

Kon- zept

04/2021

Fortschreibung des
Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes
für die Stadt Eisenach



STADT+HANDEL

Neue Wege. Klare Pläne.

Impressum

AUFTRAGNEHMER

**Stadt + Handel Beckmann und
Föhler Stadtplaner PartGmbB**

info@stadt-handel.de

www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen

Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43

AUFTRAGGEBER

Stadt Eisenach

- **BERICHTSENTWURF** -

VERFASSER

Dipl.-Ing. Marc Föhler

Dipl.-Geogr. Lucas Beyer

Annika Heinlein, M. Sc.

Leipzig, 16.04.2021

Aus Gründen der besseren Lesbarkeit wird auf die gleichzeitige Verwendung mehrerer geschlechtsspezifischer Personenbezeichnungen verzichtet. Die gewählte männliche Form schließt stets auch andere Geschlechter mit ein.

Die Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbB bedient sich für Zuarbeiten und insbesondere empirische Dienstleistungen wie Erhebungen, Befragungen und Zählungen bei der Stadt + Handel Dienstleistungen GbR (Gesellschafter: Ralf M. Beckmann und Marc Föhler, Hörder Hafenstraße 11, 44263 Dortmund) als Nachunternehmer.

Inhaltsverzeichnis

	KAPITEL	SEITE
1	Einführung	5
2	Rechtliche Rahmenvorgaben	8
2.1	Rechtliche Einordnung von Einzelhandelskonzepten	8
2.2	Raumordnerische Regelungen	9
3	Methodik	12
4	Markt- und Standortanalyse	14
4.1	Trends im Einzelhandel	14
4.2	Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen	21
4.3	Gesamtstädtische Nachfrageanalyse	22
4.4	Gesamtstädtische Angebotsanalyse	25
4.5	Städtebauliche Analyse	32
4.6	Nahversorgungsanalyse	49
4.7	Zwischenfazit	55
5	Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	58
5.1	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	58
5.2	Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Eisenach	66
6	Zentrenkonzept	68
7	Nahversorgungskonzept	88
7.1	Nahversorgungsstandorte	88
7.2	Handlungsprioritäten	91
7.3	Nahversorgungsprüfschema	93
7.4	Empfehlungen für die Eisenacher Ortsteile	96
8	Sonderstandortkonzept	98
8.1	Konzeptionelle Einordnung von Sonderstandorten	98
8.2	Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration PEP Hötzelsroda	99
8.3	Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration FMZ Stregda	100
8.4	Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration Obere Mühlhäuser Strasse	101
8.5	Beurteilung der strukturprägenden Einzelhandelsagglomeration Alte Spinnerei	102
9	Zentren- und Standortmodell	104
10	Sortimentsliste	105
10.1	Methodische Herleitung	105
10.2	Sortimentsliste für Eisenach	107
11	Steuerungsleitsätze	110
11.1	Einordnung und Begründung der Steuerungsleitsätze	110
11.2	Steuerungsleitsätze für Eisenach	110

12	Zukunftsvision (City-) Outlet Center: Exkurs über Chancen und Risiken für die Stadtentwicklung	115
12.1	Definition Factory Outlet Center (FOC)	115
12.2	Warenangebot, Sortiment und Marken	116
12.3	Standortanforderung und Einzugsgebiete	117
12.4	Bauliche Ausprägung von Factory Outlet Centern	118
12.5	Entwicklung des Betriebstypus in Europa und Deutschland	120
12.6	Voreinschätzung zu einem möglichen (City-) outlet Center in Eisenach	121

13	Schlusswort	127
	Exkurs: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Eisenacher Einzelhandel und das Einzelhandelskonzept	129

Die Einzelhandelsentwicklung unterliegt bundesweit einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen. Diese Wirkungen sind auch in der Stadt Eisenach zu erkennen: Veränderte Rahmenbedingungen auf der Angebotsseite (z. B. anhaltende Konzentrationsprozesse, Entwicklung neuer Betriebstypen und des Online-Handels, steigende Standortanforderungen) und der Nachfrageseite (z. B. demografischer Wandel, Individualisierungsprozesse, Änderungen im Konsumverhalten) äußern sich in Mittelstädten wie Eisenach in Form von Betriebsaufgaben kleinerer, inhabergeführter Geschäfte auf der einen Seite und Einzelhandelsansiedlungen bzw. -verlagerungen von meist flächenintensiven, filialisierten Betrieben auf der anderen Seite.

Zusätzlich nimmt die Corona-Pandemie seit März des Jahres 2020 in vielerlei Hinsicht Einfluss auf unser alltägliches Leben. Auch der stationäre Einzelhandel ist durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie deutlich betroffen. Der deutschlandweiten Lockdowns inkl. Ladenschließungen, die anschließend verhängten Zugangsbeschränkungen und z. T. veränderte Öffnungszeiten, die Maskenpflicht und auch das Abwandern großer Teile der Kunden in den Online-Handel wirkten und wirken sich seit März 2020 in unterschiedlicher Weise auf den stationären Einzelhandel aus und beschleunigen die oben genannte Dynamik in Teilen (vgl. Exkurs, S. 129).

Den größtenteils betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen stehen landesplanerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen und politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsunternehmen sowie der Investoren in Einklang zu bringen sind.

Zusätzlich sind lokale und regionale Strukturmerkmale zu berücksichtigen. Die rd. 50 km westlich des Oberzentrums Erfurt gelegene Stadt Eisenach hat in der Funktion als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums einen Versorgungsauftrag im Bereich sämtlicher Bedarfsstufen. Gleichzeitig gilt es die Einkaufsinnenstadt in ihrer Funktion als städtebauliche, wirtschaftliche, soziale und kulturelle Mitte der Stadt zu sichern und die Nahversorgungszentren hinsichtlich ihrer Versorgungsfunktion weiterzuentwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielstellungen der Stadt Eisenach eine bedeutende Rolle.

So enthält das Integrierte Stadtentwicklungskonzept Eisenach (ISEK 2030), das im Dezember 2019 durch den Stadtrat beschlossen wurde, neben zahlreichen weiteren gesamtstädtischen und teilträumlichen Entwicklungszielen auch folgende Zielstellungen zum Thema Einzelhandel:

„Strategische Steuerung des Einzelhandels

Das Eisenacher Zentrenkonzept aus dem Jahr 2013 legt im Wesentlichen eine Eisenacher Sortimentsliste, zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte fest. Ausgehend von der vorliegenden aktuellen Erhebung zur Einzelhandelssituation Eisenachs soll nunmehr eine Qualifizierung und Fortschreibung zu einem Einzelhandels- und Zentrenkonzept erfolgen. Hierbei soll auf Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels eingegangen sowie den inhaltlichen Ansprüchen an ein umfassendes Konzept entsprechend der Vorschriften des BauGB, der

BauNVO und dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 Rechnung getragen werden. Das Einzelhandelskonzept sollte auch die Notwendigkeit eines Bebauungsplans zur strategischen Steuerung der Zentralen Versorgungsbereiche (gemäß § 2a BauGB) überprüfen. [...]."

In Bezug auf die Einkaufsinnenstadt und die Nahversorgung in den Stadtteilen werden des Weiteren folgende Zielstellungen und Handlungsfelder formuliert:

„Gesamtstädtisches Entwicklungsziel Nr. 8: Eisenach gewährleistet eine lebendige Entwicklung der Kernstadt und der Ortsteile, die auf die jeweiligen Stärken und Funktionen ausgerichtet ist.

Handlungsfelder [Auszug]:

- *Die Innenstadt von Eisenach als wichtigster städtischer und regionaler Erlebnis- und Einzelhandelsstandort wird weiter gestärkt und aufgewertet.*
- *Die Stadtteile der Kernstadt werden hinsichtlich ihrer Funktion als Wohn- bzw. Arbeitsstandorte weiterentwickelt. Dabei werden die spezifischen Aufgaben und Problemstellungen in den Stadtteilen berücksichtigt. Die Nahversorgung in den Stadtteilen wird weiterhin sichergestellt.“*

Vor diesem Hintergrund werden bei der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes die folgenden Schwerpunkte gesetzt:

- Markt- und Standortanalyse der aktuellen Einzelhandelssituation in Eisenach inkl. Ermittlung von warengruppenspezifischen Umsätzen sowie einer Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Eisenach
- Darstellung der zukünftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale vor dem Hintergrund der Bevölkerungsentwicklung, den allgemeinen angebots- und nachfrageseitigen Trends im Einzelhandel und dem mittelfunktionalen Versorgungsauftrag mit oberzentralen Teilfunktionen der Stadt Eisenach
- Ableitung einer übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Eisenach
- Abgrenzung, Beschreibung und Bewertung der zentralen Versorgungsbereiche von Eisenach sowie Darstellung der städtebaulich-funktionalen Stärken und Schwächen
- Empfehlungen und Maßnahmen zur Stärkung und Weiterentwicklung der Innenstadt sowie Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung einer ausgewogenen Nahversorgungsstruktur im Hauptort und den Ortsteilen
- Überprüfung der Eisenacher Sortimentsliste und Anpassung an aktuelle Einzelhandelsentwicklungen sowie Rechtsprechungen
- Steuerungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabensspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten ermöglichen
- Maßnahmen zur Umsetzung des Zentren- und Einzelhandelskonzeptes
- Machbarkeitsprüfung einer Ansiedlung eines (City) Outlet Centers in Eisenach

¹ Quelle: ISEK 2030: S. 256.

Um eine ausgewogene Einzelhandelsstruktur in Eisenach zu sichern und dauerhaft zu stärken, stellt das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept Empfehlungen und Umsetzungsinstrumente primär für die kommunale Baugenehmigungspraxis und die örtliche Bauleitplanung sowie Grundlagen für die Beratung von Projektentwicklern, Investoren und Immobilieneigentümern zur Verfügung. Zudem enthält das Einzelhandels- und Zentrenkonzept auch Inhalte und Empfehlungen, die für weitere Adressaten von Interesse sein können: die Wirtschaftsförderung, die örtliche Händlergemeinschaft, das Stadtmarketing sowie die Bürger aus Kunden- und Besucherperspektive.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden alle wichtigen Zwischenschritte und erarbeiteten Empfehlungen eng zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten in Eisenach Berücksichtigung finden.

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die relevanten landes- und regionalplanerischen Vorgaben skizziert. Weitere rechtliche Rahmenbedingungen (z. B. zur Abgrenzung und Schutzfunktion von zentralen Versorgungsbereichen, zu Nahversorgungsstandorten und zur Sortimentsliste) finden sich in den einzelnen Teilkapiteln in inhaltlicher Zuordnung zu den jeweiligen Themenbereichen.

2.1 RECHTLICHE EINORDNUNG VON EINZELHANDELSKONZEPTEN

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: Durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtischer gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger sowie Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, in Nahversorgungszentren und an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische und städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche (ZVB) gehört.

Rechtliche Rahmen für das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept sind das Baugesetzbuch (BauGB) und die Baunutzungsverordnung (BauNVO) sowie die dazu ergangene Rechtsprechung². Der Bundesgesetzgeber hat mit den Novellen des BauGB den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbezug in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar. Die Bedeutung von kommunalen Einzelhandelskonzepten für die Rechtfertigung der Planung hat das Bundesverwaltungsgericht (BVerwG) deutlich hervorgehoben.³

Darüber hinaus wurden bei der Bearbeitung des vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzepts die Ziele und Grundsätze der Landes- und Regionalplanung beachtet bzw. berücksichtigt

.

² Vgl. zahlreiche Urteile zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. OVG NRW Urteil vom 19.06.2008 – AZ: 7 A 1392/07, bestätigt das BVerwG Urteil vom 17.12.2009 – AZ: 4 C 2.08; OVG NRW Urteil vom 15.02.2012 – AZ: 10 D 32/11.NE).

³ Vgl. BVerwG Urteile vom 27.03.2013 – AZ: 4 CN 6/11, 4 CN 7/11, 4 C 13/11.

Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll als politisch gestützter Fachbeitrag eine grundlegende und strategische Arbeitsbasis für die Bauleitplanung und den Stadtentwicklungsprozess der nächsten Jahre bilden. Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes ist u. a. der politische Beschluss im Sinne eines städtebaulichen Entwicklungskonzeptes nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB, damit es in der bauleitplanerischen Abwägung zu berücksichtigen ist.

2.2 RAUMORDNERISCHE REGELUNGEN

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden, trotz der kommunalen Planungshoheit, die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in wesentlichen Vorgaben aus der Landes- und Regionalplanung beschrieben.

Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025

Im Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 (LEP) aus dem Jahr 2014 finden sich Ziele **[Z]** und Grundsätze **[G]** zur Entwicklung der Versorgungsstrukturen des Einzelhandels. Im Folgenden werden die relevanten Inhalte zusammenfassend dargestellt. Sie haben bei der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für die Stadt Eisenach Beachtung bzw. Berücksichtigung zu finden.

- **[Z 2.2.7]** „Mittelzentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums sind die Städte [...] Eisenach [...].“
- **[Z 2.2.8]** „In den Mittelzentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums sollen die höherwertigen Funktionen der Daseinsvorsorge mit in der Regel überregionaler Bedeutung konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden. Dazu zählt insbesondere
 - überregionale Entwicklungs-, Stabilisierungs- und Steuerungsfunktion,
 - überregionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion,
 - überregionale Verkehrsknotenfunktion (Fernstraßenverbindung sowie schneller SPNV bzw. SPNV),
 - Bildungs-, Gesundheits-, Kultur- und Freizeitfunktion.“

Leitvorstellung

- **[1]** „Die Entwicklung von Einzelhandelsgroßprojekten in Thüringen soll sich an der polyzentrischen Siedlungsstruktur des Landes orientieren, die gewachsenen Versorgungsstrukturen, insbesondere in den Innenstädten, nachhaltig stärken und zu einer insgesamt ausgewogenen und wettbewerbsgerechten Handelsstruktur beitragen.“
- **[2]** „Für alle Bevölkerungsgruppen soll die Erreichbarkeit von Einrichtungen und Angeboten der Grundversorgung angemessen gewährleistet werden. Bei der Standortwahl von Einzelhandelsgroßprojekten soll daher eine den Mobilitätsmöglichkeiten und Versorgungsanforderungen aller Bevölkerungsgruppen angepasste verkehrliche Erschließung, insbesondere mit dem ÖPNV, erreicht werden.“

- **[Z 2.6.1]** „Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in zentralen Orten höherer Stufe zulässig (Konzentrationsgebot). Ausnahmsweise zulässig sind Einzelhandelsgroßprojekte
 - in Grundzentren, wenn sie zur Sicherung der Grundversorgung dienen und
 - in nichtzentralen Orten, wenn sie der Grundversorgung dienen, die Funktionsfähigkeit der umliegenden Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und der Einzugsbereich nicht wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht.“
- **[G 2.6.2]** „Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot). Als räumlicher Maßstab gelten insbesondere die mittelzentralen Funktionsräume.“
- **[G 2.6.3]** „Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch eine Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).“
- **[G 2.6.4]** „Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen (Integrationsgebot).“
- **[Z 2.6.5]** „Einzelhandelsagglomerationen liegen vor bei einer räumlichen und funktionalen Konzentration von Einzelhandelsbetrieben, auch wenn diese einzeln nicht als großflächige Einzelhandelsbetriebe einzustufen sind. Sie sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln, sofern von einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb vergleichbare negative raumordnerische Wirkungen zu erwarten sind.“
- **[Z 2.6.6]:** „Hersteller-Direktverkaufszentren als Sonderform des großflächigen Einzelhandels sind in Thüringen nur in städtebaulich integrierter Lage in Oberzentren zulässig. Abweichend davon ist im Entwicklungskorridor entlang der A4 vom Raum um das Hermsdorfer Kreuz bis zur Landesgrenze Sachsen ein Hersteller-Direktverkaufszentrum zulässig, sofern das Vorhaben im Einklang mit der zentralen Einzelhandelsfunktion der Oberzentren steht.“

Die räumlich-funktionalen Zielstellungen und Konzeptbausteine des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurden unter Orientierung an den Vorgaben des LEP Thüringen 2025 erarbeitet.

Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Eisenach relevante Regionalplan Südwestthüringen befindet sich aktuell in der Änderung⁴. Mit Beginn der öffentlichen Beteiligung sind neben den Zielen und Grundsätzen des gültigen Regionalplans zusätzlich die in Aufstel-

⁴ Vgl. Regionalplan Südwestthüringen.

lung befindlichen Ziele der Raumordnung als sonstige Erfordernisse der Raumordnung gemäß § 4 Abs. 1, 2 ROG in Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen zu berücksichtigen.

Der Entwurf des Regionalplans Südwestthüringen übernimmt die einzelhandelsrelevanten Grundsätze und Ziele des LEP 2025. Zusätzlich beinhaltet der Regionalplan folgende Grundsätze:

- **[G 2-10]** „Die Zentralen Orte sollen Einzelhandels- und Zentrenkonzepte mit Leitlinien und Entwicklungszielen für ihre künftige Einzelhandels- und Zentrenentwicklung erarbeiten und fortschreiben. Insbesondere sollen sie – als wichtige Grundlage für die Bauleitplanung – ihre zentralen Versorgungsbereiche abgrenzen und eine ortsspezifische Sortimentsliste erstellen.“
- **[G 2-11]** „In Gewerbe-/Industriegebieten soll die Entstehung von Agglomerationen mehrerer Einzelhandelsbetriebe, die einzeln nicht als großflächig im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO gelten, aber in ihrer räumlichen Wirkung einem Einzelhandelsgroßprojekt gleichstehen, nicht zugelassen werden.“

Die landes- und regionalplanerischen Rahmenvorgaben zur Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Eisenach sind im vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzept entsprechend berücksichtigt worden. Das kommunale Einzelhandels- und Zentrenkonzept konkretisiert diese Zielstellungen auf der gesamtstädtischen Ebene und ist künftig als die entscheidende Abwägungsgrundlage im Rahmen der Bauleitplanung zu berücksichtigen.

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die diesem Einzelhandels- und Zentrenkonzept zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische, empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes folgende Leistungsbausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:



Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Städtebauliche Analyse

Für zentrale Versorgungsbereiche und sonstige durch Einzelhandelsagglomerationen geprägte Standorte erfolgt eine städtebauliche Analyse. Ein wesentlicher Aspekt ist, angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung, die räumliche Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen. Eine entsprechend städtebaulich-funktional abgeleitete Abgrenzung bildet die Basis zukünftiger sortimentspezifischer und räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

Im Zusammenhang mit der Erarbeitung der angebots- und nachfrageseitigen Analysen kommen die nachfolgend benannten empirischen Untersuchungsmethoden und sekundärstatistischen Quellen zur Anwendung:

Tabelle 1: Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen

	Datengrundlage	Zeitraum	Methode	Inhalt
Bestandserhebung	Erhebung durch Stadt + Handel	01-02/2020	Bestandsdaten Landeserhebung 2017/2018;	Standortdaten, Verkaufsfläche und Sortimente aller Einzelhandelsbetriebe, städtebauliche Analyse, zentrenergänzende Funktionen, Leerstände
			Aktuelle Ergänzung strukturprägender, großflächiger Betriebe, die sich infolge einer Neuansiedlung/Verlagerung/Verkaufsflächenerweiterung in Hinblick auf die VKF verändert haben	
Sekundär-statistische Analysen	Kaufkraftzahlen IFH Retail Consultants GmbH	2019	Berechnung der Umsatzwerte durch Stadt + Handel auf Basis branchen- und betriebsüblicher Kennwerte der Fachliteratur und aus Unternehmensveröffentlichungen (u. a. EHI Handel aktuell, Hahn Retail Real Estate Report, IFH/BBE Struktur- und Marktdaten)	

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe wurde im Januar und Februar 2020 im Eisenacher Stadtgebiet flächendeckend durchgeführt. Hierbei wurde der Einzelhandelsbestand in Eisenach, der 2017/2018 im Auftrag des Landes Thüringen erhoben wurde, aktualisiert. Ebenso wurden im Januar und Februar 2020 die zentrenergänzenden Funktionen in den Zentren erfasst, da Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.) wesentliche funktionale Bestandteile einer attraktiven Nutzungsmischung in zentralen Versorgungsbereichen sind.

Bei der von Stadt + Handel durchgeführten Erhebung wurden neben der Lage der Betriebe zwei zentrale Messgrößen erfasst: Zum einen wurden die Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können. Zum anderen wurden die angebotenen Warensortimente differenzierter aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die eigenständige Vermessung der VKF oder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichtes findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen worden und entsprechend kenntlich gemacht, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurde außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

4

Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus einer flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte und der Nahversorgungsstruktur in Eisenach. Einführend werden zunächst die relevanten Trends im Einzelhandel sowie die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 TRENDS IM EINZELHANDEL

Der Einzelhandel unterliegt als dynamischer Wirtschaftsbereich einem fortwährenden Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei bundesweite Veränderungen auf der Nachfrage- und Angebotsseite. Betriebswirtschaftliche Konzepte, Standortwahl und Verbraucherverhalten determinieren sich dabei wechselseitig, weswegen eine klare Differenzierung zwischen „Triebfeder“ und „Folgeeffekt“ nicht immer zweifelsfrei möglich und sinnvoll ist. Neben der Skizzierung dieser wechselseitigen Trends werden ebenso die aus den dargestellten Trends resultierenden Herausforderungen für die Stadt Eisenach als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums sowie Rückschlüsse auf die örtliche Zentrenstruktur dargelegt.

4.1.1 Nachfrageseitige Aspekte

Wertewandel: Mit jeder Generation ändern sich Wertvorstellungen, Gewohnheiten und Ansprüche an die Lebensumwelt. Folge dieser zunehmenden Pluralisierung sind deutlich stärker ausdifferenzierte und neue Lebensstile u. a. mit Fokus auf individuelles Wohlbefinden und Nachhaltigkeit⁵, an denen sich auch der Handel hinsichtlich seiner Angebote und Betriebstypen ausrichtet und diversifiziert. Insbesondere mit dem Bedeutungsgewinn des bewussten Konsums steigt die Ausgabebereitschaft (eines Teils) der Konsumenten für Lebensmittel wieder an. Zudem wird dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend ein immaterieller Erlebniswert (s. u.) beigemessen.

Individualisierung: Die Zahl der Privathaushalte steigt in Deutschland weiter an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduziert.⁶ Neben dieser quantitativen Entwicklung führen auch qualitative Aspekte der Individualisierung (z. B. Ausdifferenzierung von Zielgruppen, Individualisierung von Lebensbiografien) zu neuen Konsumverhaltensmustern (s. u.).

Demografischer Wandel: Die Bevölkerung in Deutschland wird insgesamt – trotz kurzfristiger, migrationsbedingter Sondereffekte – weniger und durchschnittlich älter, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden zu rechnen ist. Zudem nimmt innerhalb der Gruppe der Über-65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten

⁵ LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability)

⁶ 2016: rd. 41 Mio. Haushalte, davon rd. 41 % Einpersonenhaushalte; 2035: rd. 43 Mio. Haushalte, davon rd. 56 % Einpersonenhaushalte (vgl. Mikrozensus und Haushaltsvorausberechnung des Statistischen Bundesamtes).

zu.⁷ Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann an Bedeutung gewinnt, wenn mit dem Alter die motorisierte Individualmobilität eingeschränkt wird. Zudem steigt das Interesse an innerstädtischem Wohnen insbesondere auch bei den jungen Alten. Der Handel selbst reagiert auf diese Entwicklungen bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten, angepasster Ladengestaltung und Serviceleistungen für Senioren (z. B. Lesehilfen, niedrigere Regale, breitere Gänge, Bring- und Lieferdienste).

Online-/Sharing-Affinität: Eine wesentliche Triebfeder des Strukturwandels im Einzelhandel ist die zunehmende Digitalisierung aller Lebensbereiche. Auch bei älteren Bevölkerungsgruppen steigt die Online-Affinität deutlich an. Der damit einhergehende Sharing-Gedanke („Nutzen statt Besitzen“) wird auf Konsumentenseite immer deutlicher – die reine Nutzungsmöglichkeit gewinnt zunehmend an Bedeutung gegenüber dem eigentlichen Besitz. Die Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel sind entsprechend negativ und unterscheiden sich deutlich zwischen den Warengruppen. Allerdings zeigen sich die für Städte wie Eisenach so wichtigen Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs als überaus „robust“. Dies liegt zum einen in der Natur der Sache (schnell zu verbrauchende Konsumgüter lassen sich nicht teilen bzw. mieten), zum anderen aber auch an einer (noch) vorhandenen Skepsis beim Online-Einkauf von frischen Lebensmitteln sowie der dafür nicht ausgelegten Transportlogistik (z. B. Kühlkette). Es ist jedoch davon auszugehen, dass mittel- bis langfristig auch in diesem Marktsegment gesellschaftliche und technische Hürden überwunden werden. Die Entwicklung wird allerdings zunächst Großstädte bzw. hoch verdichtete Großstadtregionen betreffen (für nähere Ausführungen zur Entwicklung des Online-Handels vgl. Kap. 5.1.2).



Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse

Quelle: Fotos (von links nach rechts) Fotos © M-SUR/Fotolia, © Worawut/AdobeStock, © oneinchpunch/Fotolia, © zapp2photo/Fotolia.

Kopplung und Entkopplung von Konsum: Aufgrund der bereits skizzierten gesellschaftlichen Wandlungsprozesse, des hohen Motorisierungsgrades und sinkender Zeitkontingente (insb. durch die individualisierten Lebensformen und die „doppelte“ Erwerbstätigkeit in Familien) wird der Einkaufsaufwand weiter durch weniger, aber dafür umfassendere Einkäufe reduziert. Das so genannte *one-stop*

⁷ 2015: rd. 20 % älter als 65 Jahre, rd. 5 % älter als 79 Jahre; 2060: rd. 33 % älter als 65 Jahre, rd. 13 % älter als 79 Jahre (vgl. Statistisches Bundesamt 2015).

shopping begünstigt die Bildung von flächenintensiven Kopplungsstandorten. Der Vorteil der Bequemlichkeit und der Angebotsvielfalt schlägt dabei aus Kundensicht oft das Kriterium der räumlichen Nähe von Versorgungsstandorten. Einkaufswege werden dabei zumeist mit beruflichen oder freizeitbedingten Wegen gekoppelt. Auf der anderen Seite führt die weiter zunehmende Nutzerfreundlichkeit von Online-Einkäufen (insb. durch die Entwicklung des Mobile Commerce auf dem Smartphone) zu einer zeitlichen und räumlichen Entkopplung von Konsum – der Einkauf „abends auf der Couch“ ist keine Seltenheit. Dieser Faktor kann durchaus auch positive Impulse auf die generelle einzelhandelsbezogene Ausgabebereitschaft haben.

Erlebnisorientierung: Der Erlebniseinkauf spielt nicht nur beim klassischen „Einkaufsbummel“ eine wichtige Rolle. Auch im Bereich der Nahversorgung versuchen die Anbieter durch hochwertigere Warenpräsentation, Erhöhung der Angebotsvielfalt (insb. auch regionale und zielgruppenspezifische Produkte) sowie spezielle Serviceangebote die Aufmerksamkeit der Kunden zu gewinnen. Der Einkauf wird dabei ähnlich emotional aufgeladen wie in anderen Branchen auch. Dies führt u. a. zu einem erhöhten Platzbedarf und damit verbunden höheren Verkaufsflächenansprüchen.

Segmentierung der Nachfragemärkte: Im Wesentlichen können vier Typen des situativen Konsumverhaltens unterschieden werden: Erlebniseinkauf (*lifestyle shopping*), Bequemlichkeitseinkauf (*convenience shopping*), Preiseinkauf⁸ (*discount shopping*) und Schnäppcheneinkauf⁹ (*smart shopping*). Neben dem für den nahversorgungsrelevanten Einzelhandel immer noch prägenden preisbewussten Einkauf haben in den vergangenen Jahren zunehmend der Bequemlichkeitseinkauf und in gewissen sozialen Milieus auch durchaus der Erlebniseinkauf an Bedeutung gewonnen. Je nach aktueller Preisorientierung und aktuellem Bedarf bzw. der jeweiligen Zeitsensibilität verfällt der so genannte „hybride Verbraucher“ je nach Situation in eine der entsprechenden Konsumtypen.

Preis-/Zielgruppenpolarisierung: Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, führt die Einkommenssteigerung erst seit den letzten Jahren wieder zu einer minimalen Erhöhung des einzelhandelsrelevanten Ausgabeanteils. Ein stetig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird weiterhin für Wohnen (steigende Mieten und Mietnebenkosten) sowie freizeitorientierte Dienstleistungen ausgegeben. Darüber hinaus schlägt sich die zu beobachtende Einkommenspolarisierung auch in einer Polarisierung von Zielgruppen und Nachfrage nieder: Hochwertige und hochpreisige Angebote finden ebenso ihren Absatz wie discountorientierte Produkte. Mittelpreisige Anbieter ohne klaren Zielgruppenfokus geraten hingegen unter Druck.

4.1.2 Angebotsseitige Aspekte

Filialisierung/Konzentration: Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig – deutlich wird dies insbesondere in Klein-

⁸ Ein Preiseinkauf bezeichnet einen Einkauf, bei dem auf Waren mit geringen Preisen zurückgegriffen wird. Diese lassen sich in Discountern finden, welche sich durch ein relativ schmales und flaches Warensortiment, einfache Warenpräsentation und Eigenmarken auszeichnen, um so einen Preisvorteil gegenüber Markenwaren zu erzielen. Besonders preissensible Kunden führen Preiseinkäufe durch.

⁹ Bei einem Schnäppcheneinkauf werden besonders (Marken-)waren/Dienstleistungen preiswert erworben. Sie zeichnen sich durch einen erheblichen Rabatt auf den normalen Preis aus und sind meist zeitlich befristet.

und Mittelstädten. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer stark ausgeprägten Filialisierung sprechen. Dies betrifft im besonderen Maße den Lebensmittel Einzelhandel in dem die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe seit Jahren deutlich rückläufig ist (siehe Abbildung 3). Das Angebot konzentriert sich zunehmend auf großformatige Lebensmittelmärkte, die v. a. Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung präferieren. Eine wohnungsnahе (fußläufige) adäquate Versorgung mit Waren des täglichen Bedarfs ist damit insbesondere im ländlichen, dünn besiedelten Raum und in Gebieten mit negativer Bevölkerungsentwicklung häufig nicht mehr gesichert oder nur schwer zu erreichen.

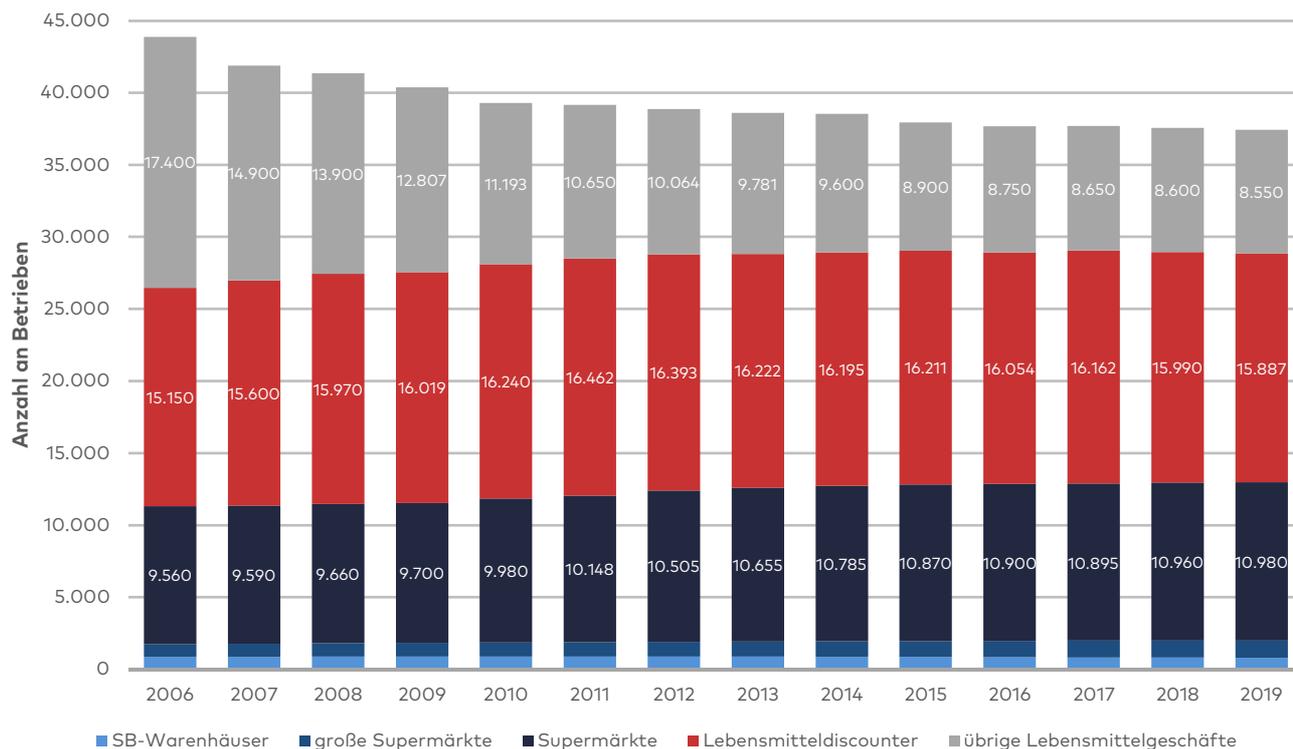


Abbildung 3: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Daten: EHI Retail Institute.

Bei Drogeriefachmärkten lässt sich aktuell als Reaktion auf Unternehmensinsolvenzen ein lebhaftes Expansionsgeschehen beobachten, welches sich im besonderen Maße auf rentable Standorte mit einer hohen Mantelbevölkerung fokussiert. Für kleinere Städte gestaltet es sich jedoch zunehmend anspruchsvoll, ein qualitativ hochwertiges Angebot in der Warengruppe Drogeriewaren vorzuhalten, da insbesondere grenzrentable Standorte im ländlichen Raum oder in Grundzentren von den Konzentrationsprozessen im Drogeriewarensegment betroffen sind.

Verkaufsflächen- und Standortansprüche: Parallel zu der sinkenden Anzahl der Verkaufsstätten ist sowohl im Lebensmittel- als auch im Drogeriewarenhandel eine Zunahme der Gesamtverkaufsfläche zu beobachten, die sich aus Anpassungsstrategien der Marktteilnehmer an den demografischen Wandel (z. B. Verbreiterung der Gänge, Reduktion der Regalhöhen), den wachsenden Konsumansprüchen (bspw. in Hinblick auf die Ladengestaltung und einer daraus resultierenden Erhöhung des Einkaufserlebnisses) sowie einer steigenden Sortimentsbreite

und -tiefe (z. B. Frischware, Bio- und Convenience-Produkte, Singlepackungen sowie ein zunehmender Verkaufsflächenanteil an zentrenrelevanten Randsortimente v. a. in Drogeriefachmärkten) ergibt.¹⁰ Auch wenn es für Supermärkte (und neuerdings auch verstärkt für Lebensmitteldiscounter) kleinere City- und Metro-polfilialkonzepte gibt, ist für kleinere Städte und ländliche Räume aktuell von einer Mindestgröße von 800 m² bis 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen auszugehen¹¹ (siehe Abbildung 4). Auch die Anforderungen an den Mikro- und Makrostandort steigen zusehends und entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel sind neben flächenseitigen Aspekten (Flächenangebot) und verkehrsseitigen Aspekten (innerörtliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) in erster Linie absatzwirtschaftliche Gesichtspunkte (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Bevölkerungsentwicklung, Bevölkerungsstruktur, Zentralität des Ortes). Je nach Standortqualität (und damit auch je nach Renditeerwartung) sind Betreiber auch zunehmend bereit, von ihren standardisierten Markt-konzepten abzuweichen (z. B. Realisierung im Bestand, geringere Park-platzzahl, Geschossigkeit, Mix aus Handel und Wohnen). Dies betrifft jedoch i. d. R. hoch verdichtete und hochfrequentierte Lagen in Großstadtregionen oder Standorte mit vergleichbaren Rahmenbedingungen.

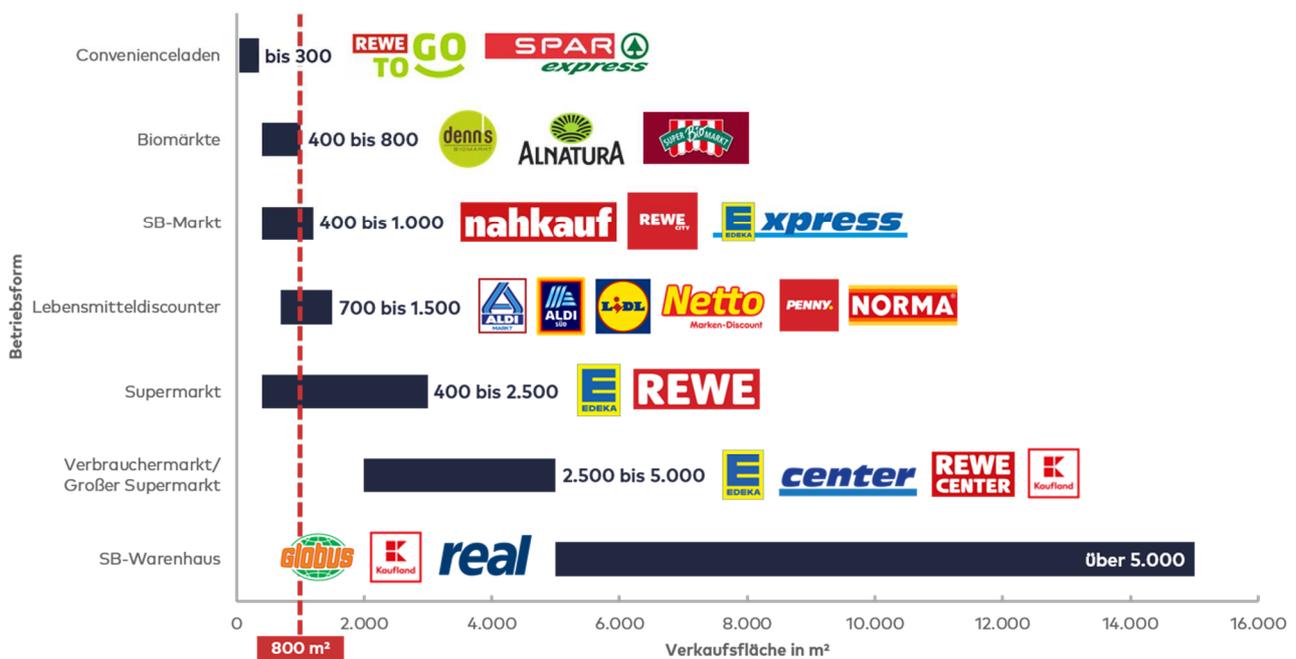


Abbildung 4: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten

Quelle: Darstellung Stadt + Handel auf Basis ILG Gruppe 2019 (leicht modifiziert und ergänzt).

Wandel der Betriebsformen: Differenziert man die Gesamtwerte anhand der jeweiligen Betriebstypen, sind deutlich unterschiedliche Entwicklungen festzustellen. Signifikante Steigerungen der Marktanteile (Betriebe und Umsatz) ergeben sich insbesondere für (große) Supermärkte, welche maßgeblich vom Wertewan-

¹⁰ Entwicklung der durchschnittlichen Verkaufsfläche: Lebensmitteldiscounter 2006 rd. 706 m², 2016 rd. 804 m² (+14 %); (große) Supermärkte 2006 rd. 1.063 m², 2016 rd. 1.245 m² (+17 %).

¹¹ Werte gelten für Lebensmitteldiscounter, Supermärkte i. d. R. mit deutlich höheren Verkaufsflächenansprüchen.

del profitieren. Demgegenüber befindet sich die Betriebsform der Lebensmittel-discounter nach einer dynamischen Entwicklung in den 1990er und 2000er Jahren im Übergang zur Reifephase. Diese Entwicklung ist maßgeblich auf die Optimierung des Bestandsnetzes infolge eines Trading-Up-Prozesses sowie einer Neuausrichtung des Betriebstypus zurückzuführen und vollzieht sich (aufgrund des günstigen Marktumfeldes) bei gleichzeitig steigenden Umsatz- und Flächenleistungen. Auch Drogeriefachmärkte stellen zunehmend hybride Betriebskonzepte dar und positionieren sich als „Kleinkaufhäuser“ mit einem entsprechend großen Waren-spektrum auch im Bereich der zentrenrelevanten Sortimente (bspw. Spielwaren, Schreibwaren, Unterhaltungselektronik oder Bekleidung). Die somit gleichermaßen hohe Bedeutung für die Nahversorgung und für die zentralen Versorgungsbereiche gilt es daher verstärkt und sorgfältig abzuwägen.

Umsatzentwicklung: Der bis 2009 zu beobachtende Trend zurückgehender Flächenproduktivitäten im Einzelhandel hat sich umgekehrt – seit 2014 steigen stationärer Einzelhandelsumsatz und Flächenproduktivitäten deutlich an. Neben einem dauerhaft verbesserten Konsumklima wird dies jedoch vornehmlich durch die weiter oben beschriebenen Entwicklungen im Lebensmittel- und Drogeriewarenhandel bedingt.¹² Insbesondere in innenstadtaffinen Sortimentsbereichen (z. B. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik) sinken (stationäre) Umsätze und Flächenproduktivitäten vieler Betriebe v. a. bedingt durch den Online-Handel und mit dem räumlichen Fokus auf Klein- und Mittelstädte.

Nachfolgeproblematik: Insbesondere in kleineren Städten mit einem hohen Anteil inhabergeführter Geschäfte stellt sich im Zuge des demografischen Wandels auch die Frage der Geschäftsinhabernachfolge. Aufgrund hoher Arbeitsbelastung, langer Ladenöffnungszeiten, hoher Konkurrenz durch Filialisten und den Online-Handel, eigentümergeitiger Erwartungen an die Miethöhe und der weiteren oben skizzierten sozioökonomischen Rahmenbedingungen wird die Nachfolgersuche zunehmend anspruchsvoller. So stehen Ladenlokale nach dem Wechsel der Eigentümer in den Ruhestand oftmals leer. Immobilienseitige Defizite (z. B. geringe Verkaufsfläche, fehlende Barrierefreiheit, Renovierungs-/Sanierungsstau) erschweren die Situation weiter.

Neue Handelsformen und -formate: Fachgeschäfte haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Ortskerne größtenteils verloren. In Kleinstädten stellen stattdessen filialisierte Anbieter des täglichen Bedarfs (insbesondere Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Drogeriefachmärkte) sowie discountorientierte Anbieter des mittelfristigen Bedarfs (u. a. Non-Food-Discounter in den Bereichen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK¹³/Hausrat/Einrichtungszubehör) die wichtigsten Magnetbetriebe dar. Weitere Handelsformen wie z. B. Shopping-Center und Factory-Outlet-Center sind primär in größeren Städten zu finden. Lediglich kleinere, zumeist autokundenorientierte Fachmarktzentren stellen eine gängige Handelsagglomeration in Kleinstädten dar, die aufgrund ihres Flächenanspruchs und oftmals mangelnder städtebaulichen Qualität nur schwer in integrierte Siedlungslagen bzw. zentrale Versorgungsbereiche einzubinden sind.

¹² In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren wird rd. 49 % des gesamten Einzelhandelsumsatzes erwirtschaftet (vgl. EHI Retail Institute 2017).

¹³ GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

Digitalisierung: Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und wird laut Prognosen im Jahr 2019 bei rd. 57,8 Mio. Euro (rd. 10,8 % des Einzelhandelsumsatzes) liegen (siehe Abbildung 5). Es sind allerdings sortimentspezifisch große Unterschiede festzustellen.

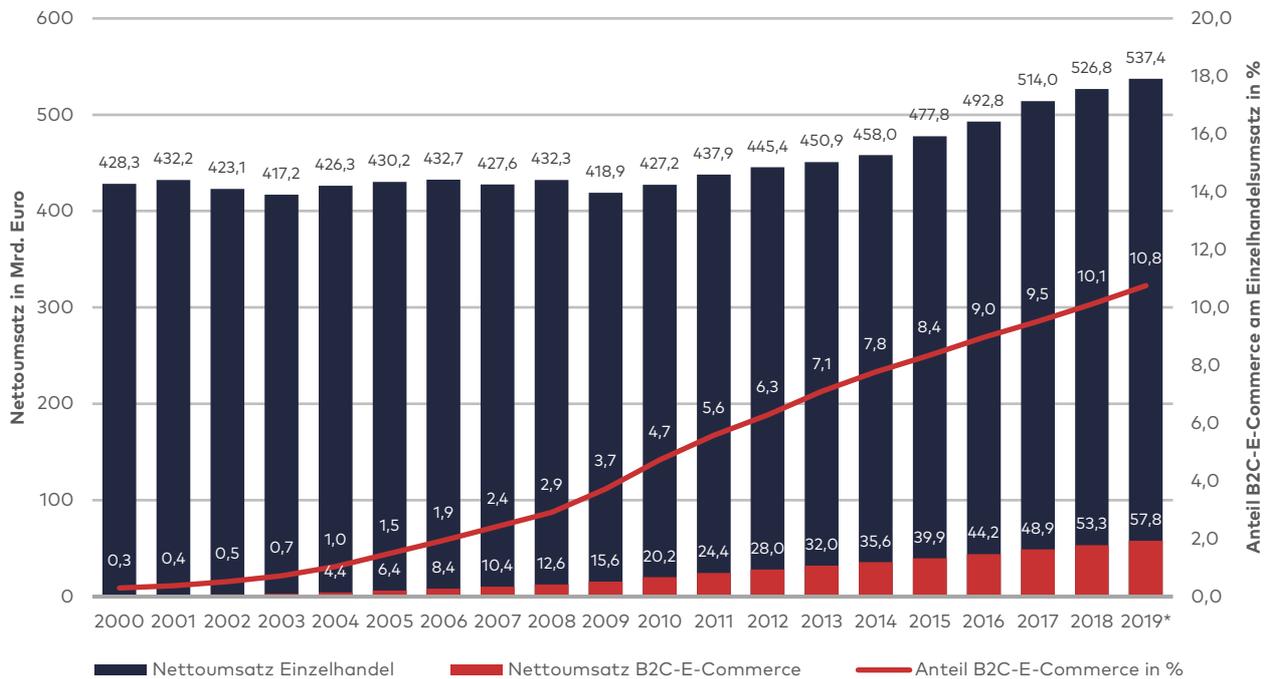


Abbildung 5: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); *Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist¹⁴, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang mit rd. 1,7 % noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen¹⁵. Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, so konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden. Für Städte wie Eisenach werden sich in der mittleren Frist voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des periodischen Bedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare, disruptive Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr spitzen Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Vertriebsstrategien¹⁶).

¹⁴ Unterhaltungselektronik rd. 25,7 %, Fashion & Accessoires rd. 23,5 %, Freizeit & Hobby rd. 22,9 %, Büro & Schreibwaren rd. 22,8 % (vgl. HDE/IFH 2017).

¹⁵ Vgl. HDE/IFH 2017.

¹⁶ Anmerkung; Multi-Channel bezeichnet einen mehrgleisigen Vertriebsweg des Handels. Bei diesem Ansatz existieren die verwendeten Vertriebskanäle nebeneinander, ohne jedoch miteinander verknüpft zu sein (bspw. Online Shop und stationäres Geschäft). Handelsbetriebe mit Cross-Channel Strategie verfügen ebenfalls über mehrere Vertriebskanäle, diese sind jedoch miteinander verknüpft. Der Kunde kann somit bspw. ein Produkt online vorbestellen und in einer Filiale abholen, oder bspw. in einem Online-Shop die Warenverfügbarkeit vor Ort überprüfen oder aber den Artikel direkt online bestellen.

4.2 SIEDLUNGSRÄUMLICHE RAHMENBEDINGUNGEN

Als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion im westlichen Thüringen zählt die Stadt Eisenach 41.848 Einwohner¹⁷. Für Eisenach wird ein relativer Bevölkerungsrückgang von rd. 1,6 % bis zum Jahr 2025 prognostiziert. Neben der Kernstadt gliedert sich Eisenach in die neun Ortsteile Stockhausen, Stedtfeld, Wartha-Göringen, Stregda, Madelungen, Neukirchen, Berteroda, Hötzelsroda und Neuenhof-Hörschel. Im Umland Eisenachs befinden sich neben zahlreichen Grundzentren auch einige Mittelzentren mit z. T. oberzentraler Teilfunktion. Im Westen schließt Hessen mit den Mittelzentren Heringen (Werra), Sontra und Eschwege an.

Nordöstlich von Eisenach liegt das Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion Mühlhausen/Thüringen und das Mittelzentrum Bad Langensalza. Im Osten folgen das Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion Gotha sowie das Oberzentrum Erfurt. Südlich von Eisenach befindet sich das Mittelzentrum Bad Salzungen (vgl. Abbildung 6).

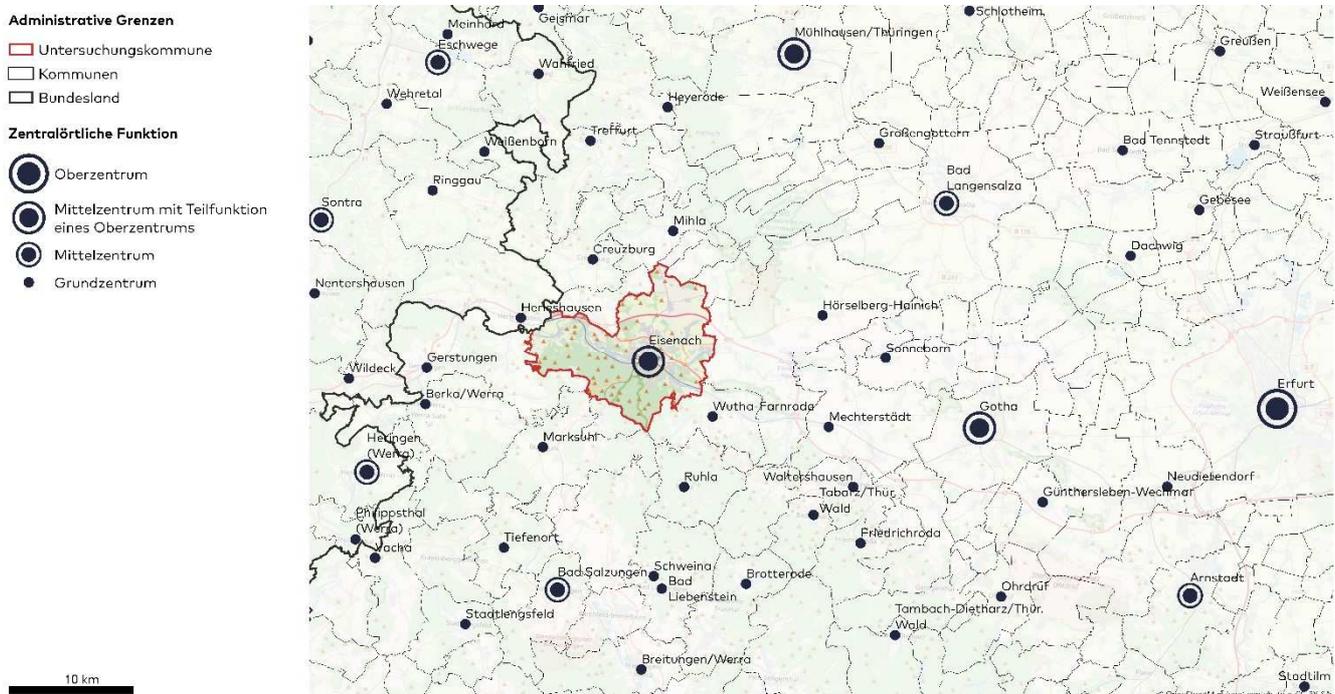


Abbildung 6: Zentralörtliche Funktion Eisenach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: GeoBasis-DE/BKG (Daten verändert), OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Im Hinblick auf die siedlungsräumlichen Rahmenbedingungen ergibt sich aus dem dargestellten Zentrengefüge das Wettbewerbsumfeld der Stadt Eisenach im regionalen Kontext. Die Pkw-Fahrzeit zu den oben genannten nächstgelegenen Mittelzentren (mit oberzentraler Teilfunktion) beträgt zwischen 30 und 45 Minuten. Ebenso ist das leistungsstarke Oberzentrum Erfurt in einer Fahrzeit von 50 bis 60 Minuten mit dem Pkw erreichbar.

Verkehrlich ist Eisenach über die Ost-West-Autobahn A 4, die von Dresden über Chemnitz, Gera, Jena und Erfurt bis nach Bad Hersfeld führt, angebunden. Die A 4 ist dabei eine der wichtigsten Ost-West-Verbindungen in Deutschland. Darüber hinaus verlaufen mit der B 19, B 874 und B 88 zahlreiche Bundesstraßen

¹⁷ Quelle: Stadt Eisenach, Stand: 31.12.2019

durch Eisenach, die insbesondere die regionalen und überregionalen Hauptverkehrsachsen in Nord-Süd-Richtung darstellen.

Eisenach liegt außerdem an der Bahnstrecke Bebra-Erfurt, die Teil der wichtigen ICE-Achse Frankfurt-Fulda-Erfurt-Leipzig/Halle-Berlin/Dresden ist. Über diese Strecke bestehen vom Bahnhof Eisenach stündliche Verbindungen in beide Richtungen. Hinzu kommen im Fernverkehr einzelne Verbindungen über Kassel in das Ruhrgebiet. Im Regionalverkehr bestehen überörtliche Verbindungen in Richtung Bebra (stündlich) und Gotha-Erfurt-Weimar-Naumburg-Halle (stündlich). Zudem ist Eisenach an das Fernbusnetz angebunden mit derzeit täglich jeweils einer Direktverbindung nach Berlin und nach Düsseldorf.

Hinsichtlich der Einbindung an den öffentlichen Personennahverkehr besteht ein Stadtbusnetz, das die Kernstadt und die direkt angrenzenden Ortsteile Stedtfeld, Hötzelsroda und Stockhausen abdeckt. Innerhalb der Kernstadt bedient das Stadtbusnetz nahezu alle Stadtteile und Quartiere. Betreiber ist das Verkehrsunternehmen Wartburgmobil. Die übrigen Ortsteile (Wartha-Göringen, Neuenhof-Hörschel, Madelungen, Stregda und Neukirchen) sind über Regionalbuslinien an die Kernstadt angebunden.

4.3 GESAMTSTÄDTISCHE NACHFRAGEANALYSE

Neben den siedlungsstrukturellen Rahmenbedingungen sind bei einer Markt- und Standortanalyse auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmendaten der statistischen Ämter des Bundes und der Länder, der Bundesagentur für Arbeit sowie der IFH Retail Consultants GmbH zurückgegriffen.

Einzelhandelsrelevante Kaufkraft

Die Stadt Eisenach verfügt über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Höhe von rd. 248,3 Mio. Euro. Dies entspricht einer einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 5.933 Euro je Einwohner, wobei der größte Anteil der Kaufkraft mit rd. 2.307 Euro je Einwohner auf die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Backwaren/Fleischwaren und Getränke) entfällt.

Tabelle 2: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen

Warengruppe	Kaufkraft in Mio. Euro	Kaufkraft je Einwohner in Euro
Nahrungs- und Genussmittel	96,5	2.307
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	14,0	335
Blumen, zoologischer Bedarf	4,6	110
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	6,4	153
Kurzfristiger Bedarfsbereich	121,6	2.905
Bekleidung	19,8	474
Schuhe/Lederwaren	5,8	138
Pflanzen/Gartenbedarf	4,3	103
Baumarktsortiment i. e. S.	19,7	471
GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör	2,6	61
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	5,1	121
Sportartikel/Fahrräder/Camping	5,8	138
Mittelfristiger Bedarfsbereich	63,0	1.506
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	6,0	144
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	2,6	62
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	2,3	54
Möbel	12,6	301
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	7,3	174
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	14,9	355
Uhren/Schmuck	2,6	62
Sonstiges	15,4	369
Langfristiger Bedarfsbereich	63,7	1.522
Gesamt	248,3	5.933

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Bürobedarf, Schreibwaren; GPK = Glast, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Briefmarken, Münzen; Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer¹⁸ beträgt in Eisenach rd. 93 und liegt damit leicht über dem Durchschnitt von Thüringen (rd. 92), jedoch unter dem Bundesdurchschnitt von 100. Auch die Nachbarkommunen von Eisenach verfügen

¹⁸ Die Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100).

über ein vergleichbares unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (siehe Abbildung 7).

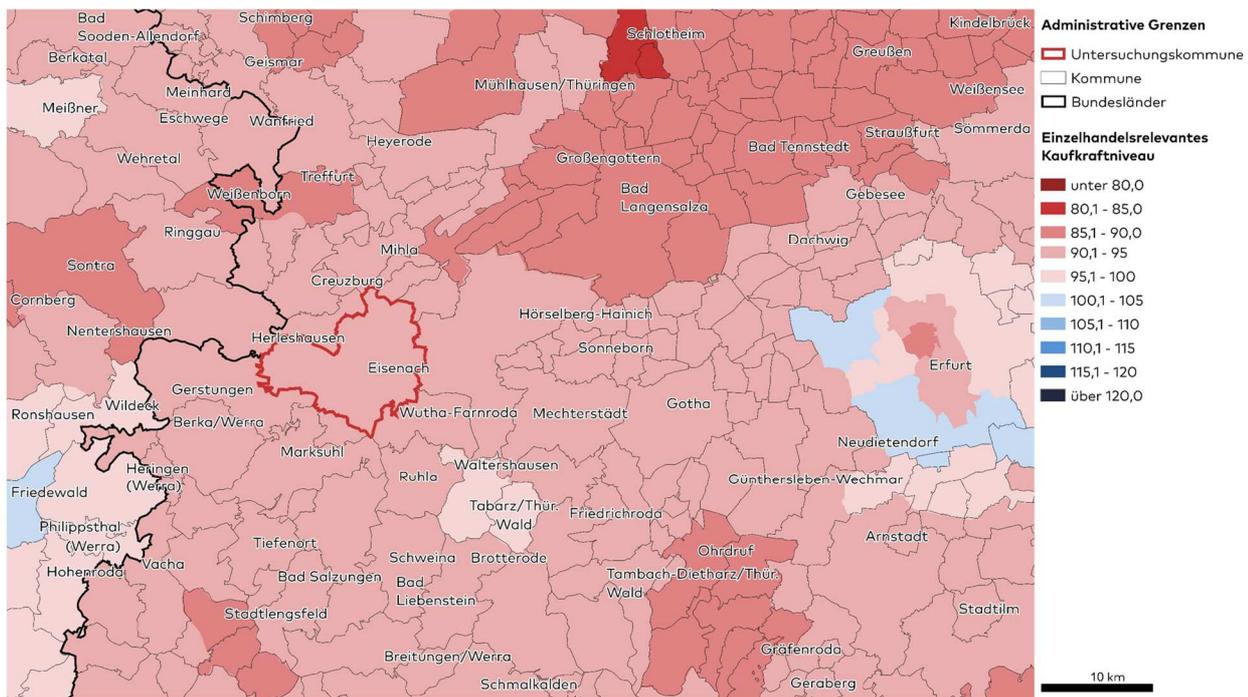


Abbildung 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Eisenach und Umgebung

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, Digital Data Services GmbH (DDS) 2014.

Einzugsgebiet der Stadt Eisenach

Grundsätzlich ist anzumerken, dass Einzugsgebiete nicht als statische Gebilde anzusehen sind, sondern vielmehr als modellhafte Abbildung eines Teilraumes, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil der betrachteten Stadt stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb und Abflüsse von innerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet endet deshalb nicht an den dargestellten Grenzen. Der über das abgegrenzte Einzugsgebiet hinausgehende Bereich ist als Ferneinzugsgebiet zu definieren, aus welchem mit Streuumsätzen¹⁹ zu rechnen ist. Dieses Gebiet ist nicht zum Einzugsgebiet zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und die Einflüsse von Konkurrenzstandorten deutlich überwiegen.

Bei der **Abgrenzung des Einzugsgebietes** von Eisenach haben insbesondere folgende Punkte Berücksichtigung gefunden:

- die Attraktivität und Anziehungskraft der Bestandsstrukturen in Eisenach (u. a. Branchen, Betreiber, Größen, Standorteigenschaften)
- die relevante Wettbewerbssituation, wie z. B. Entfernung und Attraktivität der relevanten Wettbewerber im engeren und weiteren Umfeld
- die sozioökonomischen Rahmenbedingungen von Eisenach im Vergleich zum engeren und weiteren Umfeld (insb. Bedeutung als Arbeitsort)
- die verkehrlichen, topografischen und naturräumlichen Gegebenheiten im engeren und weiteren Umfeld

¹⁹ diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug

- die sich durch Raum-Zeit-Distanzen ergebenden Einkaufsorientierungen der Wohnbevölkerung
- die administrative Gliederung im engeren und näheren Umfeld
- die Versorgungsfunktion Eisenachs

Unter Berücksichtigung der oben genannten Aspekte kann für die Stadt Eisenach das in Abbildung 8 dargestellte Einzugsgebiet abgegrenzt werden.

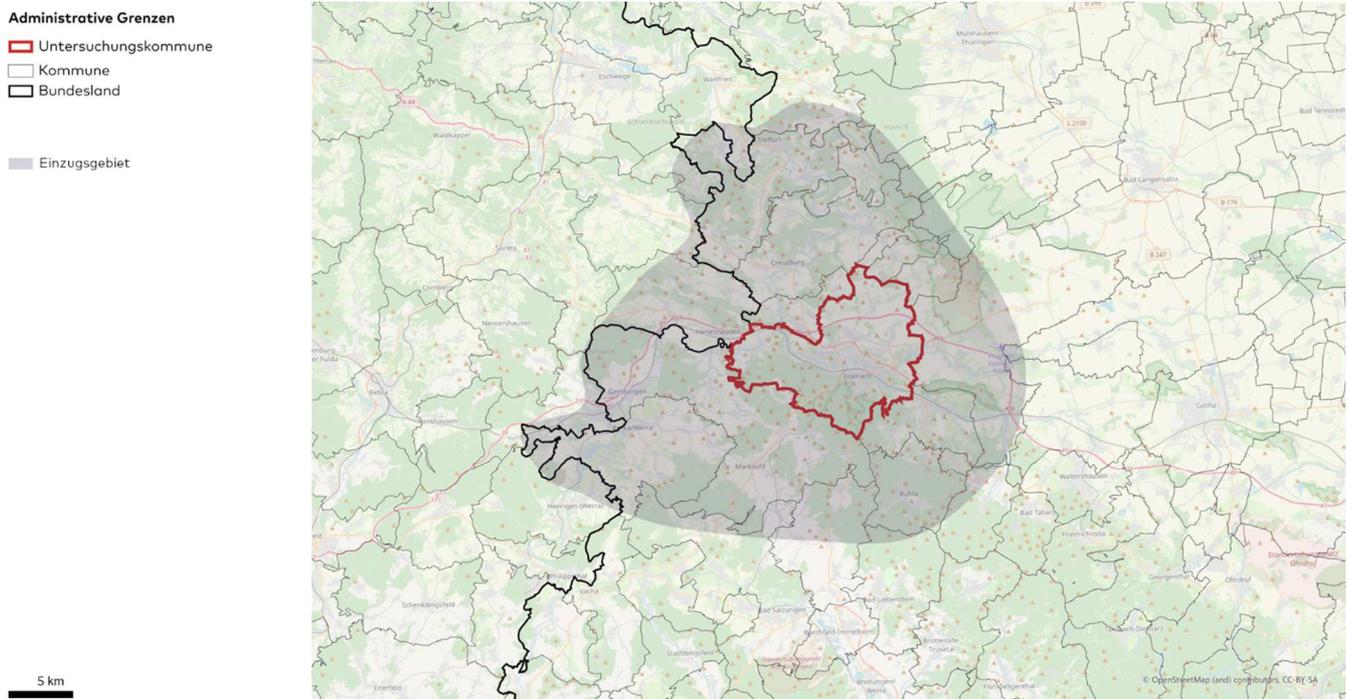


Abbildung 8: Einzugsgebiet der Stadt Eisenach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Es ist davon auszugehen, dass ein Großteil des Einzelhandelsumsatzes in Eisenach überwiegend aus dem aufgezeigten Einzugsgebiet generiert wird.

Das Einzugsgebiet der Stadt Eisenach von einer Größe von rd. 903 km² und rd. 140.000 Einwohnern umfasst u. a. das Stadtgebiet von Eisenach. Es ist davon auszugehen, dass der überwiegende Teil des Einzelhandelsumsatzes von Eisenach aus diesem Gebiet generiert wird. Darüber hinaus umfasst das Einzugsgebiet aufgrund der attraktiven Versorgungsangebote in Eisenach Bereiche über die Stadtgrenze hinaus, insbesondere im nördlichen Bereich des Wartburgkreises. Dies entspricht in etwa dem mittelzentralen Verflechtungsbereich Eisenachs. Dazu zählen die im Norden und Osten angrenzenden Gemeinden Treffurt, Mihla, Creuzburg und Hörselberg-Hainich sowie die südlich gelegenen Gemeinden Gersungen, Marksuhl und Wutha-Farnroda. Auch Herleshausen zählt z. T. zum Einzugsgebiet der Stadt Eisenach. Aufgrund der räumlichen Nähe, der Angebotssituation und der verkehrlichen Erreichbarkeit sind aus diesen Bereichen Einkaufsfahrten in relevanter Zahl nach Eisenach zu erwarten.

4.4 GESAMTSTÄDTISCHE ANGEBOTSANALYSE

Im Stadtgebiet von Eisenach wurden im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung (01-02/2020) insgesamt 396 Einzelhandelsbetriebe erfasst, welche über

eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 135.700 m² verfügen (siehe Tabelle 3)²⁰. Um eine Bewertung vornehmen zu können, wird die Gesamtverkaufsfläche auf die Einwohnerzahl bezogen. Hierbei zeigt sich, dass Eisenach mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 3,24 m² je Einwohner deutlich über dem Bundesdurchschnitt (rd. 1,44 m² VKF/Einwohner²¹) liegt.

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand in Eisenach

Strukturdaten	Erhebung 01-02/2020
Einwohner	41.848
Anzahl der Betriebe	396
Gesamtverkaufsfläche in m ²	135.700
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	3,24

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Bei einer Differenzierung nach Lagen wird deutlich, dass in Eisenach rd. 42 % der Verkaufsfläche in städtebaulich integrierten Lagen (rd. 21 % in ZVB, rd. 20 % in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen) angesiedelt sind. Die übrigen Betriebe mit einem Verkaufsflächenanteil von rd. 59 % sind in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Abbildung 9 stellt die in Eisenach erfasste Verkaufsfläche differenziert nach Warengruppen und Lagebereichen dar.

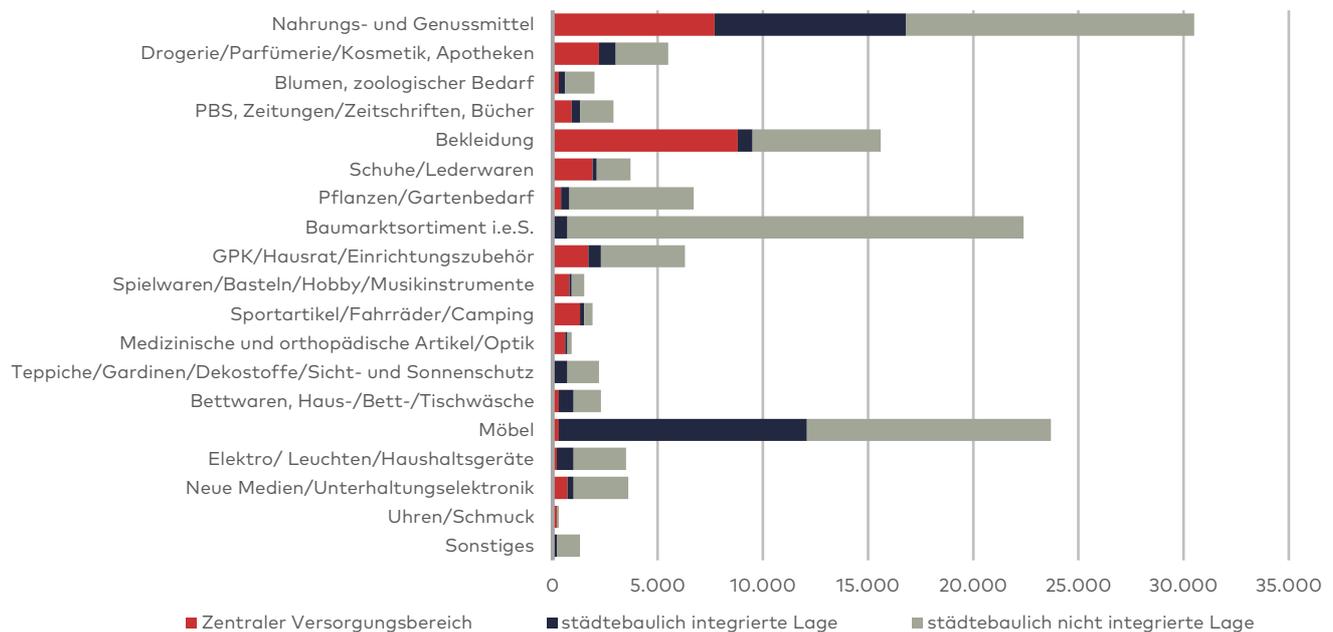


Abbildung 9: Einzelhandelsbestand in Eisenach nach Warengruppen und Lagebereichen

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; ZVB-Abgrenzung: Stadt Eisenach 2013; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Hinsichtlich der sortimentspezifischen Verkaufsfläche und deren städtebaulicher Integration sind insbesondere die folgenden Punkte von höherer Relevanz für die weiteren konzeptionellen Empfehlungen:

²⁰ Neueröffnung „Tor zur Stadt“ 10/2020 noch nicht berücksichtigt.

²¹ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

- Das Einzelhandelsangebot in Eisenach ist hinsichtlich der Verkaufsflächen-ausstattung besonders durch die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Möbel und Baumarktsortiment i. e. S.²² geprägt. Dies begründet sich v. a. durch mehrere großflächige Angebotsformen in diesen Sortimentsbereichen (u. a. Kaufland, Marktkauf, Rewe-Center, OBI, Toom, Cranz&Schäfer Möbelhaus, Opti Wohnwelt), die im Stadtgebiet vorzufinden sind. Zudem finden sich erhebliche Verkaufsflächenanteile in der Warengruppen Bekleidung.
- Die Einkaufsstadt wird insbesondere durch klassische innerstädtische Leitsortimente (insb. Bekleidung, Schuhe/Lederwaren) sowie nahversorgungsrelevante Sortimentsbereiche (Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken) geprägt. Das leistungsstarke Angebot ist hierbei v. a. durch Filialisten geprägt.
- Das Verkaufsflächenangebot in städtebaulich nicht integrierten Lagen besteht zu einem großen Teil aus den Warengruppen Baumarktsortiment i. e. S., Möbel und Pflanzen/Gartenbedarf. Betriebe mit diesen Sortimenten sind aufgrund ihres flächenintensiven Charakters i. d. R. weder für eine Ansiedlung in zentralen Versorgungsbereichen geeignet noch sind diese Branchen in funktionaler Hinsicht prägend für zentrale Versorgungsbereiche.
- Allerdings werden an Standorten in städtebaulich z. T. nicht integrierter Lage auch in hohem Maße Waren aus dem Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sowie nachgeordnet aus den innerstädtischen Leitsortimenten Bekleidung, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör und Neue Medien/Unterhaltungselektronik angeboten. Innerhalb dieser Warengruppen ist von Wettbewerbsbeziehungen insbesondere zwischen den zentralen Versorgungsbereichen bzw. Einzelhandelslagen zur Nahversorgung außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche und den Standorten in städtebaulich nicht integrierten Lagen auszugehen. Im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und Bekleidung ist dies vornehmlich auf das Angebot an den Standortbereichen Obere Mühlhäuser Straße, PEP Hötzelroda sowie Alte Spinnerei zurückzuführen. Im Sortiment Neue Medien/Unterhaltungselektronik ist die Lageverteilung durch die Fachmarktstruktur in Stregda zu begründen. Der hohe Verkaufsflächenanteil in städtebaulich nicht integrierter Lage in der Warengruppe GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör ist insbesondere auf den Randsortimentsanteil der Möbelhäuser und der Baumärkte zurückzuführen und dementsprechend z. T. zu relativieren.
- Daneben wird das Angebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche v. a. durch Lebensmittelmärkte geprägt. Diese können – sofern sie in städtebaulich integrierten Lagen verortet sind bzw. einen direkten räumlichen und funktionalen Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen aufweisen – einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung leisten.

Benchmarking: Gesamtstädtische Kennwerte

Im Folgenden werden die gesamtstädtischen Kennwerte der Stadt Eisenach mit Daten vergleichbarer Kommunen im Rahmen eines Benchmarkings verglichen

²² Anmerkung: i.e.S. = im engeren Sinne

(siehe Tabelle 4). Bei der Auswahl der Vergleichskommunen wurden u. a. die räumliche Nähe, die Einwohnerzahl, die zentralörtliche Funktion sowie das Bundesland berücksichtigt.

Tabelle 4: Gesamtstädtische Kennwerte im Vergleich

Strukturdaten	Eisenach (MZ mit TF OZ)	Mühlhausen/ Thüringen (MZ mit TF OZ)	Weimar (MZ mit TF OZ)	Zella-Mehlis (MZ)	Gotha (MZ mit TF OZ)	Arnstadt (MZ)
Veröffentlichungsjahr	2020	2014	2017	2013	2017*	2020
Einwohner	41.848	33.700	64.355	37.930	45.410	27.905
Anzahl der Betriebe Gesamtstadt	396	368	525	97	k. A.	229
Gesamtverkaufsfläche in m ²	135.700	83.060	118.875	31.340	134.450	65.400
Verkaufsflächenaus- stattung in m ² je Ein- wohner	3,24	2,46	1,85	0,83	3,01	2,34

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach, Stand 31.12.2019. Daten: laufend aktualisierte Datenbank Stadt + Handel (beinhaltet auch Fremdgutachten); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet.

Im Verhältnis zu anderen Mittelzentren (mit Teilfunktion eines Oberzentrums) in der Region verfügt Eisenach über eine überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung je Einwohner. Der überdurchschnittliche Wert ist dabei v. a. auf die großformatigen Angebote aus dem Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortiment sowie dem Möbelsegment zurückzuführen.

Insgesamt lässt sich festhalten, dass das Einzelhandelsangebot in Eisenach hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche im Vergleich zum Bundesdurchschnitt sowie im Vergleich zu anderen umliegenden Mittelzentren als überdurchschnittlich für ein Mittelzentrum zu bewerten ist. Dies ist u. a. auch durch die oberzentrale Teilfunktion der Stadt Eisenach zu begründen.

Umsatzschätzung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze²³ im Einzelhandel von Eisenach basiert auf allgemeinen und für die Stadt Eisenach spezifizierten angebots- und nachfrage-seitigen Eingangsparametern.

- Als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung werden grundlegende **nachfrage-seitige Rahmenbedingungen** (siehe dazu Kapitel 4.3) berücksichtigt. Dazu zählt insbesondere die einzelhandelsrelevante Kaufkraft.
- Im Rahmen einer Recherche werden die **relevanten Wettbewerbsstrukturen im engeren und weiteren Umfeld** identifiziert und hinsichtlich ihrer Wechselwirkung mit den Angeboten in Eisenach beurteilt. Dabei sind die Nahversorgungsstrukturen im engeren Umfeld sowie die großflächigen Einzelhandelsstandorte und Innenstädte der Nachbarkommunen im weiteren Umfeld von besonderer Bedeutung.

²³ Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

- Auf Grundlage der oben genannten Punkte wird ein **Einzugsgebiet** für die Stadt Eisenach abgegrenzt, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil von Eisenach stammt.
- Die über die zuvor dargestellten Arbeitsschritte ermittelten sortimentspezifischen Umsätze werden abschließend mit Hilfe von Stadt + Handel vorliegenden **durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen** sowie **spezifische Kennwerte einzelner Anbieter** plausibilisiert. Das umfangreiche Datenportfolio von Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der Fachliteratur aktualisiert.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe zudem die **konkrete Situation vor Ort** berücksichtigt werden. So fließen in Einzelfällen zum einen die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen und zum anderen die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage in die Umsatzberechnung der Betriebe mit ein.

Insgesamt lässt sich hieraus ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 348,9 Mio. Euro brutto je Jahr ermitteln. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft von rd. 248,3 Mio. Euro ergibt sich somit eine Einzelhandelszentralität²⁴ von rd. 1,41. Diese ist angesichts der zentralörtlichen Funktion Eisenachs als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion in ländlichen Umfeld angemessen. Wie Tabelle 5 zu entnehmen ist, fällt die Zentralität in Eisenach je nach Warengruppe sehr differenziert aus.

²⁴ Die Einzelhandelszentralität (im Folgenden: Zentralität) gibt das Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur örtlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 1,00 ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 1,00 ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 5: Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Eisenach

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz in Mio. Euro	Kaufkraft in Mio. Euro	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	29.800	142,3	96,5	1,47
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	5.400	22,4	14,0	1,59
Blumen, zoologischer Bedarf	1.900	6,1	4,6	1,33
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	2.900	7,5	6,4	1,17
Kurzfristiger Bedarfsbereich	40.000	178,3	121,6	1,47
Bekleidung	15.500	32,8	19,8	1,65
Schuhe/Lederwaren	3.600	7,9	5,8	1,36
Pflanzen/Gartenbedarf	6.600	5,2	4,3	1,21
Baumarktsortiment i. e. S.	22.400	27,1	19,7	1,37
GPK/Hausrat/Einrichtungszu- behör	6.300	3,5	2,6	1,36
Spielwaren/Basteln/Hobby/Mu- sikinstrumente	1.500	5,1	5,1	1,01
Sportartikel/Fahrräder/Cam- ping	2.000	6,5	5,8	1,12
Mittelfristiger Bedarfsbereich	57.800	88,1	63,0	1,40
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	900	7,2	6,0	1,20
Teppiche/Gardinen/Deko- stoffe/Sicht- und Sonnenschutz	2.300	2,8	2,6	1,07
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tisch- wäsche	2.200	3,5	2,3	1,53
Möbel	23.700	17,5	12,6	1,39
Elektro/Leuchten/Haushaltsge- räte	3.500	10,3	7,3	1,42
Neue Medien/Unterhaltungs- elektronik	3.600	22,1	14,9	1,49
Uhren/Schmuck	400	3,1	2,6	1,17
Sonstiges	1.300	15,9	15,4	1,03
Langfristiger Bedarfsbereich	37.900	82,4	63,7	1,29
Gesamt	135.700	348,9	248,3	1,41

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kaufkraft: IFH Retail Consultants GmbH 2019; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; Umsatz/Kaufkraft auf 0,1 Mio. Euro gerundet; Differenzen in den Summen rundungsbedingt möglich.

In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren/Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken können mit Zentralitäten von rd. 1,47 bzw. rd. 1,59 deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland generiert werden (siehe Tabelle 5).

In den Warengruppen der überwiegend kurzfristigen Bedarfsstufe ist in der Summe mit einer Zentralität von rd. 1,47 auch insgesamt ein deutlicher Kaufkraft-

zufluss festzustellen, so dass Eisenach über die Stadtgrenzen hinaus Versorgungsfunktionen im Bereich des Grundbedarfs erfüllt. Die vergleichsweise hohen Zentralitäten sind dabei insbesondere auf die Drogeriefachmärkte sowie auf den Verbrauchermarkt sowie die SB-Warenhäuser zurückzuführen.

Als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion hat die Stadt Eisenach neben der Versorgung mit Gütern des periodischen Bedarfs auch die Versorgung für den gehobenen und spezialisierten Bedarf für die Eisenacher Bürger und die im Einzugsgebiet lebende Bevölkerung zu übernehmen. Im Bereich des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches weist Eisenach mit rd. 1,40 und rd. 1,29 deutlich erhöhte Zentralitäten auf, die für ein Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums und vor dem Hintergrund der in Kapitel 4.1 skizzierten Rahmenbedingungen als angemessen zu bezeichnen sind. Die höchsten Werte werden dabei in den innerstädtischen Leitsortimenten wie z. B. Bekleidung erreicht, die insbesondere auf die entsprechenden Fachmarktstrukturen bzw. größere Fachgeschäfte und das diversifizierte Angebot im ZVB Einkaufsinnenstadt zurückzuführen sind. Auch die Sortimente Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken (rd. 1,59), neue Medien/Unterhaltungselektronik (rd. 1,49) und Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte (rd. 1,53) weisen hohe Zentralitäten und somit einen deutlichen Kaufkraftzufluss aus dem Eisenacher Umland auf.

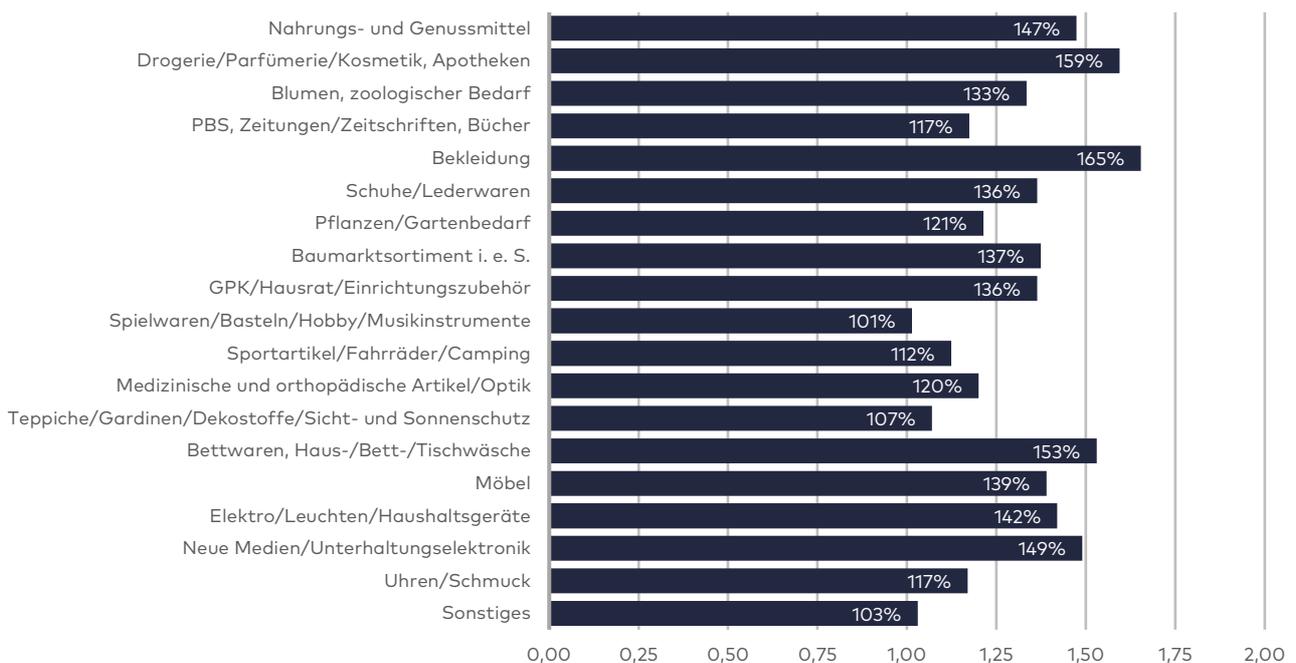


Abbildung 10: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Eisenach

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; Sonstiges = u. a. Kfz-Zubehör.

Anhand der dargestellten Zentralitäten über alle Warengruppen wird deutlich, dass Eisenach den zugewiesenen mittelzentralen Versorgungsauftrag über die Stadtgrenzen hinaus erfüllen kann. Welche Rolle die Eisenacher Innenstadt dabei im Vergleich zu anderen Einzelhandelsstandorten einnimmt, wird in den folgenden Kapiteln weitergehend dargestellt.

4.5 STÄDTEBAULICHE ANALYSE

Im Rahmen der Markt- und Standortanalyse und unter Berücksichtigung des Zentrenkonzeptes für die Stadt Eisenach aus dem Jahr 2013 können neben den dort festgelegten zentralen Versorgungsbereichen keine weiteren strukturprägenden Standortbereiche in Eisenach identifiziert werden. Die zentralen Versorgungsbereiche aus dem Zentrenkonzept für die Stadt Eisenach aus dem Jahr 2013 werden im Folgenden hinsichtlich ihrer städtebaulich-funktionalen Aspekte analysiert.

ZVB EINKAUFSINNENSTADT I

Räumliche Analyse

Versorgungsgebiet

Stadt Eisenach und Einzugsbereich

Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

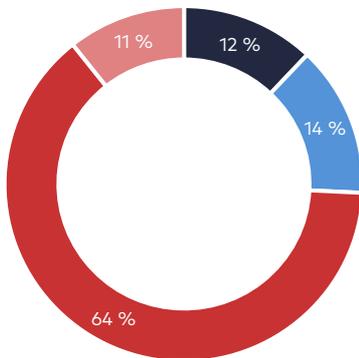
- 0 - 99 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 3.999 m²
- ab 4.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ZVB-Abgrenzung ZK 2013



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Siedlungsstruktur

Einwohner (Gesamtstadt) 41.848

Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	153	39 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	21.000	15 %
Anzahl der Leerstände**	494	24%
Zentrenergänzende Funktionen	155	-

Magnetbetriebe

Kaufhaus Schwager, H & M, dm, C & A, Drogerie Müller, Intersport Schwager, Edeka Simon, Netto, Douglas

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB EINKAUFSINNENSTADT II

Räumliche Integration



Die Einkaufsinnenstadt zieht sich entlang der zentralen Achse Karlstraße, vom Karlsplatz im Osten bis über den Markt in die Georgenstraße bis zur Einmündung Hospitalstraße. Im Norden wird der ZVB durch die rückwärtigen Grundstücksgrenzen der Alexanderstraße begrenzt. Der ZVB reicht über die Querstraße, bezieht im Süden die Goldschmiedenstraße mit ein und reicht bis zum Frauenplan; umschlossen von Wohnsiedlungsbau; makroräumlich zentral im Eisenacher Stadtgebiet gelegen und städtebaulich in umgebende Strukturen integriert.

Verkehrliche Erreichbarkeit



(Über-)örtliche Pkw-Erreichbarkeit durch Wartburgallee (B 19) gegeben, als wichtige Verbindungsachse in Nord-Süd Richtung zum ZVB; Flächen für den ruhenden Verkehr v. a. in Form von Parkhäusern sowie Parkflächen am Rande der Einkaufsinnenstadt, weitere Parkmöglichkeiten straßenbegleitend in den Neben- und Ergänzungslagen; fußläufige Entfernung zum Bahnhof mit Anschluss an das (über-)regionale Bahnnetz (Bahnhof rd. 0,5 km Fußweg entfernt); Anbindung an den (regionalen) ÖPNV in direkter Nähe über den Bus-Knotenpunkt Karlsplatz, dem nahegelegenen ZOB mit Stadt- und Fernbusverkehr sowie über die Bus-Haltestellen Markt, Alexanderstraße, Johannisplatz; Der Standortbereich verfügt über eine angemessene Erreichbarkeit per Fahrrad und hält verschiedene Radabstellanlage vor; Fußgängerzone im Bereich Karlstraße und Querstraße sowie Teile des Markts.

Versorgungsfunktion



Übernahme der Versorgungsfunktion für die Gesamtstadt und das zentralörtliche Einzugsgebiet; eher geringes Gewicht in Bezug auf die gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung (rd. 15,4 % der GVKF in Eisenach), jedoch mit deutlichen sortimentsbezogenen Unterschieden; hohes Verkaufsflächengewicht insbesondere in den Sortimenten Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Drogeriewaren als wesentliche Leitsortimente für die Einkaufsinnenstadt.

Einzelhandelsbesatz



Hauptfrequenzlage und höchste Einzelhandelsdichte entlang der Karlstraße sowie der Querstraße mit attraktiver Nutzungsmix aus Einzelhandel (Filialisten und Fachgeschäfte) und zentrenergänzenden Funktionen; Edeka, Netto und dm als nahversorgungsrelevante Einzelhandelsbetriebe in der Einkaufsinnenstadt mit Magnetfunktion; tendenzielle Trading-Down-Prozesse in den Randlagen (u. a. Goldschmiedenstraße, östl. Alexanderstraße); z. T. gestalterische Defizite hinsichtlich Modernität der Ladenlokale und Warenpräsentation, insb. in den Randlagen; Wochenmarkt aktuell auf dem Markt; keine ausgeprägte Leerstandsproblematik in der Hauptlage.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Durchmischung unterschiedlicher Betriebsgrößen; Angebotsschwerpunkt eindeutig im Sortiment Bekleidung, Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren und Schuhe/Lederwaren als Leitsortimente der Einkaufsinnenstadt; Magnetbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Angebotsschwerpunkt insbesondere entlang der Achsen Karlstraße/Querstraße verortet; Ergänzung durch inhabergeführte Fachgeschäfte; hoher Filialisierungsgrad insbesondere in der Karl- und Querstraße.

Zentrenergänzende Funktionen



Zentrenergänzende Funktionen in allen Lagen des ZVB verortet, insbesondere in den Nebenlagen sowie im Bereich des Frauenplans; breiter Angebotsmix mit Schwerpunkt auf sonstigen einzelhandelsnahen Dienstleistungen, gastronomischen Angeboten sowie im touristischen Bereich. Hohe Besucherfrequenz aufgrund Verbindung der touristischen Ziele Wartburg – Innenstadt.

Städtebauliche Struktur



Hohe Einzelhandelsdichte insbesondere in der Karlstraße und der Querstraße. Weitere Magnetbetriebe und Filialisten mit gewisser Magnetfunktion im Bereich des Johannisplatzes. Keine Ausbildung einer Knochenstruktur oder eines Rundlaufes. Insgesamt hoher städtebaulich-funktionaler Zusammenhang im ZVB Einkaufsinnenstadt um die Bereiche Karlstraße, Querstraße, Johannisplatz, Johannisstraße. Insgesamt jedoch weitläufige Ausdehnung mit auslaufenden Lagen an den Randbereichen, z. B. Georgenstraße, Frauenberg. Sichtachse aufgrund der weitläufigen Abgrenzung nur an den Platzsituationen Markt, Karlsplatz und Johannisplatz gegeben. Nur bedingt wahrnehmbare Eingangssituationen zum ZVB.

Städtebauliches Erscheinungsbild



Attraktive und historische Bausubstanz und Gebäudefassaden entlang der Hauptachse Markt – Karlstraße – Karlsplatz; ansprechend gestaltete Platzsituation am Markt und Johannisplatz; Bevorstehende Sanierung am Karlsplatz; geringe Immissionen durch verkehrsberuhigte Bereiche.

Markante Entwicklungen seit 2013



Insgesamt Rückgang der Betriebszahlen um rd. 18 % sowie Rückgang der Verkaufsfläche um rd. 11 %, wobei insb. die Nebenlagen von dieser Entwicklung betroffen sind.

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Aktuell hinsichtlich der Angebotsstrukturen attraktives Angebot in einer relativ weitläufigen Einkaufsinnenstadt. Städtebaulich attraktive Hauptlage mit hoher Nutzungsdichte, jedoch hoher Anteil an Neben- und Ergänzungslagen mit nachgeordneter Einzelhandelsfunktion.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM ALTSTADTSTRAÙE I

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich

Östliche Kernstadt

Funktion

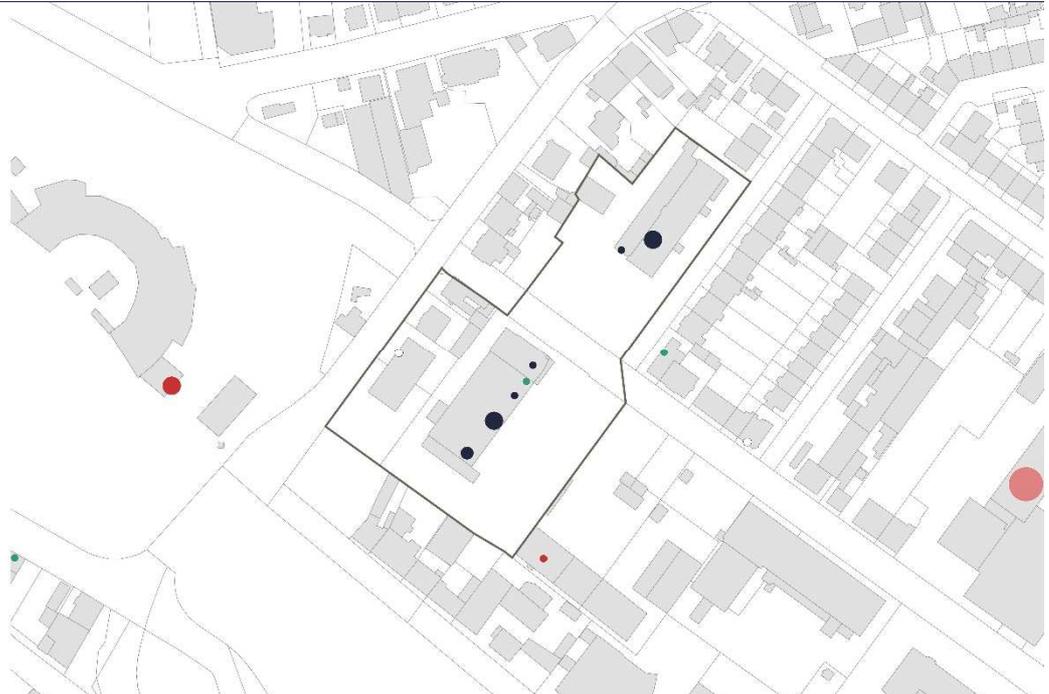
- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

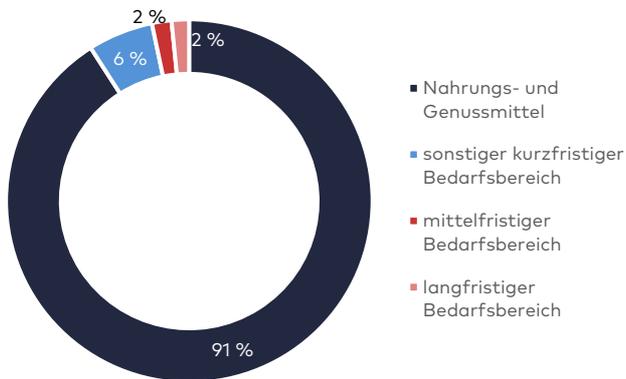
- 0 - 99 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 3.999 m²
- ab 4.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ZVB-Abgrenzung ZK 2013



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur

	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	6	1,5 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	1.200	1,2%
Anzahl der Leerstände**	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	1	-

Magnetbetriebe

Aldi, denn´s

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM ALTSTADTSTRAÙE II

Räumliche Integration



Östliche Lage in der Kernstadt der Stadt Eisenach; erstreckt sich auf beiden Seiten der Altstadtstraße und umfasst die Bereiche zwischen der Langensalzaer Straße und Hellwigstraße; eingebettet in Wohngebiete mit z. T. Geschosswohnungsbau der Zeilenbauweise sowie z. T. aufgelockerter Wohnsiedlungsbebauung; ein Schulstandort befindet sich in der Nähe.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Erreichbarkeit für den MIV über Altstadtstraße als Hauptverbindungsachse Richtung Einkaufsinnenstadt gegeben; Parkplätze sind in ausreichender Menge anbieterbezogen vor den beiden Lebensmittelmärkten vorhanden; Erschließung für den ÖPNV ebenfalls über die an der Altstadtstraße gelegene Haltestelle „Altstadtstraße“ in rd. 200 m fußläufiger Entfernung und rd. halbstündlicher Frequentierung.

Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion vornehmlich für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete (Oststadt); vergleichsweise geringes Gewicht (rd. 1,0 % der GVKF in Eisenach), jedoch attraktives Angebot am Standortbereich durch Kopplung eines Lebensmittel-discounters und eines Lebensmittel-Biofachmarktes. Versorgungsfunktion reicht durch den Biofachmarkt deutlich über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.

Einzelhandelsbesatz



Angemessene Einzelhandelsdichte mit Fokus auf die Nahversorgungsfunktion; Lebensmitteldiscounter Aldi und Lebensmittel-Biofachmarkt denn's fungieren als Magnetbetriebe, ergänzt durch kleinteilige Betriebe im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Aldi und denn's Märkte als Magnetbetriebe im ZVB; sonst lediglich kleinteilige Betriebsstrukturen (Getränkemarkt, Bäcker etc.); insgesamt geringer Angebotsmix für NVZ; Angebotslücken v. a. im Bereich eines vollsortimentierten Lebensmittelangebotes sowie Drogeriewaren und arrondierendem mittelfristigem Bedarfsbereich.

Zentrenergänzende Funktionen



Integration der zentrenergänzenden Funktionen in die Fachmarktstrukturen; für ein Nahversorgungszentrum geringe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen.

Städtebauliche Struktur



Baukörper der Lebensmittelmärkte als städtebauliche Dominante mit funktionalem Erscheinungsbild; durch Funktionsunterbrechungen (Straße ohne Querungsmöglichkeit) nur bedingter städtebaulich-funktionaler Zusammenhang zwischen den beiden Bereichen an der Altstadtstraße; fehlende Fußgängerübergänge über die Altstadtstraße erschweren fußläufige Erreichbarkeit aus umliegenden Wohngebieten.

Städtebauliches Erscheinungsbild



Eingebettet in v. a. Geschosswohnungsbau der Zeilenbauweise sowie z. T. freistehende Wohnsiedlungsbebauung; überwiegend gepflegte Bausubstanz; wenige Verweilmöglichkeiten durch fehlende Platzsituation; Immissionen (Lärm, Abgase etc.) durch Altstadtstraße; eher geringe Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre durch funktionale Gestaltung und autokundenorientierte Gestaltung des NVZ geprägt.

Markante Entwicklungen seit 2013



Keine wesentliche Veränderung seit 2013.

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Funktionsgerecht ausgestattetes Nahversorgungszentrum im Bereich des Einzelhandels; Standortbereich mit discountorientierten Lebensmittelangebot ergänzt durch einen Bio-Fachmarkt sowie kleinteilige ergänzende Angebote; Nahversorgungsfunktion für das östliche Stadtgebiet, die bedingt durch den Bio-Fachmarkt deutlich über den Nahbereich hinausgeht; jedoch funktionale Gestaltung und geringe Aufenthaltsqualität. Insgesamt eine stabile Entwicklung, jedoch geringer Besatz an zentrenergänzenden Funktionen.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM KARLSKUPPE I

Räumliche Analyse

Versorgungsbereich

Westliche Kernstadt

Funktion

- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarf
- mittelfristiger Bedarf
- langfristiger Bedarf
- Zentrenergänzende Funktion
- Leerstand

Betriebsgrößenstruktur in m²

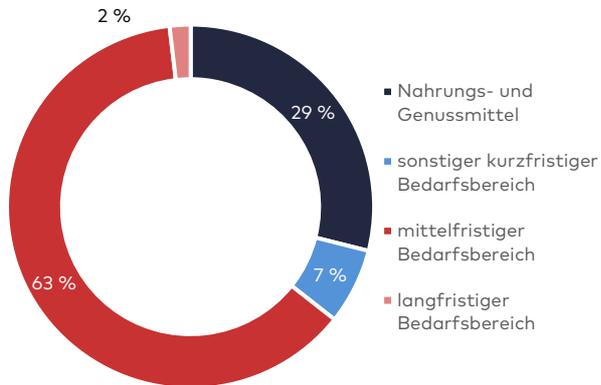
- 0 - 99 m²
- 100 - 399 m²
- 400 - 799 m²
- 800 - 3.999 m²
- ab 4.000 m²

Zentren- und Standortabgrenzungen

- ZVB-Abgrenzung ZK 2013



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	4	1 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	2.000	1 %
Anzahl der Leerstände**	2	33 %
Zentrenergänzende Funktionen	2	-

Magnetbetriebe

Aldi, Tedi

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM KARLSKUPPE II

Räumliche Integration



Lage in der nordwestlichen Kernstadt Eisenach; Lagebereich westlich der Kasseler Straße; östlich des Standortbereichs befinden sich entlang der Ernst-Thälmann-Straße mehrere Schulstandorte; Standortbereich ist vornehmlich von Wohnbebauung mit Einfamilienhäusern und Geschosswohnungsbau umgeben und weist somit eine gute städtebauliche Integration auf.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Kasseler Straße als zentrale Erschließungsstraße mit Verbindungsfunktion zwischen B 19 und südlich gelegener Innenstadt; NVZ weist anbieterbezogenes, großzügiges Stellplatzangebot auf; ÖPNV-Haltepunkt Kasseler Straße und Karlskuppe in direkter Nähe zum Standortbereich mit mind. halbstündlicher Anbindung; sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus umliegenden Wohngebieten.

Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion insb. für nordwestliche Kernstadt sowie nördlich an Eisenach angrenzende Gemeinden; vergleichsweise geringes Gewicht (rd. 1 % der GVKF in Eisenach); Ausstattung entspricht einer funktionsgerechten Dimensionierung eines NVZ, jedoch Versorgungsfunktion durch fehlendes vollsortimentiertes Angebot eingeschränkt; nicht unerheblicher Anteil an mittel- und langfristigen Angebotsstrukturen. Versorgungsfunktion reicht über den unmittelbaren Nahbereich hinaus.

Einzelhandelsbesatz



Geringe Einzelhandelsdichte mit Fokus auf die Nahversorgungsfunktion; Lebensmitteldiscounter Aldi als einziger nahversorgungsrelevanter Magnetbetrieb, ergänzt durch einen strukturprägenden Fachmarkt im mittelfristigen Bedarfsbereich und kleinteilige Betriebe im langfristigen Bedarfsbereich. Magnetbetriebe z. T. mit Optimierungsbedarf im Marktauftritt (Verkaufsfläche); Sortiments- und Preisniveau im NVZ überwiegend discountorientiert (Aldi, Tedi).

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Lebensmitteldiscounter Aldi und Non-Food Discounter Tedi als Magnetbetriebe, sonst wenige kleinteilige Betriebsstrukturen; nicht unerheblicher Anteil an mittel- und langfristigen Sortimenten (Tedi, Cube); Angebotslücken v. a. im Bereich eines vollsortimentierten Lebensmittelangebotes.

Zentrenergänzende Funktionen



Integration der zentrenergänzenden Funktionen in die Fachmarktstrukturen; gering ausgeprägte Angebotsstruktur für ein NVZ mit dieser Versorgungsfunktion.

Städtebauliche Struktur



Sehr kompakter Standortbereich; eingebettet in umgebende Wohngebiete mit Einfamilienhäusern und z. T. Geschosswohnungsbau; funktionale Eingangssituation zum ZVB; neben fußläufiger Erreichbarkeit stark auf die Pkw-Erreichbarkeit ausgerichtet.

Städtebauliches Erscheinungsbild



Eher funktionale gestalteter, gepflegter Gebäudebestand; Einkaufsatmosphäre durch punktuelle Konzentration des Angebotes vorhanden, jedoch eher geringe städtebauliche Qualität und geringe Aufenthaltsqualität.

Markante Entwicklungen seit 2013



Umnutzungen seit 2013, jedoch keine wesentliche Veränderung der Verkaufsfläche.

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Funktionsgerecht ausgestattetes Nahversorgungszentrum, jedoch mit städtebaulich-funktionalen Mängeln und nicht vollumfänglichem Angebot im kurzfristigen Bedarfsbereich (fehlender Lebensmittelvollsortimenter); Potenzialflächen ggf. durch die Revitalisierung von Leerständen im Zentrum vorhaben.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM NORD I

Räumliche Analyse

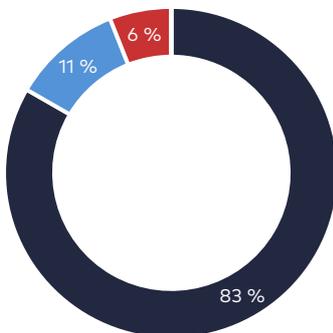
Versorgungsbereich

Nördliche Kernstadt

- Funktion**
- Nahrungs- und Genussmittel
 - sonstiger kurzfristiger Bedarf
 - mittelfristiger Bedarf
 - langfristiger Bedarf
 - Zentrenergänzende Funktion
 - Leerstand
- Betriebsgrößenstruktur in m²**
- 0 - 99 m²
 - 100 - 399 m²
 - 400 - 799 m²
 - 800 - 3.999 m²
 - ab 4.000 m²
- Zentren- und Standortabgrenzungen**
- ZVB-Abgrenzung ZK 2013



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



- Nahrungs- und Genussmittel
- sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich
- mittelfristiger Bedarfsbereich
- langfristiger Bedarfsbereich

Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	8	2 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	2.700	2 %
Anzahl der Leerstände**	8	50 %
Zentrenergänzende Funktionen	15	-

Magnetbetriebe

Nahkauf, tegut

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM NORD II

Räumliche Integration



Lage im nördlichen Kernsiedlungsbereich der Stadt Eisenach im Quartier Eisenach Nord; nördlich des Standortbereichs schließen zwei Schulstandorte an; Lagebereich ist vornehmlich von Wohnbebauung der Plattenbauweise sowie z. T. von Mischnutzung umgeben; z. T. Funktionsunterlagerung von Wohngebäuden durch Einzelhandelsnutzungen; Lagebereich weist somit eine optimale städtebauliche Integration auf.

Verkehrliche Erreichbarkeit



MIV-Erschließung erfolgt über die Stregdaer Allee sowie Am Gebräun; Parkplätze sind in begrenzter Zahl anbieterbezogen vorhanden; Bushaltepunkt Am Gebräun und Am Schleierborn in jeweils rd. 120 bzw. 170 m Entfernung mit Anbindung in Richtung Innenstadt mit angemessener Frequentierung; breite Gehwege entlang der Zufahrtsstraßen ermöglichen eine gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten; Radabstellmöglichkeiten vorhanden.

Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion vornehmlich für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete (nördliche Kernstadt); im Vergleich zu den weiteren Nahversorgungszentren höheres Gewicht hinsichtlich der Verkaufsflächendimensionierung; insgesamt angemessene Verkaufsflächendimensionierung und Gewicht für NVZ.

Einzelhandelsbesatz



Vollsortimentiertes Lebensmittelangebot (zwei Supermärkte, ein ethnischer Supermarkt); Ergänzung durch Betriebe im kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich mit eher preisorientiertem Angebot; gemischte Nutzung der Erdgeschoss-Lagen durch Einzelhandel, Dienstleister, Büronutzungen und Gastronomie; Arrondierung des Angebotes durch kleinteiligen Einzelhandelsbesatz (Konzessionäre); erhöhte Leerstandsquote mit Kleinstflächen in Funktionsunterlagerung bei Wohnbebauung.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Zwei Lebensmittelvollsortimenter als Magnetbetriebe im NVZ Nord, ergänzt um kleinflächige Betriebe des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereiches; Filialisten werden um einzelne kleinere Geschäfte (Nam´ s Textilien, Nordmarkt) ergänzt. Insgesamt ist das standörtliche Angebot in Hinblick auf die Versorgungsfunktion als angemessen zu klassifizieren.

Zentrenergänzende Funktionen



Gesamter Standortbereich durch zentrenergänzende Funktionen in Erd- und Obergeschosslagen mitgeprägt; funktionsgerechte Ausstattung der Zahl und Art der Funktionen; Schwerpunkt auf medizinischer Versorgung.

Städtebauliche Struktur



Relativ weitläufiges Zentrum ohne geschlossene Strukturen und großzügiger Platzsituation im Norden des Lagebereiches; fußläufigen Rundwege, jedoch keine klare Wegeführung vorhanden; heterogene Bebauungsstruktur mit bis zu elfstöckigen Wohnsiedlungsgebäuden der Plattenbauweise; z. T. multifunktional genutzte Bebauung mit Nutzungsmix aus v. a. Einzelhandel im EG und zentrenergänzenden Funktionen im OG.

Städtebauliches Erscheinungsbild



Funktionales und z. T. nicht mehr zeitgemäßes Erscheinungsbild der Lebensmittelmärkte (Verkaufsfläche, Marktauftritt), Einkaufsatmosphäre durch punktuelle Konzentration des Angebotes vorhanden, jedoch eher geringe städtebauliche Qualität und geringe Aufenthaltsqualität. Platzsituation im Norden des ZVB mit geringer Aufenthaltsqualität.

Markante Entwicklungen seit 2013



Zunahme der Betriebe bei gleichbleibender Gesamtverkaufsfläche.

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Funktionsgerecht ausgestattetes Nahversorgungszentrum mit wichtiger Nahversorgungsfunktion für das nördliche Stadtgebiet; jedoch funktionale Gestaltung und geringe Aufenthaltsqualität. Potenzialflächen ggf. durch die Revitalisierung von Leerständen im Nahversorgungszentrum vorhanden.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM PETERSBERG I

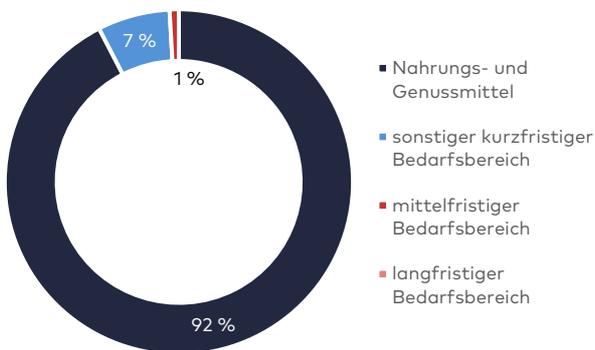
Räumliche Analyse

Versorgungsbereich

Nordöstliche Kernstadt



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	4	1 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	1.100	1 %
Anzahl der Leerstände**	1	20 %
Zentrenergänzende Funktionen	1	-

Magnetbetriebe

nahkauf

Exemplarische städtebauliche Situation



Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

ZVB NAHVERSORGUNGSZENTRUM PETERSBERG II

Räumliche Integration



Lage im nordöstlichen Bereich der Stadt Eisenach; zentrale Lage im Wohnsiedlungsgebiet südlich der Langensalzaer Straße; Lagebereich ist vornehmlich von Wohnbebauung umgeben und weist somit eine optimale städtebauliche Integration auf.

Verkehrliche Erreichbarkeit



Die MIV-Erschließung erfolgt aus dem Norden über die August-Rudloff-Straße bzw. Am Petersberg aus Süden; Parkplätze sind in ausreichender Menge anbieterbezogen vorhanden; Erschließung für den ÖPNV entlang der Langensalzaer Straße mit dem Haltepunkte „Petersberg“ in rd. 220 m Entfernung; Frequentierung ca. halbstündlich; topographische Lage (Hanglage mit steiler Auffahrt) erschwert die Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohngebieten aus nördlicher Richtung; Radabstellmöglichkeiten vorhanden.

Versorgungsfunktion



Nahversorgungsfunktion vornehmlich für die umliegenden Wohnsiedlungsgebiete (nordöstliche Wohnsiedlungsbereiche) sowie z. T. für siedlungsräumlich abgelegene Ortsteile.

Einzelhandelsbesatz



Geringe Einzelhandelsdichte mit Fokus auf die Nahversorgungsfunktion; Lebensmittelmarkt Nahkauf als einziger Magnetbetrieb, ergänzt durch kleinteilige Betriebe im kurzfristigen Bedarfsbereich; Magnetbetrieb z. T. mit Optimierungsbedarf im Marktauftritt (Verkaufsfläche); geringes Verkaufsflächen-Gewicht (rd. 1%), Ausstattung entspricht nicht einer funktionsgerechten Dimensionierung eines NVZ.

Branchenmix und Betriebsgrößenstruktur



Nahkauf-Markt als Magnetbetrieb im ZVB mit rückgelagertem Standort; sonst lediglich kleinteilige Betriebsstrukturen (Getränkemarkt, Bäckerei, Fleischerei); insgesamt geringer Angebotsmix für NVZ; Angebotslücken v. a. im Bereich von arrondierendem mittelfristigem Bedarfsbereich.

Zentrenergänzende Funktionen



Integration der zentrenergänzenden Funktionen in die Fachmarktstrukturen; geringe Anzahl an zentrenergänzenden Funktionen für ein Nahversorgungszentrum.

Städtebauliche Struktur



Prägung des NVZ durch die Baukörper des Nahkauf-Marktes und des Getränkemarktes; funktionales Erscheinungsbild mit geringer Aufenthaltsqualität; durch rückgelagerten Standort sowie die topographische Gegebenheiten Einschränkung der Sichtachse von der August-Rudloff-Straße zum Markt.

Städtebauliches Erscheinungsbild



Eingebettet in Wohngebiete mit Einfamilienhäusern und z.T. Geschosswohnungsbau; eher funktional gestalteter, z. T. sanierungsbedürftiger Gebäudebestand; wenige Verweilmöglichkeiten durch fehlende Platzsituation; eher geringe städtebauliche Qualität und geringe Aufenthaltsqualität; strukturprägender Leerstand im nördlichen Bereich des NVZ, jedoch bereits Umnutzungspläne abseits des Einzelhandels an diesem Standort geplant.

Markante Entwicklungen seit 2013



Keine wesentlichen Veränderung seit 2013.

Zukunftsfähigkeit (Fazit)



Anforderungen an ein Nahversorgungszentrum aufgrund geringer Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und zu geringer quantitativer Verkaufsfläche nur bedingt erfüllt. Standortbereich verfügt durch fehlende Entwicklungsflächen nur über ein eingeschränktes Entwicklungspotenzial. Die Ausweisung als Nahversorgungsstandort wird empfohlen.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Neben den im Zentrenkonzept 2013 dargestellten zentralen Versorgungsbereichen befinden sich im Stadtgebiet vier weitere Standortbereiche, die eine hervorgehobene, wenn auch unterschiedliche Versorgungsfunktion im städtischen Einzelhandelsgefüge aufweisen. Die Bereiche weisen ein zusätzliches perspektivisches Entwicklungspotenzial auf:

- Standortbereich PEP Hötzensroda
- Standortbereich Fachmarktzentrum (FMZ) Stregda
- Standortbereich Obere Mühlhäuser Straße
- Standortbereich Alte Spinnerei

Die Standortbereiche werden im Folgenden vertiefend analysiert²⁵.

²⁵ Für die in Rede stehenden Standortbereiche liegt jeweils ein rechtskräftiger Bebauungsplan vor.

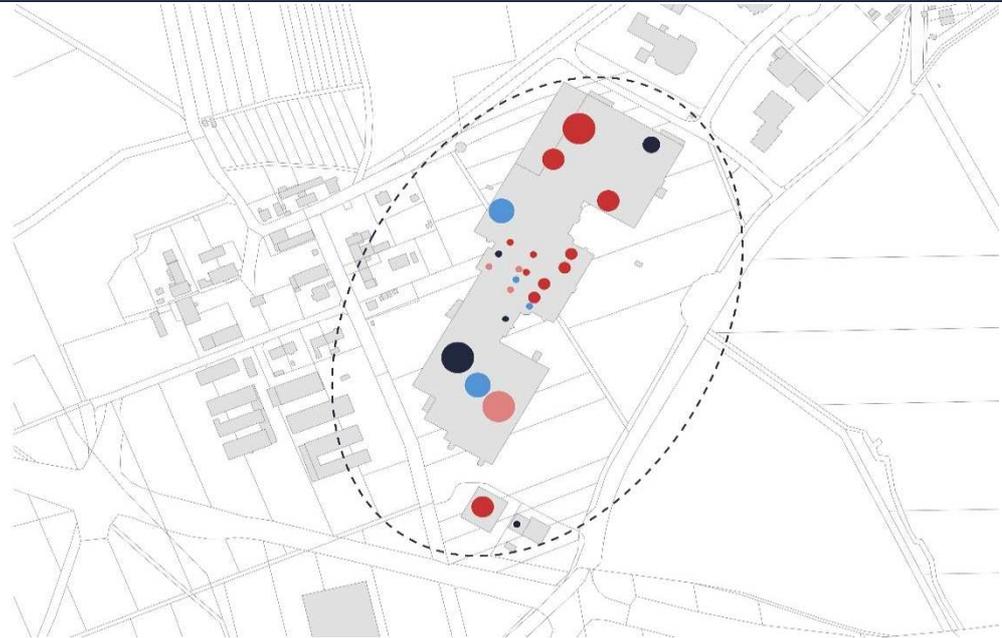
STANDORTBEREICH PEP HÖTZELSRODA

Räumliche Analyse

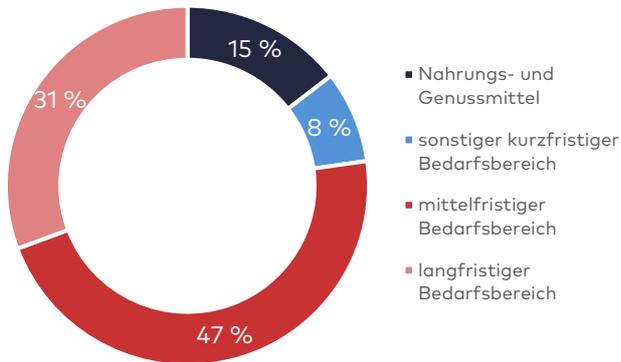
Einzugsbereich

Nordöstliches Stadtgebiet (außerhalb der Kernstadt), im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zudem regionales Einzugsgebiet

- Funktion**
- Nahrungs- und Genussmittel
 - sonstiger kurzfristiger Bedarf
 - mittelfristiger Bedarf
 - langfristiger Bedarf
 - Zentrenergänzende Funktion
 - Leerstand
- Betriebsgrößenstruktur in m²**
- 0 - 99 m²
 - 100 - 399 m²
 - 400 - 799 m²
 - 800 - 3.999 m²
 - ab 4.000 m²
- Zentren- und Standortabgrenzungen**
- Sonderstandort



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	24	6 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	29.500	22 %
Anzahl der Leerstände**	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	-	-

Magnetbetriebe

Kaufland, Müller Drogerie, Toom Baumarkt, Thomas Philipps, Hammer, Opti Wohnwelt

Standortmerkmale

- Autokundenorientierter Standort, städtebaulich nicht integriert
- Versorgungsfunktion für den Ortsteil Hötzelroda und nordöstliches Stadtgebiet
- Leistungsfähige Anbindung über die L1021 sowie die Straße Neue Wiese; Nähe zur Autobahn (A4)
- Funktionales Erscheinungsbild, geringe Aufenthaltsqualität
- Großformatige Angebote mit Angebotsschwerpunkten: Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortimente, Möbel
- Das Einzugsgebiet des Standortbereichs reicht deutlich über das Stadtgebiet hinaus (Nähe zur A4)
- In einigen Sortimenten Konkurrenzbeziehungen zu städtebaulich integrierten Standorten (u.a. Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie, Randsortimente Möbelhaus, Bekleidung, PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher)

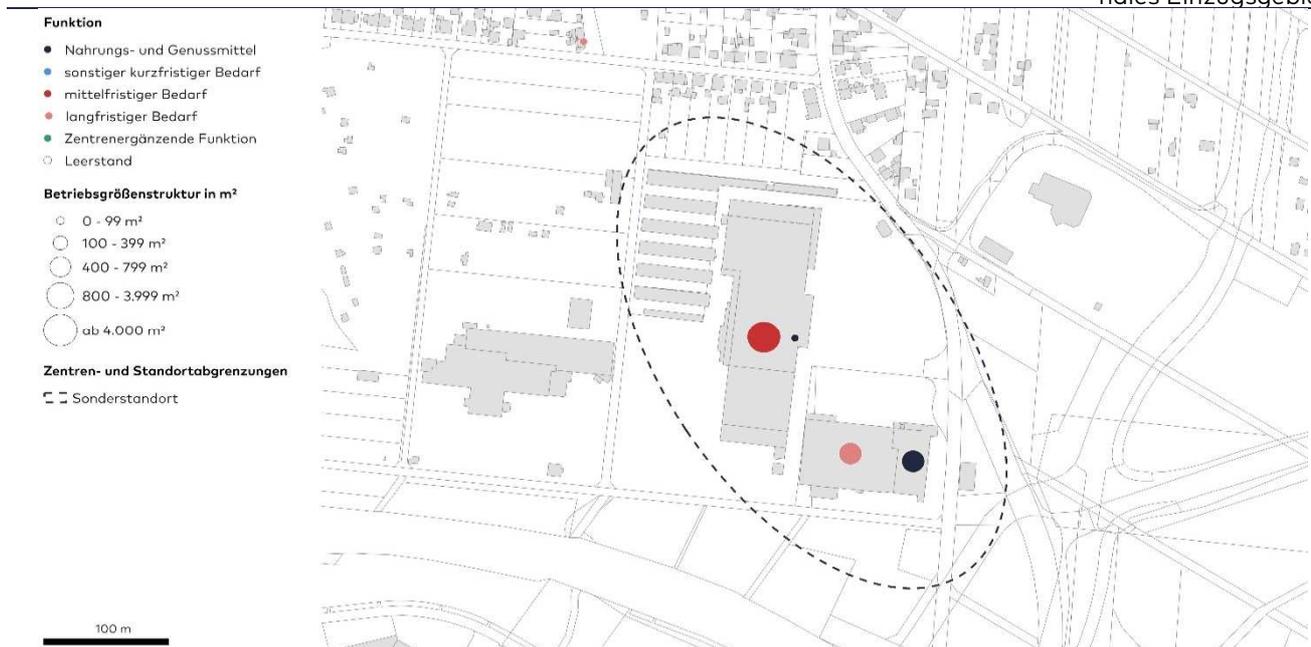
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

STANDORTBEREICH FMZ STREGDA

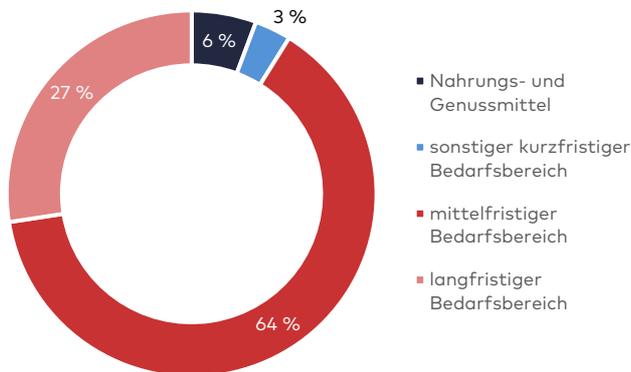
Räumliche Analyse

Einzugsbereich

Nördliches Stadtgebiet (außerhalb der Kernstadt), im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich zudem regionales Einzugsgebiet



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	4	1 %
Gesamtverkaufsfläche in m ² *	15.400	11 %
Anzahl der Leerstände**	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	-	-

Magnetbetriebe

Media Markt, Obi, Lidl

Standortmerkmale

- Autokundenorientierter Standort, Siedlungsrandlage
- Nächstgelegener Lebensmittelmarkt für den Ortsteil Stregda, jedoch keine städtebauliche Integration vorhanden
- Leistungsfähige Anbindung über die L1016 sowie Am Stadtweg
- Nähe zur leistungsstarken B 19 bzw. B 84
- Durch Fachmarktcharakter funktionales Erscheinungsbild und geringe Aufenthaltsqualität, großzügig dimensionierte Stellplatzanlagen
- Angebotsschwerpunkte: Baumarktsortimente, Neue Medien/Unterhaltungselektronik
- Standort strahlt deutlich über das Stadtgebiet hinaus aus (Nähe zur A4)

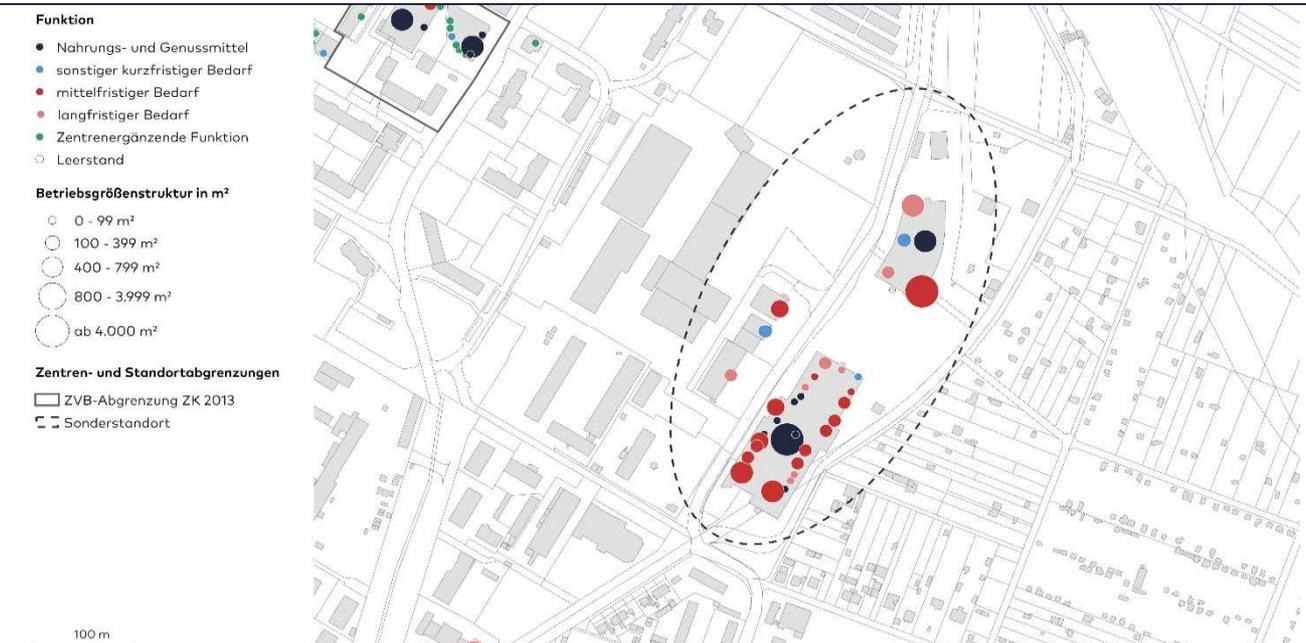
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

STANDORTBEREICH OBERE MÜHLHÄUSER STRAÙE

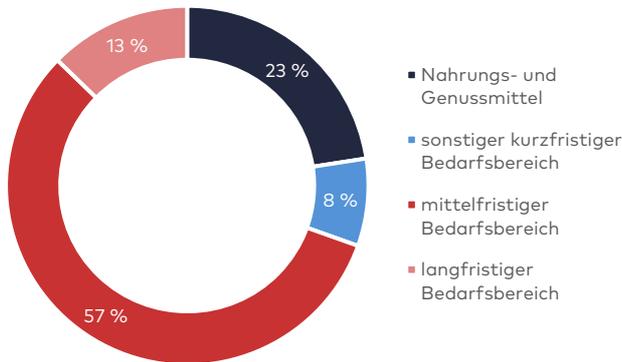
Räumliche Analyse

Einzugsbereich

Nördliche Kernstadt, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich teilweise regionales Einzugsgebiet



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	25	6 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	17.500	13 %
Anzahl der Leerstände**	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	-	-

Magnetbetriebe

Marktkauf, Woolworth, Adler, Dänisches Bettenlager, B1 Baumarkt, Marktkauf Getränkemarkt

Standortmerkmale

- Autokundenorientierter Standort, Standort ist städtebaulich nicht integriert
- Leistungsfähige Anbindung über die Mühlhäuser Straße, großzügig dimensionierte Parkplatzanlagen
- Nähe zur leistungsstarken B 19 bzw. B 84
- Lage am nördlichen Siedlungsrand
- Funktionales Erscheinungsbild, geringe Aufenthaltsqualität
- Großformatige, z. T. eher discountorientierte Angebote
- Angebotsschwerpunkt im kurz- und mittelfristigen Sortimentsbereich (Nahrungs- und Genussmittel, Baumarktsortimente, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör), als Magnetbetrieb ist insbesondere der SB-Warenhaus Marktkauf zu identifizieren, dieser weist im erhöhten Maße auch zentrenrelevantes Randsortiment auf.

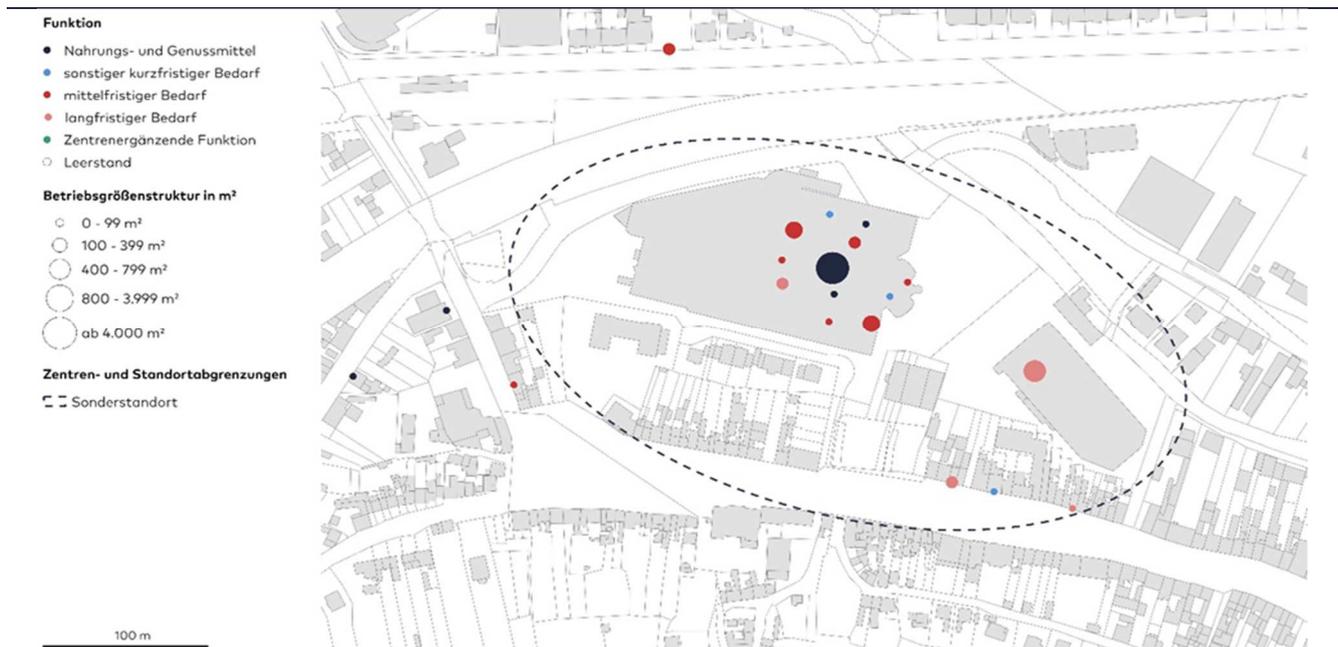
Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

STANDORTBEREICH ALTE SPINNEREI

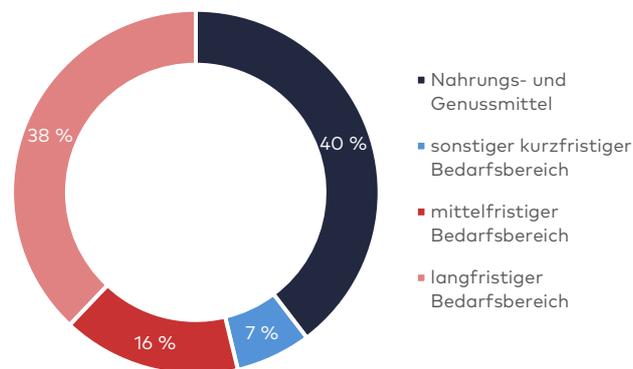
Räumliche Analyse

Einzugsbereich

Südwestliche Kernstadt, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich regional



Verkaufsfläche nach Bedarfsstufen



Einzelhandelsstruktur	absolut	anteilig
Anzahl der Betriebe*	13	3 %
Gesamtverkaufsfläche in m²*	10.800	8 %
Anzahl der Leerstände**	-	-
Zentrenergänzende Funktionen	-	-

Magnetbetriebe

Rewe Center, Die Möbelpiraten

Standortmerkmale

- Überwiegend autokundenorientierter Standort, der jedoch deutliche Bezüge zu Wohnbebauung aufweist; Nähe zur Geschwister-Scholl-Schule
- Leistungsfähige Anbindung über die Kasseler Straße und Bleichrasen
- Nähe zur leistungsstarken B 84
- Funktionales Erscheinungsbild mit geringer Aufenthaltsqualität
- Angebotsschwerpunkt im kurz- und langfristigen Sortimentsbereich (Nahrungs- und Genussmittel, Möbel)
- Gewisse Konkurrenzbeziehung zur Einkaufsinnenstadt im zentrenrelevanten Sortimentssegment

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); Kartengrundlage: Stadt Eisenach; Fotos: Stadt + Handel; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *anteilig bezogen auf Gesamtstadt; **anteilige Leerstandquote bezogen auf Standortbereich.

4.6 NAHVERSORGUNGSANALYSE

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur von Eisenach im Folgenden vertiefend analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung **quantitativ**, **qualitativ** und **räumlich** gewährleistet wird. Zu den Trends im Bereich der Nahversorgung sei auf Kapitel 4.1 verwiesen.

Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Eisenach

Eisenach weist insgesamt eine Verkaufsfläche von rd. 29.800 m² in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. von rd. 5.400 m² in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken²⁶ auf, was einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,71 m² je Einwohner (Nahrungs- und Genussmittel) bzw. rd. 0,13 m² je Einwohner (Drogeriewaren) entspricht. Mit diesem quantitativen Ausstattungsniveau liegt die Stadt Eisenach sowohl im Bereich der Nahrungs- und Genussmittel als auch im Bereich der Drogeriewaren über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,41 m² je Einwohner²⁷ bzw. rd. 0,08 m² je Einwohner²⁸.

Die Zentralitäten von rd. 1,47 im Bereich Nahrungs- und Genussmittel und rd. 1,59 im Bereich Drogeriewaren zeigen, dass die lokale Kaufkraft in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel nahezu vollständig im eigenen Stadtgebiet gebunden werden kann und darüber hinaus noch eine Versorgungsfunktion für das Umland vorhanden ist. Tabelle 6 fasst die relevanten Rahmenbedingungen zusammen und schließt mit einer Bewertung der quantitativen und qualitativen Nahversorgungssituation in Form einer Ampel.

²⁶ Die Warengruppe wird in diesem Kapitel aufgrund der Lesbarkeit im Folgenden mit Drogeriewaren abgekürzt.

²⁷ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m²); inkl. Non-Food-Flächen; ohne reine Getränkemärkte.

²⁸ Quelle: Berechnung Stadt + Handel auf Basis laufender Erhebungen.

Tabelle 6: Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Eisenach

Ausstattungsmerkmal	Nahrungs- und Genussmittel			Drogeriewaren		
Einwohner (inkl. Entwicklungsprognose bis 2025)	41.848 (rd. -1,6 %)					
Sortimentspezifische Verkaufsfläche in m ²	29.800 (2012: 31.900 m ² , -6,6 %)			5.400 (2012: 4.900 m ² , +10,2 %)		
Verkaufsflächenausstattung in m ² je Einwohner	0,71			0,13		
Sortimentspezifische Zentralität	147 %			159 %		
Verkaufsfläche nach Lagebereich	26 % ZVB	28 % siL	46 % niL	41 % ZVB	14 % siL	45 % niL
Betriebstypenmix*	2x SB-Warenhaus	1x Verbrauchermarkt	7x Lebensmittelsupermarkt	11x Lebensmitteldiscounter	6x Getränkemarkt	98x sonstige Lebensmittelgeschäfte
				3x Drogeriefachmarkt	14x Apotheken	2x Fachgeschäft

Quantitative Nahversorgungssituation



Qualitative Nahversorgungssituation



Quelle: Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Einwohner: Stadt Eisenach (Stand: 31.12.2019); ZVB-Abgrenzung: Stadt Eisenach 2013; Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet); *Neueröffnung „Tor zur Stadt“ (Kaufland und Rossmann) 10/2020 noch nicht berücksichtigt.

Insgesamt sind im Stadtgebiet 21 strukturprägende Lebensmittelmärkte (VKF > 400 m²) vorhanden. Davon sind elf Betriebe Lebensmitteldiscounter, bei weiteren sieben Betrieben handelt es sich um Supermärkte. Außerdem sind zwei SB-Warenhäuser sowie ein Verbrauchermarkt im Eisenacher Stadtgebiet verortet. Ergänzt wird das Angebot an strukturprägenden Märkten durch sechs Getränkemarkte. Bedingt durch die vorhandenen Anbieter ist das Angebot an Nahrungs- und Genussmitteln in Eisenach hinsichtlich des Betriebstypenmixes signifikant durch Vollsortimenter geprägt. Dies wird auch durch die Verkaufsflächenrelation (siehe dazu Abbildung 11) und die Verkaufsflächenausstattung nach Betriebstyp deutlich, die im Bereich der vollsortimentierten Sortimente über dem Bundesdurchschnitt liegt.

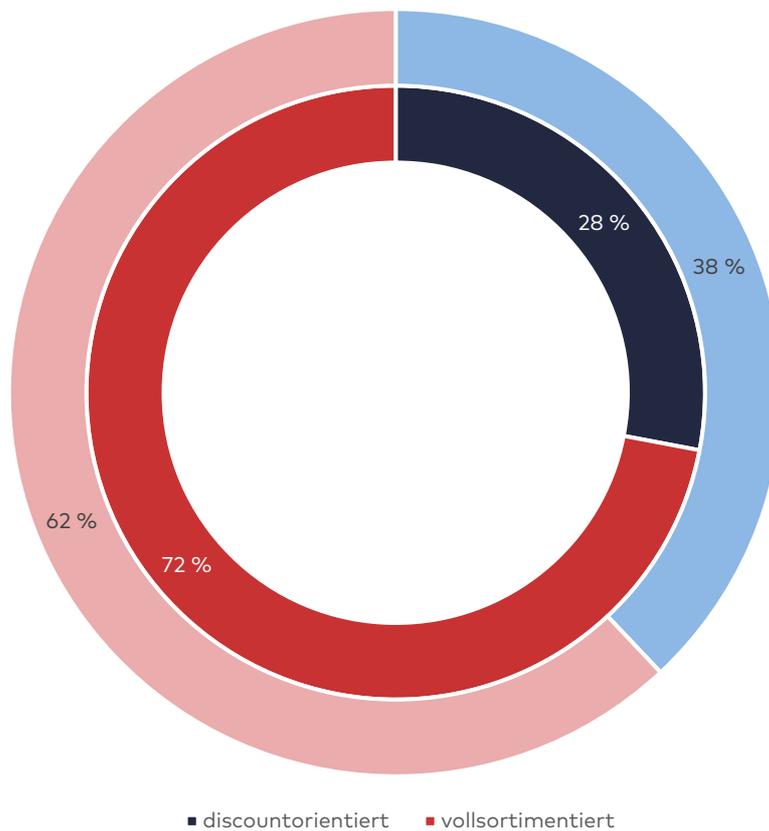


Abbildung 11: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel Eisenachs im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2020, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen; innerer Ring: Stadt Eisenach; äußerer Ring: Bundesdurchschnitt.

Die Verkaufsflächenausstattung sowohl für Lebensmitteldiscounter mit rd. 0,20 m² je Einwohner als auch für Lebensmittelvollsortimenter mit rd. 0,51 m² je Einwohner liegt über dem bundesweiten Durchschnitt (siehe Abbildung 12)²⁹.

²⁹ Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel auf Basis EHI Retail Institute; inkl. Non-Food-Flächen.

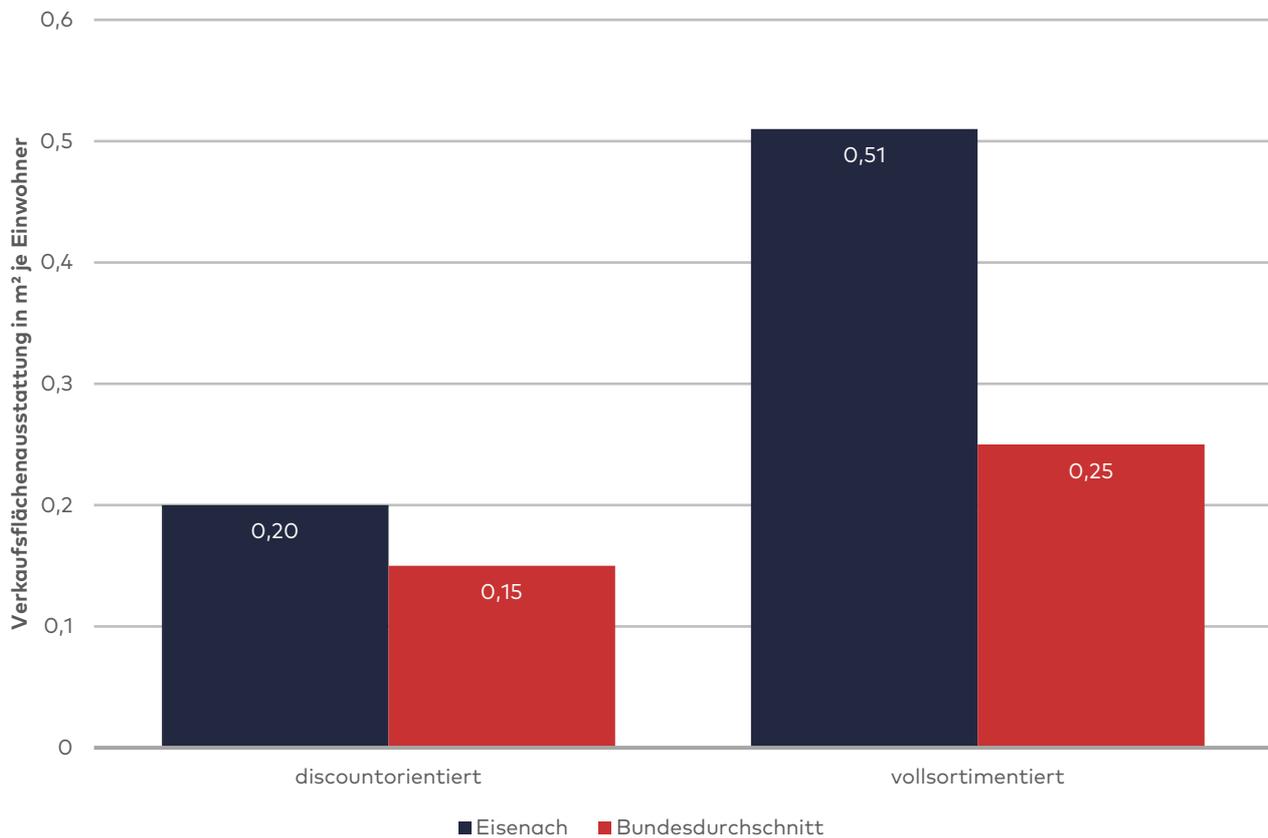


Abbildung 12: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel Eisenachs im Vergleich zum Bundesdurchschnitt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2020, EHI Retail Institute; Verkaufsfläche inkl. Non-Food-Flächen.

Die Versorgung im Sortimentsbereich Drogeriewaren wird neben den oben genannten Lebensmittelmärkten (hier jedoch nur als Randsortiment) durch vier Drogeriefachmärkte im Stadtgebiet sichergestellt. Bei 14 weiteren Einzelhandelsbetrieben mit einem entsprechenden Hauptsortiment handelt es sich um Apotheken. Die Verkaufsflächenrelation und die Verkaufsflächenausstattung resultiert hier direkt aus den in Eisenach vorhandenen Anbietern im Sortimentsbereich Drogeriewaren.

Die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation der Stadt Eisenach ist insbesondere aus den oben genannten Gründen als **deutlich überdurchschnittlich** zu bewerten. Empfehlungen zur Sicherung und Weiterentwicklung der quantitativen und qualitativen Nahversorgung finden sich in Kapitel 7.

Benchmarking: Nahversorgungsrelevante Kennwerte

Im Folgenden werden die nahversorgungsrelevanten Kennwerte der Stadt Eisenach mit Daten nahegelegener Städte im Rahmen eines Benchmarkings verglichen (siehe Tabelle 7).

Tabelle 7: Nahversorgungsrelevante Kennwerte im Vergleich

Strukturdaten	Eisenach (MZ mit TF OZ)	Mühlhausen/ Thüringen (MZ mit TF OZ)	Weimar (MZ mit TF OZ)	Zella-Mehlis (MZ)	Arnstadt (MZ)
Veröffentlichungsjahr	2020	2014	2017	2013	2020
Einwohner	41.848	33.700	64.355	37.930	27.905
Verkaufsfläche Nahrungs- und Genussmittel in m ²	29.800	22.900	36.510	9.270	19.100
Verkaufsfläche Drogeriewa- ren in m ²	5.400	3.725	6.725	1.110	3.100
Verkaufsflächenausstattung NuG in m ² je Einwohner	0,71	0,68	0,57	0,24	0,69
Verkaufsflächenausstattung Drog in m ² je Einwohner	0,13	0,11	0,10	0,03	0,11

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: laufend aktualisierte Datenbank Stadt + Handel (beinhaltet auch Fremdgutachten); Verkaufsfläche auf 100 m² gerundet; *Daten nicht in Originalquelle ausgewiesen.

Das Benchmarking bestätigt die im Bundesvergleich bereits als überdurchschnittlich bewertete Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Auch im Sortimentsbereich Drogeriewaren stellt sich die Verkaufsflächenausstattung in Eisenach im direkten Vergleich überdurchschnittlich dar. Die gegenüber den Bundeswerten überdurchschnittlichen Ausstattungskennziffern sind typisch für Mittelzentren mit eher ländlich geprägtem Umland, hier konzentriert sich insbesondere das Angebot an Verbrauchermärkten und Drogeriemärkten in den größeren zentralen Orten, wo auch eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist. Die Einzugsgebiete entsprechender Anbieter sind deshalb zumeist entsprechend weitläufig.

Räumliche Nahversorgungssituation in Eisenach

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden Lebensmittelmärkte ab 400 m² VKF dargestellt, da ab dieser Betriebsgröße i. d. R. ein ausreichendes Warensortiment – insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel – handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die **räumliche Erreichbarkeit** der Angebote zu verdeutlichen wird eine Gehzeit von rd. 10 Minuten als Qualitätskriterium der fußläufigen, wohnungsnahen Versorgung angenommen³⁰. Um möglichen topografischen Gegebenheiten und der individuellen Mobilität Rechnung zu tragen, wird dieser Nahbereich nicht nur für rd. 10 Gehminuten, sondern auch für rd. 8 und rd. 12 Gehminuten dargestellt (siehe Abbildung 13). Damit soll ferner verdeutlicht werden, dass die Nahversorgungsfunktion von Lebensmittelmärkten nicht schlagartig hinter einer „roten Linie“ endet, sondern die Qualität der fußläufigen Nahversorgung mit zunehmender Entfernung zum nächsten Lebensmittelmarkt sukzessive abnimmt. In Siedlungsgebieten jenseits der dargestellten Nahbereiche ist somit die räumliche Nahversorgungssituation als nicht optimal zu bezeichnen.

In Abhängigkeit von der Dichte der Wohnbebauung, topografischen Gegebenheiten, städtebaulichen/naturräumlichen Barrieren, der Attraktivität der Fußwegetze sowie dem Wettbewerbsumfeld sollte für die einzelfallbezogene Betrachtung jedoch ein an den örtlichen Gegebenheiten orientierter **situativer Nahbereich**

³⁰ Auf Grundlage einer durchschnittlichen Fußgängergeschwindigkeit von 5 km/h.

abgegrenzt werden. Für Eisenach ist die Darstellung der Gehzeit-Isochronen daher lediglich als erste Einschätzungshilfe zu verstehen. So kann z. B. auch die Ausweisung eines deutlich über den **wohnungsnahen Bereiches** (rd. 10 Minuten Gehzeit) hinausgehenden Nahbereiches in begründeten Ausnahmefällen zielführend sein, um bislang und auch zukünftig dauerhaft nicht optimal fußläufig erreichbare Siedlungslagen (z. B. aufgrund zu geringer Mantelbevölkerung) einzuschließen, die im Einzugsbereich des Vorhabenbetriebs liegen.

In der räumlichen Analyse der Nahversorgungsangebote werden im Folgenden alle strukturprägenden, filialisierten Lebensmittelmärkte dargestellt.

Weitere konzeptionelle Empfehlungen leiten sich aus den **quantitativen und qualitativen Versorgungskriterien** ab, die u. a. folgende Aspekte berücksichtigen können:

- Verkaufsfläche in m²
- Gesamtstädtische Zentralität
- Verkaufsflächenausstattung (in m² je Einwohner)
- Verkaufsflächenanteile nach Lagebereich (ZVB, sonstige städtebaulich integrierte Lage, städtebaulich nicht integrierte Lage)
- Betriebstypenmix

Auch diese Qualitätskriterien wurden bei der Ausweisung von Standorttypen und Entwicklungszielen der Nahversorgung berücksichtigt. So kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmitteldiscounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (geringer) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.³¹

Die nachfolgende Abbildung gibt einen Überblick über das Grundgerüst der derzeitigen strukturprägenden Nahversorgungsstruktur in Eisenach³². Dabei ist eine überwiegend fußläufige Erreichbarkeit nahezu sämtlichen Teilbereichen der Kernstadt teilweise sogar über mehrere Versorger gegeben. Gleichzeitig ist in einzelnen Randlagen der Hauptsiedlungsgebiete wie zum Beispiel im Norden oder Osten des Stadtgebiets eine eingeschränkte fußläufige Erreichbarkeit bis hin zu einer fehlenden fußläufig erreichbaren Nahversorgungsmöglichkeit festzustellen.

³¹ Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

³² Außerhalb der Kernstadt verfügen lediglich die Ortsteile Hötzelroda und Stregda über strukturprägende Nahversorgungsstrukturen. Ortsteile ohne strukturprägende Nahversorgungsstrukturen sind daher z. T. nicht abgebildet.

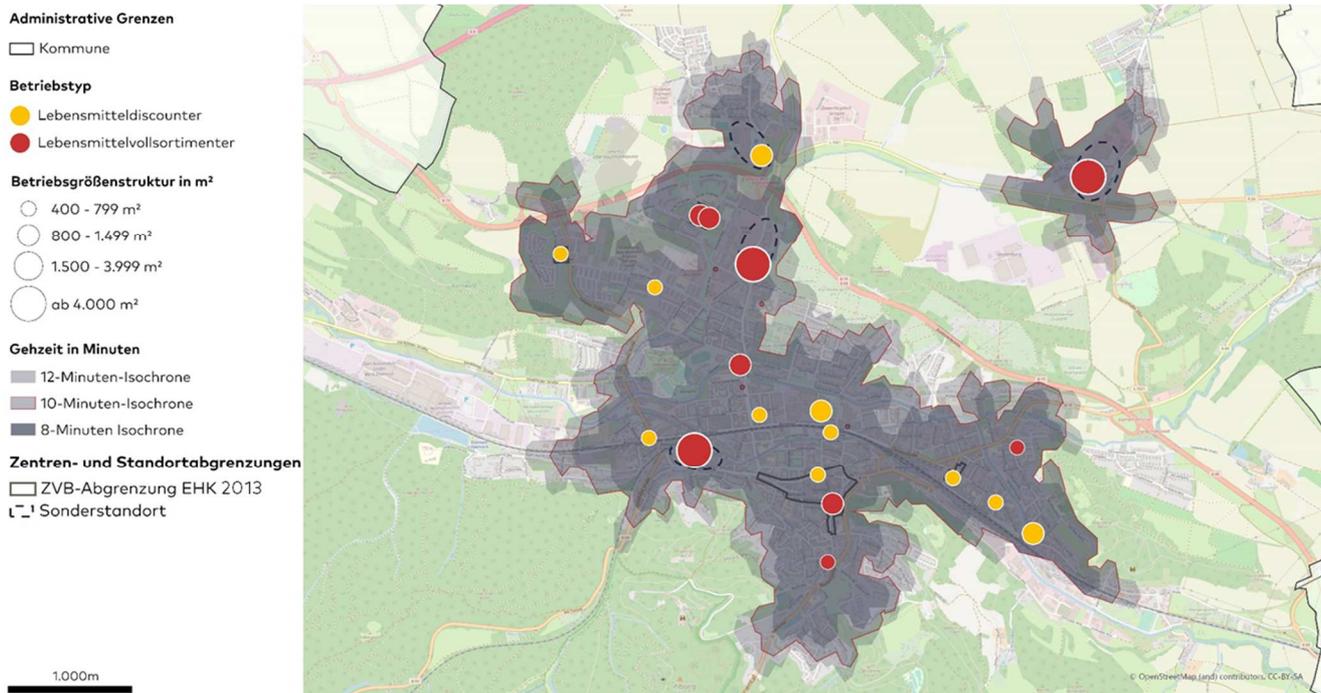


Abbildung 13: Räumliche Nahversorgungssituation von Eisenach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Betriebe/Verkaufsfläche: Bestandserhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.7 ZWISCHENFAZIT

Hinsichtlich der Analyse der gesamtstädtischen und städtebaulichen Rahmenbedingungen sind folgende wesentlichen Erkenntnisse festzuhalten, die im weiteren Verlauf als Grundlage für die Ableitung von konzeptionellen Handlungsansätzen zur Fortentwicklung der Zentren- und Standortstruktur in Eisenach dienen.

Siedlungsräumliche Rahmenbedingungen

- Die Stadt Eisenach übernimmt als **Mittelzentrum mit oberzentralen Teilfunktionen** die Versorgungsfunktion für 41.848 Einwohner im eigenen Stadtgebiet.
- Im eher ländlich geprägten Umfeld übernimmt die Stadt Eisenach eine Versorgungsfunktion für sämtliche Bedarfsstufen.
- Dabei ist Eisenach von mehreren Mittelzentren (u. a. Bad Salzungen, Heringen, Bad Langensalza) sowie Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums (u. a. Gotha, Mühlhausen) umgeben. Das nächste Oberzentrum ist Erfurt in rd. 50-60 Minuten Pkw-Fahrtzeit. Insgesamt ist von einem **eher leistungsfähigen Wettbewerbsumfeld** auszugehen.

Gesamtstädtische Nachfragesituation

- Mit einer einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftkennziffer von rd. 93** liegt die Stadt Eisenach leicht über dem Durchschnitt von Thüringen (rd. 92), jedoch unter dem Bundesdurchschnitt von 100.
- Das **Einzugsgebiet** von Eisenach umfasst neben dem Stadtgebiet Eisenachs im Wesentlichen die nördlichen Gebiete des Wartburgkreises sowie u. a. die westlich angrenzende Gemeinde Herleshausen.

Gesamtstädtische Angebotssituation

- Die Verkaufsflächenausstattung liegt mit rd. 3,24 m² je Einwohner deutlich **über dem Bundesdurchschnitt** von rd. 1,44 m² je Einwohner.
- Die Einzelhandelsbetriebe in Eisenach sind **überwiegend städtebaulich integriert**. In Bezug auf die Verkaufsfläche ist jedoch mit rd. 59 % über die Hälfte in städtebaulich nicht integrierten Lagen verortet. Dies ist insbesondere auf die großformatigen Anbieter im Bereich Baumarkt, Nahrungs- und Genussmittel sowie Möbel in nicht integrierter Lage zurückzuführen.
- Das Einzelhandelsangebot in Eisenach ist insgesamt hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und der gesamtstädtischen Verkaufsfläche als **angemessen** für ein Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion zu bewerten.
- Dies wird durch die **Einzelhandelszentralität** von rd. 1,41 bestätigt, die jedoch je nach Warengruppe differenziert ausfällt.
- In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel und Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken können mit Zentralitäten von rd. 1,47 bzw. rd. 1,59 **deutliche Kaufkraftzuflüsse** aus den umliegenden Regionen festgestellt werden.
- Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich sind mit einer Einzelhandelszentralität von rd. 1,40 bzw. rd. 1,29 ebenfalls **deutliche Kaufkraftzuflüsse** zu verzeichnen, die in Hinblick auf das regionale Wettbewerbsumfeld und der Entwicklungen des Online-Handels als hoch beurteilt werden können.

ZVB Einkaufsinnenstadt Eisenach

- In der Eisenacher Einkaufsinnenstadt sind insgesamt **153 Einzelhandelsbetriebe** (rd. 39 % aller Betriebe in Eisenach) mit einer Verkaufsfläche von **rd. 21.000 m²** (rd. 15 % der Gesamtverkaufsfläche in Eisenach) angesiedelt. Neben den Einzelhandelsbetrieben sind **155 zentrenergänzende Funktionen** verortet, sodass sich die Einkaufsinnenstadt als für Eisenach größter **strukturprägender Standortbereich** mit einer **hohen städtebaulichen Attraktivität** beschreiben lässt.
- Die Einkaufsinnenstadt ist im Wesentlichen geprägt durch die Standortbereiche Karlstraße und Querstraße als Hauptfrequenzlage mit stark fili- alisierter Geschäftsstruktur, der Alexanderstraße, Goldschmiedenstraße, westlicher Georgenstraße, Markt, Johannisplatz, Sophienstraße und Karlsplatz als Nebenlage mit einem Branchenmix aus Einzelhandelsangeboten, Gastronomie und Dienstleistung sowie die südlich anschließenden Bereiche Frauenberg als Ergänzungsbereich mit einer deutlich nachgeordneten Bedeutung für klassische Einzelhandelsnutzungen.
- Die Leerstandquote im Innenstadtzentrum ist mit rd. 24 % als erhöht zu beurteilen. Ein Großteil der Leerstände konzentriert sich dabei auf die Neben- und Ergänzungslagen, insbesondere die Alexanderstraße und Goldschmiedenstraße. Hier sind z. T. leichte **Trading-Down-Tendenzen** festzustellen.

Nahversorgungssituation

- Die quantitative Nahversorgungssituation ist in der Stadt Eisenach mit einer Verkaufsflächenausstattung von rd. 0,71 m² je Einwohner im Bereich

Nahrungs- und Genussmittel und rd. 0,13 m² je Einwohner im Bereich Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken als überdurchschnittlich und somit **leistungsfähig** zu bezeichnen.

- Die qualitative Nahversorgungssituation ist hinsichtlich der Vielfalt der Betriebsstrukturen (u. a. SB-Warenhäuser, Verbrauchermarkt, Supermärkte, Lebensmitteldiscounter, Getränkemärkte, Drogeriefachmärkte) als insgesamt **diversifiziert und somit als attraktiv** zu bewerten.
- Hinsichtlich der räumlichen Nahversorgungssituation ist in Eisenach ein **geringes Optimierungspotenzial** zu erkennen. In wenigen Randsiedlungsbereichen ist aktuell nur eine eingeschränkte fußläufige Nahversorgung möglich, wodurch hier ein räumliches Optimierungspotenzial vorhanden ist. Außerhalb des Hauptsiedlungsbereiches ist zwar keine wohnortnahe Versorgung in einem marktüblichen Lebensmittelmarkt möglich, allerdings verfügt auch keiner der Ortsteile über eine ausreichende Mantelbevölkerung zur Ansiedlung gängiger Betriebstypen.

Handlungsbedarf ergibt sich darüber hinaus für die Sicherung und Weiterentwicklung der vorhandenen Einzelhandelsstrukturen in Eisenach auf der einen Seite und der Sicherung der Innenstadt als soziale, wirtschaftliche und kulturelle Mitte der Stadt auf der anderen Seite. Der Einzelhandel kann als wesentlicher (jedoch nicht einziger) Frequenzbringer durch eine konsequente und zielführende bauleitplanerische Steuerung seinen Beitrag dazu leisten. Der Anspruch an eine entsprechende konzeptionelle Grundlage steigt dabei weiter. Insbesondere vor dem Hintergrund fortschreitender Konzentrations- und Filialisierungsprozesse, der Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel, dem Online-Handel und sich stetig verändernden Konsumverhaltensmustern.

Entsprechende Handlungs- und Lösungsansätze sind in den nachfolgenden Teilbausteinen des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowohl aus funktionaler als auch aus städtebaulicher Sicht zu erarbeiten.

5

Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse konkrete Instrumente zur konzeptionellen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen und die daraus resultierenden übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Eisenach zu erarbeiten.

5.1 ABSATZWIRTSCHAFTLICHER ENTWICKLUNGSRAHMEN

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen (bis 2025). Im Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht.

5.1.1 Vorbemerkung zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

- Die absatzwirtschaftliche Betrachtung dient der **Ermittlung möglicher Handlungsbedarfe** auf Basis zukünftiger angebots- und nachfrageseitiger Entwicklung. Die Betrachtung liefert **keine „sklavische“ Grenze** – sie dient vielmehr als Leitplanke für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung.
- Geringe oder fehlende Handlungsbedarfe stellen **keinesfalls ein „Entwicklungsverbot“** dar. Insbesondere Entwicklungen im Innenstadtzentrum sind unter Beachtung landesplanerischer Ziele und Grundsätze zu befürworten.
- Werden über diese Handlungsbedarfe hinaus Verkaufsflächen geschaffen, so sind zunächst grundsätzlich **erhöhte Umsatzumverteilungen** zu erwarten. Die **Standortfrage** ist in diesem Fall entscheidend. Eine städtebauliche Beurteilung erfolgt **einzelfallbezogen**.
- Dies impliziert, dass der hier beschriebene Handlungsbedarf im engen Kontext mit den übergeordneten Entwicklungszielstellungen und dem Zentren- und Standortkonzept zu sehen ist. Erst im Kontext des **räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds** kann die Erfüllung der Handlungsbedarfe zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind darüber hinaus Entwicklungsspielräume auch oberhalb der hier dargestellten Angaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in der aktuellen Form der Potenzialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb der Stadt Eisenach gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotenzial größtenteils neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist.

5.1.2 Rahmenbedingungen für die zukünftige Entwicklung

Bei der Herleitung möglicher Handlungsbedarfe für den Eisenacher Einzelhandel bis 2025 werden konkret die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, die Einwohnerentwicklung im Stadtgebiet sowie die Entwicklung der Online-Anteile nach Sortimentsbereichen zugrunde gelegt.

Einwohnerentwicklung im Einzugsgebiet

Zur Untersuchung der zukünftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Eisenach werden Prognosedaten des Thüringer Landesamtes für Statistik sowie der Bertelsmann Stiftung zugrunde gelegt. Beide Prognosen gehen von leicht rückläufigen Einwohnerzahlen in Eisenach von rd. -1,57 % bzw. rd. -1,67 % bis 2025 und seinem Einzugsgebiet aus. Diese Entwicklung ist zudem mit einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung verbunden, was nachfrageseitige Veränderungen mit sich bringt.

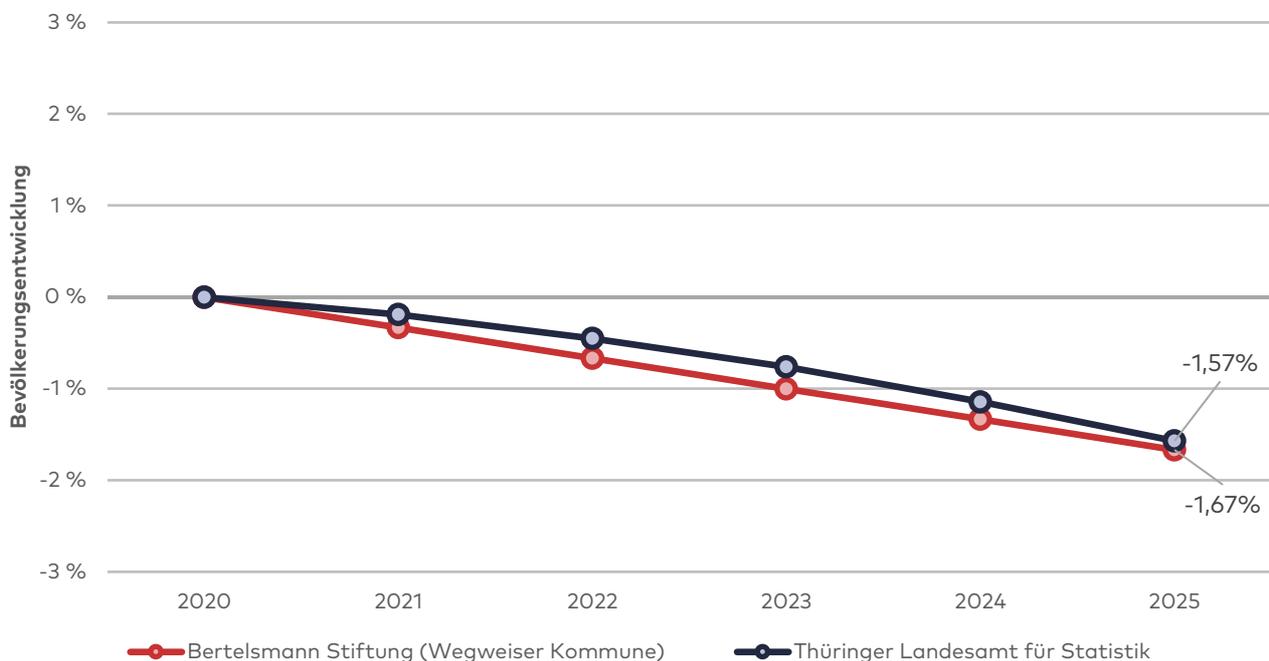


Abbildung 14: Einwohnerprognose für Eisenach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bevölkerungsvorausberechnung: siehe Legende.

Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft

Der Nettoumsatz im Einzelhandel stagnierte zwischen den Jahren 2000 und 2010 bei knapp über 400 Mrd. Euro pro Jahr. Seit etwa 2010 ist ein spürbarer Anstieg der einzelhandelsbezogenen Ausgaben festzustellen, sodass diese im Jahr 2019 bei rd. 543,6 Mrd. Euro lagen. Dies entspricht einem Wachstum von rd. 19 % zwischen 2014 und 2019. Im Gegensatz dazu sind die allgemeinen Konsumausgaben in den letzten fünf Jahren lediglich um rd. 12 % gestiegen. Der Einzelhandelsanteil an den privaten Konsumausgaben liegt nach deutlichen Rückgängen in den 2000er Jahren seit 2010 insgesamt relativ stabil bei rd. 31 %. Der spürbar gestiegene absolute Einzelhandelsumsatz ist u. a. auf eine höhere Ausgabebereitschaft bei Lebensmitteln und auf das insgesamt positive Konsumklima der letzten Jahre zurückzuführen. Es ist jedoch darauf hinzuweisen, dass der Nettoumsatz im Ein-

zelhandel sowohl den stationären als auch den Online-Einzelhandelsumsatz beschreibt. Die Online-Ausgaben haben sich im gleichen Zeitraum deutlich erhöht (s. u.).

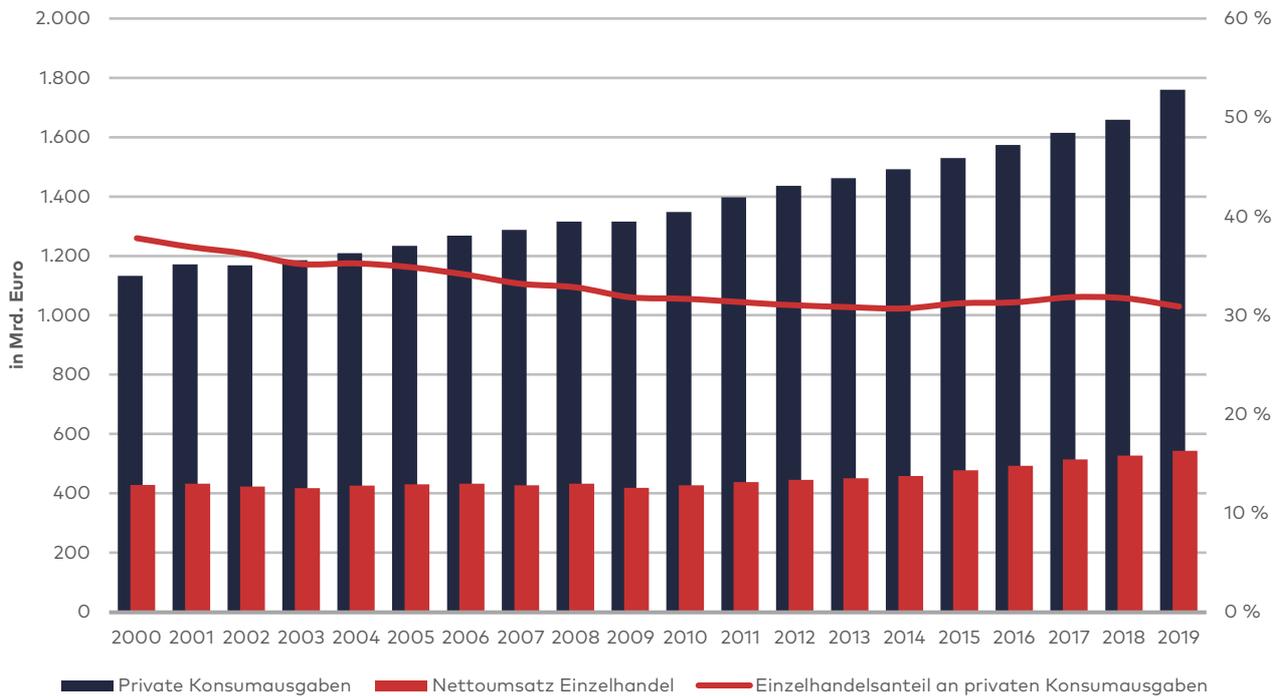


Abbildung 15: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

In der Summe ist somit eine moderate Steigerung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben zu verzeichnen. Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts aktueller Unsicherheiten in der Entwicklung des stationären Einzelhandels, insbesondere vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie (vgl. Exkurs, S. 129), nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens wird daher für die nächsten Jahre eine insgesamt stagnierende Entwicklung der stationär relevanten Kaufkraft mit sortimentspezifischen Unterschieden angenommen. Für einzelne Sortimente ergeben sich allerdings deutliche Unterschiede. Während die stationär relevante Kaufkraft im Bereich Nahrungs- und Genussmittel z. B. in den nächsten Jahren aufgrund der nur moderat zu erwartenden Steigerung des Online-Anteils, der Preisentwicklung sowie dem veränderten Konsumverhalten weiter deutlich ansteigt, ist insbesondere bei innenstadtaffinen Sortimenten (z. B. Bekleidung, Unterhaltungselektronik) von einem weiteren Rückgang der stationär relevanten Kaufkraft (insb. aufgrund des weiter zunehmenden Online-Anteils) auszugehen.

Entwicklung der Flächenproduktivität

Die Verkaufsfläche hat in Deutschland in den letzten Jahrzehnten durch Erweiterungen und Neuansiedelungen stark zugenommen. Aktuell entfallen auf jeden Bundesbürger rd. 1,44 m² Verkaufsfläche.³³ Durch den beschriebenen Rückgang der absoluten Zahl der Einzelhandelsbetriebe herrschen immer mehr großflächige Betriebe vor. Die gleichzeitige Stagnation der Umsätze im Einzelhandel hat bis

³³ vgl. HDE 2018.

2013 zu einem Rückgang der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d. h. dem Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, geführt (siehe Abbildung 16). Seit 2013 ist im Saldo ein leichter Anstieg der Flächenproduktivitäten zu beobachten, dieser ist jedoch auf wenige Segmente des Einzelhandels beschränkt (u. a. Lebensmitteleinzelhandel).

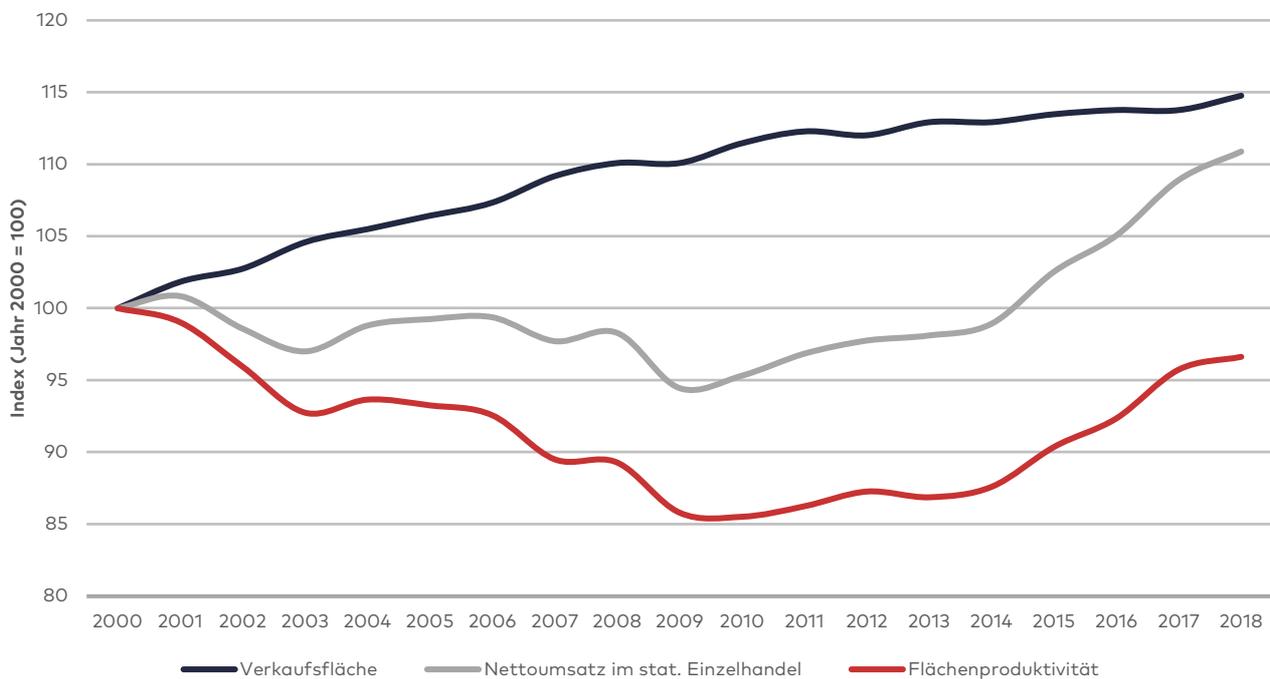


Abbildung 16: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE).

Inzwischen nehmen die Flächenproduktivitäten deutlich stärker zu. Dies lässt sich einerseits auf steigende Umsätze im Zuge der guten konjunkturellen Entwicklung in Deutschland zurückführen. Andererseits erwirken auch Preissteigerungen (insb. im Lebensmittelbereich) einen Anstieg des Umsatzes je Quadratmeter.

In Hinblick auf die Entwicklung der Verkaufsfläche in Deutschland ist seit 2007 zunehmend eine Abschwächung des Wachstums bzw. eine Stagnation zu erkennen. Die Gründe hierfür liegen u. a. in dem sukzessive gesättigten Marktniveau, dem erstarkenden Online-Handel und den daraus resultierenden Insolvenzen prägender Einzelhandelskonzerne wie Schlecker, Praktiker, Strauss-Innovation, Adler etc. Expansive Einzelhandelssegmente sind aktuell insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel sowie Fachmarktzentren.

Entwicklung des Online-Handels

Die Bedeutung des Online-Handels am gesamten Einzelhandelsumsatz wächst kontinuierlich und lag laut Hochrechnungen im Jahr 2019 bei rd. 57,8 Mio. Euro (rd. 10,8 % des Einzelhandelsumsatzes) (siehe nachfolgende Abbildung). Es sind allerdings sortimentspezifisch große Unterschiede festzustellen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen und weisen bereits heute signifikante Marktanteile von über einem Viertel der Umsätze auf.

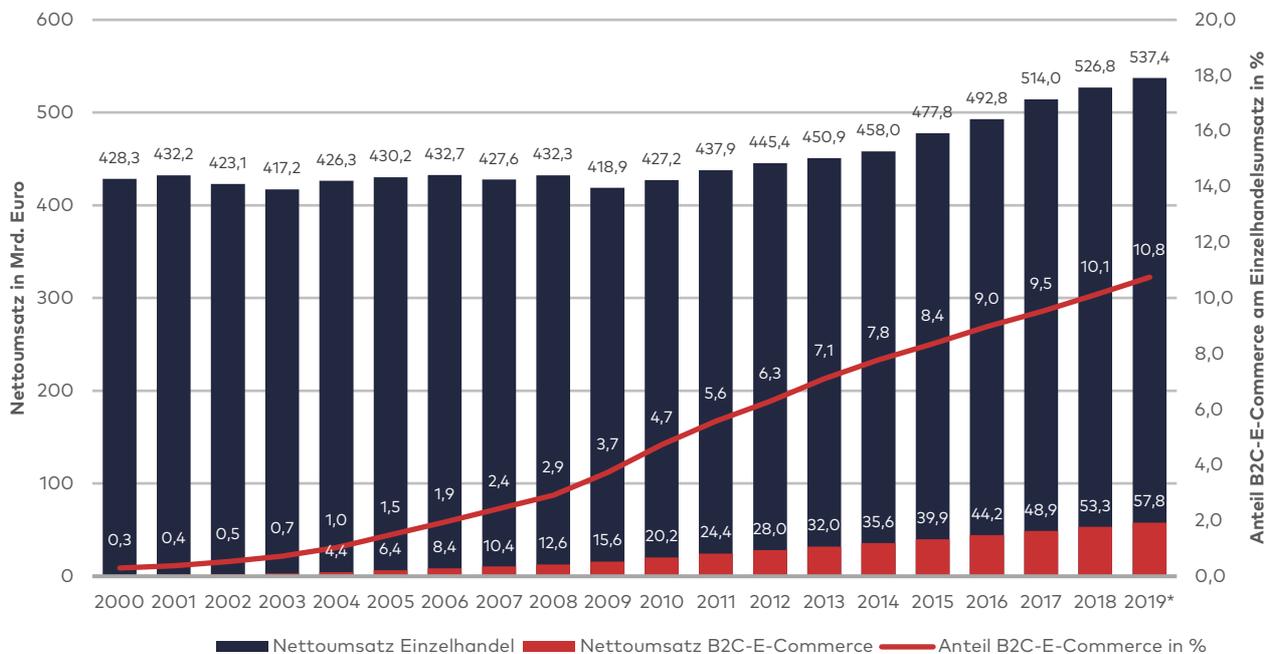


Abbildung 17: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Daten: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); *Prognose.

Während der Online-Umsatzanteil v. a. in innenstadtaffinen Warengruppen am höchsten ist³⁴, sind im Bereich des Lebensmittel- und Drogeriewarenhandels bislang mit rd. 2,2 % noch vergleichsweise geringe Online-Umsatzanteile festzustellen³⁵. Auch wenn dieses Segment langfristig an Dynamik gewinnen wird, konzentrieren sich erste Entwicklungen auf Metropolen und Ballungsräume, in denen aktuell bereits erfolgsversprechende Modelle zur Online-Bestellung von Lebensmitteln umgesetzt werden.

Für die Stadt Eisenach werden sich in der mittleren Frist voraussichtlich nur geringe onlinebedingte, strukturprägende Veränderungen im Bereich des periodischen Bedarfs ergeben. Im mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich entfaltet die Digitalisierung allerdings eine bereits jetzt erkennbare Wirkung. Neben einem erhöhten (und für kleinere, inhabergeführte Fachgeschäfte oftmals nicht wirtschaftlichen) Wettbewerb gegenüber Online-Vertriebsformen, kann die Digitalisierung jedoch auch gewisse Chancen bieten (u. a. Erhöhung der Sichtbarkeit/Erreichbarkeit, Realisierung von Liebhaber- und Spezialhandelsgeschäften mit sehr begrenzten Zielgruppen, Multi- und Cross-Channel-Marketingstrategien). Jedoch hat auch der Online-Handel die Service- und Erlebnisorientierung der Verbraucher erkannt und versucht in den letzten „stationären Tugenden“ Beratung, Service und Erlebnis mittels telefonischer Stilberatung (z. B. Outfittery), Same-Hour-Delivery (z. B. Amazon Prime Now) und stationären Showrooms in Großstädten (z. B. Zalando) zu punkten.

Weitere Strukturmerkmale im Einzelhandel

Die Anforderungen an den Standort entwickeln sich aus dem Trend hin zu größerer Mobilität sowie dem Wandel der Ansprüche an Preis, Sortimentsauswahl und

³⁴ Unterhaltungselektronik rd. 31,0 %, Fashion & Accessoires rd. 27,7 %, Freizeit & Hobby rd. 26,4 %, Büro & Schreibwaren rd. 22,6 % (vgl. HDE/IFH 2019).

³⁵ Vgl. HDE/IFH 2017.

Kopplungsmöglichkeiten. Entscheidende Standortkriterien für eine Neuansiedlung im (zentren- und nahversorgungsrelevanten) Einzelhandel sind neben flächenseitigen (Flächenangebot) und verkehrsseitigen (mikro- und makroräumliche Verkehrsanbindung, Parkplatzangebot) Aspekten in erster Linie absatzwirtschaftliche Rahmenbedingungen (Nähe zum Verbraucher, Kaufkraft, Einwohnerentwicklung, Siedlungsstruktur, Zentralität des Ortes). Nicht selten wird auch die Nähe zu weiteren Betrieben des Einzelhandels gesucht, um Kopplungseinkäufe zu ermöglichen. Zudem ist der Einzelhandel zunehmend von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen im besonderen Maße den Lebensmitteleinzelhandel.

Mögliche sortimentsspezifische Entwicklungsimpulse

Die heutige Einzelhandelszentralität der Stadt Eisenach beträgt rd. 1,41, wobei jedoch sortimentsspezifisch deutliche Unterschiede erkennbar sind. Hieraus erwachsen für einige Warengruppen mögliche Entwicklungsimpulse in Form von Spielräumen zur Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben. Aus den dargestellten Entwicklungsimpulsen (siehe Abbildung 18) ergeben sich gewisse Entwicklungsimpulse für die Mehrheit der Warengruppen.

Demnach ist für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfsbereiches aus fachgutachterlicher Sicht ein Entwicklungsimpuls von 1,30 stadtentwicklungspolitisch und hinsichtlich des landesplanerischen Versorgungsauftrages für ein Mittelzentrum mit der Teilfunktion eines Oberzentrums langfristig plausibel.

Für die Mehrheit der Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches wird ein Entwicklungsimpuls von 1,50 als stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell angemessen erachtet. Die Höhe des Entwicklungsimpulses kann aufgrund des weitläufigen Einzugsgebietes, des dortigen Einwohner- und Kaufkraftpotenzials (vgl. Kap. 4.3) und des landesplanerischen Versorgungsauftrages der Stadt Eisenach als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion als realistische Prognosevariante zugrunde gelegt werden.

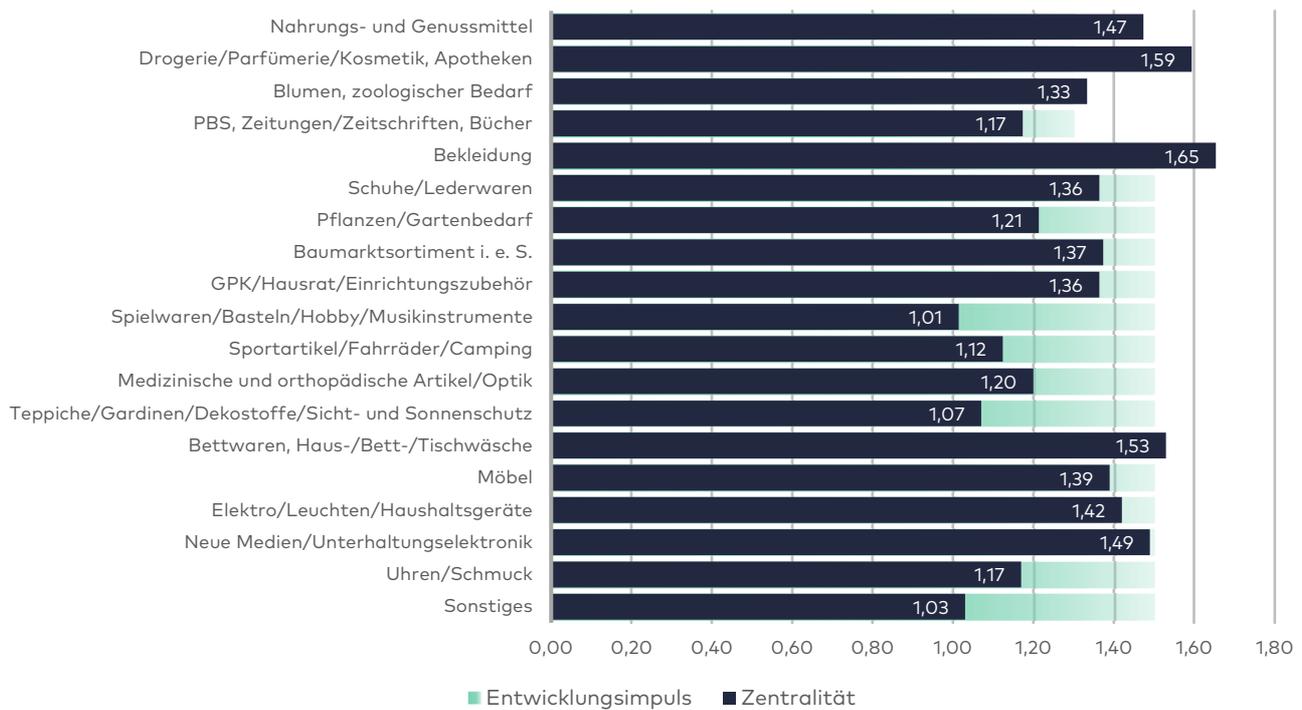


Abbildung 18: Sortimentsspezifische Zentralität und Entwicklungsimpuls

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik.

Für die Stadt Eisenach ergeben sich damit stadtentwicklungspolitisch und versorgungsstrukturell begründbare Spielräume v. a. in den Warengruppen des mittel- und z. T. langfristigen Bedarfsbereichs.

Zusammenfassung der relevanten Rahmenbedingungen

Eine zusammenfassende Übersicht zur Entwicklung der für den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zugrunde gelegten Parameter ist Tabelle 8 zu entnehmen.

Tabelle 8: Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Eisenach

Rahmenbedingung	Impuls	Entwicklungsperspektive für die Stadt Eisenach bis 2025
Demografische Entwicklung		leicht rückläufige Einwohnerentwicklung bei zunehmend höherem Anteil älterer Menschen
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft		moderate Steigerung mit Zunahme des Online-Anteils und sortimentsbezogenen Unterschieden (z. B. periodischer Bedarfsbereich)
Entwicklung der Verkaufsflächenansprüche der Anbieter		leichte Impulse bei Filialisten insbesondere im periodischen Bedarfsbereich
Entwicklung des Online-Handels		konstant steigender Online-Anteil mit deutlichen sortimentspezifischen Unterschieden
Versorgungsstrukturelle und stadtentwicklungspolitische Impulse		sortimentspezifische Entwicklungspotenziale im Rahmen des den gehobenen Bedarfs umfassenden Versorgungsauftrages

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

5.1.3 Handlungsbedarfe für die Einzelhandelsentwicklung in Eisenach

Unter Berücksichtigung der zuvor dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen sowie der möglichen Entwicklungsimpulse ergeben sich für die Stadt Eisenach bis 2025 Spielräume, die in der Tabelle 9 in qualitativer Form dargestellt werden.

Tabelle 9: Entwicklungsprognose für 2025

Warengruppe	Spielräume	Entwicklungsmöglichkeiten & Zielstellung
Nahrungs- und Genussmittel	□□□	Geringer Spielraum in Anbetracht der aktuellen Ausstattung; Erhalt und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen
Drogerie, Parfümerie & Kosmetik	□□□	Geringer Spielraum in Anbetracht der aktuellen Ausstattung; Sicherung der Drogeriemärkte in der Einkaufsinnenstadt
Sonstiger kurzfristiger Bedarfsbereich	■□□	Sicherung der bestehenden Fachgeschäfte und Angebotserweiterung in den zentralen Versorgungsbereichen
Fashion & Accessoires	■□□	Sicherung und Weiterentwicklung der Angebotsstrukturen insbesondere in der Einkaufsinnenstadt unter besonderer Beachtung der Konkurrenz zum Online-Handel (bspw. durch Ausschluss von Neuansiedlungen oder wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen an nicht integrierten Standortbereichen)
Heimwerken & Garten	■□□	Geringer Spielraum, Weiterentwicklung der bestehenden Bau- und Pflanzenfachmärkte
Freizeit & Hobby	■■■	Stärkung des bestehenden Angebots sowie Ansiedlung kleiner Fachmärkte mit den Sortimenten Spielwaren bzw. Sportartikel unter besonderer Beachtung der Konkurrenz zum Online-Handel
Gesundheit & Wellness	■□□	Erhalt und Stärkung bestehender Sanitätshäuser, Optiker und Hörakustiker vor dem Hintergrund des demographischen Wandels
Wohnen & Einrichten	■■□	Erhalt und Stärkung der bestehenden Möbelhäuser sowie Unterstützung von kleinflächigen Vorhaben mit gemischtem Warensortiment
Elektronik & Haushaltsgeräte	■□□	Geringer Spielraum in Anbetracht der aktuellen Ausstattung
Uhren & Schmuck	■□□	Geringer Spielraum in Anbetracht der aktuellen Ausstattung

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; PBS = Papier, Büro, Schreibwaren; GPK = Glas, Porzellan, Keramik; ■■■ = hoher Handlungsbedarf vorhanden; □□□ = geringer Handlungsbedarf vorhanden.

Die Ermittlung der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotenziale verdeutlicht Spielräume in verschiedenen Warengruppen. Die Stadt Eisenach übernimmt als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion auch eine Versorgungsfunktion im Bereich des periodischen Bedarfs. Dieser Aufgabe wird Eisenach aktuell mit teilweise überdurchschnittlichen Ausstattungskennwerten im kurzfristigen Bedarfsbereich vollumfänglich gerecht.

Entwicklungen im Sortimentsbereich **Nahrungs- und Genussmittel** sollten daher vornehmlich zur bedarfsgerechten Angebotssicherung und Stärkung an stadtentwicklungspolitisch und konzeptionell gewünschten Standorten (insb. zentrale Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte) erfolgen. Die Handlungsbedarfe im Bereich **Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheke** sind aufgrund der aktuellen Ausstattung als gering zu bezeichnen, hier sollte der Erhalt der Drogeriefachmärkte im ZVB Einkaufsinnenstadt im Fokus stehen.

Auch bei den sonstigen Warengruppen des **kurzfristigen Bedarfsbereiches** ist lediglich ein geringes rechnerisches Verkaufsflächenpotenzial vorhanden.

In den Warengruppen des **mittelfristigen Bedarfsbereiches** liegt der höchste Handlungsbedarf im Erhalt und der Stärkung der bestehenden Betriebe in Kon-

kurrenz zum Online-Handel. Darüber hinaus sollten in den Warengruppen die Bestandsbetriebe in ihrer Funktion gesichert werden und mögliche Erweiterungen des Sortimentsmixes angestrebt werden.

In der Warengruppe **Freizeit & Hobby** wird auf Grundlage der absatzwirtschaftlichen Betrachtungen die Ansiedlung von entsprechenden Fachgeschäften bzw. -märkten für die Sortimente Spielwaren bzw. Sportartikel empfohlen.

Weitere Potenziale in den Warengruppen des **langfristigen Bedarfsbereiches** ergeben sich insbesondere in der Warengruppe Möbel und Einrichtungszubehör, wobei die bestehenden Möbelhäuser erhalten und gestärkt werden sollen und die Ansiedlung von spezialisierten Angebotsformaten bauleitplanerisch unterstützt werden sollte.

5.2 ÜBERGEORDNETE ENTWICKLUNGSZIELSTELLUNGEN FÜR EISENACH

Vor dem Hintergrund der Entwicklungszielstellungen des ISEK 2030 sowie der Ergebnisse der Markt- und Standortanalyse sollen in Bezug auf die zukünftige Einzelhandelsentwicklung nach Teilräumen differenzierte, übergeordnete Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung angestrebt werden:

- 1. Stärkung der Gesamtstadt:** Sicherung und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion mit oberzentraler Teilfunktion der Stadt Eisenach im regionalen Kontext durch Ausschöpfung der ermittelten absatzwirtschaftlichen Potenziale.
- 2. Städtebaulich-funktionale Stärkung der Zentren:** Erhalt und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche im Kontext ihrer jeweiligen Versorgungsfunktion mit Schwerpunkt auf den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt bei gleichzeitiger Vermeidung schädlicher Auswirkungen auf die Nahversorgung.
- 3. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung:** Sicherung, Stärkung und Ergänzung der Nahversorgungsangebote in der Kernstadt an städtebaulich integrierten Standorten, wobei schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche vermieden werden sollen. Etablierung bzw. Sicherung einer ortsteilspezifisch angepassten Nahversorgung in kleineren Ortsteilen.
- 4. Bereitstellung ergänzender Standorte:** Bauleitplanerische Vorbereitung von Flächen für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment (v.a. großflächig). Vermeidung von Verdrängungsprozessen von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebiete durch eine Störung des Bodenpreisgefüges. Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermeiden. Die restriktive Handhabung zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente wird empfohlen.

Abbildung 19 veranschaulicht zusammenfassend die übergeordneten Entwicklungszielstellungen für die Stadt Eisenach.

1. Ziel Stärkung der Gesamtstadt	2. Ziel Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche	3. Ziel Sicherung und Stärkung der Nahversorgung	4. Ziel Ergänzende Standorte bereitstellen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erhalt und Weiterentwicklung der mittelzentralen Versorgungsfunktion mit Teilfunktion Oberzentrum ▪ Erhöhung der Einkaufsqualität ▪ Ausschöpfung der absatzwirtschaftlichen Potenziale ▪ Sicherung und Stärkung der Einzelhandelszentralität 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stärkung und Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche durch Ergänzung und Weiterentwicklung des Angebotes sowie Etablierung leistungsfähiger Strukturen gemäß Versorgungsauftrags des Zentrums ▪ Bündelung von Angeboten und Nutzungen jenseits des Einzelhandels als Frequenzbringer und belebender Faktor für die zentralen Versorgungsbereiche ▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Nahversorgung vermeiden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kernstadt: sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen ▪ kleinere Ortsteile: ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung ermöglichen bzw. sichern ▪ gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche vermeiden 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bauleitplanerische Vorbereitung von Flächen für den Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (v.a. großflächig) ▪ Vermeidung von Verdrängungsprozessen von Gewerbe und Handwerk in Gewerbegebiete durch eine Störung des Bodenpreisgefüges ▪ Gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die Zentren vermeiden ▪ Zentrenrelevante Randsortimente nur im begrenzten Umfang an ergänzende Standorte zulässig

Abbildung 19: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Eisenach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Zwischen diesen jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, sodass die Verfolgung des einen Zieles nicht die Umsetzung eines anderen Zieles gefährdet. Vor diesem Hintergrund erfolgt in den nächsten Schritten eine räumliche und inhaltliche Konkretisierung der übergeordneten Entwicklungszielstellungen im Form eines Zentren- und Standortkonzeptes, einer Liste zentrenrelevanter und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente (Sortimentsliste für Eisenach) sowie in Form von bei Standortfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze.

6 Zentrenkonzept

Aufbauend auf die Markt- und Standortanalyse und abgeleitet aus den Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung werden im Folgenden ein Zentren- und Standortkonzept, eine Liste zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente sowie die bei Standortanfragen anzuwendenden Steuerungsleitsätze für die Stadt Eisenach entwickelt.

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzeptes ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen zentralen Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrunde zulegenden Kriterien werden nachfolgend detailliert vorgestellt.

6.1.1 Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien von zentralen Versorgungsbereichen

Die Innenstädte und Ortszentren sowie die Neben- bzw. Stadtteilzentren und Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Zentrale Versorgungsbereiche bilden die Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB. Darüber hinaus sieht § 5 Abs. 2 BauGB vor, dass im Flächennutzungsplan die Ausstattung des Stadtgebiets mit zentralen Versorgungsbereichen dargestellt werden kann, um Einzelhandelskonzepten als informelles Planungsinstrument stärkeres rechtliches Gewicht zu verleihen. Schließlich ist die hervorgehobene Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche auch als Grundsatz der Raumordnung (§ 2 Abs. 2 Nr. 3 Satz 3 ROG) eine Leitvorstellung einer nachhaltigen Raumentwicklung. Nach dieser Vorschrift sind die räumlichen Voraussetzungen für die Erhaltung der Innenstädte und örtlichen Zentren als zentrale Versorgungsbereiche zu schaffen.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich, je nach Größe und Struktur einer Kommune, ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus

einem Innenstadtzentrum, aus Neben- oder Stadtteilzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (siehe Abbildung 20). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

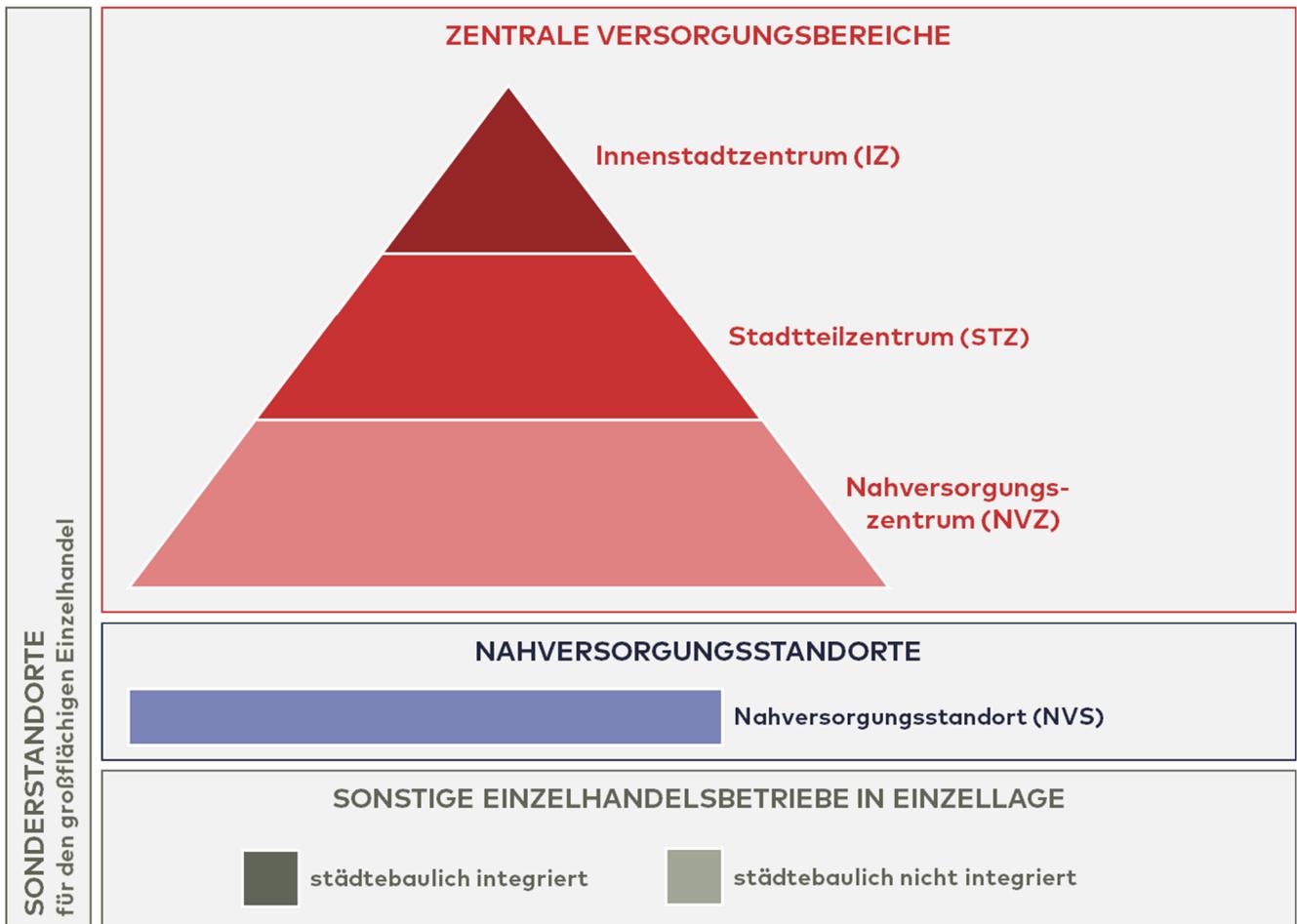


Abbildung 20: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortsystem (modellhaft)

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die einzelnen Zentrentypen unterscheiden sich hinsichtlich der Tiefe und der Breite der Versorgungsfunktion:³⁶

1. **Innenstadtzentren** verfügen über einen großen Einzugsbereich (i. d. R. gesamtes Stadtgebiet, ggf. weiteres Umland) und bieten regelmäßig ein breites Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereiches an.
2. **Stadtteilzentren** verfügen über einen mittleren Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Stadtteile größerer Städte) und bieten regelmäßig ein größeres Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch langfristigen) Bedarfsbereiches an.
3. **Nahversorgungszentren** verfügen über einen kleinen Einzugsbereich (i. d. R. beschränkt auf bestimmte Quartiere größerer Städte bzw. Zentren kleinerer Orte) und bieten ein begrenztes Spektrum an Waren und Dienstleistungen des kurzfristigen (ggf. auch Teilbereiche des mittel- und langfristigen) Bedarfsbereiches an.

³⁶ Vgl. Kuschnerus/Bischopink/Wirth 2018, S. 101.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),
- oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann.³⁷

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.³⁸

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen.³⁹

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt.⁴⁰

EIN ZENTRALER VERSORGUNGSBEREICH IST EIN

- räumlich abgrenzbarer Bereich,
- der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
- eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebote – geprägt ist.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbraucher-nahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.⁴¹

³⁷ Vgl. Bundestag 2004: Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

³⁸ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

³⁹ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

⁴⁰ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

⁴¹ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

In der Planungspraxis ist die Beurteilung, ob bestimmte Lagen noch als zentrale Versorgungsbereiche mit der Funktion eines Grund- oder Nahversorgungszentrums einzustufen sind, zuweilen überaus anspruchsvoll. Regelmäßig ergeben sich Streitfälle bei zwar städtebaulich integrierten Bereichen mit einer historischen Zentrenfunktion, die aber nur über eine eingeschränkte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus verfügen. Standortbereiche, die nicht über eine ausreichende Größe und ein Spektrum von Waren und Dienstleistungen sowie keinen marktgängigen Lebensmittelmarkt verfügen, können gemäß aktueller Rechtsprechung keine zentrale Versorgungsfunktion in größeren Städten übernehmen und können somit bei fehlender Entwicklungsperspektive (z. B. in Form konkreter Potenzialflächen) nicht als zentraler Versorgungsbereich eingestuft werden.⁴²

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die **Entwicklung** (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Abbildung 21 veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Bestandsstruktur hinausgeht.

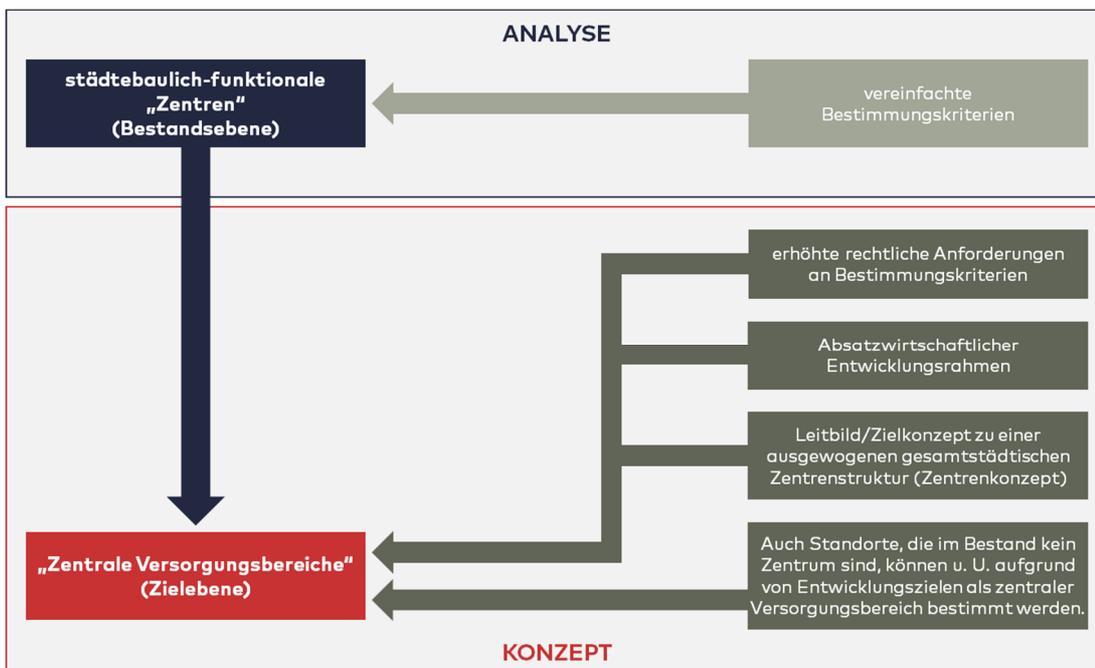


Abbildung 21: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

⁴² Vgl. OVG NRW Urteil 15. Februar 2012 – AZ: 10 A 1770/09.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

FESTLEGUNGSKRITERIEN FÜR ZENTRALE VERSORGUNGSBEREICHE

Aspekte des Einzelhandels

- Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes,
- aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).

Sonstige Aspekte

- Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.),
- städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadtgeschichtliche Aspekte (u. a. historische Nutzung) sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums,
- integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets,
- verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen,
- ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereiches werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.⁴³

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches als Ganzem beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren näher untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.⁴⁴

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),

⁴³ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG NRW bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07).

⁴⁴ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten oder
- wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

6.1.2 Zentrenstruktur von Eisenach

Das Zentrenkonzept für die Stadt Eisenach aus dem Jahr 2013 definiert mit der Einkaufsinnenstadt sowie den Nahversorgungszentren Nord, Karlskuppe, Altstadtstraße und Petersberg insgesamt fünf zentrale Versorgungsbereiche innerhalb des Eisenacher Stadtgebietes (siehe Abbildung 22).

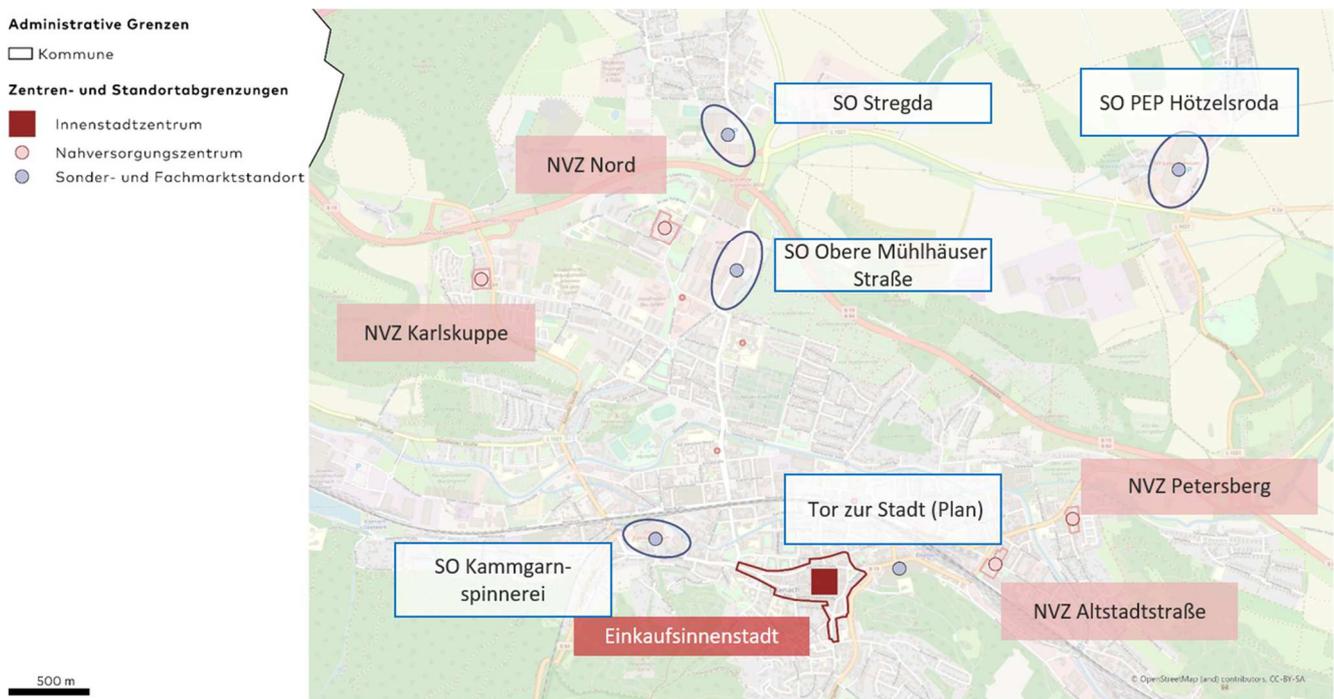


Abbildung 22: Zentrenstruktur Eisenach 2013

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Aus fachgutachterlicher Sicht erfüllt das Innenstadtzentrum Einkaufsinnenstadt eindeutig die Kriterien eines zentralen Versorgungsbereichs. Eine vertiefende Darstellung zu den einzelnen Standortbereichen ist hierbei den Zentrensteckbriefen zu entnehmen (vgl. Kapitel 4.5). Für die bestehenden Nahversorgungszentren wird zunächst eine Analyse durchgeführt, inwieweit diese im hinreichenden Maße die Kriterien der Rechtsprechung an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen.

Als plakative Darstellungsform der Analyseergebnisse dient eine Ampelsystematik, aus der sich ein Erfüllen bzw. ein Nicht-Erfüllen der einzelnen Kriterien aufzeigen lässt. Folgende Kriterien kommen hierbei zur Anwendung:

- **Räumliche Integration:** Einstufung, inwieweit ein Standort als städtebaulich integriert (Einbettung in Wohnbebauung bzw. direkter räumlich-funktionaler Bezug zur Wohnbebauung, d. h. er ist in der Regel von mindestens zwei (besser drei) Seiten von Wohnbebauung umgeben und fußläufig erreichbar) oder als städtebaulich nicht integriert (gewerbliche Lage/„Grüne Wiese-Standort“) einzustufen ist.

- **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe:** Prüfung inwieweit die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe an einem Standortbereich hinreichend für die Ausweisung eines Stadtteil- oder Nahversorgungszentrums ist.
- **Mindestens ein größerer Nahversorgungsbetrieb:** Prüfung, ob der bzw. die am Standort vorhandene/n Nahversorgungsbetrieb/e eine Nahversorgungsfunktion übernehmen kann.
- **Versorgungsfunktion:** Prüfung, ob ein Standort eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich (modellhaft 1.000 m fußläufig) hinaus aufweist.
- **Städtebauliches Gewicht:** Einstufung, ob ein Standort hinsichtlich seines Verkaufsflächengewichtes für eine Ausweisung als Stadtteil- oder Nahversorgungszentrum eine hinreichende Ausstattung aufweist.
- **Zentrenergänzende Funktionen (ZEF):** Bewertung und Vielfalt der ZEF (private und öffentliche Dienstleitungen, Gastronomie, Kultur- oder Bildungseinrichtungen) an einem Standortbereich.
- **Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen):** Prüfung, ob ein Standort bei einer aktuell nicht hinreichenden Ausstattung hinsichtlich der Anzahl der Betriebe und städtebaulichem Gewicht weiterentwickelt werden kann.

Zunächst werden hierbei die Bestandsstrukturen der im Zentrenkonzept 2013 ausgewiesenen Nahversorgungszentren bewertet:

Tabelle 10: Bewertung der Nahversorgungszentren gem. Zentrenkonzept 2013 (Bestand)

Standortbereich	Räumliche Integration	Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	Mind. ein größerer Nahversorgungsbetrieb	Versorgungsfunktion	Städtebauliches Gewicht	ZEF	Entwicklungsmöglichkeiten (Potenzialflächen)	Fazit
NVZ Altstadtstraße	○○●	○●●	○●●	○○●	○●○	●●○	○○●	↑
NVZ Karlskuppe	○○●	○●○	○●●	○●●	○●○	●●○	○●○	↑
NVZ Nord	○○●	○○●	○●●	○●●	○●○	○○●	○●○	↑
NVZ Petersberg	○○●	○●○	○●○	○●●	●○○	●●○	●●○	↓

Quelle: Darstellung Stadt + Handel

Es zeigt sich hierbei, dass die Standortbereiche

- **Nahversorgungszentrum Altstadtstraße,**
- **Nahversorgungszentrum Karlskuppe** und
- **Nahversorgungszentrum Nord**

in der Bestandssituation im hinreichenden Maße die Kriterien der Rechtsprechung an einen zentralen Versorgungsbereich erfüllen. Der weitere bisher als Nahversorgungszentrum ausgewiesene Standortbereich **Petersberg** erfüllt in seiner Bestandssituation nicht hinreichend die Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich.

Darüber hinaus lassen zwar mehrere andere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelssicht zu bewertende Agglomeration erkennen, diese weisen jedoch nicht hinreichend die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere sind bei solchen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebauliche Dichte und die damit

verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass solche Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen übernehmen können und sollten – etwa Versorgungsfunktionen für den unmittelbaren Nahbereich. Im Rahmen des Nahversorgungskonzeptes werden weitere Standorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche identifiziert (siehe Kapitel 7).

Für die zentralen Versorgungsbereiche wurde ein idealtypischer Ausstattungskatalog entwickelt, der bei zukünftigen Entwicklungsmaßnahmen als Zielkriterium Beachtung finden sollte. Für das Innenstadtzentrum Einkaufsinnenstadt sind sämtliche der nachfolgenden Ausstattungsmerkmale von besonderer Relevanz. Für die Nahversorgungszentren finden sich Ausstattungsmerkmale im nachfolgenden Katalog wieder. Die Ausstattungsmerkmale sind nach unterschiedlichen Aspekten (Einzelhandelsausstattung, zentrenergänzende Funktionen, Städtebau/ Gestaltung, Erreichbarkeit) eingestuft worden.

Tabelle 11: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Einzelhandelsausstattung)

Einzelhandelsausstattung	Nahversorgungszentrum
Strukturprägender Lebensmittelmarkt	■ ■
Vollumfängliches Lebensmittelangebot	■ □
Drogeriefachmarkt	□ □
Ergänzende Betriebe des Lebensmittelhandwerks	■ ■
Weitere Sortimente der kurzfristigen Bedarfsstufe	■ ■
Sortimentsbereiche der mittelfristigen Bedarfsstufe	■ □
Sortimentsbereiche der langfristigen Bedarfsstufe	□ □

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

Tabelle 12: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (zentrenergänzende Funktionen)

Zentrenergänzende Funktionen	Nahversorgungszentrum
Imbissorientierte Gastronomieangebote	■ ■
Höherwertige Gastronomieangebote mit Freisitzen (Café, Restaurant)	■ □
Medizinische Angebote (Arztpraxen und weitere Angebote)	■ ■
Banken	■ □
Weitere einzelhandelsnahe Dienstleistungen (z. B. Friseur, Reinigung)	■ ■
Öffentliche Einrichtungen	■ □
Packstation/Post	■ □
Spielgeräte/Spielplatz für Kinder	■ □
Elektro-Tankstelle	■ □

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

Tabelle 13: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Städtebau/Gestaltung)

Städtebau/Gestaltung	Nahversorgungszentrum
Städtebaulich integrierte Lage	■ ■
Ansprechende städtebauliche Gestaltung	■ ■
Angenehme Aufenthaltsqualität und Einkaufsatmosphäre	■ ■
Barrierefreie Gestaltung	■ ■

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

Tabelle 14: Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Erreichbarkeit)

Erreichbarkeit	Nahversorgungszentrum
Stellplatzanlagen standortspezifisch bemessen	■ ■
Gute fußläufige Erreichbarkeit	■ ■
Fahrradfreundliche Erreichbarkeit und Stellplatzmöglichkeiten	■ ■
Gute MIV-Anbindung (Erschließungsstraße 1. Priorität)	■ ■
Gute ÖPNV-Anbindung (Qualität und Quantität)	■ ■

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; ■■ = notwendig; ■ □ = optimale Ausstattung; □ □ = i. d. R. keine Bedeutung für den Zentrentyp

6.1.3 Einkaufsinnenstadt Eisenach

Die Einkaufsinnenstadt Eisenach ist hinsichtlich der Ausdehnung der größte zusammenhängende, städtebaulich integrierte Geschäftsbereich der Stadt Eisenach. Dieser weist städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte, Nutzungsmischung und urbanes Leben auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

Räumliche Ausprägung

Die Einkaufsinnenstadt Eisenach umfasst diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere die Bereiche mit relevanten Kundenläufen sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen. Die Abgrenzung des ZVB Einkaufsinnenstadt aus dem Zentrenkonzept 2013 erweist sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen in großen Teilen als sachgerecht und wird somit lediglich mit einer geringen Anpassungen fortgeschrieben:

- Im Westen wird der zentrale Versorgungsbereich im Bereich der Georgenstraße um Bereiche ohne bedeutende Handels- oder Dienstleistungsfunktion eingekürzt.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 23 für die Einkaufsinnenstadt Eisenach dargestellt.



Abbildung 23: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Einkaufsinnenstadt Eisenach

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020;; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Innere Organisation

Die Einkaufsinnenstadt Eisenach ist kein homogenes Gebilde, sondern kann nach verschiedene Lagekategorien differenziert werden. Zur inneren Gliederung des zentralen Versorgungsbereiches werden Hauptlage, Nebenlage, Ergänzungsbereich sowie ein potenzieller Entwicklungsbereich im Folgenden näher betrachtet. Die Einordnung erfolgt dabei anhand der baulichen und handelsprägenden Strukturen der verschiedenen Lagebereiche.

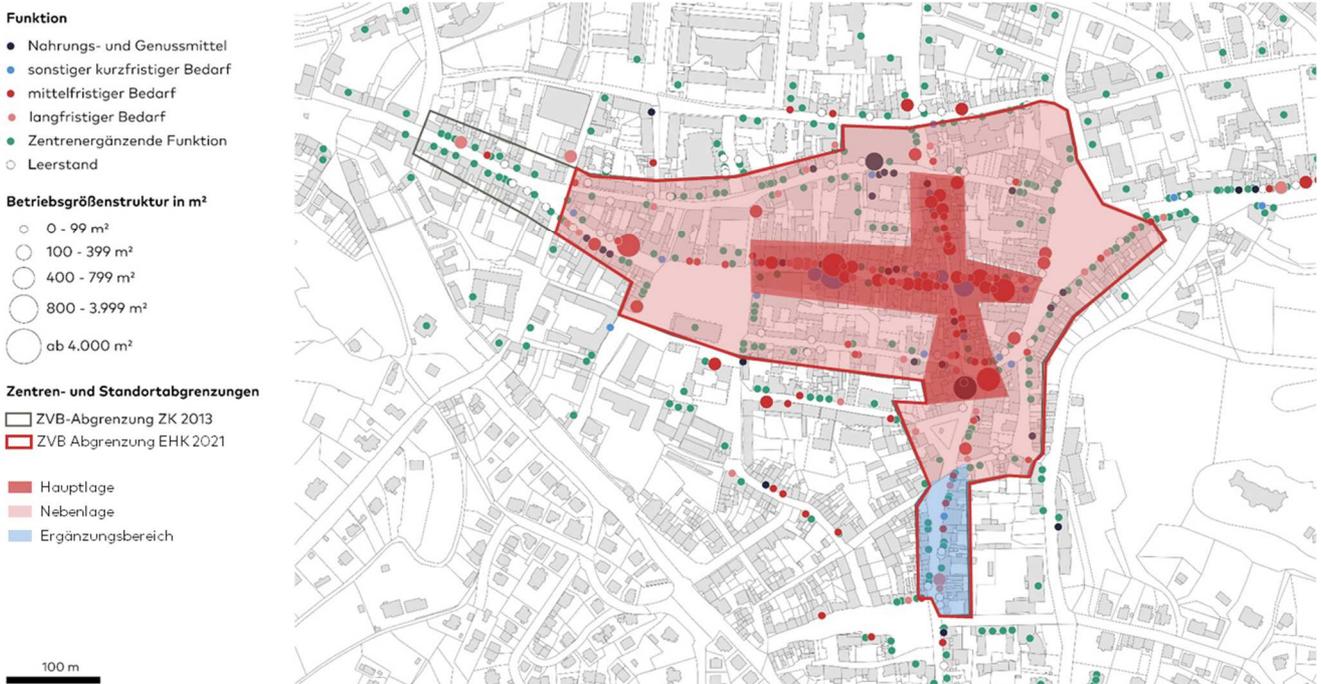


Abbildung 24: Innere Organisation der Einkaufsinnenstadt Eisenach

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Die **Hauptlage** der Einkaufsinnenstadt Eisenach erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Karlsstraße, Querstraße und Johannisstraße. Diese Bereiche stellen die Lage mit der höchsten Einzelhandelsdichte und Passantenfrequenz in der Eisenacher Innenstadt dar. Die Lage ist geprägt durch eine Bündelung von strukturprägenden Einzelhandelsnutzungen, von denen viele filialisierte Fachmärkte darstellen sowie z. T. inhabergeführte Fachgeschäfte. Insgesamt ist der Lagebereich geprägt durch frequenzsteigernde und frequenzabhängige Nutzungen und weist einen hohen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang auf, der sich u. a. in der hohen Handelsdichte und dichter Bebauung widerspiegelt. Positiv hervorzuheben ist die niedrige Leerstandsquote in der Hauptlage sowie die attraktive städtebauliche Gestaltung mit einer ansprechenden historischen Fassadengestaltung.

LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: HAUPTLAGE (KARLSSTRAÙE, JOHANNISSTRAÙE, QUERSTRAÙE)

- Hauptlage als primärer Positivstandort für zentrenrelevante Sortimente in der Innenstadt von Eisenach
- Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Einzelhandelsfunktion sowie der Vielfalt kleiner Fachgeschäfte, insbesondere durch bauleitplanerische Steuerung des zentrenrelevanten Einzelhandels in die Einkaufsinnenstadt, Verhinderung von mehr als unerheblichen negativen Auswirkungen durch Einzelhandelsansiedlungen bzw. der erheblichen Erweiterung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten, Weiterentwicklung des Einzelhandels durch aktivierende Maßnahmen im Rahmen eines Citymanagements, wie z. B.:
 - Entgegenwirken einer Ausbreitung der z. T. erkennbaren Mindernutzungen (insb. im Bereich der Nebenlagen), ggf. auch verstärkt durch attraktive Nutzungen jenseits des Einzelhandels (Dienstleistungen und v. a. Gastronomie)
 - Erarbeitung eines „Masterplans Innenstadt“ im Zuge einer breiten Beteiligung aller Stakeholder (Handel, Gastronomie, Eigentümer etc.)
 - Überprüfung und Stärkung der Online-Sichtbarkeit bzw. Vermarktung
 - Stärkere Vermarktung des Einzelhandels für den Tourismus (z B. regionale Produkte)
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität durch städtebauliche Aufwertung des Zentrums (z.B. Aufwertung der Eingangssituationen)
- Profilierung der Hauptlage durch zielgruppenspezifische Angebote
- Positivstandort für qualitative, filialisierte Angebote
- Prüfung der Möglichkeit von Herstellung marktgängiger Ladenlokalgrößen (>400 m² GVKF)
- **Zielperspektive:** Schwerpunktraum für klassische Handelsnutzungen

Die **Nebenlage** der Eisenacher Einkaufsinnenstadt erstreckt sich u.a. entlang der Alexanderstraße, Goldschmiedenstraße, Georgenstraße, Johannisplatz, Sophienstraße, dem Markt und bis über den Karlsplatz. Die Lage ist durch eine geringere Handelsdichte gekennzeichnet und bildet an den Randbereichen z. T. auslaufende Lauflagen. Der Lagebereich ist geprägt durch Fachmärkte sowie im Vergleich zur

Hauptlage durch eine eher kleinteilige Einzelhandelsstruktur sowie weniger frequenzbedeutsame Nutzungen, welche beispielsweise einen stärkeren Fokus auf den Zieleinkauf oder einen geringeren Filialisierungsgrad aufweisen. Zudem sind in den Nebenlagen nur noch wenige Magnetbetriebe ansässig. Insbesondere die städtebauliche Gestaltung der Straßen und Plätze weisen z. T. gestalterische Mängel (u. a. Alexanderstraße und Karlsplatz: Stadtmöblierung, Pflasterung; Goldschmiedenstraße: Stadtmöblierung, Stadtgrün) auf und besitzen somit nur eine vergleichsweise geringe Aufenthaltsqualität.

LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: NEBENLAGE (U.A. ALEXANDERSTRASSE, GOLDSCHMIEDENSSTRASSE, GEORGENSTRASSE, SOPHIENSTRASSE, JOHANNISPLATZ, KARLSPLATZ, MARKT)

- Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Einzelhandelsfunktion sowie der Vielfalt kleiner Fachgeschäfte, insbesondere durch bauleitplanerische Steuerung des zentrenrelevanten Einzelhandels in die Einkaufsinnenstadt, Verhinderung von mehr als unerheblichen negativen Auswirkungen durch Einzelhandelsansiedlungen bzw. der erheblichen Erweiterung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten,
- Erhalt und Stärkung von zentrenergänzenden Funktionen bzw. der Funktionsvielfalt (bspw. Senkung der Sondernutzungsgebühr für Gastronomie, Packstation)
- Positivraum für arrondierende Nutzungen und Angeboten als funktionale Ergänzung zur Hauptlage
- Sicherung und Stärkung von frequenzabhängigen und frequenzerzeugenden Gastronomiebetrieben, insbesondere am und in räumlicher Nähe zum Markt
- Qualifizierung des Wochenmarktes (regionale Produkte, Erstellung Besucherkataster, Prüfung Feierabendmarkt)
- Betonung des Karlsplatzes als Eingangstor zur Einkaufsinnenstadt (gestalterisch)
- sofern möglich: Aktivierung von Leerständen (z. B. durch Flächenzusammenlegungen; insb. in der Alexander- und Goldschmiedenstraße)
- **Zielperspektive „Eingangsbereich & Dienstleistung“:** Lagebereich mit frequenzunabhängigen Nutzungen, Eingangs- und Verbindungsfunktion, Mix von Wohnen, Handel und Handwerk

Der **Ergänzungsbereich** befindet sich im südlichsten Bereich des ZVB Einkaufsinnenstadt Eisenach. Er umfasst im Wesentlichen den Frauenberg zwischen Johannisplatz und Frauenplan. In diesem Bereich dominieren zentrenergänzende Funktionen die Strukturen. Insgesamt verfügt der Bereich über eine deutlich untergeordnete Zentrenfunktion im Vergleich zur Haupt- und Nebenlage und bildet eine funktionale Ergänzung.

LAGESPEZIFISCHE EMPFEHLUNGEN: ERGÄNZUNGSBEREICH (FRAUENBERG)

- Entwicklung frequenzunabhängiger Nutzungen im Bereich des Einzelhandels
- Sicherung als ergänzender Lagebereich des Zentrums im Bereich einzelhandelsferner Nutzungen (insb. Gastronomie, Ärzte, Dienstleister)

- Stärkung des Lagebereichs als südlicher Eingangsbereich in die Hauptlage (insb. von touristischen Zielen)

Exkurs: „Tor zur Stadt“

Östlich der Eisenacher Einkaufsinnenstadt ist an einem Standortbereich gegenüber des Bahnhofs nach einem langen Planungsprozess im Rahmen der Bauleitplanung mit intensiver Bürgerbeteiligung das Fachmarktzentrum „Tor zur Stadt“ entwickelt worden. Mit der Umnutzung der ehemaligen Industriebrache wurde auch ein städtebaulicher Missstand im Stadtzentrum beseitigt. Das Fachmarktzentrum wurde im Oktober 2020 eröffnet und verfügt u. a. mit dem Verbrauchermarkt Kaufland, dem Drogeriefachmarkt Rossmann sowie den Fachmärkten Kik und Woolworth über einen Angebotsschwerpunkt im filialisierten kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Der Standortbereich ergänzt das Angebot der Einkaufsinnenstadt im zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich hinsichtlich großflächiger Einzelhandelsangebote. Neben dem Fachmarktzentrum sind am Standortbereich u. a. die Entwicklung eines Hotels sowie einer Tagungshalle bis 2022 vorgesehen.

Die Anbindung des Standortbereiches an die Einkaufsinnenstadt erfolgt über die Bahnhofstraße. Bedingt durch die räumliche Trennung der Bereiche Einkaufsinnenstadt und des Lagebereiches sowie die fehlende Sichtachse existieren bislang keine ausgeprägten Kopplungsbeziehungen zwischen den beiden Standortbereichen. Auch eine Laufage zwischen den Bereichen ist aufgrund einer fehlenden Sichtbeziehung, der mangelhaften Gestaltung des öffentlichen Verkehrsraums und des perforierten Einzelhandelsbesatzes entlang der Bahnhofstraße aktuell nur bedingt vorhanden.

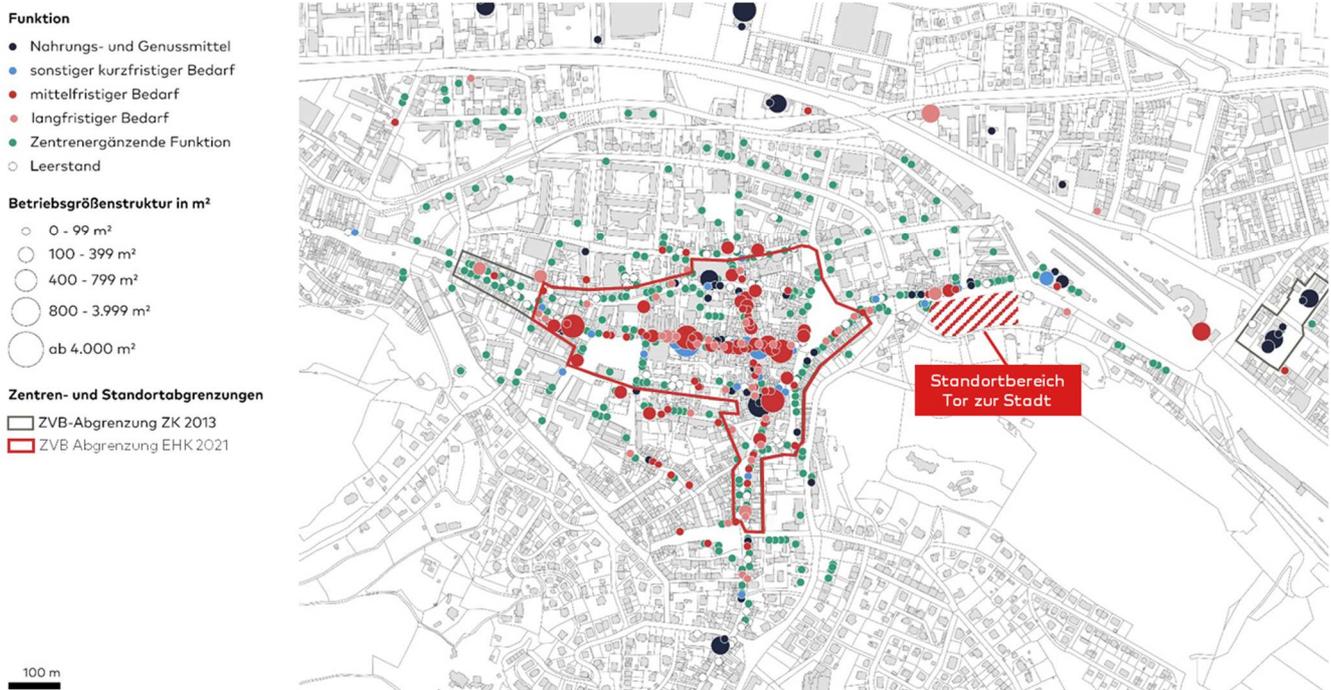


Abbildung 25: Standortbereich Tor zur Stadt

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Aktuell ist aufgrund der erst kurz zurückliegenden Neueröffnung kein Handlungsbedarf für den Standortbereich erkennbar. Um den angebotsergänzenden Charakter des Standortes zur Einkaufsinnenstadt zu erhalten und keine einseitige

Weiterentwicklung des Standortbereiches zu Lasten der Einkaufsinnenstadt stattfinden zu lassen, wird eine Festschreibung der Verkaufsflächen auf die genehmigten Größenordnungen empfohlen (vgl. Bebauungsplan).

Des Weiteren wird empfohlen, die funktionelle Verbindungsachse Bahnhof – Tor zur Stadt – Einkaufsinnenstadt zu stärken, um beispielweise auch Pendler sowie Touristen von dem Bahnhof über das funktionale „Scharnier“ „Tor zur Stadt“ in die Einkaufsinnenstadt zu lenken. Eine Stärkung der Kopplungsbeziehungen zwischen dem Standortbereich „Tor zur Stadt“ sowie der Einkaufsinnenstadt kann bspw. durch ein gemeinsames Marketing, gemeinsame (Kundenbindungs-)Aktionen oder die Anpassung von Parkzeiten im Fachmarktzentrum erfolgen, um so den Kunden vom „Tor zur Stadt“ Kopplungsbesorgungen in der Einkaufsinnenstadt zu ermöglichen (bspw. einkaufen oder Wahrnehmung von zentrenergänzenden Funktionen), ohne den Pkw umparken zu müssen. Auch die Herstellung einer attraktiven, einladenden fußläufigen Verbindung (Ampelführungen, Querung Bundesstraße) und funktionierender Anbindungen für Radfahrer sollte in den Fokus genommen werden.

6.1.4 Nahversorgungszentrum Nord

Das Nahversorgungszentrum Nord ist ein zentraler Versorgungsbereich im Norden der Kernstadt Eisenach, der eine Versorgungsfunktion primär für den kurzfristigen Bedarfsbereich übernimmt. Das Nahversorgungszentrum weist dabei städtebauliche Zentrenmerkmale wie z. B. eine gewisse städtebauliche Dichte und Nutzungsmischung auf. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5. Das Nahversorgungszentrum Nord übernimmt für das nördliche Stadtgebiet und die unmittelbar angrenzenden Wohnsiedlungslagen eine Versorgungsfunktion für den periodischen Bedarf.

Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an der im Zentrenkonzept 2013 festgelegten Abgrenzung, welche sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als sachgerecht erwiesen hat und somit fortgeschrieben wird. Darüber hinaus wird der südwestlich unmittelbar angrenzende Bereich in das Nahversorgungszentrum aufgenommen, da hier durch die Nutzungen im medizinischen Bereich ein direkter funktioneller Zusammenhang besteht.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 26 für das Nahversorgungszentrum Nord dargestellt.



Abbildung 26: Räumliche Abgrenzung Nahversorgungszentrum Nord

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Nord, welche über den unmittelbaren Nahbereich hinausgeht, steht die Sicherung der beste-

henden Angebote im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Eisenach, die einen Bezug zum Nahversorgungszentrum Nord aufweisen, berücksichtigt werden.

ENTWICKLUNGSEMPFEHLUNGEN NAHVERSORGUNGSZENTRUM NORD

- Schwerpunkt: Nahversorgung, medizinische Versorgung
- Versorgungsgebiet: nördliche Kernstadt
- Entwicklung der Leerstände ggf. durch einzelhandelsferne Nutzungen
- Verbesserung der fußläufigen Verbindung zwischen den Lebensmittelmärkten
- Schaffung einer gemeinsamen, übersichtlichen Wegeführung und Parkplatzsituation
- Weitere Erhöhung der Aufenthaltsqualität an den Platzsituationen (insb. Nordplatz)
- Stärkung des Standorts anhand des Ausstattungskataloges

6.1.5 Nahversorgungszentrum Karlskuppe

Das Nahversorgungszentrum Karlskuppe ist ein zentraler Versorgungsbereich mit einer Versorgungsfunktion primär für den kurzfristigen Bedarf, ergänzt durch einen nicht unerheblichen Verkaufsflächenanteil an Warengruppen des mittelfristigen Bedarfsbereiches. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5. Das Nahversorgungszentrum Karlskuppe übernimmt insbesondere für nordwestlichen Wohnsiedlungsbereich der Eisenacher Kernstadt eine Versorgungsfunktion für den periodischen Bedarf sowie darüber hinaus noch in geringfügigem Maß für den mittelfristigen Bedarfsbereich.

Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich an der im Zentrenkonzept 2013 festgelegten Abgrenzung, welche sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als sachgerecht erwiesen hat und somit fortgeschrieben wird.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 27 für das Nahversorgungszentrum Karlskuppe dargestellt.



Abbildung 27: Räumliche Abgrenzung Nahversorgungszentrum Karlskuppe

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Karlskuppe für die nordwestliche Kernstadt Eisenach steht die Sicherung und Stärkung der bestehenden Angebote im zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Eisenach, die einen Bezug zum Nahversorgungszentrum Karlskuppe aufweisen, berücksichtigt werden.

ENTWICKLUNGEMPFEHLUNGEN NAHVERSORGUNGSZENTRUM KARLSKUPPE

- Positivstandort für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel
- Versorgungsgebiet: westliche Kernstadt und nordwestliche Ortsteile
- Entwicklung der Leerstände ggf. durch einzelhandelsferne Nutzungen
- Steigerung der zentrenergänzenden Funktionen (Dienstleistung, (Imbiss-) Gastronomie etc.)
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität (Sitzgelegenheiten, Begrünung etc.)
- Stärkung des Standort anhand des Ausstattungskataloges

6.1.6 Nahversorgungszentrum Altstadtstraße

Das Nahversorgungszentrum Altstadtstraße weist eine Versorgungsfunktion primär für den kurzfristigen Bedarf auf. Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums konzentriert sich auf die östlichen Wohnsiedlungsbereiche der Eisenacher Kernstadt. Eine detaillierte städtebauliche Analyse des zentralen Versorgungsbereiches findet sich in Kapitel 4.5.

Räumliche Ausprägung

Die Festlegungsempfehlung orientiert sich im Wesentlichen an der im Zentrenkonzept 2013 festgelegten Abgrenzung, welche sich auf Grundlage der Bestandserhebung, der Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen sowie der Entwicklungsziele im Einzelnen als sachgerecht erwiesen hat und somit fortgeschrieben wird.

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereiches erforderlich. Diese wird in Abbildung 28 für das Nahversorgungszentrum Altstadtstraße dargestellt.



Abbildung 28: Räumliche Abgrenzung Nahversorgungszentrum Altstadtstraße

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Entwicklungsziele und -empfehlungen

Aufgrund der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums Altstadtstraße für die östlichen Eisenacher Siedlungsgebiete steht die Sicherung und Stärkung der bestehenden Angebote im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich im Mittelpunkt. Diese sollen in allen städtebaulichen und stadtentwicklungspolitischen Planungen der Stadt Eisenach, die einen Bezug zum Nahversorgungszentrum Altstadtstraße aufweisen, berücksichtigt werden.

ENTWICKLUNGEMPFEHLUNGEN STANDORTBEREICH ALTSTADTSTRAÙE

- Positivstandort für nahversorgungsrelevanten Einzelhandel
- Versorgungsgebiet: Oststadt
- Schaffung einer attraktiven und sicheren fuÙläufigen Verbindung über die Altstadtstraße
- Erhöhung der Aufenthaltsqualität
- Steigerung der zentrenergänzenden Funktionen (Dienstleistung, (Imbiss-) Gastronomie etc.)
- Stärkung des Standort anhand des Ausstattungskatalogs

7

Nahversorgungskonzept

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur wurde in Kapitel 4.6 bereits tiefergehend analysiert. Vor diesem Hintergrund werden im folgenden Kapitel Empfehlungen zur Erhaltung und Verbesserung der Nahversorgung in Eisenach ausgesprochen.

7.1 NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

Neben den zentralen Versorgungsbereichen wird in Eisenach die Ausweisung sogenannter Nahversorgungsstandorte geprüft. Dabei handelt es sich um Einzelhandelsstandorte von Lebensmittelmärkten (sowie zum Teil ergänzenden kleinteiligen Einzelhandelsbetrieben), die eine strukturell bedeutsame Nahversorgungsfunktion übernehmen, aber nicht die Anforderungen der Rechtsprechung an zentrale Versorgungsbereiche erfüllen (siehe dazu auch Kapitel 6.1.1). Die gezielte Ausweisung solcher Nahversorgungsstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen tragen begünstigend dazu bei, die Nahversorgung in der Stadt Eisenach dauerhaft zu sichern sowie gezielt und nachfragegerecht weiterzuentwickeln.

Die Prüfung von Nahversorgungsstandorten in diesem Bericht orientiert sich an den Bestandsstrukturen der Stadt Eisenach. Um auch zukünftige, zum Zeitpunkt der Konzeptausarbeitung noch nicht absehbare Standortentwicklungen bewerten zu können, werden im Folgenden die durch das Einzelhandels- und Zentrenkonzept vorgegebenen Kriterien für Nahversorgungsstandorte aufgeführt.

KRITERIEN FÜR NAHVERSORGUNGSSTANDORTE

- **Städtebauliche Integration:** Der Standort steht im direkten räumlich-funktionalen Zusammenhang zu größeren Gebieten mit Wohnbebauung bzw. ist idealerweise von dieser umgeben.
- **ÖPNV-Erreichbarkeit:** Der Standort ist an das Netz des ÖPNV angebunden.
- **Ausrichtung auf Nahversorgung:** Das Einzelhandelsangebot (Bestand/geplant) ist überwiegend auf Nahversorgung ausgerichtet (90 % der Verkaufsfläche periodischer Bedarf, abweichend max. Fachgeschäfte).
- **Sicherung/Optimierung der Nahversorgung:** Der Standort trägt wesentlich zur Sicherung und/oder Optimierung der (räumlichen, quantitativen oder qualitativen) Nahversorgungssituation bei.

Städtebauliche Integration

Der Standort soll überwiegend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sein bzw. in einem engen räumlich-funktionalen Zusammenhang zu diesen stehen. Dies ist regelmäßig der Fall, wenn der Vorhabenstandort mindestens von zwei Seiten (besser drei Seiten oder mehr) von Wohnbebauung umgeben ist.

Darüber hinaus soll eine fußläufige Anbindung an die zugeordneten Wohnsiedlungsbereiche vorliegen (z. B. Fußwege, Querungshilfen über stark befahrene Straßen, keine städtebaulichen oder naturräumlichen Barrieren).

Ein nur teilweise städtebaulich integrierter Standort (z. B. bei umgebender Wohnbebauung an nur zwei Seiten und Lage an stark befahrener Straßen ohne Que-

rungshilfe) erfährt bei der Bewertung eine entsprechende Abwertung. Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Gewerbegebietslagen oder bei gänzlich fehlender umgebender Wohnbebauung) stellt ein Ausschlusskriterium dar.

ÖPNV-Erreichbarkeit

Der Standort ist in das Netz des ÖPNV eingebunden und verfügt über einen leistungsfähig frequentierten Haltepunkt in unmittelbarer Nähe zum Vorhabenstandort. Von einer immer noch ausreichenden ÖPNV-Anbindung ist bis zu einer Luftlinienentfernung von 300 m zwischen Prüfstandort und ÖPNV-Haltepunkt auszugehen. Bei einer Entfernung von mehr als 300 m Luftlinie stellt sich die ÖPNV-Anbindung als nicht mehr ausreichend dar. Das Kriterium gilt in diesem Fall in der Regel als nicht erfüllt.

Ausrichtung auf Nahversorgung

Das Einzelhandelsangebot eines Einzelhandelsbetriebes (Bestand/geplant) ist überwiegend auf die Nahversorgung ausgerichtet. Dieses Kriterium gilt als erfüllt, wenn mind. 90 % der Verkaufsfläche für den periodischen Bedarf aufgewendet werden (vgl. Kapitel 10.2). Hiervon abweichen können max. Fachgeschäfte.

Sicherung/Optimierung der Nahversorgung

Der Standort soll zudem einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung oder Optimierung der räumlichen, qualitativen und/oder quantitativen Nahversorgung liefern.

Zur Sicherung oder Optimierung der **räumlichen Nahversorgungssituation** soll der Lebensmittelmarkt wesentlich zur Verbesserung der fußläufigen/wohnortsnahen Nahversorgungssituation beitragen.

Die Sicherung oder Optimierung der **quantitativen Nahversorgung** ist gegeben, wenn der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung der Verkaufsflächenausstattung bzw. Zentralität im Stadtteil liefert. Dies kann der Fall sein, wenn der Stadtteil über eine unterdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung verfügt. Eine deutlich überdurchschnittliche Verkaufsflächenausstattung ist hingegen ein Hinweis darauf, dass kein weiterer Bedarf an einer quantitativen Verbesserung der Nahversorgungssituation besteht.

Sofern der Betrieb am Vorhabenstandort einen wesentlichen Beitrag zur Verbesserung des Betriebstypenmixes im Stadtteil liefert bzw. zum Erhalt attraktiver und vielfältiger Nahversorgungsstrukturen beiträgt, ist eine Sicherung oder Optimierung der **qualitativen Nahversorgung** gegeben. So kann z. B. die Ansiedlung eines modernen Lebensmittelvollsortimenters bei einem fehlenden vollsortimentierten oder nicht mehr marktgängigen Angebot zur Optimierung der qualitativen Nahversorgung beitragen.

Sofern im Nahbereich eine ausreichende Mantelbevölkerung vorhanden ist, kann z. B. ein Lebensmittelvollsortimenter im Standortverbund mit einem Lebensmittel-discounter aufgrund der möglichen Komplettierung bzw. Verbesserung des Betriebstypenmixes die Nahversorgungssituation in einem Stadtteil verbessern, obwohl er keinen wesentlichen Beitrag zur Optimierung der (rein) räumlichen Nahversorgung liefert. Ebenso kann die Verlagerung eines Lebensmittelmarktes aus einer städtebaulich nicht integrierten Lage in eine städtebaulich integrierte Lage bei gleichzeitiger (leichter) Verkaufsflächenerweiterung trotz eingeschränkter

absatzwirtschaftlicher Entwicklungspotenziale im betrachteten Stadtteil einen positiven Beitrag zur Nahversorgungsstruktur liefern.⁴⁵

Im Folgenden werden die strukturprägenden Lebensmittelmärkte außerhalb zentraler Versorgungsbereiche auf die vorab genannten Kriterien überprüft:

Tabelle 15: Prüfung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte auf Eignung als Nahversorgungsstandort

Standortbereich	Städtebauliche Integration	ÖPNV-Erreichbarkeit	Ausrichtung auf Nahversorgung	Sicherung/Optimierung der Nahversorgung	Fazit
Ernst-Thälmann-Straße (Netto)	○○●	○●●	○○●	○○●	NVS
Altstadtstraße (Netto)	○○●	○●●	○○●	○●○	NVS
August-Rudloff-Straße (Nahkauf)	○○●	○●○	○○●	○○●	NVS
Barfüßerstraße (Tegut)	○○●	○○●	○○●	○○●	NVS
Gothaer Straße (Norma)	○○●	○○●	○○●	○●○	NVS
Julius-Lippold-Straße (Rewe)	○○●	○○●	○○●	○○●	NVS
Karl-Marx-Straße (Netto)	○○●	●○○	○○●	○●○	NVS*
Rennbahn (Norma)	○○●	○○●	○○●	○○●	NVS
Kupferhammer (Netto)	○○●	○○●	○○●	○○●	NVS
Clemdastraße (Lidl)	○○●	●○○	○○●	○●○	NVS*
Am Stadtweg (Lidl)	●○○	○●○	●○○	○●○	niL
Bleichrasen (Rewe Center)	●●○	○●○	○●○	○●○	niL
Mühlhäuser Straße (Marktkauf)	●○○	○○●	●○○	○●○	niL
Neue Wiese (Kaufland)	●○○	○●○	●○○	○●○	niL

Quelle: Darstellung Stadt + Handel, * Kriterien nicht vollumfänglich erfüllt im Bereich der ÖPNV Anbindung, Verbesserung der Anbindung wird empfohlen; NVS: Nahversorgungsstandort, niL: städtebaulich nicht integrierte Lage.

Es zeigt sich hierbei, dass die strukturprägenden Lebensmittelmärkte

- Ernst-Thälmann-Straße (Netto)
- Altstadtstraße (Netto)
- August-Rudloff-Straße (Nahkauf)
- Barfüßerstraße (Tegut)
- Gothaer Straße (Norma)
- Julius-Lippold-Straße (Rewe)
- Rennbahn (Norma)
- Kupferhammer (Netto)
- Karl-Marx-Straße (Netto) und
- Clemdastraße (Lidl)

⁴⁵ Die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Auswirkungen der Verkaufsflächenerweiterung und räumlichen Verlagerung sind natürlich trotzdem i. d. R. im Rahmen einer einzelfallbezogenen Verträglichkeitsanalyse zu prüfen.

die Kriterien an Nahversorgungsstandorte in hinreichendem Maße erfüllen.

Handlungsbedarf im Bereich der ÖPNV-Anbindung besteht künftig für die Märkte an der Karl-Marx-Straße (Netto) und an der Clemdastraße (Lidl).

Abschließend wird die räumliche Nahversorgungssituation in der Stadt Eisenach zusammenfassend kartographisch dargestellt (vgl. nachfolgende Abbildung).

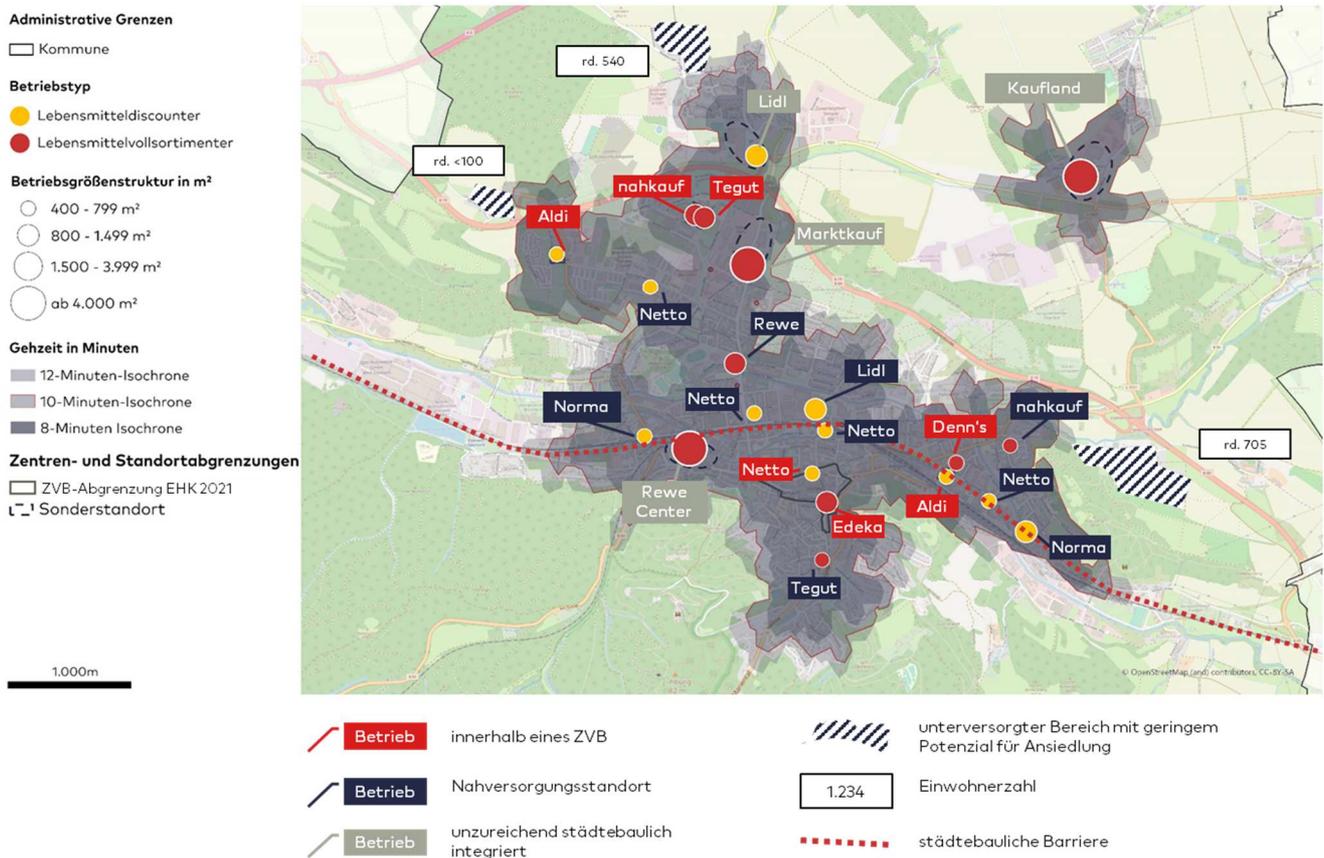


Abbildung 29: Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Eisenach

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach und OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

7.2 HANDLUNGSPRIORITÄTEN

Das zusätzliche Ansiedlungspotenzial für Lebensmittelsortimente in Eisenach ist begrenzt. Da mit zunehmendem Überschreiten absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen, die wiederum mit Betriebs-schließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die zukünftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Eisenach aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

EMPFEHLUNGEN ZUR NAHVERSORGUNG IN EISENACH

Ziel 1: Fokus der Nahversorgung auf die zentralen Versorgungsbereiche

- Sicherung und Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels)

Ziel 2: Integrierte Nahversorgungsstandorte außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche entwickeln, sichern und bedarfsgerecht weiterentwickeln

- Entwicklung, Sicherung und bedarfsgerechte Weiterentwicklung bestehender konzeptkonformer Standorte
- Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch neue Ansiedlungen an städtebaulich-funktional nicht gewünschten Standorten resultieren könnten
- Verbesserung der Standortrahmenbedingungen vor allem bei aktuell nicht marktgerechten Betrieben (insbesondere Verbesserung der Zugänglichkeit für ältere Personengruppen im Zuge des demografischen Wandels) ohne gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Nahversorgung auszuüben (insbesondere durch positive Begleitung entsprechender Planungsvorhaben)
- Orientierung an den Kriterien für Nahversorgungsstandorte sowie dem Prüfschema bei betrieblichen Neuansiedlungen an konzeptionell wünschenswerte Standorte

Ziel 3: Keine Ansiedlungen/Erweiterungen in städtebaulich nicht integrierten Lagen

Sonstige Empfehlungen:

- grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen zur Versorgung des Gebietes (nur gebietsdienende Ansiedlungen ohne negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die Nahversorgung)
- qualitative Weiterentwicklung der Nahversorgung im Hinblick auf Betriebstypenmix, Andienung, Parkplätze und Service
- Sicherung, Stärkung und Weiterentwicklung von alternativen Angeboten in kleineren Ortsteilen ohne das Kaufkraftpotenzial für einen eigenen marktgängigen „Standard“-Lebensmittelmarkt
- ansonsten konsequenter Ausschluss von zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel

Für diese Empfehlungen gelten die Steuerungsleitsätze (siehe Kapitel 11), die ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl der zentralen Versorgungsbereiche als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche beinhalten. Zudem wird empfohlen die vorstehenden Entwicklungsziele durch entsprechende bauleitplanerische Festsetzungen umzusetzen.

Zur Analyse der stadtentwicklungspolitischen Tragweite einer Verkaufsflächenerweiterung eines Nahversorgungsvorhabens sollte stets eine Einzelfallbetrachtung inkl. eines städtebaulichen Konzeptes für das betreffende Ansiedlungsvorhaben und den zentralen Versorgungsbereich erarbeitet werden.

7.3 NAHVERSORGUNGSPRÜFSHEMA

Aufgrund der hohen Bedeutung von größeren Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem **nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment** vorrangig in den zentralen Versorgungsbereichen selbst gesichert und weiterentwickelt werden.

Nachgeordnet soll das integrierte Nahversorgungsangebot außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche (insbesondere an Nahversorgungsstandorten) gesichert und bedarfsgerecht weiterentwickelt werden. Für diese Vorhaben **außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche** ist im Rahmen künftiger Konformitätsprüfungen zum Zentren- und Nahversorgungskonzept das folgende Prüfschema anzuwenden (vgl. nachfolgende Abbildung).

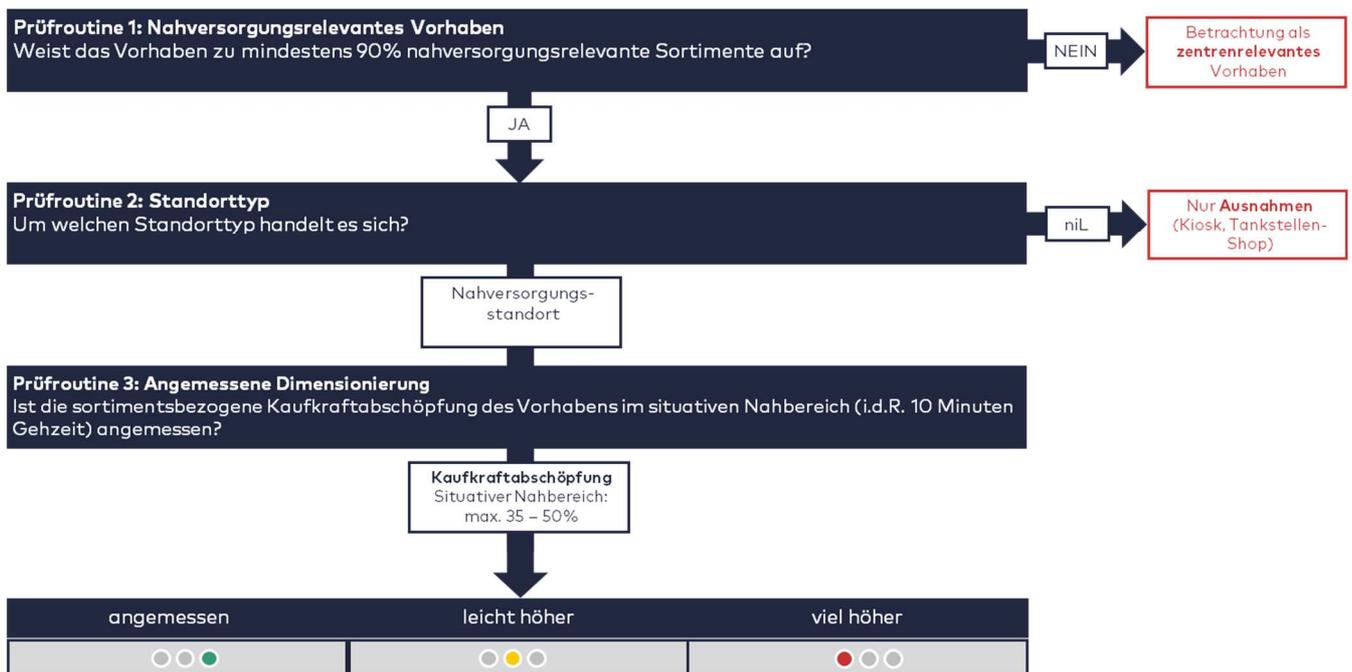


Abbildung 30: Prüfschema der Konzeptkongruenz bei der Ansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Das Nahversorgungsprüfschema für die Stadt Eisenach dient zur Ersteinschätzung von Nahversorgungsvorhaben. Die Bewertung der einzelnen Prüfroutinen erfolgt in Anlehnung an die dargestellte Ampel-Systematik. Eine „grüne Ampel“ zeigt eine positive Bewertung an, eine „rote Ampel“ hingegen eine negative Bewertung. Eine uneindeutige Bewertung wird durch eine „gelbe Ampel“ dargestellt. Die Bewertungskriterien werden im Folgenden näher erläutert.

Prüfroutine 1: Nahversorgungsrelevantes Vorhaben

Nahversorgungsvorhaben sind i. d. R. nur Ansiedlungen und Erweiterungen von Einzelhandelsbetrieben, deren **Verkaufsfläche mindestens zu 90 % aus zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten** besteht. Ist dies nicht erfüllt, wird das Vorhaben als zentrenrelevantes Vorhaben betrachtet.

Prüfroutine 2: Standorttyp

Um als Nahversorgungsstandort beurteilt werden zu können, muss das Nahversorgungsvorhaben die Kriterien an einen Nahversorgungsstandort (vgl. Kapitel 7.1) in hinreichendem Maße erfüllen.

Ein städtebaulich nicht integrierter Standort (z. B. Grüne-Wiese-Standort) stellt ein Ausschlusskriterium dar. Ausnahmsweise können in Gewerbe- und Industriegebieten lediglich Tankstellenshops oder Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden (vgl. Steuerungsleitsatz II, Kapitel 11.2).

Prüfroutine 3: Angemessene Dimensionierung

Ein wesentlicher Teil des zu erwartenden Vorhabenumsatzes soll aus dem jeweiligen Nahbereich abgeschöpft werden können. Dies ist aus fachgutachterlicher Sicht i. d. R. gegeben, wenn die Umsatzerwartung, je nach Standorttyp, einen gewissen Anteil der sortimentspezifischen Kaufkraft im situativen Nahbereich nicht überschreitet, da sich der Versorgungseinkauf erfahrungsgemäß auch auf andere Einzelhandelsstandorte und Betriebstypen verteilen wird. Nahversorgungsstandorte leisten einen wesentlichen Beitrag zur Sicherung und Optimierung der Nahversorgungssituation. Daher ist für Nahversorgungsstandorte i. d. R. eine Kaufkraftabschöpfungsquote zwischen 35 und 50 % im situativen (wohnungsnahen) Nahbereich anzusetzen.

Spannweite der Kaufkraftabschöpfung: Die jeweilige Abschöpfung der sortimentspezifischen Kaufkraft im situativen Nahbereich soll abhängig von verschiedenen Rahmenbedingungen im Einzelfall abgeleitet werden. Relevante Rahmenbedingungen sind hierbei u. a. die Angebotsqualität in Relation zur Nachfragesituation, die Optimierung der Standortrahmenbedingungen eines Bestandsbetriebes, räumlich unterversorgte Bereiche und siedlungsstrukturelle Gegebenheiten.

Eine Kaufkraftabschöpfungsquote **von annähernd 35 %** ist in der Regel (aber nicht abschließend) plausibel, wenn

- der Vorhabenstandort in höher verdichteten Siedlungslagen (z. B. Geschosswohnungsbau, dichte Reihenhausbebauung) liegt,
- ein stark ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld (d. h. mehrere Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in räumlicher Nähe) vorherrscht (i.d.R. Standortkategorie Nahversorger),
- die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation (z. B. Verkaufsflächenausstattung, Betriebstypenmix) als stark überdurchschnittlich eingeordnet werden kann und/oder
- eine deutliche Überschneidung des fußläufigen, situativen Nahbereiches mit anderen nahversorgungsrelevanten Betrieben (z. B. an einem Kopplungsstandort) vorliegt.

Eine Kaufkraftabschöpfungsquote **von bis zu 50 %** ist in der Regel (aber nicht abschließend) plausibel, wenn

- der Vorhabenstandort in deutlich ländlich geprägten und/oder gering verdichteten Siedlungslagen (z. B. abgesetzte, dörflich strukturierte Ortsteile, Einfamilienhausgebiete) liegt,

- ein eher schwach ausgeprägtes Wettbewerbsumfeld (d. h. keine oder sehr wenige Wettbewerber des gleichen Betriebstyps in räumlicher Nähe) vorherrscht (also insbesondere bei Nahversorgungsstandorten),
- die quantitative und qualitative Nahversorgungssituation (z. B. Verkaufsflächenausstattung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel, Betriebstypenmix) als stark unterdurchschnittlich eingeordnet werden kann und/oder
- keine oder nur eine unwesentliche Überschneidung des fußläufigen, situativen Nahbereiches mit anderen nahversorgungsrelevanten Betrieben vorliegt.

Abgrenzung des situativen Nahbereichs: Für den situativen Nahbereich wird kein fester Radius vorgegeben.⁴⁶ Der situative Nahbereich ist im Einzelfall unter Berücksichtigung der siedlungsräumlichen, wettbewerblichen und topografischen Gegebenheiten abzuleiten und soll sich an einer Gehzeit von rd. 10 Minuten orientieren. Nahegelegene Wettbewerber und zentrale Versorgungsbereiche können jedoch zu einer Reduzierung des situativen Nahbereiches führen. Darüber hinaus können fehlende Nahversorgungsangebote und qualitativ hochwertige Fußwegeverbindungen auch eine Ausweitung des situativen Nahbereiches begründen. Grundsätzlich soll sich der situative Nahbereich an siedlungsräumlichen Zusammenhängen sowie städtebaulichen und naturräumlichen Barrieren orientieren.

Abschließende Gesamtbewertung

Insbesondere vor dem Hintergrund der anhaltenden Dynamik im Einzelhandel (u. a. Standortverlagerungen, Betriebserweiterungen, Veränderungen der Betriebstypen) ist die empfohlene Kaufkraftabschöpfung somit als Richtwert – und nicht als fixer Wert – zu verstehen. Eine geringfügige Überschreitung um bis zu 10 %-Punkte wird im Rahmen des Nahversorgungsprüfschemas zwar nicht mehr als angemessene, sondern als „leicht höhere“ Abschöpfungsquote gewertet und erfährt demnach eine entsprechende Abwertung („gelbe Ampel“). Eine noch höhere Abschöpfungsquote stellt i. d. R. ein Ausschlusskriterium dar („rote Ampel“).

Grundsätzlich sind die absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Vorhabens auf Basis einer validen und nachvollziehbaren Methodik zu ermitteln und darzustellen. Dabei sind für die Berechnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen des Vorhabens auch realistisch zu erwartende **maximale Flächenproduktivitäten** zu verwenden.

Neben der Ermittlung potenzieller absatzwirtschaftlicher Auswirkungen (Umsatzumverteilungen) ist in diesem Fall v. a. eine **städtebaulich begründete Analyse** und eine städtebauliche Einordnung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen auf den Bestand und die Entwicklungsziele für die (untersuchungsrelevanten) zentralen Versorgungsbereiche sowie auf die Nahversorgungsstrukturen zu erbringen. Dabei sind auch mögliche Strukturverschiebungen in den zentralen Versorgungsbereichen von Bedeutung. Die vieldiskutierte **10 %-Schwelle** sollte bei der

⁴⁶ Als erster Anhaltswert für eine Abgrenzung des Nahbereichs kann jedoch eine Luftlinienentfernung von 500 bis 700 m bzw. rd. 1.000 m Fußwegedistanz angenommen werden. Dies entspricht (je nach körperlicher Verfassung) in etwa einer Gehzeit von rd. 10 Minuten

städtebaulichen Einordnung der Umsatzumverteilungen vor dem Hintergrund der Bestandsstrukturen kritisch gewürdigt werden.⁴⁷

7.4 EMPFEHLUNGEN FÜR DIE EISENACHER ORTSTEILE

Vor dem Hintergrund des Ziels der Gewährleistung einer weitestgehend flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung gewinnt eine optimierte räumliche Verteilung der Betriebe an Bedeutung. Außerhalb der Kernstadt bestehen lediglich in den Ortsteilen Hötzelsroda und Stregda zur Zeit der Bestandserhebung (01-02/2020) weitere strukturprägende Lebensmittelmärkte. Die an den Sonderstandorten PEP Hötzelsroda und Stregda ansässigen Lebensmittelmärkte übernehmen jeweils eine gewisse Bedeutung für die Versorgung in den Ortsteilen sowie für die weiter nördlich gelegenen Ortsteilen der Stadt Eisenach. Aufgrund der nicht integrierten Lage der Märkte ist zum Schutz von zentralen Versorgungsbereichen und integrierten Nahversorgungsstandorten ein restriktiver Umgang mit weiteren Ansiedlungen bzw. wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen an den Standorten zu empfehlen (vgl. Ziel 3 der Handlungsprioritäten Kapitel 7.2 und Ansiedlungsleitsatz II Kapitel 11.2).

In den weiteren Ortsteilen sind keine weiteren strukturprägenden Lebensmittelmärkte (G-VKF > 400 m²) verortet. Hier bestehen jedoch z. T. kleinteilige nahversorgungsrelevante Angebote, wie beispielsweise Bäcker und Fleischer (vgl. nachfolgende Tabelle).

Tabelle 16: (Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Eisenach

Ortsteile	Ausstattung
Hötzelsroda	Kaufland, Getränke Fachmarkt, Bäcker, Fleischer, Tankstelle
Neukirchen	Tankstelle
Stockhausen	Bäcker, Fleischer, Getränkeladen
Stregda	Lidl, Bäcker, Fleischer

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020.

Diese übernehmen bedeutende Nahversorgungsfunktionen für die örtliche Bevölkerung, insbesondere vor dem Hintergrund einer zunehmenden Alterung der Bevölkerung, die häufig mit einem Rückgang der individuellen Mobilität verbunden ist.

Die westlich der Kernstadt gelegenen Ortsteile (u. a. Neuenhof-Hörschel und Wartha-Göringen), die nicht über strukturprägenden, nahversorgungsrelevanten Einzelhandel verfügen, versorgen sich u. a. in der westlich angrenzenden Gemeinde Herleshausen oder in der Kernstadt von Eisenach.

Die für die Ansiedlung von strukturprägenden Lebensmittelmärkten notwendige Mantelbevölkerung von rd. 3.000 Einwohnern (in Abhängigkeit von den örtlichen

⁴⁷ Die 10 %-Schwelle hat sich durch Rechtsprechung herausgebildet und muss im Einzelfall betrachtet werden. Ggf. sind höhere Umsatzumverteilungen ohne schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zulässig, ggf. sind diese Auswirkungen auch bereits bei weniger als 10 Prozent vorhanden. Bei einer Vorschädigung eines zentralen Versorgungsbereiches (trading-down-Prozesse, hohe Leerstandsquote) können regelmäßig vorhabenbedingte schädliche Auswirkungen bei Umsatzumverteilungen von unter 10 % nicht ausgeschlossen werden.

Strukturen) wird aktuell außerhalb der Kernstadt in keinem Ortsteil erreicht, so dass diese kaum rentabel betrieben werden könnten.

In Zukunft sollte deshalb der Fokus in diesen Lagen auf alternativen Vertriebskonzepten und Versorgungsangeboten liegen. Dazu gehören:

- Kleinflächenkonzepte/Multifunktionsladen
- Mobiler Handel (Verkaufswagen)
- „Gebündelter“ mobiler Handel (mehrere Anbieter mit verschiedenen Sortimenten zur gleichen Zeit am gleichen Ort, Ansatz einer „Wochenmarktfunktion“)
- Liefer- und Bestellservice
- Hofläden

Gerade der mobile Handel in Form von Verkaufswagen ist im ländlichen Raum eine Alternative, um die Nahversorgung sicherzustellen, entweder als Spezialanbieter (z. B. Eier oder Fleisch) oder mit einem breiter gefächerten Sortiment als mobiler Laden. Eine zeitliche wie räumliche Bündelung mehrerer Verkaufswagen bietet zudem die Möglichkeit der Schaffung eines „Minimarkts“ mit einem vielfältigeren Angebotsspektrum. Darüber hinaus können an Einzelhandelsbetriebe angegliederte Bringdienste das Nahversorgungsangebot in einem Ortsteil ergänzen und durch Attraktivitätssteigerung gleichzeitig dessen Marktdurchdringung erhöhen. Bisher gibt es in diesem Bereich jedoch keinen bundesweit flächendeckend tätigen Anbieter und auch hinsichtlich der Ausgestaltung der Angebote lassen sich deutliche Unterschiede feststellen.

Eine weitere Alternative, die Nahversorgung im ländlichen Raum sicherzustellen, sind Hofläden, welche meist als Direktverkauf landwirtschaftlicher Betriebe dienen. Diese Läden bieten zudem die Möglichkeit, durch eine Erweiterung einen Multifunktionsladen zu gestalten, welche dem Konsumenten, ähnlich wie Nahversorgungsagglomerationen oder Zentren, vielfältige Kopplungsmöglichkeiten bieten können.

8

Sonderstandortkonzept

Neben den zentralen Versorgungsbereichen bestehen in Eisenach vier weitere strukturprägende Einzelhandelsagglomeration mit einem gewissen Standortgewicht. Im folgenden Kapitel wird zunächst erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für Sonderstandorte grundsätzlich erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind. Darauf aufbauend wird die strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche analysiert und Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung des Standortes gegeben.

8.1 KONZEPTIONELLE EINORDNUNG VON SONDERSTANDORTEN

Im Sinne der gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Entwicklungszielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Eisenach (vgl. Kapitel 5.2) sind mehrere Zielstellungen mit der Ergänzung durch Sonderstandorte verbunden. Diese sind in der Zielstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Einzelhandels in der Einkaufsinnenstadt, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen bzw. eine geringe Flächenproduktivität aufweisen,
- die im zentralen Versorgungsbereich nur bedingt oder gar nicht angesiedelt werden können oder sollen,
- die Sortimente führen, die den zentralen Versorgungsbereich wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung von Sonderstandorten und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumlich klare Fassung der jeweiligen Sonder- und Fachmarktstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenen Bodenpreisgefüge, das von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden. Dies wird insbesondere den auf günstige

Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen.

8.2 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELSAGGLOMERATION PEP HÖTZELSDODA

Im Zuge der städtebaulichen Analyse und Vor-Ort-Erhebung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen kann der Standortbereich PEP Hötzelroda als strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Eisenach identifiziert werden. Im Zuge des vorliegenden Konzeptes wird der Standortbereich PEP Hötzelroda, welcher Merkmale eines Sonderstandortes aufweist, geprüft. Der Standortbereich verfügt sowohl über zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (u. a. Kaufland, Müller Drogerie, Thomas Philipps) als auch über eine hohe Verkaufsfläche mit nicht zentren- sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortimenten (u.a. Toom Baumarkt, Hammer, Opti Wohnwelt). Für den Standortbereich besteht ein rechtskräftiger Bebauungsplan.

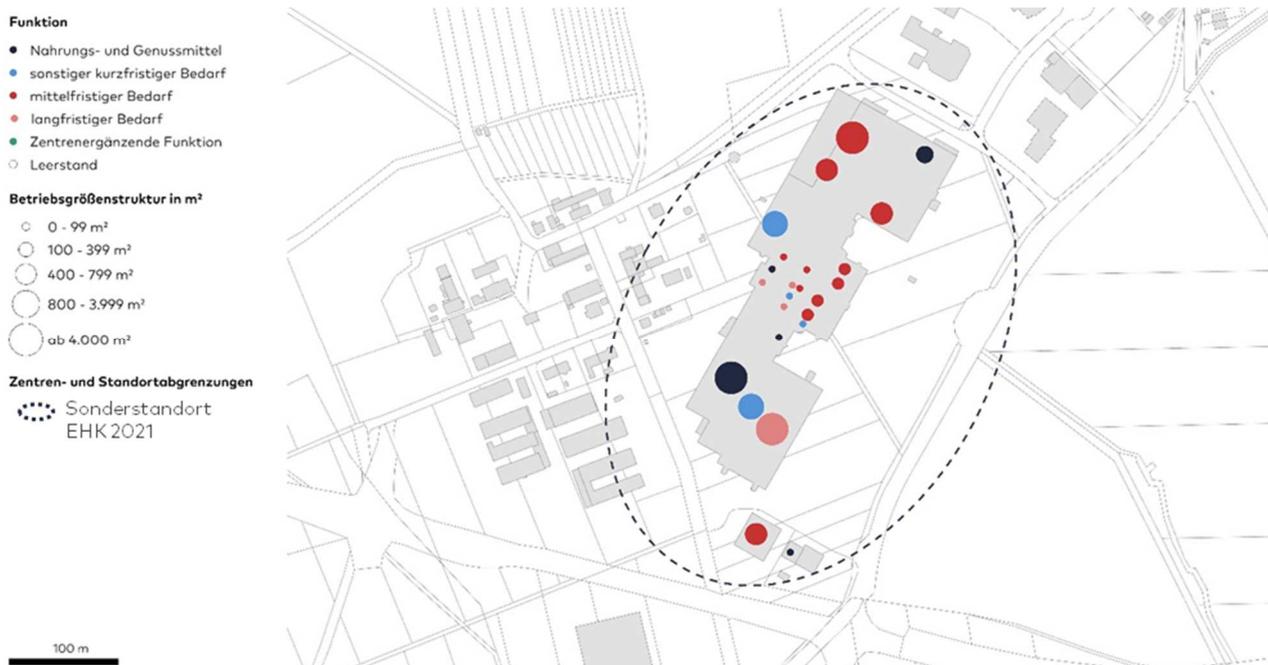


Abbildung 31: Einzelhandelsstruktur Standortbereich PEP Hötzelroda

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung werden für den Standortbereich **PEP Hötzelroda** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Sicherung und Weiterentwicklung des Standortes für den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich
- Bei Neuansiedlungen von Planvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment: Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten (insgesamt max. 10 % der GVKF), einzelsortimentsbezogen ggf. deutlich weniger

- Vorhandene Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment haben Bestandsschutz, geringfügige Verkaufsflächenänderungen sollen für bestehende Betriebe möglich sein, sofern zur Erhaltung der genehmigten Nutzung unbedingt notwendig (bspw. bei kleineren Umstrukturierungen des Bestands oder Umsetzung von Brandschutzvorschriften o. ä.)
 - Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Sortimenten
 - Im Umstrukturierungsfall: Möglichkeiten zum Ersatz des Einzelhandelsbestandes durch nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Hauptsortimente prüfen
- **Ausweisung als Sonder- bzw. Ergänzungsstandort für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel**

8.3 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELSAGGLOMERATION FMZ STREGDA

Neben dem Sonderstandort PEP Hötzesroda kann der Standortbereich FMZ Stregda als strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Eisenach identifiziert werden. Im Folgenden wird geprüft, inwieweit der Standortbereich FMZ Stregda den Merkmalen eines Sonderstandortes entspricht. Am Standortbereich ist durch die Verortung des Lebensmitteldiscounters Lidl sowie des Elektronikfachmarktes Media Markt ein nicht unerheblicher Anteil an zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel verortet. Mit dem OBI-Baumarkt verfügt der Standortbereich auch über einen hohen Verkaufsflächenanteil von nicht zentren- sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortimenten. Für den Standortbereich besteht ein rechtskräftiger Bebauungsplan.



Abbildung 32: Einzelhandelsstruktur Standortbereich FMZ Stregda

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung werden für den Standortbereich **FMZ Stregda** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Sicherung und Weiterentwicklung des Standortes für den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich
 - Keine weiteren Ansiedlungen von zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem Einzelhandel
 - Vorhandene Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment haben Bestandsschutz, geringfügige Verkaufsflächenänderungen sollen für bestehende Betriebe möglich sein, sofern zur Erhaltung der genehmigten Nutzung unbedingt notwendig (bspw. bei kleineren Umstrukturierungen des Bestands oder Umsetzung von Brandschutzvorschriften o. ä.).
 - Bei Erweiterungsbestreben des bestehenden Lebensmittelmarktes ist eine Betriebsverlagerung an konzeptionell wünschenswerte Standorte zur Verbesserung der Nahversorgung zu prüfen
 - Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten (Rand-) Sortimenten
 - Im Umstrukturierungsfall: Möglichkeiten zum Ersatz des Einzelhandelsbestandes durch nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Hauptsortimente prüfen
- **Ausweisung als Sonder- bzw. Ergänzungsstandort für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel**

8.4 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELSAGGLOMERATION OBERE MÜHLHÄUSER STRASSE

Im Zuge der städtebaulichen Analyse und Vor-Ort-Erhebung der sortimentspezifischen Verkaufsflächen kann der Standortbereich Obere Mühlhäuser Straße als dritte strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Eisenach identifiziert werden. Auch der Standortbereich Obere Mühlhäuser Straße, welcher Merkmale eines Sonderstandortes aufweist, wird im Folgenden geprüft. Am Standortbereich sind insb. Betriebe mit zentrenrelevantem sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vertreten, wie u. a. Marktkauf, Woolworth, Adler und Marktkauf Getränkemarkt. Im nicht zentren- sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sind z. B. die Betriebe B1 Discount Baumarkt sowie der Fachmarkt Dänisches Bettenlager am Standortbereich angesiedelt. Für den Standortbereich besteht ein rechtskräftiger Bebauungsplan.



Abbildung 33: Einzelhandelsstruktur Standortbereich Obere Mühlhäuser Straße

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung werden für den Standortbereich **Obere Mühlhäuser Straße** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Sicherung und Weiterentwicklung des Standortes für den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich
 - Bei Neuansiedlung von Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Hauptsortiment: Restriktiver Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten (insgesamt max. 10% der GVF), einzelsortimentsbezogen ggf. deutlich weniger
 - Vorhandene Betriebe mit zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment haben Bestandsschutz, geringfügige Verkaufsflächenänderungen sollen für bestehende Betriebe möglich sein, sofern zur Erhaltung der genehmigten Nutzung unbedingt notwendig (bspw. bei kleineren Umstrukturierungen des Bestands oder Umsetzung von Brandschutzvorschriften o. ä.).
 - Bei Erweiterungsbestreben der bestehenden Lebensmittelmärkte sind Betriebsverlagerungen an konzeptionell wünschenswerte Standorte zur Verbesserung der Nahversorgung zu prüfen
 - Restriktiver Umgang mit Neuansiedlungen und wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von zentren- sowie zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Sortimenten
- **Ausweisung als Sonder- bzw. Ergänzungsstandort für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel**

8.5 BEURTEILUNG DER STRUKTURPRÄGENDEN EINZELHANDELSAGGLOMERATION ALTE SPINNEREI

Der Standortbereich Alte Spinnerei stellt die vierte strukturprägende Einzelhandelsagglomeration außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche in Eisenach dar. Im folgenden Kapitel wird der in Rede stehende Standortbereich, welcher Merkmale eines Sonderstandortes aufweist, geprüft. Der Standortbereich ist einerseits insbesondere durch zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente (u. a.

Rewe Center) sowie andererseits durch nicht zentren- sowie nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Einzelhandel (Die Möbelpiraten) geprägt. Für den Standortbereich besteht ein rechtskräftiger Bebauungsplan.

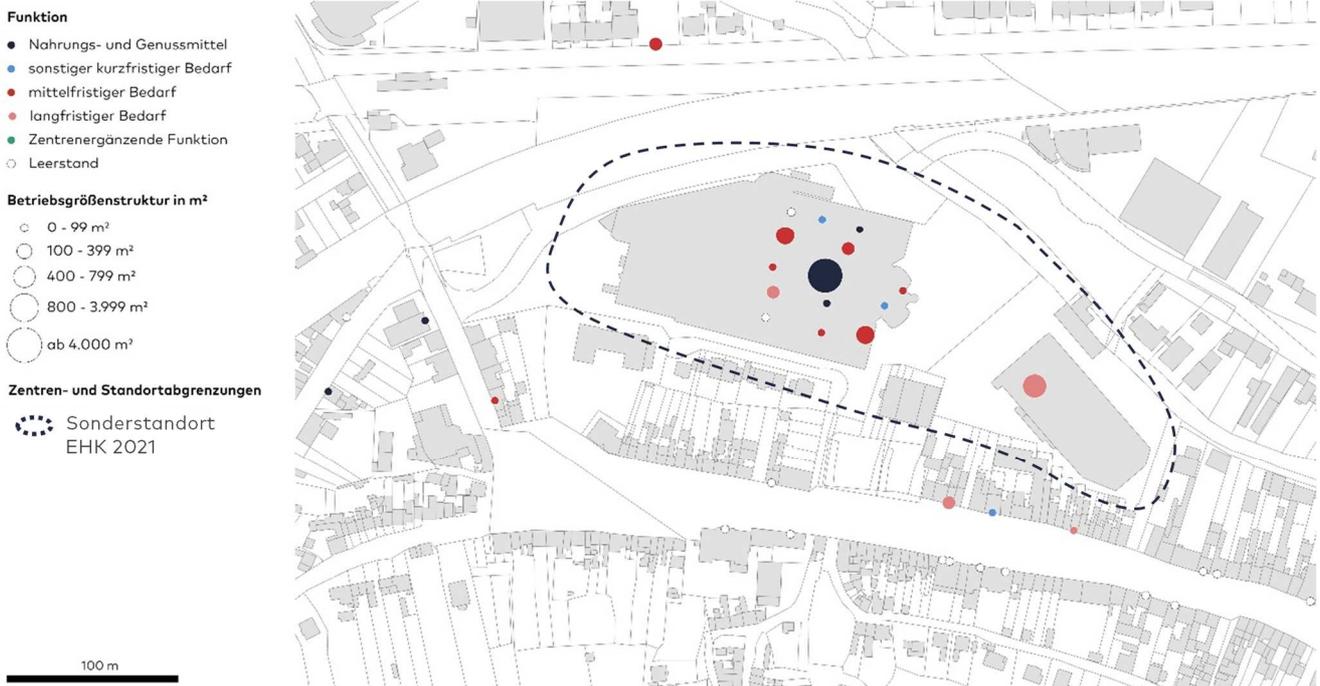


Abbildung 34: Einzelhandelsstruktur Standortbereich Alte Spinnerei

Quelle: Darstellung und Berechnung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: Stadt Eisenach.

Im Rahmen der vorliegenden Konzeptfortschreibung können für den Standortbereich **Alte Spinnerei** folgende Entwicklungsziele und -empfehlungen ausgesprochen werden:

ENTWICKLUNGSZIELE UND -EMPFEHLUNGEN

- Festschreibung des Standortes auf die aktuelle Gesamtverkaufsfläche
 - Sicherung und Weiterentwicklung des Standortes für den nicht zentren- und nicht nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich
 - Vorhandene Betriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment haben Bestandsschutz, geringfügige Verkaufsflächenänderungen sollen für bestehende Betriebe möglich sein, sofern zur Erhaltung der genehmigten Nutzung unbedingt notwendig
 - Restriktiver Umgang mit wesentlichen Verkaufsflächenerweiterungen von zentrenrelevanten Sortimenten
 - Bei größeren Sortimentsveränderungen bspw. Umwandlung von Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten: Durchführung einer vorhabenbezogenen Chancen-Risiken-Analyse inkl. Verträglichkeitsprüfung
- ➔ **Ausweisung als Positivstandort für den nicht zentrenrelevanten Einzelhandel**

9

Zentren- und Standortmodell

Der Hierarchisierung der Zentren wird das Grundprinzip einer funktional ausgewogenen Aufgabenteilung zugrunde gelegt. Neben den zentralen Versorgungsbereichen werden im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes weitere Standorte mit spezifischen Funktionszuweisungen ausgewiesen, die eine räumlich ausgewogene Versorgung der Eisenacher Bevölkerung ermöglichen (vgl. nachfolgende Abbildung):

- Nahversorgungsstandorte (vgl. Kapitel 7.1)
- Sonderstandorte (vgl. Kapitel 8)

Ergänzt werden diese Standorte durch weitere solitäre Einzellagen in städtebaulich integrierten und nicht integrierten Lagen.

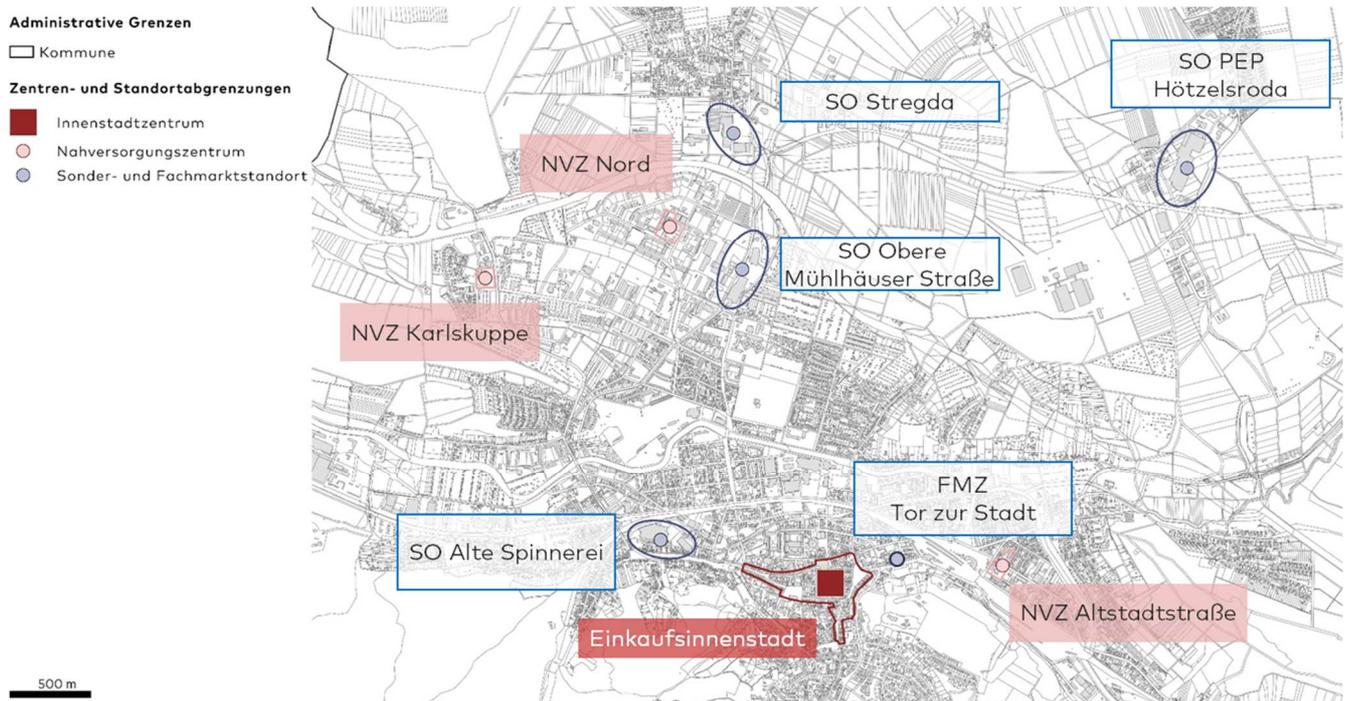


Abbildung 35: Standortmodell für die Stadt Eisenach

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Bestandsdaten: Erhebung Stadt + Handel 01-02/2020; Kartengrundlage: OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Im Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Eisenach werden mit dem Hauptzentrum Einkaufsinnenstadt und den drei Nahversorgungszentren insgesamt vier zentrale Versorgungsbereiche ausgewiesen. Neben den zentralen Versorgungsbereichen verfügt die Stadt Eisenach über Nahversorgungsstandorte, die aus dem Bestand heraus nicht als zentraler Versorgungsbereich definiert werden können, aufgrund ihrer Bedeutung für das gesamtstädtische Standortgefüge und die Nahversorgung für die umliegenden Wohngebiete jedoch dennoch als zusätzliche Standortkategorie eingeführt wurden. Zudem werden im Zuge der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes insgesamt vier Sonderstandorte in Eisenach ausgewiesen.

10 Sortimentsliste

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Eisenach als zentrenrelevant sowie als zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentsliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentsliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Steuerungsleitsätzen festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzeptes entspricht. Dabei wird die Sortimentsliste aus dem Einzelhandelskonzept 2013 überprüft und in modifizierter Form fortgeschrieben.

10.1 METHODISCHE HERLEITUNG

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist zum einen die Einzelhandelsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentsschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Zielperspektive des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Zentren- und Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

BEURTEILUNGSKRITERIEN FÜR DIE ZENTRENRELEVANZ VON SORTIMENTEN

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können und
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollen.

Zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und
- die dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentrenrelevant und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen und
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in städtebaulich integrierten Lagen eignen.

Neben den rechtlichen Anforderungen, unter Berücksichtigung der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen, den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen sowie der Sortimentsliste aus dem kommunalen Einzelhandelskonzept 2013 ergibt sich die folgende Liste zentrenrelevanter bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente in Eisenach als sog. „Eisenacher Liste“.

Sortimentenliste zur Definition der nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten sowie nichtzentrenrelevanten Sortimente

Nahversorgungsrelevante Sortiment

- Nahrungs- und Genussmittel / Getränke / Lebensmittelhandwerk
- Apotheken / Drogerie-, Reform- und Kosmetikwaren
- Zeitungen / Zeitschriften
- Blumen

Zentrenrelevante Sortimente

- Textilien
- Schuhe / Lederbekleidung / Kürschnerwaren
- Haus-/Heimtextilien
- Sportbekleidung / Sportartikel / Sportgeräte (ausgenommen Großgeräte)
- Kulturwaren / Kunstgewerbe
- Baby-/Kinderartikel / Spielwaren
- Bücher / Schreibwaren / Büroartikel
- Foto / Optik / Uhren / Schmuck
- Haushaltswaren / Elektrokleingeräte
- Unterhaltungselektronik / Bild- und Tonträger / Computertechnik und -zubehör, Elektro-großgeräte (weiße Ware)
- Musikinstrumente / Musikalien
- Kunst / Antiquitäten
- Jagdbedarf

Nichtzentrenrelevante Sortimente

- Möbel / Büromöbel / Büromaschinen / Küchen
- Matratzen, Bettwaren (ohne Bettwäsche)
- Sanitär- / Badeinrichtung
- Elektrogroßgeräte / Herde / Öfen
- Teppichböden / Fußbodenbeläge / Tapeten / Malereibedarf
- Holz / Bauelemente / Baustoffe / Fliesen / Werkzeuge / Maschinen
- Pflanzen / Pflanzsubstrate / Pflege- und Düngemittel / Pflanzgefäße
- Gartengeräte/ -werkzeuge/ -baustoffe / Gartenmöbel
- Campingartikel- und Zubehör
- Großteilige Sportgeräte (z. B. Boote, Tauchsportgeräte)
- Kfz- und Motorradzubehör / Fahrräder / Fahrradzubehör
- Erotikartikel
- Zooartikel

Abbildung 36: Sortimentsliste 2013

Quelle: Stadt Eisenach 2013.

10.2 SORTIMENTSLISTE FÜR EISENACH

Im Ergebnis ergibt sich folgende Liste zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in der Stadt Eisenach:

Tabelle 17: Sortimentsliste für die Stadt Eisenach (Kurzfassung)

zentrenrelevante Sortimente	nahversorgungsrelevante Sortimente*	nicht zentrenrelevante Sortimente**
Augenoptik	Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel; Parfümerieartikel und Kosmetika)	Baummarktsortiment i. e. S.
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	Bettwaren, Matratzen
Briefmarken und Münzen	Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	Campingartikel (ohne Campingmöbel)
Bücher	(Schnitt-) Blumen	Elektrogroßgeräte
Elektrokleingeräte	Zeitungen/Zeitschriften	Fahrräder und Zubehör
Glas/Porzellan/Keramik		Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz
Hausrat/Haushaltswaren		Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)
Heimtextilien		Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)		Kinderwagen
Lederwaren		Lampen/Leuchten
Kürschnerwaren		Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)		Pflanzen/Samen
Musikinstrumente und Musikalien		Teppiche (Einzelware)
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)		Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf		
Schuhe		
Spielwaren		
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)		
Uhren/Schmuck		
Waffen/Jagdbedarf/Angeln		
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände		

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *gleichzeitig auch zentrenrelevant; **gleichzeitig auch nicht zentren- und nahversorgungsrelevant, erläuternd, aber nicht abschließend.

Gegenüber der Sortimentsliste des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2013 ergeben sich mit der vorliegenden Fortschreibung somit folgende Änderungen:

- Die Sortimente Unterhaltungselektronik, Bild- und Tonträger, Computertechnik und -zubehör und Foto werden zum Sortiment **Neue Medien/Unterhaltungselektronik** werden zusammengefasst.
- Aufgrund nur bedingter Abgrenzbarkeit werden die Sortimente Baby-/Kinderartikel und Kulturwaren/Kunstgewerbe nun eindeutig abgrenzbaren Sortimenten zugeordnet.
- Das Sortiment **Elektrogroßgeräte** wird als nicht zentrenrelevant eingestuft.
- Die Sortimente **Briefmarken und Münzen, Einrichtungszubehör, Glas/Porzellan/Keramik, Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle) und Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)** werden als zentrenrelevante Sortimente neu ausgewiesen.

- Die Sortimente **Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz, Lampen/Leuchten, Teppiche (Einzelware)** und **Kinderwagen** werden als nicht zentrenrelevant ausgewiesen.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen. Zur Gewährleistung einer hinreichenden Bestimmtheit und Bestimmbarkeit erfolgt im Anhang eine Zuordnung der Kurzbezeichnungen der Sortimente zu den Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen.

Die Steuerungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Eisenach und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

11.1 EINORDNUNG UND BEGRÜNDUNG DER STEUERUNGSLEITSÄTZE

In den vorstehenden Kapiteln erfolgte eine Darstellung von übergeordneten Entwicklungszielstellungen, absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräumen, der Zentren- und Standortsteuerung des künftigen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes sowie einer Spezifizierung der zentrenrelevanten Sortimente. Für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Konzeptbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Steuerungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Die Steuerungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftiger ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Eisenach insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen tragen diese Steuerungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei. Sie garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber.

Die Steuerungsleitsätze sind für Neubau wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden. Der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

11.2 STEUERUNGSLEITSÄTZE FÜR EISENACH

Folgende Steuerungsleitsätze werden für Eisenach empfohlen:

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist zukünftig primär in den zentralen Versorgungsbereichen anzusiedeln.

- Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig auf den **ZVB Einkaufsinnenstadt** fokussiert werden, um eine weitere Spezialisierung und Qualifizierung der Einzelhandelslage zu begünstigen.

- In den hierarchisch nachgeordneten **Nahversorgungszentren** begrenzt im Rahmen der Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums (i.d.R. kleinflächig).
- Zusätzlich zu den genannten Regelungen können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch **in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen** ausnahmsweise, in stark begrenztem Maße und deutlich untergeordnet zulässig sein, wenn keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind (bspw. Fachgeschäfte als Funktionsunterlagerung von Wohnhäusern).
- **In nicht integrierten Lagen** sollen zukünftig Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevantem Hauptsortiment im Rahmen planungsrechtlicher Möglichkeit restriktiv gehandhabt werden.

Die absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume dienen im ZVB Einkaufsinnenstadt Eisenach als Leitlinie, deren Überschreiten im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebotes beitragen kann. Die Entwicklungsspielräume stellen für das Eisenacher Innenstadtzentrum daher keine Entwicklungsgrenze dar, da es sich bei der Einkaufsinnenstadt um einen stadtentwicklungspolitisch höchst bedeutsamen Einzelhandelsstandort handelt.

Die Begrenzung der Ansiedlung bzw. des Ausbaus von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment in den weiteren zentralen Versorgungsbereichen begründet sich aus dem Schutz der Einkaufsinnenstadt vor einem zu deutlichen Standortgewicht in den hierarchisch nachgeordneten zentralen Versorgungsbereichen. Es bleibt jedoch gleichzeitig ein der Bedeutung der zentralen Versorgungsbereiche angemessener Entwicklungsrahmen für diese erhalten. Im Rahmen der Bauleitplanung ist im Einzelfall der Nachweis zu erbringen, dass das geplante Vorhaben vorrangig der Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereichs dient und daraus keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in Eisenach oder den Nachbarkommunen resultieren.

Zusätzlich zu den genannten Regelungen können Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in den sonstigen städtebaulich integrierten Lagen ausnahmsweise, in stark begrenztem Maße und deutlich untergeordnet zulässig sein, wenn keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten sind. Diese sind i. d. R. dann nicht anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment eine strukturprägende Größenordnung nicht überschreiten und überwiegend das auf die Nahversorgung bezogene Angebot um weitere Sortimente punktuell im „engeren Gebiet“ begrenzt ergänzen.

Leitsatz II: Zentren- und nahversorgungsrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment soll zukünftig primär in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt und zur Gewährleistung der Nahversorgung sekundär auch an Nahversorgungsstandorten vorgesehen werden.

Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen zukünftig primär auf die **zentralen Versorgungsbereiche** fokussiert werden (klein- und großflächig). Eine Differenzierung der Zulässigkeit von unterschiedlichen Ansiedlungstypen in den zentralen Versorgungsbereichen, insbeson-

dere bei Lebensmittelbetrieben und Drogeriefachmärkten, soll gemäß der Hierarchiestufe und Versorgungsfunktion des jeweiligen zentralen Versorgungsbereiches erfolgen.

Zur Sicherung bzw. Optimierung der Nahversorgung kann sekundär auch an **Nahversorgungsstandorten** (siehe Kriterien zu Nahversorgungsstandorten und Standortbewertungen im Nahversorgungskonzept) Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorgesehen werden, sofern negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die wohnortnahe Grundversorgung vermieden werden.⁴⁸

Unabhängig davon kann **in sonstigen städtebaulich integrierten Lagen**, deutlich nachgeordnet, kleinflächiger Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in Form von so genannten Nachbarschaftsläden oder Convenience-Stores zulässig sein. Diese sollen die bestehende Nahversorgungsstruktur ergänzen, sofern sie der Versorgung des „engeren Gebietes“ dienen. Dieser wird im Katalog E des Institutes für Handelsforschung wie folgt definiert: „Der Convenience-Store (Nachbarschaftsladen) ist ein **kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb** (Einzelhandel im institutionellen Sinne), der **ein begrenztes Sortiment an Lebensmitteln sowie gängigen Haushaltswaren zu einem eher hohen Preisniveau** anbietet. **Teilweise können eine Tankstelle und Dienstleistungsangebote (z. B. Schnellrestaurant, Reinigung) angeschlossen sein.** [...] **In der Bundesrepublik Deutschland sind Nachbarschaftsläden kleinflächige Lebensmittel- oder Gemischtwarengeschäfte mit wohnungsnahem, frequenzintensivem Standort.**“ Das Bundesverwaltungsgericht definiert in einem Urteil die als betriebstypisch anzusehende Gesamtverkaufsfläche mit bis zu 400 m².

In städtebaulich nicht integrierten Lagen ist zukünftig kein Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment vorzusehen. Ausnahmsweise können in Gewerbe- und Industriegebieten Tankstellenshops oder Kioske zur Versorgung der dort arbeitenden Bevölkerung zugelassen werden.

Grundsätzlich soll eine Differenzierung der Zulässigkeit von unterschiedlichen Ansiedlungstypen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere bei Lebensmittelbetrieben, gemäß der Standortkategorie bzw. der Versorgungsfunktion erfolgen. Für Vorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche ist im Rahmen künftiger Konformitätschecks zum Einzelhandels- und Zentrenkonzept das Nahversorgungsprüfschema anzuwenden (vgl. Kapitel 7.3).

Leitsatz III: Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment soll primär an den Sonderstandorten angesiedelt werden.

Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem oder nicht zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment sollen primär an den Sonderstandorten angesiedelt werden. Darüber hinaus können sie grundsätzlich im gesamten zentralen Ort vorgesehen werden, wenn städtebauliche Gründe dafür und raumordnerische Ziele nicht dagegensprechen.

⁴⁸ Neben den dargestellten Nahversorgungsstandorten können entsprechende Planvorhaben auch an Standorten entwickelt werden, die im hinreichenden Maße die Kriterien an Nahversorgungsstandorte erfüllen, sofern mehr als unerhebliche negative/schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungssituation ausgeschlossen werden können.

Dabei ist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente⁴⁹ auf bis **zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche** je Betrieb zu begrenzen. Eine ausdifferenzierte Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente sollte im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Zudem soll stets **eine deutliche Zuordnung** des Randsortimentes zum Hauptsortiment gegeben sein (z. B. Wohneinrichtungszubehör als Randsortiment in Möbelmärkten, Zooartikel als Randsortiment in Gartenmärkten, Berufsbekleidung als Randsortiment in Baumärkten, nicht jedoch Bekleidung generell oder Unterhaltungselektronik). Hierdurch werden Vorhaben aus Kundensicht klar definiert und es wird eine Angebotsdiversität jenseits der zentralen Versorgungsbereiche vermieden.

Leitsatz IV: Ausnahmsweise zulässig sind Verkaufsstätten von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben sowie produzierenden und weiterverarbeitenden Betrieben.

Zulässig sind derartige Betriebe, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb **räumlich zugeordnet** ist,
- in **betrieblichem Zusammenhang** errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig **deutlich untergeordnet** ist sowie eine **sortimentsbezogene Zuordnung** zum Hauptbetrieb besteht.
- eine **Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m²** nicht überschreitet. Eine Begrenzung der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Ebenso sind nur Verkaufsstellen zulässig, welche im überwiegenden Maß **selbst hergestellte Waren** veräußern sowie im Falle eines Handwerksbetriebs solche Waren, welche der Kunde des jeweiligen Gewerks als **branchenübliches Zubehör** betrachtet oder die im Zusammenhang mit der erbrachten Dienstleistung stehen.

In jedem Fall ist eine solche Verkaufsstelle im Rahmen eines Genehmigungsverfahrens als „Fabrik- oder Werksverkauf“ bzw. als „Handwerksbetrieb mit Zubehör“ zu beantragen.

Entsprechende Ausnahmeregelungen für den ‚Annexhandel‘ auf Grundlage des § 31 Abs. 1 BauGB sind entsprechend sorgfältig in Hinblick auf die Anforderungen an die Bestimmtheit auszuarbeiten (vgl. OVG NRW 10 A 1343/12; OVG NRW 2 D 13/14.NE).

Für landwirtschaftliche Betriebe im Außenbereich ergeben sich die Bestimmungen über die Regelungsinhalte des § 35 BauGB.

⁴⁹ Der Begriff Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil des OVG NRW – AZ: 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Eisenach künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

Zukunftsvision (City-) Outlet Center: Exkurs über Chancen und Risiken für die Stadtentwicklung

In Eisenach bestehen Überlegungen zur Etablierung eines Factory Outlet Centers in Form eines City Outlets. Die kritische Masse zur erfolgreichen Etablierung eines City Outlets wird dabei unter Berücksichtigung der Erfahrungen in anderen Projektzusammenhängen mit mindestens 7.000 - 8.000 m² Gesamtverkaufsfläche (GVKF) eingeschätzt. Der Angebotsschwerpunkt von City Outlets liegt üblicherweise im Bereich Fashion. Förderliche Rahmenbedingungen für die Realisierung eines City Outlets in Eisenach sind u. a.:

- eine attraktive und mit einer homogenen Außenwirkung versehene innerstädtische Struktur, bspw. ein ansprechendes Stadtbild bzw. die Nutzung des Potenzials durch die Wartburg;
- die potenzielle Wahrnehmung als Tagesausflugsziel für die Umgebung und die nächsten Ballungszentren und ausländische Touristen;
- das Lagekriterium „abseits aber erreichbar“, insbesondere im Zusammenhang mit den größeren Ballungsräumen, was eine wesentliche Voraussetzung für die Funktionsfähigkeit eines City Outlets ist (Autobahnanschluss, ICE Anschluss).

Als Grundlage für den weiteren Projektprozess hat die Stadt Eisenach Stadt + Handel angefragt, eine allgemeine Voreinschätzung für ein mögliches City Outlet zu erarbeiten.

12.1 DEFINITION FACTORY OUTLET CENTER (FOC)

Factory Outlet Center (FOC) sind eine besondere Form des Shopping-Centers. Sie werden auch Hersteller-Direktverkaufszentrum oder Outlet Center genannt. Designer Outlet Center (DOC) sind ebenfalls FOC, nehmen jedoch für sich in Anspruch, einen hohen Anteil an hochpreisigen Premiummarken zu bieten. Die Bezeichnung kann jedoch auch nur aus Marketinggründen verwendet werden.

Factory Outlet Center sind eine Agglomeration vieler Ladeneinheiten innerhalb eines einheitlich geplanten Gebäudekomplexes oder einer räumlich zusammenhängender Anlage, in der insbesondere von Herstellern, aber auch vertikal integrierten Einzelhändlern unter Umgehung des institutionellen Einzelhandels Waren an Endverbraucher abgesetzt werden. Alle Waren werden mit einem Preisabschlag von mindestens 25 % verkauft, wobei v. a. direkt an der Ware eine doppelte Preisauszeichnung erfolgt. Die doppelte Preisauszeichnung (High Street Price/Outlet Price) ist mietvertraglich vorgeschrieben. Die Koordination, Organisation und das Marketing erfolgen durch ein Centermanagement.⁵⁰

⁵⁰ Vgl. Gesellschaft für Immobilienwirtschaftliche Forschung (gif) (2014): Definitionen zur Einzelhandelsanalyse, S. 99 und Ecostra (2015): Outlet Centres in Europe, Vorwort S. 1.

Factory Outlet Center unterscheiden sich von Fabrikverkäufen durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. Eine Ansammlung von Fabrikverkaufsstellen unterschiedlicher Hersteller stellt kein FOC dar, wenn die Outlet Stores keinem gemeinsamen Management unterliegen (z.B. adidas Outlet und weitere Outletansiedlungen in Herzogenaurach).

Die aktuelle Praxis zeigt, dass die Verkaufsflächendimensionierungen von FOC in Deutschland und Österreich aktuell i. d. R. mind. 10.000 m² betragen (vgl. Factory Outlet Center in Deutschland und Österreich 2018).

12.2 WARENANGEBOT, SORTIMENT UND MARKEN

In einem FOC mieten Markenartikelhersteller separate Ladeneinheiten an, um eigene Produkte direkt an Konsumenten zu veräußern. Hierbei erfolgen in der Regel in einem Outlet Store die Präsentation und der Verkauf der Waren von nur einer Marke bzw. eines Herstellers. Alternativ können auch Waren unterschiedlicher Marken oder Hersteller in einem Ladengeschäft verkauft werden.

Die angebotenen Waren in einem FOC sind meist B-Ware (2.-Wahl-Produkte mit kleinen Fehlern), Produkte der Vorsaison, Restposten und Auslaufmodelle, Retouren, Produktionsüberhänge, Produktmuster zu Markttestzwecken und speziell für das Outlet hergestellte Waren.⁵¹ In den Outlet Stores ist die Sortimentszusammensetzung meist weder besonders breit noch tief, d. h. das Angebot unterliegt z. B. hinsichtlich der verfügbaren Größen und Farben einem bestimmten Maß an Zufälligkeit. Diese Markenartikel werden mit z. T. hohen Preisabschlägen gegenüber dem Ladenpreis angeboten und ausgezeichnet, damit dem Kunden der Preisabstand transparent wird.

Sortimentsstruktur und Preisgestaltung sind einer der wesentlichen Unterscheidungsmerkmale von FOC zu anderen Vertriebsformen des Einzelhandels. Die Preisreduktionen der Markenartikel bilden den Kern des Marketingkonzepts eines FOC, weshalb es problematisch für ein FOC ist, wenn bei einzelnen Outlet Stores kein realer Preisvorteil gegenüber anderen Anbietern im traditionellen Einzelhandel gegeben ist. So sind beispielsweise größere Einzelhandelsfilialisten durchaus auch in der Lage, durch ein entsprechendes Einkaufsvolumen günstigere Einkaufskonditionen zu erzielen und diese an den Kunden weiterzugeben.

In FOC liegt der Sortimentsschwerpunkt im Bereich Bekleidung, weitere häufig vertretene Warengruppen sind Sportartikel, Lederwaren/Schuhe und Haushaltswaren. FOC bieten meist Waren von Herstellern im gehobenen Preissegment an. Je höher die Zahl der in einem FOC vertretenen Premiummarken (z.B. Hugo Boss, Versace, Gucci) ist, desto höher sind die räumliche Ausstrahlung und damit der ökonomische Erfolg eines FOC.⁵² Um Premiummarken anzuziehen, muss ein FOC eine gewisse regionale Attraktivität und touristische Ausstrahlungskraft generieren können. Dies gelingt erfahrungsgemäß ab einer Verkaufsflächengröße von mindestens 10.000 bis 15.000 m².⁵³

⁵¹ Vgl. gif (2014), S. 99 und Institut für Gewerbezentren, Glossar Homepage www.shoppingcenters.de.

⁵² Vogels, P. & Will, J. (1999): Raumordnerische und städtebauliche Auswirkungen von Factory-Outlet-Center. Grundlagenuntersuchung im Rahmen des Forschungsfeldes „Zentren“ des experimentellen Wohnungs- und Städtebau. Basel, Boston, Berlin, S. 56f.

⁵³ GMA (2014): InfoDienst, Ausgabe Juli 2014, S. 8.

Im Unterschied zu Shopping Centern fehlen in FOC oft großflächige Betriebseinheiten, die in Shopping Centern als Magnetbetrieb eine wichtige Bedeutung für die Funktionsfähigkeit des gesamten Centers aufweisen. Das FOC schöpft seine Attraktivität aus der Bündelung von vielen Ladeneinheiten innerhalb der Anlage, wobei die Auswahl der Marken (insbesondere Premiummarken) einen hohen Stellenwert für die Attraktivität besitzt.

12.3 STANDORTANFORDERUNG UND EINZUGSGEBIETE

FOC sind auf ein großes Einzugsgebiet angewiesen und sprechen Einkaufstouristen an, weshalb sie bevorzugt an Hauptverkehrsachsen angesiedelt sind. Die Einzugsgebiete können Räume mit bis zu 90 Minuten Pkw-Fahrzeit umfassen, in Einzelfällen kann das Einzugsgebiet auch größer ausfallen.⁵⁴ Aufgrund des sehr hohen Anteils an Pkw-Kunden sind großzügige, ebenerdige Parkieranlagen notwendig. Die Standorte von FOC benötigen aufgrund der Orientierung auf Pkw-Kunden eine leistungsfähige (Verkehrs-)Infrastruktur, weshalb sie oft in Gewerbegebieten angesiedelt sind. (Teil-)integrierte Standortlagen werden auch realisiert, sofern die Ansprüche des FOC hinsichtlich Verkehr und Flächenverfügbarkeit befriedigt werden können.

FOC meiden i. d. R. die Nähe zu größeren Städten und den dort verorteten Einzelhandelsschwerpunkten. Da die Outlet Stores im FOC direkt von den Herstellern betrieben werden, würde ein innerstädtisches oder innenstadtnahes FOC direkt in Konkurrenz mit den Einzelhändlern stehen, die vom selben Hersteller beliefert werden. Als Standort kommen i. d. R. kleinere und mittlere Städte im weiteren Umfeld von bzw. zumeist zwischen zwei oder mehreren Ballungsräumen für FOC in Betracht, um in erreichbarer Entfernung ein möglichstes großes Bevölkerungspotenzial erschließen zu können. Zudem suchen FOC oft die Nähe zu Gegenden mit touristischem Potenzial, um zusätzlich zum Bevölkerungspotenzial des Einzugsgebiets auch vom Tourismuspotenzial profitieren zu können. Eine gute Verkehrsanbindung (i. d. R. ein Autobahnanschluss) ist zentral für den Erfolg eines FOC, um das Bevölkerungspotenzial und touristische Potenzial voll ausschöpfen zu können. Ein beachtlicher Anteil der Kunden besuchen FOC als Tourist oder Geschäftsreisender auf der Durchreise. FOC müssen bzw. können daher auch als Freizeiteinrichtung für Shoppingtouristen verstanden werden. Sie können vorhandene oder geplante touristische Ansätze einer Region fördern. Im Regelfall wird die wirtschaftliche Grundlage von FOC durch die Einwohner- und Kaufkraftpotenziale im Einzugsgebiet gesichert, während zusätzliche Einnahmen von Touristen oder Einwohnern außerhalb des Einzugsgebiets lediglich ertragssteigernd wirken. Die Ausrichtung eines FOC kann jedoch variieren.

Die große räumliche Ausstrahlung von FOC wirkt sich gleichzeitig begrenzend auf die Zahl der möglichen FOC aus – mit der zunehmenden Dichte von Outlet Centern verringert sich die Tragfähigkeit eines FOC durch die Begrenzung des Einzugsgebiets durch den FOC-Wettbewerb. Das Potenzial für FOC in Deutschland ist somit begrenzt – einerseits aufgrund der restriktiven Genehmigungspraxis, andererseits durch die erforderlichen großen Einzugsgebiete. FOC werden daher in der Fachdiskussion als Nischenprodukt mit nur begrenztem Potenzial angesehen.

⁵⁴ Vgl. gif (2014), S. 100.

MERKMALE EINES KLASSISCHEN FOC

- Direktvertrieb von Markenartikeln an Endkunden unter Umgehung des Einzelhandels
- Verkauf von Waren mit deutlichem Preisabschlag (i. d. R. mind. 25 %)
- Doppelte Preisauszeichnung (High Street Preis/Outlet Preis)
- Angebotene Waren sind meist B-Ware, Vorsaisonprodukte, Auslaufmodelle, Retouren, Produktionsüberhänge und Produktmuster
- Keine breite oder tiefe Sortimentszusammensetzung
- Sortimentsschwerpunkt bei Bekleidung
- Einheitlich geplanter Gebäudekomplex bzw. Anlage mit einer einheitlichen architektonischen Gestaltung
- Attraktivität durch große Anzahl an Ladeneinheiten, selten großflächige Betriebseinheiten
- Einheitliches Marketing und Management durch einen Betreiber

STANDORTANFORDERUNGEN EINES FOC

- Sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit mit dem Pkw
- Autobahnanschluss bevorzugt
- Großzügiges Parkplatzangebot
- Flächenverfügbarkeit (z.B. in Gewerbegebieten)
- Großes Einzugsgebiet (bis zu 90 Pkw-Minuten Fahrzeit, z. T. darüber)
- Ausreichendes Bevölkerungspotenzial in zumutbarer Entfernung
- Standorte in Klein- und Mittelstädten im Umfeld von Ballungsräumen
- Vermeidung von Konkurrenz zu innerstädtischem Einzelhandel großer Städte
- Nähe zu Hauptverkehrsachsen für Transit- und Urlaubsverkehr bevorzugt
- Nähe zu touristischen Attraktionen/touristisch geprägten Räumen
- Distanz zu etablierten FOC-Standorten

Quelle: Eigene Darstellung.

12.4 BAULICHE AUSPRÄGUNG VON FACTORY OUTLET CENTERN

Anhand der baulichen Struktur können in Europa drei Typen von FOC unterschieden werden:

- **„Village-Center“:** Orientiert sich am Stil einer gewachsenen Einkaufsstraße, wobei die Outlet Stores ausschließlich ebenerdig und beidseitig entlang einer offenen Fußgängerzone untergebracht sind und meist regionaltypische (z. T. auch historisierende oder „disneyfizierende“) Architekturelemente aufgenommen werden. Parkierungsangebote finden sich unmittelbar außerhalb des Village-Center.
Beispiel: Wertheim Village, Ingolstadt Village, Roppenheim The Style Outlets (F)
- **„Strip-Center“:** Besteht aus Outlet Stores, welche ausschließlich ebenerdig um einen in der Mitte gelegenen Parkplatz angeordnet sind. Dieser

bauliche Typ ist in den USA sehr verbreitet.

Beispiel: Troyes Designer Outlet (F)

- **„Mall-Center“:** In der baulichen Struktur mit einem geschlossenen Einkaufszentrum vergleichbar, wobei hier auch eine mehrgeschossige Anordnung der Verkaufsebenen erfolgen kann.⁵⁵

Beispiel: Outlet Center Brenner (I)

City Outlets stellen hierbei eine Sonderform eines FOC dar, da sie sich in gewachsene innerstädtische Geschäftslagen einfügen (s. u.). Diese Sonderform wird im nachfolgenden Kapitel beschrieben.

City Outlet Center

Mit dem City Outlet Bad Münstereifel wurde im Jahr 2014 in Deutschland eine neue Form eines Outlet Centers eröffnet, welches im Gegensatz zur Ausprägung der klassischen Factory Outlet Center mit bestehenden Ladengeschäften in einer historischen Innenstadt realisiert wurde. Diese FOC-Form mit besonderen Merkmalen erfordert definitorisch eine Abgrenzung zu klassischen FOC-Formen. Ecostra ordnet City Outlet Center daher den sogenannten Organisierten Outlet Agglomerationen (OOA) zu.

Folgende spezifische Merkmale zeichnen ein City Outlet Center aus:

- Standort in städtebaulich integrierter Lage, z.B. Geschäftslage einer historischen Innenstadt mit z. T. hoher Leerstandsproblematik;
- Nutzung bestehender Ladengeschäfte (z.B. Leerstände), ggf. ergänzt um Neubauten, daher uneinheitliche Architektursprache der Gebäude und kein zusammenhängender Gebäudekomplex;
- Gemischte Eigentumsverhältnisse der Immobilien, in denen sich die Geschäftsflächen des City Outlets befinden, mit dem Großteil der Objekte im Eigentum des Investors;
- Professionelles Centermanagement, das Marketing und Management übernimmt;
- Vermietung erfolgt nicht zwingend zentral über eine Betreibergesellschaft;
- Durchsetzung mit „outlet-fremden“ Nutzungen in räumlichen Teilabschnitten (z.B. Gastronomie, Dienstleistungen, Full-Price-Einzelhandel, Wohnungen);
- Öffentliche Straßen, Plätze und Wege durchziehen das Outlet, für dessen Gestaltung und Pflege in erster Linie die Kommune zuständig ist.⁵⁶

Herkömmliche FOC-Standorte stellen, oftmals losgelöst von bestehenden Siedlungsstrukturen, auf teils sehr großen Flächen ein in sich geschlossenes Konzept dar. Im Gegensatz dazu fügt sich ein City Outlet durch die Nutzung von Betriebsgebäuden in bestehende innerstädtische Strukturen ein bzw. greift diese Bestandsstrukturen auf. Durch die Eingliederung in die bestehende Bebauung fehlt das einheitliche architektonische Erscheinungsbild, das sonst für Shopping Center und FOC typisch ist.

Ein weiteres Merkmal eines City Outlets ist die aufgelockerte, nicht durchgängige Anordnung von Outlet-Betrieben. Hierdurch besteht die Gefahr, dass das Outlet Center durch den Kunden nicht als ein ganzheitliches, „in sich stimmiges“ Konzept

⁵⁵ gif (2014), S. 99.

⁵⁶ Ecostra (2016a): Outlet Centres in Europe, Vorwort S. 2.

wahrgenommen wird, dass Kopplungseffekte geringer ausfallen und die Attraktivität eines Besuchs schwindet, wenn die Distanzen zwischen den Betrieben des City Outlets zu groß sind. Die hohe Dichte und Anzahl an verfügbaren bzw. nutzbaren Ladeneinheiten sind wesentliche Attraktivitätsfaktoren eines herkömmlichen FOC. Für innerstädtische City Outlet Center besteht daher das Risiko, dass durch eine zu geringe Anbieterzahl, eine zu disperse Verteilung im Raum bzw. falsche Verortung von Magnetbetrieben (Outlet-Stores ‚starker‘ Marken) oder zu geringe Verkaufsflächen die Attraktivität bzw. Strahlkraft nicht ausreichend ist, um die für einen langfristig wirtschaftlichen Betrieb des Outlet Centers notwendige Nachfrage – insbesondere aus einem großräumigen Einzugsgebiet – generieren zu können.

Das Fehlen eines einheitlichen Erscheinungsbildes kann aber auch den Charme einer Einkaufsinnenstadt ausmachen. Ein City Outlet in einer gewachsenen, historischen Altstadt stellt eine Abwechslung zur sonst üblichen ‚künstlichen‘ Einkaufswelt eines FOC dar. Die Durchmischung z. B. mit Cafés, Dienstleistungsbetrieben, klassischen Einzelhandelsbetrieben und insbesondere echten historischen Gebäuden kann wesentlich zur Atmosphäre beitragen und lädt zum „Entdecken“ der Innenstadt ein, insbesondere durch die outletfremden und touristischen Einrichtungen.

Grundsätzlich ist ein City Outlet eine relative junge bzw. neue Sonderform des Betriebstyps FOC, die auf dem deutschen Markt zum ersten Mal im City Outlet Bad Münstereifel – bisher erfolgreich – umgesetzt wurde. Das City Outlet Bad Münstereifel gilt deutschlandweit in vielen Kommunen als gelungener Ansatz, die eigene historische Innenstadt durch die Betriebsform City Outlet positiv und zukunftsfähig im interkommunalen Wettbewerbsgefüge der Einzelhandelsstandorte aufzustellen.

12.5 ENTWICKLUNG DES BETRIEBSTYPUS IN EUROPA UND DEUTSCHLAND

In Deutschland vollzieht sich die FOC-Entwicklung im Allgemeinen langsamer, als in anderen europäischen Ländern. Insgesamt sind in Europa 185 Factory Outlet Center in Betrieb. Spitzenreiter ist Großbritannien mit 37 FOC, während Deutschland europaweit mit derzeit 15 FOC-Standorten den 5. Platz belegt.⁵⁷ Zudem gibt es in ganz Deutschland Planvorhaben im FOC-Bereich (Neuansiedlungen, Erweiterungen, City Outlet Center).

In Frankreich und Großbritannien wurden die ersten FOC in Europa in den 1980er Jahren entwickelt. In Deutschland begann die FOC-Entwicklung erst ab der Jahrtausendwende, bis dahin bestanden nur einzelne Fabrikverkaufsstellen. Die Outlet City Metzingen, ein seit den 1970er Jahren gewachsener Fabrikverkauf mit Hugo Boss als Keimzelle, ist kein FOC im klassischen Sinne laut oben genannter Definition⁵⁸. Dennoch ist er als einer der FOC-Standorte in Deutschland mit über-

⁵⁷ Nach FOC/OOA-Definition von Ecostra: Ecostra (2019): Outlet Centres in Europe. Market Survey covering all operating and planned Outlet Centres in the European Countries. Wiesbaden

⁵⁸ Neben den rd. 60 Outlet Stores der Outlet City Metzingen haben sich weitere Fabrikverkäufe anderer Eigentümer angesiedelt, die nicht am Marketingkonzept teilnehmen.

regionaler bzw. auch starker shoppingtouristischer Ausstrahlung (weltweit, insbesondere asiatischer Raum) zu benennen. Aktuell ist eine Erweiterung des Standorts geplant.

Als wesentliche Ursachen für die verzögerte FOC-Entwicklung in Deutschland sind die restriktive Genehmigungspraxis in den Planungsbehörden der Bundesländer aufgrund der entsprechenden Landesplanungsgesetzgebungen sowie großer Widerstand von Kommunen und Einzelhändlern zu nennen. Streitpunkte in der Diskussion um die Ansiedlung von FOC sind im Wesentlichen die Verlagerung zentrenrelevanter Sortimente an dezentrale Standorte, die Angst um Arbeitsplätze im klassischen Einzelhandel und die Auswirkungen auf den klassischen Einzelhandel in den Innenstädten. Andererseits erhoffen sich die Standortkommunen und z. T. auch die Regionen von der Ansiedlung eines FOC einen An Schub für den lokalen und regionalen Tourismus mit positiven Effekten auf die daraus resultierenden Wertschöpfungsketten.

Während herkömmliche FOC aufgrund ihrer Lage und Ausprägung oft vielfältigen Problemen bei der Genehmigungspraxis gegenüber stehen, stellt sich dies für City Outlets aufgrund ihrer integrierten, innerstädtischen Lage oft weniger problematisch dar.

12.6 VOREINSCHÄTZUNG ZU EINEM MÖGLICHEN (CITY-) OUTLET CENTER IN EISENACH

Im Folgenden erfolgt eine Voreinschätzung zu einem möglichen (City-) Outlet Center in der Einkaufsinnenstadt von Eisenach. Dabei werden die folgenden Parameter untersucht:

- Darstellung der Konkurrenzsituation zu den nächstgelegenen Outlet-Center
- Darstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen zur Ansiedlung eines (City-) Outlet-Centers
- Allgemeine Darstellung von Chancen und Risiken einer Entwicklung eines Outlet Centers in Innenstadtbereichen
- Grobe Vorprüfung inwieweit hinreichende Flächenpotenziale im Bereich der Eisenacher Innenstadt vorhanden sind

12.6.1 Darstellung der Konkurrenzsituation zu den nächstgelegenen Outlet-Center

In Eisenach bestehen die Überlegungen zur Etablierung eines City Outlets. Im Zuge einer Voreinschätzung eines solchen Vorhabens, erfolgt in einem ersten Schritt eine Darstellung der nächstgelegenen Konkurrenzstandorte (vgl. Abbildung 37):

- Designer Outlet Wolfsburg
- halle leipzig the style outlets in Brehna
- The Style Outlets Montabaur
- Wertheim Village

- Administrative Grenzen**
- Bundesland
 - Kommune
- FOC/ City-Outlet Standorte**
- Standort in Betrieb
 - Standort in Planung
- Fahrzeit in Minuten**
- 90-Minuten-Isochrone
 - 60-Minuten Isochrone
 - 90-Minuten-Isochrone
 - 60-Minuten Isochrone

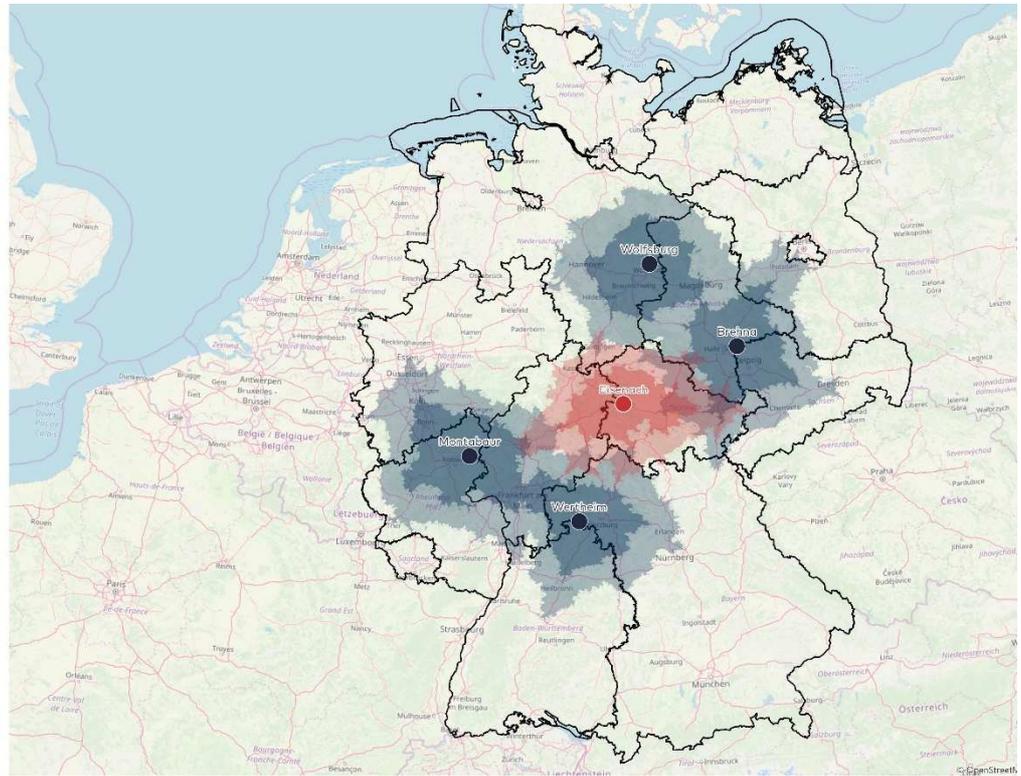


Abbildung 37: Potenzielles Einzugsgebiet eines FOCs in Eisenach und Konkurrenzsituation zu den nächstgelegenen Outlet-Centern

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Kartengrundlage: Bundesamt für Kartographie und Geodäsie 2018, OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

Die vier genannten Factory Outlet Center stellen aufgrund der Lage sowie der verkehrlichen Erreichbarkeit die nächstgelegenen Konkurrenzstandorte für ein potenzielles (City-) Outlet Center in Eisenach dar. Wie Abbildung 37 deutlich macht, sind insbesondere Überschneidungen der Einzugsgebiete zu den FOC östlich und südwestlich von Eisenach zu erwarten. Im Norden wirken die Züge des Mittelgebirges Harz als begrenzendes Element. Nicht nur unterscheiden sich die dargestellten potenziellen Einzugsgebiete in ihrer räumlichen Ausdehnung, auch die Einwohnerzahl unterscheidet sich z. T. deutlich. So weisen FOC in räumlicher Nähe zu Ballungsräumen eine deutlich höhere Bevölkerungszahl in der 60 bzw. 90 Minuten Fahrzeit-Isochrone auf, als solche, die in einer eher ländlich geprägten Region verortet sind (vgl. Tabelle 19).

Tabelle 19: Benchmarking der Einwohnerzahlen in den 60 bzw. 90 Minuten Fahrzeit-Isochronen der nächstgelegenen Outlet-Center in Mio.

	Pot. FOC Eisenach	FOC Wertheim	FOC Montabaur	FOC Brehna	FOC Wolfsburg
60 Minuten Fahrzeit-Isochrone	1,4	2,6	6,0	2,4	2,5
90 Minuten Fahrzeit-Isochrone	4,0	9,2	14,8	6,7	4,6

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Einwohnerzahlen sind gerundet.

Die Stadt Eisenach verfügt aufgrund ihrer Lage in einem eher ländlich geprägten Umfeld über vergleichsweise geringe Einwohnerzahlen in den 60 bzw. 90 Minuten Fahrzeit-Isochronen. Zudem verfügen die nächsten Oberzentren Erfurt und Kassel im Vergleich zu anderen Oberzentren, wie Frankfurt, Köln oder Leipzig, über ein geringeres Bevölkerungspotenzial sowie eine weniger stark verdichteten Raum

um das Oberzentrum. Insbesondere das Bevölkerungspotenzial der 60 Minuten Fahrzeit-Isochrone, dem Kerneinzugsgebiet eines pot. (City-) FOC, stellt sich als deutlich unterdurchschnittlich im Vergleich mit den vier FOC dar.

Bedingt durch die hohe Bedeutung der Stadt Eisenach als Tourismusstandort für in- und ausländische Besucher ergibt sich ein zusätzliches pot. Kaufkraftpotenzial für ein (City-) Outlet Center in Eisenach. Im Jahr 2019 verzeichnete die Stadt Eisenach insgesamt rd. 215.000 Gästeankünfte, dies reicht jedoch nicht, um das Bevölkerungsdefizit der 60 bzw 90 Minuten Fahrzeit-Isochrone auszugleichen.

Ein Vergleich der Gesamtverkaufsflächen der nächstgelegenen Outlet-Center zeigt, dass die die FOCs alle mindestens über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 10.000 m² verfügen und z. T. darüber liegen. Die kritische Masse von 7.000 bis 8.000 m² GVKF für ein potenzielles (City-) Outlet Center in der Stadt Eisenach stellt somit auch im Vergleich mit anderen FOC einen Mindestwert der Gesamtverkaufsfläche dar.

Tabelle 20: Benchmarking der Verkaufsfläche der nächstgelegenen Outlet-Center

	FOC Wertheim	FOC Montabaur	FOC Brehna	FOC Wolfsburg
Verkaufsfläche in m ²	13.500	10.000	10.000	17.500

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; Verkaufsflächen: Factory Outlet Center in Deutschland und Österreich 2018.

12.6.2 Darstellung der rechtlichen Rahmenbedingungen zur Ansiedlung eines (City-) Outlet-Centers

Die Stadt Eisenach stellt laut Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 ein Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums dar (Z. 2.2.7, vgl. Kapitel 2.2). Als solches hat die Stadt Eisenach einen Versorgungsauftrag im Bereich sämtlicher Bedarfsstufen. Das LEP Thüringen 2025 regelt jedoch auch die Ansiedlung sog. Hersteller-Direktverkaufszentren (engl. Factory Outlet Center):

[Z 2.6.6]: „Hersteller-Direktverkaufszentren als Sonderform des großflächigen Einzelhandels sind in Thüringen nur in städtebaulich integrierter Lage in Oberzentren zulässig. Abweichend davon ist im Entwicklungskorridor entlang der A4 vom Raum um das Hermsdorfer Kreuz bis zur Landesgrenze Sachsen ein Hersteller-Direktverkaufszentrum zulässig, sofern das Vorhaben im Einklang mit der zentralen Einzelhandelsfunktion der Oberzentren steht.“

Demnach stellt sich die Ansiedlung eines innerstädtischen FOCs in einem Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums als **nicht kongruent zu den Zielen des LEP Thüringen 2025** dar.

12.6.3 Allgemeine Darstellung von Chancen und Risiken einer Entwicklung eines Outlet Centers in Innenstadtbereichen

Die Etablierung eines innerstädtischen Outlet Centers in der Einkaufsinnenstadt der Stadt Eisenach birgt sowohl Chancen als auch Risiken. Im Folgenden werden diese gegenübergestellt:

Tabelle 21: Gegenüberstellung möglicher Chancen und Risiken einer Entwicklung eines City Outlets

Chancen	Risiken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzung und Stärkung der bestehenden innerstädtischen Strukturen, wenig Neuversiegelung durch Betriebe ▪ Mögliche Beseitigung von Leerständen und städtebaulichen Missständen ▪ Mögliche Aufwertung und Sanierung der Immobilien ▪ Erschließung neuer Ziel- und Absatzgruppen für Eisenach ▪ Bestehende Betriebe (insb. Einzelhandel, Gastronomie) können vom erhöhten Besucheraufkommen profitieren ▪ Schaffung von Arbeitsplätzen ▪ Innenstadtbereich als authentischen Kulisse 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mögliche Störung des Bodenpreisgefüges ▪ Verdrängungseffekt von insb. bestehenden inhabergeführtem Einzelhandel ▪ Verdrängung bestehender Mieter zugunsten des FOC dadurch entstehende Nutzungskonflikte ▪ Verlust der Individualität des Angebotes in der Innenstadt ▪ Hoher Flächenbedarf für den ruhenden Verkehr, im status quo ist nicht erkennbar, wo diese realisiert werden könnten. ▪ Erhöhte Verkehrsbelastung (u.a. Belastung des Verkehrssystem, höhere Immissionen (Lärm, Abgase) etc.) ▪ Durch geschlossene historische Baustrukturen und fehlender größerer Potenzialflächen fehlt der Platz zur Etablierung größerer stores an einem Standort, bzw. einer Agglomeration von mehreren outlet-Stores gebündelt an einem Standort, was für die Wahrnehmbarkeit des City Outlets nach außen von Bedeutung ist (vgl. Bad Münstereifel ehemalige Glashütte/In der Dreimühle) ▪ „Einseitigkeit“ des Warenangebotes, da das Warenangebot eines City Outlets insbesondere auf Einkaufstourismus/gelegentlichem Erlebnisshopping ausgerichtet ist. Das klassische mittelzentrale Einkaufsangebot für die Eisenacher Bevölkerung und dem Umland kann verdrängt werden.

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Es wird ersichtlich, dass ein City Outlet sowohl positive als auch negative Effekte auf ein Innenstadtzentrum zu erwarten sind. Eine reine Darstellung von Chancen und Risiken lässt jedoch noch keinen Rückschluss über die qualitativen Auswirkungen eines (City-) Outlet Centers zu. Es ist daher sinnvoll, die Chancen und Risiken mit den stadtentwicklungspolitischen Zielen sowie den Rahmenplänen zur Stadtentwicklung abzuwägen.

12.6.4 Grobe Vorprüfung inwieweit hinreichende Flächenpotenziale im Bereich der Eisenacher Innenstadt vorhanden sind

Die Einkaufsinnenstadt der Stadt Eisenach zieht sich entlang der zentralen Achse Karlstraße, vom Karlsplatz im Osten bis über den Markt in die Georgenstraße bis zur Einmündung Hospitalstraße. Im Norden wird der ZVB durch die rückwärtigen Grundstücksgrenzen der Alexanderstraße begrenzt. Der ZVB reicht über die Querstraße, bezieht im Süden die Goldschmiedenstraße mit ein und reicht bis zum Frauenplan. Aufgrund der historischen, geschlossenen Bebauung insb. in der

Haupt- und Nebenlage ergeben sich in der Einkaufsinnenstadt keine größeren freien Potenzialflächen für eine Ansiedlung von großflächigem Einzelhandel, z. B. strukturprägende Anker- oder Magnetbetriebe eines FOC. Aus diesem Grund wurde das Angebot der Einkaufsinnenstadt im zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich hinsichtlich großflächiger Einzelhandelsangebote durch die Realisierung des FMZ Tor zur Stadt ergänzt.

„Freie“ Flächenpotenziale zur Realisierung einer (City-) Outlet Centers ergeben sich in der Einkaufsinnenstadt Eisenach also insbesondere in Form von Leerständen und untergenutzten Bestandsimmobilien. Die Hauptlage (Karlsstraße, Johannisstraße, Querstraße) stellt aktuell die Hauptfrequenzlage mit der höchsten Einzelhandelsdichte dar und verfügt über keine Leerstandsproblematik. Zudem sind die Magnetbetriebe mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Angebotschwerpunkt insbesondere entlang der Achsen Karlsstraße/Querstraße verortet. Insgesamt verfügt die Hauptlage über einen attraktiven Nutzungsmix aus Einzelhandel (Filialisten und Fachgeschäfte) und weist den höchsten Filialisierungsgrad der Einkaufsinnenstadt auf. Die bislang intakte und attraktive Hauptlage stellt sich somit aufgrund fehlender Flächenpotenziale sowie der stadtentwicklungspolitischen Ziele nicht als Ansiedlungsraum für ein innerstädtisches Outlet Center dar ohne, dass bestehende Nutzungen verdrängt werden.

In den Neben- und Ergänzungslagen der Einkaufsinnenstadt, welche sich u. a. über die Alexanderstraße, Goldschmiedensstraße, Georgenstraße, Sophienstraße, Johannisplatz, Karlsplatz, Markt und den Frauenberg erstrecken, ist eine höhere Zahl an Leerständen als in der Hauptlage zu konstatieren. Im Gegensatz zur Hauptlage bieten die Neben- und Randlagen somit gewisse Flächenpotenziale in Form von Leerständen und untergenutzten Immobilien für eine City Outlet Center, ohne dass bestehende attraktive Nutzungen verdrängt werden müssten. Jedoch stellt das Innenstadtzentrum ein relativ weitläufiges Zentrum dar, eine räumliche Bündelung der vorhandenen Leerstände ist somit aktuell nicht gegeben. In den Randlagen sind z. T. gewisse Trading-Down-Prozesse zu erkennen (u. a. Goldschmiedenstraße, östl. Alexanderstraße) sowie ein gewisser Sanierungsbedarf (u. a. Fassaden, Straße, Begrünung, Mobiliar). Durch die Realisierung eines innerstädtischen Outlet Centers in leerstehenden oder mindergenutzten Gebäuden könnten diese städtebaulichen Missstände ggf. gemindert werden.

Durch die Etablierung eines FOC entsteht eine höhere Verkehrsbelastung für die Eisenacher Innenstadt, hier wäre zu prüfen inwieweit eine solche Verkehrssteigerung durch das örtliche Verkehrssystem aufgefangen werden kann.

Auch der ruhende Verkehr, insbesondere der MIV, benötigt größere Flächen, diese sollten im besten Fall ebenerdig und innenstadtnah sein (vgl. Kapitel 12.3). Laut der Richtzahlen für den Stellplatzbedarf bei Bauvorhaben gemäß Vollzugsbekanntmachung zur Thüringer Bauordnung (VollzBekThürBO) unterscheidet sich die Anzahl der notwendigen Stellplätze nach Art der Verkaufsstätte:

- Läden, Geschäftshäuser: 1 Stellplatz. je 30-40 m² Verkaufsnutzfläche, jedoch mind. 2 Stellplätze je Laden
- Geschäftshäuser mit geringem Besucherverkehr 1 Stellplatz. je 50 m² Verkaufsnutzfläche
- Großflächige Einzelhandelsbetriebe außerhalb von Kerngebieten: 1 Stellplatz je 10-20 m² Verkaufsnutzfläche

Ein FOC weist i. d. R. ein großes Einzugsgebiet auf, wodurch auch der Bedarf an PKW Stellplätzen als hoch erachtet werden kann (vgl. Kapitel 12.3). Bei einer potenziellen Gesamtverkaufsfläche von mind. rd. 7.000 - 8.000 m² für ein (City-) Outlet Center in Eisenach ergibt sich somit ein zusätzlicher Bedarf an Stellplätzen für den ruhenden MIV von mind. rd. 700 bis 800 Parkplätzen. Die aktuellen Parkierungsanlagen im Bereich um die Altstadt können diesen zusätzlichen Bedarf nicht decken, wodurch zusätzliche Anlagen geschaffen werden müssten. Die notwendigen Flächen hierfür stehen innenstadtnah aktuell nicht zur Verfügung.

12.6.5 Fazit

Im Folgenden werden die wichtigsten Parameter zur Voreinschätzung zu einem möglichen (City-) Outlet Center in Eisenach zusammenfassend dargestellt:

- Die Stadt Eisenach verfügt im Vergleich zu den nächstgelegenen Konkurrenzstandorten über ein unterdurchschnittliches Bevölkerungspotenzial in der 60 bzw. 90 Minuten Fahrzeit-Isochrone. Jedoch birgt die Bedeutung Eisenachs als Tourismusstandort zusätzliches Kaufkraftpotenzial.
- Das pot. Einzugsgebiet eines möglichen (City-) Outlet Centers in Eisenach überschneidet sich teilweise mit den Einzugsgebieten der nächstgelegenen Konkurrenzstandorte.
- Laut Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Ziel 2.6.6 ist die Ansiedlung sog. Hersteller-Direktverkaufszentren (engl. Factory Outlet Center) nur in Oberzentren sowie abweichend davon im Entwicklungskorridor entlang der A4 vom Raum um das Hermsdorfer Kreuz bis zur Landesgrenze Sachsen zulässig. Demnach stellt sich die Ansiedlung eines innerstädtischen FOCs in einem Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums als nicht kongruent zu den Zielen des LEP Thüringen 2025 dar.
- Die Einkaufsinnenstadt der Stadt Eisenach verfügt über keine größeren Frei- bzw. Potenzialflächen. Flächenpotenziale sind insb. in Form von leerstehenden bzw. mindergenutzten Immobilien zu sehen, welche insb. in Neben- und Randlagen verortet sind. Die Ansiedlung eines strukturprägenden Anker- oder Magnetbetriebs für ein (City-) Outlet Center im zentralen Bereich der Einkaufsinnenstadt ist somit aktuell nicht möglich.
- Durch die Etablierung eines innerstädtischen FOC entsteht eine höhere Verkehrsbelastung für die Eisenacher Innenstadt. Auch der ruhende Verkehr, insbesondere der MIV, benötigt größere Flächen, diese sollten im besten Fall ebenerdig und innenstadtnah sein. Bei einer pot. Gesamtverkaufsfläche von mind. rd. 7.000 - 8.000 m² für ein (City-) Outlet Center in Eisenach ergibt sich somit ein zusätzlicher Bedarf an Stellplätzen für den ruhenden MIV von mind. rd. 700 bis 800 Parkplätzen. Die notwendigen Freiflächen dafür stehen innenstadtnah aktuell nicht zur Verfügung.

Die Stadt Eisenach verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche mit klar definierten Versorgungsaufgaben. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung und die parallel einberufenen Facharbeitskreise – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten formuliert und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes durch das zuständige kommunalpolitische Gremium (Stadtrat) werden die Empfehlungen für die Verwaltung zu einer insbesondere zu berücksichtigenden sonstigen städtebaulichen Planung, die also mit hohem Gewicht in die Abwägung einzustellen ist (gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB). Zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen zu gewährleisten (siehe Abbildung 38).

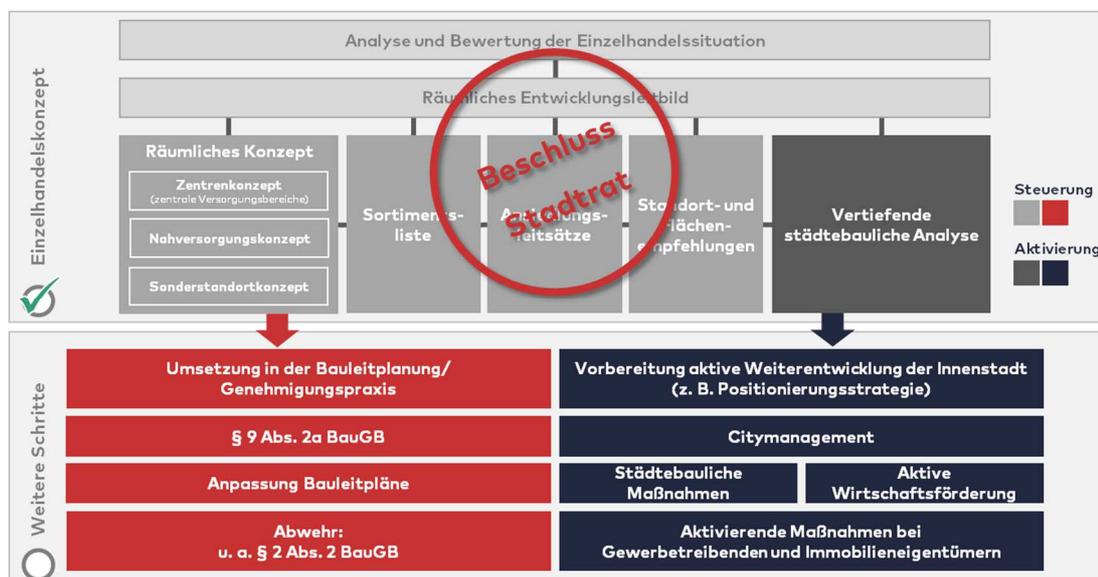


Abbildung 38: Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Obschon dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-)Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung oder des Citymanagements. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa in den zentralen Versorgungsbereichen), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten, wie dem Masterplan Innenstadt, und Fragestellungen

(etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung. Insbesondere kann das Einzelhandels- und Zentrenkonzept erste Erkenntnisse für eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt bieten, die sich stärker gegenüber Konkurrenzstandorten (insbesondere benachbarte Städte und Shopping-Center) sowie dem Online-Handel positionieren sollte. Eine entsprechende Positionierungsstrategie ist als umsetzungsorientierter Folgebau-stein und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit diesem Konzept zu empfehlen.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandels- und Zentrenkonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Exkurs: Auswirkungen der Corona-Pandemie auf den Eisenacher Einzelhandel und das Einzelhandelskonzept

AUSGANGSSITUATION (STAND FEBRUAR 2021)

Die Corona-Pandemie nimmt seit März des Jahres 2020 in vielerlei Hinsicht Einfluss auf unser alltägliches Leben. Auch der stationäre Einzelhandel war und ist durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie massiv betroffen. Der deutschlandweite Lockdown Mitte März 2020 inkl. Ladenschließungen, die anschließend verhängten Zugangsbeschränkungen und z. T. veränderte Öffnungszeiten, die Maskenpflicht und auch das Abwandern großer Teile der Kunden in den Online-Handel sowie der erneute Lockdown inkl. Ladenschließungen seit Mitte Dezember 2020 wirken sich in unterschiedlicher Weise auf den stationären Einzelhandel aus.

Dabei waren und sind nicht alle Segmente des stationären Einzelhandels von den Auswirkungen in gleichem Ausmaß betroffen: während insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel und u. a. auch Baumärkte sowie der Fahrradeinzelhandel (zwischen dem ersten und zweiten Lockdown) Umsatzzuwächse durch eine erhöhte Nachfrage im Vergleich zum Vorjahr verzeichnen konnten, mussten insbesondere die klassischen innerstädtischen Branchen wie Bekleidung und Schuhe massive Umsatzverluste hinnehmen⁵⁹. Diese besonders stark betroffenen Branchen konnten sich bis zum Beginn des zweiten Lockdowns nicht von diesen Umsatzverlusten erholen, denn viele in den Online-Handel abgewanderte Kunden blieben und bleiben nach wie vor den Betrieben und den Innenstädten fern. Vor allem der abrupte Abbruch des Weihnachtsgeschäfts durch den zweiten Lockdown Mitte Dezember 2020 und der seitdem anhaltende zweite Lockdown hat die wirtschaftliche Not-situation des stationären Einzelhandels nochmals gravierend verschärft. Verspätete, bürokratische sowie z. T. unzureichende staatliche Hilfszahlungen und Überbrückungshilfen, Förder- und steuerliche Sofortmaßnahmen können die durch die Pandemie und die beiden Lockdowns bedingte z. T. existenzbedrohende Lage des stationären Einzelhandels bisher nur abmildern. Auch das vielerorts von Einzelhändlern mittlerweile angebotene Click & Collect vermag Umsatzverluste nicht komplett zu kompensieren, sondern kann diese lediglich abschwächen. Gewinner der durch die Pandemie im deutschen Einzelhandel ausgelösten Verwerfungen ist der Online-Handel⁶⁰. Zwar ist die Corona-Pandemie nicht als originärer Auslöser des forcierten Wachstums des Online-Handels und des entsprechenden Bedeutungsverlustes des stationären Einzelhandels zu sehen. Vielmehr hat die Pandemie entsprechende, bereits vor Corona zu beobachtende strukturelle Entwicklungen (vgl. Kapitel 4.1) forciert und weiter beschleunigt: die seit Jahren fortschreitende Transformation unserer Innenstädte und Einzelhandelsstrukturen, die Nachfolgeproblematik im inhabergeführten Einzelhandel sowie die in Konsequenz

⁵⁹ Vgl. Statistisches Bundesamt 2020: Pressemitteilung Nr.317 vom 20. August 2020.

⁶⁰ So betrug der Wachstum des Online Handels 2020 gegenüber dem Vorjahr rd. 21 %. (Quelle: HDE Online Monitor News Januar 2021: Onlinehandel 2020/2021. HDE/IFH Köln, Berlin, Januar 2021.)

daraus resultierenden Leerstands- und Trading-Down-Entwicklungen sowie nicht zuletzt die stetig zunehmende Bedeutung und die steigenden Marktanteile des Online-Handels treten durch die Corona-Pandemie noch deutlicher hervor. Bis zum Ende der Pandemie wird die Magnet- und Leitfunktion des stationären Einzelhandels, welche dieser bisher (noch) für unsere Innenstädte – auch in Eisenach – wahrgenommen hat, weiter an Bedeutung verlieren. Auch die mit massiven Unsicherheiten behaftete gesamtwirtschaftliche Lage wirkt sich negativ auf das Konsumverhalten aus und trägt damit nochmals zu einer Verschärfung der Problemlage des stationären Einzelhandels bei.

Die beiden klassischen innerstädtischen Branchen Bekleidung und Schuhe stellen u. a. prägende Leitsortimente der Eisenacher Innenstadt dar. Somit ist insbesondere der Bereich der Eisenacher Innenstadt mit dem ausgeprägtesten Einzelhandelsbesatz besonders vulnerabel gegenüber den pandemiebedingten Auswirkungen im Einzelhandel. Gleichwohl sind auch andere Bereiche des Innenstadtzentrums von Eisenach aufgrund der Auswirkungen der Pandemie im Dienstleistungssektor (z. B. Frisöre) und in der Gastronomie, massiv betroffen. Hieraus dürften für die Eisenacher Innenstadt gravierende pandemiebedingte Auswirkungen für den stationären Einzelhandel – jedoch nicht ausschließlich – erwachsen. Das Ausmaß der Auswirkungen ist aktuell aufgrund der Fortdauer der Coronapandemie noch nicht abzusehen. Grundsätzlich ist jedoch von einem Bedeutungsverlust der Eisenacher Innenstadt als Einzelhandelsstandort auszugehen.

Angesichts dieser mit Unsicherheiten behafteten Situation wächst der Handlungsdruck für Innenstädte und Zentren als Standorte des Einzelhandels gegenüber Vor-Pandemie-Zeiten weiter an: damit die Innenstädte auch noch zukünftig ihre Funktion als attraktive und lebendige Stadtzentren sowie Mittelpunkt des öffentlichen Lebens - auch mit einem ansprechenden Einzelhandelsangebot - erfüllen können, erscheinen deutliche, zusätzliche Anstrengungen seitens der Kommunen – eben auch in Eisenach – notwendig.

Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend drei mögliche Entwicklungsszenarien für den Einzelhandel und dessen Bedeutung für Innenstädten und Zentren abgeleitet. Auf dieser Grundlage werden sodann für die Stadt Eisenach Lösungs- und Handlungsansätze aufgezeigt, so dass die negativen Auswirkungen der Corona-Pandemie abgefedert und zugleich auch als Chance für die zukunftsfähige Fortentwicklung des Einzelhandels in Eisenach genutzt werden können.

SZENARIEN FÜR DEN EINZELHANDEL UND DIE INNENSTÄDTE

Da eine fundierte und abschließende Abschätzung der Auswirkungen der Corona-Pandemie für den stationären Einzelhandel zum aktuellen Zeitpunkt nicht möglich ist, werden im Folgenden drei grundsätzlich denkbare Entwicklungsszenarien betrachtet.

Entwicklungsszenario 1: Die neue Lust am Innenstadterlebnis

Das erste Entwicklungsszenario geht von einer neuen, nach Corona wiederentdeckten Lust am stationären Einzelhandel und am Innenstadtbesuch aus. Die Konsumenten leben den Trend „buy local“ wieder verstärkt aus, die Defizite des Online-Handels (z. B. individuelle Beratung, persönlicher Kontakt, verständliche Informationen, Haptik etc.) lenken die Konsumenten in Verbindung mit dem

Wunsch nach einem umfassenden Einkaufs- und Innenstadterlebnis wieder zurück in die klassischen Einkaufslagen der Innenstädte. Die während der Corona-Pandemie erlittenen z. T. erheblichen Umsatzeinbußen können durch Mehrausgaben nach der Pandemie relativiert werden. Eine weiter verstärkte Nachfrageverschiebung zugunsten des Online-Handels findet in diesem Szenario nicht statt. Somit geht dieses Szenario von einem Boom der Innenstädte nach dem Ende der Corona-Pandemie aus.

Entwicklungsszenario 2: Boost des Online-Handels

Das Entwicklungsszenario geht von einer dauerhaften Verschiebung der Nachfrage vom stationären Einzelhandel zum Online-Handel aus. Die Einkäufe, die bislang im lokalen und stationären Einzelhandel getätigt wurden, werden nun - verstärkt durch die Corona-Pandemie - online nachgefragt. Die Konsumenten behalten das während der Corona-Pandemie angeeignete online-Einkaufsverhalten bei und bauen dieses weiter aus. Durch die Neuorientierung der Konsumenten auf den Online-Handel bricht die Nachfrage im stationären Einzelhandel weiter ein und stellt die stationären Einzelhändler und traditionellen Einkaufslagen vor große Herausforderungen. Es ist mit vermehrten Betriebsaufgaben nicht mehr wettbewerbsfähiger Betriebe sowie vermehrten Insolvenzen in den durch den Online-Handel besonders betroffenen Sortimentsbereichen (v. a. Mode, Elektronik) sowie Sortimentssegmenten (v. a. indifferentes mittleres Preissegment) zu rechnen. Das Bild der Innenstädte wird sich in Folge dieser Entwicklungen stark verändern: insbesondere nicht mehr wettbewerbsfähige inhabergeführte Betriebe, Kauf- und Warenhäuser sowie Filialisten des indifferenten mittleren Preissegments werden dem Wettbewerbsdruck nicht mehr standhalten können und vom Markt abgehen. Hierdurch werden sich die Stadtstrukturen massiv verändern. Es ist mit einer Konzentration der am Markt verbleibenden Einzelhandelsbetriebe auf die starken Lagen von starken Zentren zu rechnen, schwache Neben- und Randlagen sowie schwächere Zentren werden ihre Bedeutung als Einzelhandelsstandort z. T. in Gänze verlieren.

Entwicklungsszenario 3: Zunahme des Online-Handels und Verschiebung der Nachfrage im stationären Einzelhandel

Das dritte Entwicklungsszenario geht von einem Mittelweg zwischen einem weiteren Bedeutungszuwachs des Online-Handels (allerdings in einem moderateren Verhältnis als das zweite Entwicklungsszenario) sowie einer parallelen Reorientierung auf die Angebote des stationären Einzelhandels aus. Aus fachgutachterlicher Perspektive ist dieses Entwicklungsszenario als realistisch einzuschätzen. Von der Reorientierung auf den stationären Einzelhandel profitieren insbesondere Metropolen und starke Oberzentren, welche durch ihre Qualitäten im Bereich des Erlebniseinkaufes wie auch des umfassenden Innenstadterlebnisses profitieren können, wenngleich auch diese aktuell mit einem nahezu zum Erliegen gekommenen Städtetourismus, sinkenden Frequenzen in den Einkaufslagen und ebenfalls wegbrechenden Handelsstrukturen zu kämpfen haben. Aber auch der stationäre Einzelhandel in Kleinstädten und Stadtteilzentren erfährt in diesem Szenario eine Stabilisierung, da hier vorwiegend Versorgungseinkäufe in vertrautem Umfeld getätigt werden sowie die wohnortnahe Versorgung sichergestellt wird. Der stationäre Einzelhandel in Mittelstädten wird in diesem Entwicklungsszenario hingegen

überproportional von Umsatzeinbußen betroffen sein, da sich die Nachfrage sowohl in den Online-Handel als auch in kleinere Städte bzw. Stadtteilzentren und zukünftig auch wieder in die Metropolen bzw. in die starken Oberzentren verlagert. Somit werden die Mittelstädte und ihre Innenstädte an Bedeutung als Einzelhandelsstandort verlieren, wenn sie nicht dem Bedeutungsverlust mit geeigneten Mitteln entgegensteuern.

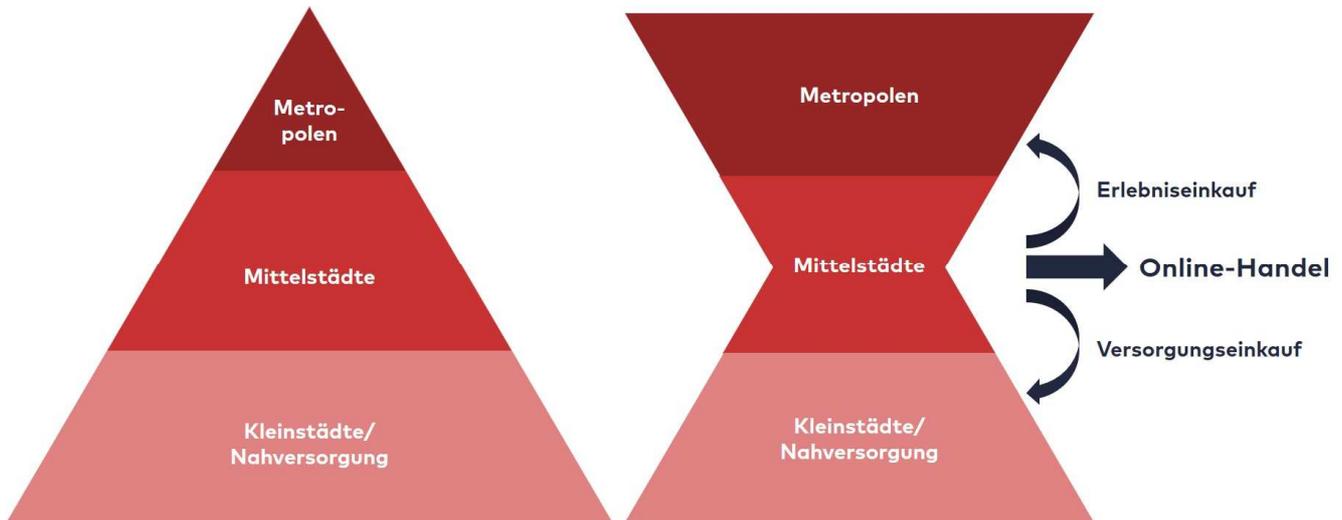


Abbildung 39: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel

Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

HANDLUNGSERFORDERNISSE UND LÖSUNGSWEGE

In der Konsequenz aller drei voranstehenden denkbaren Entwicklungsszenarien erwachsen den Städten und Kommunen nach der Corona-Pandemie Handlungserfordernisse, sofern sie dem Bedeutungsverlust als Einzelhandelsstandort und auch dem Verlust der Einzelhandelsfunktion ihrer Innenstädte entgegenwirken wollen. Das aus fachgutachterlicher Perspektive als realistisch zu erwartende Entwicklungsszenario 3 bietet den Städten und Kommunen neben all den negativen Auswirkungen, die durch die Corona-Pandemie ausgelöst werden, jedoch auch Chancen und Ansätze, sich zukunftsfähig als Einzelhandelsstandort nach der Corona-Pandemie aufzustellen bzw. zu repositionieren.

Neben den nachfolgend dargestellten Ansätzen für eine (Re-)Positionierungsstrategie für die Eisenacher Innenstadt, sind aktuell ohne Frage Sofortmaßnahmen zur Unterstützung der innerstädtischen Gewerbetreibenden notwendig. Dies insbesondere auch, weil sich der Bereich mit dem ausgeprägtesten Einzelhandelsbesatz in der Eisenacher Innenstadt aufgrund der dort angesiedelten Angebotsstrukturen als besonders vulnerabel gegenüber den pandemiebedingten Auswirkungen darstellt. Entsprechende Sofortmaßnahmen werden bereits in verschiedenen Ausprägungen durch die Politik, Verwaltung, Wirtschaftsförderung, die lokale Einzelhändlervereinigung sowie Institutionen etc. erbracht und stellen einen wertvollen Beitrag zur Akuthilfe für die innerstädtischen Gewerbetreibenden dar.

Funktion des Einzelhandelskonzepts im Kontext der Corona-Pandemie

Die in diesem Einzelhandelskonzept für die Stadt Eisenach formulierten Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien münden in stringenten Instrumenten

zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung des Einzelhandels. Die in diesem Konzept enthaltenen zentralen Steuerungselemente wie

- das Zentrenkonzept (s. Kapitel 6),
- das Nahversorgungskonzept (s. Kapitel 7)
- das Sonderstandortkonzept (s. Kapitel 8)
- die Sortimentsliste (s. Kapitel 10.2) sowie
- die Steuerungsleitsätze (s. Kapitel 11)

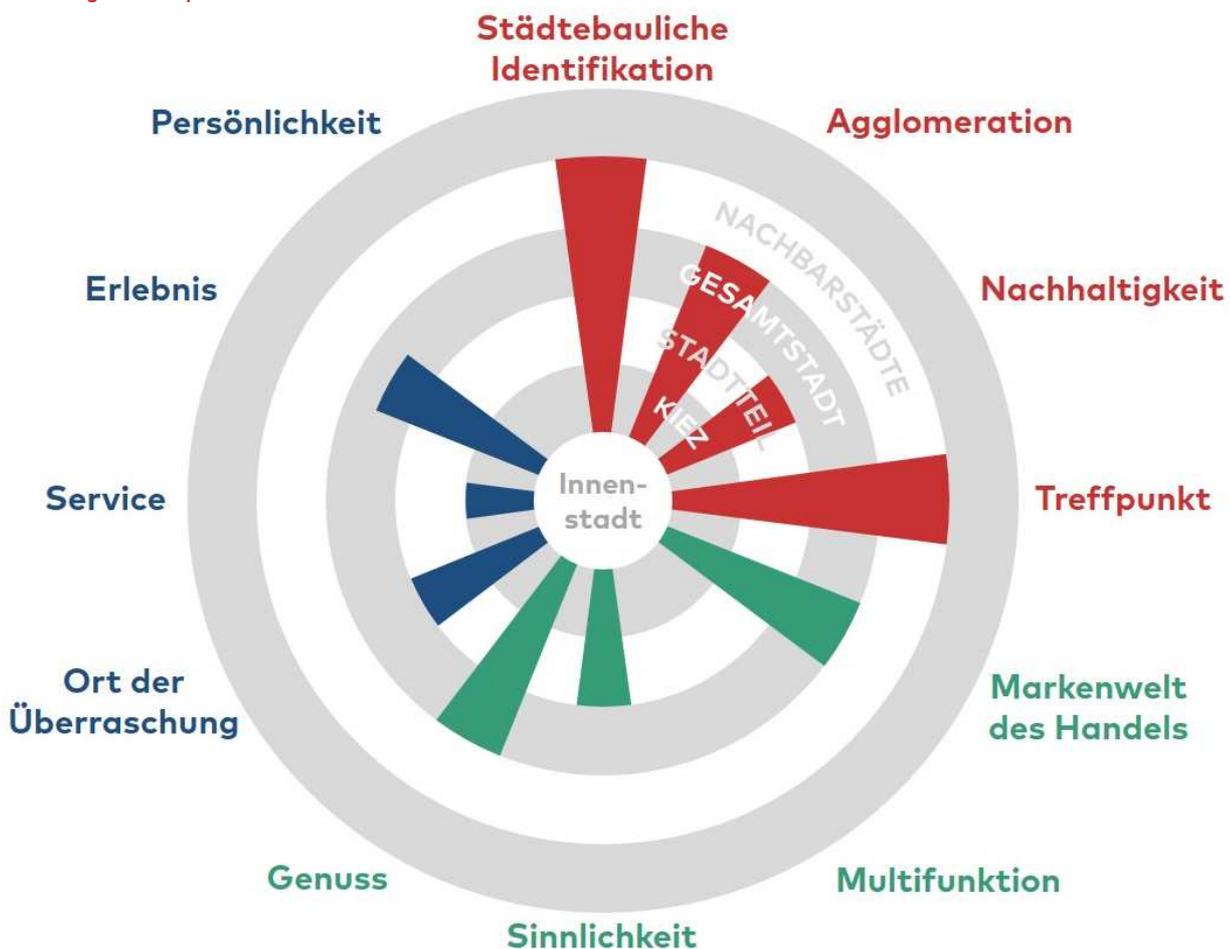
ermöglichen eine stadtentwicklungspolitisch sinnvolle Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels. Dieses Steuerungsregime ist gerade vor dem Hintergrund der Auswirkungen der Corona-Pandemie weiterhin als grundlegend und zielführend für die Steuerung des Einzelhandels in Eisenach einzuordnen. Insbesondere da das Innenstadtzentrum und dessen Einzelhandelsbestand durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie besonders vulnerabel sind, erscheint die stringente Steuerung des Einzelhandels in Eisenach zwingend geboten. Das Einzelhandelskonzept sollte daher durch das zuständige kommunalpolitische Gremium (Stadtrat) beschlossen werden. Gleichwohl sind im Einzelhandelskonzept auch Elemente enthalten, die durch die Corona-Pandemie und ihre Auswirkungen differenzierter einzuordnen sind. Hierbei handelt es sich vorrangig um die in Kapitel 5.1 ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven. Wenngleich diese keinen unmittelbaren Einfluss auf das Steuerungsregime des Einzelhandelskonzepts entfalten, sind Umsatzprognosen durch die Corona-Pandemie und die damit verbundenen gesamtwirtschaftlichen Verwerfungen mit großen Unsicherheiten belastet. So dürften die aufgeführten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsperspektiven insbesondere in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel, Drogeriewaren, Baumarktsortiment sowie Fahrräder und Zubehör ggf. positiver ausfallen als in Kapitel 5.1 dargestellt. Im Gegenzug dürften insbesondere für die Sortimente Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren geringere Entwicklungsimpulse zu erwarten sein.

Um individuell auf die Erfordernisse vor Ort reagieren zu können, ist es von oberster Priorität, die Entwicklung des Einzelhandels in Eisenach fortlaufend zu analysieren, um die durch die Corona-Pandemie ausgelösten Entwicklungen und Verwerfungen im Einzelhandelsbesatz der Stadt Eisenach beobachten und beurteilen zu können. Damit das Einzelhandelskonzept langfristig zur Steuerung des stationären Einzelhandels angewendet werden kann bzw. vor dem Hintergrund von coronabedingten Entwicklungen ggf. angepasst werden kann, erscheint eine **Evaluation des Einzelhandelskonzeptes nach rund einem Jahr nach der Erstellung oder nach Ende der Corona-Pandemie** empfehlenswert.

(Re-)Positionierungsstrategie für die Eisenacher Innenstadt

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Eisenach stellt ein primär stadtplanerisches Instrumentarium zur Steuerung und Weiterentwicklung des Einzelhandels und der Innenstadt von Eisenach als Einzelhandelsstandort dar. Im Kontext der Corona-Pandemie erscheint insbesondere vor dem Hintergrund der Auswirkungen auf das Innenstadtzentrum eine umfassende (Re-)Positionierungsstrategie für die Innenstadt geboten. Insbesondere im Kontext der Corona-Pandemie erscheint eine aktive Weiterentwicklung der Innenstadt notwendig, um sich einerseits gegenüber Konkurrenzstandorten wie benachbarten Mittel- und Oberzentren sowie insbesondere auch dem Online-Handel zukunftsfähig zu (re-)positionieren. Hierbei sollte nicht nur der Einzelhandel im Fokus entsprechender Betrachtungen stehen, sondern die Innenstadt in ihrer Komplexität und Multifunktionalität gesamtheitlich betrachtet werden:

Abbildung 40: Komplexität und Multifunktionalität einer Innenstadt



Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Entsprechende Profilierungsmodulare einer (Re-)Positionierungsstrategie können folgende darstellen:

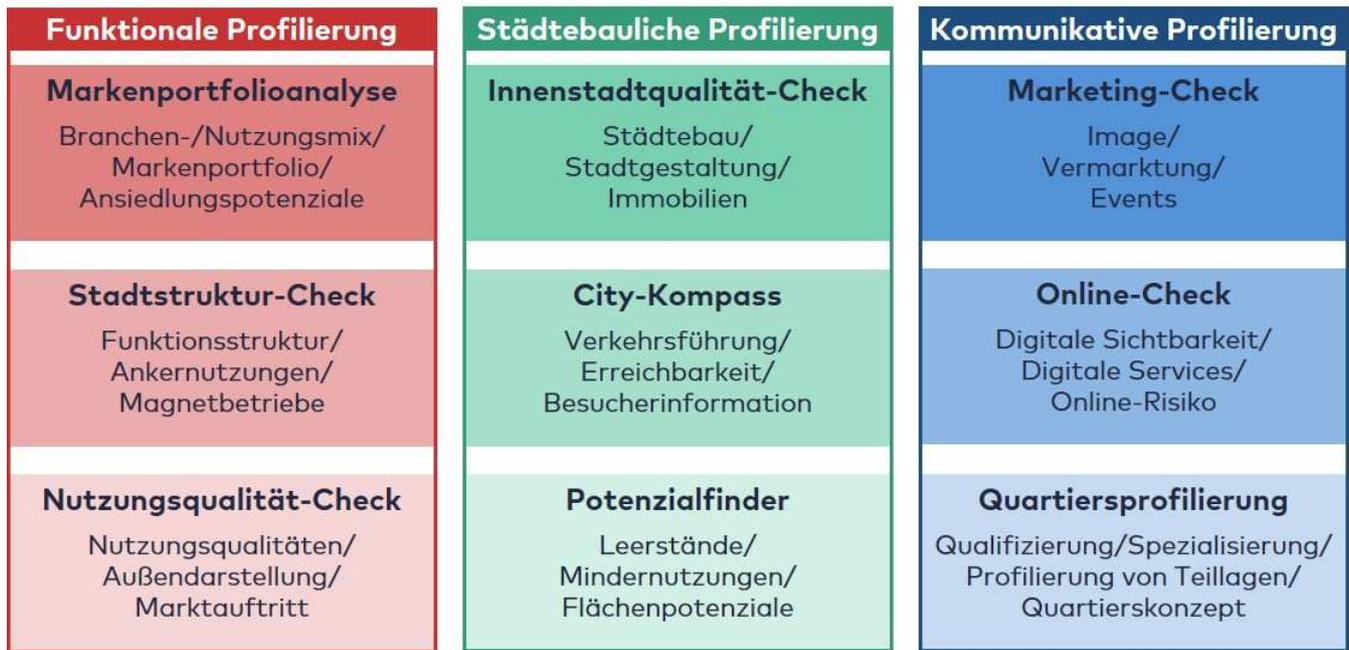


Abbildung 41: Profilierungsmodule
 Quelle: Darstellung Stadt + Handel.

Die dargestellten Positionierungsstrategie (vgl. dazu das Produktportfolio von Stadt + Handel) sind im Kontext der Corona-Pandemie als umsetzungsorientierte Folgebausteine und in starker inhaltlicher Verknüpfung mit dem Einzelhandelskonzept für die Stadt Eisenach zu empfehlen. Im Kontext der pandemiebedingten Vulnerabilität des innerstädtischen Einzelhandels erscheint ein zeitnahes Handeln angebracht, damit die Bestandsstrukturen der Eisenacher Innenstadt zunächst gesichert und ggf. gestärkt aus der Corona-Pandemie hervorgehen können. Im Fokus der Bemühungen sollte dabei der „Kernbereich“ des innerstädtischen Einzelhandels im Bereich der Karlsstraße sowie angrenzenden Lagen stehen: dieser Bereich sollte als Nukleus der Eisenacher Innenstadt zuallererst sowohl funktional als auch städtebaulich gesichert, ge- und unterstützt sowie weiterentwickelt werden.

Literatur- und Quellenverzeichnis

LITERATUR

Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR) (Hrsg.) (2017): Online-Handel – Mögliche räumliche Auswirkungen auf Innenstädte, Stadtteil- und Ortszentren. Bonn.

FIRU mbH (Hrsg.) (2019): Integriertes Stadtentwicklungskonzept Eisenach 2030 (ISEK 2030). Berlin.

GMA (Hrsg.) (2018): Factory Outlet Center in Deutschland und Österreich.

Hahn-Gruppe (Hrsg.) (2017): Retail Real Estate Report Germany 2017/2018. Bergisch Gladbach.

Handelsverband Deutschland (HDE) / IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2017): Online-Monitor 2019. Berlin.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2016): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2016/2017. München.

ILG Gruppe (Hrsg.) (2017): Der Mieter im Fokus – Handelsimmobilien neu Denken. Ausgabe 2017/2018. München.

IFH Retail Consultants GmbH (Hrsg.) (2019): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2017. Köln.

Kuschnerus, Ulrich / Bishopink, Olaf / Wirth, Alexander (2018): Der standortgerechte Einzelhandel. 2. Auflage. Bonn.

Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr Thüringen (2014): Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025.

Regionale Planungsgemeinschaft Südwestthüringen (Hrsg.) (2018): Regionalplan Südwestthüringen. Entwurf zur Anhörung / Öffentlichen Auslegung vom 11.03.2019 bis einschließlich 15.05.2019.

Stadtverwaltung Eisenach (2013): Konzept zur Sicherung der Zentralen Versorgungsbereiche (Zentrenkonzept). Eisenach.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

Statistisches Bundesamt (Hrsg.) (2015): Bevölkerung Deutschlands bis 2060 – 13. koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung. Wiesbaden.

DATENBANKEN

Bertelsmann Stiftung (Hrsg.): wegweiser-kommune.de

EHI Retail Institute (Hrsg.): handelsdaten.de

Handelsverband Deutschland (Hrsg.): einzelhandel.de

Statistische Ämter der Länder und des Bundes (Hrsg.): regionalstatistik.de

Statistisches Bundesamt (Hrsg.): destatis.de

Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG	SEITE
Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.....	12
Abbildung 2: Gesellschaftliche Wandlungsprozesse.....	15
Abbildung 3: Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	17
Abbildung 4: Verkaufsflächenansprüche von Lebensmittelmärkten.....	18
Abbildung 5: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz	20
Abbildung 6: Zentralörtliche Funktion Eisenach	21
Abbildung 7: Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftniveau in Eisenach und Umgebung	24
Abbildung 8: Einzugsgebiet der Stadt Eisenach	25
Abbildung 9: Einzelhandelsbestand in Eisenach nach Warengruppen und Lagebereichen	26
Abbildung 10: Sortimentsspezifische Einzelhandelszentralität von Eisenach	31
Abbildung 11: Verkaufsflächenanteile im Lebensmitteleinzelhandel Eisenachs im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.....	51
Abbildung 12: Verkaufsflächenausstattung im Lebensmitteleinzelhandel Eisenachs im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.....	52
Abbildung 13: Räumliche Nahversorgungssituation von Eisenach.....	55
Abbildung 14: Einwohnerprognose für Eisenach.....	59
Abbildung 15: Entwicklung der privaten Konsumausgaben in Deutschland....	60
Abbildung 16: Entwicklung der Flächenproduktivität im deutschen Einzelhandel	61
Abbildung 17: Entwicklung des B2C-E-Commerce-Anteils am Einzelhandelsumsatz	62
Abbildung 18: Sortimentsspezifische Zentralität und Entwicklungsimpuls....	64
Abbildung 19: Übergeordnete Entwicklungszielstellungen für Eisenach	67
Abbildung 20: Das hierarchisch abgestufte Zentren- und Standortssystem (modellhaft).....	69
Abbildung 21: Methodik der Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen	71
Abbildung 22: Zentrenstruktur Eisenach 2013.....	74
Abbildung 23: Räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches Einkaufsinnenstadt Eisenach	78
Abbildung 24: Innere Organisation der Einkaufsinnenstadt Eisenach	78

Abbildung 25:	Standortbereich Tor zur Stadt	81
Abbildung 26:	Räumliche Abgrenzung Nahversorgungszentrum Nord.....	83
Abbildung 27:	Räumliche Abgrenzung Nahversorgungszentrum Karlskuppe.....	85
Abbildung 28:	Räumliche Abgrenzung Nahversorgungszentrum Altstadtstraße.....	86
Abbildung 29:	Darstellung der räumlichen Nahversorgungssituation in Eisenach	91
Abbildung 30:	Prüfschema der Konzeptkongruenz bei der Ansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment.....	93
Abbildung 31:	Einzelhandelsstruktur Standortbereich PEP Hötzelroda.....	99
Abbildung 32:	Einzelhandelsstruktur Standortbereich FMZ Stregda	100
Abbildung 33:	Einzelhandelsstruktur Standortbereich Obere Mühlhäuser Straße.....	102
Abbildung 34:	Einzelhandelsstruktur Standortbereich Alte Spinnerei	103
Abbildung 35:	Standortmodell für die Stadt Eisenach.....	104
Abbildung 36:	Sortimentsliste 2013.....	107
Abbildung 37:	Potenzielles Einzugsgebiet eines FOCs in Eisenach und Konkurrenzsituation zu den nächstgelegenen Outlet- Centern	122
Abbildung 38:	Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik	127
Abbildung 39:	Entwicklung der Anzahl der Betriebe im deutschen Lebensmitteleinzelhandel	132
Abbildung 40:	Komplexität und Multifunktionalität einer Innenstadt.....	134
Abbildung 41:	Profilierungsmodule	135

Tabellenverzeichnis

TABELLE		SEITE
Tabelle 1:	Verwendete empirische Untersuchungsmethoden und sekundärstatistische Quellen	13
Tabelle 2:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft nach Warengruppen	23
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand in Eisenach	26
Tabelle 4:	Gesamtstädtische Kennwerte im Vergleich.....	28
Tabelle 5:	Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Eisenach	30
Tabelle 6:	Quantitative und qualitative Nahversorgungssituation in Eisenach	50
Tabelle 7:	Nahversorgungsrelevante Kennwerte im Vergleich	53
Tabelle 8:	Relevanten Rahmenbedingungen für den absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen von Eisenach	64
Tabelle 9:	Entwicklungsprognose für 2025	65
Tabelle 10:	Bewertung der Nahversorgungszentren gem. Zentrenkonzept 2013 (Bestand).....	75
Tabelle 11:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Einzelhandelsausstattung).....	76
Tabelle 12:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (zentrenergänzende Funktionen)	76
Tabelle 13:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Städtebau/Gestaltung)	77
Tabelle 14:	Idealtypischer Ausstattungskatalog für zentrale Versorgungsbereiche (Erreichbarkeit)	77
Tabelle 15:	Prüfung der strukturprägenden Lebensmittelmärkte auf Eignung als Nahversorgungsstandort.....	90
Tabelle 16:	(Kleinflächige) Nahversorgungsrelevante Betriebe in den Ortsteilen der Stadt Eisenach.....	96
Tabelle 17:	Sortimentsliste für die Stadt Eisenach (Kurzfassung).....	108
Tabelle 18:	Merkmale und Standortanforderungen eines klassischen Factory Outlet Centers	118
Tabelle 19:	Benchmarking der Einwohnerzahlen in den 60 bzw. 90 Minuten Fahrzeit-Isochronen der nächstgelegenen Outlet-Center in Mio.....	122
Tabelle 20:	Benchmarking der Verkaufsfläche der nächstgelegenen Outlet-Center	123
Tabelle 21:	Gegenüberstellung möglicher Chancen und Risiken einer Entwicklung eines City Outlets.....	124
Tabelle 22:	Sortimentsliste für die Stadt Eisenach (Langfassung).....	147

Abkürzungsverzeichnis

BauGB	Baugesetzbuch	ZVB	zentraler Versorgungsbe- reich
BauNVO	Baunutzungsverordnung		
BBSR	Bundesinstitut für Bau-, Stadt- und Raumforschung		
BVerfGH	Bundesverfassungsge- richtshof		
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht		
Drog	Drogeriewaren		
EH	Einzelhandel		
EHK	Einzelhandelskonzept		
EuGH	Europäischer Gerichtshof		
EW	Einwohner		
FOC	Factory Outlet Center		
GVKF	Gesamtverkaufsfläche		
ISEK	Integriertes Stadtentwick- lungskonzept		
IZ	Innenstadtzentrum		
LEP	Landesentwicklungspro- gramm Thüringen		
MIV	motorisierter Individualver- kehr		
niL	städtebaulich nicht inte- grierte Lage		
NuG	Nahrungs- und Genussmit- tel		
NVZ	Nahversorgungszentrum		
ÖPNV	öffentlicher Personennah- verkehr		
OVG	Oberverwaltungsgericht		
siL	städtebaulich integrierte Lage		
VG	Verwaltungsgericht		
VKF	Verkaufsfläche		

Glossar

Andienung

Im Zusammenhang mit Einzelhandel versteht man unter Andienung die Anlieferungsmöglichkeiten, diese kann bspw. über einen Parkplatz oder einen speziell dafür vorgesehenen Bereich geschehen.

Betriebsform (Betriebstyp)

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

Bindungsquote

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotenzial in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- ($> 100\%$) oder abfließt ($< 100\%$). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

Einzelhandel

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

Einzelhandelsrelevante Nachfrage

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

Fachgeschäft

Spezialisierter und branchengebundener Einzelhandelsbetrieb, der sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnet. Die Verkaufsfläche liegt meistens bei weniger als 400 m². Neben der Verkaufsflächengröße ist für die Abgrenzung zu Fachmärkten vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/ Bedienung) entscheidend.

Fachmarkt

Betriebstyp der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot

verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigem Betrieb mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Verkaufsfläche in der Regel > 400 m².

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittssortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

Factory-Outlet-Center (FOC)

Großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische und freizeitorientierte Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikläden) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe. In jüngerer Zeit fanden jedoch auch Ansiedlungen von Factory-Outlet-Centern in historischen Innenstädten statt (bspw. in Bad Münsteriefel).

Fristigkeitsstufen

Warengruppen lassen sich in 3 Fristigkeitsstufen - oder auch Bedarfsstufen genannt - aufteilen. Der kurzfristige Bedarf beinhaltet z. B. Lebensmittel und Drogeriewaren und wird auch als periodischer Bedarf bezeichnet. Die mittelfristige Fristigkeitsstufe ist bereits dem aperiodischen Bedarf zuzuordnen, entsprechende Sortimente werden mindestens über mehrere Wochen oder Monate genutzt. Typische Sortimente dieser Fristigkeitsstufe sind z.B. Bekleidung, Schuhe oder Sportartikel. Die Sortimente der langfristigen Bedarfsstufe werden über einen langen Zeitraum (bspw. mehrere Jahre) hinweg genutzt, entsprechende Sortimente sind bspw. Elektrowaren, Möbel und Uhren und Schmuck.

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommenen Krediten, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremdreionen einem Marktgebiet zufließen.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt in

der Regel zwischen 700 – 1.400 m², in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 – 13 %.

Multi- und Cross Channel Vertriebsstrategien

Multi-Channel bezeichnet einen mehrgleisigen Vertriebsweg des Handels. Bei diesem Ansatz existieren die verwendeten Vertriebskanäle nebeneinander, ohne jedoch miteinander verknüpft zu sein (bspw. Online Shop und stationäres Geschäft).

Handelsbetriebe mit Cross-Channel Strategie verfügen ebenfalls über mehrere Vertriebskanäle, diese sind jedoch miteinander verknüpft. Der Kunde kann somit bspw. ein Produkt online vorbestellen und in einer Filiale abholen, oder bspw. in einem Online-Shop die Warenverfügbarkeit vor Ort überprüfen oder aber den Artikel direkt online bestellen.

Nahversorgungszentrum (NVZ)

Ein Nahversorgungszentrum besteht aus überwiegend nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben und aus ergänzenden Dienstleistungsbetrieben wie etwa einer Bank, Reinigung oder Postannahmestelle. Das Nahversorgungszentrum übernimmt die wohnortnahe Grundversorgung der Bevölkerung und ist i. d. R. innerhalb einer sonstigen integrierten Lage angesiedelt. Auch städtebauliche Kriterien wie bauliche Dichte oder Gestaltung sind für die Definition eines NVZ relevant.

Preiseinkauf

Ein Preiseinkauf bezeichnet einen Einkauf bei dem auf Waren mit geringen Preisen zurückgegriffen wird. Diese lassen sich in Discountern finden, die sich durch ein relativ schmales und flaches Warensortiment, einfache Warenpräsentation und Eigenmarken auszeichnen, um so einen Preisvorteil gegenüber Markenwaren zu erzielen. Besonders preissensible Kunden führen Preiseinkäufe durch.

Same- Hour- Delivery/ One-Hour -Delivery

Unter One-Hour-Delivery versteht man die Lieferung von Produkten innerhalb einer Stunde nach Bestellungsvorgang. Der Versandhändler „Amazon Prime“ hat dieses Liefersystem 2015 entwickelt, dieses ist jedoch nur Ballungsräumen für ein ausgewähltes Sortiment verfügbar.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 5.000 m² Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 – 75 % bei der Fläche (35 – 50 % des Umsatzes).

Schnäppcheneinkauf

Bei einem Schnäppcheneinkauf werden besonders preiswerte (Marken-)waren/Dienstleistungen erworben. Sie zeichnen sich durch einen erheblichen Rabatt auf den normalen Preis aus und sind meist zeitlich befristet.

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsoriment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsoriment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten (Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

In Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lage /städtebaulich integrierte Lage

Als in Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lage werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reichen in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentralen Versorgungsbe- reich einzuordnen.

Nicht integrierte Lage (niL)/ autokundenorientierter Standort

Nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den in Wohnsiedlungsbereichen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und in Wohnsiedlungsbereiche integrierte Lagen. I. d. R. trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 2.500 m², das Sortiment umfasst überwiegend Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogeriewaren. Weitere Sortimente werden nur auf einem geringen Verkaufsflächenanteil angeboten.

Trading down Prozess

„Trading down“ bezeichnet den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel.

Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebotes, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

Umsatz

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Standortes innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

Verbrauchermarkt

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Großformatiger Betriebstypus (rd. 2.500 - 5.000 m² Verkaufsfläche), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 - 60 %; Umsatz 20 - 40 %.

Verkaufsfläche

In die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs werden grundsätzlich nicht nur die von Kunden betretbaren Bereiche mit eingerechnet, sondern auch die Kassenzone, Pack- und Entsorgungszonen, Käse-, Fleisch- und Wursttheken, Pfandrückgaberräume und ein Windfang. Weitere Räumlichkeiten wie Personalbüros, Aufenthalts- und Lagerräume, reine Lagerflächen und für Kunden nicht sichtbare Bereiche zur Vorbereitung der Waren zählen jedoch nicht zur Verkaufsfläche.

Warenhaus

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleistungen (Gastronomie, Friseur, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m², der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50 % aus.

Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadt, Nebenzentren, Stadtteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z. B. nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

Zentralitätskennziffer

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.

Anhang

Tabelle 22: Sortimentsliste für die Stadt Eisenach (Langfassung)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Briefmarken und Münzen	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte sowie mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche und Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen o. ä.)
Kurzwaren/Schneidereibedarf/Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Lederwaren und Reisegepäck
Kürschnerwaren	aus 47.71.0	Einzelhandel mit Bekleidung (daraus NUR: Einzelhandel mit Pelzwaren)
Medizinische und orthopädische Geräte (inkl. Hörgeräte)	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Neue Medien/Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten
	47.43	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik
	47.63	Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen
Papier/Büroartikel/Schreibwaren sowie Künstler- und Bastelbedarf	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Schuhe	47.72	Einzelhandel mit Schuhen
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NICHT: Einzelhandel mit Campingartikeln und Anglerbedarf)
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition)
	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Anglerbedarf)
Wohnrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderrahmen/Kunstgegenstände	aus 47.78.3	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Sammlerbriefmarken und -münzen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)
	aus 47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln (daraus NUR: Einzelhandel mit Postern)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. WZ 2008*	Bezeichnung nach WZ 2008*
zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente		
(Schnitt-)Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NUR: Einzelhandel mit Blumen)
Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel)	aus 47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Wach- und Putzmittel)
Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Reformwaren)	aus 47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Pharmazeutische Artikel (Apotheke)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
nicht zentrenrelevante und nicht zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente**		
Baumarktsortiment i. e. S.***	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NICHT: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
	47.52.3	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen)
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore)
	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kohle und Holz)
	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u. a. Bettdecken, Kopfkissen u. a. Bettwaren)
Campingartikel (ohne Campingmöbel)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sportartikel und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
Gardinen, Sicht-/Sonnenschutz	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Gardinen und Sicht-/Sonnenschutz)
Gartenbedarf (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten, Bedarfsartikel für den Garten)
	aus 47.52.1	Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Gartengeräten/-bedarf aus Holz und Kunststoff, Metallkurzwaren und Kleisenwaren für den Garten, Rasenmähern, Spielgeräten für den Garten sowie Werkzeugen für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	aus 45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Kraftradteilen und -zubehör)
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen)
Lampen/Leuchten	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln
	47.79.1	Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Garten- und Campingmöbeln)
Pflanzen/Samen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Teppiche (ohne Teppichböden)	aus 47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Zoologischer Bedarf und lebendige Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: Darstellung Stadt + Handel; *WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistischen Bundesamtes, Ausgabe 2008; **Die Aufführung der nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Eisenach als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend; ***umfasst: Baustoffe, Bauelemente, Eisenwaren/Werkzeuge, Sanitär- und Installationsbedarf, Farben/Lacke/ Tapeten, Elektroinstallationsmaterial, Bodenbeläge/Parket/Fliesen.

KONTAKT

Stadt + Handel Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbH

info@Stadt-handel.de

www.Stadt-handel.de

Amtsgericht Essen

Partnerschaftsregister-
nummer PR 3496

Hauptsitz Dortmund

Standort Dortmund

Hörder Hafenstraße 11

44263 Dortmund

Fon +49 231 86 26 890

Fax +49 231 86 26 891

Standort Hamburg

Tibarg 21

22459 Hamburg

Fon +49 40 53 30 96 46

Fax +49 40 53 30 96 47

Standort Karlsruhe

Beiertheimer Allee 22

76137 Karlsruhe

Fon +49 721 14 51 22 62

Fax +49 721 14 51 22 63

Standort Leipzig

Markt 9

04109 Leipzig

Fon +49 341 92 72 39 42

Fax +49 341 92 72 39 43