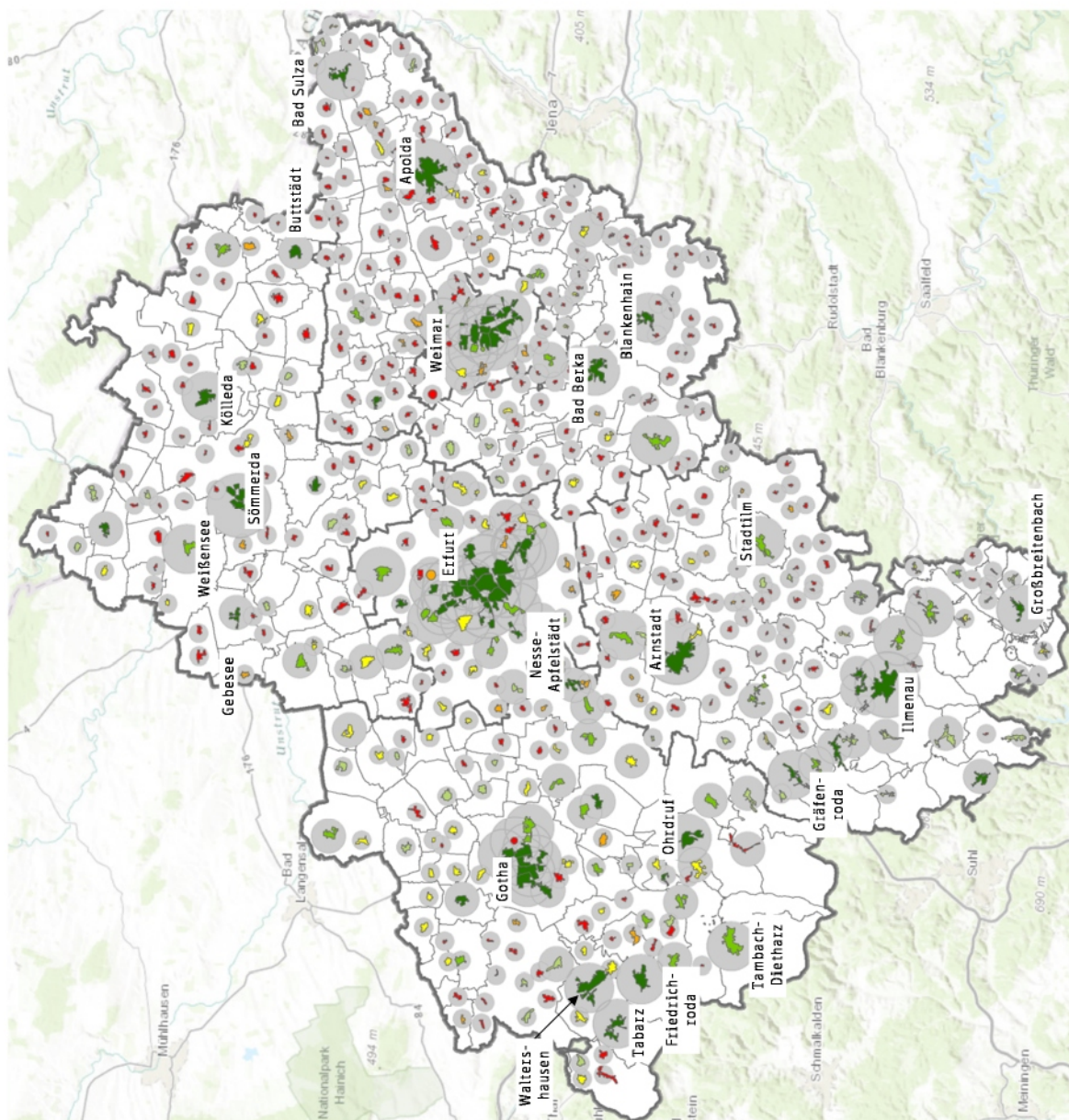
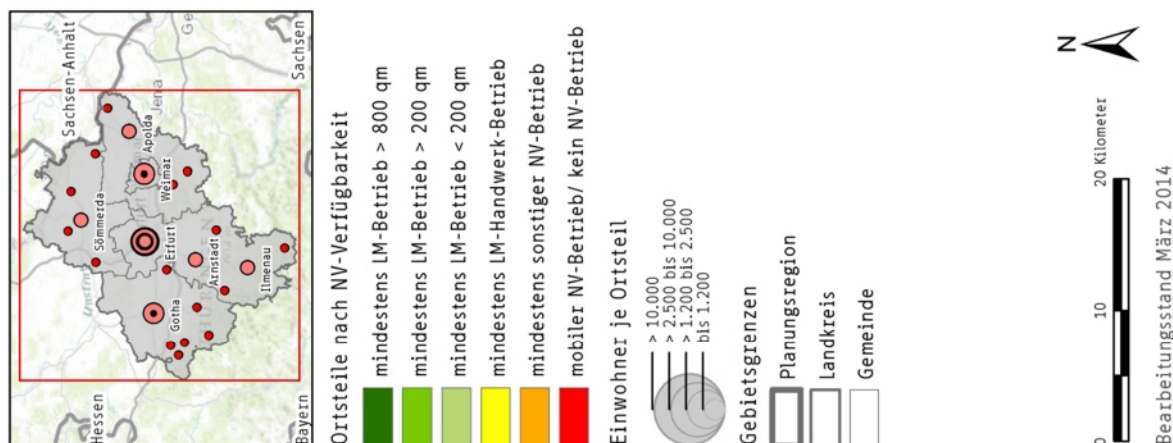
Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen



Auf der Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise zeigt sich, dass in den beiden kreisfreien Städten Erfurt und Weimar überdurchschnittlich viele Wohnsiedlungsbereiche - rd. 49% bzw. 54% - durch einen Lebensmittelbetrieb mit mehr als 200 qm Verkaufsfläche versorgt werden. Dies ist jedoch im Wesentlichen durch den hohen Anteil von Wohnsiedlungsbereichen mit mehr als 2.500 Einwohnern bedingt (vgl. - auch im Folgenden - Tab. A - 55 bis Tab. A - 60 im Anhang). Die Anteile der durch einen entsprechenden Betrieb versorgten Einwohnerbereiche mit bis zu 1.200 Einwohner bzw. mit mehr als 2.500 Einwohnern differieren zwischen den kreisfreien Städten/ Landkreisen nur geringfügig: Während jeweils nahezu alle einwohnerstarken Wohnsiedlungsbereiche als nahversorgt bezeichnet werden können, trifft dies nur für einen geringen Anteil der einwohnerschwachen Bereiche zu.

Karte 14 zeigt die räumliche Situation der Nahversorgungsqualität in den Wohnsiedlungsbereichen von Mittelthüringen. Auffällig sind die zahlreichen Bereiche ohne stationären Nahversorgungsbetrieb in den Landkreisen Sömmerda und Weimarer Land sowie im nordöstlichen Teil des Ilm-Kreises. Demgegenüber sind - abgesehen von den beiden kreisfreien Städten Erfurt und Weimar - insbesondere im Landkreis Gotha sowie im südwestlichen Teil des Ilm-Kreises zahlreiche Wohnsiedlungsbereiche mit einem zumindest rudimentären Lebensmittelangebot - Lebensmittelhandwerk oder sonstiger Nahversorgungsbetrieb wie beispielsweise Lebensmittelfachgeschäft oder Getränkemarkt - zu verzeichnen.

Karte 14: Nahversorgungsqualität der Wohnsiedlungsbereiche in Mittelthüringen

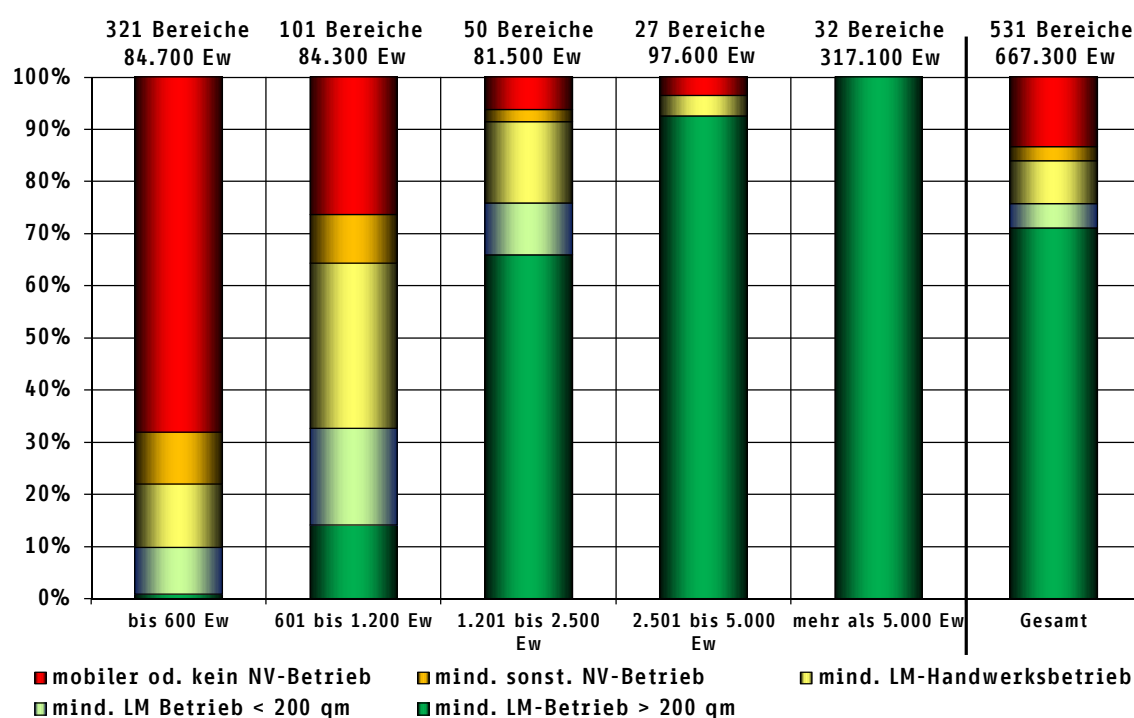


Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen



Sofern die Einwohnerzahlen der Wohnsiedlungsbereiche mit berücksichtigt werden, zeigt sich, dass rd. 71% der Bevölkerung Mittelthüringens innerhalb ihres Bereichs oder in dessen unmittelbarer Nähe einen Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von mehr als 200 qm vorfinden. Weitere 5% der Einwohner sind durch ein Lebensmittelgeschäft mit einer geringeren Verkaufsfläche nahversorgt. Dies bedeutet, dass annähernd ein Viertel der Bevölkerung von Mittelthüringen in jedem Fall nur ein rudimentäres bzw. kein Grund-/ Nahversorgungsangebot in ihrem Wohnumfeld vorfinden, wobei auch zahlenmäßig insbesondere die Bevölkerung der Wohnsiedlungsbereiche mit bis zu 1.200 Einwohnern betroffen ist.

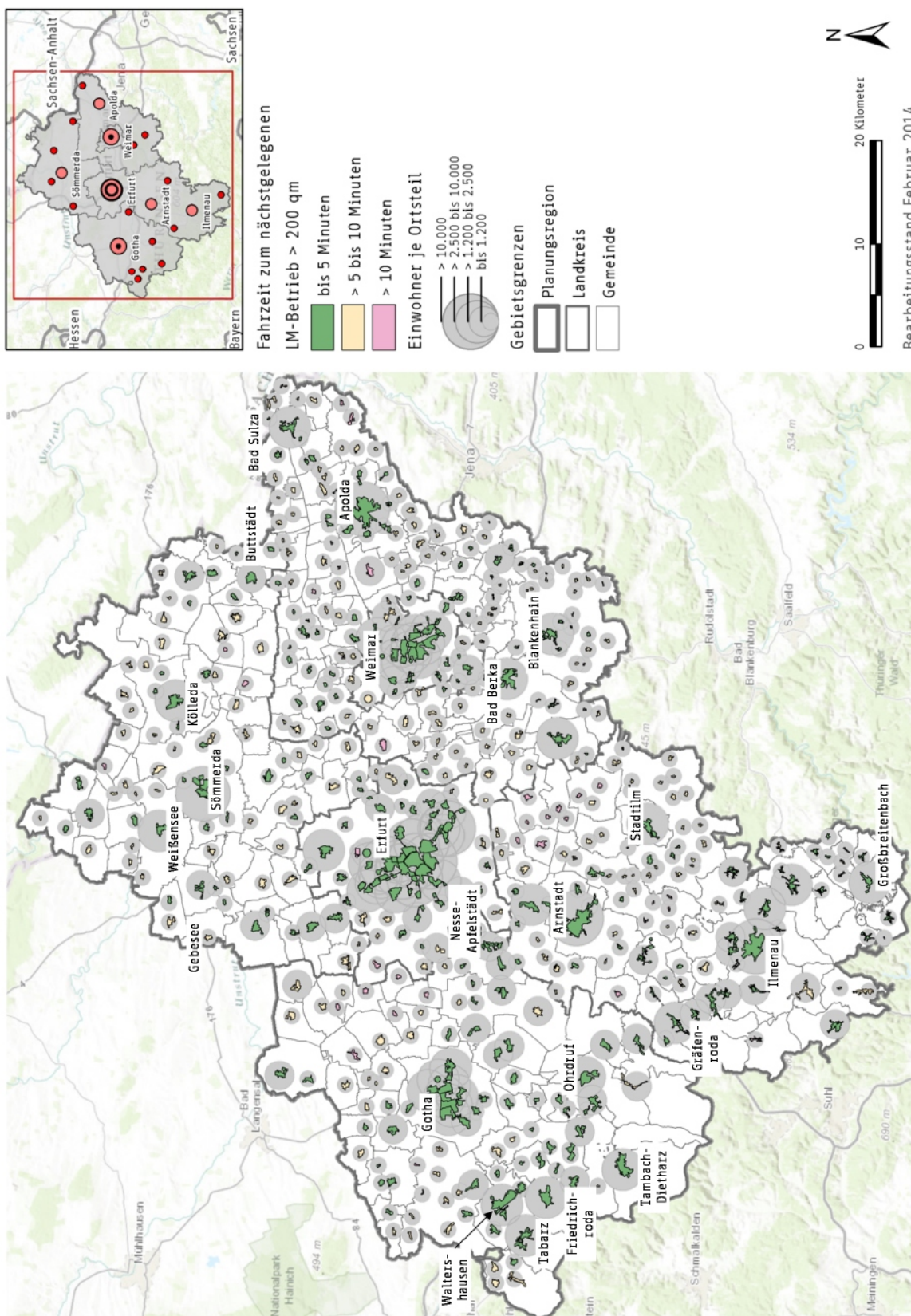
Abb. 27: Nahversorgungsqualität der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen – gewichtet nach Einwohnern



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Die Betrachtung auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise zeigt, dass in den beiden kreisfreien Städten mit rd. 88% bzw. rd. 90% deutlich überdurchschnittliche Nahversorgungsanteile vorliegen, bedingt (wiederum) durch den höheren Anteil von einwohnerstarken Wohnsiedlungsbereichen (vgl. – auch im Folgenden - Tab. A - 62 bis Tab. A - 67). Demgegenüber weisen die Landkreise Sömmerda und Weimarer Land, die - wie auch der Ilm-Kreis - einen sehr hohen Anteil einwohnerschwacher Wohnsiedlungsbereiche verzeichnen, unterdurchschnittliche Werte von nur rd. 51% bzw. 45% auf.

Karte 15: Pkw-Fahrzeit (klassifiziert) bis zum nächsten Lebensmittelbetrieb mit mehr als 200 qm Verkaufsfläche auf Basis der Wohnsiedlungsbereiche



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen



In Karte 15 sind die klassifizierte Pkw-Fahrzeiten der Wohnsiedlungsbereiche bis zum nächsten Lebensmittelbetrieb dargestellt. Entfernungen von mehr als zehn Fahrminuten sind dabei z.B. für zahlreiche Wohnsiedlungsbereiche südlich von Erfurt und östlich von Arnstadt zu erkennen. In den Landkreisen Sömmerda und Weimarer Land weist ein großer Teil der nicht bzw. nur rudimentär nahversorgten Wohnsiedlungsbereiche eine Fahrzeit von fünf bis zehn Minuten zum nächsten Lebensmittelbetrieb mit mehr als 200 qm Verkaufsfläche auf. Eine wohnort- oder wohnungsnahe Grund-/ Nahversorgung liegt jedoch in keinem dieser Fälle vor.

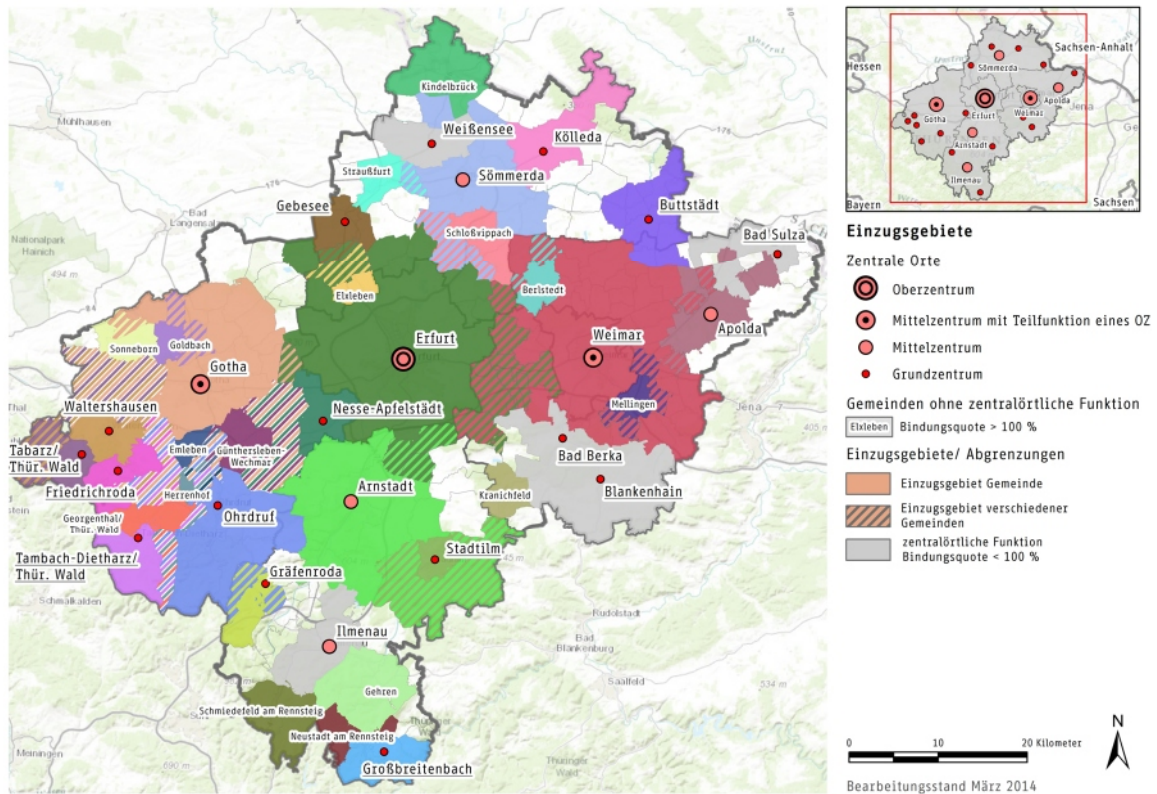
Während in zahlreichen (Wohnsiedlungs-)Bereichen von Mittelthüringen - bedingt durch kleinteilige Siedlungsstrukturen einerseits und Mindest(verkaufsflächen)anforderungen der Betreiber andererseits - ein bzw. nur ein rudimentäres Grund-/ Nahversorgungsangebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel besteht, weisen zahlreiche Kommunen in diesem Sortiment Bindungsquoten von deutlich mehr als 100% und damit per Saldo einen deutlichen Kaufkraftzufluss auf (vgl. Karte 4, S. 26). In Karte 16 sind die rechnerischen Einzugsgebiete der entsprechenden - auch nichtzentralen - Orte dargestellt²⁸. Darin zeigt sich, dass

- v.a. im Landkreis Gotha mehrfache Überlagerungen von Einzugsbereichen bestehen,
- einige nichtzentrale Orte - entgegen dem Konzentrationsgebot des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025²⁹ - eine überörtliche Versorgungsfunktion wahrnehmen,
- die überörtliche Versorgungsfunktion der Grundzentren häufig nur gering ausgeprägt ist bzw. eine solche nicht besteht.

²⁸ Zur Ermittlung wurde der per Saldo für eine Stadt oder Gemeinde zu verzeichnende Kaufkraftzufluss im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel den nächstgelegenen Kommunen - auf Pkw-Fahrzeitenbasis - zugeordnet bzw. deren sortimentsbezogener Kaufkraft gegenübergestellt, bis sich Zufluss und Kaufkraft der Umfiedkommunen in etwa entsprachen. Der Bestand bzw. der durch diesen erzielte Umsatz in den Umfiedkommunen wurde mit berücksichtigt.

²⁹ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 44.

Karte 16: Rechnerische Einzugsbereiche im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krise Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

4.5 Fazit zur Ist-Situation im Einzelhandel

Insgesamt betrachtet liegt in der Region Mittelthüringen in nahezu allen Sortimenten eine annähernde rechnerische Vollversorgung oder per Saldo ein leichter Kaufkraftzufluss vor. Per Saldo deutliche Kaufkraftabflüsse sind in den Sortimenten Bücher und Spielwaren zu verzeichnen; diese können zumindest teilweise auf den Versandhandel zurückgeführt werden.

Die räumliche Verteilung des Einzelhandelsangebots steht sowohl insgesamt betrachtet als auch auf Sortimentsebene überwiegend im Einklang mit dem Zentralen Orte System, insbesondere bezogen auf die höherzentralen Orte. Ausnahmen sind beispielsweise im Sortiment Möbel, Antiquitäten zu verzeichnen, in dem in zwei nichtzentralen Kommunen - Elxleben und Mönchenholzhausen - große Möbelhäuser mit regionaler Versorgungsfunktion in unmittelbarer Nähe zum Oberzentrum Erfurt angesiedelt sind. Weiterhin ist im Sortiment Drogerie/ Parfümerie, das eigentlich eine hohe Nahversorgungsrelevanz besitzt, ein "Rückzug" auf höherzentrale Orte



festzustellen, bedingt in hohem Maße durch die Standortanforderungen der Betreiber von Drogeriemärkten.

Die Grundzentren der Region Mittelthüringen weisen nur zum Teil eine überörtliche Grund-Versorgungsfunktion auf. Teilweise stehen sie dabei in Wettbewerb zu benachbarten und nahegelegenen nichtzentralen Orten, die eine solche Funktion ausüben und die Entwicklungsmöglichkeiten der Grundzentren beeinträchtigen.

Insbesondere in den Innenstädten mehrerer Grundzentren, aber auch einiger Mittelzentren sind relativ hohe Leerstandsquoten festzustellen. An integrierten Standorten sind vor allem kleine Ladengeschäfte mit bis zu 100 qm von Leerstand betroffen. Diese Größenordnung weist auch ein Großteil der Einzelhandelsbetriebe an integrierten Standorten auf; tendenziell kann somit ein beträchtlicher Teil der Einzelhandelsbetriebe als latent in seinem Fortbestand gefährdet betrachtet werden.

In zahlreichen üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten ist ein vergleichsweise großer Teil des Angebots an nicht integrierten Standorten angesiedelt, wo es in Konkurrenz zu den zentralen Bereichen steht. Ein relativ großes Angebot nicht integrierter Standort besteht auch im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, das für die Nahversorgung von besonderer Bedeutung ist.

Der Erhalt und die Verbesserung der räumlichen Grund-/ Nahversorgungssituation, insbesondere im Bereich Lebensmittel, stellt insbesondere vor dem Hintergrund der kleinteiligen, von einwohnerschwachen Wohnsiedlungsbereichen geprägten Siedlungsstrukturen und der für weite Teile Mittelthüringens prognostizierten negativen Bevölkerungsentwicklung einerseits und der Anforderungen der Betreiber von Lebensmittelbetrieben (Supermärkte, Discounter etc.) andererseits eine wichtige Aufgabe dar.

In der Summe erfordern die o.g. wesentlichen Merkmale der aktuellen Einzelhandelsituation in Mittelthüringen unter Berücksichtigung der zu erwartenden Entwicklungen auf Angebots- und Nachfrageseite (vgl. auch Kap. 3) ein interkommunal abgestimmtes Handeln.

5. VERKAUFSFLÄCHENPROGNOSE

Das Regionale Einzelhandelskonzept Mittelthüringen stellt die Basis für eine mittel- bis langfristige Entwicklungskonzeption für den Einzelhandel in der Region dar: Die zukünftige Funktionsfähigkeit der Region insgesamt sowie von Teilbereichen, von Innenstädten und sonstigen Zentren sowie Nahversorgungsstandorten hängt in hohem Maße davon ab, in welchem Umfang und an welchen Standorten bzw. Standorttypen zusätzliche Einzelhandelsflächen realisiert werden. Es ist deshalb notwendig quantitative Entwicklungsperspektiven - soweit bestehend - anhand einer Verkaufsflächenprognose aufzuzeigen.

5.1 Methodik

Die nachfolgende Verkaufsflächenprognose basiert auf nachfrageseitigen Entwicklungen und ist daher wettbewerbsneutral. Wesentliche Bestandteile sind

- die Einwohnerentwicklung nach der Prognose des Thüringer Landesamts für Statistik bis 2030 unter Berücksichtigung der Ergebnisse der Einwohnerzahlen vom 31.12.2012 (Zensus)³⁰ sowie
- die perspektivische Kaufkraftentwicklung, die von verschiedenen Wirtschaftsinsituten prognostiziert wird.

Da Apotheken und Lebensmittelhandwerk hinsichtlich ihrer Umsatz- und Verkaufsflächenentwicklung anderen Gesetzmäßigkeiten folgen, beschränkt sich die Prognose auf den Einzelhandel i.e.S., ohne Lebensmittelhandwerk, Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffe sowie Apotheken.

Wegen der Unsicherheiten, mit denen Prognosen behaftet sind, wurde eine untere und eine obere Variante erarbeitet, so dass sich als Prognoseergebnis ein Entwicklungskorridor ergibt:

- Untere Variante: Die Einwohnerentwicklung bleibt unter den - auf Basis der Zensus-Einwohnerzahlen vom 31.12.2012 neu errechneten - Prognosewerten; bei der

³⁰ Thüringer Landesamt für Statistik: Voraussichtliche Bevölkerungsentwicklung 2009 bis 2030 nach Kreisen (am 31.12. des jeweiligen Jahres) nach Kreisen - Ergebnisse der 12. koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (BV). Bei dieser Prognose wird für die Region Mittelthüringen für das Jahr 2025 gegenüber dem Ausgangsjahr 2009 insgesamt ein Bevölkerungsrückgang um rd. 6,3% prognostiziert, wobei die kreisfreien Städte Erfurt und Weimar einen Bevölkerungszuwachs verbuchen, während die Landkreise deutliche Bevölkerungsrückgänge verzeichnen (vgl. auch Kap. 2.2).



Kaufkraftentwicklung werden tendenziell zurückhaltende Annahmen getroffen, welche die von Wirtschaftsinstituten übereinstimmend prognostizierte Abnahme des Anteils der Ausgaben im Einzelhandel am Einkommen berücksichtigt.

- Obere Variante: Die Einwohnerentwicklung verläuft - wiederum unter Berücksichtigung der Zensus-Einwohnerzahlen vom 31.12.2012 - positiver als prognostiziert; der Kaufkraftentwicklung werden tendenziell optimistische Annahmen - Konjunkturbelebung auch im Einzelhandel - zugrunde gelegt.

Tab. 1: Einwohnerzahlen der Verkaufsflächenprognose auf der Ebene der kreisfreien Städte und Gemeinden

kreisfreie Stadt/ Landkreis	Einwohnerzahl untere Variante	Einwohnerzahl obere Variante
kreisfreie Stadt Erfurt	208.000	208.900
kreisfreie Stadt Weimar	67.600	67.700
Landkreis Gotha	118.700	119.600
Ilm-Kreis	100.800	101.600
Landkreis Sömmerda	59.500	60.200
Landkreis Weimarer Land	68.500	69.500
Region Mittelthüringen	623.100	627.500

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik; IFH Köln (2013); eigene Berechnungen

Weiterhin werden unterschiedliche Szenarien der Einzelhandelsentwicklung dargestellt³¹:

- Entwicklungsprognose: Die derzeitigen Bindungsquoten können in einigen Sortimenten auf sogenannte Zielbindungsquoten gesteigert werden, d.h. die Kaufkraftbindung wird erhöht (s.u.).

³¹ Derzeit ist es auf Grund der politischen Situation an zahlreichen Brennpunkten sowie vor dem Hintergrund der in weiten Teilen Europas noch nicht überwundenen Finanz- und Wirtschaftskrise äußerst schwierig, verlässliche Prognosen über die künftige Einzelhandelsentwicklung abzugeben. Zu berücksichtigen ist auch, dass auch in der Vergangenheit der Einzelhandel nur teilweise von konjunkturellen Aufschwüngen profitieren konnte. Daher ist davon auszugehen, dass selbst bei fortwährendem gesamtwirtschaftlichen Wachstum und einer Steigerung der Konsumausgaben insgesamt dem Einzelhandel nur unterdurchschnittliche Umsatzsteigerungen bevorstehen: Auch bei Zunahme des privaten Verbrauches kann der Anteil einzelhandelsrelevanter Ausgaben auf Grund steigender Ausgaben in anderen Bereichen - z.B. Wohn-, Energie- und Mobilitätskosten - weiter zurückgehen.

Trotz dieser insgesamt wenig positiven Vorzeichen muss aber auch berücksichtigt werden, dass die einzelnen Branchen von der Entwicklung sehr unterschiedlich betroffen sind: So waren in der Vergangenheit zum Teil auch in den "mageren Jahren" reale Umsatzzuwächse zu verzeichnen; Ein Beispiel hierfür ist der Bereich Unterhaltungselektronik/ Telekommunikation. Für die Ableitung des Kaufkraftpotenzials nach Sortimenten wurden daher vorhersehbare Verschiebungen in der Nachfragestruktur berücksichtigt.

- Wettbewerbsprognose: Die Zielbindungsquoten werden auf Grund nicht absehbarer Ereignisse (z.B. steigende Wohn-/ Energiekosten) und/ oder nicht quantifizierbarer Entwicklungen (z.B. perspektivischer Anteil des Internethandels am Einzelhandelsumsatz) nicht erreicht.

Zur Verdeutlichung des Ausmaßes des Verdrängungswettbewerbs bei einem nicht abgestimmten regionalen Handeln werden neben einer regionsweiten Prognose, die auf regional abgestimmten Zielsetzungen beruht (vgl. auch Kap. 6), noch eine landkreisbezogene und eine gemeindeweise Prognose berechnet. Letztlich sind für die weitere Einzelhandelsentwicklung in Mittelthüringen jedoch nur die in der regionsweiten Prognose ermittelten Verkaufsflächenspielräume von Bedeutung.

Für die regionsweite Prognose sowie für die landkreisbezogene und die gemeindeweise Prognose werden folgende weitere Annahmen getroffen:

- Bei der regionsweiten Prognose werden die regionalen Bindungsquoten (vgl. Kap. 4.2.2, Abb. 10, S. 23) als Ausgangspunkt herangezogen. In denjenigen Sortimenten, bei denen die derzeitige Bindungsquote unter der Zielbindungsquote von 100% liegt, wird bei der Entwicklungsprognose die Differenz als "freies" Nachfragepotenzial betrachtet. Sofern Bestandsbindungsquoten über den angesetzten Zielbindungsquoten liegen, werden sie als Zielbindungsquoten festgesetzt und fortgeschrieben; dies gilt im Übrigen auch bei der landkreisbezogenen und der gemeindeweisen Prognose (s.u.).

Bei der Wettbewerbsprognose werden die Zielbindungsquoten um 10% verringert; dies gilt wiederum auch für die landkreisbezogene und die gemeindeweise Prognose (s.u.).

- Bei der landkreisbezogenen Prognose bilden die Bestandsbindungsquoten der kreisfreien Städte/ Landkreise die Basis (vgl. Kap. Tab. A - 4 bis Tab. A - 9 im Anhang). Als Zielbindungsquoten werden für die beiden kreisfreien Städte Erfurt und Weimar die in Tab. 2 dargestellten Werte angesetzt. Zielbindungsquoten für die Landkreise sind hingegen im kurzfristigen Bedarfsbereich 100% und 90% im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (Bücher 75%)³².

³² Die Zielbindungsquoten von 90% im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich leiten sich aus der überörtlichen Versorgungsfunktion der beiden kreisfreien Städte Erfurt und Weimar ab, die in die Landkreise hineinreicht.



- Bei der gemeindeweisen Prognose werden die kommunalen Bindungsquoten als Ausgangspunkt herangezogen (vgl. beispielsweise Kap. 4.2.2, Karte 4, S. 26). Die Zielbindungsquoten werden nach Bedarfsbereichen und zentralörtlicher Funktion, bei nichtzentralen Orten auch nach Einwohnerzahl differenziert (vgl. Tab. 2).

Tab. 2: Gemeindeweise Prognose: Zielbindungsquoten der Entwicklungsprognose nach Bedarfsbereichen und zentralörtlicher Funktion

zentralörtliche Funktion/ Einwohnerzahl	kurzfristiger Bedarfsbereich	Bücher	mittelfristiger Bedarfsbereich	langfristiger Bedarfsbereich
Oberzentrum Erfurt	110%	125%	150%	150%
Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrum Weimar	110%	125%	150%	150%
Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrum Gotha, Mit- telzentren	110%	100%	150%	75%
Grundzentren	110%	65%	75%	75%
ohne zentralörtl. Funktion, ab 2.200 Einwohner	100%	20%	25%	25%
ohne zentralörtl. Funktion, 1.000 bis 2.200 Einwohner	100%	0%	0%	0%
ohne zentralörtl. Funktion, un- ter 1.000 Einwohner	75%	0%	0%	0%

Quelle: eigene Annahmen auf Basis errechneter Bindungsquoten

Nachfolgend sind beispielhaft die Ausgangswerte - Einwohnerzahlen 2025 sowie kurz- und mittel- bis langfristiger Kaufkraftzuwachs - sowie die sich daraus ergebenden Kaufkraftpotenziale bis zum Jahr 2025 der regionsweiten Prognose dargestellt. In der Summe ist bis zum Jahr 2025 in der unteren Variante ein geringfügiger Rückgang des Kaufkraftpotenzials zu verzeichnen, während in der oberen Variante ein leichter Zuwachs vorliegt.

Tab. 3: Annahmen der regionsweiten Prognose zur Nachfrageentwicklung und Kaufkraftpotenzial im Überblick

Kaufkraftentwicklung	untere Variante	obere Variante
Einwohner 2025	623.100	627.500
Kaufkraftzuwachs 2013 - 2015 (p.a.)	0,0%	0,5%
Kaufkraftzuwachs 2015 - 2025 (p.a.)	0,5%	1,0%
Kaufkraftzuwachs 2013 - 2025 insgesamt	5,1%	11,6%
Kaufkraft je Einwohner (Mittelthüringen) 2013 (ohne Lebensmittelhandwerk, Apotheken)	4.688 €	
Kaufkraft je Einwohner (Mittelthüringen) 2025	4.937 €	5.240 €
Kaufkraftpotenzial Mittelthüringen 2013 in Mio. €	3.115,7	
Kaufkraftpotenzial Mittelthüringen 2025 in Mio. €	3.076	3.288
Änderung gegenüber 2013	-1%	6%

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik; IFH Köln (2013); eigene Berechnungen

Auf Grund der negativen Entwicklung des Kaufkraftpotenzials in der unteren Variante sowie der teilweise unter den aktuellen Bindungsquoten liegenden Zielbindungsquoten bei der Wettbewerbsprognose errechnen sich in einigen Sortimenten rechnerische Flächenabgänge. Diese werden bei den Prognoseergebnissen jedoch nur zu 50% berücksichtigt, da davon ausgegangen wird, dass ein Teil durch geringere Flächenleistungen - einhergehend mit Kostenreduzierungen z.B. bei Personal, Investitionen etc. - kompensiert wird.

5.2 Verkaufsflächenentwicklungspotenzial in der Region Mittelthüringen

Auf Basis der in Kap. 5.1 dargestellten Grundlagen ergibt sich in der regionsweiten Entwicklungsprognose bis zum Jahr 2025 über alle Sortimente hinweg betrachtet ein Verkaufsflächenspielraum von rd. 44.250 qm (untere Variante) bis 94.800 qm (obere Variante). Dies bedeutet gegenüber der Verkaufsfläche von aktuell rd. 1.194.050 qm (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken, vgl. Kap. 5.1) ein relativ geringes Verkaufsflächenpotenzial von rd. 4% bis 8%.

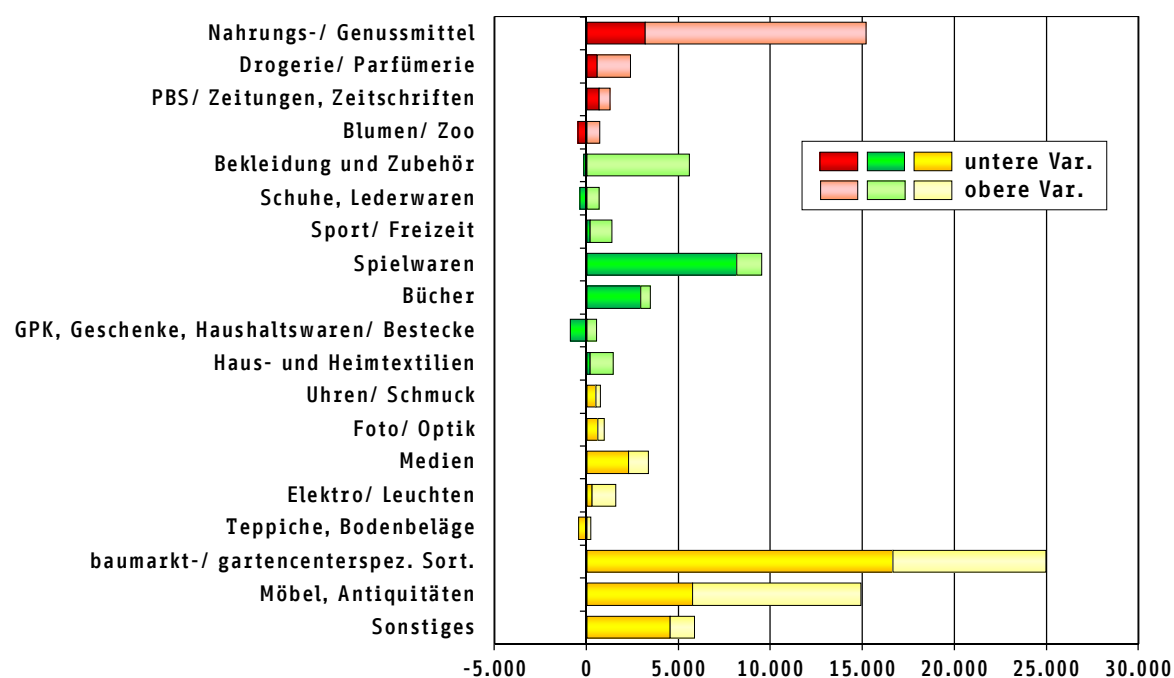
Dabei ist in der unteren Variante in einigen Sortimenten eine leicht negative Entwicklung zu verzeichnen. Deutliche absolute Entwicklungsspielräume bestehen in beiden Varianten im Sortiment Spielwaren und bei den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten, in der oberen Variante zudem in den Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Möbel, Antiquitäten (vgl. auch Tab. A - 68 im Anhang). Hinsichtlich des gesamten und des sortimentsweisen Entwicklungsspielraums ist jedoch Folgendes zu berücksichtigen:

- Der o.g. Entwicklungsspielraum bezieht sich auf einen Zeitraum von zwölf Jahren und auf die gesamte Region Mittelthüringen.
- Verkaufsflächen der seit der Erhebung neu eröffneten Betriebe (Stichtag 31.12.2013) sind bei den errechneten Spielräumen zu berücksichtigen. Desgleichen bedeuten Schließungen - beispielsweise im Bereich Baumärkte im Zuge der Insolvenz der Praktiker-Gruppe - einen erhöhten Spielraum, sofern diese nicht auf ein Überangebot zurückzuführen sind oder durch zwischenzeitliche Neu-/ Wiedereröffnungen, wie in Schwabhausen im Bereich Baumarkt geschehen, wieder kompensiert wurden.



- Der Verkaufsflächenspielraum im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel von rd. 15.200 qm in der oberen Variante entspricht jährlich etwa einem bis zwei zusätzlichen Lebensmittelbetrieben mit einer seitens der Betreiber von Supermärkten und Discontnern derzeit üblicherweise realisierten Verkaufsfläche.
- Das Sortiment Spielwaren weist immer mehr Überschneidungen mit dem Sortiment Medien auf und lässt sich in einigen Teilbereichen nur noch schwer von diesem unterscheiden. Im Bereich Medien, d.h. Unterhaltungselektronik/ Elektronikartikel, weist der Versandhandel jedoch bereits einen signifikanten Anteil auf (vgl. Kap. 3.1), der sich in den nächsten Jahren voraussichtlich weiter erhöhen wird.
- Der Spielraum in der oberen Variante von rd. 24.975 qm in den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten entspricht rd. zwei zusätzlichen Baumärkten.
- Das ebenfalls in der oberen Variante errechnete Potenzial von rd. 14.900 qm im Sortiment Möbel, Antiquitäten liegt unter der Verkaufsfläche, die derzeit i.d.R. bei Möbelhäusern realisiert wird³³.

Abb. 28: Sortimentsweise Entwicklungsspielräume (in qm Verkaufsfläche) bis 2025 nach regionsweiser Entwicklungsprognose



PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik; IFH Köln (2013); eigene Berechnungen

³³ Zudem ist zu berücksichtigen, dass zwischenzeitlich in Weimar ein Möbelmarkt der Fa. Roller mit rd. 6.000 qm Verkaufsfläche sowie in Jena-Isserstedt ein Möbelhaus der Fa. Porta mit rd. 20.000 qm, dessen Einzugsgebiet sich auch auf große Teile der Region Mittelthüringen erstreckt, eröffnet haben.

An dieser Stelle sei angemerkt, dass das Ergebnis der regionsweiten Prognose einen Orientierungswert und keinen "Deckel" oder eine Zielvorgabe für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung darstellt: Entscheidend ist letztlich der richtige Standort bzw. Standorttyp in Abhängigkeit davon,

- ob es sich um ein nahversorgungsrelevantes Sortiment, ein sonstiges zentrenrelevantes Sortiment oder um ein nicht zentrenrelevantes Sortiment handelt (vgl. hierzu auch Kap. 7.3) und
- welche Versorgungsfunktion dem Standort bzw. der Standortkommune zukommt.

Bei signifikant über das Prognoseergebnis reichenden Einzelhandelsentwicklungen sind jedoch (weitere) Verschiebungen und Auswirkungen gegen den Einzelhandelsbestand innerhalb der Region zu erwarten. Dies kann in einem Teilbereich mit bereits großem aktuellem Angebot und entsprechender bestehender Konkurrenz bzw. tendenzieller Verdrängung auch bei Einhaltung der Prognosewerte der Fall sein.

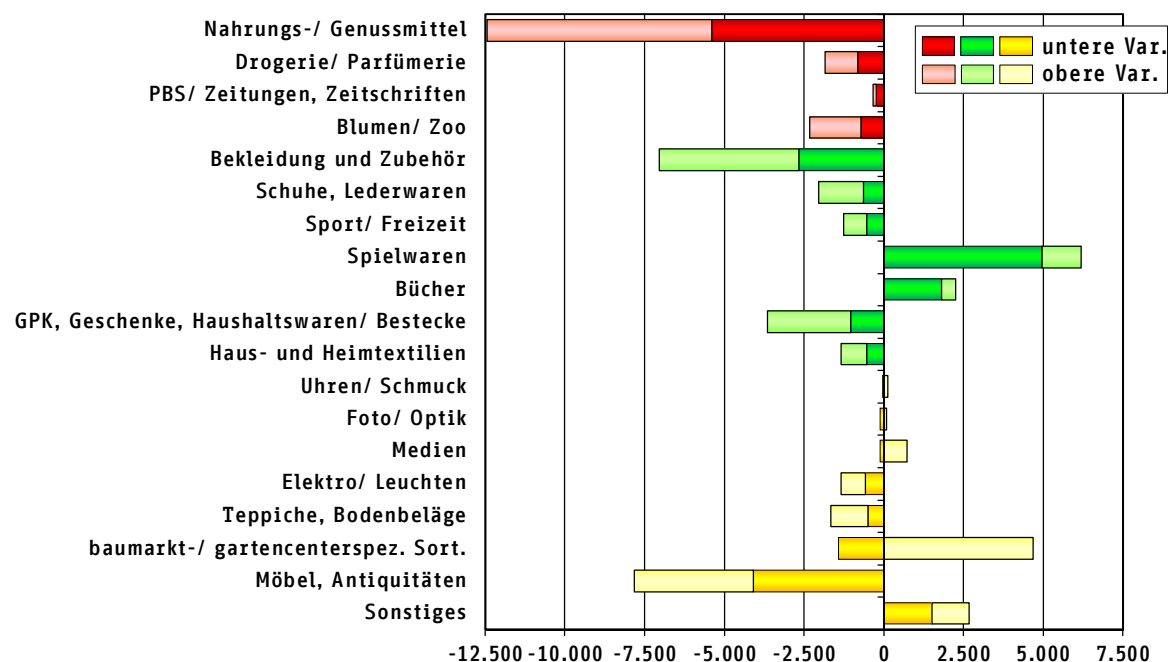
Nach der regionsweiten Wettbewerbsprognose ist über alle Sortimente hinweg perspektivisch ein Verkaufsflächenrückgang von rd. - 36.675 qm (untere Variante) bis - 8.650 qm (obere Variante) zu verzeichnen. Gegenüber der aktuellen Verkaufsfläche von rd. 1.194.050 qm (ohne Lebensmittelhandwerk und Apotheken, vgl. Kap. 5.1) bedeutet dies einen relativen Rückgang um rd. -3% bis -1%.

Auf Ebene der Sortimente liegen sowohl bei der unteren Variante als auch bei der oberen Variante in nahezu allen Sortimenten negative Entwicklungsspielräume vor. Am deutlichsten fallen diese im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel, das eine besondere Nahversorgungsrelevanz aufweist, und im Sortiment Bekleidung, das in Innenstädten Leitfunktion wahrnimmt, aus.

Ein deutliches Verkaufsflächenpotenzial ist sowohl bei der unteren Variante als auch bei der oberen Variante im Sortiment Spielwaren zu verzeichnen; zudem besteht in der oberen Variante bei den baumarkt-/ gartencenterspezifischen Sortimenten ein relativ hoher absoluter Entwicklungsspielraum. Bei beiden Sortimenten sind hinsichtlich des ermittelten Spielraums jedoch die oben dargestellten Einschränkungen zu berücksichtigen.



Abb. 29: Sortimentsweise Entwicklungsspielräume (in qm Verkaufsfläche) bis 2025 nach regionsweiser Wettbewerbsprognose



PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik

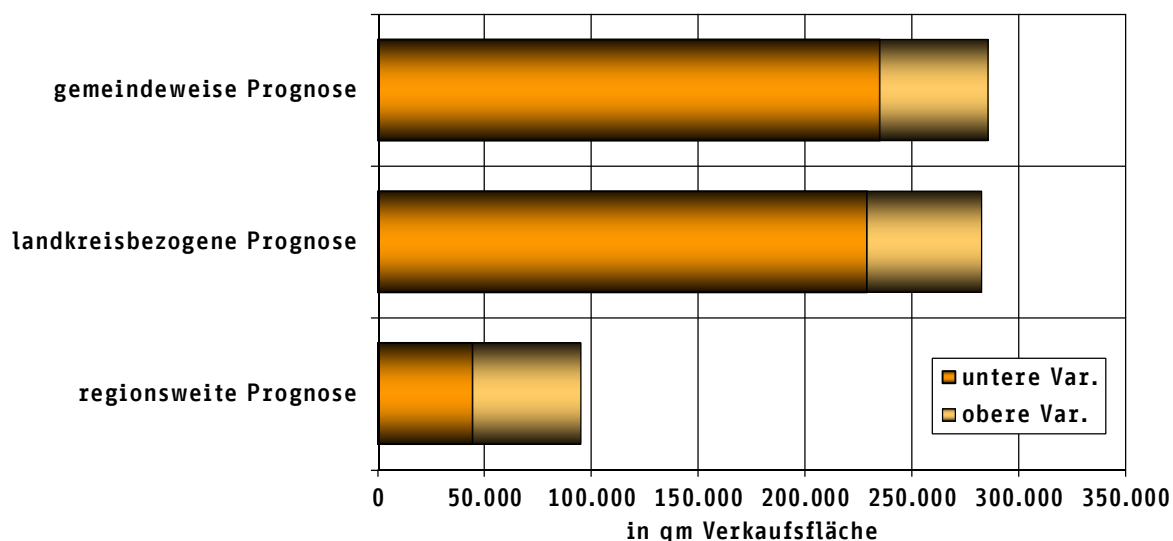
Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik; IFH Köln (2013); eigene Berechnungen

5.3 Ergebnisse einer Verkaufsflächenprognose bei einem nicht regional abgestimmten Handeln

Als Vergleichsmaßstab zur Berechnung des in Kap. 5.2 aufgezeigt Entwicklungsspielraums in der Region Mittelthüringen unter Berücksichtigung gemeinsamer regionaler Zielsetzungen (vgl. Kap. 6) wird im Folgenden der Spielraum dargestellt, der sich aus der Summe landkreisbezogen oder einzelkommunal berechneter Verkaufsflächenprognosen ergibt.

Bei der landkreisbezogenen und der gemeindeweisen Entwicklungsprognose belaufen sich die summierten Entwicklungsspielräume bis zum Jahr 2025 auf rd. 228.875 qm (untere Variante der landkreisbezogenen Prognose) bis 285.800 qm (obere Variante der gemeindeweisen Prognose). Gegenüber dem in der regionsweiten Entwicklungsprognose festgestellten Entwicklungsspielraum von rd. 44.250 qm bis 94.800 qm (untere bzw. obere Variante, vgl. Kap. 5.2) stellt dies ein vielfaches rechnerisches Potenzial dar, das gleichermaßen das bei einer nicht abgestimmten Einzelhandelsentwicklung perspektivische Leerstandspotenzial beziffert.

Abb. 30: Entwicklungsspielräume bis 2025 nach regionaler, landkreisbezogener und kommunaler Entwicklungsprognose



Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik; IFH Köln (2013); eigene Berechnungen

5.4 Fazit zur Verkaufsflächenprognose

Gemessen am derzeitigen regionalen Einzelhandelsbestand und an den Verkaufsflächenanforderungen der Betreiber bei Neuansiedlungen ist nur ein geringer wettbewerbsneutraler Entwicklungsspielraum selbst bei einer in den meisten Sortimenten angenommenen höheren Kaufkraftbindung, d.h. in der regionsweiten Entwicklungsprognose, zu verzeichnen.

Sofern auf Grund nicht absehbarer Ereignisse (z.B. steigende Wohn-/ Energiekosten) und/ oder nicht quantifizierbarer Entwicklungen (z.B. perspektivischer Anteil des Internethandels am Einzelhandelsumsatz) eine höhere Kaufkraftbindung nicht erreicht werden kann, ist - bedingt letztlich durch den Bevölkerungsrückgang - in der Summe ein Flächenrückgang zu erwarten.

Das Ergebnis der regionsweiten Prognose stellt einen Orientierungswert und keinen "Deckel" oder eine Zielvorgabe für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Mittelthüringen dar. Jedoch sind Auswirkungen gegen den Bestand auf Grund der in der Region Mittelthüringen vielerorts bestehenden hohen Konkurrenz- bzw. Wettbewerbssituation bis hin zum Verdrängungswettbewerb selbst bei Unterschreitung der Prognosewerte zu erwarten. Daher ist ein regional abgestimmtes Handeln erforder-



lich, bei dem der für das jeweilige Kernsortiment richtige Standort bzw. Standorttyp und die richtige, standortgemäße Dimensionierung im Vordergrund stehen.

6. ZIELSYSTEM

6.1 Landesplanerische Festlegungen für Einzelhandelsgroßprojekte

Jedes regionale Einzelhandelskonzept unterliegt den landes- und regionalplanerischen Festlegungen und Vorgaben. Daher sind nachfolgend die wesentlichen Regelungen zur räumlichen Entwicklung des Einzelhandels durch großflächige Einzelhandelsvorhaben aus dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025³⁴, auf die in den voranstehenden Kapiteln bereits mehrfach verwiesen wurde, aufgeführt. Diese bilden die wesentliche Grundlage für

- das Zielsystem zur regionalen Einzelhandelsentwicklung in Mittelthüringen (vgl. Kap. 6.2),
- die Matrix zur weiteren Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 9) und
- die Maßnahmen zur Verbesserung der Nahversorgungssituation (vgl. Kap. 11)

Den Zielen und Grundsätzen zur Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsgroßprojekten sind dabei folgende Leitvorstellungen vorangestellt:

- Die Entwicklung von Einzelhandelsgroßprojekten soll
 - o *sich an der polyzentrischen Siedlungsstruktur orientieren,*
 - o *die gewachsenen Versorgungsstrukturen, insbesondere in den Innenstädten, nachhaltig stärken und*
 - o *zu einer insgesamt ausgewogenen und wettbewerbsgerechten Handelsstruktur beitragen.*
- Hinsichtlich der Grundversorgung soll die Erreichbarkeit von entsprechenden *Einrichtungen und Angeboten angemessen gewährleistet werden*. Bei großflächigen Grundversorgungsangeboten soll eine verkehrliche Erschließung insbesondere mit dem ÖPNV auch eingeschränkt mobilen Bevölkerungsgruppen die Erreichbarkeit gewährleisten.

³⁴ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 43 ff. Im Regionalplan Mittelthüringen wird lediglich knapp Bezug auf die im Landesentwicklungsplan 2004 enthaltenen Ziele zum großflächigen Einzelhandel genommen; vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen: Regionalplan Mittelthüringen, S. 19.



Konzentrationsgebot (2.6.1 Z)

- Ansiedlungen, Erweiterungen und wesentliche Änderungen von Einzelhandelsgroßprojekten sind nur in zentralen Orten höherer Stufe zulässig
- Ausnahmeregelungen bestehen für Grundzentren und nichtzentrale Orte, soweit Einzelhandelsgroßprojekte zur Sicherung der Grundversorgung dienen und - bei nichtzentralen Orten - umliegende zentrale Orte nicht beeinträchtigt werden und die Versorgungsfunktion sich im Wesentlichen auf die Standortkommune beschränkt

Kongruenzgebot (2.6.2 G)

- Ansiedlungen, Erweiterungen und wesentliche Änderungen von Einzelhandelsgroßprojekten sollen sich in das zentralörtliche Versorgungssystem unter besonderer Berücksichtigung der mittelzentralen Funktionsräume einfügen

Beeinträchtungsverbot (2.6.3 G)

- Ansiedlungen, Erweiterungen und wesentliche Änderungen von Einzelhandelsgroßprojekten sollen die verbrauchernahe Versorgung und die Funktionsfähigkeit anderer zentraler Orte nicht (wesentlich) beeinträchtigen

Integrationsgebot (2.6.4 G)

- Ansiedlungen, Erweiterungen und wesentliche Änderungen von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit Anbindung an den ÖPNV erfolgen

Einzelhandelsagglomerationen (2.6.5 Z)

- liegen bei einer räumlichen und funktionalen Konzentration auch einzeln nicht großflächiger Einzelhandelsbetriebe vor
- sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln, sofern vergleichbare negative raumorderische Wirkungen zu erwarten sind

Hersteller-Direktverkaufszentren (2.6.5 Z)

- als Sonderform des großflächigen Einzelhandels nur in städtebaulich integrierter Lage in Oberzentren zulässig



- ausnahmsweise zulässig im Entwicklungskorridor entlang der A 4 im Raum um das Hermsdorfer Kreuz bis zur Landesgrenze Sachsen, sofern im Einklang mit der Einzelhandelsfunktion der Oberzentren

6.2 Zielsystem zur regionalen Einzelhandelsentwicklung in Mittelthüringen

Die wesentliche Grundlage zur räumlichen Steuerung zumindest überörtlich bedeutender Einzelhandelsvorhaben in einer Region bildet die Verständigung der betroffenen bzw. gestaltenden Akteure über gemeinsame Ziele einer zukünftigen Zentren- und Einzelhandelsentwicklung. Eine unabdingbare Voraussetzung ist daher ein einheitliches Zielsystem für die funktionale (einzelhandelsbezogene) Entwicklung der Region Mittelthüringen, auch unter spezieller Berücksichtigung der unterschiedlichen Versorgungsaufgaben einzelner zentraler Orte bzw. innerstädtischer Zentren und der Nahversorgungsstrukturen.

6.2.1 Sicherstellung der regionalen Wettbewerbsfähigkeit

Der Einzelhandel in der Region befindet sich im Wettbewerb zu den außerhalb der Region bestehenden Angeboten sowie zum Versandhandel, bei dem der Onlinehandel in den letzten Jahren in zahlreichen Sortimenten deutliche Zuwächse verzeichnete und perspektivisch noch höhere Anteile am Einzelhandelsumsatz erzielen wird.

Der stationäre Einzelhandel hat jedoch neben seiner originären Aufgabe, der Versorgung, zahlreiche wichtige Funktionen:

- Insbesondere in den Zentren stellen Einzelhandels- und auch Dienstleistungsbetriebe die wesentlichen Erdgeschossnutzungen dar.
- Der Einzelhandel weist, bei entsprechender Größe einzelner Betriebe oder auch insgesamt, oftmals eine Frequenzbringer- und Magnetbetriebsfunktion für weitere Nutzungen sowohl im Einzelhandel selbst als auch in anderen Bereichen - Dienstleistungs-, Gastronomie-, Freizeit- und Kultureinrichtungen - auf.
- Einzelhandelsbetriebe bzw. ihr Umfeld - öffentlicher Raum, gastronomische Einrichtungen etc. - dienen häufig als Kommunikations- und Treffpunkte und übernehmen daher auch eine bedeutende soziale Funktion.

Zum Erhalt dieser Funktionen ist auf Grund des intra- und interregionalen Wettbewerbs sowie auch vor dem Hintergrund der in Mittelthüringen perspektivisch deutlich zurückgehenden Bevölkerungszahl und dem damit einhergehenden Kaufkraftverlust ein regional abgestimmtes und einheitliches Handeln bei Neuansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben mit überörtlicher Ausstrahlung erforderlich.

6.2.2 Erhaltung/ Stärkung der zentralörtlichen Versorgungsstrukturen

Die Verteilung des Einzelhandelsangebots weist in zahlreichen Sortimenten eine deutliche Konzentration auf die zentralen Orte, insbesondere auf die höherzentralen Orte, auf. Dies gilt ebenso für medizinische, Bildungs-, Kultur-, Freizeit- und Dienstleistungseinrichtungen. Die Erhaltung der zentralörtlichen, polyzentralen Versorgungsstrukturen in der Region Mittelthüringen stellt ein wesentliches Ziel dar:

- Sie ermöglicht eine umfassende Versorgung aller Bevölkerungsgruppen "auf kurzen Wegen".
- Sie erzeugt Synergieeffekte, die für den Fortbestand bzw. die Neuansiedlung von Einzelhandelsbetrieben und sonstigen Versorgungseinrichtungen von wesentlicher Bedeutung sein können.
- Sie trägt zur Vermeidung von Verkehr sowie auch zur Bündelung von Verkehrsströmen bei.
- Sie verhindert eine Zersiedelung der Landschaft und vermindert dadurch die Flächeninanspruchnahme.

Die zentralen Orte sollen dabei weiterhin unterschiedliche Versorgungsfunktionen aufweisen, die sich wiederum auch in Struktur und Vielfalt des jeweiligen Einzelhandelsangebots ausdrücken sollen: Während die höherzentralen Orte eine umfassende teilregionale (Mittelzentren) bis überregionale Versorgungsfunktion (Oberzentrum Erfurt) in allen Sortimenten wahrnehmen sollen, soll sich die Versorgungsfunktion der Grundzentren auf eine überörtliche Nah-/ Grundversorgung erstrecken, die der nichtzentralen Orte auf eine gemeindebezogene Nah-/ Grundversorgung. Die bestehenden Versorgungsstrukturen sind unter Berücksichtigung der jeweiligen Versorgungsaufgabe einer Stadt oder Gemeinde maßstabsgerecht zu gestalten bzw. zu entwickeln. Letztlich soll weiterhin auf das Zentrale Orte System, wie es im Landes-



entwicklungsprogramm Thüringen 2025 und im Regionalplan Mittelthüringen enthalten ist, abgestellt werden³⁵.

6.2.3 Erhaltung/ Stärkung der Versorgungsfunktion und -vielfalt der Innenstädte und sonstigen Zentren

Die Erhaltung und Stärkung der Zentren hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion und ihrer Funktionsfähigkeit ist ein wesentlicher Aspekt der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Region Mittelthüringen, der dem Leitbild der europäischen (Innen-)Stadt entspricht.

Auf Grund der funktionalen und/ oder städtebaulichen Defizite vieler Zentren und des großen Angebots üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente an nicht integrierten Standorten sind großflächige Planvorhaben mit zentrenrelevantem Kernsortiment unter Beachtung einer standortgerechten Dimensionierung in die Zentren zu lenken. Bei sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten gilt dies insbesondere für die Innenstädte der höherzentralen Orte sowie bei nicht großflächigen Betrieben auch für die Innenstädte der Grundzentren: Größere bzw. große Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment wie z.B. Bekleidung und Zubehör, Schuhe, Lederwaren und Sport/ Freizeit sowie Medien besitzen eine deutliche Leitfunktion für Innenstädte und größere Stadtzentren.

Die Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten innerhalb der Zentren schafft zudem die Voraussetzung für Synergieeffekte zwischen einzelnen Einzelhandelsangeboten sowie auch mit anderen Nutzungen, z.B. Dienstleistungsbetrieben und Freizeiteinrichtungen. Dadurch wird wiederum eine vielfältige und umfassende Versorgung für alle Bevölkerungsgruppen auf kurzem Wege sichergestellt.

³⁵ Vgl. Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 25ff sowie Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen: Regionalplan Mittelthüringen, S. 4ff.

6.2.4 Erhaltung/ Stärkung der wohnungs-/ verbrauchernahen Grund-/ Nahversorgung

Auf Grund der kleinteiligen Siedlungsstrukturen mit einer Vielzahl einwohnerschwacher Wohnsiedlungsbereiche einerseits und der Mindestanforderungen der Betreiber von Lebensmittelbetrieben (Supermärkte, Discounter) und auch von Drogeriemärkten andererseits weisen große Teilbereiche der Region Mittelthüringen keine bzw. nur eine rudimentäre wohnungs-/ verbrauchernahe Grund-/ Nahversorgung auf. Auf Grund des insbesondere in den Landkreisen außerhalb der höherzentralen Orte zu erwartenden erheblichen Bevölkerungsrückgangs sowie der anhaltenden Tendenz der Betreiber zu immer größeren Betriebseinheiten droht vielerorts eine (weitere) Ausdünnung des Grundversorgungsnetzes.

Die wohnungs-/ verbrauchernahe Grundversorgung ist für die Bevölkerung vor dem Hintergrund des demographischen Wandels, insbesondere der steigenden Zahl älterer Menschen, und der hohen Mobilitätskosten bei einem voraussichtlich sinkenden Rentenniveau von wesentlicher Bedeutung. Zudem bilden Grundversorgungsangebote einen wichtigen Faktor hinsichtlich der Attraktivität einer Kommune bzw. eines Stadt-/ Ortsteils als Wohnstandort.

In Teilbereichen der Region Mittelthüringen, die geringe Einwohnerzahlen in den Wohnsiedlungsbereichen und kein oder nur ein rudimentäres Grundversorgungsangebot aufweisen, sind daher besondere Handlungsansätze erforderlich, die eine Grundversorgung vor Ort ermöglichen bzw. diese für alle Bevölkerungsgruppen, d.h. auch für eingeschränkt mobile Bevölkerungsgruppen, erreichbar macht.

In denjenigen Teilbereichen Mittelthüringens, in denen sich die Einzugsgebiete der Grundversorgungsangebote zentraler und nichtzentraler Orte überlappen, ist in besonderem Maße auf eine standortgerechte Dimensionierung bei Neuansiedlungen oder Erweiterungen - unter Berücksichtigung der jeweiligen kommunalen Versorgungsfunktion/ -aufgabe - zu achten. Dies gilt grundsätzlich auch für die Region Mittelthüringen insgesamt.



6.2.5 Weiterentwicklung einer (teil-)regional abgestimmten dezentralen Konzentration nicht zentrenrelevanter Sortimente

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, insbesondere Baumärkte und Gartencenter sowie Möbelhäuser, weisen auf Grund großer Verkaufs- und Stellplatzflächen sowie der - vor allem bei Möbelhäusern festzustellenden - Tendenz zu immer größeren Betriebseinheiten einen hohen Flächenverbrauch auf. Dabei ist zu berücksichtigen, dass gewerbliche Flächen nur in einem begrenzten Maße zur Verfügung stehen und den planungsrechtlich eigentlich vorgesehenen Nutzergruppen vorgehalten werden sollten (s.u.). Vor diesem Hintergrund sollte die Ansiedlung entsprechender Betriebe regional oder teilregional - je nach zu erwartendem/ anzunehmenden Einzugsbereich - abgestimmt werden.

Sofern höherzentrale Orte keinen geeigneten Standort für einen derartigen Betrieb bereitstellen können, sollten auch benachbarte nichtzentrale Kommunen bzw. Grundzentren Flächenspendenfunktion grundsätzlich übernehmen können. Dies ist jedoch mit dem zuzuordnenden höherzentralen Ort wie auch mit den im Einzugsbereich liegenden höherzentralen Orten abzustimmen.

Auf Grund des begrenzten quantitativen Entwicklungsspielraumes nicht zentrenrelevanter Sortimente sollte die diesbezügliche Flächenbereitstellung tendenziell zurückhaltend erfolgen, um nicht die Position bestehender wesentlicher Einzelhandelsstandorte zu schwächen und/ oder durch Leerstände ehemals nicht zentrenrelevanter Betriebe an nicht integrierten Standorten einen Nachnutzungsdruck für Einzelhandel mit zentrenrelevantem Kernsortiment entstehen zu lassen. Diesem kann zwar planerisch begegnet werden, jedoch lassen sich etwaige (unnötige) Diskussionen im Vorfeld bereits vermeiden.

6.2.6 Sicherung von Gewerbegebieten/ gewerblich geprägten Bereichen für Handwerk, verarbeitendes Gewerbe u.Ä.

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen Gewerbegebiete sollen der eigentlichen Zielgruppe, insbesondere dem verarbeitenden Gewerbe inkl. Ver- und Entsorgung, dem Baugewerbe sowie Betrieben des Bereichs Verkehr/ Lagerei, vorgehalten werden. (Weitere) Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben in bestehenden Gewerbegebieten sind auszuschließen bzw., sofern es sich um Vorhaben mit nicht-zentren-

relevantem Angebotsschwerpunkt handelt, auf wenige, bereits etablierte Standorte zu konzentrieren. Die Standortentscheidungen zur Investition in bestehende Gewerbebetriebe hängen häufig auch von den Perspektiven flächenbezogener Entwicklungsoptionen ab.

Auch für Neuansiedlungen von Gewerbebetrieben ist es wichtig, möglichst zeitnah und kostengünstig Flächen zu erhalten, die oftmals weitere räumliche Entwicklungsoptionen enthalten sollten. Insofern ist der Bodenpreis ein Faktor, der dazu führen kann, dass physisch vorhandene Flächen aus Sicht der potenziellen Nutzer faktisch nicht vorhanden sind, da sie häufig nicht mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Gewerbegrundstücke bzw. für gewerbegeeignete Grundstücke mithalten können. Zu beachten ist auch, dass ein einmaliges Öffnen eines solchen Standorts für Einzelhandel eine Rückkehr bzw. eine Rückentwicklung zu seiner eigentlichen Zweckbestimmung nahezu unmöglich macht. Einzelhandelsbetriebe sollten daher insbesondere an nicht bereits einzelhandelsgeprägten gewerblichen Standorten nicht angesiedelt bzw. zugelassen werden.

6.2.7 Gewährleistung der Planungs- und Investitionssicherheit

Jede potenzielle Investition ist in erheblichem Ausmaß von den Rahmenbedingungen abhängig, hinsichtlich des Einzelhandels z.B. durch die räumliche Lenkung zentrenrelevanter Sortimente an definierte Standorte anstatt beispielsweise betreiber- oder grundstückseigentümerbezogener (Sonder-)Konzepte.

Investitionen werden wahrscheinlicher, wenn Risiken "ungerechtfertigter Wettbewerbsvorteile" durch ein konzeptionelles und stringentes Handeln vermieden werden. Damit kann (und soll) jedoch keine Renditesicherheit erreicht werden: Im wettbewerblichen Wirtschaftssystem bleibt jede Investition mit unternehmerischen Risiken verbunden. Wenn also mit einem Einzelhandelskonzept ein Schutz der Zentren und der verbraucher-/ wohnungsnahen Grund-/ Nahversorgungsstandorte assoziiert wird, so nur in dem Sinne, dass diese vor "unfairem Wettbewerb" geschützt werden sollen.



Eng damit verbunden ist die Entscheidungssicherheit für städtebaulich erwünschte Investitionen (z.B. Gebäudesanierung). Zur Förderung solcher Investitionen ist ebenfalls ein verlässlicher Rahmen erforderlich.

Letztlich stellt die konsequente Umsetzung eines Einzelhandelskonzeptes auch eine vertrauensbildende Maßnahme für Investitionen durch Händler, Projektentwickler, Gebäudeeigentümer etc. dar.

7. REGIONALE SORTIMENTSLISTE

Bei der Bewertung von Einzelhandelsvorhaben wird u.a. danach unterschieden, ob das oder die Kernsortiment(e) des Vorhabens zentrenrelevant oder nicht zentrenrelevant sind; so beispielsweise auch im Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025³⁶. Problematisch ist dabei bisweilen, dass die entsprechenden Zuordnungen der Sortimente in kommunalen Sortimentslisten differieren. Nachfolgend wird daher ein Vorschlag für eine regionale Sortimentsliste Mittelthüringen unterbreitet, der u.a. aus den in der Region bestehenden kommunalen Sortimentslisten abgeleitet wurde. Diesbezüglich ist zu beachten, dass übergeordnete Sortimentslisten dem Vorbehalt der kommunalen Abwägung unterliegen. Empfohlen wird eine langfristige Annäherung der kommunalen Sortimentslisten an die regionale Sortimentsliste, beispielsweise im Rahmen der Fortschreibung der kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte. Damit kann perspektivisch auf eine einheitliche Bewertungsgrundlage bei regionalbedeutsamen Vorhaben zurückgegriffen werden.

7.1 Allgemeine Zuordnungskriterien und tatsächliche Verteilung des Einzelhandelsangebots in Mittelthüringen nach Sortimenten

Neben den Sortimentszuordnungen in den kommunalen Konzepten (s. Kap. 7.2) wurden bei der Erstellung der regionalen Sortimentsliste auch allgemeine Zuordnungskriterien verwendet.

³⁶ Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 44; s. auch Kap. 6.1.

Zentrenrelevant sind i.d.R. Sortimente, die

- täglich oder zumindest häufig nachgefragt werden und damit in besonderem Maße Grund-/ Nahversorgungsrelevanz aufweisen - kurzfristiger Bedarf;
- eine bestimmte Funktion am Standort erfüllen - z.B. als Frequenzbringer;
- vom Kunden gleich mitgenommen werden können ("Handtaschensortiment");
- einer zentralen Lage bedürfen, weil sie auf Frequenzbringer angewiesen sind;
- Konkurrenz benötigen, um ein entsprechendes Absatzpotenzial zu erreichen;
- für einen attraktiven Branchenmix notwendig sind;
- in den zentralen Versorgungsbereichen am stärksten vertreten sind.

Nicht-zentrenrelevant dagegen sind vor allem Sortimente, die

- die zentrale Standorte nicht prägen;
- auf Grund ihrer Größe und Beschaffenheit bzw. wegen der Notwendigkeit eines Pkw-Transports überwiegend an gewerblichen Standorten angeboten werden (z.B. Baustoffe);
- auf Grund ihres hohen Flächenbedarfes nicht für zentrale Lagen geeignet sind (z.B. Möbel);
- eine geringe Flächenproduktivität aufweisen.

Eine Differenzierung allein nach zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist jedoch nicht zielführend. Zu differenzieren ist weiterhin nach nahversorgungsrelevanten und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten, zumal bereits im Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 und im Regionalplan Mittelthüringen³⁷ zwischen Grundzentren und zentralen Orten höherer Stufe und deren einzelhandelsbezogener Versorgungsfunktion - qualifizierter Grundbedarf vs. gehobener Bedarf - differenziert wird.

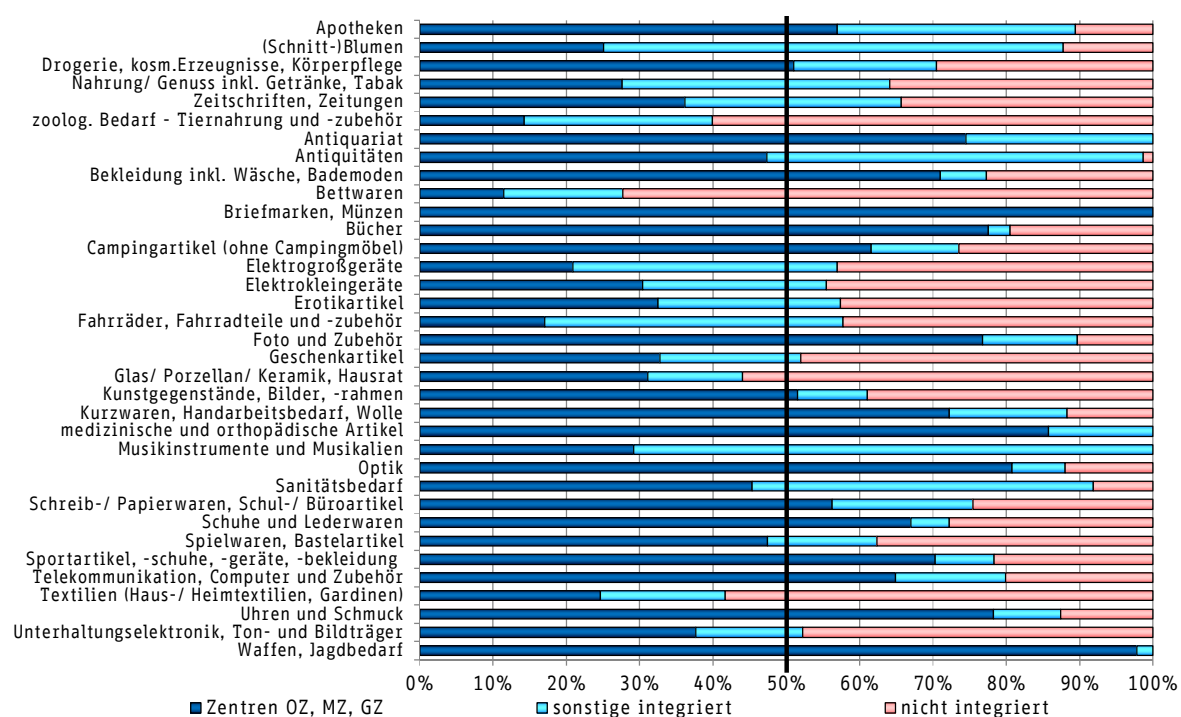
Weiterhin wurde bei der Erarbeitung der regionalen Sortimentsliste auch die standorttypendifferenzierte Verteilung des regionalen Einzelhandelsangebots mit betrachtet. Dabei lässt sich hinsichtlich der Verteilung der üblicherweise zentrenrelevanten Teilsortimente feststellen, dass ein großer Teil überwiegend in den

³⁷ Vgl. Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 25ff sowie Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen: Regionalplan Mittelthüringen, S. 4ff.



zentralen Bereichen der Ober-, Mittel- und Grundzentren angesiedelt ist. Einige Teilsortimente - Tiernahrung und -zubehör, Bettwaren, Glas/ Porzellan/ Keramik, Hausrat sowie Textilien (Haus-/ Heimtextilien, Gardinen) - werden jedoch zum Großteil an nicht integrierten Standorten angeboten. Bei zahlreichen weiteren Teilsortimenten liegt der Verkaufsflächenanteil nicht integrierter Standorte bei rd. 40% bis 50%. In der Summe sind damit deutliche Abweichungen zum Integrationsgebot des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025 zu verzeichnen³⁸.

Abb. 31: Rechnerische Verteilung üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



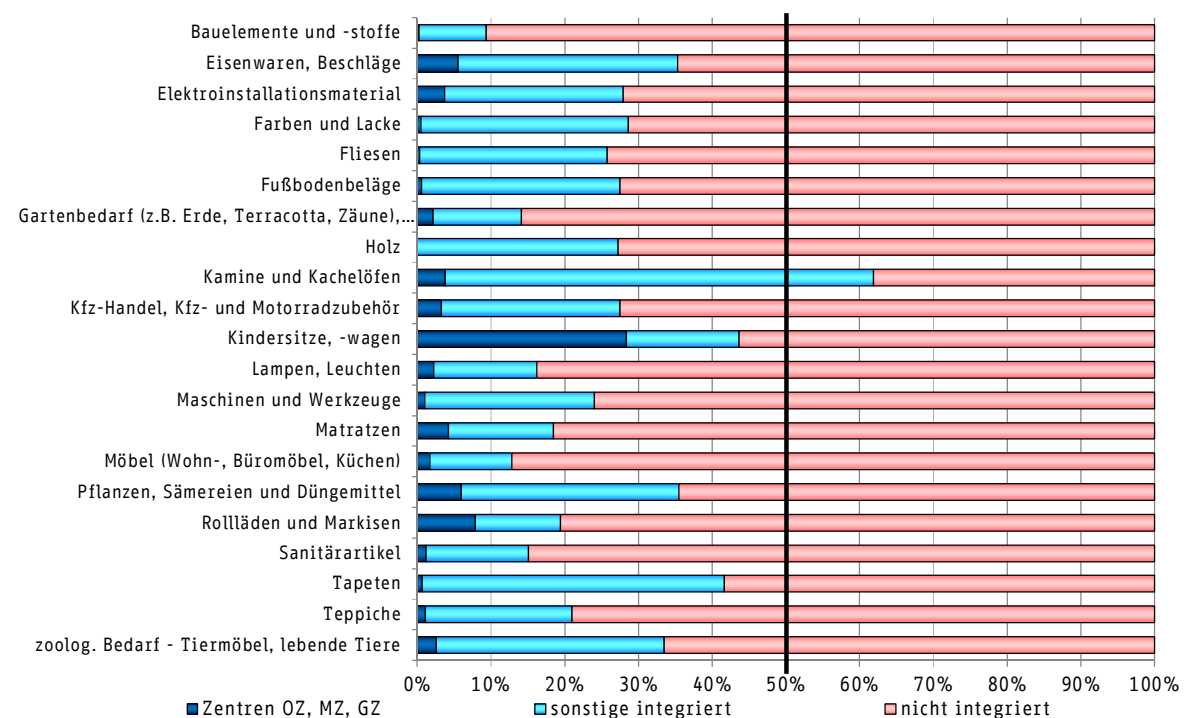
OZ = Oberzentrum; MZ = Mittelzentrum; GZ = Grundzentrum

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krise Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Bei den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Teilsortimenten befindet sich der überwiegende Teil des Angebots an nicht integrierten Standorten. Eine Ausnahme stellt lediglich das Teilsortiment Kamine und Kachelöfen dar, das zum Großteil an sonstigen integrierten Standorten angesiedelt ist.

³⁸ Vgl. Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 44.

Abb. 32: Rechnerische Verteilung üblicherweise nicht zentrenrelevanter Sortimente nach Standorttypen



OZ = Oberzentrum; MZ = Mittelzentrum; GZ = Grundzentrum

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

7.2 Vergleich der kommunalen Sortimentslisten

Insgesamt konnten sieben kommunale Sortimentslisten festgestellt und miteinander verglichen werden. Diese sind in folgenden Einzelhandelskonzepten enthalten (in chronologischer Reihenfolge):

- Einzelhandelskonzept für die Stadt Sömmerda (GMA, 2006)
- Landeshauptstadt Erfurt - Einzelhandels- und Zentrenkonzept (Junker und Kruse, Stadtforschung ▪ Planung, 2009)
- Einzelhandelskonzept für die Stadt Weimar (GMA, 2009)
- Fortschreibung des Zentrenkonzeptes für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk in Gotha (Stadt + Handel, 2011)
- Stadt Apolda - Einzelhandels- und Zentrenkonzept (CIMA, 2012)
- Einzelhandelskonzept für die Goethe- und Universitätsstadt Ilmenau (Junker und Kruse, Stadtforschung ▪ Planung, 2012)

Für den Vergleich wurden die Sortimentsbezeichnungen der kommunalen Sortimentslisten vereinheitlicht. Dabei war auch festzustellen, dass einige Teilsortimen-



te nur vereinzelt (explizit) aufgelistet und zugeordnet werden. Weiterhin sind in den o.g. Konzepten folgende Besonderheiten/ Auffälligkeiten zu verzeichnen:

- In den Einzelhandelskonzepten der Städte Sömmerda und Weimar wird nicht nach nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten differenziert.
- Im Einzelhandelskonzept der Stadt Weimar sind weiterhin die nicht zentrenrelevanten Sortimente nicht explizit aufgeführt.

Bei den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten stimmen die Zuordnungen der kommunalen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte in der Vielzahl der Teilsortimente überein (insbesondere sofern berücksichtigt wird, dass in den Konzepten von Weimar und Sömmerda nicht nach nahversorgungs- und sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten differenziert wird). Auch lassen sich die nahversorgungsrelevanten Teilsortimente von den sonstigen zentrenrelevanten Teilsortimenten unterscheiden. Keine einheitliche Aussage wird zum Teilsortiment zoologischer Bedarf - Tiernahrung und -zubehör getroffen, wobei in den kommunalen Sortimentslisten i.d.R. hinsichtlich Tiernahrung und -zubehör einerseits und Tiermöbeln und lebenden Tieren andererseits keine unterschiedliche Zuordnung gemacht bzw. nicht differenziert wird.

Tab. 4: Sortimentszuordnung in den kommunalen Einzelhandelskonzepten - üblicherweise nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente

Teilsortiment	Erfurt	Weimar	Gotha	Apolda	Sömmerda	Ilmenau	Tendenz
Apotheken	nv	zr	nv	nv	zr	nv	nv
(Schnitt-)Blumen	nv	zr	nv	zr	zr	nv	nv
Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel	nv	zr	nv	nv	zr	nv	nv
Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren	nv	zr	nv	nv	zr	nv	nv
Zeitschriften, Zeitungen	nv	zr	nv	nv	zr	nv	nv
zoologischer Bedarf - Tiernahrung und -zubehör	nzi	zr	nv	nzi	zr	nzi	uneinheitlich
Antiquariat		zr	zr	zr			zr
Antiquitäten		zr	nzi	zr			zr
Bekleidung inkl. Wäsche, Miederwaren, Bademoden	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Bettwaren	nzi	zr	nzi			nzi	nzi
Briefmarken, Münzen			zr	zr			zr
Bücher	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	zr		zr	zr	nzi	zr	zr
Devotionalien				zr			zr
Elektrogroßgeräte	nzi	zr	zr	zr	zr	nzi	zr
Elektrokleingeräte	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Erotikartikel	nzi					nzi	nzi
Fahrräder, Fahrradteile, -zubehör	zr		nzi	zr	zr	zr	zr
Foto und Zubehör	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Geschenkartikel	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegenstände	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Kunstgegenstände, Bilder, -rahmen, kunstgewerbl. Erzeugnisse	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Wolle	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
medizinische und orthopädische Artikel (auch Hörgeräte)	zr	zr	zr	nv	zr	zr	zr
Musikinstrumente und Musikalien	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Optik	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Sanitätsbedarf	zr	zr				zr	zr
Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Schuhe und Lederwaren	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Spielwaren, Bastelartikel	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Sportartikel, -schuhe, -geräte, -bekleidung (ohne Sportgroßgeräte)	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Sportgroßgeräte			zr	nzi	zr	zr	zr
Telekommunikationsgeräte, Computer und Zubehör	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Textilien (Haus-/ Heimtextilien, Vorhänge, Gardinen, Haus-, Bett-Tischwäsche)	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Uhren und Schmuck	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger	zr	zr	zr	zr	zr	zr	zr
Waffen, Jagdbedarf	zr		zr	nzi	zr	zr	zr

nv = nahversorgungsrelevant, zr = zentrenrelevant, nzi = nicht zentrenrelevant

Quelle: Einzelhandelskonzepte der Städte Apolda, Erfurt, Gotha, Ilmenau, Sömmerda und Weimar



Bei den üblicherweise nicht zentrenrelevanten Sortimenten liegt ebenfalls in der Vielzahl der Teilsortimente eine Übereinstimmung der Zuordnung in den kommunalen Sortimentslisten vor. Uneinheitlich sind die Zuordnungen bei den Teilsortimenten Büromaschinen, das explizit nur in zwei Sortimentslisten aufgeführt wird, und zoologischer Bedarf - Tiermöbel und lebende Tiere (s.o.).

Tab. 5: Sortimentszuordnung in den kommunalen Einzelhandelskonzepten - üblicherweise nicht zentrenrelevante Sortimente

Teilsortiment	Erfurt	Weimar	Gotha	Apolda	Sömmerda	Ilmenau	Tendenz
Bauelemente und -stoffe	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Boote und Zubehör				nzi			nzi
Büromaschinen	zi			nzi			uneinheitlich
Eisenwaren, Beschläge	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Elektroinstallationsmaterial	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Farben und Lacke	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Fliesen	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Fußbodenbeläge	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Gartenbedarf (z.B. Erde, Terracotta, Zäune), Gartengeräte	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Holz			nzi	nzi	nzi		nzi
Kamine und Kachelöfen	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Kfz-Handel, Kfz- und Motorradzubehör	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Kinderwagen	nzi		zi			nzi	nzi
Lampen, Leuchten	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Maschinen und Werkzeuge	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Matratzen	nzi		nzi			nzi	nzi
Möbel (Wohn-, Büromöbel, Küchen)	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Pflanzen, Sämereien und Düngemittel	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Rollläden und Markisen	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Sanitärartikel	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Tapeten	nzi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
Teppiche	zi		nzi	nzi	nzi	nzi	nzi
zoologischer Bedarf - Tiermöbel und lebende Tiere	nzi	zi	nv		zi	nzi	uneinheitlich

nv = nahversorgungsrelevant, zi = zentrenrelevant, nzi = nicht zentrenrelevant

Quelle: Einzelhandelskonzepte der Städte Apolda, Erfurt, Gotha, Ilmenau, Sömmerda und Weimar

7.3 Sortimentsliste für die Region Mittelthüringen

Nachfolgend wird die Sortimentsliste für die Region Mittelthüringen dargestellt, wobei auch die Nummerierungen aus der Gliederung der Klassifikation der Wirtschaftszweige aus dem Jahr 2008 des statistischen Bundesamtes mit angegeben sind. Die Sortimentsliste wurde, wie erwähnt, auf Basis der kommunalen Sortimentslisten, der räumlichen Verteilung des Angebots in Mittelthüringen sowie allgemeiner Zuordnungskriterien von Sortimenten hinsichtlich ihrer Zentrenrelevanz erstellt und ist somit regionsspezifisch.

Gegenüber der überwiegenden Einstufung in den kommunalen Sortimentslisten wird das Teilsortiment **Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel** als nahversorgungsrelevant eingestuft: Es handelt sich um ein Teilsortiment des kurzfristigen Bedarfsbereichs, das z.B. bei Schülern eine häufige Nachfrage aufweist und zum Teil als Kernsortiment von Einzelhandelsgeschäften in der unmittelbaren Nähe von Schulen an sonstigen integrierten Standorten angeboten wird.

Das Sortiment **Zoologischer Bedarf (WZ 47.76.2)** wird in **Tiernahrung und -zubehör sowie lebende Tiere und Tiermöbel** unterteilt. Lebende Tiere und Tiermöbel sind - auch auf Grund von Vorschriften zur artengerechten Haltung - vergleichsweise flächenintensiv. Zudem erfordern Tiermöbel zumindest teilweise, bedingt durch ihre Größe und/ oder ihr Gewicht, einen Pkw-Transport. Daher wird dieses Teilsortiment - auch entsprechend seiner räumlichen Verteilung in der Region Mittelthüringen - als nicht zentrenrelevant eingestuft. Das Teilsortiment Tiernahrung und -zubehör wird hingegen als nahversorgungsrelevant eingestuft, da Tieren bei älteren und/ oder alleinstehenden Menschen häufig eine soziale Funktion als "Ansprechpartner" zukommt.

Das Teilsortiment **Bettwaren** wird - im Gegensatz zu seiner räumlichen Verteilung und der Zuordnung in den kommunalen Sortimentslisten - als Bestandteil der Sortimentsgruppe Textilien als zentrenrelevant eingestuft, da es i.d.R. zusammen mit Haus-/ Heimtextilien und Haus-, Bett- Tischwäsche, Bettwaren angeboten wird. Zudem handelt es sich um ein Teilsortiment, das hinsichtlich Größe und Gewicht i.d.R. die Kriterien eines zentrenrelevanten Sortiments erfüllt.



Das Teilsortiment ***Erotikartikel*** wird - im Gegensatz zu seiner Zuordnung in einzelnen kommunalen Sortimentslisten - auf Grund Größe und Gewicht der Waren den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Das Teilsortiment ***Sportgroßgeräte*** wird nicht einzeln aufgeführt, sondern dem Sortiment Sportartikel, -geräte, -bekleidung, -schuhe zugeordnet, da eine klare Abgrenzung zu Sportgeräten z.B. anhand der Größe oder des Gewichts nicht sinnvoll möglich ist.

Das Teilsortiment ***Büromaschinen***, das nur vereinzelt in den kommunalen Sortimentslisten aufgeführt wird und dabei keine einheitliche Zuordnung aufweist, wird auf Grund von Größe und Gewicht der Geräte (z.B. Standkopierer) den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet.

Tab. 6: Sortimentsliste für die Region Mittelthüringen

Nahversorgungsrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
• Apotheken (WZ 47.73)	• Bauelemente und -stoffe (aus WZ 47.52.3)
• (Schnitt-)Blumen (aus WZ 47.76)	• Kajaks, Boote und Zubehör (aus WZ 47.64.2)
• Drogeriewaren, kosmetische Erzeugnisse und Körperpflegemittel (WZ 47.75)	• Büromaschinen, z.B. Standkopierer (WZ 47.78.9)
• Nahrungs- und Genussmittel, Getränke und Tabakwaren (WZ 47.2)	• Eisenwaren, Beschläge (aus WZ 47.52.2)
• Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikel (WZ 47.62.2)	• Elektroinstallationsmaterial (aus WZ 47.52.3)
• Zeitschriften, Zeitungen (WZ 47.62.1)	• Farben und Lacke (aus WZ 47.52.3)
• zoologischer Bedarf - Tiernahrung und -zubehör (aus WZ 47.76.2)	• Fliesen (aus WZ 47.52.3)
sonst. zentrenrelevante Sortimente	• Fußbodenbeläge (aus WZ 47.53)
• Antiquariat (WZ 79.2)	• Gartenbedarf (z.B. Erde, Terracotta, Zäune), Gartengeräte (aus WZ 47.52.3)
• Antiquitäten (WZ 47.79.1)	• Holz (aus WZ 47.52.3)
• Bekleidung inkl. Wäsche, Miederwaren, Bademoden (WZ 47.51)	• Kamine und Kachelöfen (aus WZ 47.52.3)
• Briefmarken, Münzen (aus WZ 47.78.3)	• Kfz-Handel, Kfz- und Motorradzubehör (WZ 45.1 und WZ 45.3)
• Bücher (WZ 47.61)	• Kindersitze (aus WZ 45.1 und WZ 45.3)
• Campingartikel (ohne Campingmöbel) (aus WZ 47.64.2)	• Kinderwagen (aus WZ 47.78.9)
• Devotionalien (aus WZ 47.78.3)	• Lampen, Leuchten (aus WZ 47.59.9)
• Elektroklein- und -großgeräte (WZ 47.54)	• Maschinen und Werkzeuge (aus WZ 47.52.3)
• Erotikartikel (WZ 47.78.9)	• Matratzen (aus WZ 47.51)
• Fahrräder, Fahrradteile und -zubehör (WZ 47.64.21)	• Möbel (Wohn-, Büromöbel, Küchen) (WZ 47.59.1)
• Foto und Zubehör (WZ 47.78.2)	• Pflanzen, Sämereien und Düngemittel (aus WZ 47.76.2)
• Geschenkartikel (aus WZ 47.78.3)	• Rollläden und Markisen (aus WZ 47.52.3)
• Glas/ Porzellan/ Keramik, Haushaltsgegenstände (WZ 47.59.2 und WZ 47.59.9)	• Sanitärartikel (aus WZ 47.52.3)
• Kunstgegenstände, Bilder und -rahmen, kunstgewerbliche Erzeugnisse (aus WZ 47.78.3)	• Tapeten (aus WZ 47.52.3)
• Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Wolle (WZ 47.51)	• Teppiche (aus WZ 47.53)
• medizinische und orthopädische Artikel (u.a. auch Hörgeräte) (WZ 47.74)	• zoologischer Bedarf - Tiermöbel und lebende Tiere (aus WZ 47.76.2)
• Musikinstrumente und Musikalien (WZ 47.59.3)	
• Optik (WZ 47.78.1)	
• Sanitätsbedarf (WZ 47.74)	
• Schuhe und Lederwaren (WZ 47.72)	
• Spielwaren, Bastelartikel (WZ 47.65)	
• Sportartikel, -geräte, -bekleidung, -schuhe (aus WZ 47.64.2)	
• Telekommunikationsgeräte, Computer und Zubehör (WZ 47.41 und WZ 47.42)	
• Textilien (Haus-/ Heimtextilien, Vorhänge, Gardinen, Haus-, Bett- Tischwäsche, Bettwaren) (WZ 47.51)	
• Uhren und Schmuck (WZ 47.77)	
• Unterhaltungselektronik, Ton- und Bildträger (WZ 47.43 und WZ 47.63)	
• Waffen, Jagdbedarf (WZ 47.78.9)	

Quelle: Einzelhandelskonzepte der Städte Apolda, Erfurt, Gotha, Ilmenau, Sömmerda und Weimar eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



8. HIERARCHISIERUNG DER ZENTREN

Ausgangspunkt für die - planerisch gewünschte bzw. gewollte - (Einzelhandels-)Versorgungsfunktion einer Stadt oder Gemeinde ist ihre zentralörtliche Einstufung. Dabei sollte die Versorgung insbesondere sonstiger zentrenrelevanter Sortimente durch die Zentren entsprechender Versorgungsfunktion erfolgen; dies gilt im Wesentlichen auch für nahversorgungsrelevante Sortimente. Hinsichtlich des mittel- und langfristigen, gehobenen Bedarfs sind dies insbesondere die innerstädtischen Zentren der Mittel- und Oberzentren.

Bei einem regionalen Einzelhandelskonzept ist in diesem Kontext jedoch zu klären, ob bzw. in welchem Maße die Versorgungsfunktionen bzw. -aufgaben weiterer Zentren, d.h. von Stadtteilzentren größerer Städte, z.B. mit den innerstädtischen Zentren von Grundzentren vergleichbar sind bzw. sein sollen: Aus den (perspektivischen) Versorgungsfunktionen/ -aufgaben von Zentren gleicher Hierarchiestufe leiten sich letztendlich gleiche Entwicklungsoptionen bzw. grundsätzliche Möglichkeiten zukünftiger Einzelhandelsansiedlungen ab.

Zur Hierarchisierung der Zentren werden folgende Merkmale herangezogen:

- Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insgesamt
- Anzahl der Lebensmittelbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 800 qm
- Gesamtverkaufsfläche
- Verkaufsfläche in den üblicherweise zentrenrelevanten Sortimenten³⁹

Damit werden zum einen das Gesamtangebot (Gesamtverkaufsfläche) und die Einzelhandelsstruktur (Anzahl Betriebe) und zum anderen die Nahversorgungsfunktion (Anzahl großflächiger Lebensmittelbetriebe) und die innerstädtische, überörtliche Versorgungsfunktion (Verkaufsfläche üblicherweise zentrenrelevanter Sortimente) berücksichtigt.

³⁹ Dies umfasst die Sortimente des mittelfristigen Bedarfsbereichs sowie die Sortimente Uhren/ Schmuck, Foto/ Optik, Medien und Elektro/ Leuchten des langfristigen Bedarfsbereichs.

Beachtet werden weiterhin die in kommunalen Einzelhandelskonzepten den Zentren zugeordneten Versorgungsfunktionen⁴⁰ sowie die zentralörtliche Funktion der Kommune des jeweiligen Zentrums.

Tab. 7 zeigt die Minimum- und Maximumwerte der einzelnen Zentrentypen hinsichtlich des Einzelhandelsangebots. Darin lassen sich nur in geringem Maße Unterschiede zwischen den einzelnen Hierarchiestufen erkennen.

Die Innenstädte der höherzentralen Orte weisen i.d.R. höhere Werte auf als die nachgeordneten Zentrenstufen. Lediglich bei der Anzahl der großflächigen Lebensmittelbetriebe gibt es analog zu den sonstigen Zentrenstufen Zentren ohne einen derartigen Betrieb. Mindestens ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche, die zumindest den entsprechenden Anforderungen der Betreiber von Discountern genügt, ist über alle Hierarchiestufen hinweg nur in 34 von insgesamt 63 Zentren in der Region Mittelthüringen ansässig.

Des Weiteren sind bei den sonstigen Werten extreme Spannweiten zwischen Minimum- und Maximumwerten festzustellen. Dies ist insbesondere auf das im Vergleich zu den Mittelzentren weitaus größere Einzelhandelsangebot des Oberzentrums Erfurt zurückzuführen, das damit eigentlich als A-Zentrum und die Mittelzentren der Region Mittelthüringen somit als B-Zentren einzustufen wären. Da bei der Ansiedlung, Erweiterung und wesentlichen Änderung von Einzelhandelsgroßbetrieben nach dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 als räumlicher Maßstab insbesondere die mittelzentralen Funktionsräume zu beachten sind⁴¹, werden das Oberzentrum Erfurt und die Mittelzentren auf eine Zentrenstufe gestellt.

Bei den 16 Innenstädten und Ortszentren der Grundzentren sind hinsichtlich der Betriebszahl, der Gesamtverkaufsfläche und der Verkaufsfläche sonstiger zentrenrelevanter Sortimente sehr geringe Minimumwerte zu verzeichnen. Insbesondere die Grundzentren Großbreitenbach, Gebesee und Weißensee weisen hier ein sehr geringes Angebot auf; die Gesamtverkaufsflächen ihrer Innenstädte/ Ortszentren be-

⁴⁰ Im Einzelhandelskonzept der Stadt Weimar steht das Nahversorgungszentrum West auf einer (Versorgungs-)Stufe mit dem Nahversorgungszentrum Nord (vgl. GMA: Einzelhandelskonzept Weimar 2009, S. 96), obwohl es hinsichtlich seines Einzelhandelsangebots einer niedrigeren Stufe zuzuordnen wäre. Bei der Zentrenhierarchisierung wurden beide Zentren jedoch der gleichen, höheren Hierarchiestufe zugeordnet.

⁴¹ Vgl. Freistaat Thüringen - Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 - Thüringen im Wandel, S. 44.



tragen nur rd. 125 qm bis 400 qm. Demgegenüber verzeichnen die Grundzentren Friedrichroda, Ohrdruf und Waltershausen vergleichsweise große Einzelhandelsangebote; beispielsweise beträgt ihre Gesamtverkaufsfläche rd. 4.175 bis 5.700 qm. Das sonstige Zentrum Typ C Erfurt Ilversgehofen, Magdeburger Allee weist bei der Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Gesamtverkaufsfläche die höchsten Werte der Zentrenstufe *Innenstadt/ Ortszentrum Grundzentrum; sonst. Zentrum Typ C* auf. Da auch die Verkaufsfläche sonstiger zentrenrelevanter Sortimente vergleichsweise groß ist und sich dieses Zentrum im Einzelhandelsangebot deutlich von den Zentren Typ D abhebt, ist die Gleichsetzung mit den Innenstädten/ Ortszentren der Grundzentren gerechtfertigt.

Bei den neun Zentren Typ D handelt es sich ausnahmslos um Stadtteilzentren der höherzentralen Orte Erfurt, Weimar und Gotha. Im Vergleich mit den 19 Zentren Typ E lassen sich in Tab. 7 insbesondere bei der Gesamtverkaufsfläche keine Unterschiede feststellen. Dies ist bedingt durch den zentralen Bereich Weimar West, der auf Grund der ihm innerhalb des kommunalen Einzelhandelskonzeptes der Stadt Weimar zugeordneten Versorgungsfunktion als Zentrum Typ D eingestuft wurde (vgl. Fußnote 40). Ohne dieses Zentrum liegen die Minimumwerte der Zentren Typ D deutlich höher⁴², wenn auch jeweils unter den Maximalwerten der sonstigen Zentren des Typ E. Diesbezüglich ist jedoch beispielsweise zu berücksichtigen, dass

- das sonstige Zentrum Typ E mit der maximalen Gesamtverkaufsfläche von rd. 3.500 qm nur drei Betriebe und eine Verkaufsfläche sonstiger zentrenrelevanter Sortimente von nur rd. 100 qm aufweist,
- das Ortszentrum nichtzentraler Orte mit der höchsten Gesamtverkaufsfläche von rd. 2.975 qm eine Verkaufsfläche sonstiger zentrenrelevanter Sortimente von nur rd. 250 qm besitzt.

Die Angebotsvielfalt und/ oder das über die Grundversorgung hinausreichende Angebot ist letztlich bei den sonstigen Zentren Typ E und den Ortszentren der nichtzentralen Orte deutlich geringer als bei den Zentren Typ D. Dies gilt im Übrigen auch hinsichtlich der elf festgestellten Ortskerne nichtzentraler Orte.

⁴² Die Minimumwerte liegen ohne Berücksichtigung dieses Zentrums bei insgesamt zwölf Betrieben, 2.500 qm Gesamtverkaufsfläche und 800 qm Verkaufsfläche sonstiger zentrenrelevanter Sortimente.

Tab. 7: Zentrenhierarchie: Einzelhandelsangebot der einzelnen Zentrenstypen

Zentrenstyp	Anzahl Betriebe		Anzahl Lebensmittelbetriebe > 800 qm VKF		Gesamt-VKF (in qm)		VKF sonst. zentrenrelev. Sortimente (in qm)	
	min.	max.	min.	max.	min.	max.	min.	max.
Innenstadt Ober-/Mittelzentrum	76	482	0	2	8.175	93.800	4.950	76.975
Innenstadt/ Ortszentrum Grundzentrum	5	51	0	1	125	5.700	25	3.200
sonst. Zentrum Typ C	72		2		6.925		1.925	
Zentrum Typ D	6	21	0	2	525	4.750	225	1.975
Ortszentren nichtzentrale Orte	8	19	0	1	625	2.975	125	725
sonst. Zentrum Typ E	2	17	0	2	300	3.500	0	850

VKF = Verkaufsfläche; min. = Minimum; max. = Maximum

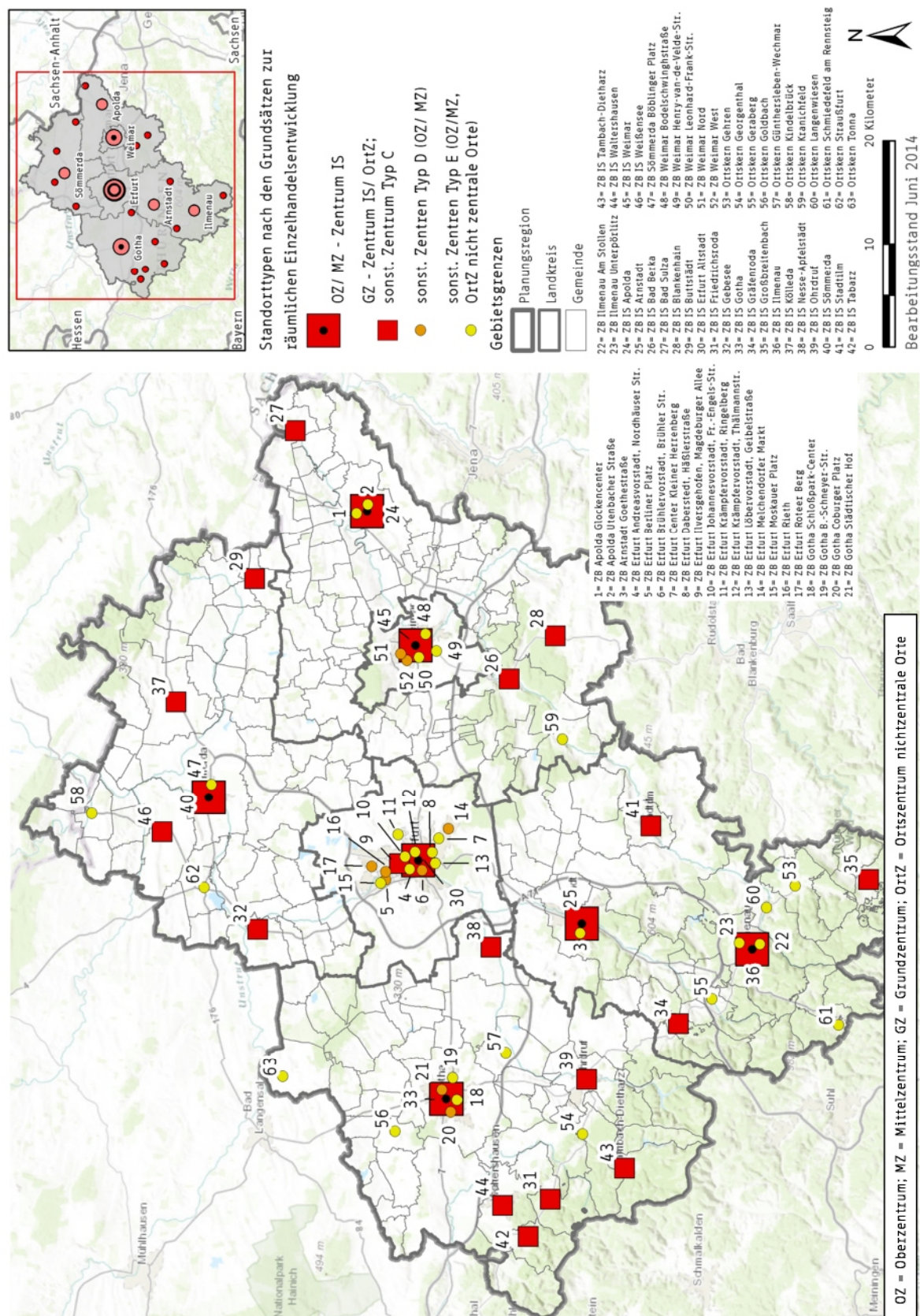
Verkaufsflächen auf 25 qm gerundet, durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Karte 17 zeigt die räumliche Verteilung der Zentren bzw. der Zentrenstypen in der Region Mittelthüringen. Deutlich wird darin zum einen die hohe Zahl an sonstigen Zentren verschiedener Typen, d.h. an Stadtteil- und Nahversorgungszentren im Oberzentrum Erfurt und in den beiden Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums Gotha und Weimar. Zu anderen sind vor allem im südlichen Ilm-Kreis zahlreiche Ortszentren nichtzentraler Orte zu verzeichnen. Diese sind auf die topographischen Verhältnisse und die damit im Zusammenhang stehende Verkehrsinfrastruktur, die Siedlungsstrukturen sowie die historischen, in gewissem Umfang teilweise auch touristisch geprägten Angebotsstrukturen zurückzuführen. Demgegenüber sind in den Landkreisen Gotha, Sömmerda und Weimarer Land nur vereinzelt nichtzentrale Orte mit entsprechenden Ortszentren vorzufinden.



Karte 17: Hierarchisierung der Zentren in der Region Mittelthüringen



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

9. MATRIX ZUR RÄUMLICHEN EINZELHANDESENTWICKLUNG

Für die Einhaltung der in Kap. 6 formulierten Ziele ist die räumliche Verortung von zukünftigen Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen konzeptionell-strategisch zu verfolgen. Zur langfristigen Sicherung bzw. Verbesserung und Stärkung der Versorgungsstrukturen entsprechend dem Zielsystem wurde daher eine Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung entwickelt. Diese differenziert nach der Nahversorgungs-/ Zentrenrelevanz des Kernsortiments und der Dimension (s.u.) des Planvorhabens sowie nach dem Standorttyp. Damit ermöglicht die Matrix eine rasche grundsätzliche Bewertung für Einzelhandelsansiedlungen und -erweiterungen im Sinne eines Standortkatalogs.

In Bezug auf den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel gibt es neben den Anlagentypen großflächig und nicht großflächig den Anlagentyp Nachbarschaftsladen (Convenience-Store). Hierbei handelt es sich um einen wohngebietsverträglichen Nahversorger, der die Schwelle zur Großflächigkeit erheblich unterschreitet. Ein Nachbarschaftsladen weist i.d.R. nicht mehr als 400 qm Verkaufsfläche auf⁴³. Bei den sonstigen zentrenrelevanten Sortimenten wird der Laden nach § 4 BauNVO, der einen Betrieb zur Versorgung des entsprechenden Wohngebiets darstellt, mit in die Matrix aufgenommen.

In der nachfolgenden Tab. 8 ist dargestellt, wie viele Einwohner rechnerisch durch 50 qm Verkaufsfläche in einem nahversorgungs- oder sonstigem zentrenrelevanten Sortiment versorgt werden. Damit können Anfragen von Einzelhandelsbetrieben im Sinne einer standortgerechten Dimensionierung und Gebietsversorgung dem Grunde nach bewertet werden.

⁴³ vgl. BVerwG, Beschluss vom 08.11.04, AZ 4 BN 39/04:



Tab. 8: Nahversorgungs- und sonstige zentrenrelevante Sortimente: Je 50 qm Verkaufsfläche rechnerisch versorgte Einwohner (gerundete Werte)

Sortimente	je 50 qm rechnerisch versorgte Einwohner
Nahrungs-/ Genussmittel	150
Lebensmittelhandwerk ¹⁾	1.500
Drogerie/ Parfümerie	1.000
Apotheke ¹⁾	4.000
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	2.750
Blumen/ Zoo	1.000
Bekleidung und Zubehör	350
Schuhe, Lederwaren	1.250
Sport/ Freizeit	1.500
Spielwaren	1.250
Bücher	2.000
GPK, Geschenke, Hausrat	1.250
Haus- und Heimtextilien	1.350
Uhren/ Schmuck	8.000
Foto/ Optik	4.500
Medien	1.350
Elektro/ Leuchten	1.250

¹⁾: rechnerisch versorgte Einwohner je Betrieb

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

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen; Angaben aus Expertengesprächen und Fachliteratur

Beispielsweise versorgt ein Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 400 qm, die allein mit dem (Teil-)Sortiment Schuhe belegt wird, rechnerisch bereits rd. 10.000 Einwohner in diesem Sortiment. Damit wird deutlich, dass auch ein Einzelhandelsbetrieb mit scheinbar geringer Verkaufsfläche auf Grund der Siedlungsstrukturen in der Region Mittelthüringen, die in weiten Teilen durch einwohnerschwache Wohnsiedlungsbereiche geprägt ist, rechnerisch - außer bei einem Standort in einem Ober- oder Mittelzentrum - ein überörtliches Einzugsgebiet aufweist.

Abb. 33: Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

Standorttyp	nahversorgungsrelevante Sortimente			sonstige zentrenrelevante Sortimente			nicht zentrenrel. Sortimente	
	Nachbarschaftsladen	nicht großflächig	großflächig	Laden (s 4 BauNVO)	nicht großflächig	großflächig	nicht großflächig	großflächig
OZ/ MZ - Zentrum IS								vorrangig an EH-geprägten Standorten (nur OZ/ MZ)
GZ - Zentrum IS/ Ortiz, sonst. Zentrum Typ C			standortgerechte Dimensionierung		standortgerechte Dimensionierung	GZ - Zentrum IS/ Ortiz Zentren Typ C standortger. Dim.		vorrangig an EH-geprägten Standorten (nur OZ/ MZ)
sonst. Zentren Typ D (OZ/ MZ)			standortgerechte Dimensionierung		standortgerechte Dimensionierung			vorrangig an EH-geprägten Standorten (nur OZ/ MZ)
sonst. Zentren Typ E (OZ/ MZ), Ortiz nicht zentrale Orte			Einzelallprüfung		Zentren Typ E Einzelallprüfung Ortiz nicht zentrale Orte			vorrangig an EH-geprägten Standorten (nur OZ/ MZ)
sonstige integrierte Standorte		standortgerechte Dimensionierung	Einzelallprüfung	standortgerechte Dimensionierung				vorrangig an EH-geprägten Standorten (nur OZ/ MZ)
nicht integrierter, EH-geprägter Standort	ausnahmsweise	keine Flächenenerweiterung/ zentrenrelevante Randsortimente		nur Modifizierung im Bestand (bis zu 10% der Gesamtverkaufsfläche, max. 800 qm)				(nur OZ/ MZ)
nicht integrierter, nicht EH-geprägter Standort								

OZ = Oberzentrum; MZ = Mittelzentrum; GZ = Grundzentrum; Ortiz = Ortszentrum nichtzentrale Orte; IS = Innenstadt; EH = Einzelhandel

entspricht Zielsystem
dito: ergänzend zu LEP

entspricht nicht Zielsystem
dito: ergänzend zu LEP

Quelle: eigene Darstellung



Die Inhalte der Matrix lassen sich bei ihrer Umsetzung folgendermaßen beschreiben:

9.1 Umgang mit zentrenrelevantem Einzelhandel

Zentrenrelevante Sortimente sollen als Kernsortimente von Einzelhandelsbetrieben grundsätzlich nur noch innerhalb der zentralen Bereiche/ Zentren der Region Mittelthüringen angesiedelt werden.

Die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit ***nahversorgungs- und sonstigem zentrenrelevanten Kernsortiment*** - d.h. auf einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm⁴⁴ - sollte in den Innenstädten der Ober-/ Mittelzentren erfolgen. Damit soll die besondere Versorgungsfunktion dieser Innenstädte erhalten und gestärkt werden.

In den Innenstädten und Ortszentren der Grundzentren sowie in den sonstigen Zentren Typ C und D (Stadtteil-/ Nahversorgungszentren in Erfurt, Weimar und Gotha) sollen großflächige Betriebe mit ***nahversorgungsrelevantem Kernsortiment*** nur bei standortgerechter Dimensionierung angesiedelt werden. Diese bezieht sich bei Grundzentren zunächst einmal auf das eigene Gemeindegebiet sowie - unter Berücksichtigung der Bestandstrukturen - auf benachbarte nichtzentrale Kommunen. Bei sonstigen Zentren Typ C und Typ D ist auf den jeweiligen Stadtteil o.Ä. abzustellen.

Im sonstigen Zentrum Typ C, dem Nebenzentrum Ilversgehofen, Magdeburger Allee in Erfurt, sollen zusätzlich auch großflächige Einzelhandelsbetriebe mit ***sonstigem zentrenrelevantem Kernsortiment*** angesiedelt werden, sofern wiederum eine standortgerechte Dimensionierung gegeben ist.

⁴⁴ Großflächige Einzelhandelsbetriebe, d.h. Betriebe mit mehr als 1.200 qm Geschossfläche und einer Verkaufsfläche von mehr als 800 qm sind außerhalb von Kern- oder Sondergebieten zulässig. OVG Thüringen, Urteil vom 21.08.2001, Az. 1 KO 1240/97, BVerwG, Beschluss vom 09.07.2002, Az. 4 B 14/02, BVerwG, Urteile 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05, 4 C 8.05 vom 24.11.05. Abweichung hiervon ist eine Ansiedlung außerhalb eines Kern- und Sondergebietes nur bei einer atypischen Fallgestaltung zulässig, die vom Einzelfall in Bezug auf Warenangebot und Standort abhängig ist. Dies bedeutet, dass die Frage der Atypik beantwortet werden muss bevor die Regelvermutung greift. Wenn keine Atypik des Einzelfalls vorliegt, ist eine Prüfung nach § 11 (3) BauNVO die Voraussetzung einer Genehmigungsfähigkeit eines Einzelhandelsbetriebes Vgl. dazu auch VG Augsburg, Urteil Az. Au 4 K 10.1188 vom 22.12.2010, Rn (juris) 52 ff.

Des Weiteren sollen Betriebe mit ***nahversorgungsrelevantem Kernsortiment*** und einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeit, außer in den Innenstädten der Ober-/ Mittelzentren, grundsätzlich

- in den Innenstädten/ Ortszentren der Grundzentren,
- in den sonstigen Zentren der Typen C, D und E sowie
- in den in der Zentrenhierarchie aufgeführten Ortszentren der nichtzentralen Orte angesiedelt werden. An sonstigen integrierten Standorten ist diesbezüglich auf eine standortgerechte Dimensionierung, bezogen i.d.R. auf das unmittelbare Wohnumfeld, zu achten. Nachbarschaftsläden sollen hingegen an allen integrierten Standorten grundsätzlich angesiedelt werden können.

Eine ***Ausnahmeregelung*** für großflächige Betriebe mit ***nahversorgungsrelevantem Kernsortiment*** besteht für die sonstigen Zentren Typ E, die in der Zentrenhierarchie aufgeführten Ortszentren der nichtzentralen Orte und die sonstigen integrierten Standorte. Dabei muss die Ansiedlung an einem der o.g. Standorte im Einzelfall geprüft werden. Damit wird dem Umstand Rechnung getragen, dass derartige Betriebe mit einem umfassenden Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel und ergänzenden nahversorgungsrelevanten Randsortimenten häufig nur noch mit Verkaufsflächen im Bereich der Schwelle zur Großflächigkeit und darüber realisiert werden. Zudem versorgt ein Lebensmittelbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 800 qm rechnerisch "nur" rd. 2.500 Einwohner. Da in weiten Teilen der Region Mittelthüringen die Einwohnerzahlen der Orte/ Ortsteile bzw. Wohnsiedlungsbereiche erheblich geringer sind (vgl. auch Kap. 4.4), ist in bestimmten Teilbereichen Mittelthüringen innerhalb von Kooperationsräumen die Ansiedlung von großflächigen Lebensmittelbetrieben möglich (vgl. Kap. 11).

Im Sinne einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung wird bei dieser Ausnahmeregelung bei allen in Frage kommenden Standorttypen auf wiederum eine standortgerechte Dimensionierung abgestellt. Standortgerechte Dimensionierung bedeutet in diesem Zusammenhang, dass die Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsbetriebs nicht über das nähere Umfeld hinausreicht. Dabei ist der Bestand im Umfeld mit zu berücksichtigen: (Ungewollte) Auswirkungen gegen diesen können trotz (eigentlich) standortgerechter Dimensionierung der Fall sein, wenn z.B. ein sonstiger integrierter Vorhabenstandort in geringer Entfernung zu einem Zentrum liegt



und das ihm zuzuordnende Wohnumfeld sich mit demjenigen des Zentrums überschneidet.

Betriebe mit **sonstigem zentrenrelevantem Kernsortiment** mit einer Verkaufsfläche unterhalb der Großflächigkeit sollen - eine standortgerechte Dimensionierung vorausgesetzt - auch in den Innenstädten und Ortszentren der Grundzentren sowie in den Zentren Typ C und D angesiedelt werden. Die standortgerechte Dimensionierung bezieht sich bei Grundzentren auf das eigene Gemeindegebiet; bei den sonstigen Zentren Typ C und Typ D ist auf den jeweiligen Stadtteil o.Ä. abzustellen.

Des Weiteren sollen Läden zur Gebietsversorgung mit **zentrenrelevantem Kernsortiment**, außer in den Innenstädten der Ober-/ Mittelzentren, grundsätzlich

- in den Innenstädten/ Ortszentren der Grundzentren,
- in den sonstigen Zentren der Typen C, D und E sowie
- in den in der Zentrenhierarchie aufgeführten Ortszentren der nichtzentralen Orte angesiedelt werden.

Eine **Ausnahmeregelung** für nicht großflächige Betriebe mit **zentrenrelevantem Kernsortiment** besteht für Zentren des Typs E. Hier sind jedoch mögliche Auswirkungen auf die Versorgungsfunktion umliegender, insbesondere höherstufiger Zentren im Einzelfall zu prüfen.

Des Weiteren sollen **ausnahmsweise** an sonstigen integrierten Standorten Läden mit **zentrenrelevantem Kernsortiment** angesiedelt werden. Hier ist jedoch die standortgerechte Dimensionierung vor dem Hintergrund einer auf das engere Wohnumfeld bezogenen Gebietsversorgung im Einzelfall zu prüfen⁴⁵.

An nicht integrierten Standorten sollen Betriebe mit **zentrenrelevantem Kernsortiment** **grundsätzlich nicht** angesiedelt werden. Ausnahmsweise können sie als

⁴⁵ Diesbezüglich sei Folgendes angemerkt: Auch wenn außerhalb der Zentren in MI-Gebieten (§ 6 BauNVO) i.d.R. Einzelhandel grundsätzlich möglich ist, sollte geprüft werden, ob es stadtentwicklungsplanerisch sinnvoll ist - beispielsweise zur Sicherung/ Stärkung benachbarter zentraler Bereiche -, in bestimmten MI-Gebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auch unterhalb der Großflächigkeit auszuschließen.



Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment angeboten werden (vgl. Kap. 9.2).

Zusammenfassung: zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen

- a. Innenstädte der Ober-/ Mittelzentren: mit nahversorgungs- und sonstigem zentrenrelevantem Kernsortiment regelmäßig konzeptkonform
- b. Innenstädte/ Ortszentren der Grundzentren + sonstige Zentren Typ C und D:
 - Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment unterhalb Großflächigkeit regelmäßig konzeptkonform, bei Großflächigkeit standortgerechte Dimensionierung erforderlich
 - Laden mit sonstigem zentrenrelevantem Kernsortiment als Gebietsversorger regelmäßig konzeptkonform, unterhalb Großflächigkeit standortgerechte Dimensionierung erforderlich; bei Zentrum Typ C auch großflächig bei standortgerechter Dimensionierung konzeptkonform
- c. sonstige Zentren Typ E und in Zentrenhierarchie aufgeführte Ortszentren nicht-zentraler Orte:
 - nahversorgungsrelevanter Einzelhandel unterhalb der Großflächigkeit regelmäßig konzeptkonform, bei Großflächigkeit Einzelfallprüfung erforderlich (Ausnahmeregelung)
 - sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel als Gebietsversorger regelmäßig konzeptkonform; in Zentren Typ E Betriebe unterhalb Großflächigkeit ausnahmsweise konzeptkonform (Einzelfallprüfung)
- d. sonstige integrierte Standorte:
 - Nachbarschaftsladen regelmäßig konzeptkonform, bei standortgerechter Dimensionierung nahversorgungsrelevanter Einzelhandel auch unterhalb Großflächigkeit, bei Großflächigkeit Einzelfallprüfung erforderlich (Ausnahmeregelung)
 - sonstiger zentrenrelevanter Einzelhandel als Gebietsversorger nur ausnahmsweise bei standortgerechter Dimensionierung konzeptkonform
- e. Ausnahme für nicht integrierte, einzelhandelsgeprägte Standorte: zentrenrelevante Sortimente als Randsortimente bis max. 10 % der Verkaufsfläche ausnahmsweise zulässig (max. 800 qm)



9.2 Umgang mit nicht zentrenrelevantem Einzelhandel

Nicht zentrenrelevanter Einzelhandel kann überall, außer an nicht integrierten und nicht einzelhandelsgeprägten Standorten, angesiedelt werden: In Gewerbegebieten kann durch Flächenbereitstellungen für Einzelhandelsflächen u.U. die Standortqualität bezogen auf andere gewerbliche Nutzungen sinken bzw. die Bodenpreise für andere Nutzungen zu stark erhöht werden. Die Ansiedlung von nicht zentrenrelevantem Einzelhandel an zusätzlichen nicht integrierter Standorten führt i.d.R. zu einer Zersiedelung und/ oder einer Zunahme des Verkehrs.

Hinsichtlich der zentralen Bereiche und auch sonstiger integrierter Standorte ist zu berücksichtigen, dass nur in begrenztem Umfang Flächen zur Verfügung stehen. Da nicht zentrenrelevante Angebote jedoch beispielsweise zur Attraktivität von höherstufigen Zentren beitragen können, erscheint ein vollständiger Ausschluss nicht sinnvoll. Großflächige Vorhaben sollten jedoch vorrangig an etablierten einzelhandelsgeprägten, nicht integrierten Standorten angesiedelt werden.

Ausnahme: Randsortimente an nicht-integrierten Standorten

Problematisch bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb der städtebaulich integrierten Standorte ist das inzwischen übliche Angebot von zentrenrelevanten Randsortimenten in solchen Betrieben (z.B. Haushaltswaren in Möbelgeschäften).

Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten den städtebaulichen Zielen des Einzelhandelskonzeptes auf Grund zumindest der in der Summe aller Angebote möglichen schädlichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche entgegensteht, wäre ein völliger Ausschluss dieses Angebotstyps unrealistisch, da er sich bereits in vielen Branchen durchgesetzt hat. Jedoch sollten diese zentrenrelevanten Randsortimente nur in begrenztem Umfang und vor allem nur dann, wenn ein direkter Bezug zum Kernsortiment vorhanden ist (z.B. nicht Lebensmittel im Baumarkt), zulässig sein. Die Obergrenze nahversorgungs- und sonstiger zentrenrelevanter Rand- und Ergänzungssortimente soll - bezogen jeweils auf die Gesamtheit des diesbezüglichen Angebots eines Betriebs - 10% der Gesamtverkaufsfläche, bei einer maximalen Verkaufsfläche von 800 qm (Schwelle zur Großflächigkeit), sein.

Dabei sollte unabhängig von der Größe der Verkaufsfläche für zentrenrelevante Randsortimente sichergestellt werden, dass diese Verkaufsfläche nicht von einem oder einigen wenigen Sortimenten belegt wird: Wie Tab. 8 (S. 94) zeigt, wird in einzelnen Sortimenten bereits durch eine Verkaufsfläche von 50 qm rechnerisch eine hohe Anzahl an Einwohnern versorgt⁴⁶. Wichtig ist auch darauf zu achten, dass die Zulässigkeit von zentrenrelevanten Randsortimenten nicht zur Einrichtung eines Shop-in-Shop-Systems genutzt wird, denn dieses käme einem Einkaufszentrum gleich⁴⁷.

Ausnahme "Leerstandsdomino"

Vor allem auf Grund des begrenzten quantitativen Entwicklungsspielraumes nicht-zentrenrelevanter Sortimente sollte die diesbezügliche Flächenbereitstellung eher zurückhaltend erfolgen. Letztlich kann es städtebaulich sinnvoll sein, in Zukunft Ansiedlungswünsche - soweit planungsrechtlich möglich - abzuwehren, wenn ersichtlich ist, dass eine entsprechende zusätzliche Zentralitätssteigerung nicht langfristig zu erzielen ist, sondern lediglich die Position funktional wesentlicher Einzelhandelslagen geschwächt wird.

Bei der Genehmigung von neuen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist zu beachten, dass - auch bei grundsätzlicher Verträglichkeit - nur eine bestimmte Tragfähigkeit für einzelne Angebote besteht. Wird diese überschritten, so ergibt sich die Gefahr eines "Leerstandsdominos": Durch Verdrängung kommt es zu (Einzelhandels-)Leerständen in gewerblich genutzten Gebieten. Ein ehemaliger Einzelhandelsstandort lässt sich nur langwierig zu einem Gewerbestandort im eigentlichen Sinne umformen, da der Preis für Grund und Boden für Einzelhandel und Gewerbe i.d.R. deutlich differiert. Stattdessen entsteht auf solchen Flächen üblicherweise ein Nachnutzungsdruck für Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten. Dem kann zwar planerisch begegnet werden, jedoch können auf diese Weise immer wieder (unnötige) Diskussionen ausgelöst werden.

⁴⁶ Da die Zahl rechnerisch versorgter Einwohner je 50 qm bei den einzelnen Sortimenten deutlich differiert, erscheint eine für alle Sortimente einheitliche maximale Verkaufsflächenobergrenze für zentrenrelevante Randsortimente nicht sinnvoll.

⁴⁷ Insbesondere sollte darauf geachtet werden, dass keine branchenfremden Rand- und Ergänzungssortimente ermöglicht werden; zudem sollten einzelne Rand- und Ergänzungssortimente nur in einer Größenordnung deutlich unterhalb entsprechender Fachgeschäfte und -märkte zugelassen werden. Dies kann durch die Festlegung sortimentsweiser Verkaufsflächenobergrenzen im Bebauungsplan geregelt werden.



Zusammenfassung: nicht zentrenrelevanter Einzelhandel vorrangig an durch Einzelhandel etablierten nicht integrierten Standorten

- an integrierten Standorten - Zentren, sonstige integrierte Standorte - regelmäßig unterhalb der Großflächigkeit konzeptkonform, großflächig nur nachgeordnet
- an nicht integrierten und nicht einzelhandelsgeprägten Standorten auch künftig kein Einzelhandel, d.h. auch kein nicht zentrenrelevanter Einzelhandel

10. HANDLUNGSLEITFADEN ZUR BEWERTUNG VON EINZELHANDELSVORHABEN

In diesem Kapitel wird dargestellt, wie die Bewertung eines Einzelhandelsvorhabens nach den zuvor dargestellten Konzeptbausteinen - Zielsystem zur regionalen Einzelhandelsentwicklung in Mittelthüringen (vgl. Kap. 6.2), regionale Sortimentsliste (vgl. Kap. 7), Hierarchisierung der Zentren (vgl. Kap. 8) und Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 9) - erfolgt bzw. welcher Vorhabenkenntnisse es hierfür bedarf. Zudem werden auch bauplanungsrechtliche Möglichkeiten dargelegt, wie ein Vorhaben, die im Widerspruch zur Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung steht, im Vorfeld oder bei bereits akutem Handlungsbedarf ausgeschlossen werden kann.

Vorab sei angemerkt, dass der nachstehende Handlungsleitfaden ein den Inhalten des Regionalen Einzelhandelskonzeptes konformes Planen beschreibt und daher in Abhängigkeit der Beschlussform des Konzeptes u.U. nicht verbindlich ist.

Die grundsätzliche Bewertung eines Einzelhandelsvorhabens mittels der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung bedarf Kenntnisse hinsichtlich Standort, Gesamtverkaufsfläche und Kernsortiment:

- Hinsichtlich des **Kernsortiments** genügt - zumindest zur Erstbewertung - die Differenzierung nahversorgungsrelevantes, sonstiges zentrenrelevantes oder nicht zentrenrelevantes Sortiment.
- Sofern jedoch abzuschätzen ist, ob ein Vorhaben als Laden im Sinne §4 BauNVO als Gebietsversorger zu betrachten ist bzw. eine standortgerechte Dimensionierung aufweist, ist auch das Kernsortiment - inklusive seiner Verkaufsfläche - von Relevanz. Mit Hilfe von Tab. 8 (S. 94) kann die im Kernsortiment rechnerisch versorgte Einwohnerzahl grob ermittelt werden.

- Der **Standort** muss dahingehend genau angegeben sein, dass zu erkennen ist, ob er in einem zentralen Bereich bzw. in einem Ortszentrum eines nicht zentralen Orts liegt oder nicht.
- Sofern es sich um einen Standort außerhalb der zentralen Bereiche und Ortszentren handelt bzw. in einer Kommune kein Zentrum bzw. kein Ortszentrum vorhanden ist, muss bestimmt werden, ob es sich um einen integrierten Standort oder um einen nicht integrierten Standort handelt (vgl. hierzu auch die Erläuterungen zu den Standorttypen im Glossar). Dies kann beispielsweise mittels einer vor-Ort-Betrachtung oder anhand von Luftbildern mit aktueller Bestandssituation erfolgen.
- Sofern das Vorhaben als Gebietsversorger im Sinne des § 4 BauNVO zu bewerten oder hinsichtlich seiner standortgerechten Dimensionierung zu bewerten ist, ist zudem die Kenntnis der Einwohnerzahl z.B. im engeren Wohnumfeld bei einem Gebietsversorger erforderlich.
- Die **Gesamtverkaufsfläche** bzw. Dimension muss zumindest derart genau angegeben sein, dass sich erkennen lässt, ob es sich um ein großflächiges Vorhaben oder ein nicht großflächiges Vorhaben sowie ggf. um einen Nachbarschaftsladen handelt.
- Sofern das Vorhaben als Gebietsversorger im Sinne des § 4 BauNVO zu bewerten oder hinsichtlich seiner standortgerechten Dimensionierung zu bewerten ist, wird die genaue Verkaufsfläche des Kernsortiments benötigt (s.o.).
- Sofern ein Vorhaben auf Grund Standort, Dimension und Zentrenrelevanz des Kernsortiments nach der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung konzeptkonform ist und hinsichtlich seiner Verkaufsfläche unter den Aufgreifschwellen für einen Moderations- und Abstimmungsprozess liegt (vgl. Kap. 12), gilt es als regional abgestimmt. Bei Überschreiten der Aufgreifschwellen kann freiwillig eine Moderation und Abstimmung eingeleitet werden.
- Sofern ein Vorhaben z.B. hinsichtlich einer standortgerechten Dimensionierung nicht eindeutig als konzeptkonform angenommen werden kann, wird dieses weiter untersucht.
- Sofern ein Vorhaben auf Grund Standort, Dimension bzw. Zentrenrelevanz des Kernsortiments nach der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung nicht



konzeptkonform ist, ist es wichtig zu prüfen, ob Baurecht besteht. Andernfalls liegt für das Vorhaben kein dem Regionalen Einzelhandelskonzept entsprechender Konsens vor und es können entsprechende Mittel der Bauleitplanung zur Verhinderung des Vorhabens angewendet werden.

Damit nicht "versehentlich" Entwicklungen möglich sind, die den Zielsetzungen der Einzelhandelskonzeption entgegenstehen, müssten "gefährdete" Gebiete nach § 34 BauGB sowie Baugesuche im Einzelfall geprüft werden. Nachfolgender Handlungsleitfaden zeigt die wichtigsten Prüfschritte und die anschließende bauleitplanerische Umsetzung zur Sicherung der in Kap. 6 dargestellten Ziele auf.

- **Überplanung (insbesondere "gefährdeter" Gebiete)**

Es müsste zunächst geprüft werden, welche Bereiche in einer Kommune durch die bisherigen bauplanungsrechtlichen Festsetzungen (überplante Bereiche, § 30/ 31 BauGB) oder auch das Fehlen solcher (unbeplante Innenbereiche, § 34 BauGB) im Sinne der regionalen Zielsetzungen gefährdet sind. Die entsprechenden Regelungen können sodann entsprechend angepasst werden, wobei jedoch zu berücksichtigen ist, dass bei Änderungen von B-Plänen gemäß § 42 (2) BauGB in den ersten sieben Jahren nach Inkrafttreten eine Entschädigungspflicht besteht. Dies gilt insbesondere für ältere relevante B-Pläne von mehr als sieben Jahren, z.B. B-Pläne für GE-Gebiete, hinsichtlich der Übereinstimmung ihrer jeweiligen Festsetzungen und Begründungen mit der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 9), um sie ggf. anzupassen. Relevante neuere B-Pläne sollten nach Ablauf der sieben-Jahres-Frist - nach vorhergehender Überprüfung - ggf. angepasst werden.

Bei bestehenden B-Plänen reicht u.U. eine Umstellung auf die aktuelle BauNVO bzw. ein vereinfachtes B-Planverfahren nach § 13 BauGB aus. Bei einer reinen Umstellung auf die aktuelle BauNVO muss allerdings beachtet werden, dass damit dennoch jeglicher Einzelhandel bis zur Großflächigkeit allgemein zulässig ist, sofern keine anderen Regelungen bestehen. Bei § 34-Gebieten ist die Aufstellung eines B-Plans bzw. die Anwendung des § 9 (2a) BauGB zu überprüfen, da nur so beispielsweise durch § 34 (3) BauGB nicht steuerbare Betriebe entsprechend den Zielsetzungen behandelt werden können.

- **Anwendung von "Sicherungsinstrumenten"**

Für den Fall eines akuten Handlungsbedarfes stehen nach einem Aufstellungs-/ Änderungsbeschluss die im Baurecht vorgesehenen Sicherungsinstrumente "Zurückstellung von Baugesuchen" (§ 15 BauGB) bzw. "Veränderungssperren" (§ 14 BauGB) zur Verfügung. Insbesondere bei Veränderungssperren muss deutlich gemacht werden, dass alle Veränderungen, die den planerischen Zielen nicht zuwiderlaufen, auch weiterhin zulässig sind. Es sind nur die Veränderungen unzulässig, die dem Zweck der Veränderungssperre widersprechen.

11. MAßNAHMEN ZUR VERBESSERUNG DER NAHVERSORGUNGSSITUATION

Die Nahversorgungssituation in Mittelthüringen ist einerseits durch große Teilbereiche mit einwohnerschwachen, nicht oder nur rudimentär grundversorgten Wohnsiedlungsbereichen sowie andererseits durch Teilbereiche mit einem großen Angebot im Bereich Lebensmittel und dementsprechend großer Konkurrenz und Tendenzen eines Verdrängungswettbewerbs geprägt. In Karte 18 sind die entsprechenden Teilbereiche dargestellt, wobei sich erkennen lässt, dass

- a) in weiten Teilen des Landkreises Gotha sich die Einzugsbereiche sowohl zentraler als auch nichtzentraler Orte im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel in hohem Maße überschneiden (vgl. hierzu auch Karte 16, S. 59),
- b) in weiten Teilen des Landkreises Sömmerda und in einem kleinen Teil des Landkreises Weimarer Land starke nichtzentrale Orte teilweise schwachen Grundzentren - jeweils bezogen auf den Bereich Lebensmittel - gegenüberstehen,
- c) im Landkreis Weimarer Land zudem einige Grundzentren ein vergleichsweise geringes Angebot im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel inkl. Lebensmittelhandwerk aufweisen, das rechnerisch nur eine annähernde Vollversorgung der eigenen Bevölkerung und somit keine überörtliche Versorgung ermöglicht,
- d) mehrere Teilräume in den vier Landkreisen zu verzeichnen sind, in denen die (Pkw-)Fahrzeiten bis zum nächsten Lebensmittelbetrieb mehr als fünf Minuten betragen und somit keine wohnungs-/ verbrauchernahe Grundversorgung vorliegt.



Bei den unter a) und b) genannten Teilbereichen sollen Neuansiedlungen und Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben ausschließlich zur

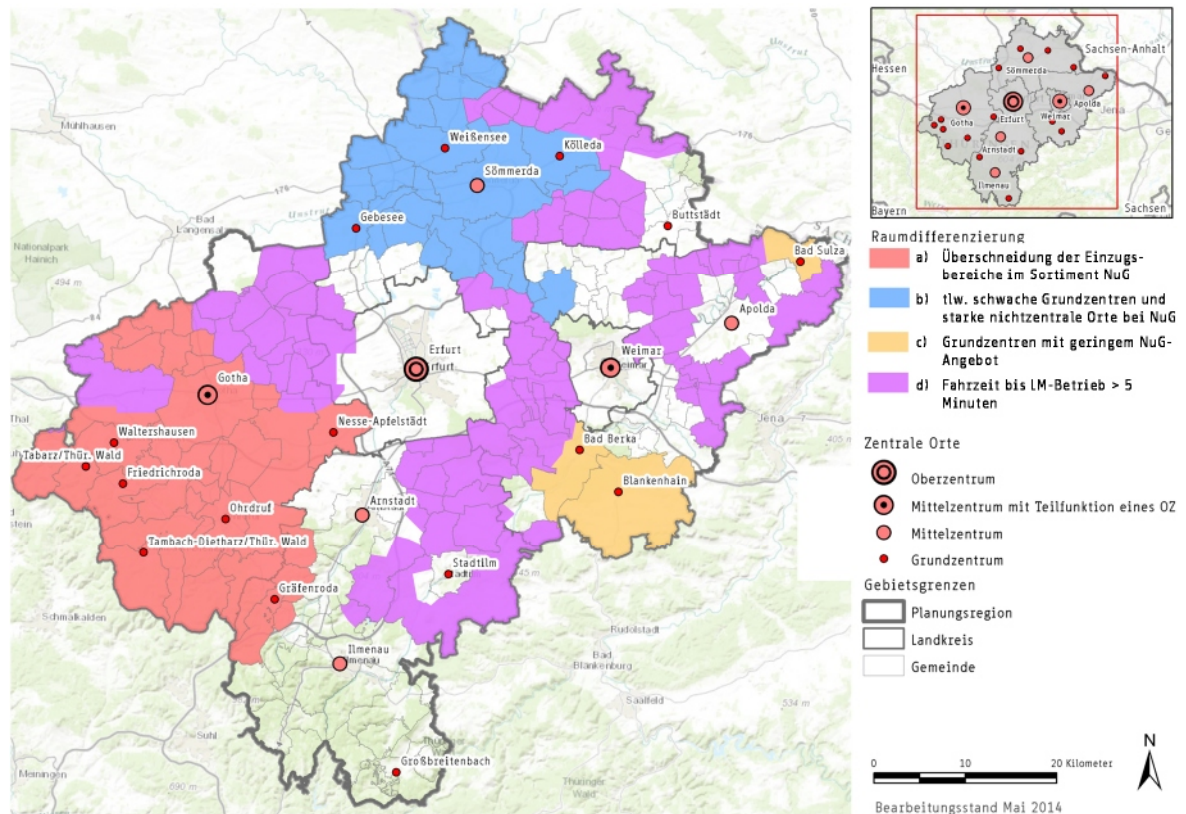
- Stärkung von Innenstädte und Ortszentren der Grundzentren (sowie ggf. der Innenstädte und sonstigen Zentren von höherzentralen Orten) und/ oder
- Verbesserung der räumlichen Nahversorgungssituation dienen.

Dies bedeutet, dass bei entsprechenden Vorhaben außerhalb der Innenstädte und Ortszentren der Grundzentren, d.h. an sonstigen integrierten Standorten bzw. in den Ortszentren nichtzentraler Orte, eine standortgerechte Dimensionierung in jeden Fall erforderlich ist. Somit soll sich die Versorgungsfunktion eines Vorhabens inklusive dem Bestand bei nichtzentralen Orten nicht wesentlich über das eigene Gemeindegebiet hinaus erstrecken. Bei Grundzentren muss bei Ansiedlungen und Erweiterungen von Lebensmittelbetrieben außerhalb der Innenstädte und Ortszentren auf die Einwohnerzahl im unmittelbaren Wohnumfeld bzw. des Ortsteils, sofern dieser peripher liegt, abgestellt werden und ebenfalls der Bestand mit berücksichtigt werden.

Letztlich ist es notwendig, in den unter a) und b) genannten Teilbereichen die Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung strikt anzuwenden. Ziel ist im Teilbereich b) der Erhalt und die Stärkung des Grundversorgungsangebots in den Grundzentren, vorrangig innerhalb der Innenstädte und Ortszentren. Demgegenüber sollen im Teilbereich a) auf Grund der bereits bestehenden überörtlichen Grundversorgungsfunktion der Grundzentren - sowie einiger nichtzentraler Orte - Neuansiedlungen und Erweiterungen nur noch zur Stärkung der Innenstädte und Ortszentren der Grundzentren (sowie zur Stärkung der Zentren des Mittelzentrums Gotha) erfolgen. Dabei darf der Bestand innerhalb der Zentren der umliegenden zentralen Orte nicht gefährdet werden.

In den unter c) genannten Grundzentren sollte das Grundversorgungsangebot in den für die Nahversorgung besonders wesentlichen Sortimenten Nahrungs-/ Genussmittel und Drogerie/ Parfümerie ausgebaut werden, unter Berücksichtigung des Zielsystems (vgl. Kap. 6.2) und der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 9) vorrangig in den Innenstädten/ Ortszentren. Dabei muss die Versorgungsfunktion benachbarter zentraler Orte berücksichtigt werden.

Karte 18: Handlungsfelder Nahversorgung - räumliche Darstellung



LM = Lebensmittel; NuG = Nahrungs-/ Genussmittel; OZ = Oberzentrum

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krise Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

In den unter d) genannten Teilbereichen gilt es die Grund-/ Nahversorgung insgesamt zu stärken, wobei die kleinteiligen Siedlungsstrukturen und die Anforderungen der Betreiber berücksichtigt werden müssen: Supermärkte und Discounter, d.h. die typischen Vertreter der Lebensmittelbetriebe, werden - wie bereits erwähnt - derzeit mit Verkaufsflächen ab 800 qm realisiert. Ein derartiger Betrieb versorgt rechnerisch 2.000 bis 2.500 Einwohner im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel. Für die unter d) genannten Wohnsiedlungsbereiche ohne wohnungs-/ wohnortnahen Lebensmittelbetrieb bestehen vor diesem Hintergrund die nachfolgend dargestellten kombinierbaren Ansätze zur Stärkung der Nahversorgung. Dabei entscheidet der Einzelfall über die jeweilige konkrete Strategie, da alle Ansätze zusammen innerhalb einer Gemeinde bzw. eines Kooperationsraums (s.u.) nicht funktionieren.



Ansiedlung eines kleinflächigen Lebensmittelbetriebs

Kleinflächige Lebensmittelbetriebe stellen eine Renaissance des Tante-Emma-Ladens dar. Dabei handelt es sich meist um selbständig geführte Betriebe unter einer Dachmarke, die von einem bestimmten Großhändler, der auch beratende Funktion bei der Konzeption des Betriebs wahrnimmt, beliefert werden⁴⁸. Darüber hinaus existieren in einigen Regionen kleinflächige Betriebe nach dem Genossenschaftsprinzip, d.h. die Bürger sind Anteilseigner und zum Teil auch Betreiber.

Die Mindestverkaufsfläche von kleinflächigen Lebensmittelbetrieben beträgt rd. 100 qm, sodass rechnerisch rd. 250 bis 300 Einwohner im Sortiment Nahrungs-/ Genussmittel versorgt werden. Trotz der vergleichsweise geringen Verkaufsfläche weisen kleinflächige Lebensmittelbetriebe i.d.R. ein für die Grund-/ Nahversorgung hinreichend vielfältiges Angebot auf.

Wesentliche Standortkriterien sind rd. 1.200 Einwohner, eine integrierte Lage innerhalb eines Ortes bzw. Wohnsiedlungsbereichs (bzw. im Einzelfall auch direkt anschließend) sowie das Fehlen von Wettbewerbern vor Ort.

Zur Gewährleistung der Kundenfrequenz und als zusätzliches wirtschaftliches Standbein werden oftmals Dienstleistungen (z.B. Postagentur, Toto-/ Lotto-Annahme, Reinigungsannahme etc.) integriert.

Angebotserweiterung eines bestehenden (Nahversorgungs-)Betriebs

Nahversorgungsbetriebe, wie z.B. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkte können durch eine Angebotserweiterung im Bereich Lebensmittel einen wesentlichen Beitrag zur wohnungs-/ wohnortnahen Grundversorgung leisten. Zum Teil weisen insbesondere Betriebe des Lebensmittelhandwerks in ländlich geprägten Regionen ein erweitertes Nahrungs-/ Genussmittel-Angebot auf⁴⁹.

⁴⁸ In Thüringen existieren beispielsweise die Nahversorgerkonzepte Ihre Kette und IK - Ihr Kaufmann (jeweils bis 300 qm Verkaufsfläche) sowie Markant Nah & Frisch (300 qm bis 600 qm Verkaufsfläche). Partner und (Groß-)Lieferant ist die Fa. Bela (vgl. auch www.nahversorgeroffensive.de).

⁴⁹ In der Region Mittelthüringen konnten derartige Betriebe u.a. in Waltershausen/ Langenhain, Hohenkirchen, Möhrenbach und Bösleben-Wüllersleben/ Ortsteil Bösleben verzeichnet werden.



Problematisch sind die für ein umfassendes Lebensmittelangebot - vergleichbar einem kleinflächigen Lebensmittelbetrieb, s.o. - notwendigen Investitionen (z.B. Kühlregale) sowie auch die erforderlichen räumlichen Möglichkeiten.

Einrichtung eines Lieferservice/ ehrenamtlichen Fahrdienstes

In den letzten Jahren ist ein Trend hin zum Liefer-/ Bringservice zu verzeichnen. Dabei handelt es sich einerseits um reine Lieferdienste, d.h. der Kunde kauft die Ware im Geschäft und lässt sie sich nach Hause liefern. Andererseits bieten Lebensmittelbetriebe, i.d.R. kleine Lebensmittel-SB-Geschäft und-Märkte sowie Supermärkte, darüber hinaus auch Bestellmöglichkeiten von zu Hause aus per Internet, Fax oder Telefon an. Der Liefer-/ Bringservice bietet dabei gerade für "kleine" Einzelhändler eine Möglichkeit, sich von den werbe- und preisaggressiven Discountern abzuheben und sich ein gewisses Stammkundenpotenzial zu sichern.

Alternativ zum Bringservice tragen organisierte Fahrgemeinschaften/ -dienste zur Verbesserung der Nahversorgung bei. Im Gegensatz zum Bringservice besteht dabei die Möglichkeit des individuellen und erlebnisorientierten Einkaufs. Zudem dient der Einkauf im Geschäft als wichtige Treff- und Kommunikationsmöglichkeit insbesondere für ältere und/ oder alleinstehende Menschen. Fahrgemeinschaften werden sowohl von öffentlichen Trägern - soziale Dienste, Kommunen - als auch von privaten Gruppen organisiert, bei der Durchführung ist jedoch i.d.R. ein hohes bürgerschaftliches Engagement auf ehrenamtlicher Basis erforderlich.

Ansiedlung eines - auch großflächigen - Lebensmittelbetriebs innerhalb eines Kooperationsraums

Wie in Kap. 9.1 bereits erwähnt wird, soll vor dem Hintergrund einer möglichst wohnungs-/ wohnortnahen Grund-/ Nahversorgung in bestimmten, nicht hinreichend nahversorgten Teilbereichen Mittelthüringens die Ansiedlung von auch großflächigen Lebensmittelbetrieben innerhalb sogenannter Kooperationsräumen möglich sein. Dabei handelt es sich um die in Karte 18 dargestellten Gebiete, die eine Fahrzeit von mehr als fünf (Pkw-)Minuten zum nächsten Lebensmittelbetrieb aufweisen.

Ein Kooperationsraum soll aus mehreren nicht hinreichend/ vollständig nahversorgten Ortschaften bestehen, die verkehrstechnisch vernetzt sind, möglichst auch



bezogen auf den ÖPNV. Die Bildung eines Kooperationsraums kann von den Kommunen/ Ortschaften selbst ausgehen sowie vom jeweiligen Landkreis oder Regionalen Aktionsgruppen initiiert werden. Die beiden Letztgenannten können bzw. sollen auch hinsichtlich Information, Abstimmung und Kommunikation tätig sein und das jeweilige Vorhaben gemeinsam mit der Regionalen Planungsgemeinschaft und den benachbarten zentralen Orten prüfen.

Unabdingbares Kriterium für einen Lebensmittelbetrieb innerhalb eines Kooperationsraums ist dessen standortgerechte Dimensionierung bzw. seine Maßstäblichkeit: Die Verkaufsfläche muss der Einwohnerzahl des Kooperationsraums entsprechen⁵⁰. Die maximale Verkaufsfläche ist auf 1.200 qm begrenzt. Damit werden Betriebe, die für ihre wirtschaftliche Rentabilität einen sehr großen Einzugsbereich benötigen, ausgeschlossen, jedoch sind auch Supermärkte in einer den Betreiberanforderungen entsprechenden Größenordnung möglich.

Des Weiteren muss es sich um einen sonstigen integrierten Standort bzw. einen mindestens an die Wohnbebauung anschließenden, "teilintegrierten" Standort handeln, sodass eine Nahversorgung im eigentlichen Sinn, d.h. eine Nahversorgung zu Fuß oder mit dem Fahrrad, für die Bevölkerung des Standort-Siedlungsbereichs gegeben ist⁵¹.

Hinsichtlich des Standorts des Lebensmittelbetriebs innerhalb des Kooperationsraums müssen folgende Aspekte berücksichtigt und einzelfallbezogen abgewogen werden:

- Die **Einwohnerzahl** der Ortschaft innerhalb eines Kooperationsraums, in der ein Lebensmittelbetrieb letztlich angesiedelt werden soll, ist hinsichtlich einer Nahversorgung zu Fuß bzw. mit dem Fahrrad für möglichst viele Einwohner von Bedeutung.
- Eine **zentrale Lage** innerhalb des Kooperationsraums und damit eine für die Einwohner des Kooperationsraums insgesamt möglichst geringe zeitliche und räumliche Distanz dient zur Erhöhung der Akzeptanz und Attraktivität des Betriebs sowie zur Vermeidung bzw. Reduzierung von Verkehr.

⁵⁰ Als Beurteilungsgrundlage kann angenommen werden, dass 1 qm Verkaufsfläche rd. 2,5 Einwohner versorgt.

⁵¹ Zudem gilt es auch darauf zu achten, dass der Eingang zur Wohnbebauung hin ausgerichtet ist und für Fußgänger und Radfahrer eine direkte, gefahrlose Anbindung besteht.

- Die Ortschaft des Lebensmittelbetriebs soll eine **ÖPNV-Erreichbarkeit** für möglichst viele Einwohner bieten, damit allen Bevölkerungsgruppen, d.h. auch der eingeschränkt mobilen Bevölkerung ohne eigenen Pkw bzw. ohne einen für den Einkauf zur Verfügung stehenden Pkw, der Besuch möglich ist.
- **Schul- und auch Kindertagesstättenstandorte** werden häufig auch von Einwohnern/ Eltern aus benachbarten Ortschaften aufgesucht, sodass bei Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebs in einer solchen Ortschaft eine Kopplungsmöglichkeit entstünde.

In der nachfolgenden Karte 19 ist ein Fallbeispiel für die Ansiedlung eines Lebensmittelbetriebs innerhalb eines Kooperationsraums im nordwestlichen Ilm-Kreis dargestellt⁵²:

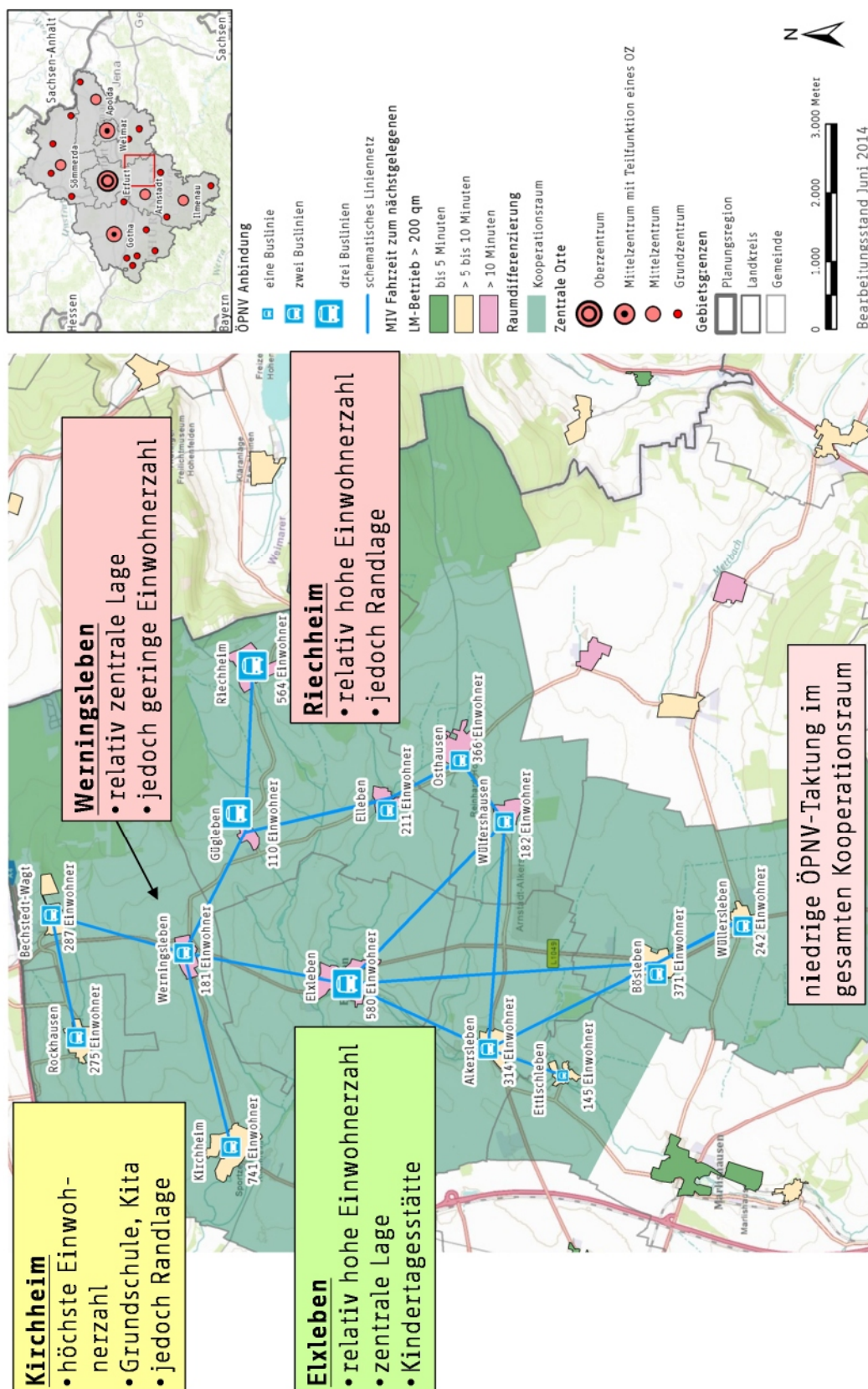
- Im Ergebnis wird die Ortschaft Elxleben präferiert, da diese eine relativ hohe Einwohnerzahl und eine zentrale Lage innerhalb des Kooperationsraums aufweist. Damit besteht für einen vergleichsweise hohen Teil der Einwohner des Kooperationsraums, d.h. für die Bevölkerung von Elxleben selbst, eine Nahversorgungsmöglichkeit zu Fuß oder per Fahrrad. Zudem ist die zeitliche und räumliche Distanz für die Einwohner der umliegenden Ortschaften relativ gering, zum Teil erscheint für diese auch der Einkauf per Fahrrad möglich.
Weiterhin befindet sich in Elxleben eine Kindertagesstätte, wodurch Kopplungsbesuche dieser Einrichtung und des Lebensmittelbetriebs für Einwohner benachbarter Ortschaften grundsätzlich möglich wären.
- Die Ortschaft Kirchheim verzeichnet innerhalb des Kooperationsraums zwar die höchste Einwohnerzahl und verfügt über eine Grundschule sowie eine Kindertagesstätte. Jedoch weist Kirchheim innerhalb des Kooperationsraums eine Randlage auf, sodass die Distanz zu zahlreichen Ortschaften des Kooperationsraums relativ hoch ist. Kirchheim kann in diesem Fallbeispiel daher als nachrangig geeigneter Standort für einen Lebensmittelbetrieb betrachtet werden.
- Die Ortschaft Werningsleben liegt zentral innerhalb des Kooperationsraums, weist jedoch eine sehr geringe Einwohnerzahl auf, sodass ein Lebensmittelbetrieb nur eine geringe fußläufige Nahversorgungsfunktion hätte. Werningsleben ist daher als Lebensmittelstandort nicht geeignet.

⁵² Weitere Kooperationsräume erscheinen beispielsweise in den Bereichen Oßmannstedt/ Kromsdorf im Landkreis Weimarer Land, im Bereich Großbrembach/ Ellersleben im Landkreis Sömmerda und Dachwig bis nördliche Fahner Höhe im Landkreis Gotha möglich.



- Dies gilt auch für die Ortschaft Riechheim auf Grund ihrer Randlage. Zudem verzeichnet sie signifikant weniger Einwohner als Kirchheim und verfügt über keine Schule oder Kindertagesstätte.
- Die ÖPNV-Erreichbarkeit wurde bei diesem Fallbeispiel nicht als Beurteilungskriterium auf Grund der geringen, auf den Schülerverkehr abgestimmten Taktung herangezogen.

Karte 19: Fallbeispiel: Standortsuche für einen Lebensmittelbetrieb in einem Kooperationsraum



Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen



12. MODERATION UND ABSTIMMUNG

Ein Regionales Einzelhandelskonzept soll nicht nur perspektivisch eine positive Auswirkung auf die siedlungsstrukturelle und funktionale Entwicklung einer Region haben, sondern auch einen Beitrag zur Kommunikation, zur Transparenz und auch zur Verfahrensbeschleunigung zwischen den beteiligten Landkreisen, kreisfreien Städten und sonstigen Kommunen leisten.

Für die Region Mittelthüringen wurde daher eine Methode zur Moderation und Abstimmung unter Berücksichtigung folgender Aspekte und Ziele entwickelt:

- "deeskalierender" Effekt
- Beschleunigung des Genehmigungsverfahrens durch frühzeitige Abstimmung
- Vermeidung konkurrierender Gutachten
- gemeinsames und abgestimmtes Auftreten gegenüber Investoren, Projektentwicklern, Betreibern
- einheitliche und transparente Vorgehensweise bei Vorhabenbewertung

Die nachfolgend aufgezeigte Moderation und Abstimmung, d.h. die gemeinsame Abstimmung von Planvorhaben mit einer zu erwartenden überörtlichen Ausstrahlung, stellt dabei ein freiwilliges Angebot der Regionalen Planungsgemeinschaft Mittelthüringen dar.

Die Moderation und Abstimmung ist als mehrstufiger Prozess für jedes Einzelhandelsvorhaben aufgebaut, welches eine durch Aufgreifschwellen (vgl. Tab. 9) festgelegte Verkaufsfläche überschreitet. Weitere Grundlagen bilden neben den Aufgreifschwellen das Zielsystem (vgl. Kap. 6.2) und die Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 9). Der Beteiligtenkreis differiert in Abhängigkeit der Ansiedlungskommune und der Ausstrahlungsdistanz bzw. des Einzugsbereichs des Planvorhabens. Im Hinblick auf die Kosten- und Zeiteffizienz wird ein Konsens zwischen den Beteiligten zunächst ohne Gutachter angestrebt.

Die Moderation übernimmt die Regionale Planungsstelle Mittelthüringen. Initiatoren der Moderation und Abstimmung können die Standortkommune selbst sowie Nachbarkommunen bzw. benachbarte zentrale Orte - in Abhängigkeit des Betroffenen- bzw. (späteren) Beteiligtenkreises - und die Landkreise sein.

1. Schritt: Vorhaben-Check

Jedes Einzelhandelsvorhaben, sei es eine Bauvoranfrage/ -antrag, Entwurf zur Bauleitplanung oder sonstigem Bekanntwerden eines Projektes kann durch die jeweilige Standortkommune freiwillig hinsichtlich seiner Vereinbarkeit mit dem Regionalen Einzelhandelskonzept untersucht werden. Die Initiative hierfür kann auch von einer Nachbarkommune bzw. einem benachbarten zentralen Ort sowie von den Landkreisen ausgehen, wobei ohne freiwillige Beteiligung der Standortkommune die Moderation und Abstimmung nicht stattfindet.

Die Ansiedlungskommune - bzw. die Nachbarkommune oder das benachbarte Zentrum, wenn Initiator der Moderation und Abstimmung, evtl. gemeinsam mit der Standortkommune - unterzieht in einem Vorhaben-Check das Planvorhaben hinsichtlich der Vereinbarkeit mit der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung.

- Sofern ein Widerspruch zur Matrix besteht, ist das Vorhaben nicht regional abstimmbar. Durch eine Vorhabenanpassung, z.B. durch Änderung des Planstandorts oder durch Größenanpassung, kann der Widerspruch jedoch behoben werden.
- Wenn kein Widerspruch zur Standortmatrix besteht, wird untersucht, ob das Vorhaben die zugrunde zu legende Aufgreifschwelle für eine Moderation und Abstimmung überschreitet (vgl. Tab. 9). Hierfür ist die Kenntnis des Standorttyps, des Kernsortiments und der Gesamtverkaufsfläche erforderlich.

Sofern kein Widerspruch zur Standortmatrix besteht, ggf. auch auf Grund einer Vorhabenanpassung, und die vorhabenrelevante Aufgreifschwelle nicht überschritten wird, gilt das Vorhaben als regional abgestimmt. Unabhängig davon kann die Durchführung eines Raumordnungsverfahrens erforderlich sein.

Wenn das Planvorhaben die Aufgreifschwelle überschreitet, kann die Standortkommune das Planvorhaben freiwillig der Moderation und Abstimmung unterziehen. Hierfür wird das Projekt möglichst detailliert in einem standardisierten Datenblatt beschrieben, wobei vor dem Hintergrund der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in jedem Fall folgende Punkte dargelegt werden müssen:

- Ansprechpartner bei Vorhabenkommune
- Art des Vorhabens und Vorhabenträger und Datum des Vorhaben-Checks
- Vorhabenstandort mit Darstellung auf Lageplan (ggf. bereits Darstellung Gebäude und sonstiger Einrichtungen wie Parkplatz) und Angabe der Adresse bzw. Flurstücknummer



- Standorttyp (Zentrum mit Angabe des Zentrentyps, sonstiger integrierter Standort, nicht integrierter Standort)
- Angaben zum aktuellen bau- oder planungsrechtlichen Stand; ggf. B-Plan als Anlage
- Anzahl der Betriebe
- Kernsortiment(e) unter Angabe der Nahversorgungs- bzw. Zentrenrelevanz
- Gesamtverkaufsfläche und sortimentsweise Verkaufsfläche insgesamt und ggf. der einzelnen Betriebe inkl. Angabe, ob (und welche) Aufgreifschwelle Planvorhaben überschreitet
- optional zum Vorhaben bereits erstellte Gutachten

Die Projektbeschreibung wird an die Regionale Planungsstelle Mittelthüringen, die als Moderator fungiert, weitergegeben.

Tab. 9: Moderation und Abstimmung: Aufgreifschwellen

Zentren/ sonstige integrierte Standorte	Lebensmittelbetrieb	sonst. nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	sonstiges zentrenrelevantes Kernsortiment	nicht zentrenrelevantes Kernsortiment
OZ - Zentrum IS	5.000	2.500	5.000	10.000
MZ - Zentrum IS	2.500	1.500	2.500	5.000
GZ - Zentrum IS/ OrtZ	1.500	800	800	800
sonst. Zentrum OZ	2.500	1.500	1.500	5.000
sonst. Zentrum MZ	1.500	800	---	2.500
sonst. Zentrum GZ	800	800	---	800
sonstige integrierte Standorte OZ	1.500	800	---	10.000
sonstige integrierte Standorte MZ	1.500	800	---	5.000
sonstige integrierte Standorte GZ	800	800	---	800
sonst. integr. Standorte nicht-zentrale Orte	800	800	---	800
nicht integrierte Standorte OZ	---	---	---	10.000
nicht integrierte Standorte MZ	---	---	---	5.000
nicht integrierte Standorte GZ	---	---	---	800
nicht integr. Standorte nicht-zentrale Orte	---	---	---	---

Angaben in qm Verkaufsfläche

OZ = Oberzentrum; MZ = Mittelzentrum; GZ = Grundzentrum; IS = Innenstadt; OrtZ = Ortszentrum

"---" = großflächiger Einzelhandel entspricht nicht dem Zielsystem und den Grundsätzen zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung

Quelle: eigene Darstellung

2. Schritt: Abstimmung mit Beteiligten

Sobald der Moderator, d.h. die Regionale Planungsstelle Mittelthüringen, die Projektbeschreibung erhalten hat, leitet er diese an die Beteiligten weiter. Der Beteiligtenkreis hängt dabei von der zentralörtlichen Funktion der Ansiedlungskommune bzw. bei einem Planvorhaben in einem Ober- oder Mittelzentrum von der Zentrenrelevanz des Kernsortiments des Vorhabens ab (vgl. Tab. 10).

Tab. 10: Beteiligtenkreis bei Abstimmung und Moderation

Vorhabenstandort zu beteiligende Akteure	Ober-/ Mittelzentrum		
	nahversorgungs- relevantes Kern- sortiment	sonstiges zentren- relevantes bzw. nicht zentrenrele- vantes Kernsort.	Grundzentrum/ nichtzentraler Ort
Ansiedlungskommune	ja	ja	ja
Moderator (Regionale Planungsstelle)	ja	ja	ja
Landkreis(e)	Landkreis der An- siedlungskommune	alle	Landkreis der An- siedlungskommune
Regionale Planungsgemeinschaft	ja	ja	ja
Ober-/ Mittelzentren	nein	alle	Mittelzentrum des mittelzentralen Funktionsraums
Grundzentren	Grundzentren des mittelzentralen Funktionsraums	nein	ggf. Grundzentrum des Grundversor- gungsbereichs, be- nachbarte Grund- zentren
nicht zentrale Kommunen	benachbarte nicht- zentrale Kommunen	nein	nichtzentrale Kommu- nen des Grundversor- gungsbereichs

Quelle: eigene Darstellung

Die Beteiligten können innerhalb von vier Wochen Rückmeldung zum Vorhaben geben.

- Sofern alle Rückmeldungen positiv sind, d.h. keine Einwände gegen das Vorhaben bestehen, gilt das Vorhaben als regional abgestimmt⁵³. Wiederum unabhängig davon kann die Durchführung eines Raumordnungsverfahrens erforderlich sein.
- Wenn jedoch von einem oder mehr Beteiligten Einwände gegen das Vorhaben formuliert werden, beginnt die Moderation mit allen Beteiligten, wobei die Einwände sowohl der Standortkommune als auch den weiteren Beteiligten mitgeteilt werden.

⁵³ Sofern ein Beteiligter sich nicht rückmeldet, gilt dies ebenfalls als positive Rückmeldung



3. Schritt: Moderation

Der Beteiligtenkreis aus Schritt 2 wird (zunächst) beibehalten. Das Ziel der Moderation besteht in einer ersten Stufe darin, eine interne Einigung zwischen den Beteiligten zu erlangen. Hierfür sind die Einwände, sofern in der Rückmeldung in Schritt 2 nicht bereits geschehen, im Detail vorzubringen. Anschließend ist es die Aufgabe des Moderators,

- die Einwände zu widerlegen oder aber
- eine Anpassung des Vorhabens - z.B. durch Verringerung der Gesamtgröße oder der Verkaufsfläche zentrenrelevanter Randsortimente - zu erwirken, sodass seitens aller Beteiligten keine Einwände mehr bestehen,
- bzw. die Standortkommune zur Rücknahme des Vorhabens zu bewegen, wenn dieses nicht entsprechend angepasst werden kann.

Wenn eine interne Einigung zwischen allen Beteiligten erreicht werden kann, gilt das Planvorhaben als regional abgestimmt. Wiederum unabhängig davon kann die Durchführung eine Raumordnungsverfahrens erforderlich sein.

Sofern sich keine interne Einigung erzielen lässt, wird ein externer Gutachter mit der Erstellung eines Verträglichkeitsgutachtens beauftragt. Das Gutachten muss dabei zuvor formulierten Ansprüchen hinsichtlich verwendeter Kennwerte, Daten/ Datenaktualität, Aufbau, Inhalten und Vorgehensweise genügen. Dabei sind folgende Eingangsgrößen wichtig:

- **Verkaufsfläche:** Hinsichtlich der Verkaufsfläche eines Vorhabens als wesentliche Eingangsgröße einer Verträglichkeitsuntersuchung ist die entsprechende Definition des Bundesverwaltungsgerichts zu beachten⁵⁴: *"In die Verkaufsfläche einzubeziehen sind alle Flächen, die vom Kunden betreten werden können oder die er - wie bei einer Fleischtheke mit Bedienung durch Geschäftspersonal - einsehen, aber aus hygienischen und anderen Gründen nicht betreten darf. Dabei kommt es nicht auf den Standort der Kassen an, so dass auch der Bereich, in den die Kunden nach der Bezahlung der Waren gelangen, einzubeziehen ist. Nicht zur Verkaufsfläche gehören dagegen die reinen Lagerflächen und abgetrennte Bereiche, in denen beispielsweise die Waren zubereitet und portioniert werden."*

⁵⁴ Vgl. BVerwG: Pressemitteilung 63/ 2005 zu Urteilen vom 24.11.05 Az. 4 C 10.04 + 14.04 + 3.05 + 8.05.

- **Sortimentsstruktur:** Nahezu jedes Planvorhaben weist neben dem oder den Kernsortiment(en) einen signifikanten Anteil an Rand- und Ergänzungssortimenten auf (z.B. Drogeriewaren im Supermarkt bzw. Lebensmitteldiscounter). Da bei einer Verträglichkeitsuntersuchung ein worst-case-Ansatz⁵⁵ zu berücksichtigen ist, sollte - sofern für ein Vorhaben keine Sortimentsstruktur angegeben wird - festgelegt werden, ob bzw. in welchem Umfang die einzelnen Rand- und Ergänzungssortimente zu berücksichtigen sind.
- **Flächenleistung:** Die Flächenleistung eines Vorhabens - gemessen in € (Umsatz) je qm (Verkaufsfläche) - hängt zunächst von der Branche bzw. dem Kernsortiment des Vorhabens sowie vom jeweiligen (voraussichtlichen) Betreiber ab (vgl. Kap. Tab. 11). Vor dem Hintergrund eines worst-case-Ansatzes sind tendenziell höhere Flächenleistungen für ein Planvorhaben anzunehmen.
- **Einzugsgebiet eines Vorhaben:** Das Einzugsgebiet eines Vorhabens ist von seinem Kernsortiment sowie auch von seiner Größe abhängig. Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment, z.B. Nahrungs-/ Genussmittel, weisen i.d.R. einen deutlich kleineres Einzugsgebiet auf als Betriebe gleicher Größe mit einem mittel- oder langfristigen Kernsortiment, z.B. Sport/ Freizeit, Medien oder Möbel. Das Einzugsgebiet sollte - wiederum vor dem Hintergrund eines worst-case-Ansatzes - tendenziell eng abgegrenzt werden: Je größer das Einzugsgebiet gewählt wird, desto geringer sind die Auswirkungen gegen eine Kommune bzw. gegen einen Standort. Daher sollte auch der Anteil der Streuumsätze, d.h. der Umsätze von außerhalb des gewählten Einzugsgebietes, tendenziell klein gehalten werden.
- **Differenziertheit der Standorte:** Bei der Darstellung der Auswirkungen eines Vorhabens gegen den Bestand sollte auf eine hinreichende räumliche Differenziertheit der Ergebnisse geachtet werden. Die Darstellung der Auswirkungen gegen eine Kommune sagt im Detail noch nichts darüber aus, welche Standorttypen bzw. welche einzelnen Standorte in welchem Umfang von den Auswirkungen betroffen sind. Gerade bei Vorhaben mit einem nahversorgungs- und sonstigem

⁵⁵ Der worst-case-Ansatz soll die mit Prognosen immanent verbundenen Unsicherheiten minimieren und damit mögliche Unterbewertungen der potenziellen Auswirkungen vermeiden. Vgl. z.B. OVG NRW: Urteil vom 02.10.13, Az. 7 D 18/13.NE, Rn. 85 mit Verweisen auf andere Urteile in Rn. 86 sowie bereits OVG NRW: Urteil vom 07.12.00, Az. 7a D 60/99.NE; in anderem Zusammenhang auch BVerwG: Beschluss vom 17.07.08 (Az. 9 B 15/08).



zentrenrelevanten Kernsortiment sind die Auswirkungen gegen die einzelnen Zentren/ zentralen Versorgungsbereiche von wesentlicher Bedeutung.

- **Aktualität verwendeter Daten:** Bei der Verwendung von bereits in einem anderen Zusammenhang erhobenen Verkaufsflächendaten sollte untersucht werden, ob diese noch hinreichend aktuell sind oder ob signifikante Änderungen in der Angebotsstruktur stattgefunden haben. Dies kann in Abhängigkeit der Branche und/ oder des gebietsbezogenen Wettbewerbs innerhalb eines kurzen Zeitraums der Fall sein.

Tab. 11: Spannweite der Flächenleistungen - dargestellt am Beispiel bundesweiter Durchschnittswerte unterschiedlicher Betreiber von Discountern, Supermärkten/ SB-Warenhäusern, Drogeriemärkten und Baumärkten

	Produktivität in €/ qm VKF	Betreiber	Produktivität in €/ qm VKF	Betreiber
Lebensmitteldiscounter	3.729	Norma	9.870	Aldi Süd
Supermarkt/ SB-Warenhaus	3.700	Marktkauf	6.140	Globus
Drogeriemarkt	4.410	Müller	7.000	DM
Baumarkt	993	Hellweg	2.092	Hornbach

VKF = Verkaufsfläche

Quelle: www.handelsdaten.de; EHI; Retail Real Estate Report Germany; Dähne DIY Statistik

Das Verträglichkeitsgutachten soll zudem im weiteren Verfahren ggf. als Grundlage für ein Raumordnungsverfahren herangezogen werden können. Auftraggeber ist die jeweilige Standortkommune, wobei das Gutachten letztlich durch den Vorhabenträger zu finanzieren ist.

Ziel des Gutachtens soll es sein, ggf. zu erwartende Auswirkungen gegen den Bestand außerhalb der Standortkommune in ihrem Umfang darzulegen und - sofern wesentliche Auswirkungen nicht auszuschließen sind - aufzuzeigen, wie diese auf ein verträgliches Maß reduziert bzw. minimiert werden können.

Das Gutachten wird allen Beteiligten zur Verfügung gestellt. Seitens des Moderators wird eine Empfehlung bezüglich des Planvorhabens ausgesprochen. Dabei kann - in Abhängigkeit der Gutachtenergebnisse - die Empfehlung lauten, das Planvorhaben in unveränderter oder angepasster Form zu ermöglichen oder es nicht zu realisieren.

Sofern eine Einigung zwischen allen Beteiligten erreicht wird, gilt das Planvorhaben - sofern es unverändert oder angepasst errichtet werden kann - als regional abgestimmt. Wiederum unabhängig davon kann die Durchführung eines Raumordnungsverfahrens erforderlich sein.

Sofern keine Einigung zwischen allen Beteiligten erzielt wird, ist das Vorhaben nicht regional abgestimmt. Es bleibt der Standortkommune überlassen, das Vorhaben zu verwerfen oder trotz fehlender regionaler Abstimmung das Plan- und Genehmigungsverfahren fortzuführen.

Im Folgenden wird der Ablauf der Moderation und Abstimmung anhand von zwei fiktiven Beispielen dargestellt.

Beispiel A: Ansiedlung eines Möbelhauses an einem nicht integrierten Standort in einem Mittelzentrum

In einem Mittelzentrum der Region Mittelthüringen will ein Möbelhaus mit einer Verkaufsfläche von 20.000 qm an einem nicht integrierten, einzelhandelsgeprägten Standort ansiedeln. Die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten Randsortimente beträgt in der Summe weniger als 800 qm (andernfalls würde das Vorhaben nicht den Inhalten der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kap. 9) entsprechen und wäre grundsätzlich nicht regional abstimmbar).

Das Kernsortiment Möbel ist nicht zentrenrelevant und demnach an einem einzelhandelsgeprägten, nicht integrierten Standort nach der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung grundsätzlich zulässig. Zentrenrelevante Sortimente wie Haus- und Heimtextilien, Geschenkartikel, etc., die von Möbelmärkten in o.g. Größenordnung i.d.R. mit angeboten werden, sind am Planstandort als Randsortimente mit insgesamt maximal 800 qm Verkaufsfläche zulässig (s.o.).

Die Aufgreifschwelle für Vorhaben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment an einem einzelhandelsgeprägten, nicht integrierten Standort eines Mittelzentrums beträgt 5.000 qm, die geplante Verkaufsfläche des Möbelmarktes liegt mithin über diesem Schwellenwert (vgl. Tab. 9, S. 116). Demzufolge kann das Vorhaben seitens der Standortkommune freiwillig der Moderation und Abstimmung unterzogen werden. Sofern dies der Fall ist, reicht die Standortkommune die detaillierte und stan-



standardisierte Projektbeschreibung an den Moderator, die Regionale Planungsstelle, weiter.

Die Regionale Planungsstelle leitet die Projektbeschreibung an die zu Beteiligten entsprechend Tab. 10 weiter. Die Beteiligten werden gebeten, innerhalb von vier Wochen bezüglich der geplanten Ansiedlung ggf. Einwände vorzubringen.

Sofern keine Einwände eingehen, ist das Vorhaben trotz Überschreitung der Aufgreifschwellen regional abgestimmt. Andernfalls beginnt die Moderation und Abstimmung, indem zunächst eine interne Lösung zwischen den Beteiligten unter Moderation durch die Regionale Planungsstelle gesucht wird.

Dabei besteht die Möglichkeit einer Einigung z.B. mittels einer Reduzierung der Gesamtgröße des Vorhabens bzw. einer Anpassung der Sortimentsstruktur (Randsortimente), sofern diese Diskussionsgegenstand war.

Falls dies intern gelingt, ist das Vorhaben regional abgestimmt. Andernfalls wird durch die Einbindung eines externen Gutachters eine weitere Moderations- und Abstimmungsrunde gestartet. Die Erstellung eines Verträglichkeitsgutachtens mit definierten Inhalten und standardisierter Methodik dient dabei als fundierte Diskussionsgrundlage der Entscheidungsfindung.

Die Regionale Planungsstelle als Moderator spricht zunächst eine Empfehlung aus, ob die Ansiedlung des - u.U. gegenüber den ursprünglichen Planungen abgeänderten - Möbelhauses am Planstandort aus ihrer Sicht konzeptkonform und vertretbar ist oder nicht. Wird die Empfehlung des Moderators von allen Beteiligten akzeptiert, ist das Vorhaben interkommunal abgestimmt und es erfolgt das weitere Genehmigungsverfahren der Standortkommune. Wird die Empfehlung des Moderators von mindestens einem Beteiligten nicht akzeptiert, liegt die Entscheidung über das weitere Verfahren bei der Standortkommune.

Beispiel B: Ansiedlung eines Supermarktes mit einer Verkaufsfläche von 1.200 qm in einem Ortszentrum eines Grundzentrums

In einem Grundzentrum soll innerhalb des Ortszentrums ein Supermarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.200 qm angesiedelt werden.

Das Kernsortiment Nahrungs-/ Genussmittel eines Supermarkts ist nahversorgungsrelevant und demnach in einem Ortszentrum eines Grundzentrums nach der Matrix zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung bei standortgerechter Dimensionierung zulässig.

Die Aufgreifschwelle für Vorhaben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment in einem Ortszentrum eines Grundzentrums beträgt 800 qm, die geplante Verkaufsfläche des Supermarktes liegt mithin über diesem Schwellenwert (vgl. Tab. 9, S. 116). Demzufolge kann seitens der Standortkommune freiwillig das Vorhaben zur Moderation und Abstimmung bestimmt werden. Das weitere Vorgehen unterscheidet sich - mit Ausnahme des Beteiligtenkreises - nicht von demjenigen des Fallbeispiels A:

Die Standortkommune reicht ggf. die Projektbeschreibung an den Moderator weiter, der diese wiederum an die zu Beteiligten sendet, in diesem Fall an den Landkreis der Ansiedlungskommune, an das Mittelzentrum des mittelzentralen Funktionsraum, an die benachbarten Grundzentren sowie an die nichtzentralen Kommunen des Grundversorgungsbereichs. Die Beteiligten werden gebeten, innerhalb einer Frist von vier Wochen bezüglich der geplanten Ansiedlung ggf. Einwände vorzubringen.

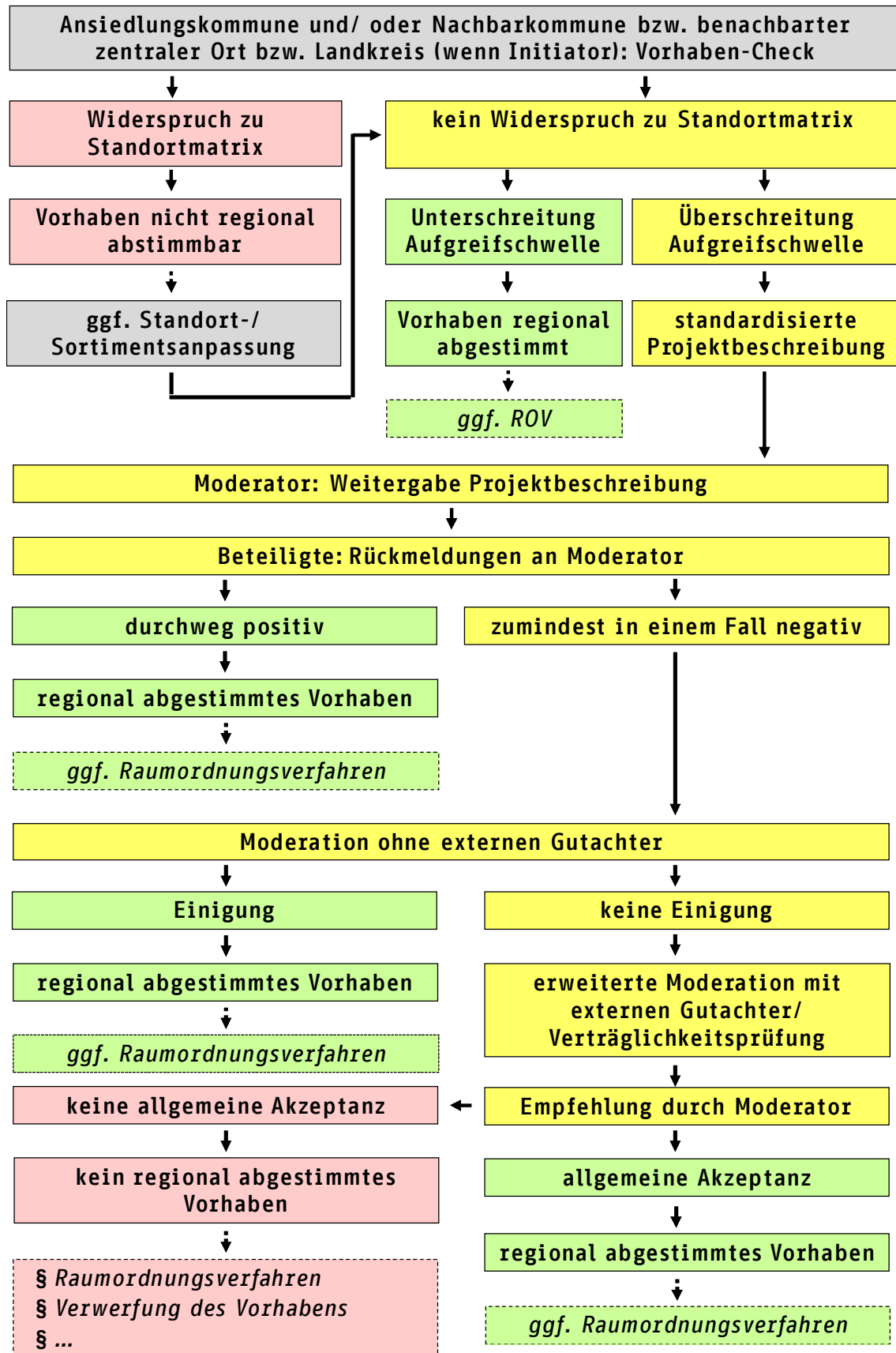
Sofern keine Einwände vorgebracht werden, ist das Vorhaben trotz Überschreitung der Aufgreifschwellen regional abgestimmt. Andernfalls beginnt die Moderation und Abstimmung, wobei zunächst eine interne Lösung zwischen den Beteiligten gesucht wird. In diesem Fall gilt es vor allem, die standortgerechte Dimensionierung seitens der Standortkommune nachzuweisen, ggf. durch Reduzierung der Verkaufsfläche.

Falls dies intern gelingt, ist das Vorhaben regional abgestimmt.

Andernfalls wird ein externes Gutachten als fundierte Diskussionsgrundlage erstellt. Der Moderator spricht zunächst eine Empfehlung aus. Sofern diese von allen Beteiligten angenommen wird, ist das Vorhaben interkommunal abgestimmt. Wird die Empfehlung von einem oder mehr Beteiligten nicht akzeptiert, liegt die Entscheidung über das weitere Verfahren bei der Standortkommune.



Abb. 34: Ablauf Moderation und Abstimmung





Quelle: eigene Darstellung



GLOSSAR

Die **Bindungsquote** (z.T. auch "Zentralität") bezeichnet das Verhältnis zwischen Umsatz und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. Sie zeigt an, ob per Saldo Kaufkraft zufließt (Quote größer als 100%) oder abströmt (Quote kleiner als 100%).

Discounter sind Einzelhandelsbetriebe, die ein an der Bedarfsmenge je Haushalt orientiertes schmales und flaches Sortiment, insbesondere von Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service (Kundendienst) oft zu den niedrigsten für diese Waren im Einzelhandel geforderten Preisen anbieten.

Einzelhandel im engeren Sinne ist der Einzelhandel in Ladengeschäften ohne den Handel mit Kfz, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffen und ohne Bäckereien und Fleischereien (Lebensmittelhandwerk).

Das Lebensmittelhandwerk wird jedoch auf Grund der hohen Filialisierung und der damit meist vorliegenden Trennung von Produktion und Verkauf sowie der Überschneidung des Angebots mit Teilbereichen des Einzelhandels (Back-, Wurst- und Fleischwaren auch in Lebensmittelbetrieben) berücksichtigt.

Tankstellenshops werden ebenfalls einbezogen, soweit sie überwiegend Sortimente wie der Einzelhandel im engeren Sinne - v.a. Nahrungs-/ Genussmittel - führen.

Fachgeschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein branchenspezifisches oder bedarfsgruppenorientiertes Sortiment in großer Auswahl und in unterschiedlichen Qualitäten und Preislagen mit ergänzenden Dienstleistungen (z.B. Kundendienst) anbieten.

Fachmärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die ein breites und oft auch tiefes Sortiment aus einem Warenbereich, z.B. Bekleidungs-, Schuhfachmarkt, einem Bedarfsbereich, z.B. Sport-, Baufachmarkt oder einem Zielgruppenbereich, z.B. Möbel- und Haushaltswarenfachmarkt für design-orientierte Kunden, in übersichtlicher Warenpräsentation bei tendenziell niedrigem bis mittlerem Preisniveau anbieten. Der Standort ist in der Regel autokundenorientiert, entweder isoliert oder in gewachsenen und geplanten Zentren. Bei einigen Sortimenten, z.B. Drogeriemarkt, werden überwiegend Innenstadtlagen gewählt. Die Verkaufsverfahren sind Selbstbedienung und Vorwahl, meist mit der Möglichkeit einer fachlichen und sortimentspezifischen Beratung auf Wunsch der Kundinnen und Kunden.

Eine **integrierte Lage** im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für die Region Mittelthüringen liegt vor, wenn ein Standort städtebaulich eingebunden ist. Wichtig für die Einstufung als integriert ist die unmittelbar umgebende Wohnbebauung. Die Bezeichnung stellt einen Oberbegriff für Zentren/ zentrale Bereiche und sonstige integrierte Standorte dar.

Als **nicht integrierte Standorte** sind entsprechend sämtliche Standorte zu bezeichnen, die nicht in Zusammenhang mit Wohnbebauung stehen (z.B. Einzelhandelsbetriebe in Gewerbegebieten oder sonstige autokundenorientierte Standorte ohne Zusammenhang mit Wohnbebauung). Aber auch Gewerbegebiete, die mit Wohnbebauung durchsetzt sind, sind diesen Standorten zuzurechnen.

Einzelhandel in **sonstigen integrierten Lagen** ist überall dort vorhanden, wo die Dichte/ Konzentration nicht ausreicht, den entsprechenden Bereich als zentralen Versorgungsbereich (vgl. unten) einzustufen. Es handelt sich also um funktional und städtebaulich integrierte Einzelstandorte außerhalb der zentralen Bereiche/ Zentren.

Ein **Kaufhaus** ist ein größerer Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen, davon wenigstens aus einer Branche in tiefer Gliederung, anbietet. Am stärksten verbreitet sind Kaufhäuser mit Textilien, Bekleidung und verwandten Bedarfsrichtungen.

Die **Kaufkraft** beschreibt die (nominale) Geldsumme, die einem privaten Haushalt in einem bestimmten Zeitraum zum Verbrauch zur Verfügung steht. Die Kaufkraft wird auf Basis der Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken ermittelt. (s.a. Nachfrage)

Kaufkraftkennziffern stellen Indexzahlen dar, mit deren Hilfe regionale Teilmärkte hinsichtlich ihrer Kaufkraft bewertet werden. Sie ergeben sich aus dem Quotienten der Kaufkraft einer Region und dem entsprechenden gesamtdeutschen Wert. Das IBH (ehem. BBE) prognostiziert auf der Grundlage von Lohn- und Einkommenssteuerstatistiken die (einzelhandelsrelevante) Kaufkraft der Einwohner nach regionalen Gliederungen. Die Kaufkraftkennziffer je Einwohner zeigt, welche Gebietseinheit bei der Pro-Kopf-Kaufkraft über oder unter dem Bundesdurchschnitt (= 100) liegt.



Zu den **Lebensmittelbetrieben** gehören

- Lebensmittel-SB-Geschäfte (bis unter 200 qm Verkaufsfläche, "Tante-Emma-Läden"),
- Lebensmittel-SB-Märkte (mit 200 qm bis 400 qm Verkaufsfläche),
- Supermärkte (bis unter 2.500 qm Verkaufsfläche),
- große Supermärkte (2.500 qm bis unter 5.000 qm Verkaufsfläche),
- SB-Warenhäuser (ab 5.000 qm Verkaufsfläche),
- Discounter (ohne Größendifferenzierung),
- Kaufhäuser mit einer Lebensmittelabteilung (ohne Größendifferenzierung),
- Bioläden und Reformhäuser (bis unter 200 qm Verkaufsfläche) und
- Biomarkt und Reformmarkt (ab 200 qm Verkaufsfläche).

Zu den sonstigen **Nahversorgungsbetrieben** zählen v.a.

- Lebensmittelfachgeschäfte,
- Getränkemärkte,
- Hofläden und Direktvermarkter sowie
- Tankstellenshops und Kioske mit Lebensmittelangebot.

Lebensmittel-SB-Geschäfte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von bis zu 200 qm ein Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Das Lebensmittelsortiment ist auf Grund der geringen Verkaufsfläche in Breite und Tiefe i.d.R. eingeschränkt, Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen werden nicht bzw. in geringen Umfang angeboten.

Lebensmittel-SB-Märkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von 200 bis 400 qm ein umfangreiches, wenngleich in der Tiefe eingeschränktes Lebensmittelsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Fleisch- und Wurstwaren) vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. Darüber hinaus werden Waren des täglichen Bedarfes anderer Branchen ergänzend angeboten.

Die einzelhandelsrelevante **Nachfrage** entspricht dem Teil der Verbrauchsausgaben der privaten Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird, d.h. die Nachfrage nach Dienstleistungen wird nicht berücksichtigt. (s.a. Kaufkraft)



Bei einem **Nahversorgungsstandort** handelt es sich um einen integrierten Bereich, bei dem ein meist kleinstrukturiertes Angebot an Einzelhandelsbetrieben die Versorgungsfunktion für das unmittelbare, nähere Wohnumfeld, nicht jedoch darüber hinaus übernimmt. (vgl. zentraler Versorgungsbereich)

SB-Warenhäuser sind Einzelhandelsbetriebe, die ein umfassendes Sortiment mit einem Schwerpunkt bei Lebensmitteln ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne Kundenberatung anbieten. Der Standort ist i.d.R. autokundenorientiert, wobei sowohl isolierte Standorte als auch Standorte in Einkaufszentren vorzufinden sind. Die Verkaufsfläche liegt nach der Abgrenzung des EHI bei 5.000 qm und mehr.

Supermärkte sind Einzelhandelsbetriebe, die auf einer Verkaufsfläche von mindestens 400 qm und höchstens 2.500 qm ein Lebensmittelvollsortiment einschließlich Frischwaren (z.B. Obst, Gemüse, Südfrüchte, Fleisch) und ergänzend Waren des täglichen Bedarfs anderer Branchen vorwiegend in Selbstbedienung anbieten. **Große Supermärkte** sind Einzelhandelsbetriebe mit in etwa gleicher Sortimentsstruktur (i.d.R. etwas höherer Anteil anderer Branchen) mit einer Verkaufsfläche von 2.500 und 5.000 qm.

Verkaufsfläche: "In die Verkaufsfläche einzubeziehen sind alle Flächen, die vom Kunden betreten werden können oder die er - wie bei einer Fleischtheke mit Bedienung durch Geschäftspersonal - einsehen, aber aus hygienischen und anderen Gründen nicht betreten darf. Dabei kommt es nicht auf den Standort der Kassen an, so dass auch der Bereich, in den die Kunden nach der Bezahlung der Waren gelangen, einzubeziehen ist. Nicht zur Verkaufsfläche gehören dagegen die reinen Lagerflächen und abgetrennte Bereiche, in denen beispielsweise die Waren zubereitet und portioniert werden." (vgl. BVerwG: Pressemitteilung 63/ 2005 zu Urteilen vom 24.11.05 Az. 4 C 10.04 + 14.04 + 3.05 + 8.05)

Warenhäuser sind großflächige Einzelhandelsbetriebe, die breite und überwiegend tiefe Sortimente mehrerer Branchen mit relativ hoher Serviceintensität und an Standorten in Innenstädten oder in Einkaufszentren anbieten. Der Schwerpunkt liegt i.d.R. im Bereich Bekleidung. Neben Einzelhandelsangeboten werden auch Dienstleistungs- sowie gastronomische Angebote vorgehalten. Insgesamt ist eine verstärkte Entwicklung von Shop-in-Shop-Systemen, d.h. Vermietung von Flächen an andere Betriebe (Konzessionäre), festzustellen, wobei dies für den Kunden häufig



nicht vordergründig ersichtlich ist bzw. teilweise erst beim Bezahlen an einer eigenen Kasse erkennbar wird.

Als **zentrale Bereiche/ Zentren** (Kommunen mit zentralörtlicher Funktion) bzw. **Ortskerne** (Kommunen ohne zentralörtliche Funktion) werden diejenigen integrierten Standorte einer Stadt/ Gemeinde bezeichnet, in denen sich publikumsorientierte Versorgungsfunktionen - Einzelhandel, private und öffentliche Dienstleistungen - konzentrieren, wobei dem Einzelhandel eine besondere Bedeutung zukommt. Neben der Bestandsdichte als wesentlichem Kriterium werden infrastrukturelle und funktionale Zäsuren sowie städtebauliche Merkmale zur Abgrenzung herangezogen. Die Abgrenzung ist damit unabhängig von statistischen oder historischen Bezeichnungen in einer Kommune. Soweit Abgrenzungen von Zentren in kommunalen Einzelhandelskonzepten vorlagen, wurden diese übernommen.

Zentralität (s. Bindungsquote).

ANHANG

Tab. A - 1: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise

	kreisfr. Stadt Erfurt		kreisfr. Stadt Weimar		Lkr. Gotha		Ilm-Kreis		Lkr. Sömmerda		Lkr. Weimarer Land	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	627	47%	241	47%	526	51%	467	53%	253	57%	235	54%
50 bis < 100 qm	290	22%	94	18%	189	18%	173	20%	76	17%	85	20%
100 bis < 200 qm	154	12%	79	15%	111	11%	79	9%	40	9%	30	7%
200 bis < 400 qm	92	7%	34	7%	63	6%	49	6%	20	5%	20	5%
400 bis < 800 qm	90	7%	30	6%	84	8%	70	8%	26	6%	38	9%
800 bis < 2.000 qm	50	4%	27	5%	39	4%	30	3%	20	5%	18	4%
>= 2.000 qm	35	3%	10	2%	13	1%	8	1%	8	2%	7	2%
Gesamt	1.338	100%	515	100%	1.025	100%	876	100%	443	100%	433	100%

VKF = Verkaufsfläche

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krusse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 2: Verkaufsfläche der Betriebe nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise

	kreisfr. Stadt Erfurt		kreisfr. Stadt Weimar		Lkr. Gotha		Ilm-Kreis		Lkr. Sömmerda		Lkr. Weimarer Land	
VKF in qm	VK ¹⁾	An- teil	VK ¹⁾	An- teil	VK ¹⁾	An- teil	VKF	An- teil	VKF	An- teil	VKF	Anteil
< 50 qm	18.350	4%	7.175	5%	14.775	7%	13.350	7%	6.650	5%	6.825	6%
50 bis < 100 qm	20.775	5%	7.025	5%	13.875	6%	12.575	7%	5.600	4%	6.175	5%
100 bis < 200 qm	21.125	5%	11.275	8%	16.175	7%	11.425	6%	5.600	4%	4.325	4%
200 bis < 400 qm	26.850	6%	9.575	7%	18.375	8%	14.500	8%	6.625	5%	5.550	5%
400 bis < 800 qm	54.125	13%	18.525	14%	51.425	23%	41.300	23%	15.850	11%	21.975	18%
800 bis < 2.000 qm	60.625	14%	30.650	23%	47.100	21%	35.500	20%	23.000	16%	18.525	16%
>= 2.000 qm	220.400	52%	50.725	38%	60.700	27%	52.300	29%	79.750	56%	55.900	47%
Gesamt	422.250	100%	134.950	100%	222.425	100%	180.950	100%	143.075	100%	119.225	100%

VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsflächen auf 25 qm gerundet, durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 3: Mittelthüringen: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche (in qm)	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraft (in Mio. €)	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	277.900	1.137,4	1.175,4	97%
Lebensmittelhandwerk	19.575	201,1	173,8	116%
Drogerie/ Parfümerie	42.125	146,7	149,0	98%
Apotheken	9.250	347,9	347,8	100%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	13.300	48,6	51,7	94%
Blumen/ Zoo	38.400	67,6	67,2	101%
kurzfristiger Bedarf	400.525	1.949,3	1.964,9	99%
Bekleidung und Zubehör	138.225	327,3	312,7	105%
Schuhe, Lederwaren	34.250	84,7	80,3	105%
Sport/ Freizeit	27.175	59,2	58,0	102%
Spielwaren	23.650	51,5	68,7	75%
Bücher	8.700	36,5	61,8	59%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	56.975	45,6	38,3	119%
Haus- und Heimtextilien	29.025	44,2	45,6	97%
mittelfristiger Bedarf	318.000	649,0	665,4	98%
Uhren/ Schmuck	5.600	32,6	35,6	92%
Foto/ Optik	8.200	49,6	53,4	93%
Medien	22.975	184,4	207,2	89%
Elektro/ Leuchten	29.550	88,4	90,4	98%
Teppiche, Bodenbeläge	25.775	25,5	21,8	117%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	178.175	228,6	253,4	90%
Möbel, Antiquitäten	208.275	225,5	178,4	126%
Sonstiges	25.750	139,8	166,8	84%
langfristiger Bedarf	504.325	974,5	1.007,0	97%
Summe	1.222.875	3.572,8	3.637,3	98%

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 4: Kreisfreie Stadt Erfurt: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche (in qm)	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraft (in Mio. €)	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	75.900	399,2	369,6	108%
Lebensmittelhandwerk	4.150	58,6	54,9	107%
Drogerie/ Parfümerie	13.350	58,5	47,6	123%
Apotheken	3.325	111,1	106,8	104%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	5.050	19,2	16,5	116%
Blumen/ Zoo	8.775	19,7	21,0	94%
kurzfristiger Bedarf	110.525	666,2	616,4	108%
Bekleidung und Zubehör	65.025	167,5	100,2	167%
Schuhe, Lederwaren	14.575	42,1	25,6	164%
Sport/ Freizeit	11.300	27,4	18,6	147%
Spielwaren	7.175	19,7	21,9	90%
Bücher	4.350	20,1	19,8	102%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	24.950	20,4	12,3	166%
Haus- und Heimtextilien	9.100	14,9	14,5	103%
mittelfristiger Bedarf	136.475	312,1	212,9	147%
Uhren/ Schmuck	2.500	16,7	11,6	144%
Foto/ Optik	2.400	16,3	17,2	95%
Medien	10.750	91,0	66,0	138%
Elektro/ Leuchten	9.850	32,5	28,9	113%
Teppiche, Bodenbeläge	7.400	7,8	6,9	113%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	60.425	78,9	78,8	100%
Möbel, Antiquitäten	75.475	97,3	57,2	170%
Sonstiges	6.450	41,9	51,6	81%
langfristiger Bedarf	175.250	382,5	318,1	120%
Summe	422.250	1.360,8	1147,4	119%

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 5: Kreisfreie Stadt Weimar: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche (in qm)	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraft (in Mio. €)	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	34.600	154,9	114,1	136%
Lebensmittelhandwerk	1.875	21,2	16,9	126%
Drogerie/ Parfümerie	6.375	22,8	14,4	158%
Apotheken	1.425	34,9	33,8	103%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	1.600	6,3	5,0	125%
Blumen/ Zoo	4.900	7,9	6,5	120%
kurzfristiger Bedarf	50.775	247,8	190,7	130%
Bekleidung und Zubehör	17.025	41,2	30,3	136%
Schuhe, Lederwaren	5.300	14,0	7,8	181%
Sport/ Freizeit	4.025	9,3	5,6	166%
Spielwaren	3.525	9,1	6,7	137%
Bücher	2.500	10,1	6,0	169%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	5.325	4,4	3,7	119%
Haus- und Heimtextilien	3.550	5,7	4,4	130%
mittelfristiger Bedarf	41.225	93,9	64,4	146%
Uhren/ Schmuck	875	5,5	3,4	161%
Foto/ Optik	1.400	9,2	5,2	178%
Medien	4.225	37,9	20,1	189%
Elektro/ Leuchten	3.400	13,3	8,8	151%
Teppiche, Bodenbeläge	2.550	2,5	2,1	117%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	18.125	23,8	24,6	97%
Möbel, Antiquitäten	8.925	9,8	17,3	57%
Sonstiges	3.450	21,2	16,2	131%
langfristiger Bedarf	42.950	123,2	97,7	126%
Summe	134.950	464,9	352,8	132%

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 6: Landkreis Gotha: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche (in qm)	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraft (in Mio. €)	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	65.450	246,3	235,1	105%
Lebensmittelhandwerk	4.950	44,3	34,7	128%
Drogerie/ Parfümerie	8.800	25,8	29,6	87%
Apotheken	1.775	69,7	70,2	99%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	2.850	9,5	10,3	92%
Blumen/ Zoo	6.800	12,9	13,5	96%
kurzfristiger Bedarf	90.625	408,5	393,4	104%
Bekleidung und Zubehör	25.525	52,8	62,1	85%
Schuhe, Lederwaren	5.850	11,3	16,0	71%
Sport/ Freizeit	4.300	8,0	11,5	70%
Spielwaren	5.175	10,0	13,7	74%
Bücher	1.000	3,3	12,3	27%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	7.400	5,9	7,6	77%
Haus- und Heimtextilien	4.850	7,1	9,1	78%
mittelfristiger Bedarf	54.075	98,4	132,2	74%
Uhren/ Schmuck	1.125	5,3	7,0	75%
Foto/ Optik	1.550	8,8	10,6	83%
Medien	3.950	27,8	41,2	67%
Elektro/ Leuchten	6.175	16,3	18,0	90%
Teppiche, Bodenbeläge	3.800	3,8	4,4	88%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	33.300	43,9	50,9	86%
Möbel, Antiquitäten	21.750	19,6	35,4	55%
Sonstiges	6.050	30,5	33,6	91%
langfristiger Bedarf	77.725	156,0	201,1	78%
Summe	222.425	662,9	726,6	91%

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 7: Ilm-Kreis: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche (in qm)	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraft (in Mio. €)	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	47.050	156,1	190,7	82%
Lebensmittelhandwerk	4.350	38,4	28,1	137%
Drogerie/ Parfümerie	6.825	21,8	24,0	91%
Apotheken	1.400	58,8	57,1	103%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	1.625	5,7	8,3	69%
Blumen/ Zoo	5.725	9,7	10,9	89%
kurzfristiger Bedarf	67.000	290,6	319,1	91%
Bekleidung und Zubehör	14.150	34,7	50,2	69%
Schuhe, Lederwaren	4.025	8,9	12,9	69%
Sport/ Freizeit	4.350	9,0	9,3	96%
Spielwaren	4.775	7,6	11,1	69%
Bücher	525	1,8	10,0	18%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	5.725	4,8	6,2	78%
Haus- und Heimtextilien	3.975	5,8	7,4	79%
mittelfristiger Bedarf	37.525	72,6	107,0	68%
Uhren/ Schmuck	650	3,2	5,7	56%
Foto/ Optik	1.425	8,5	8,6	99%
Medien	2.950	19,3	33,4	58%
Elektro/ Leuchten	4.025	11,4	14,5	78%
Teppiche, Bodenbeläge	3.275	3,1	3,5	86%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	32.500	40,7	41,3	98%
Möbel, Antiquitäten	26.950	25,5	28,7	89%
Sonstiges	4.650	24,2	27,3	89%
langfristiger Bedarf	76.450	135,8	163,0	83%
Summe	180.950	499,0	589,1	85%

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 8: Landkreis Sömmerda: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche (in qm)	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraft (in Mio. €)	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	29.700	89,7	123,1	73%
Lebensmittelhandwerk	2.200	21,4	18,1	118%
Drogerie/ Parfümerie	3.575	8,8	15,5	57%
Apotheken	675	32,3	36,9	88%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	1.075	3,8	5,4	72%
Blumen/ Zoo	6.750	9,0	7,1	128%
kurzfristiger Bedarf	43.975	165,1	206,0	80%
Bekleidung und Zubehör	7.400	12,8	32,4	40%
Schuhe, Lederwaren	2.825	4,7	8,3	57%
Sport/ Freizeit	1.600	2,3	6,0	38%
Spielwaren	2.050	3,4	7,1	48%
Bücher	125	0,4	6,4	6%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	7.350	5,4	4,0	137%
Haus- und Heimtextilien	3.775	5,4	4,7	113%
mittelfristiger Bedarf	25.125	34,5	69,0	50%
Uhren/ Schmuck	225	0,9	3,7	25%
Foto/ Optik	725	3,6	5,5	66%
Medien	525	4,1	21,5	19%
Elektro/ Leuchten	4.750	11,1	9,4	118%
Teppiche, Bodenbeläge	5.425	4,9	2,3	216%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	20.475	26,4	26,7	99%
Möbel, Antiquitäten	39.875	39,0	18,5	211%
Sonstiges	1.975	8,4	17,6	48%
langfristiger Bedarf	73.950	98,4	105,2	94%
Summe	143.075	297,9	380,1	78%

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 9: Landkreis Weimarer Land: Verkaufsflächen, Umsätze, Kaufkraftwerte und Bindungsquoten nach Sortimenten

Sortimente	Verkaufsfläche (in qm)	Umsatz (in Mio. €)	Kaufkraft (in Mio. €)	Bindungsquote
Nahrungs-/ Genussmittel	25.200	91,2	142,9	64%
Lebensmittelhandwerk	2.000	17,2	21,1	82%
Drogerie/ Parfümerie	3.200	9,0	17,9	50%
Apotheken	675	41,1	43,0	96%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	1.100	4,2	6,2	67%
Blumen/ Zoo	5.475	8,4	8,2	102%
kurzfristiger Bedarf	37.625	171,1	239,4	71%
Bekleidung und Zubehör	9.125	18,3	37,5	49%
Schuhe, Lederwaren	1.700	3,6	9,6	37%
Sport/ Freizeit	1.600	3,2	7,0	46%
Spielwaren	975	1,6	8,3	19%
Bücher	225	0,7	7,4	10%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	6.225	4,7	4,6	102%
Haus- und Heimtextilien	3.750	5,3	5,5	97%
mittelfristiger Bedarf	23.600	37,4	79,8	47%
Uhren/ Schmuck	225	1,0	4,2	25%
Foto/ Optik	725	3,2	6,4	50%
Medien	575	4,3	24,9	17%
Elektro/ Leuchten	1.375	3,9	10,9	36%
Teppiche, Bodenbeläge	3.300	3,4	2,6	130%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	13.350	15,0	31,1	48%
Möbel, Antiquitäten	35.300	34,3	21,4	160%
Sonstiges	3.175	13,6	20,5	66%
langfristiger Bedarf	58.025	78,8	122,0	65%
Summe	119.225	287,3	441,2	65%

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 10: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise

Fläche in qm	kreisfr. Stadt Erfurt		kreisfr. Stadt Weimar		Lkr. Gotha		Ilm-Kreis		Lkr. Sömmerda		Lkr. Weimarer Land	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	71	49%	16	38%	131	54%	137	59%	51	55%	85	62%
50 bis < 100 qm	41	28%	15	36%	61	25%	47	20%	23	25%	25	18%
100 bis < 200 qm	20	14%	8	19%	27	11%	28	12%	12	13%	9	7%
200 bis < 400 qm	8	6%	1	2%	11	5%	10	4%	1	1%	10	7%
400 bis < 800 qm	1	1%	2	5%	10	4%	12	5%	4	4%	6	4%
800 bis < 2.000 qm	2	1%	0	0%	3	1%	0	0%	1	1%	2	1%
>= 2.000 qm	2	1%	0	0%	1	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gesamt	145	100%	42	100%	244	100%	234	100%	92	100%	137	100%

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 11: Fläche der Leerstände nach Größenklassen auf Ebene der kreisfreien Städte/ Landkreise

Fläche in qm	kreisfr. Stadt Erfurt		kreisfr. Stadt Weimar		Lkr. Gotha		Ilm-Kreis		Lkr. Sömmerda		Lkr. Weimarer Land	
	VKF ¹⁾	An-teil	VKF ¹⁾	An-teil	VKF ¹⁾	An-teil	VKF ¹⁾	An-teil	VKF ¹⁾	An-teil	VKF ¹⁾	An-teil
< 50 qm	2.525	9%	475	11%	4.175	13%	4.100	19%	1.550	18%	2.750	18%
50 bis < 100 qm	3.100	11%	1.225	27%	4.725	14%	3.725	17%	1.825	21%	1.950	13%
100 bis < 200 qm	3.225	12%	1.125	25%	4.250	13%	4.225	20%	1.750	20%	1.275	9%
200 bis < 400 qm	2.375	9%	250	5%	3.600	11%	2.825	13%	350	4%	3.050	21%
400 bis < 800 qm	450	2%	1.400	31%	5.600	17%	6.650	31%	2.300	26%	3.800	26%
800 bis < 2.000 qm	1.825	6%	0	0%	3.000	9%	0	0%	950	11%	2.050	14%
>= 2.000 qm	14.500	52%	0	0%	8.000	24%	0	0%	0	0%	0	0%
Gesamt	28.000	100%	4.450	100%	33.350	100%	21.550	100%	8.700	100%	14.875	100%

¹⁾: Werte auf 25 qm gerundet, durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 12: Mittelthüringen: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen

Standorttyp	alle Betriebe						zentrenrelevante Sortimente			
	Betriebe		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €	
	absolut	Anteil	Absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil
ZB Innenstädte	1.728	37%	268.350	22%	982,3	27%	258.375	33%	956,3	32%
sonstige ZB	319	7%	68.075	6%	309,9	9%	64.625	8%	297,6	10%
sonstige integriert	1.751	38%	252.425	21%	907,1	25%	183.425	23%	840,6	28%
nicht integriert	832	18%	634.000	52%	1373,5	38%	278.475	35%	858,9	29%
Gesamt	4.630	100%	1.222.875	100%	3572,8	100%	784.875	100%	2.953,4	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 13: Kreisfreie Stadt Erfurt: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen

Standorttyp	alle Betriebe						zentrenrelevante Sortimente			
	Betriebe		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil
ZB Innenstädte	482	36%	93.800	22%	333,3	24%	91.325	34%	327,1	29%
sonstige ZB	207	15%	37.075	9%	183,6	13%	35.400	13%	177,9	16%
sonstige integriert	375	28%	48.225	11%	225,3	17%	34.325	13%	196,4	17%
nicht integriert	274	20%	243.150	58%	618,6	45%	111.450	41%	433,5	38%
Gesamt	1.338	100%	422.250	100%	1.360,8	100%	272.500	100%	1.134,9	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 14: Kreisfreie Stadt Weimar: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen

Standorttyp	alle Betriebe						zentrenrelevante Sortimente			
	Betriebe		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil
ZB Innenstädte	282	55%	49.375	37%	193,0	42%	47.050	46%	187,2	46%
sonstige ZB	27	5%	8.550	6%	40,1	9%	8.400	8%	39,4	10%
sonstige integriert	127	25%	14.225	11%	66,9	14%	11.700	11%	59,1	15%
nicht integriert	79	15%	62.825	47%	164,8	35%	34.750	34%	121,9	30%
Gesamt	515	100%	134.950	100%	464,9	100%	101.900	100%	407,6	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 15: Landkreis Gotha: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen

Standorttyp	alle Betriebe						zentrenrelevante Sortimente			
	Betriebe		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil
ZB Innenstädte	365	36%	56.075	25%	193,0	29%	54.125	34%	187,9	33%
sonstige ZB	41	4%	12.125	5%	45,4	7%	11.075	7%	41,9	7%
sonstige integriert	470	46%	67.600	30%	248,7	38%	55.500	35%	226,6	40%
nicht integriert	149	15%	86.625	39%	175,8	27%	36.825	23%	108,6	19%
Gesamt	1.025	100%	222.425	100%	662,9	100%	157.500	100%	565,0	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 16: Ilm-Kreis: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen

Standorttyp	alle Betriebe						zentrenrelevante Sortimente			
	Betriebe		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil
ZB Innenstädte	293	33%	35.100	19%	133,4	27%	33.275	29%	129,0	32%
sonstige ZB	22	3%	6.250	3%	23,8	5%	6.000	5%	22,6	6%
sonstige integriert	392	45%	44.700	25%	159,7	32%	33.375	29%	141,0	35%
nicht integriert	169	19%	94.900	52%	182,2	37%	40.925	36%	113,1	28%
Gesamt	876	100%	180.950	100%	499,0	100%	113.550	100%	405,6	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 17: Landkreis Sömmerda: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen

Standorttyp	alle Betriebe						zentrenrelevante Sortimente			
	Betriebe		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil
ZB Innenstädte	130	29%	12.250	9%	39,9	13%	11.500	15%	38,0	17%
sonstige ZB	9	2%	1.025	1%	5,1	2%	1.025	1%	5,1	2%
sonstige integriert	208	47%	51.975	36%	116,9	39%	27.500	37%	136,8	62%
nicht integriert	96	22%	77.825	54%	135,9	46%	35.275	47%	39,3	18%
Gesamt	443	100%	143.075	100%	297,9	100%	75.300	100%	219,2	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 18: Landkreis Weimarer Land: Anteile Betriebe, Verkaufsflächen und Umsätze nach Standorttypen

Standorttyp	alle Betriebe						zentrenrelevante Sortimente			
	Betriebe		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €		Verkaufsfläche in qm		Umsatz in Mio. €	
	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil	absolut	Anteil
ZB Innenstädte	176	41%	21.775	18%	89,7	31%	21.100	33%	87,1	39%
sonstige ZB	13	3%	3.100	3%	11,7	4%	2.775	4%	10,7	5%
sonstige integriert	179	41%	25.675	22%	89,7	31%	21.000	33%	80,7	37%
nicht integriert	65	15%	68.675	58%	96,2	33%	19.225	30%	42,5	19%
Gesamt	433	100%	119.225	100%	287,3	100%	64.075	100%	221,0	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 19: Region Mittelhüringen: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen

VKF in qm	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	881	51%	161	50%	1.066	61%	241	29%	2.349	51%
50 bis < 100 qm	391	23%	50	16%	308	18%	158	19%	907	20%
100 bis < 200 qm	236	14%	27	8%	130	7%	100	12%	493	11%
200 bis < 400 qm	96	6%	21	7%	73	4%	88	11%	278	6%
400 bis < 800 qm	67	4%	36	11%	118	7%	117	14%	338	7%
800 bis < 2.000 qm	41	2%	24	8%	52	3%	67	8%	184	4%
>= 2.000 qm	16	1%	0	0%	4	0%	61	7%	81	2%
Gesamt	1.728	100%	319	100%	1.751	100%	832	100%	4.630	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 20: Kreisfreie Stadt Erfurt: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstadt		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	222	46%	110	53%	223	59%	72	26%	627	47%
50 bis < 100 qm	117	24%	38	18%	68	18%	67	24%	290	22%
100 bis < 200 qm	63	13%	18	9%	37	10%	36	13%	154	12%
200 bis < 400 qm	37	8%	13	6%	16	4%	26	9%	92	7%
400 bis < 800 qm	23	5%	15	7%	22	6%	30	11%	90	7%
800 bis < 2.000 qm	13	3%	13	6%	8	2%	16	6%	50	4%
>= 2.000 qm	7	1%	0	0%	1	0%	27	10%	35	3%
Gesamt	482	100%	207	100%	375	100%	274	100%	1.338	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 21: Kreisfreie Stadt Weimar: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstadt		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	129	46%	13	48%	78	61%	21	27%	241	47%
50 bis < 100 qm	61	22%	1	4%	25	20%	7	9%	94	18%
100 bis < 200 qm	51	18%	4	15%	11	9%	13	16%	79	15%
200 bis < 400 qm	23	8%	1	4%	4	3%	6	8%	34	7%
400 bis < 800 qm	6	2%	4	15%	5	4%	15	19%	30	6%
800 bis < 2.000 qm	8	3%	4	15%	4	3%	11	14%	27	5%
>= 2.000 qm	4	1%	0	0%	0	0%	6	8%	10	2%
Gesamt	282	100%	27	100%	127	100%	79	100%	515	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 22: Landkreis Gotha: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	179	49%	15	37%	290	62%	42	28%	526	51%
50 bis < 100 qm	85	23%	6	15%	74	16%	24	16%	189	18%
100 bis < 200 qm	63	17%	2	5%	26	6%	20	13%	111	11%
200 bis < 400 qm	15	4%	5	12%	26	6%	17	11%	63	6%
400 bis < 800 qm	15	4%	10	24%	33	7%	26	17%	84	8%
800 bis < 2.000 qm	5	1%	3	7%	21	4%	10	7%	39	4%
>= 2.000 qm	3	1%	0	0%	0	0%	10	7%	13	1%
Gesamt	365	100%	41	100%	470	100%	149	100%	1.025	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 23: Ilm-Kreis: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	156	53%	12	55%	246	63%	53	31%	467	53%
50 bis < 100 qm	73	25%	1	5%	69	18%	30	18%	173	20%
100 bis < 200 qm	33	11%	2	9%	28	7%	16	9%	79	9%
200 bis < 400 qm	12	4%	1	5%	14	4%	22	13%	49	6%
400 bis < 800 qm	12	4%	3	14%	28	7%	27	16%	70	8%
800 bis < 2.000 qm	6	2%	3	14%	7	2%	14	8%	30	3%
>= 2.000 qm	1	0%	0	0%	0	0%	7	4%	8	1%
Gesamt	293	100%	22	100%	392	100%	169	100%	876	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 24: Landkreis Sömmerda: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	81	62%	6	67%	131	63%	35	36%	253	57%
50 bis < 100 qm	24	18%	1	11%	35	17%	16	17%	76	17%
100 bis < 200 qm	15	12%	0	0%	15	7%	10	10%	40	9%
200 bis < 400 qm	4	3%	1	11%	4	2%	11	11%	20	5%
400 bis < 800 qm	2	2%	1	11%	15	7%	8	8%	26	6%
800 bis < 2.000 qm	4	3%	0	0%	5	2%	11	11%	20	5%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	3	1%	5	5%	8	2%
Gesamt	130	100%	9	100%	208	100%	96	100%	443	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 25: Landkreis Weimarer Land: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	114	65%	5	38%	98	55%	18	28%	235	54%
50 bis < 100 qm	31	18%	3	23%	37	21%	14	22%	85	20%
100 bis < 200 qm	11	6%	1	8%	13	7%	5	8%	30	7%
200 bis < 400 qm	5	3%	0	0%	9	5%	6	9%	20	5%
400 bis < 800 qm	9	5%	3	23%	15	8%	11	17%	38	9%
800 bis < 2.000 qm	5	3%	1	8%	7	4%	5	8%	18	4%
>= 2.000 qm	1	1%	0	0%	0	0%	6	9%	7	2%
Gesamt	176	100%	13	100%	179	100%	65	100%	433	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 26: Region Mittelthüringen: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Ant.	Anzahl	Anteil
< 50 qm	27.150	10%	4.550	7%	28.625	11%	6.775	1%	67.100	5%
50 bis < 100 qm	28.475	11%	3.425	5%	22.300	9%	11.825	2%	66.000	5%
100 bis < 200 qm	33.325	12%	3.625	5%	19.250	8%	13.750	2%	69.925	6%
200 bis < 400 qm	28.250	11%	6.025	9%	21.050	8%	26.175	4%	81.500	7%
400 bis < 800 qm	37.775	14%	21.325	31%	71.525	28%	72.550	11%	203.200	17%
800 bis < 2.000 qm	50.025	19%	29.150	43%	56.750	22%	79.475	13%	215.400	18%
>= 2.000 qm	63.350	24%	0	0%	32.950	13%	423.450	67%	519.750	43%
Gesamt	268.350	100%	68.075	100%	252.425	100%	634.000	100%	1.222.875	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 27: Kreisfreie Stadt Erfurt: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen

	ZB Innenstadt		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	6.825	7%	3.150	9%	6.250	13%	2.100	1%	18.350	4%
50 bis < 100 qm	8.375	9%	2.550	7%	5.000	10%	4.850	2%	20.775	5%
100 bis < 200 qm	8.600	9%	2.450	7%	5.225	11%	4.850	2%	21.125	5%
200 bis < 400 qm	11.200	12%	3.625	10%	4.150	9%	7.900	3%	26.850	6%
400 bis < 800 qm	12.575	13%	8.675	23%	14.800	31%	18.075	7%	54.125	13%
800 bis < 2.000 qm	16.750	18%	16.600	45%	7.775	16%	19.475	8%	60.625	14%
>= 2.000 qm	29.475	31%	0	0%	5.000	10%	185.925	76%	220.400	52%
Gesamt	93.800	100%	37.075	100%	48.225	100%	243.150	100%	422.250	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 28: Kreisfreie Stadt Weimar: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen

	ZB Innenstadt		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	4.075	8%	400	5%	2.150	15%	550	1%	7.175	5%
50 bis < 100 qm	4.550	9%	75	1%	1.850	13%	525	1%	7.025	5%
100 bis < 200 qm	7.475	15%	500	6%	1.625	11%	1.650	3%	11.275	8%
200 bis < 400 qm	6.425	13%	325	4%	1.200	9%	1.625	3%	9.575	7%
400 bis < 800 qm	3.200	6%	2.625	31%	3.275	23%	9.400	15%	18.525	14%
800 bis < 2.000 qm	9.875	20%	4.625	54%	4.100	29%	12.075	19%	30.650	23%
>= 2.000 qm	13.750	28%	0	0%	0	0%	36.975	59%	50.725	38%
Gesamt	49.375	100%	8.550	100%	14.225	100%	62.825	100%	134.950	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 29: Landkreis Gotha: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	5.575	10%	375	3%	7.600	11%	1.225	1%	14.775	7%
50 bis < 100 qm	6.350	11%	450	4%	5.250	8%	1.825	2%	13.875	6%
100 bis < 200 qm	9.225	16%	250	2%	3.850	6%	2.875	3%	16.175	7%
200 bis < 400 qm	4.450	8%	1.500	12%	7.650	11%	4.750	5%	18.375	8%
400 bis < 800 qm	9.775	17%	6.025	50%	19.425	29%	16.175	19%	51.425	23%
800 bis < 2.000 qm	7.675	14%	3.525	29%	23.825	35%	12.075	14%	47.100	21%
>= 2.000 qm	13.025	23%	0	0%	0	0%	47.675	55%	60.700	27%
Gesamt	56.075	100%	12.125	100%	67.600	100%	86.625	100%	222.425	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 30: Ilm-Kreis: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	5.025	14%	325	5%	6.475	14%	1.500	2%	13.350	7%
50 bis < 100 qm	5.275	15%	75	1%	4.925	11%	2.300	2%	12.575	7%
100 bis < 200 qm	4.600	13%	300	5%	4.375	10%	2.150	2%	11.425	6%
200 bis < 400 qm	3.625	10%	300	5%	3.975	9%	6.600	7%	14.500	8%
400 bis < 800 qm	6.450	18%	1.850	29%	16.500	37%	16.525	17%	41.300	23%
800 bis < 2.000 qm	6.425	18%	3.400	55%	8.425	19%	17.225	18%	35.500	20%
>= 2.000 qm	3.725	11%	0	0%	0	0%	48.575	51%	52.300	29%
Gesamt	35.100	100%	6.250	100%	44.700	100%	94.900	100%	180.950	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 31: Landkreis Sömmerda: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	2.225	18%	150	14%	3.425	7%	875	1%	6.650	5%
50 bis < 100 qm	1.750	14%	75	7%	2.550	5%	1.225	2%	5.600	4%
100 bis < 200 qm	1.975	16%	0	0%	2.100	4%	1.525	2%	5.600	4%
200 bis < 400 qm	1.325	11%	275	28%	1.550	3%	3.475	4%	6.625	5%
400 bis < 800 qm	875	7%	525	51%	9.025	17%	5.425	7%	15.850	11%
800 bis < 2.000 qm	4.100	33%	0	0%	5.400	10%	13.500	17%	23.000	16%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	27.950	54%	51.800	67%	79.750	56%
Gesamt	12.250	100%	1.025	100%	51.975	100%	77.825	100%	143.075	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 32: Landkreis Weimarer Land: Anzahl der Betriebe nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Verkaufsflächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
VKF in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	3.425	16%	150	5%	2.700	11%	550	1%	6.825	6%
50 bis < 100 qm	2.200	10%	200	7%	2.700	11%	1.050	2%	6.175	5%
100 bis < 200 qm	1.450	7%	125	4%	2.050	8%	700	1%	4.325	4%
200 bis < 400 qm	1.225	6%	0	0%	2.525	10%	1.800	3%	5.550	5%
400 bis < 800 qm	4.900	23%	1.625	52%	8.475	33%	6.950	10%	21.975	18%
800 bis < 2.000 qm	5.200	24%	1.000	32%	7.225	28%	5.125	7%	18.525	16%
>= 2.000 qm	3.375	16%	0	0%	0	0%	52.525	76%	55.900	47%
Gesamt	21.775	100%	3.100	100%	25.675	100%	68.675	100%	119.225	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte; VKF = Verkaufsfläche

Verkaufsfläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 33: Mittelthüringen: Bindungsquoten nach Standorttypen

Sortimente	ZB Innenstädte	sonstige ZB	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	12%	15%	32%	37%	97%
Lebensmittelhandwerk	25%	11%	64%	16%	116%
Drogerie/ Parfümerie	43%	13%	15%	28%	98%
Apotheken	39%	13%	41%	7%	100%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	31%	12%	22%	29%	94%
Blumen/ Zoo	13%	6%	38%	43%	101%
kurzfristiger Bedarf	21%	14%	35%	29%	99%
Bekleidung und Zubehör	73%	3%	5%	23%	105%
Schuhe, Lederwaren	65%	5%	5%	30%	105%
Sport/ Freizeit	47%	5%	19%	31%	102%
Spielwaren	34%	2%	15%	24%	75%
Bücher	44%	1%	1%	12%	59%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	33%	6%	16%	64%	119%
Haus- und Heimtextilien	18%	1%	15%	62%	97%
mittelfristiger Bedarf	57%	3%	8%	29%	98%
Uhren/ Schmuck	70%	1%	8%	13%	92%
Foto/ Optik	68%	5%	9%	11%	93%
Medien	41%	2%	10%	36%	89%
Elektro/ Leuchten	19%	1%	21%	56%	98%
Teppiche, Bodenbeläge	1%	0%	26%	90%	117%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1%	0%	16%	73%	90%
Möbel, Antiquitäten	2%	1%	13%	110%	126%
Sonstiges	12%	6%	27%	39%	84%
langfristiger Bedarf	19%	2%	16%	60%	97%
Summe	27%	9%	25%	38%	98%

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statistisches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 34: Kreisfreie Stadt Erfurt: Bindungsquoten nach Standorttypen

Sortimente	ZB Innenstadt	sonstige ZB	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	8%	27%	25%	48%	108%
Lebensmittelhandwerk	23%	21%	48%	15%	107%
Drogerie/ Parfümerie	42%	28%	9%	44%	123%
Apotheken	27%	24%	39%	14%	104%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	42%	19%	11%	43%	116%
Blumen/ Zoo	11%	12%	25%	47%	94%
<i>kurzfristiger Bedarf</i>	16%	26%	28%	39%	108%
Bekleidung und Zubehör	109%	6%	5%	47%	167%
Schuhe, Lederwaren	99%	9%	1%	55%	164%
Sport/ Freizeit	69%	7%	18%	52%	147%
Spielwaren	32%	4%	25%	29%	90%
Bücher	65%	4%	3%	29%	102%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	44%	11%	8%	102%	166%
Haus- und Heimtextilien	19%	3%	9%	72%	103%
<i>mittelfristiger Bedarf</i>	82%	6%	8%	50%	147%
Uhren/ Schmuck	100%	3%	10%	32%	144%
Foto/ Optik	54%	14%	7%	20%	95%
Medien	43%	5%	6%	85%	138%
Elektro/ Leuchten	15%	4%	7%	87%	113%
Teppiche, Bodenbeläge	1%	0%	6%	106%	113%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1%	0%	15%	84%	100%
Möbel, Antiquitäten	2%	1%	8%	159%	170%
Sonstiges	9%	9%	25%	39%	81%
<i>langfristiger Bedarf</i>	19%	4%	12%	86%	120%
Summe	29%	16%	20%	54%	119%

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ZB = zentrale Bereiche/
Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember
2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statisti-
sches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 35: Kreisfreie Stadt Weimar: Bindungsquoten nach Standorttypen

Sortimente	ZB Innenstadt	sonstige ZB	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	26%	21%	23%	65%	136%
Lebensmittelhandwerk	39%	13%	53%	21%	126%
Drogerie/ Parfümerie	95%	25%	6%	32%	158%
Apotheken	45%	19%	32%	6%	103%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	26%	11%	41%	46%	125%
Blumen/ Zoo	19%	9%	29%	63%	120%
kurzfristiger Bedarf	36%	20%	27%	48%	130%
Bekleidung und Zubehör	119%	3%	1%	13%	136%
Schuhe, Lederwaren	129%	0%	2%	50%	181%
Sport/ Freizeit	117%	0%	9%	39%	166%
Spielwaren	101%	3%	4%	30%	137%
Bücher	148%	0%	2%	18%	169%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	56%	7%	10%	47%	119%
Haus- und Heimtextilien	29%	1%	11%	89%	130%
mittelfristiger Bedarf	111%	2%	4%	29%	146%
Uhren/ Schmuck	139%	1%	19%	2%	161%
Foto/ Optik	154%	2%	16%	6%	178%
Medien	142%	0%	11%	36%	189%
Elektro/ Leuchten	74%	0%	23%	55%	151%
Teppiche, Bodenbeläge	6%	0%	0%	111%	117%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1%	0%	4%	91%	97%
Möbel, Antiquitäten	7%	0%	8%	41%	57%
Sonstiges	26%	4%	33%	67%	131%
langfristiger Bedarf	55%	1%	14%	57%	126%
Summe	55%	11%	19%	47%	132%

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ZB = zentrale Bereiche/
Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember
2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statisti-
sches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 36: Landkreis Gotha: Bindungsquoten nach Standorttypen

Sortimente	ZB Innenstädte	sonstige ZB	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	15%	11%	56%	23%	105%
Lebensmittelhandwerk	26%	7%	80%	15%	128%
Drogerie/ Parfümerie	36%	5%	30%	16%	87%
Apotheken	43%	9%	43%	3%	99%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	32%	14%	29%	17%	92%
Blumen/ Zoo	17%	2%	41%	35%	96%
kurzfristiger Bedarf	23%	9%	53%	18%	104%
Bekleidung und Zubehör	70%	1%	7%	8%	85%
Schuhe, Lederwaren	47%	10%	12%	2%	71%
Sport/ Freizeit	15%	14%	14%	26%	70%
Spielwaren	39%	3%	12%	20%	74%
Bücher	23%	0%	1%	4%	27%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	25%	6%	14%	32%	77%
Haus- und Heimtextilien	31%	0%	12%	35%	78%
mittelfristiger Bedarf	49%	4%	9%	13%	74%
Uhren/ Schmuck	68%	1%	3%	4%	75%
Foto/ Optik	67%	0%	9%	6%	83%
Medien	40%	0%	7%	20%	67%
Elektro/ Leuchten	18%	0%	15%	57%	90%
Teppiche, Bodenbeläge	1%	0%	11%	76%	88%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1%	0%	13%	72%	86%
Möbel, Antiquitäten	1%	1%	10%	43%	55%
Sonstiges	12%	9%	35%	36%	91%
langfristiger Bedarf	18%	2%	14%	43%	78%
Summe	27%	6%	34%	24%	91%

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ZB = zentrale Bereiche/
Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember
2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statisti-
sches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 37: Ilm-Kreis: Bindungsquoten nach Standorttypen

Sortimente	ZB Innenstädte	sonstige ZB	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	12%	8%	29%	33%	82%
Lebensmittelhandwerk	27%	7%	84%	18%	137%
Drogerie/ Parfümerie	47%	4%	16%	24%	91%
Apotheken	46%	4%	50%	4%	103%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	24%	3%	22%	19%	69%
Blumen/ Zoo	15%	5%	31%	39%	89%
kurzfristiger Bedarf	23%	7%	36%	25%	91%
Bekleidung und Zubehör	46%	1%	6%	16%	69%
Schuhe, Lederwaren	39%	1%	5%	23%	69%
Sport/ Freizeit	47%	0%	22%	27%	96%
Spielwaren	27%	0%	16%	26%	69%
Bücher	16%	0%	1%	1%	18%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	11%	1%	21%	45%	78%
Haus- und Heimtextilien	13%	0%	21%	46%	79%
mittelfristiger Bedarf	36%	1%	10%	21%	68%
Uhren/ Schmuck	41%	0%	11%	4%	56%
Foto/ Optik	91%	0%	6%	2%	99%
Medien	23%	0%	25%	10%	58%
Elektro/ Leuchten	4%	0%	38%	37%	78%
Teppiche, Bodenbeläge	0%	0%	34%	52%	86%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1%	0%	15%	82%	98%
Möbel, Antiquitäten	3%	0%	14%	72%	89%
Sonstiges	12%	4%	27%	46%	89%
langfristiger Bedarf	14%	1%	21%	48%	83%
Summe	23%	4%	27%	31%	85%

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ZB = zentrale Bereiche/
Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember
2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statisti-
sches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 38: Landkreis Sömmerda: Bindungsquoten nach Standorttypen

Sortimente	ZB Innenstädte	sonstige ZB	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	6%	1%	26%	41%	73%
Lebensmittelhandwerk	18%	4%	77%	19%	118%
Drogerie/ Parfümerie	22%	1%	9%	25%	57%
Apotheken	22%	5%	49%	11%	88%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	17%	4%	28%	22%	72%
Blumen/ Zoo	9%	1%	86%	32%	128%
kurzfristiger Bedarf	11%	2%	35%	31%	80%
Bekleidung und Zubehör	14%	1%	6%	19%	40%
Schuhe, Lederwaren	17%	1%	2%	37%	57%
Sport/ Freizeit	7%	0%	24%	8%	38%
Spielwaren	11%	0%	7%	30%	48%
Bücher	5%	0%	0%	2%	6%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	32%	2%	47%	55%	137%
Haus- und Heimtextilien	4%	0%	39%	69%	113%
mittelfristiger Bedarf	13%	1%	11%	25%	50%
Uhren/ Schmuck	22%	0%	1%	2%	25%
Foto/ Optik	36%	5%	12%	12%	66%
Medien	8%	0%	7%	4%	19%
Elektro/ Leuchten	14%	0%	59%	45%	118%
Teppiche, Bodenbeläge	0%	0%	146%	70%	216%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1%	0%	53%	45%	99%
Möbel, Antiquitäten	1%	0%	46%	164%	211%
Sonstiges	9%	0%	16%	23%	48%
langfristiger Bedarf	7%	0%	35%	51%	94%
Summe	11%	1%	31%	36%	78%

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ZB = zentrale Bereiche/
Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember
2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statisti-
sches Bundesamt; eigene Berechnungen



Tab. A - 39: Landkreis Weimarer Land: Bindungsquoten nach Standorttypen

Sortimente	ZB Innenstädte	sonstige ZB	sonstige integriert	nicht integriert	Gesamt
Nahrungs-/ Genussmittel	15%	4%	29%	15%	64%
Lebensmittelhandwerk	21%	2%	47%	12%	82%
Drogerie/ Parfümerie	27%	2%	14%	8%	50%
Apotheken	62%	6%	28%	0%	96%
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	28%	11%	16%	12%	67%
Blumen/ Zoo	12%	1%	43%	46%	102%
kurzfristiger Bedarf	25%	4%	30%	13%	71%
Bekleidung und Zubehör	34%	1%	5%	8%	49%
Schuhe, Lederwaren	31%	0%	5%	1%	37%
Sport/ Freizeit	14%	0%	31%	1%	46%
Spielwaren	7%	0%	6%	6%	19%
Bücher	8%	0%	1%	1%	10%
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	26%	3%	12%	60%	102%
Haus- und Heimtextilien	8%	0%	15%	74%	97%
mittelfristiger Bedarf	25%	1%	8%	13%	47%
Uhren/ Schmuck	19%	0%	3%	3%	25%
Foto/ Optik	39%	0%	5%	7%	50%
Medien	11%	0%	6%	0%	17%
Elektro/ Leuchten	13%	1%	15%	8%	36%
Teppiche, Bodenbeläge	0%	0%	11%	119%	130%
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	1%	0%	7%	40%	48%
Möbel, Antiquitäten	0%	0%	9%	150%	160%
Sonstiges	11%	5%	22%	29%	66%
langfristiger Bedarf	8%	1%	10%	45%	65%
Summe	20%	3%	20%	22%	65%

PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ZB = zentrale Bereiche/
Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember
2013; www.handelsdaten.de; IfH; EHI; IFH (2013); Thüringer Landesamt für Statistik; Statisti-
sches Bundesamt; eigene Berechnungen

Tab. A - 40: Region Mittelthüringen: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	250	61%	20	32%	214	56%	7	20%	491	55%
50 bis < 100 qm	110	27%	12	19%	83	22%	7	20%	212	24%
100 bis < 200 qm	41	10%	14	22%	47	12%	2	6%	104	12%
200 bis < 400 qm	6	1%	13	21%	16	4%	6	17%	41	5%
400 bis < 800 qm	4	1%	3	5%	19	5%	9	26%	35	4%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	1	2%	6	2%	1	3%	8	1%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	3	9%	3	0%
Gesamt	411	100%	63	100%	385	100%	35	100%	894	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 41: Kreisfreie Stadt Erfurt: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstadt		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	12	43%	19	48%	40	53%	0	0%	71	49%
50 bis < 100 qm	11	39%	10	25%	20	27%	0	0%	41	28%
100 bis < 200 qm	5	18%	5	13%	10	13%	0	0%	20	14%
200 bis < 400 qm	0	0%	6	15%	2	3%	0	0%	8	6%
400 bis < 800 qm	0	0%	0	0%	1	1%	0	0%	1	1%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	2	3%	0	0%	2	1%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%	2	1%
Gesamt	28	100%	40	100%	75	100%	2	100%	145	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 42: Kreisfreie Stadt Weimar: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstadt		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	9	36%	0	0%	7	47%	0	#DIV/0!	16	38%
50 bis < 100 qm	9	36%	0	0%	6	40%	0	#DIV/0!	15	36%
100 bis < 200 qm	6	24%	1	50%	1	7%	0	#DIV/0!	8	19%
200 bis < 400 qm	0	0%	1	50%	0	0%	0	#DIV/0!	1	2%
400 bis < 800 qm	1	4%	0	0%	1	7%	0	#DIV/0!	2	5%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	#DIV/0!	0	0%
Gesamt	25	100%	2	100%	15	100%	0	#DIV/0!	42	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 43: Landkreis Gotha: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	85	59%	0	0%	45	52%	1	13%	131	54%
50 bis < 100 qm	44	31%	0	0%	17	20%	0	0%	61	25%
100 bis < 200 qm	11	8%	4	57%	12	14%	0	0%	27	11%
200 bis < 400 qm	3	2%	2	29%	4	5%	2	25%	11	5%
400 bis < 800 qm	0	0%	1	14%	6	7%	3	38%	10	4%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	2	2%	1	13%	3	1%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	1	13%	1	0%
Gesamt	143	100%	7	100%	86	100%	8	100%	244	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 44: ILM-Kreis: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	72	65%	0	0%	60	58%	5	29%	137	59%
50 bis < 100 qm	22	20%	0	0%	19	18%	6	35%	47	20%
100 bis < 200 qm	14	13%	0	0%	12	12%	2	12%	28	12%
200 bis < 400 qm	1	1%	1	33%	6	6%	2	12%	10	4%
400 bis < 800 qm	1	1%	2	67%	7	7%	2	12%	12	5%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gesamt	110	100%	3	100%	104	100%	17	100%	234	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 45: Landkreis Sömmerda: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	25	66%	0	0%	25	50%	1	33%	51	55%
50 bis < 100 qm	10	26%	1	100%	12	24%	0	0%	23	25%
100 bis < 200 qm	3	8%	0	0%	9	18%	0	0%	12	13%
200 bis < 400 qm	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	1	1%
400 bis < 800 qm	0	0%	0	0%	2	4%	2	67%	4	4%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	1	2%	0	0%	1	1%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gesamt	38	100%	1	100%	50	100%	3	100%	92	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 46: Landkreis Weimarer Land: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	47	70%	1	10%	37	67%	0	0%	85	62%
50 bis < 100 qm	14	21%	1	10%	9	16%	1	20%	25	18%
100 bis < 200 qm	2	3%	4	40%	3	5%	0	0%	9	7%
200 bis < 400 qm	2	3%	3	30%	3	5%	2	40%	10	7%
400 bis < 800 qm	2	3%	0	0%	2	4%	2	40%	6	4%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	1	10%	1	2%	0	0%	2	1%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gesamt	67	100%	10	100%	55	100%	5	100%	137	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 47: Region Mittelthüringen: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	8.050	30%	650	7%	6.650	16%	225	1%	15.575	14%
50 bis < 100 qm	8.625	32%	850	9%	6.525	16%	525	2%	16.525	15%
100 bis < 200 qm	5.900	22%	2.125	22%	7.425	18%	400	1%	15.850	14%
200 bis < 400 qm	1.800	7%	3.750	38%	4.950	12%	1.975	6%	12.450	11%
400 bis < 800 qm	2.775	10%	1.450	15%	10.075	24%	5.900	18%	20.200	18%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	900	9%	5.925	14%	1.000	3%	7.825	7%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	22.500	69%	22.500	20%
Gesamt	27.150	100%	9.725	100%	41.525	100%	32.500	100%	110.925	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Fläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 48: Kreisfreie Stadt Erfurt: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen

	ZB Innenstadt		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	475	24%	625	16%	1.425	19%	0	0%	2.525	9%
50 bis < 100 qm	825	42%	675	17%	1.575	21%	0	0%	3.100	11%
100 bis < 200 qm	675	34%	850	22%	1.700	22%	0	0%	3.225	12%
200 bis < 400 qm	0	0%	1.775	45%	600	8%	0	0%	2.375	9%
400 bis < 800 qm	0	0%	0	0%	450	6%	0	0%	450	2%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	1.825	24%	0	0%	1.825	6%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	14.500	100%	14.500	52%
Gesamt	2.000	100%	3.950	100%	7.550	100%	14.500	100%	28.000	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Fläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 49: Kreisfreie Stadt Weimar: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen

	ZB Innenstadt		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	250	10%	0	0%	225	15%	0	---	475	11%
50 bis < 100 qm	700	27%	0	0%	500	35%	0	---	1.225	27%
100 bis < 200 qm	875	33%	100	31%	150	10%	0	---	1.125	25%
200 bis < 400 qm	0	0%	250	69%	0	0%	0	---	250	5%
400 bis < 800 qm	800	30%	0	0%	600	41%	0	---	1.400	31%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	---	0	0%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	---	0	0%
Gesamt	2.650	100%	350	100%	1.475	100%	0	---	4.450	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Fläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 50: Landkreis Gotha: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	2.800	32%	0	0%	1.375	12%	25	0%	4.175	13%
50 bis < 100 qm	3.475	39%	0	0%	1.250	11%	0	0%	4.725	14%
100 bis < 200 qm	1.625	18%	575	34%	2.050	18%	0	0%	4.250	13%
200 bis < 400 qm	925	10%	625	37%	1.375	12%	675	6%	3.600	11%
400 bis < 800 qm	0	0%	500	30%	3.100	28%	2.000	17%	5.600	17%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	2.000	18%	1.000	9%	3.000	9%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	8.000	68%	8.000	24%
Gesamt	8.800	100%	1.700	100%	11.150	100%	11.675	100%	33.350	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Fläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 51: Ilm-Kreis: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	2.250	33%	0	0%	1.675	16%	175	6%	4.100	19%
50 bis < 100 qm	1.775	26%	0	0%	1.500	14%	450	16%	3.725	17%
100 bis < 200 qm	1.975	29%	0	0%	1.850	17%	400	14%	4.225	20%
200 bis < 400 qm	300	4%	275	22%	1.750	17%	500	18%	2.825	13%
400 bis < 800 qm	575	8%	950	78%	3.825	36%	1.300	46%	6.650	31%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gesamt	6.875	100%	1.225	100%	10.625	100%	2.825	100%	21.550	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Fläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 52: Landkreis Sömmerda: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	750	38%	0	0%	750	14%	25	2%	1.550	18%
50 bis < 100 qm	800	40%	75	100%	950	17%	0	0%	1.825	21%
100 bis < 200 qm	425	22%	0	0%	1.325	24%	0	0%	1.750	20%
200 bis < 400 qm	0	0%	0	0%	350	6%	0	0%	350	4%
400 bis < 800 qm	0	0%	0	0%	1.100	20%	1.200	98%	2.300	26%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	0	0%	950	18%	0	0%	950	11%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gesamt	2.000	100%	75	100%	5.425	100%	1.225	100%	8.700	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Fläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen

Tab. A - 53: Landkreis Weimarer Land: Anzahl der Leerstände nach Größenklassen und Standorttypen - gewichtet nach Flächen

	ZB Innenstädte		sonstige ZB		sonstige integriert		nicht integriert		Gesamt	
Fläche in qm	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
< 50 qm	1.525	31%	25	1%	1.200	22%	0	0%	2.750	18%
50 bis < 100 qm	1.050	22%	100	4%	725	14%	75	3%	1.950	13%
100 bis < 200 qm	300	6%	600	24%	400	7%	0	0%	1.275	9%
200 bis < 400 qm	575	12%	825	34%	850	16%	800	35%	3.050	21%
400 bis < 800 qm	1.400	29%	0	0%	1.000	19%	1.400	62%	3.800	26%
800 bis < 2.000 qm	0	0%	900	37%	1.150	22%	0	0%	2.050	14%
>= 2.000 qm	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%
Gesamt	4.850	100%	2.450	100%	5.300	100%	2.275	100%	14.875	100%

ZB = zentrale Bereiche/ Zentren der zentralen Orte

Fläche auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; eigene Berechnungen



Tab. A - 54: Region Mittelthüringen: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen

Einwohner- klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	An- teil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil
=< 600	2	1%	19	6%	25	8%	26	8%	249	78%	321	100%
601 - 1.200	12	12%	19	19%	33	33%	10	10%	27	27%	101	100%
1.201 - 2.500	31	62%	6	12%	8	16%	1	2%	4	8%	50	100%
2.501 - 5.000	25	93%	0	0%	1	4%	0	0%	1	4%	27	100%
>5.000	32	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	32	100%
Gesamt	102	19%	44	8%	67	13%	37	7%	281	53%	531	100%

LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 55: Kreisfreie Stadt Erfurt: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen

Einwohner- klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	An- teil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil
=< 600	0	0%	0	0%	2	18%	3	27%	6	55%	11	100%
601 - 1.200	3	23%	0	0%	4	31%	1	8%	5	38%	13	100%
1.201 - 2.500	4	44%	1	11%	2	22%	1	11%	1	11%	9	100%
2.501 - 5.000	3	75%	0	0%	1	25%	0	0%	0	0%	4	100%
>5.000	16	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	16	100%
Gesamt	26	49%	1	2%	9	17%	5	9%	12	23%	53	100%

LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 56: Kreisfreie Stadt Weimar: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen

	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
Einwohner- klasse	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	An- teil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil
=< 600	1	11%	0	0%	1	11%	1	11%	6	67%	9	100%
601 - 1.200	0	0%	0	0%	1	50%	1	50%	0	0%	2	100%
1.201 - 2.500	2	67%	0	0%	1	33%	0	0%	0	0%	3	100%
2.501 - 5.000	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%
>5.000	5	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	5	100%
Gesamt	13	54%	0	0%	3	13%	2	8%	6	25%	24	100%

LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 57: Landkreis Gotha: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen

	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
Einwohner- klasse	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	An- teil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil
=< 600	0	0%	4	11%	8	21%	3	8%	23	61%	38	100%
601 - 1.200	4	13%	7	22%	14	44%	3	9%	4	13%	32	100%
1.201 - 2.500	12	67%	2	11%	3	17%	0	0%	1	6%	18	100%
2.501 - 5.000	6	86%	0	0%	0	0%	0	0%	1	14%	7	100%
>5.000	6	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%
Gesamt	28	28%	13	13%	25	25%	6	6%	29	29%	101	100%

LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen



Tab. A - 58: Ilm-Kreis: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen

Einwohner- klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	An- teil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil
=< 600	1	1%	8	10%	5	6%	7	9%	56	73%	77	100%
601 - 1.200	1	7%	4	29%	5	36%	1	7%	3	21%	14	100%
1.201 - 2.500	7	70%	3	30%	0	0%	0	0%	0	0%	10	100%
2.501 - 5.000	6	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	6	100%
>5.000	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
Gesamt	17	16%	15	14%	10	9%	8	7%	59	54%	109	100%

LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelhüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 59: Landkreis Sömmerda: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen

Einwohner- klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	An- teil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil
=< 600	0	0%	4	8%	4	8%	2	4%	43	81%	53	100%
601 - 1.200	1	4%	5	21%	6	25%	2	8%	10	42%	24	100%
1.201 - 2.500	6	86%	0	0%	1	14%	0	0%	0	0%	7	100%
2.501 - 5.000	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
>5.000	1	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	1	100%
Gesamt	10	11%	9	10%	11	13%	4	5%	53	61%	87	100%

LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelhüringen; eigene Berechnungen



Tab. A - 60: Landkreis Weimarer Land: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen

Einwohner- klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil	An- zahl	An- teil	An- zahl	Anteil	An- zahl	Anteil
=< 600	0	0%	3	2%	5	4%	10	8%	115	86%	133	100%
601 - 1.200	3	19%	3	19%	3	19%	2	13%	5	31%	16	100%
1.201 - 2.500	0	0%	0	0%	1	33%	0	0%	2	67%	3	100%
2.501 - 5.000	3	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	3	100%
>5.000	2	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	2	100%
Gesamt	8	5%	6	4%	9	6%	12	8%	122	78%	157	100%

LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krise Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 61: Region Mittelthüringen: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern

Ew.- Klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werks- betrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	An- zahl	An- teil	Anzahl	An- teil.	Anzahl	Anteil
=< 600	700	1%	7.550	9%	10.350	12%	8.450	10%	57.700	68%	84.725	100%
601 - 1.200	12.150	14%	15.950	18%	27.375	32%	8.050	9%	22.800	26%	86.325	100%
1.201 - 2.500	53.725	66%	8.100	10%	12.650	16%	1.900	2%	5.100	6%	81.500	100%
2.501 - 5.000	90.275	92%	0	0%	3.825	4%	0	0%	3.525	4%	97.625	100%
>5.000	317.125	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	317.125	100%
Gesamt	473.975	71%	31.625	5%	54.200	8%	18.375	3%	89.100	13%	667.300	100%

Ew. = Einwohner; LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Einwohnerwerte auf Einwohner gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Krise Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen



Tab. A - 62: Kreisfreie Stadt Erfurt: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern

Ew.-Klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Handwerksbetrieb		sonst. NV-Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
=< 600	0	0%	0	0%	600	16%	1.375	36%	1.850	48%	3.825	100%
601 - 1.200	3.125	25%	0	0%	4.075	33%	800	6%	4.475	36%	12.475	100%
1.201 - 2.500	6.400	43%	1.350	9%	3.775	26%	1.900	13%	1.325	9%	14.725	100%
2.501 - 5.000	10.275	73%	0	0%	3.825	27%	0	0%	0	0%	14.100	100%
>5.000	158.550	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	158.550	100%
Gesamt	178.350	88%	1.350	1%	12.275	6%	4.075	2%	7.625	4%	203.675	100%

Ew. = Einwohner; LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Einwohnerwerte auf Einwohner gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 63: Kreisfreie Stadt Weimar: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern

Ew.-Klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Handwerksbetrieb		sonst. NV-Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil	Anzahl	Anteil
=< 600	175	7%	0	0%	600	24%	425	16%	1.325	53%	2.500	100%
601 - 1.200	0	0%	0	0%	1.075	49%	1.125	51%	0	0%	2.200	100%
1.201 - 2.500	3.050	66%	0	0%	1.550	34%	0	0%	0	0%	4.600	100%
2.501 - 5.000	18.850	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	18.850	100%
>5.000	35.950	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	35.950	100%
Gesamt	58.000	90%	0	0%	3.225	5%	1.550	2%	1.325	2%	64.100	100%

Ew. = Einwohner; LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Einwohnerwerte auf Einwohner gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 64: Landkreis Gotha: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern

	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
Ew.- Klasse	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	An- zahl	An- teil	Anzahl	An- teil.	Anzahl	Anteil
=< 600	0	0%	1.675	13%	3.250	25%	1.125	9%	6.750	53%	12.800	100%
601 - 1.200	3.625	14%	6.400	24%	10.825	41%	2.425	9%	3.275	12%	26.575	100%
1.201 - 2.500	19.525	71%	2.700	10%	4.200	15%	0	0%	1.250	5%	27.675	100%
2.501 - 5.000	25.025	88%	0	0%	0	0%	0	0%	3.525	12%	28.525	100%
>5.000	40.075	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	40.075	100%
Gesamt	88.250	65%	10.750	8%	18.275	13%	3.550	3%	14.800	11%	135.650	100%

Ew. = Einwohner; LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Einwohnerwerte auf Einwohner gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 65: Ilm-Kreis: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern

	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werks- betrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
Ew.- Klasse	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	An- zahl	An- teil	Anzahl	An- teil.	Anzahl	Anteil
=< 600	525	3%	2.800	14%	2.225	11%	1.975	10%	12.300	62%	19.800	100%
601 - 1.200	1.000	9%	3.300	28%	4.300	37%	750	6%	2.450	21%	11.800	100%
1.201 - 2.500	12.575	76%	4.075	24%	0	0%	0	0%	0	0%	16.650	100%
2.501 - 5.000	19.650	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	19.650	100%
>5.000	42.050	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	42.050	100%
Gesamt	75.800	69%	10.175	9%	6.550	6%	2.700	2%	14.750	13%	109.975	100%

Ew. = Einwohner; LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Einwohnerwerte auf Einwohner gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen



Tab. A - 66: Landkreis Sömmerda: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern

Ew.- Klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werksbetrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	An- zahl	An- teil	Anzahl	An- teil.	Anzahl	Anteil
=< 600	0	0%	1.625	11%	1.900	13%	1.025	7%	10.500	70%	15.050	100%
601 - 1.200	1.125	6%	3.775	20%	4.525	24%	1.400	7%	8.150	43%	19.000	100%
1.201 - 2.500	12.175	87%	0	0%	1.775	13%	0	0%	0	0%	13.950	100%
2.501 - 5.000	7.300	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	7.300	100%
>5.000	16.025	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	16.025	100%
Gesamt	36.625	51%	5.400	8%	8.200	11%	2.450	3%	18.650	26%	71.350	100%

Ew. = Einwohner; LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Einwohnerwerte auf Einwohner gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen

Tab. A - 67: Landkreis Weimarer Land: Nahversorgungsqualität (Mindestausstattung) der Wohnsiedlungsbereiche nach Einwohnerklassen - gewichtet nach Einwohnern

Ew.- Klasse	LM-Betrieb > 200qm VKF		LM-Betrieb < 200 qm VKF		LM-Hand- werks- betrieb		sonst. NV- Betrieb		kein station. NV-Betrieb		Gesamt	
	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	Anzahl	An- teil	An- zahl	An- teil	Anzahl	An- teil.	Anzahl	Anteil
=< 600	0	0%	1.450	5%	1.800	6%	2.525	8%	24.950	81%	30.750	100%
601 - 1.200	3.275	23%	2.475	17%	2.550	18%	1.525	11%	4.450	31%	14.275	100%
1.201 - 2.500	0	0%	0	0%	1.350	35%	0	0%	2.525	65%	3.875	100%
2.501 - 5.000	9.200	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	9.200	100%
>5.000	24.475	100%	0	0%	0	0%	0	0%	0	0%	24.475	100%
Gesamt	36.950	45%	3.925	5%	5.700	7%	4.050	5%	31.925	39%	82.550	100%

Ew. = Einwohner; LM = Lebensmittel; NV = Nahversorgung(s-)

Einwohnerwerte auf Einwohner gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: eigene Erhebung August bis November 2013; Erhebung Junker+Kruse Oktober bis Dezember 2013; Regionale Planungsstelle Mittelthüringen; eigene Berechnungen



Tab. A - 68: Entwicklungsspielräume nach Sortimenten nach der regionsweiten Prognose

Sortimente	Entwicklungsprognose		Wettbewerbsprognose	
	untere Variante	obere Variante	untere Variante	obere Variante
Nahrungs-/ Genussmittel	3.175	15.200	-12.450	-7.050
Drogerie/ Parfümerie	575	2.400	-1.850	-1.025
PBS/ Zeitungen, Zeitschriften	675	1.275	-350	-100
Blumen/ Zoo	-450	725	-2.325	-1.600
kurzfristiger Bedarf	3.975	19.600	-16.975	-9.775
Bekleidung und Zubehör	-150	5.600	-7.050	-4.375
Schuhe, Lederwaren	-375	675	-2.050	-1.400
Sport/ Freizeit	200	1.375	-1.275	-725
Spielwaren	8.150	9.500	4.950	6.175
Bücher	2.950	3.450	1.800	2.250
GPK, Geschenke, Haushaltswaren/ Bestecke	-900	550	-3.650	-2.600
Haus- und Heimtextilien	200	1.450	-1.350	-800
mittelfristiger Bedarf	10.075	22.600	-8.625	-1.475
Uhren/ Schmuck	500	750	-50	125
Foto/ Optik	600	975	-125	75
Medien	2.275	3.350	-125	725
Elektro/ Leuchten	300	1.575	-1.350	-775
Teppiche, Bodenbeläge	-425	225	-1.675	-1.175
baumarkt-/ gartencenterspez. Sort.	16.650	24.975	-1.425	4.675
Möbel, Antiquitäten	5.750	14.900	-7.825	-3.725
Sonstiges	4.550	5.850	1.500	2.675
langfristiger Bedarf	30.200	52.600	-11.075	2.600
Summe	44.250	94.800	-36.675	-8.650

Spielräume auf 25 qm gerundet; durch Rundungen kann es zu Abweichungen der Summen kommen

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik; IFH Köln (2013); eigene Berechnungen