

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Steinbach-Hallenberg (Fortschreibung)

ENTWURF ZUR ÖFFENTLICHEN AUSLEGUNG

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Steinbach-Hallenberg
Rathausplatz 2
98587 Steinbach-Hallenberg

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtverantwortung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: (0361) 77 80 660

Fax: (0361) 77 80 612

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Zielsetzung	4
2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für den Einzelhandel	6
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite	6
2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite	9
3. Raumordnerische Vorgaben	14
4. Standortrahmendaten Steinbach-Hallenberg	17
4.1. Geographische Lage/ Erreichbarkeit/ Landesplanerische Einstufung	17
4.2. Soziodemographische Rahmendaten	19
4.3. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial	22
5. Einzelhandelsanalyse Steinbach-Hallenberg	24
5.1. Einzelhandelsbestand.....	24
5.2. Räumliche Angebotsstruktur	26
5.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	30
5.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur	33
5.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung	33
5.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Steinbach-Hallenberg	35
5.5. Bindungsintensität des Steinbach-Hallenger Einzelhandels	37
5.6. Stärken-Schwächen-Analyse	39
6. Einzelhandelsentwicklungskonzept Steinbach-Hallenberg.....	40
6.1. Nachfrageprognose	40
6.2. Entwicklungsrahmen des Steinbach-Hallenger Einzelhandels	42
6.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept	46
6.3.1. Vorbemerkung.....	46
6.3.2. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept.....	47
6.3.3. Non-Food	51
6.3.4. Zusammenfassung	54
6.3.5. Potenzialflächen.....	56
7. Zentrenkonzept Steinbach-Hallenberg	59
7.1. Ziele des Zentrenkonzepts	59
7.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen	60
7.3. Identifikation strukturprägender Versorgungslagen in Steinbach-Hallenberg	63
7.3.1. Zentrale Versorgungsbereiche.....	63
7.3.2. Sonstige Versorgungslagen.....	65

7.4.	Zentren- und Standortkonzept Steinbach-Hallenberg	67
7.4.1.	Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur.....	67
7.4.2.	Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt.....	69
7.4.3.	Grundversorgungsstandorte	73
7.5.	Sortimentskonzept Steinbach-Hallenberg	77
7.5.1.	Begriffsdefinition.....	77
7.5.2.	Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Steinbach-Hallenberg	79
7.6.	Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Steinbach-Hallenberg	83
7.7.	Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung	87
8.	Zusammenfassung.....	90

1. Ausgangssituation / Zielsetzung

Die Stadt Steinbach-Hallenberg verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007, das vom Stadtrat als Grundlage zur weiteren **Einzelhandelsentwicklung der Stadt** beschlossen wurde.¹ In den vergangenen Jahren haben sich sowohl die nachfrageseitigen als auch die angebotsseitigen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel verändert; insbesondere ist die Einwohnerzahl der Stadt auf Grund von Eingemeindungen gewachsen. Vor diesem Hintergrund erwächst die Notwendigkeit der Anpassung des konzeptionellen Handlungsrahmens zur gesamtstädtischen Einzelhandels- und Standortsteuerung.

Die BBE Handelsberatung hat von der Stadtverwaltung Steinbach-Hallenberg den Auftrag zur **Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption** erhalten. Das Ziel der Fortschreibung ist die Erarbeitung einer fachlich determinierten Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Steinbach-Hallenberg. Somit entsteht Transparenz und Sicherheit für Investoren, aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf ausgerichtet, dass zukunftsfähige und attraktive Einzelhandelsstrukturen für die Einwohner der Stadt Steinbach-Hallenberg und die Bewohner des Umlandes gesichert bzw. langfristig herausgebildet werden.

Grundsätzlich nimmt der Einzelhandel als Träger wichtiger Versorgungsfunktionen maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklungsperspektiven von Steinbach-Hallenberg. Der lokale Einzelhandel ist aktuell durch die Wechselbeziehungen zwischen dem Angebot in der Innenstadt und in Nahversorgungslagen sowie in städtischen Randlagen geprägt. Folgende wesentliche **Ziele** gilt es bei der zu erstellenden Einzelhandelskonzeption zu berücksichtigen:

- Steinbach-Hallenberg soll den Einwohnern der Stadt und des Umlandes ein breit gefächertes, ausgewogenes und attraktives Versorgungsangebot bereitstellen, um die regionalplanerisch verankerte Versorgungsfunktion als Grundzentrum langfristig zu erfüllen.
- Die Innenstadt von Steinbach-Hallenberg sollte als zentraler Einzelhandelsschwerpunkt gesichert und ausgebaut werden, um im interkommunalen Wettbewerb attraktiv und marktfähig zu bleiben. Dieser Bereich sollte als Angebotsschwerpunkt für sog. zentrenrelevante Sortimente gefestigt werden.
- Die Grundversorgungseinrichtungen sollen in integrierter Lage sowie fußläufig und möglichst mit dem ÖPNV erreichbar angesiedelt werden. Die Abdeckung der notwendigen Bedürfnisse des periodischen Nachfragebereichs soll für die Wohnbevölkerung engmaschig möglich und mit einem minimalen Zeit- und Kostenaufwand verbunden sein.

Bei der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts liegt der Fokus auf der umfassenden Bewertung der Bestandsstrukturen und den derzeit erzielten Bindungsquoten des lokalen Einzelhandels. Perspektivisch soll in Steinbach-Hallenberg einzelhandelsseitig eine umfängliche Angebotspalette bereitgestellt werden, welche der Größe des Versorgungsgebietes des Grundzentrums Steinbach-Hallenberg entspricht. Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes** wird ermittelt, welche flächenseitigen Ansiedlungsspielräume im Steinbach-Hallenger Einzelhandel noch gegeben sind, um eine Verbesserung der gesamtörtlichen Versorgungsfunktion zu erreichen.

Bei der Bearbeitung der Einzelhandelskonzeption wird der Fokus auf die Steinbach-Hallenger Innenstadt und die bestehenden Grundversorgungsstandorte gelegt. Nach der Ermittlung von möglichen Entwicklungsperspektiven wird das **Zentrenkonzept** für die Stadt aufgestellt. Hierbei werden einerseits zentrale Versorgungsbereiche, aber auch Nahversorgungslagen und Ergänzungslagen für Steinbach-Hallenberg definiert (Standortkonzept). Diesen Standorten wird dann in einem weiteren Schritt eine sortimentsseitige Funktionszuweisung in Bezug auf den jeweiligen Versorgungsauftrag zugeordnet (Sortimentskonzept).

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll als strategische Arbeitsbasis für die weitere Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Steinbach-Hallenberg in den nächsten Jahren dienen. Durch den Be-

1 vgl. Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Steinbach-Hallenberg (September 2007), beschlossen in der 21. Stadtratssitzung am 22.11.2007 (Drucksache Nr. 110/2007).

schluss des Stadtrates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept gemäß **§ 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB** und ist insbesondere im Rahmen der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen.

Folgende Abbildung stellt überblicksartig den Prozess bzw. die **wesentlichen Bearbeitungsschritte** der Steinbach-Hallenberger Einzelhandelskonzeption dar:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Steinbach-Hallenberg

Abstimmung/ Auftaktberatung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vor-Ort-Beratung zu den Zielen der Einzelhandelskonzeption ▪ Wesentliche Bearbeitungsschritte ▪ Abstimmung Zeitplan / Ablauf 	Mär 2021
Angebotsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse sekundärstatistischer Standortrahmendaten ▪ Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials ▪ Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands ▪ Analyse des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots, Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels 	Okt 2021
Einzelhandels- entwicklungskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufkraftprognose für das Jahr 2030 ▪ Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des lokalen Einzelhandels ▪ Ermittlung von Ansiedlungspotenzialen 	Okt 2021
Zentrenkonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung ▪ Ausarbeitung des Zentrenkonzepts ▪ Definition der einzelnen Versorgungslagen ▪ Erarbeitung der ortsspezifischen Sortimentsliste ▪ Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung 	Nov 2021
Präsentation/ öffentliche Diskussion/ Überarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation des Konzeptes innerhalb der Verwaltung und politischer Entscheidungsgremien ▪ Offenlegung des Konzeptes ▪ Einarbeitung der eingegangenen Stellungnahmen in das Konzept 	ab Dez 2021

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für den Einzelhandel

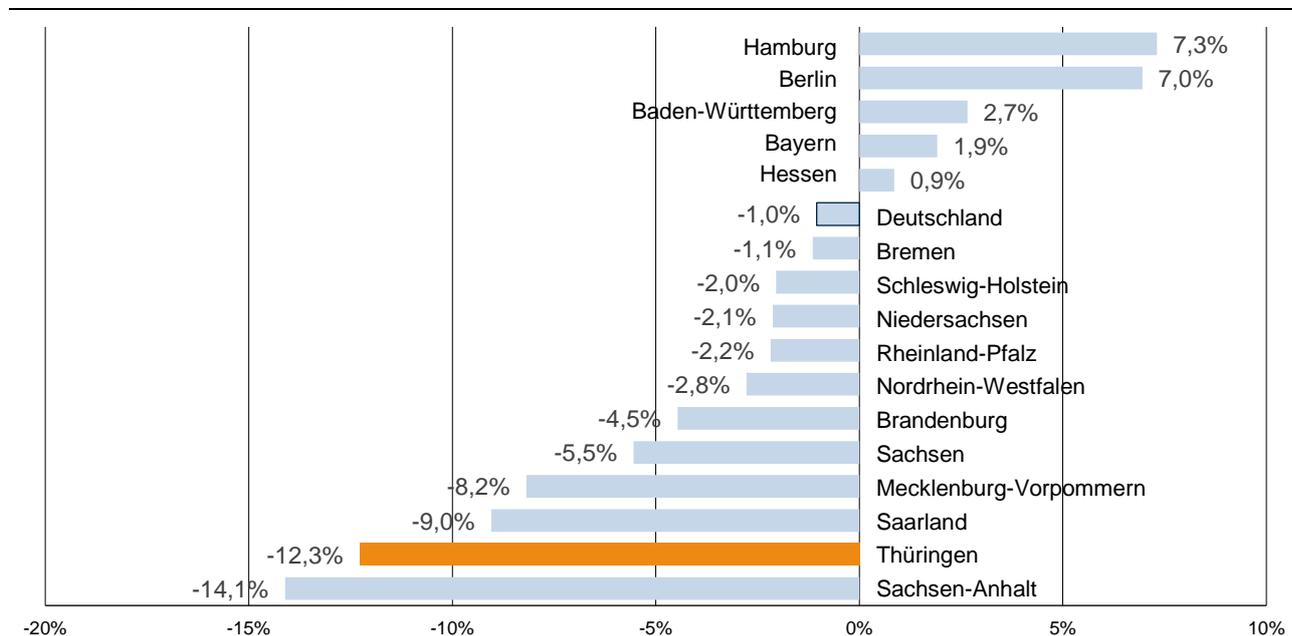
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite

Der deutsche Einzelhandel wird maßgeblich von übergeordneten Entwicklungstrends beeinflusst. Die Nachfrageseite wird im Wesentlichen durch die **demographische Entwicklung** und die dem Einzelhandel zufließenden Kaufkraftvolumina bestimmt. Die Bevölkerung hat dabei in den letzten 10 Jahren in Deutschland nur geringfügig um 1,7 % zugenommen, wobei das Wachstum maßgeblich durch die Migration bedingt war.

Die Bevölkerungsentwicklung ist in der Vergangenheit räumlich differenziert verlaufen. Die höchsten Einwohnerrückgänge waren in Sachsen-Anhalt (-6,6 %), in Thüringen (-5,1 %), im Saarland (-3,3 %) und in Sachsen (-2,2 %) zu beobachten; Bevölkerungszuwächse ergaben sich in Berlin (+5,9 %), in Bayern (+4,8 %), in Hamburg (+3,7 %) und in Hessen (+3,7 %).²

Die regionalen Unterschiede bleiben bei der **zukünftigen Bevölkerungsentwicklung** bestehen. Durch die innerdeutsche Wanderungsbewegung ist im Süden, in Großstädten und in Ballungsräumen in den nächsten 20 Jahren mit einem Bevölkerungswachstum zu rechnen. Dieses Wachstum geht u.a. zu Lasten der östlichen, aber auch teilweise westlicher Gebiete der Republik (z.B. des Saarlands, ländlicher Gebiete aller Bundesländer). Anhand der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung ist bundesweit mit einer leicht sinkenden Einwohnerzahl zu rechnen; auf Grund der regional unterschiedlich verlaufenden Entwicklung ist in allen ost-deutschen Flächenländern – so auch in Thüringen – ein weiterer Bevölkerungsrückgang zu erwarten.

Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer in den Jahren 2020 bis 2040



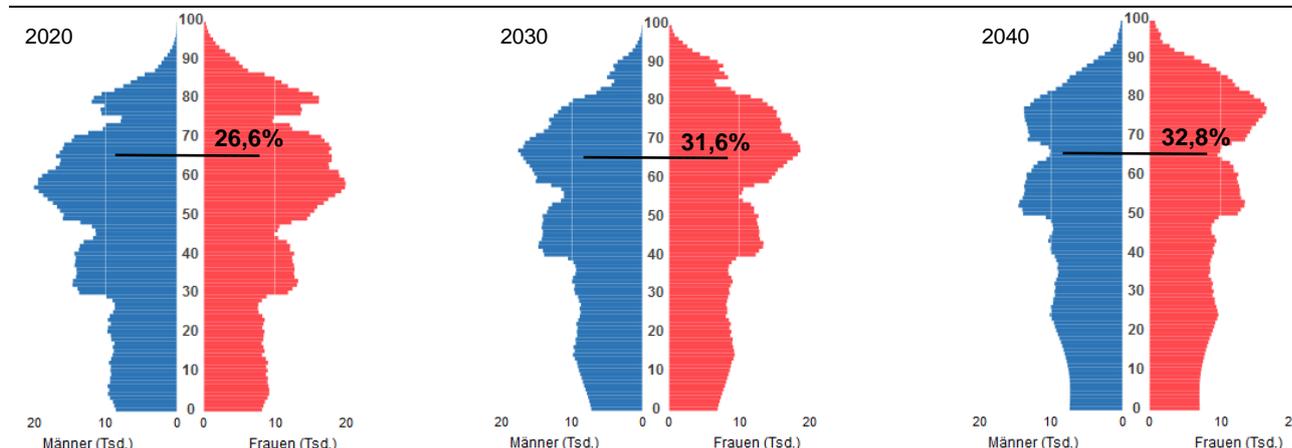
Quelle: Statistisches Bundesamt, 14. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2018), Variante 2 (Moderate Entwicklung der Geburtenhäufigkeit, der Lebenserwartung und des Wanderungssaldos)

Weitere Veränderungen ergeben sich bei der Entwicklung der Alters- bzw. der Bevölkerungspyramide. Die Lebenserwartung steigt sowohl für Männer als auch für Frauen stetig an. Dieser Trend zeigt sich im **Altersdurchschnitt der Bevölkerung**, der sich bis zum Jahr 2040 weiter erhöhen wird und somit – auch bei einer tendenziell wachsenden Geburtenrate in den letzten Jahren – eine (Über-)Alterung der Bevölkerung bewirkt. Im Jahr 2040 werden ca. 29 % der Einwohner in Deutschland älter als 65 Jahre sein.

² Quelle: Statistisches Bundesamt, Bevölkerungsstand nach Bundesländern zum 31.12.2010/2020.

Dieser Trend wird verstärkt auch die Bevölkerungsstruktur in Thüringen betreffen, da das Durchschnittsalter bereits heute mit 47,5 Jahren über dem Bundesdurchschnitt (44,6 Jahre) liegt und Thüringen – zusammen mit den anderen vier ostdeutschen Flächenländern – den höchsten Altersdurchschnitt in Deutschland aufweist.³ Im Jahr 2040 werden knapp 33 % der Bevölkerung in Thüringen älter als 65 Jahre sein.

Abbildung 3: Altersaufbau in Thüringen in den Jahren 2020 bis 2040

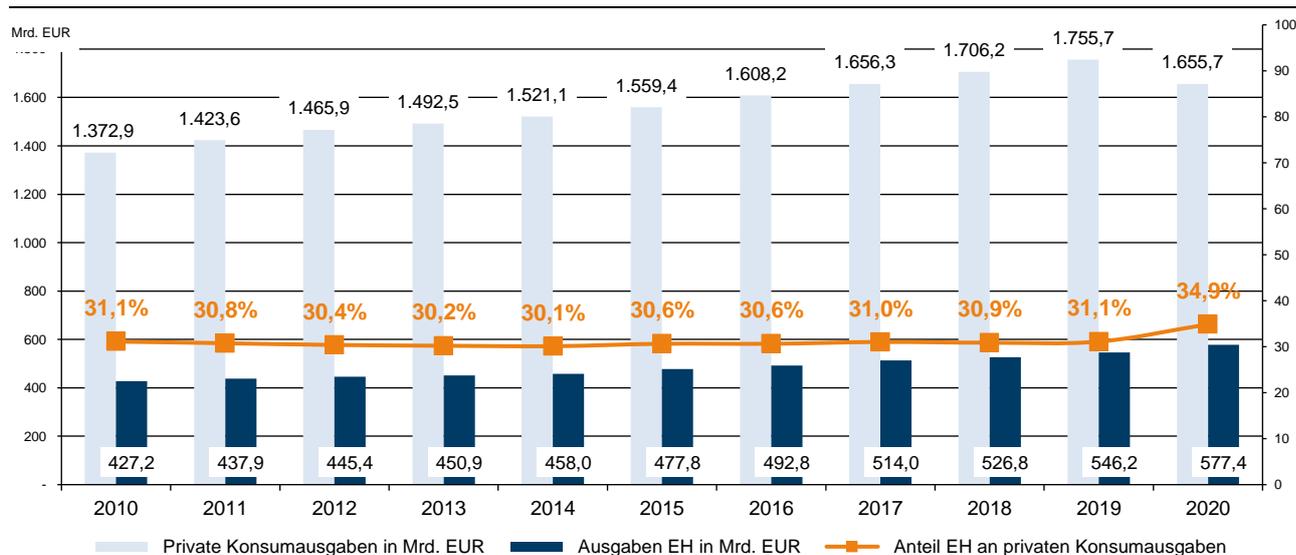


Quelle: Statistisches Bundesamt, 14. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 2

Mit der vorstehend beschriebenen Entwicklung gehen Folgen für den Handel einher, da das Nachfragevolumen auf Grund der rückläufigen Konsumentenanzahl in Thüringen sinkt. Dies kann nur teilweise durch höhere Konsumausgaben – insbesondere der älteren Bevölkerung – ausgeglichen werden. Dieser Umstand führt zur Notwendigkeit der Einzelhandelsbetriebe, sich an die veränderten Rahmenbedingungen anzupassen.

In den letzten Jahren ist in Deutschland ein fast **gleichbleibender Ausgabenanteil des Einzelhandels** an den Konsumausgaben zu beobachten. Obwohl das verfügbare Einkommen und die privaten Ausgaben – auch im Handel – in der Vergangenheit stetig gestiegen sind, lag der Anteil des Handels an den Konsumausgaben in der vergangenen Dekade – ohne 2020⁴ – zwischen 30 bis 31 % der privaten Konsumausgaben. Die Einzelhandelsumsätze sind jedoch seit dem Jahr 2010 um 35,2 % auf rd. 577,4 Mrd. EUR gestiegen.

Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2010 bis 2020



Quelle: Statistisches Bundesamt, Statista Hamburg / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

³ Quelle: Statistisches Bundesamt, Durchschnittsalter in den Bundesländern 2020.

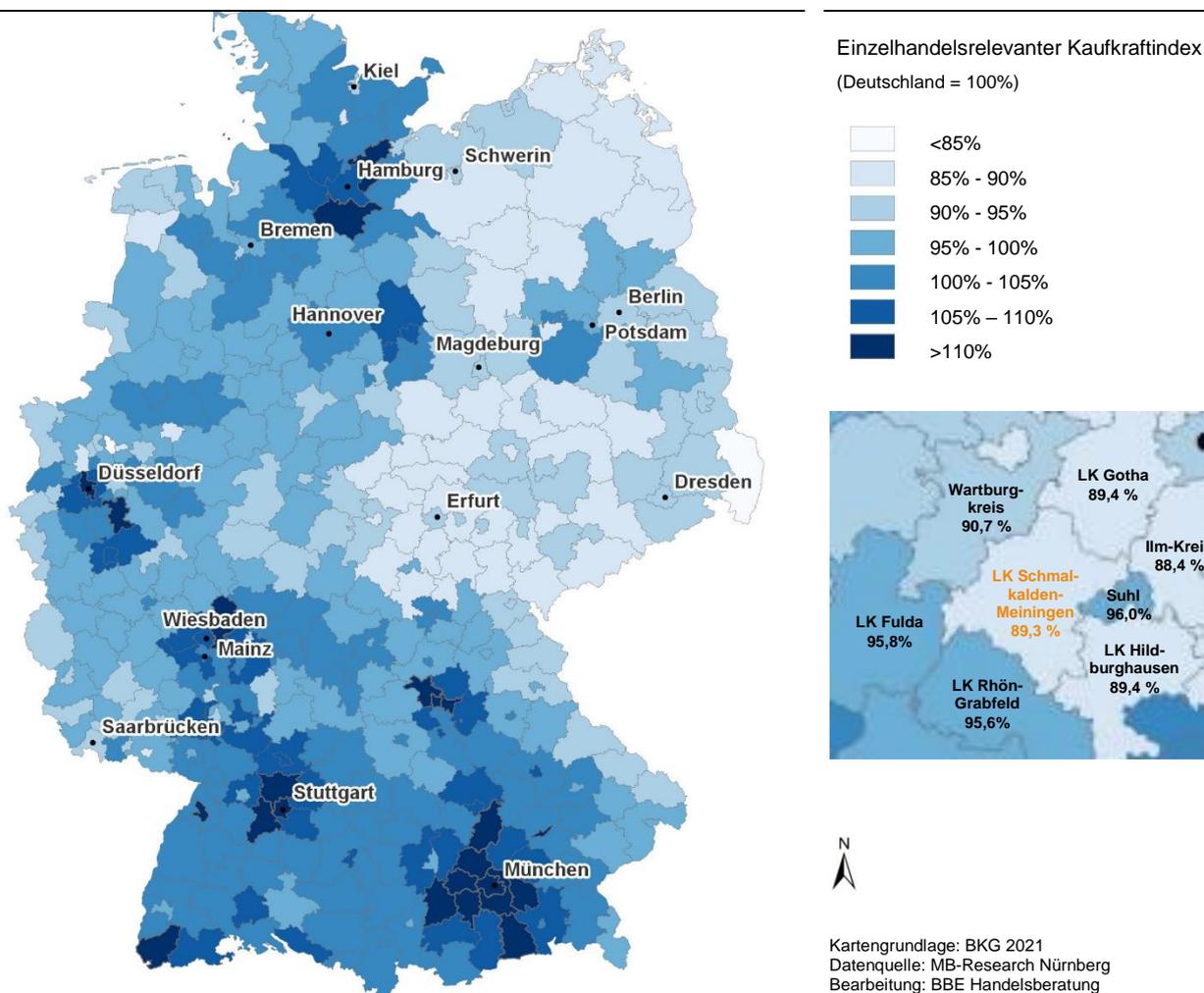
⁴ Im Jahr 2020 wurden pandemiebedingt die privaten Konsumausgaben seitens der Verbraucher deutlich zurückgefahren.

Der gleichbleibende Anteil der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch ist in der zunehmend veränderten Mittelverwendung zu sehen, da insbesondere für die Bereiche Wohnen, Mobilität, Nachrichtenübermittlung, Energie/Wasser/Strom/Brennstoffe und für übrige Verwendungszwecke (z.B. Gesundheits- und Altersvorsorge, Reisen) tendenziell mehr Geld ausgegeben wird.

Eine weitere Größe, die nachfrageseitig für den Einzelhandel eine äußerst wichtige Rolle spielt, stellt die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** dar. Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Dabei werden nur die Einkommensbestandteile berücksichtigt, die für Ausgaben im Einzelhandel zur Verfügung stehen.

In der nachfolgenden Karte sind die Kaufkraftindizes 2021 für die Bundesrepublik auf Landkreisebene dargestellt. Dabei gibt der Kaufkraftindex von 100 % den Bundesdurchschnitt an. Im Vergleich der einzelnen Landkreise wird sichtbar, dass innerhalb von Deutschland deutliche regionale Disparitäten bestehen.

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2021



Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex⁵ beträgt in Thüringen 89,9 %, so dass dem Handel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (100,0 %) geringere Nachfragepotenziale je Einwohner zur Verfügung stehen; dementsprechend bestehen für den Einzelhandel schlechtere Entwicklungschancen. Dies trifft auch für den Raum Steinbach-Hallenberg zu, da die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Landkreis Schmalkalden-Meiningen und in umliegenden thüringischen Landkreisen unterhalb des bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnittswertes rangiert (vgl. folgende Abb. 13).

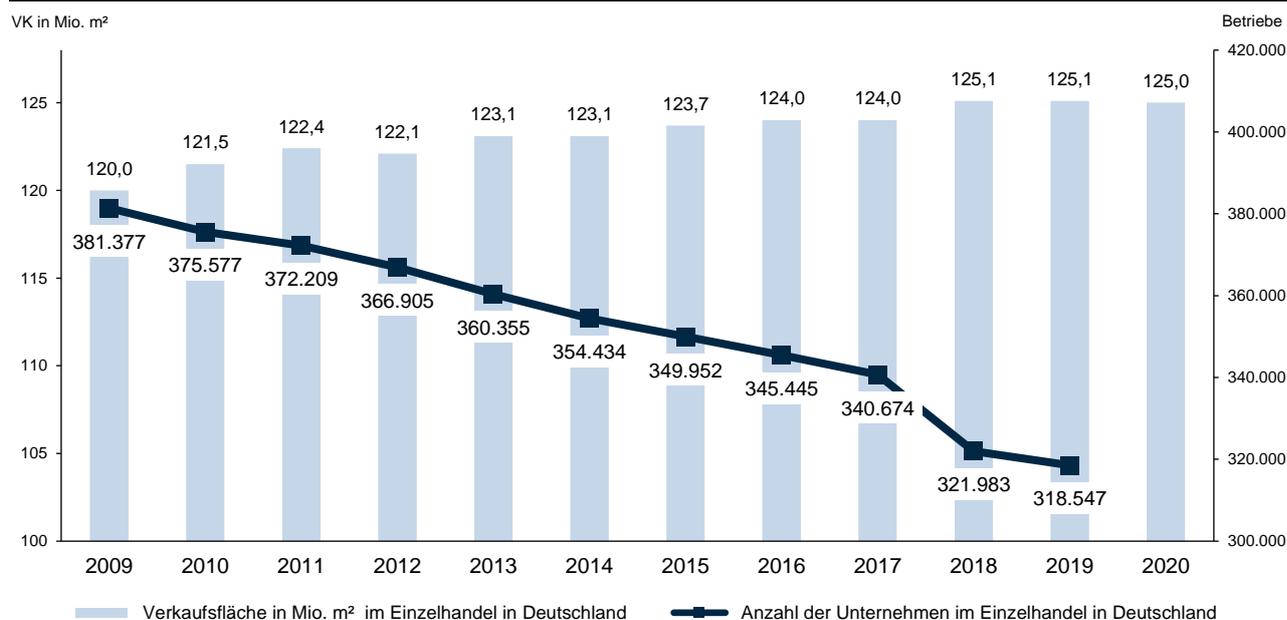
5 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021.

2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite

Die Entwicklung im Einzelhandel ist in den letzten Jahren durch ein stetiges **Verkaufsflächenwachstum** geprägt. Während der Flächenanstieg Anfang der 1990er Jahre vor allem durch den Flächenaufwuchs in den ostdeutschen Bundesländern bestimmt war, ist der Zuwachs der letzten Jahre wesentlich durch die gesamtdeutsche Expansion von Großbetriebsformen wie Lebensmittelmärkten, Non-Food-Fachmärkten und auch Shopping-Centern gekennzeichnet. Die Konzepte dieser Vertriebsformen benötigen dabei durch den technologischen und organisatorischen Wandel, die erhöhten Anforderungen an Präsentations- und Laufflächen oder neue Ladenbaukonzepte größere Flächen. Der Verkaufsflächenzuwachs betrug in den letzten zehn Jahren ca. 3,5 Mio. m² Verkaufsfläche.⁶

Die Verkaufsflächenexpansion des Einzelhandels vollzog sich in den vergangenen Jahren größtenteils außerhalb der gewachsenen bzw. traditionellen Geschäftslagen. Insbesondere auf Grund des starken Wachstums von flächenintensiven Fachmärkten und Lebensmittelmärkten an dezentralen Standorten bzw. in Solitärlagen haben z.T. Innenstadt- und Nahversorgungslagen sowie Stadtteilzentren – gerade in kleineren Städten – Bedeutungsverluste hinnehmen müssen. Davon sind vor allem ostdeutsche Städte betroffen, die oft hohe Verkaufsflächenanteile in dezentralen bzw. an autokundenorientierten Standorten aufweisen.

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2009 bis 2019



Quelle: Statista Hamburg, Handelsverband Deutschland (HDE)

Die Anzahl der **Einzelhandelsunternehmen** war in den letzten Jahren bundesweit deutlich rückläufig; in dem Zeitraum zwischen 2009 und 2019 hat sich die Zahl der Einzelhandelsbetriebe deutschlandweit um rd. 16 % reduziert (vgl. Abb. 5). Als Konsequenz zu dem vorstehend dargestellten Verkaufsflächenwachstum ergeben sich daraus im Mittel größere Betriebseinheiten.

Die Folge des stetigen Flächenwachstums – dem ein nur leicht steigender Einzelhandelsumsatz gegenübersteht – wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität**⁷ deutlich. Diese Kennziffer hat sich in den vergangenen Jahren (seit 1995) um rd. 7 % verringert und liegt derzeit bei rd. 3.600 EUR/m² Verkaufsfläche.⁸ Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in

6 Anmerkung: Der Verkaufsflächenzuwachs betrug allein im Lebensmittelhandel zwischen 2010 und 2020 rund 2,2 Mio. m² Verkaufsfläche. Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Zahlenspiegel 2021.

7 Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche.

8 Die Verkaufsflächenproduktivität lag im Jahr 1995 bei 3.900 EUR/m². Dieser Wert hat sich im Jahr 2018 auf rd. 3.620 EUR/m² reduziert. Quelle: Statista Hamburg, Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland.

vielen Betrieben nicht mehr vollumfänglich möglich. Dies trifft vor allem Anbieter an kostenintensiven Standorten und Betriebe mit einer unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit (sog. Grenzertragsbetriebe). Unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen werden folglich auch zukünftig aus dem Markt ausscheiden.

Hiervon sind vor allem mittelständische Anbieter in den ostdeutschen Bundesländern betroffen, da hier eine höhere Verkaufsflächendichte bei einer offensichtlich niedrigeren Kaufkraft (vgl. Karte 1) und zudem oft ein Flächenüberhang an dezentralen Standorten bestehen. Auf Grund der teilweise geringen Eigenkapitalausstattung der Handelsbetriebe ist demnach ein vergleichsweise hohes Gefährdungspotenzial gegeben, woraus sich Abschmelzungstendenzen ableiten lassen.

Der bereits seit längerem andauernde Strukturwandel im deutschen Einzelhandel wird auch in der Veränderung der **Marktanteile einzelner Betriebsformen** deutlich. Zu den Verlierern gehören insbesondere die traditionellen, meist inhabergeführten und nicht-filialisierten Fachgeschäfte, gefolgt von SB-Warenhäusern und Waren-/ Kaufhäusern. Auf diese Betriebsformen entfallen die höchsten Marktanteilsverluste.

Einen Bedeutungszuwachs konnten andererseits filialisierte Einzelhändler sowie Franchisekonzepte und discountlastige Handelsunternehmen erzielen. Das Wachstum dieser discount- bzw. fachmarktorientierten Vertriebsformen hat sich jedoch in den letzten Jahren abgeschwächt. Wesentlich Marktanteilszuwächse sind dagegen im Versandhandel (inkl. Online-Handel) auszumachen, was auf das Wachstum im Bereich des E-Commerce zurückzuführen ist.

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2005 bis 2020



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Zahlenspiegel 2021

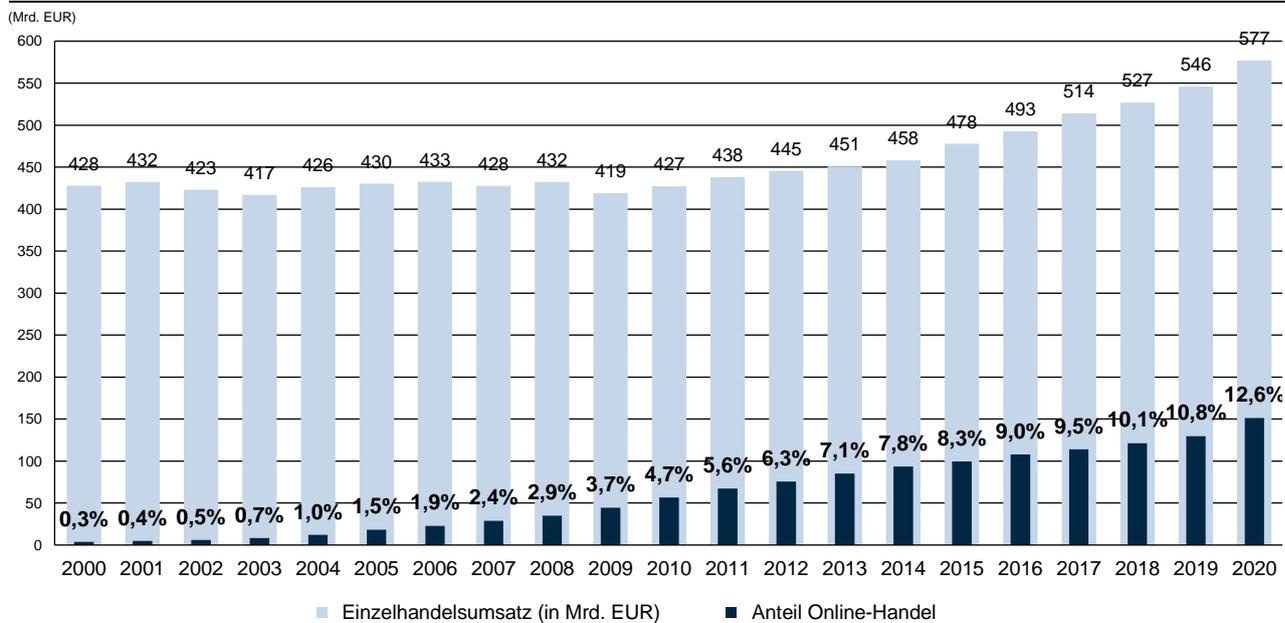
Neben der Marktanteilsverschiebung bei den Betriebstypen und einem stetigen Anstieg des E-Commerce-Umsatzes ist der deutsche Einzelhandel ferner durch einen fortschreitenden **Konzentrationsprozess** gekennzeichnet, da sich der Umsatz auf wenige bundesweit agierende Unternehmen konzentriert. Besonders stark ist dieser Trend im Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten. Während im Zeitraum zwischen den Jahren 2010 bis 2020 der Umsatz der Lebensmittelhändler um rd. 37 % anstieg, ging die Anzahl der Verkaufsstellen um rd. 5 % zurück.⁹

Derzeit erzielen im Lebensmittelhandel weniger als 1 % der Unternehmen mehr als zwei Drittel des Branchenumsatzes. Der gleiche Trend ist im Non-Food-Handel zu beobachten, da lediglich zehn Handelsunternehmen über 80 % des Umsatzes in diesem Segment erbringen.

9 Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Zahlenspiegel 2021.

Im Zuge des Strukturwandels des Einzelhandels nimmt der wachsende Online-Handel eine wesentliche Bedeutung ein. Nachstehende Abbildung beschreibt den Anteil des **Online-Handels** am Einzelhandelsumsatz in den letzten beiden Dekaden. Die Umsatzanteile sind kontinuierlich gestiegen und lagen im Jahr 2020 bei knapp 13 % des Einzelhandelsumsatzes.

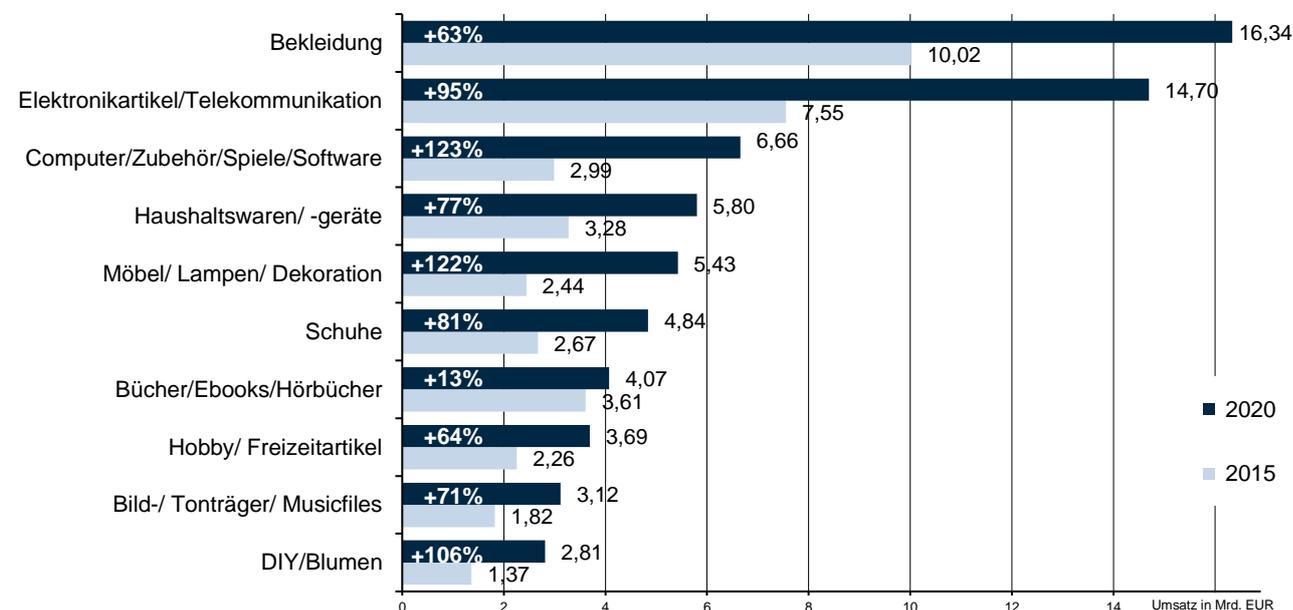
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2000 bis 2020



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Online Monitor 2021

Für jede Warengruppe existiert ein **Online-Vertrieb**. Die höchsten Umsätze erzielen die Segmente Bekleidung und Elektronikartikel, gefolgt von Computern/Spielen, Haushaltswaren, der Einrichtungsbranche und der Schuhbranche. Die durchschnittlichen Steigerungsraten der letzten Jahre konnten jedoch nicht in allen Branchen erzielt werden, da bereits partiell Sättigungstendenzen erkennbar sind. So fallen beispielsweise die Umsatzsteigerungen in den Branchen Schuhe oder Bücher in den letzten Jahren nur noch moderat aus.

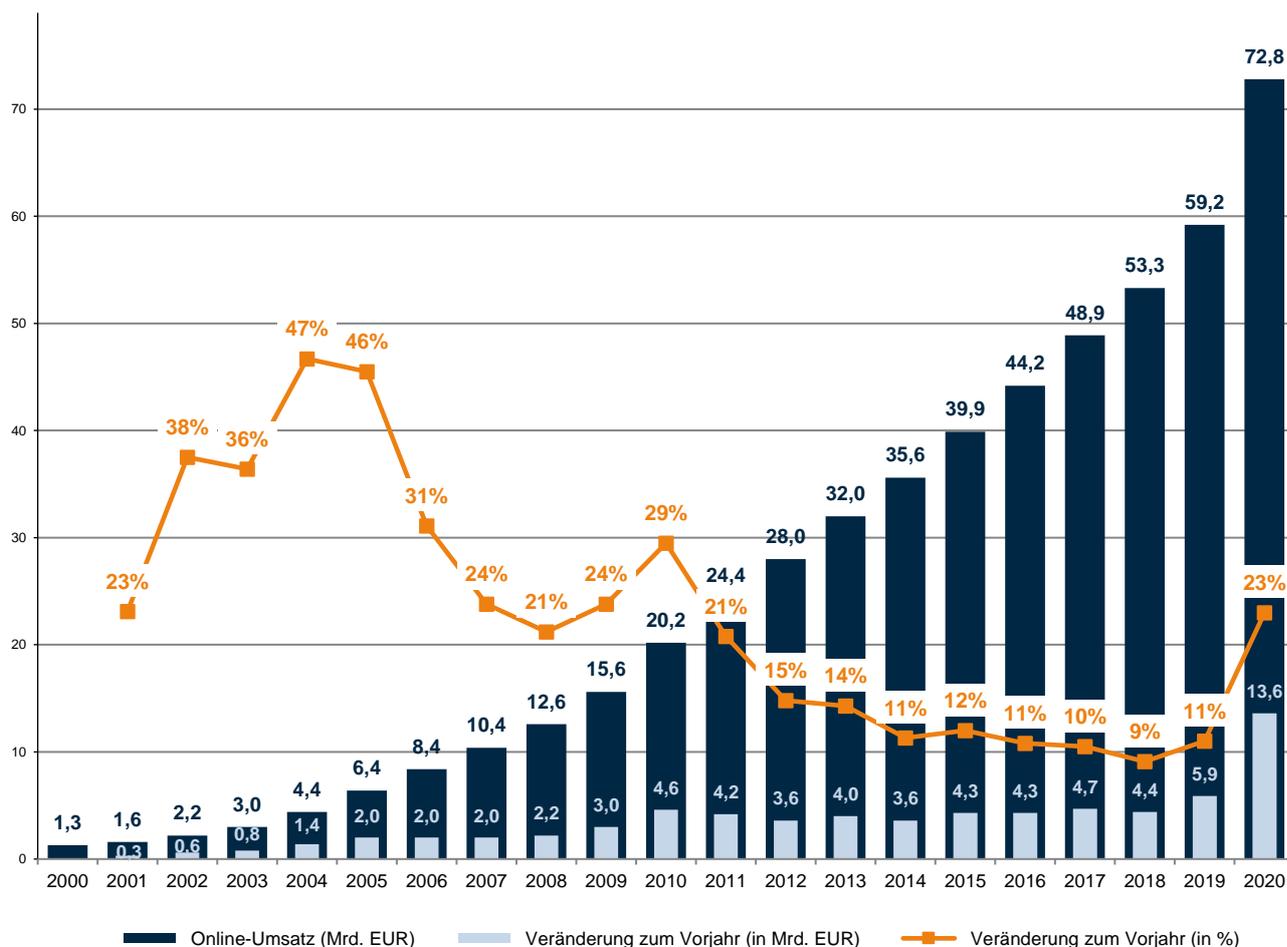
Abbildung 8: Umsätze Top 10-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2015-2020



Quelle: Statista Hamburg/ Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die **Entwicklung des Online-Handels** zeigt beachtliche Steigerungsraten auf, die sich jedoch in den vergangenen Jahren abgeschwächt haben und zwischen 2014 und 2019 bei ca. 10 % p.a. lagen. Der jährliche Umsatzzuwachs war in den letzten Jahren relativ gleichbleibend und fiel zwischen 4 bis 5 Mrd. EUR p.a. aus; im Jahr 2020 ist der Umsatzzuwachs jedoch vorwiegend pandemiebedingt um fast 14 Mrd. EUR und somit um 23 % gegenüber dem Vorjahr angestiegen.

Abbildung 9: Entwicklung des Online-Umsatzes in Deutschland in 2000-2020



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Zahlenspiegel 2021

Perspektivisch ist mit einem weiter steigenden Marktanteil des Online-Handels zu rechnen, wobei sich in den nächsten Jahren jedoch branchenspezifisch gewisse Marktsättigungen ergeben werden. So ist in den ehemaligen Wachstumsbranchen Technik/Elektro/Medien, Schuhe oder Bücher von einer nachlassenden Dynamik auszugehen, während beispielsweise die Entwicklung in den modischen Sortimenten (Bekleidung, Schuhe, Accessoires, Lifestyle-Produkte) oder bei DIY-Produkten relativ stabil verlaufen wird.

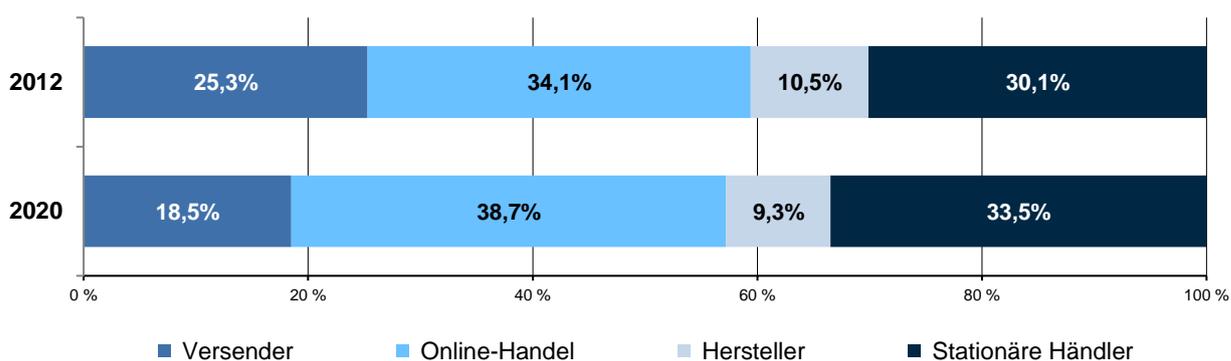
Bisher spielt der Online-Handel bei dem ausgabenstärksten Sortiment Lebensmittel, in dem knapp über 37 % der jährlichen Ausgaben getätigt werden, nur eine Nebenrolle. Allerdings ist davon auszugehen, dass in den periodisch nachgefragten Segmenten (d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren) der Online-Handel zunehmend Marktanteile gewinnen wird.

Die Umsatzanteile, die der Online-Handel perspektivisch generieren wird, gehen nicht in vollem Umfang den stationären Handelsbetrieben verloren. Der Online-Handel besteht nicht allein aus „Pure-Playern“, sondern umfasst auch maßgeblich **Multichannel-Konzepte**. Das bedeutet, stationäre Einzelhändler bedienen sich neben dem Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft auch zunehmend von Online-Vertriebsschienen.

Demzufolge werden die aus dem lokalen Einzelhandel abfließenden Umsätze nicht vollständig vom „reinen“ Online-Handel gebunden. Ein großer Teil der stationären Einzelhändler – sowohl mittelständische als auch filialbasierte Händler – betreiben bereits eigene Online-Shops oder nutzen Online-Marktplätze (z.B. Amazon, e-Bay), so dass auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher Umsatzanteil erhalten bleibt.

Derzeit belegen die stationären Händler bzw. deren Online-Aktivitäten einen Anteil von circa einem Drittel des Gesamtmarktes. Die Steigerungsraten der stationären Händler und auch des „reinen“ Online-Handels in den letzten Jahren gingen zu Lasten der klassischen Versender und der Hersteller.

Abbildung 10: Entwicklung der Anteil der Formate (ohne Marktplätze) am Online-Handel 2012-2020



Quelle: Handelsverband Deutschland (HDE), Online Monitor 2021

Die skizzierten Trends verdeutlichen, dass der Online-Handel einerseits zwar eine zunehmende Konkurrenz für den stationären – vor allem den mittelständischen bzw. inhabergeführten – Einzelhandel darstellt; andererseits ist die Verschiebung der „traditionellen“ Vertriebswege auch als eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels zu sehen.

3. Raumordnerische Vorgaben

Bei der kommunalen Bauleitplanung bilden landesrechtliche Rahmenvorgaben – obgleich der Planungshoheit der Kommunen – eine wichtige Grundlage der Einzelhandelssteuerung. Die landesplanerischen Vorgaben sind in den Zielen und Grundsätzen im **Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025** formuliert. Das Landesentwicklungsprogramm beinhaltet textliche und zeichnerische Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung für den Gesamttraum Thüringen. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen einzuhalten sind. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.¹⁰

Den Zielen und Grundsätzen liegt folgende Leitvorstellung zugrunde:

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.*

Nachstehend werden überblicksartig die Ziele und Grundsätze dargestellt, welche für die Entwicklung des Einzelhandels in Steinbach-Hallenberg relevant sind. Diese werden im Landesentwicklungsprogramm unter Punkt 2.6 beschrieben und richten sich an den raumordnerischen Prinzipien Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtungsverbot und Integrationsgebot aus.

- *Ziel 2.6.1: Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in Zentralen Orten höherer Stufe zulässig (Konzentrationsgebot).*

In der Begründung dieses Ziels wird auf die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse verwiesen, wobei durch die standörtliche Konzentration von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten eine leistungsfähige und auf die jeweilige Bevölkerung abgestellte Versorgungsinfrastruktur vorgehalten werden soll.

Insbesondere sollen zentrale Orte entsprechend ihrer jeweiligen Zentralitätsstufe ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitstellen, damit die Bevölkerung in den jeweiligen Verflechtungsbereichen mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Daher sind zur Erfüllung der Versorgungsfunktion großflächige Einzelhandelsvorhaben, die i.d.R. einen großen Einzugsbereich besitzen, nur in Ober- und in Mittelzentren zu entwickeln.

Das Ziel 2.6.1 enthält jedoch eine Ausnahmeregelung:

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.*

Steinbach-Hallenberg ist als Grundzentrum¹¹ ausgewiesen, so dass gemäß dem Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot Einzelhandelsgroßprojekte – die der Grundversorgung¹² dienen – zulässig sind.

¹⁰ vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

¹¹ vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Südwestthüringen, Regionalplan Südwestthüringen 2012 und 2018 (Entwurf), Pkt. 1.2.3, Z 1-1.

¹² Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1-2.6.4.

- *Grundsatz 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.*

Mit dem sog. Kongruenzgebot soll erreicht werden, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in Bezug auf den Umfang ihrer Verkaufsfläche und ihres Warensortiments an der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Einzugsbereich des zentralen Ortes orientieren.

Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot besteht, wenn der betriebliche Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und somit das geplante Einzelhandelsgroßprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht. Im Landesentwicklungsprogramm wird der Verflechtungsbereich für die Mittelzentren¹³ definiert; der Funktionsraum der Grundzentren – für welchen das jeweilige Grundzentrum eine Versorgungsfunktion besitzt – wird in nachgelagerten Regionalplänen ausgewiesen.

Mögliche Kenngrößen für die Bewertung des Kongruenzgebots können insbesondere das zu erwartende betriebliche Einzugsgebiet des Vorhabens, aber auch die Größe der Verkaufsflächen eines Einzelhandelsprojektes, die Differenzierung des Warensortiments, die ansprechbare Kaufkraft im Einzugsgebiet und zu vermutende, vorhabenbedingte Veränderungen der Einzelhandelszentralitäten im Einzugsbereich sein.

- *Grundsatz 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).*

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden. Gegen das Beeinträchtigungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch ein Vorhaben der zentralörtliche Versorgungskern, andere zentrale Orte oder die Versorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen negativ tangiert werden. Diese Effekte wären zu unterstellen, wenn infolge der Entwicklung eines Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Das formulierte Beeinträchtigungsverbot bezieht sich nicht nur auf Neuansiedlungen, sondern ebenfalls auf Erweiterungen oder Änderungen von bestehenden Einzelhandelsgroßprojekten. Dies ist gerade unter dem Aspekt des teilweise gegebenen Revitalisierungsbedarfs bestehender Einzelhandelsgroßprojekte zu sehen.

- *Grundsatz 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).*

In dem vorstehendem Grundsatz werden die Ansiedlungsprämissen für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten definiert; d.h. diese Einzelhandelsgroßprojekte sollen an städtebaulich integrierten Standorten entwickelt werden. Eine Liegenschaft ist im Sinne des Integrationsgebots dann als städtebaulich integriert einzustufen, wenn diese

- in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang steht bzw. räumlich und funktional dem jeweiligen Siedlungsschwerpunkt (Stadtzentrum, Nebenzentrum, Ortszentrum) zugeordnet ist,
- Teil eines planerischen Gesamtkonzepts ist (u.a. Berücksichtigung von Städtebau, Verkehr, vorhandener Einzelhandelsstruktur)¹⁴ sowie
- den Gegebenheiten angepasst an den öffentlichen Personennahverkehr und in das Fuß- und Radwegenetz eingebunden ist.

Mit dem Integrationsgebot soll der Einzelhandel an wohnortnahe bzw. zentrale Standorte gelenkt werden.

¹³ Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Karte 4.

¹⁴ Als planerisches Gesamtkonzept wird i.S.d. LEP Thüringen dabei u. a. die Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche verstanden.

- *Ziel 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.*

Seit Jahren zeichnet sich der Trend ab, dass Einzelhandelsbetriebe, die jeweils einzeln betrachtet unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegen, sich gezielt in enger Nachbarschaft zueinander ansiedeln und eine sog. Einzelhandelsagglomeration bilden. Diese Ansammlungen können raumbedeutsame Auswirkungen auf die bestehenden, insbesondere auf die innerörtlichen Versorgungsstrukturen sowohl in der Standortgemeinde als auch in Nachbarorten entfalten, selbst wenn keine Großflächigkeit der einzelnen Vorhaben besteht.

Auf Grundlage der möglichen Wirkungen können diese Einzelhandelsagglomerationen das Ausmaß von Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO erreichen und somit auch die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung gefährden. Aus diesem Grund sind diese Agglomerationen wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln und stets in ihrer summarischen Wirkung am Standort zu betrachten.

Dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen ist der **Regionalplan Südwestthüringen** nachgelagert, in dem die räumliche und strukturelle Entwicklung der relevanten Planungsregion Südwestthüringen – ergänzend und regional ausformend zum Landesentwicklungsprogramm – dargestellt wird. Der Regionalplan stellt ein Bindeglied zwischen der landesweiten Planung und der Kommunalplanung dar.

In dem aktuell rechtskräftigen Regionalplan sind keine Planansätze zur raumordnerischen Steuerung des Einzelhandels ausgewiesen, so dass neben den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms keine weiteren Maßgaben für die Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben auf regionaler Ebene relevant sind.

Durch die Änderung der Landesplanung – was mit dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 im Jahr 2014 erfolgt ist – muss der Regionalplan gemäß § 5 Abs. 6 Satz 3 ThürLPIG den neuen Zielen des Landesentwicklungsprogrammes angepasst werden. Die Änderung des Regionalplanes Südwestthüringen wurde von der Regionalen Planungsgemeinschaft am 17.03.2015 beschlossen¹⁵ und damit das Änderungsverfahren eingeleitet. Aktuell liegt der Entwurf des neuen Regionalplans vor.¹⁶

15 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Südwestthüringen, Beschluss-Nr. 02/233/2015.

16 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Südwestthüringen, Regionalplan Südwestthüringen (Entwurf) vom 27.11.2018.

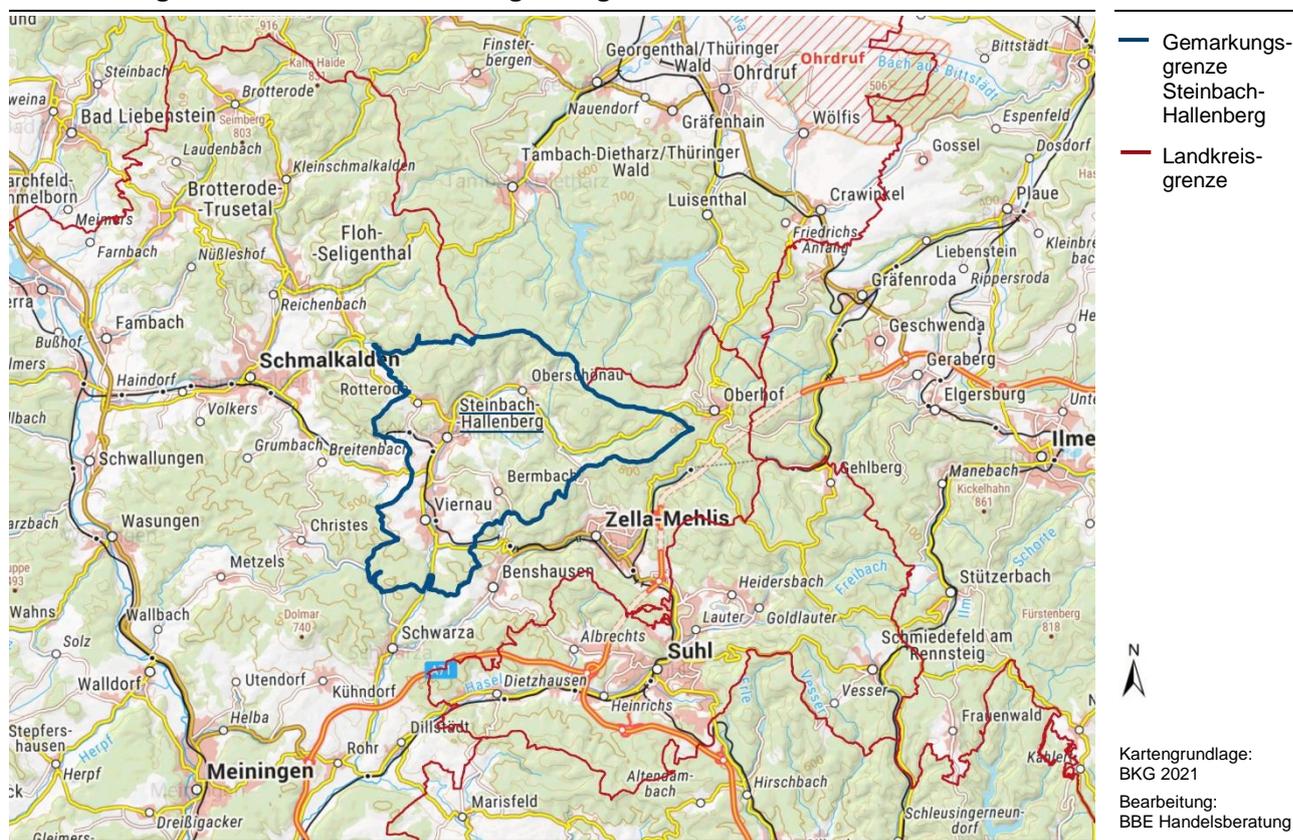
4. Standortrahmendaten Steinbach-Hallenberg

4.1. Geographische Lage/ Erreichbarkeit/ Landesplanerische Einstufung

Die Stadt Steinbach-Hallenberg ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im südwestlichen Teil des Freistaats Thüringen verortet. Steinbach-Hallenberg ist in Randlage des Landkreises Schmalkalden-Meiningen situiert; die nordöstliche Gemarkungsgrenze stellt gleichzeitig die Grenze zum Landkreis Gotha dar. Der Siedlungskörper von Steinbach-Hallenberg dehnt sich insbesondere in östlicher Richtung aus und reicht bis an die Stadt Oberhof, dem international bedeutsamen Wintersportzentrum im Thüringer Wald.

In der **direkten Umgebung** von Steinbach-Hallenberg befinden sich ausschließlich kleinere Kommunen mit einer ländlich geprägten Siedlungsstruktur; größere Städte im Umland sind Schmalkalden, Zella-Mehlis und Suhl sowie Meiningen. Diese Städte sind mit Blick auf den Einzelhandel gleichzeitig als leistungsstarke Handelsstandorte einzustufen.

Karte 2: Lage von Steinbach-Hallenberg im regionalen Kontext



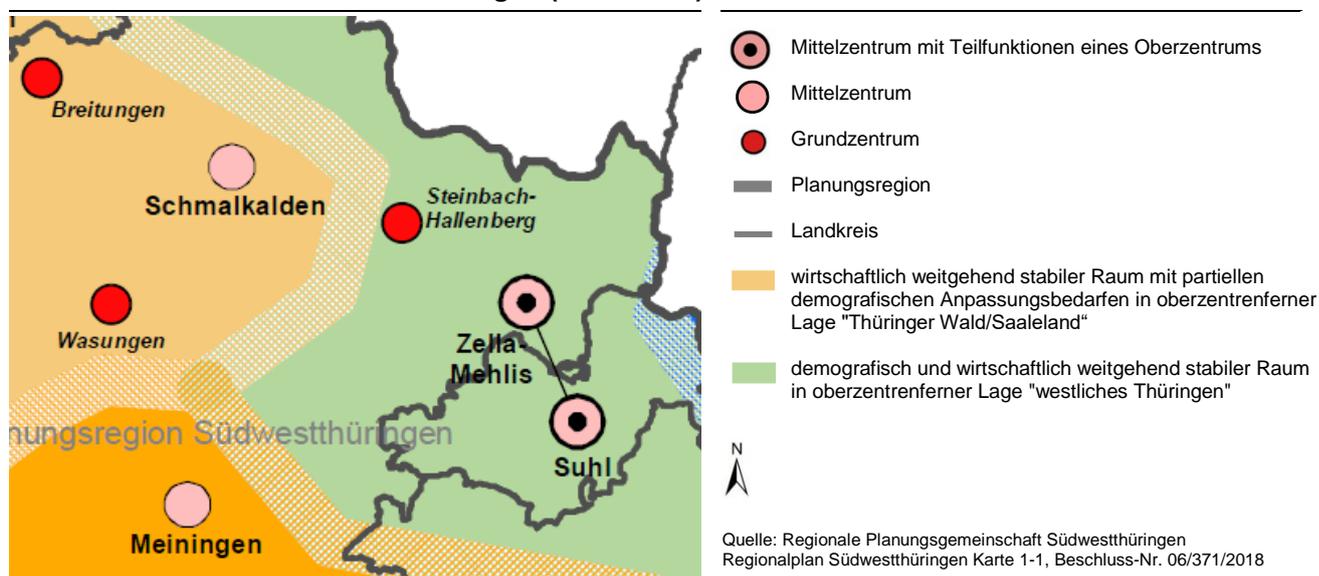
Steinbach-Hallenberg besitzt keine direkte Autobahnanbindung; die nächstliegende Anschlussstelle an die Autobahn A71 ist in Zella-Mehlis ca. 15 km östlich entfernt, eine weitere Anschlussstelle befindet sich in vergleichbarer Entfernung in südlicher Richtung bei Meiningen. Die überörtliche **verkehrliche Erreichbarkeit** von Steinbach-Hallenberg erfolgt über verschiedene Landes- und Kreisstraßen, welche die Kernstadt mit den einzelnen Ortsteilen verbinden und einen Anschluss an umliegende Städte sicherstellen. Die Trassierung der L1128 – der wichtigste lokale Verkehrsträger – verläuft in Nord-Süd-Richtung direkt durch die Kernstadt und stellt das innerörtliche Hauptverkehrsgerüst dar. In Summe der bestehenden Verkehrswege ist für Steinbach-Hallenberg – trotz des fehlenden direkten Autobahnanschlusses und mit Blick auf die topographischen Höhenunterschiede in der Region – dennoch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit zu konstatieren.

Steinbach-Hallenberg ist an das **Schienenetz** der Deutschen Bahn angeschlossen und liegt an der Regionalbahnstrecke Zella-Mehlis – Wernshausen; es bestehen stündliche Verbindungen in beide Orte. In der Kernstadt und in den Ortsteilen Viernau und Altersbach ist je ein Bahnhofpunkt eingerichtet.

Die Erschließung des Stadtgebietes durch den **ÖPNV** wird über Regionalbusse¹⁷ der Meininger Busbetriebs GmbH (MBB) sichergestellt, die verschiedene Haltestellen innerhalb von Steinbach-Hallenberg und den dezentralen Ortsteilen anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten gewährleisten.

Steinbach-Hallenberg wird sowohl in dem gültigen Regionalplan (2012) als auch in dem aktuellen Entwurf des fortgeschriebenen Regionalplans (2018) als **Grundzentrum**¹⁸ ausgewiesen. Gemäß den landesplanerischen Vorgaben soll in Grundzentren die Funktionen der Daseinsvorsorge mit überörtlicher Bedeutung ergänzend zu den höherstufigen zentralen Orten konzentriert und zukunftsfähig gestaltet werden. Die Grundzentren sichern ferner auch die Grundversorgung mit Gütern des Einzelhandels.¹⁹

Karte 3: Raumstruktur Südwestthüringen (Ausschnitt)



Die Stadt Steinbach-Hallenberg wird in dem Entwurf des Regionalplans²⁰ als sog. „demografisch und wirtschaftlich weitgehend stabiler Raum“ eingestuft und zählt somit in die Raumstrukturgruppe „Räume mit günstigen Entwicklungsvoraussetzungen“.

17 Auf Grund der geringen Bevölkerungszahl ist in Steinbach-Hallenberg – wie auch in anderen Kleinstädten – kein Stadtbusnetz ausgebildet.
18 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Südwestthüringen, Regionalplan Südwestthüringen 2012 und 2018 (Entwurf), Pkt. 1.2.3, Z 1-1.
19 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm 2025, Pkt. 2.2.12 G.
20 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Südwestthüringen, Regionalplan Südwestthüringen 2018 (Entwurf), Pkt. 1.1.1.

4.2. Soziodemographische Rahmendaten

Steinbach-Hallenberg ist mit ca. 9.400 Einwohnern nach der Kreisstadt Meiningen (ca. 24.600 Ew.), nach Schmalkalden (ca. 19.400 Ew.) und nach Zella-Mehlis (ca. 12.600 Ew.) die viertgrößte größte Stadt im Landkreis Schmalkalden-Meiningen. Die **Bevölkerung** von Steinbach-Hallenberg hat sich in den letzten knapp zehn Jahren um -10,7 % vermindert; der Rückgang lag über dem Mittel des Landkreises Schmalkalden-Meiningen (-4,0 %) und über dem Landesdurchschnitt (-4,9 %).

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Steinbach-Hallenberg im Vergleich

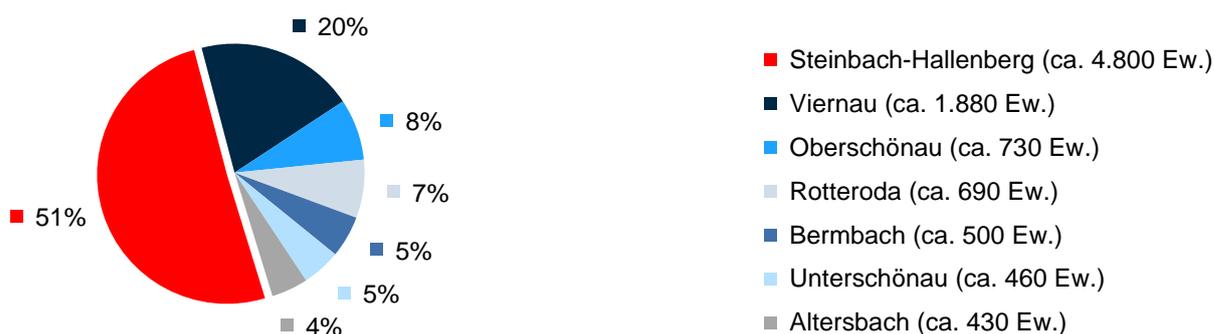
	Einwohner		Veränderung	Einwohner	Veränderung
	12/2011	06/2021	%	2030	%
	abs.	abs.		abs.	
Steinbach-Hallenberg	10.557 ²¹	9.428	-10,7	8.490	-9,9
LK Schmalkalden-Meiningen	128.800	123.603	-4,0	114.020	-7,8
Freistaat Thüringen	2.221.222	2.112.591	-4,9	1.989.500	-5,8

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung 31.12.2011/30.06.2021
2. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung / 1. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung

Vor dem Hintergrund der aktuellen **demographischen Entwicklung** wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl in Steinbach-Hallenberg weiter rückläufig entwickeln; auf Basis der Prognose des Statistischen Landesamts wird die Einwohnerzahl im Jahr 2030 bei ca. 8.500 Personen liegen. Der Rückgang von -9,9 % ist mit der Entwicklung im Landkreis Schmalkalden-Meiningen (-7,8 %) tendenziell vergleichbar; in Relation zum Landesdurchschnitt (-5,8 %) zeigt sich jedoch in der Region eine höhere Bevölkerungsabschmelzung.

Die **Siedlungsstruktur** von Steinbach-Hallenberg ist durch eine baulich größtenteils geschlossene Kernstadt gekennzeichnet, an die sich siedlungsgeographisch direkt der Stadtteil Herges-Hallenberg anschließt. Dieser Siedlungsbereich stellt mit rd. 4.800 Einwohnern den Bevölkerungsschwerpunkt dar.

Abbildung 11: Räumliche Bevölkerungsstruktur von Steinbach-Hallenberg



Quelle: Stadtverwaltung Steinbach-Hallenberg, Einwohner 22.11.2021²²

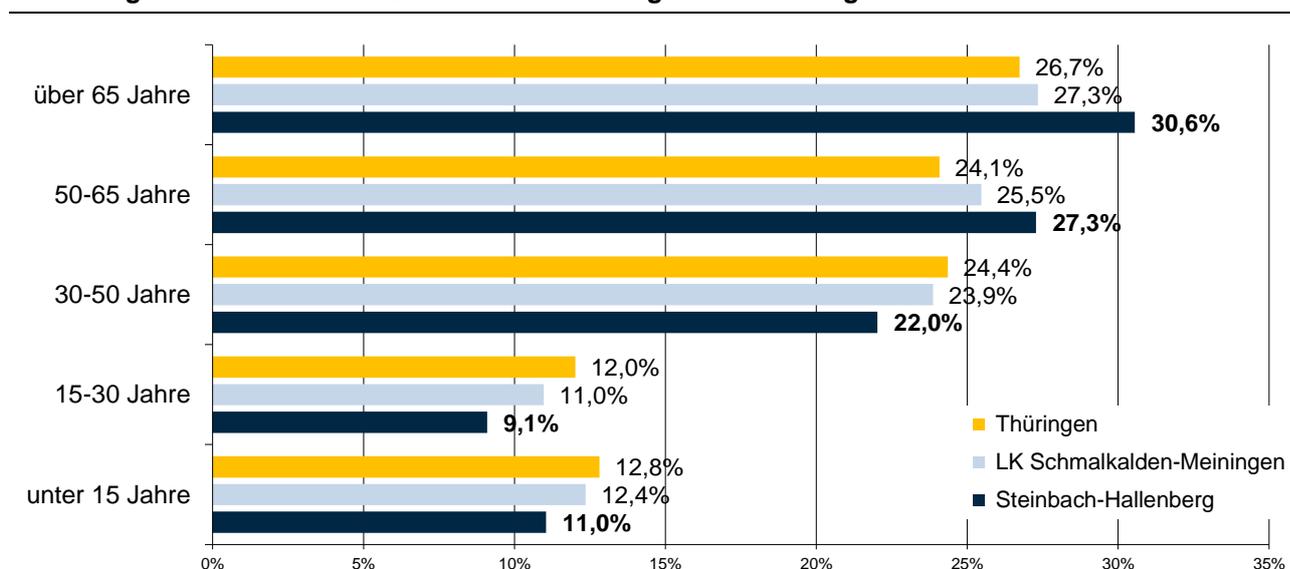
Neben der Kernstadt gehören sechs dezentrale Ortsteile zu Steinbach-Hallenberg, die – mit Ausnahme von Viernau – einen dörflich geprägten Siedlungscharakter besitzen. Die Einwohnerzahlen der einzelnen Ortsteile liegen zwar relativ niedrig, erreichen jedoch in der Gesamtheit einen Bevölkerungsanteil von rd. 49 %. Demnach spielt aus Einzelhandelssicht die Erreichbarkeit der zentralen Handelslagen eine wichtige Rolle.

21 Die Bevölkerungszahl bezieht sich auf den aktuellen Gebietsstand, d.h. die im Januar 2019 eingemeindeten Orte Altersbach, Bermbach, Oberschönau, Rotterode, Unterschönau und Viernau wurden zur besseren Vergleichbarkeit der Entwicklung zu dem Einwohnerbestand von Steinbach-Hallenberg des Jahres 2011 addiert.

22 Die Einwohnerzahl der Stadt Steinbach-Hallenberg entspricht aus melderechtlichen Gründen nicht exakt den Angaben des Thüringer Landesamts für Statistik.

In Bezug auf die **Altersstruktur** weist Steinbach-Hallenberg in den jüngeren Altersgruppen (bis 30 Jahre) und auch in der mittleren Altersgruppe (30-50 Jahre) einen unter dem Landesdurchschnitt liegenden Bevölkerungsanteil auf. Der Großteil der Steinbach-Hallenberger Bevölkerung (rd. 31 %) ist über 65 Jahre alt; auch der Anteil der 50 bis 65-Jährigen liegt im thüringenweiten Vergleich mit rd. 27 % hoch. Dementsprechend zeigt sich tendenziell – im Landesvergleich – eine Überalterung der lokalen Bevölkerung.

Abbildung 12: Altersstruktur Steinbach-Hallenberg im Landesvergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Thüringen, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2020

Der Landkreis Schmalkalden-Meiningen weist eine niedrige **Arbeitslosenquote** auf, die im Jahresdurchschnitt 2020 mit 5,0 % unter dem Durchschnittswert des Freistaats Thüringen (6,0 %) und auch unterhalb des Bundesdurchschnitts (5,9 %) lag.²³ Demnach sind in der Region – einem wirtschaftsstarken Landkreis innerhalb von Thüringen – keine größeren Strukturschwächen zu erkennen.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem Pendlersaldo von -1.003 Personen besitzt Steinbach-Hallenberg mehr Aus- als Einpendler. Auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität sind folglich keine zusätzlichen Kaufkraftimpulse für die Kleinstadt zu erwarten.

Tabelle 2: Pendlersaldo von Steinbach-Hallenberg

	2010	2020
	Personen	Personen
Einpendler / Auspendler	2.165 / 2.962 ²⁴	1.241 / 2.244
Pendlersaldo	-797	-1.003

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2010/2020

Der **Tourismus** stellt für den Einzelhandel eine wichtige Determinante dar, da hieraus Umsatzpotenziale für den lokalen Handel resultieren können.²⁵ Im Jahr 2020 konnte Steinbach-Hallenberg knapp 15.700 Gäste-

²³ Bundesagentur für Arbeit, Arbeitslosenquoten im Jahr 2020 (Jahresdurchschnitt).

²⁴ Die Pendlerzahl bezieht sich auf den aktuellen Gebietsstand, d.h. die Ein- und Auspendler der im Januar 2019 eingemeindeten Orte

²⁵ Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus, da ca. 13 % der Ausgaben von Übernachtungsgästen dem Einzelhandel zu Gute kommen. Im Durchschnitt geben Touristen im Reisegebiet Thüringer Wald ca. 13,10 EUR pro Tag im Einzelhandel aus, wobei ca. 3,80 EUR auf den Lebensmitteleinzelhandel und ca. 9,30 EUR auf den sonstigen Einzelhandel entfallen.

Quelle: dwif Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland.

übernachtungen aufweisen; die Zahl der Übernachtungen ist in der letzten Dekade um rd. 7 % zurückgegangen. Die durchschnittliche Aufenthaltsdauer liegt bei rd. 2,5 Tagen, was überwiegend auf Kurzzeitbesuche hindeutet.

Tabelle 3: Beherbergungen in Steinbach-Hallenberg

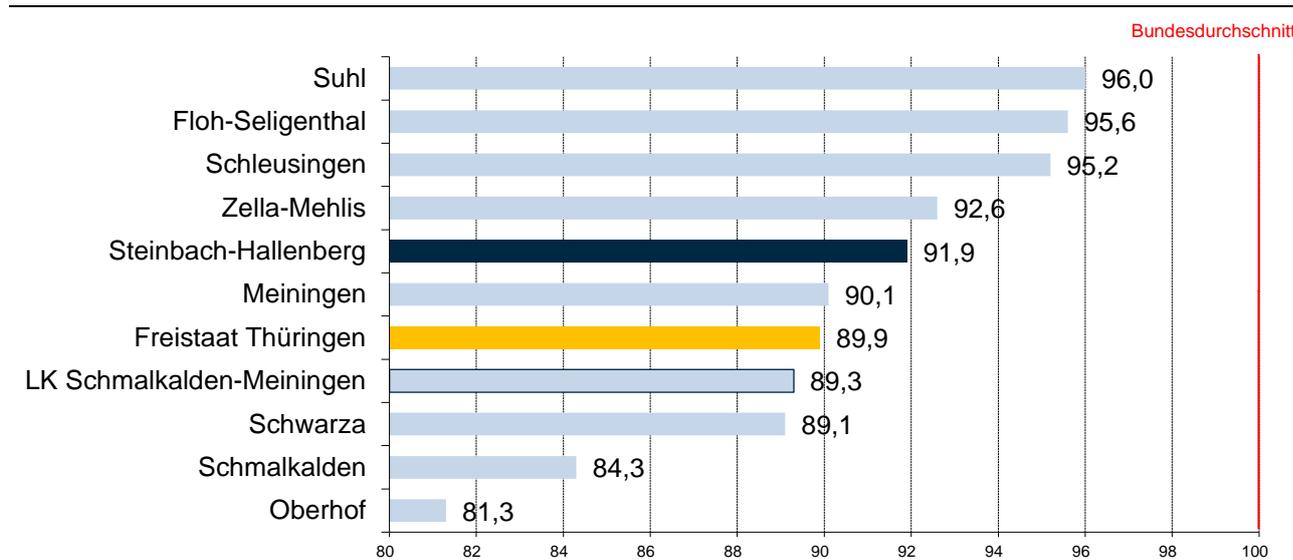
	2010	2020	Veränderung
	Personen	Personen	%
Gästeübernachtungen	16.849 ²⁶	15.689	-6,9

Quelle: Statistisches Landesamt Thüringen, Gäste und Übernachtungen in Thüringen, 2010/2020

Grundsätzlich liegen die absoluten Touristenzahlen auf einem verhältnismäßig niedrigen Niveau; die jährlichen Potenziale für den Einzelhandel sind auf ca. 0,2 Mio. EUR²⁷ zu schätzen und verbreitern somit – wenn auch geringfügig – die Nachfragebasis des Handels in der Region.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** – durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt – stellt für den Handel einen wichtigen Faktor dar. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel verfügbar ist.

Abbildung 13: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021

Im regionalen Vergleich rangiert der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Steinbach-Hallenberg mit 91,9 % über dem Landesdurchschnitt (89,9 %) und auch über dem Mittel des Landkreises Schmalkalden-Meiningen (89,3 %). Im nationalen Vergleich weist Steinbach-Hallenberg jedoch – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine niedrigere einzelhandelsrelevante Kaufkraft auf, die mit 91,9 % unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0 %) liegt. Folglich steht dem lokalen Einzelhandel in Steinbach-Hallenberg ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

26 Die Zahl der Übernachtungen bezieht sich auf den aktuellen Gebietsstand, d.h. die Übernachtungsgäste der eingemeindeten Orte Altersbach, Bernbach, Oberschönau, Rotterode, Unterschönau und Viernau wurden zu der Zahl von Steinbach-Hallenberg addiert.

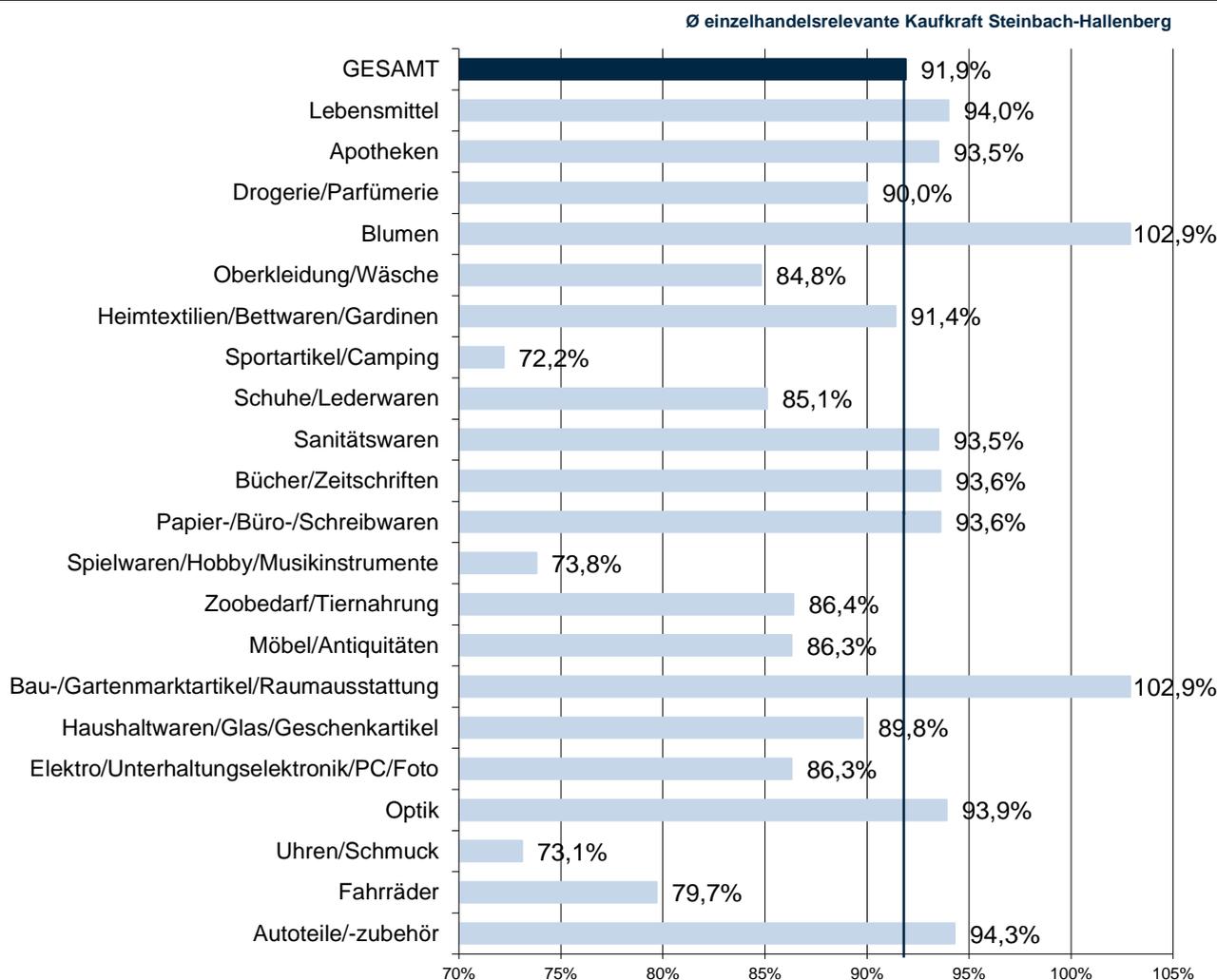
27 Bei 15.689 Gästeübernachtungen ergibt sich ein Nachfragepotenzial von ca. 0,21 Mio. EUR p.a., welches dem örtlichen Einzelhandel zusätzlich zur Verfügung steht. Hiervon entfallen 0,06 Mio. EUR auf den Lebensmittelhandel und 0,15 Mio. EUR auf den sonstigen Handel.

4.3. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen **bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** für die verschiedenen Einzelhandels assortimente bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabe volumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den Einzelhandel der jeweiligen Branche²⁸ ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer**²⁹ an die lokalen Verhältnisse in Steinbach-Hallenberg angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 13). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.³⁰

Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Steinbach-Hallenberg



Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern Steinbach-Hallenberg 2021 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

28 Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2021.

29 Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2021.

30 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und auch einkommensseitigen Determinanten weichen die sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffern teilweise deutlich von der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region ab. Dies wird auch in Steinbach-Hallenberg offenkundig, da innerhalb der einzelnen Branchen teilweise deutliche Spreizungen bestehen.

Die beiden vorstehenden Determinanten – d.h. die Verbrauchsausgaben je Branche und die sortiments-spezifischen Kaufkraftkennziffern – werden mit der **Einwohnerzahl** von Steinbach-Hallenberg (vgl. Tab. 1) multipliziert. Somit errechnet sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen, das dem lokalen Einzelhandel zur Verfügung steht.³¹ Dieses beläuft sich in Steinbach-Hallenberg auf ca. 56,3 Mio. EUR p.a., wobei der Großteil der Konsumausgaben auf den sog. kurzfristigen Bedarf entfällt.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Steinbach-Hallenberg

		Marktpotenzial Steinbach-Hallenberg	
		Mio. EUR	%
1	Lebensmittel	22,30	
2	Apotheken	5,41	
3	Drogerie/Parfümerie	3,01	
4	Blumen	0,63	
Summe kurzfristiger Bedarf		31,35	55,7
5	Oberkleidung/Wäsche	4,25	
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	0,39	
7	Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe	0,76	
8	Schuhe/Lederwaren	0,96	
9	Sanitätswaren	0,95	
10	Bücher/Zeitschriften	0,89	
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	0,71	
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	0,67	
13	Zoobedarf/Tiernahrung	0,46	
Summe mittelfristiger Bedarf		10,04	17,8
14	Möbel/Antiquitäten	3,34	
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung	4,36	
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	0,94	
17	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	4,18	
18	Optik	0,46	
19	Uhren/Schmuck	0,52	
20	Fahrräder	0,59	
21	Autoteile/-zubehör	0,48	
Summe langfristiger Bedarf		14,87	26,5
Summe Marktpotenzial Steinbach-Hallenberg		56,26	100,0

Berechnung: BBE Handelsberatung

³¹ Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet:
Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortiments-spezifische Kaufkraftkennziffer.

5. Einzelhandelsanalyse Steinbach-Hallenberg

5.1. Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsbetriebe und deren Verkaufsflächen im Oktober 2021 im Rahmen einer Vollerhebung in Steinbach-Hallenberg aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Handelsbranche zugeordnet (vgl. Methodik in Anlage 1). In Steinbach-Hallenberg agieren aktuell knapp 70 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks; selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von rd. 10.600 m². Die durchschnittliche Verkaufsfläche aller Handelsbetriebe liegt bei ca. 150 m² je Betrieb und hat sich in den letzten Jahren – dem deutschlandweiten Trend folgend (vgl. Seite 9) – sukzessive erhöht.

Mit Blick auf die **Flächenentwicklung** ist in den letzten 14 Jahren ein Flächenzuwachs (+950 m² VK) von ca. 10 % zu beobachten. Der Flächenaufwuchs ist vor allem auf die zwischenzeitliche Ansiedlung des großflächigen Edeka-Marktes (ca. 2.000 m² VK) in der Hauptstraße zurückzuführen. Ferner zeigt sich ein höherer Verkaufsflächenbestand, was auf die Eingemeindung von verschiedenen umliegenden Orten zurückzuführen ist. In den neu hinzugetretenen Ortsteilen ist jedoch lediglich in Viernau (ca. 1.300 m² VK) ein nennenswertes Handelsangebot vorzufinden.

Dagegen hat sich in der letzten Zeit eine Flächenabschmelzung von insbesondere kleineren und mittelständischen Handelsbetrieben in fast allen Branchen vollzogen, was mit einem fühlbaren Rückgang der Ladeneinheiten einherging. Hierbei haben sich meist kleinere Läden – vor allem in der Innenstadt und in Nebenlagen – in Steinbach-Hallenberg abgesiedelt.

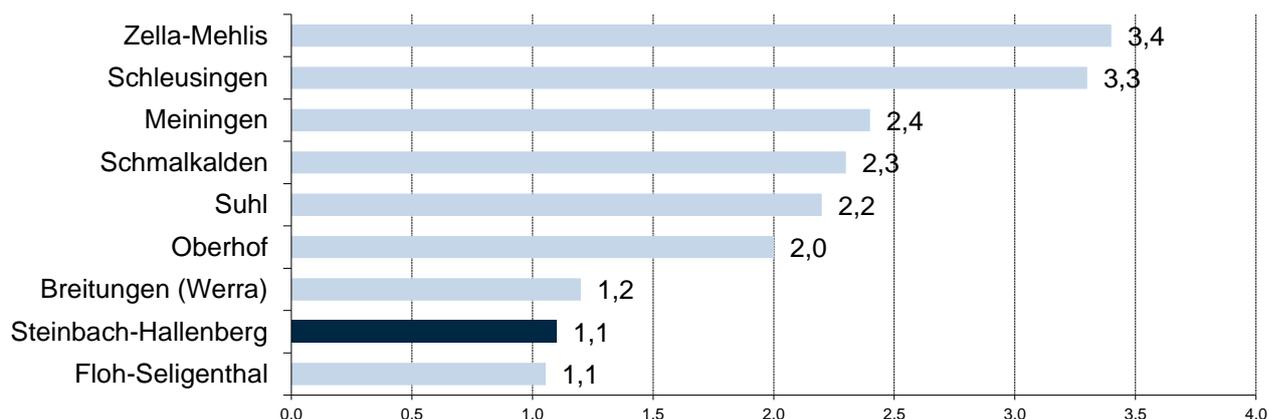
Tabelle 5: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Steinbach-Hallenberg

	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb	Verkaufsflächendichte m ² /Einwohner
2007	9.615	80	~120	1,7
2021	10.560	68	~160	1,1

Quelle: GMA, Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Steinbach-Hallenberg, September 2007
 BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Oktober 2021

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von Steinbach-Hallenberg rangiert mit ca. 1,1 m² je Einwohner unterhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m² je Einwohner, so dass für die lokale Bevölkerung eine geringe Ausstattung mit Handelsfläche besteht. Mit Blick auf umliegende Orte in der Region lässt sich die Flächenausstattung von Steinbach-Hallenberg wie folgt einordnen.

Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte

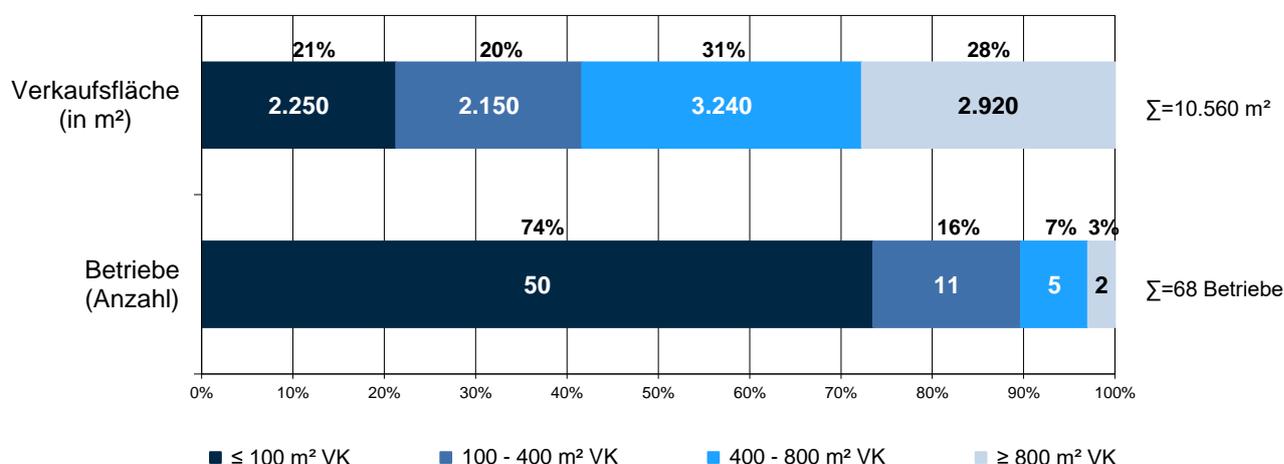


Quelle: Flächenmonitoring der BBE Handelsberatung

Im Vergleich mit anderen Städten³² im regionalen Umfeld erreicht Steinbach-Hallenberg einen vergleichsweise geringen Flächenausstattungsgrad, wobei zentrale Orte i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte aufweisen. Solche Orte übernehmen auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum und halten somit meist höhere Flächenangebote vor.

Die **Größenstruktur des Einzelhandels** bzw. der einzelnen Ladengeschäfte ist aus Verbrauchersicht ein wichtiger Indikator der Leistungsfähigkeit und der Anziehungskraft des Einzelhandels. Gerade großformatige Geschäfte können durch eine hohe Sortimentsbreite und -tiefe mehr Kunden binden als kleinere Handelsbetriebe und weisen aus Kundensicht eine höhere Attraktivität auf. In Bezug auf die Gliederung des Steinbach-Hallenger Einzelhandelsbesatzes nach Größenklassen ergibt sich folgendes Bild.

Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Steinbach-Hallenger Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Oktober 2021

Die Verkaufsflächenstruktur in Steinbach-Hallenberg basiert überwiegend auf kleinformatischen Einzelhandelsbetrieben, da 50 Geschäfte und somit der Großteil der 68 Handelsbetriebe (ca. 74 %) eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur rd. 50 m² je Ladenlokal; der Großteil dieser Betriebe ist in der Steinbach-Hallenger Innenstadt verortet. Demgegenüber besitzen die sieben großformatigen Handelsbetriebe (Verkaufsfläche ab 400 m²) – die an der Gesamtzahl der Betriebe einen Anteil von lediglich 10 % repräsentieren – mit einer gemessenen Verkaufsfläche von rd. 6.200 m² einen Anteil von 59 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Die kleinteilige Handelsstruktur in Steinbach-Hallenberg ist an sich nicht untypisch für gewachsene Kleinstädte, sie birgt jedoch grundsätzlich ein erhöhtes Erosionsrisiko, da es perspektivisch zusehends schwieriger wird, auf einer Kleinfläche – insbesondere in der Innenstadt – dauerhaft einen auskömmlichen Ertrag für einen tragfähigen Vollerwerb eines Handelsbetriebes zu erwirtschaften.

32 Die ausgewählten Kennziffern der Verkaufsflächendichte dienen lediglich der Orientierung. Die einzelnen Werte sind nicht direkt miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Historien etc. verfügen und zudem die jeweiligen Erhebungen zeitlich versetzt liegen. Es soll lediglich ein Trend der Flächenausstattung dargestellt werden.

5.2. Räumliche Angebotsstruktur

Für die Analyse der **räumlichen Verteilung** des Einzelhandelsangebots in Steinbach-Hallenberg wird eine Untergliederung nach dem Angebot in der Ortsmitte (zentraler Versorgungsbereich), an Grundversorgungsstandorten und an Solitärstandorten (Streulagen) vorgenommen. Folgende Karte skizziert die strukturprägenden Einzelhandelsstandorte in der Kernstadt von Steinbach-Hallenberg.

Karte 4: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Steinbach-Hallenberg (Kernstadt)



— Einkaufsinnenstadt — Grundversorgungsstandort ● Solitärstandort

Kartengrundlage:
GDI-Th Freistaat Thüringen
(Geoclient 1.8.1)
Bearbeitung:
BBE Handelsberatung



In der **Innenstadt** – diese inkludiert fast den gesamten Bereich der Hauptstraße und direkt angrenzende Lagen – ist ein gemessener Flächenbestand von rd. 5.400 m² vorzufinden; dies entspricht einem Anteil von ca. 51 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die innerstädtische Angebotsmasse liegt hoch. Der sehr hohe Flächenanteil des Innenstadthandels stellt in Relation zu vergleichbar großen Städten einen Spitzenwert dar. Im Zentrum sind aktuell 36 Einzelhandelsgeschäfte und somit 53 % aller lokalen Handelsbetriebe situiert (vgl. folgende Tab. 6). Mit Blick auf die Sortimentsabdeckung reißt die Innenstadt ein breites Warenspektrum an, in fast allen innenstadtprägenden Sortimenten ist ein kompetentes Angebot vorzufinden.

Die flächenseitige Entwicklung des innerstädtischen Handelsbestandes war in den letzten Jahren steigend. Im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2007³³ wurde der Flächenanteil des Innenstadthandels mit ca. 40 % angegeben; zwischenzeitlich hat sich der Anteil der innerörtlichen Handelsbetriebe im Zuge der Edeka-Ansiedlung auf ca. 51 % erhöht.

Dagegen ist eine Abschmelzung von kleineren Handelsbetrieben zu beobachten, da sich die Zahl der innerstädtischen Geschäfte seit dem Jahr 2007 von 46 auf 36 Betriebe vermindert hat; der Substanzverlust in Form von Leerständen ist unübersehbar. Ein Teil der Gewerbeflächen wurde durch Dienstleistungsanbieter oder Büronutzungen nachbelegt, es stehen jedoch auch verschiedene Ladenflächen leer.

Leerstehende Ladenflächen haben eine hohe Signalwirkung und belasten den Marktauftritt einer Innenstadt in besonderem Maße. Der aktuelle Leerstand umfasst elf Ladengeschäfte mit einer geschätzten Verkaufsfläche zwischen 400 bis 500 m², die durchschnittliche Flächengröße liegt bei rd. 40 m² je Geschäft und somit unter der Mindestbetriebsgröße fast aller Handelsbranchen. Eine qualifizierte Nachnutzung durch Handelsbetriebe ist daher bei einem Großteil der Leerstandsflächen unwahrscheinlich. Ein struktureller Nachteil der Steinbach-Hallenberger Innenstadt besteht somit in dem Mangel an mittleren und größeren Potenzialflächen.

Der innerörtliche Handelsbesatz ist – mit Ausnahme der beiden Lebensmittelmärkte Edeka und Norma – hauptsächlich in kleinformatigen Geschäften organisiert, was auf die kleinstrukturierte Bebauung der Innenstadt zurückzuführen ist. Die durchschnittliche Ladenfläche (ohne Edeka und Norma) liegt bei lediglich rd. 80 m² je Geschäft. Grundsätzlich sind jedoch insbesondere in der Mode- und der Haushaltswarenbranche leistungsfähige Anbieter vorzufinden; wobei eine höhere Auswahl an flächenseitig größeren Handelsbetrieben mit einer überörtlichen Ausstrahlung wünschenswert wäre.

Neben den Handelsbetrieben existieren in der Innenstadt 25 komplementäre Angebote (v.a. Dienstleistungen, Gastronomie), ferner dient die Innenstadt auch als Wohnstandort und ist Sitz der Stadtverwaltung. In Summe wird eine hohe Multifunktionalität dieses Bereiches erzielt.

Mit Blick auf die städtebauliche Situation zeigt sich in dem Hauptgeschäftsbereich eine meist durchgehende heterogene Bebauung mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern; die Erdgeschosszonen sind überwiegend mit Handels- und Gewerbenutzungen belegt. Es existiert keine durchgängige Schaufensterfront, da Funktionsunterbrechungen durch partielle Wohnnutzungen und leerstehende Gewerbeflächen zu verzeichnen sind. Die meist gemischt genutzten Immobilien befinden sich einem ordentlichen und überwiegend sanierten Zustand. Eine positive Wirkung erzeugen ferner die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und die innerstädtische Stadtmöblierung.

Im zentralen Bereich der Hauptstraße wurde – leicht zurückversetzt zu diesem Straßenzug – ein großflächiger Lebensmittelmarkt (Edeka) angesiedelt, der sich zum innerörtlichen Hauptfrequenzbringer entwickelt hat. Der Betrieb ist in einer fachmarkttypischen Handelsimmobilie untergebracht und funktional in die innerörtlichen Handelsstrukturen eingebunden. Im südlichen Bereich befindet sich mit Norma ein weiterer Magnetbetrieb, der jedoch flächenseitig unterdimensioniert ist.

Im Fazit besitzt der Innenstadtbereich – im Verhältnis zur Stadtgröße von Steinbach-Hallenberg – eine hohe Angebotsmasse, da hier ein umfängliches Angebot, bestehend aus zwei großformatige Lebensmittelmärkten und zahlreichen mittelständischen Handelsbetrieben etabliert ist. Im Zusammenspiel dieses Angebotsbesatzes mit den komplementären Angeboten kann die Innenstadt eine hohe zentralitätsbildende Wirkung erreichen.

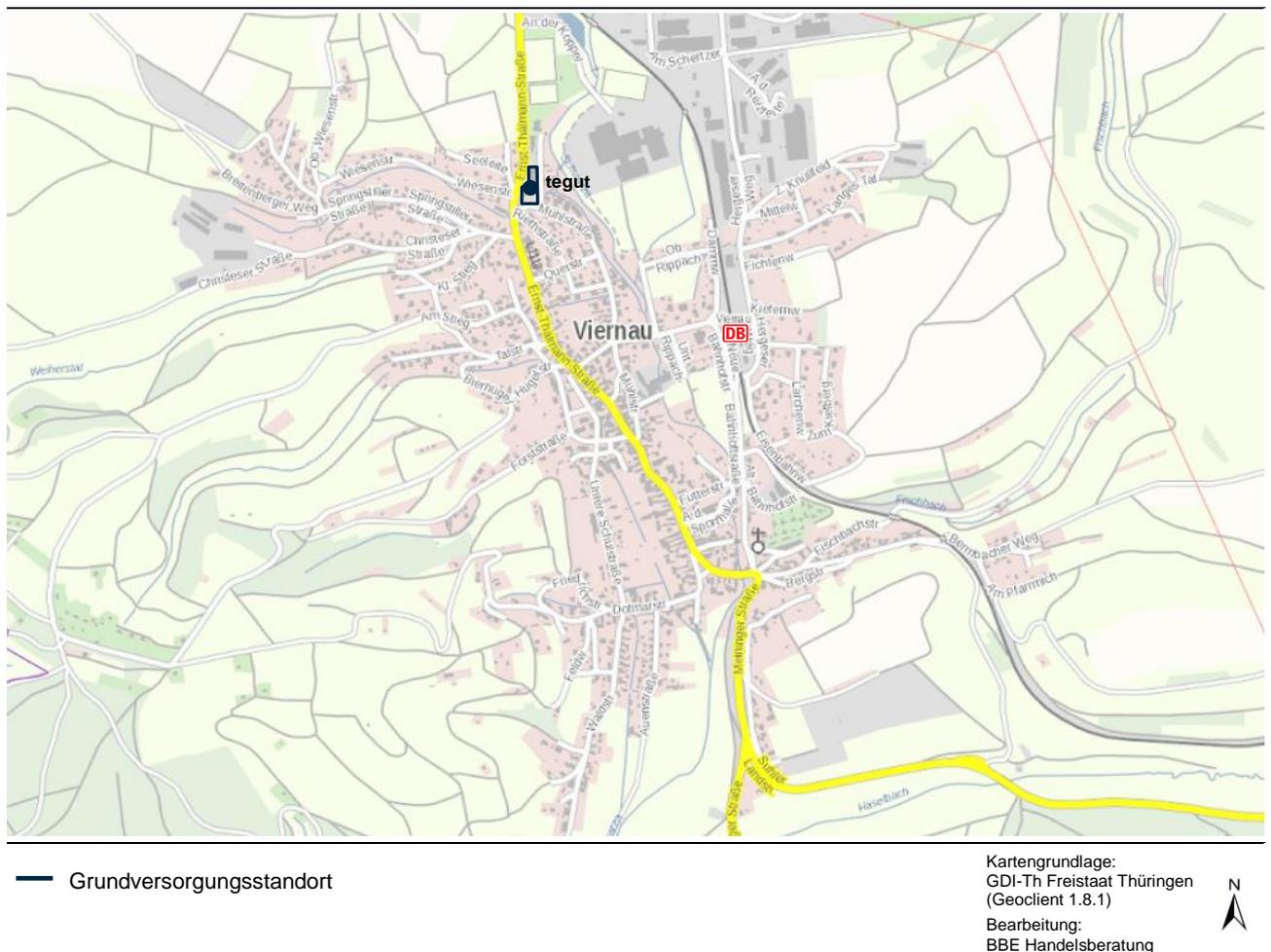
33 vgl. GMA, Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Steinbach-Hallenberg (September 2007), Seite 19.

In sonstigen Lagen von Steinbach-Hallenberg ist im südlichen Kernstadtgebiet – im Kreuzungsbereich der Straße Am Bahnhof und des Rasenmühlenwegs – ein **Grundversorgungsstandort (Am Bahnhof)** vorzufinden. Der Standort beherbergt einen Aldi-Markt, einen Getränkemarkt und zwei Nahrungsmittelhandwerker mit insgesamt ca. 950 m² Verkaufsfläche. Die benannten Märkte sind in städtebaulich integrierter Lage situiert und leisten einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung ihres Standortumfelds, das durch eine verdichtete Wohnbebauung geprägt ist. Die Märkte sind auch durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt und können auf Grund der Lage an der L1128 aus allen Ortsteilen zügig angefahren werden.

Neben dem Innerstadthandel und dem Handelsbestand an dem skizzierten Grundversorgungsstandort sind weitere Handelsbetriebe in **Streulagen**³⁴ ansässig. Dieses Angebot bezieht sich – neben vereinzelt kleinen mittelständischen Betrieben – vor allem auf zwei großformatige Anbieter mit Möbeln und Baumarktartikeln, die nördlich der Innenstadt ansässig sind. Ferner agiert südlich der Innenstadt in der Bismarckstraße mit einem Gemischtwarenanbieter (v.a. Bau-/ Gartenmarktartikel, Haushaltswaren) ein weiterer größerer Handelsbetrieb. Auf Grund der drei großformatigen Fachmärkte erreichen die Streulagen einen summierten Flächenanteil von rd. 23 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Außerhalb der Kernstadt ist in den peripheren Ortsteilen nur ein geringer Handelsbestand vorzufinden, der sich vor allem auf **Viernau** bezieht. Die Ausprägung von umfänglichen und komplexen Handelsstrukturen ist in den einzelnen Ortsteilen auf Grund der jeweils geringen Bevölkerungszahl (vgl. Abb. 11) und des daraus folgenden niedrigen Nachfragevolumens – auch zukünftig – nicht möglich.

Karte 5: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Viernau



34 Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsetzten mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

Im Ortsteil Viernau ist ein weiterer **Grundversorgungsstandort (Mühlstraße)** – vergleichbar dem Aldi-Standort in der Kernstadt – vorhanden. Der Standort wird durch einen tegut-Markt, einen Getränkemarkt und einen Fleischer belegt; die Angebotsmasse fällt mit rd. 800 m² verhältnismäßig gering aus. Die Betriebe sind im nördlichen Bereich von Viernau situiert, können jedoch aus dem gesamten Ortsteil zügig – aus dem nördlichen und dem zentralen Bereich von Viernau auch fußläufig – erreicht werden und übernehmen eine wichtige Grundversorgungsfunktion für diesen Ortsteil. Die verkehrliche Anfahbarkeit wird durch die direkte Lage an der L1118 gewährleistet.

In Viernau sind verschiedene weitere Handelsbetriebe in **Streulagen** ansässig; mit Ausnahme eines Anbieters für Farben, Tapeten und Malerbedarf sind dies ausschließlich kleinere mittelständische Fachgeschäfte, überwiegend mit dem Fokus auf nahversorgungsrelevante Sortimente.

In den **sonstigen Ortsteilen** (Herges-Hallenberg, Bermbach, Oberschöna) sind weitere kleinformatische Handelsbetriebe ansässig, deren Verkaufsflächen – mit Ausnahme eines Baustoffanbieters im Gewerbegebiet „Im Ehrlich“ – jeweils unter 100 m² liegen.

Abschließend wird die **räumliche Angebotsstruktur** des Einzelhandels von Steinbach-Hallenberg synoptisch abgebildet.

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Steinbach-Hallenberg nach Standortkategorien

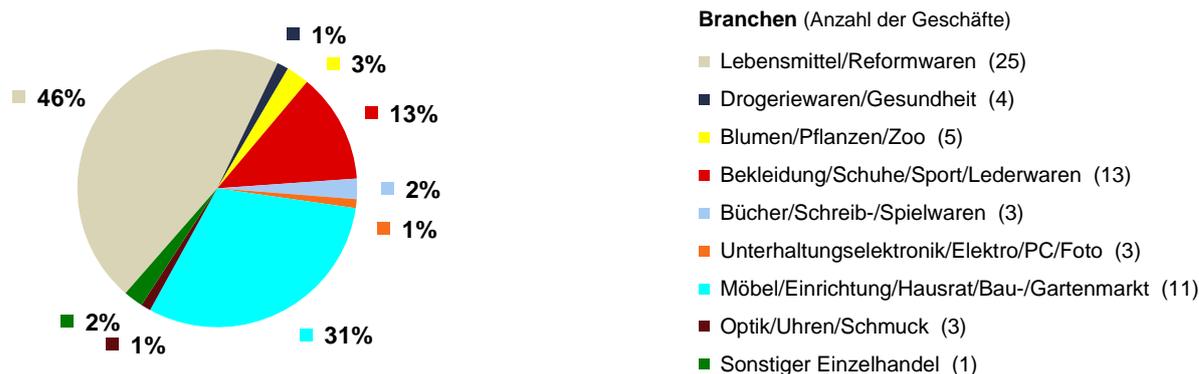
	Verkaufsfläche		Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Kernstadt – zentraler Versorgungsbereich	5.420	51	36	53	~150
Kernstadt – Grundversorgungsstandort Am Bahnhof	950	9	4	6	~240
Kernstadt – Streulagen	2.400	23	6	9	~400
Viernau – Grundversorgungsstandort Mühlstraße	790	8	3	4	~260
Viernau – Streulagen	540	5	11	16	~50
sonstige Ortsteile	460	4	8	12	~60
Gesamt	10.560	100	68	100	~160

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Oktober 2021

5.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Steinbach-Hallenberg (rd. 10.560 m² VK) werden die einzelnen Betriebe nach ihrem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.³⁵ Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** in Steinbach-Hallenberg bildet die folgende Graphik ab.

Abbildung 17: Branchenstruktur Steinbach-Hallenberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Oktober 2021

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** stellt die Lebensmittelbranche mit rd. 4.800 m² Verkaufsfläche einen flächenseitigen Angebotsschwerpunkt dar. Einerseits wird diese Branche durch drei großformatige Lebensmittelmärkte (Edeka, Aldi, Norma) geprägt, andererseits sind ein SB-Markt (tegut), Getränkemärkte und zahlreichen kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Ladenhandwerker) angesiedelt.

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte rangiert im interkommunalen Vergleich mit rd. 0,5 m² pro Einwohner³⁶ auf einem üblichen Niveau, wobei in zentralen Orten i.d.R. eine Konzentration von insbesondere großformatigen Lebensmittelmärkten und demzufolge eine höhere Angebotsdichte vorzufinden ist.

In Steinbach-Hallenberg sind zwei Apotheken mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 100 m² vorzufinden. Eine Apotheke ist in der Kernstadt, eine weitere Apotheke ist in Viernau lokalisiert; somit wird in den beiden Siedlungsschwerpunkten (vgl. Abb. 11) die Versorgung funktionsgerecht sichergestellt. Die Darstellung der Apotheken ist unter qualitativen Gesichtspunkten durchgängig als sehr gut zu bewerten.

Auf Basis der Einwohnerzahl von Steinbach-Hallenberg errechnet sich eine sog. Apothekendichte von 2,1 Apotheken je 10.000 Einwohner. Der Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 2,3 Apotheken/10.000 Ew.) bzw. auch zum Landesdurchschnitt (rd. 2,5 Apotheken/10.000 Ew.)³⁷ einen geringen Ausstattungsgrad dar, wenngleich mit zwei Apotheken ein ausreichendes Grundversorgungsangebot vorhanden ist.³⁸

In der Branche Drogeriewaren sind in Steinbach-Hallenberg zwei Anbieter ansässig; beide Betriebe präsentieren jedoch nur einen äußerst kleinen Teilausschnitt; eine umfängliche Angebotsabdeckung ist nicht möglich. Der Einkauf dieses Sortiments erfolgt kundenseitig vor allem in den bestehenden Lebensmittelmärkten.

Im Sortimentsbereich Blumen existiert ein umfängliches und ausreichendes Angebot, dass durch drei kundenattraktive Floristikanbieter geprägt ist.

35 Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt nach seiner Hauptwarengruppe. Die in Handelsbetrieben geführten Randsortimente ordnen sich dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Wichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Die einzelnen Randsortimente werden jedoch bei der Berechnung der sortimentspezifischen Bindungsquoten (vgl. folgende Abb. 20) berücksichtigt.

36 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,55 bis 0,70 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,44 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

37 Quelle: ABDA, Die Apotheke 2020, Apothekendichte in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2019.

38 Vormalig war in der Innenstadt mit der Stadt-Apotheke ein weiterer Betrieb ansässig.

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** stellt die Angebotspalette an modischen Sortimenten (Oberbekleidung, Wäsche, Sportartikel, Schuhe, Lederwaren) hinsichtlich ihrer Magnetfunktion einen wichtigen Attraktivitätsfaktor für eine (Innen-)Stadt dar. Im Segment Bekleidung sind in Steinbach-Hallenberg neun Betriebe auf rd. 960 m² Verkaufsfläche aktiv. Die zahlenmäßige Angebotsstruktur wird in Steinbach-Hallenberg durch acht Textilfachgeschäfte und einen Textilfachmarkt (NKD) bestimmt, die überwiegend funktionsgerecht in der Innenstadt etabliert sind. Das Angebot ist vor allem durch inhabergeführte Geschäfte gekennzeichnet, die auf Grund ihrer meist höherwertigen Ausstattung sowie Spezialisierung einen wichtigen Attraktivitätsfaktor für die Steinbach-Hallenger Innenstadt darstellen. Die Betriebe agieren meist im mittleren Preisniveau³⁹; in der Regel werden gängige Modemarken oder individuelle Modelabels angeboten.

In der Sportbranche (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) ist derzeit – seit der Schließung des Germina-Stores in Unterschönau – nur ein Fachgeschäft vorhanden. Das flächenseitige Angebot fällt unter Einbezug der Stadtgröße und der Orte im Umfeld von Steinbach-Hallenberg zu gering aus.

Im Sortiment Schuhe/Lederwaren gibt es in Steinbach-Hallenberg zwei Anbieter mit einer Verkaufsfläche von rd. 200 m². Beide mittelständischen Betriebe sind als attraktive und sehr ansprechende Anbieter einzustufen.

Im Sanitätsfachhandel ist kein Betrieb vertreten. Unter dem Aspekt des hohen Anteils an älterer Bevölkerung in Steinbach-Hallenberg (vgl. Abb. 12) stellt das Fehlen eines entsprechenden Betriebes ein Defizit dar.

In der Buchbranche ist eine innerstädtische Buchhandlungen vorhanden, die auf Grund ihrer limitierten Fläche von unter 100 m² nur ein eingeschränktes Angebot zeigen kann.

In die Branche Papier-/Büro-/Schreibwaren ist mit einem Post-Shop ein Anbieter ansässig, der jedoch nur ein eingeschränktes Angebot in diesem Segment führt. Das Sortiment wird jedoch in einem weiteren Fachgeschäft mit geführt.

In der Spielwarenbranche ist ein spezielles Fachgeschäft vorhanden, dieser Betrieb zeigt ein kompetentes Angebot. Spielwaren werden weiterhin auch auf Kleinstflächen im Randsortiment mit offeriert.

In der Zoobranche ist kein spezieller Anbieter in Steinbach-Hallenberg ansässig. Ein Teilsortiment (Tiernahrung, Futtermittel) wird jedoch von zwei Spezialanbietern in Viernau angeboten.

Die Bedarfsgüter des **langfristigen Bedarfsbereichs** sind durch eine seltenere bzw. aperiodische Nachfrage gekennzeichnet. In Steinbach-Hallenberg ist in der Möbelbranche mit einem mittelständischen Möbelhaus ein entsprechender Anbieter ansässig. Für einen umfangreichen Möbeleinkauf ist die Stadt Steinbach-Hallenberg jedoch – wie auch andere Kleinstädte – nicht geeignet.

Für die flächenintensive Branche Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung wird i.d.R. ein hohes Nachfrage- bzw. Einwohnerpotenzial benötigt; Bau- oder Gartenmärkte sind meist in einwohnerseitig größeren Städten ansässig. In Steinbach-Hallenberg sind verschiedene Anbieter (u.a. zwei Baustoffanbieter, ein Industriewarenanbieter, Farbenanbieter) verortet, die auch ein Sortiment an Baumarktartikeln führen. Weiterhin werden Teilbereiche dieses Sortiments in anderen Betrieben und auch im Randsortiment bei branchenfremden Anbietern geführt.

Das Sortiment Glas/Porzellan/Keramik/Geschenk- und Haushaltswarenartikel wird in verschiedenen Betrieben offeriert, insbesondere führt in der Innenstadt die Firma Holland-Lenz ein umfangliches und kundenattraktives Angebot.

Die Branche Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC wird durch ein kleineres Elektrogeschäft, ein Fotogeschäft und ein Computeranbieter geprägt, die nur zum geringen Teil die Nachfrage nach diesen Waren abdecken können.

In den Branchen Optik und Uhren/Schmuck existieren drei Anbieter, die ein attraktives Sortiment präsentieren. Alle Anbieter sind funktionsgerecht in der Innenstadt adressiert.

³⁹ Es existiert in diesem Segment auch ein sog. Billiganbieter, der auf einem niedrigen Niveau ausschließlich Billigtexilien (meist von ostasiatischen Produktionsstandorten) anbietet. Die Präsentation der Ware und die Außenwerbung erfolgen mit einfachsten Mitteln. Als Kaufargument dient bei diesen Geschäften lediglich der Preis.

Die Fahrradbranche ist durch einen kompetenten mittelständischen Anbieter gekennzeichnet, der in der Innenstadt ein attraktives Geschäft (inkl. Service) betreibt.

In der Branche Kfz-Zubehör ist kein Anbieter vorhanden; das Sortiment wird zum Teil in Tankstellen auf Kleinflächen mit verkauft.

Nachstehend werden in der Tabelle 7 die Flächen und die Betriebe in den einzelnen Branchen in Steinbach-Hallenberg tabellarisch zusammengefasst abgebildet.

Tabelle 7: Strukturdaten des Einzelhandels in Steinbach-Hallenberg

	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Lebensmittel	4.830	25	~190	0,51
Apotheken	100	2	~50	0,01
Drogerie/Parfümerie	40	2	~20	<0,01
Blumen	180	3	~60	0,02
Oberkleidung/Textilien/Wäsche	960	9	~110	0,10
Heimtextilien	20	1	~20	<0,01
Sportartikel	150	1	~150	0,02
Schuhe/Lederwaren	220	2	~110	0,02
Sanitätswaren/-bedarf	0	0	-	-
Bücher	60	1	~60	0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	90	1	~90	0,01
Spielwaren	100	1	~100	0,01
Zoobedarf/Tiernahrung	100	2	~50	0,01
Möbel/Antiquitäten	790	1	~790	0,08
Bau-/Gartenmarktartikel	2.030	7	~290	0,22
Haushaltwaren/Geschenkartikel	420	3	~140	0,04
Elektro/Unterhaltungselektronik	110	3	~40	0,01
Optik	100	2	~50	0,01
Uhren/Schmuck	20	1	~20	<0,01
Fahrräder	240	1	~240	0,03
Autoteile/-zubehör	0	0	-	-
Gesamt	10.560	68	~160	1,12

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Oktober 2021

5.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur

5.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Steinbach-Hallenberg ist in der Lebensmittelbranche eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 4.800 m² ausgebildet; auf Basis der lokalen Einwohnerzahl errechnet sich eine **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von 0,5 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner (vgl. Tab. 7). Aus gutachterlicher Sicht wird ein üblicher Versorgungsgrad⁴⁰ erreicht, wenngleich zentrale Orte i.d.R. auch eine Versorgungsfunktion für ihr Umfeld bzw. ihren Verflechtungsbereich mit übernehmen und somit höhere Flächenangebote vorhalten.

Um einen vergleichbaren Überblick über die für die Versorgung maßgeblich relevanten Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird nachstehend die **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Steinbach-Hallenberg ermittelt. Dabei werden nur die strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Discounter, Supermärkte - vgl. Definition in Anlage 2) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemarkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) werden hier nicht betrachtet. Folgende Tabelle 8 beschreibt die Dichtewerte für Steinbach-Hallenberg in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Tabelle 8: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Steinbach-Hallenberg

	Region/ Anbieter	Anzahl Märkte	Vk.Fl. Gesamt m ²	Vk.Fl. je Objekt m ² /Markt	Vk.Fl. je Einwohner m ² /Einwohner	DICHTE- INDEX
	Vergleich Deutschland	15.909	12.800.000	~810	0,154	100
Discounter	Steinbach-Hallenberg (Aldi, Norma)	2	1.410	~700	0,150	97
	Vergleich Deutschland	13.016	20.800.000	~1.600	0,250	100
Vollsortimenter (Supermarkt, Verbrauchermarkt/ SB-Warenhaus)	Steinbach-Hallenberg (Edeka, tegut)	2	2.490	~1.250	0,264	106
	Vergleich Deutschland	28.925	33.600.000	~1.160	0,404	100
Gesamt	Steinbach-Hallenberg	4	3.900	~970	0,414	102

Quelle: HDE Zahlenspiegel 2021 / Definition Betriebstypen vgl. Anlage 2 /
Einwohner Deutschland: 83.155.031 Pers. / Steinbach-Hallenberg: 9.428 Pers.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Flächendichte von rd. 0,41 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Steinbach-Hallenberg im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 0,40 m²/Ew.) ein vergleichbarer Versorgungsgrad erreicht, der geringfügig um 2 % über dem bundesweiten Referenzwert liegt. Da Steinbach-Hallenberg auch eine anteilige Versorgungsfunktion für umliegende kleinere Gemeinden ohne eine adäquate Lebensmittelversorgung übernimmt, zeigt sich jedoch ein relativ geringes Flächenangebot.⁴¹ Bei der Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen erreichen die Lebensmitteldiscounter einen Dichteindex von 97, somit liegt der Wert der Verkaufsflächendichte unter dem Bundesdurchschnitt. Mit Blick auf die Bestandsfläche zeigt sich, dass die beiden Lebensmitteldiscounter Aldi (ca. 800 m² VK) und Norma (ca. 600 m² VK) ihre übliche Marktzutrittsgröße nicht erreichen.

40 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,55 bis 0,70 m² je Einwohner. Im Bundesvergleich wird eine Flächendichte von ca. 0,44 m² je Einwohner erreicht.

41 Bei den Vergleichswerten handelt es sich um bundesdurchschnittliche Werte. Da in Städten – insbesondere in zentralen Orten – im Vergleich zu kleineren Gemeinden i.d.R. ein höheres Flächenangebot vorgehalten wird, sind diese bundesweiten Vergleichswerte nicht vollumfänglich mit den Steinbach-Hallenger Werten vergleichbar.

Grundsätzlich ist in den ostdeutschen Flächenländern in diesem Segment meist eine deutlich überdurchschnittliche Flächendichte zu beobachten, was u.a. auf die – im Bundesvergleich – geringere Kaufkraft (vgl. Karte 1/ Abb. 13) und die erhöhte Nachfrage nach discountorientierten Waren zurückzuführen ist.

Abbildung 18: Lebensmitteldiscounter in Steinbach-Hallenberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der Dichteindex bei Supermärkten (106) bewegt sich mit Blick auf den Bundesdurchschnitt auf einem ähnlichen Niveau und deutet auf einen zufriedenstellenden Ausstattungsgrad hin. Gerade die Existenz des attraktiven und höherwertigen Edeka-Supermarktes stellt einen wichtigen Angebotsbaustein für eine qualitativ umfängliche Lebensmittelversorgung innerhalb einer Kleinstadt dar. Der tegut-Markt kann dagegen auf Grund seiner limitierten Fläche seinen Vollsortimentsanspruch nur ungenügend einlösen.

Abbildung 19: Lebensmittelsupermärkte in Steinbach-Hallenberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit wird in Steinbach-Hallenberg – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl – bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot vorgehalten. Die Struktur des Lebensmittelangebots ist durch eine gute Bandbreite von vier verschiedenen und konzeptionell unterschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot u.a. durch zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker und Getränkemärkte arrondiert wird. Somit existiert für die Einwohner von Steinbach-Hallenberg eine ansprechende Auswahlvielfalt, wengleich insbesondere die beiden Discounter ihre Märkte unterhalb der üblichen Marktzutrittsgröße⁴² betreiben.

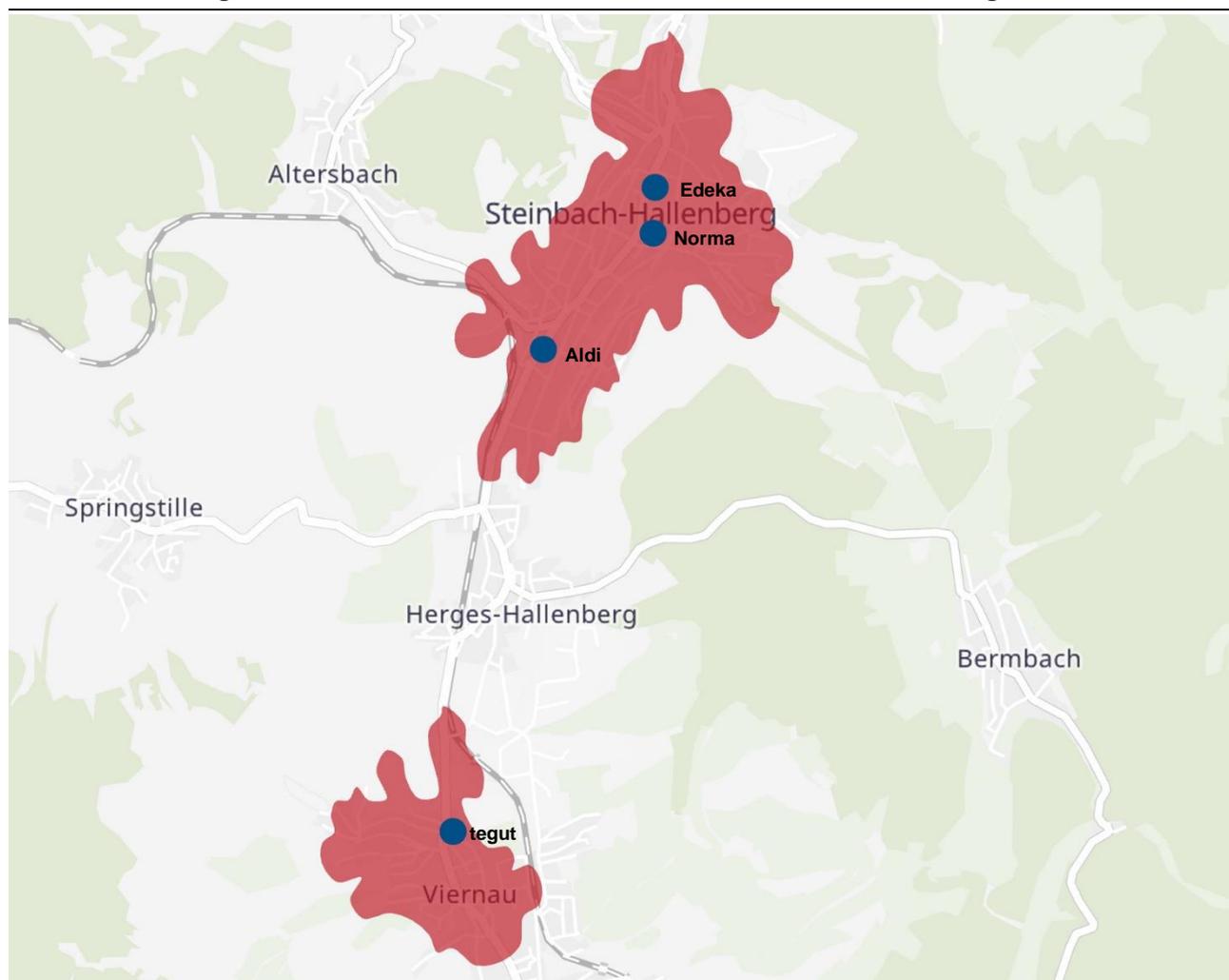
42 Die minimale Marktzutrittsgröße liegt bei Discountern bei ca. 800 m², i.d.R. werden Verkaufsflächen ab 1.000 m² entwickelt.

5.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Steinbach-Hallenberg

Die prospektive Einzelhandelsentwicklung in Steinbach-Hallenberg soll sich im Bereich der Grundversorgung⁴³ u.a. auf die möglichst **flächendeckende wohnortnahe Versorgung** der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereichs, insbesondere mit Lebensmitteln fokussieren. Dies ergibt sich vor allem aus der Prämisse des demographischen Wandels (vgl. Abb. 3/12) und der Zielsetzung, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden bzw. Verkehr generell zu minimieren.

Nachstehend werden kartographisch die **fußläufigen Nahbereiche**⁴⁴ der strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Steinbach-Hallenberg dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt (keine Radien), d.h. es werden auch Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt.

Karte 6: Fußläufige Nahbereiche der Lebensmittelmärkte in Steinbach-Hallenberg



■ Fußläufiger Nahbereich (800 m-Laufweg) der Lebensmittelmärkte

Einwohner im Nahbereich:

Edeka:	ca. 2.180 Ew.	Aldi:	ca. 1.610 Ew.
Norma:	ca. 2.240 Ew.	tegut:	ca. 1.010 Ew.

Karte: GeoBasis-DE / BKG 2021
Daten: <http://sg.geodatenzentrum.de>



43 Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.
Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1-2.6.4.

44 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Radius von rd. 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten bzw. Gebieten können auch Laufwege bis 1.000 m unterstellt werden.

In Steinbach-Hallenberg kann für den Großteil der kernstädtischen Bevölkerung sowie der Einwohner von Herges-Hallenberg und von Viernau eine fußläufige Nahversorgung abgebildet werden. Insgesamt wohnen in den **Nahbereichen** der in der vorstehenden Karte 6 dargestellten Lebensmittelmärkte – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – ca. 4.600 Personen. Demnach ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der lokalen Einwohner innerhalb der benannten Siedlungsgebiete möglich, da rd. 69 % der Bewohner der drei benannten Siedlungsbereiche fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können. Auf Grund der zentralen Lage der drei Lebensmittelmärkte in der Kernstadt (inkl. Herges-Hallenberg) können diese Märkte – im Vergleich zu dem Viernauer tegut-Markt – einen höheren Bevölkerungsanteil versorgen.

Tabelle 9: Einwohner im Nahbereich der Lebensmittelmärkte (Abdeckungsgrad)

	Einwohner	Einwohner Nahbereich	Abdeckungsgrad
	abs.	abs.	%
Steinbach-Hallenberg	4.800	3.610	75
Viernau	1.880	1.010	54
Gesamt	6.680	4.620	69

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebung und Berechnungen

Anmerkung: Einwohner im Nahbereich der Lebensmittelmärkte jeweils unter Berücksichtigung von Überschneidungsbereichen

Grundsätzlich ist eine flächendeckende und engmaschige Lebensmittelversorgung in Steinbach-Hallenberg auf Grund der dispersen Siedlungsstruktur, der Topographie der Stadt und der daraus resultierenden fußläufigen Erreichbarkeitshemmnisse – wie auch in anderen Städten – nur schwer umzusetzen. Naturgemäß sind somit Wohnbereiche vorhanden, in deren unmittelbarer Umgebung kein Lebensmittelmarkt ansässig ist.

Hierbei handelt es sich um den nördlichen Kernstadtbereich bzw. um Gebiete in Richtung Unterschönau und Rotterode, wobei in diesen Bereichen eine überwiegend lockere Wohnbebauung, meist mit freistehenden ein- und zweigeschossigen Wohnhäusern, vorzufinden ist. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete nicht zu konstatieren, da die Einwohner nur geringfügig längere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage zurücklegen müssen. Ferner zeigt sich auch in den südlichen Bereich von Viernau keine adäquate Versorgung, da der tegut-Markt insbesondere aus dem nördlichen und dem zentralen Ortsgebiet gut erreichbar ist.

Ungeachtet des Gesamtwertes der städtischen Flächendichte variiert die Ausstattung innerhalb der einzelnen Siedlungsbereiche. So findet sich sowohl in der Kernstadt als auch in Viernau eine sehr gute Lebensmittelversorgung wieder, in den ländlich geprägten und nicht verstädterten **Ortsteilen** ist dagegen keine Grundversorgung in Form eines größeren Lebensmittelmarktes ausgebildet.

Das fehlende Angebot in den restlichen dezentralen Ortsteilen ist vor allen mit der geringen Mantelbevölkerung (vgl. Abb. 11) zu begründen; hieraus resultiert ein niedriges einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial. Folglich sind der Ansiedlung von Handelsbetrieben prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt und die Installation eines größeren bzw. filialisierten Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch i.d.R. nicht möglich.⁴⁵

Ferner ist auf das anzahlmäßig gut ausgebildete kernstädtische Lebensmittelangebot zu verweisen, das bezüglich seiner Auswahlvielfalt auch eine Strahlkraft auf die Bewohner in den dezentralen Ortsteilen und deren Einkaufsentscheidung ausübt. Somit ist der Markteintritt eines Lebensmittelmarktes in den kleineren peripheren Ortsteilen auch unter Beachtung des Konkurrenzdrucks äußerst schwierig, zumal nur eine eingeschränkte Betreiberauswahl existiert. Des Weiteren sind die bestehenden kernstädtischen Lebensmittelmärkte jeweils verkehrsgünstig aus den einzelnen dezentralen Ortsteilen zu erreichen, da diese an oder in der Nähe von innerörtlichen Hauptverkehrsträgern verortet sind.

⁴⁵ Ein Lebensmittelmarkt, dessen übliche Marktzutrittsgröße i.d.R. bei rd. 800 m² liegt, benötigt am Ansiedlungsort bzw. in seinem Einzugsgebiet ein minimales Konsumentenpotenzial von rd. 3.000 Personen. Dieses Einwohnerpotenzial weisen die peripheren Ortsteile von Steinbach-Hallenberg bei Weitem nicht auf (vgl. Abb. 11).

5.5. Bindungsintensität des Steinbach-Hallenberger Einzelhandels

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁴⁶ je Sortiment⁴⁷ und dem Nachfragevolumen des Einzelhandels (vgl. Tab. 4) dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Steinbach-Hallenberg getroffen werden, die Kaufkraft der örtlichen Einwohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden.

Die Bindungsintensität ist ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität. Eine Kennziffer von über 100 % drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 % besteht per Saldo demnach ein Umsatzabfluss. Aus den erzielten Werten kann abgeleitet werden, inwieweit **quantitative Angebotslücken** des Einzelhandels von Steinbach-Hallenberg bei der Versorgung der lokalen Einwohner vorhanden sind.

Nachstehende Übersicht stellt die Bindungsintensität des Steinbach-Hallenberger Einzelhandels nach Bedarfsbereichen⁴⁸ zusammengefasst dar. Die Kaufkraftbindung liegt über alle Bedarfsstufen hinweg bei rd. 71 %, so dass der lokale Handel die vor Ort bestehende Nachfrage nicht vollständig abdecken kann; die Versorgungsleistung der Stadt korrespondiert nicht vollständig mit der Ausweisung als Grundzentrum. Die relativ geringe Kaufkraftabdeckung ist auch im Verhältnis zu der niedrigen Flächenausstattung (vgl. Tab. 5 i.V.m. Abb. 15) von Steinbach-Hallenberg zu sehen.

Tabelle 10: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Steinbach-Hallenberger Handels nach Bedarfsbereichen

	Marktpotenzial Mio. EUR	Umsatz Mio. EUR	Bindungsquote %
Kurzfristiger Bedarfsbereich	31,35	27,34	87
Mittelfristiger Bedarfsbereich	10,04	5,75	57
Langfristiger Bedarfsbereich	14,87	6,59	44
Gesamt	56,26	39,68	71

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der Umsatz-Kaufkraft-Relation werden die einzelnen Branchen nach drei **Bedarfsbereichen** zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite eines Sortiments können demnach durch andere Sortimente innerhalb der einzelnen Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden die sortimentspezifischen Bindungsquoten ermittelt und in der umseitigen Abbildung 20 ausgewiesen; in diesem Zusammenhang ist auch auf die qualitative Branchenbewertung unter dem vorstehenden Punkt 5.3 zu verweisen.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich weist der Steinbach-Hallenberger Einzelhandel per Saldo in allen Sortimenten einen Kaufkraftabfluss in das Umland auf. Die Kunden- und auch Umsatzabflüsse sind bei Lebensmitteln, Pharmaziewaren und Blumen als verhältnismäßig gering einzustufen, bei Droge-waren zeigt sich ein hoher Abfluss von ca. 58 % der lokalen Kaufkraft.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich rd. 57 %, die Marktdeckung zeigt sich für eine grundzentrale Angebotsstruktur teilweise unzureichend. Prinzipiell

46 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Geschäftes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen.
Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in die Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

47 Bei dieser Berechnung werden die Umsätze je Sortiment zugrunde gelegt. Führt ein Betrieb mehrere Einzelsortimente (z.B. Lebensmittelmärkte oder Multisortimentsmärkte), so werden die Erlöse innerhalb dieser Sortimentsgruppe der jeweiligen Branche zugeordnet.

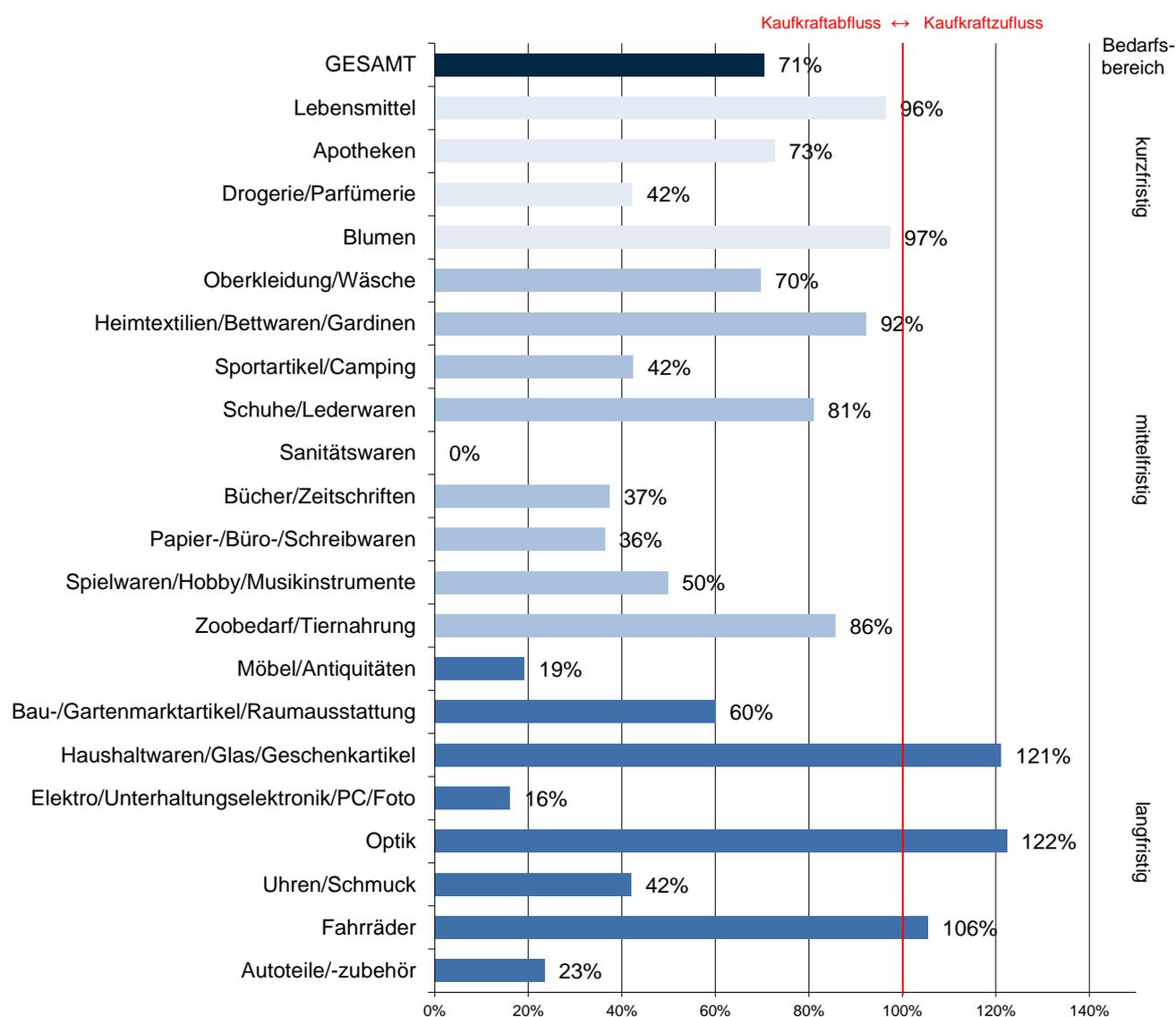
48 Die Bedarfsbereiche wurden nach der Fristigkeit der einzelnen Sortimente eingeteilt (vgl. Anlage 1).

ist jedoch in allen Sortimenten (Ausnahme Sanitätswaren) ein Grundversorgungsangebot ausgebildet, wenngleich eine höhere Angebotsdichte wünschenswert wäre.

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei rd. 44 %, hier können die Branchen Haushaltwaren, Optik und die Zweiradbranche einen Umsatzzufluss aus dem Umland nach Steinbach-Hallenberg auslösen. Dagegen zeigt sich insbesondere in den ausgabenstarken Branchen Möbel, Bau-/ Gartenmarktartikel und Elektrowaren ein – teilweise hoher – Kaufkraftabfluss.

Die nachfolgend eingefügte Abbildung verdeutlicht die Kaufkraftbindung von Steinbach-Hallenberg und weist die sortimentspezifischen Kaufkraftbindungsquoten aus. Es wird deutlich, dass mit Ausnahme weniger Branchen teilweise hohe Kaufkraftabflüsse aus Steinbach-Hallenberg zu verzeichnen sind. Dementsprechend kann Steinbach-Hallenberg seine landesplanerisch zugedachte Versorgungsfunktion als Grundzentrum nur zum Teil funktionsgerecht erfüllen.

Abbildung 20: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten von Steinbach-Hallenberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

5.6. Stärken-Schwächen-Analyse

Die nachstehende Stärken-Schwächen-Analyse stellt überblicksartig eine zusammenfassende Bewertung der Standortrahmendaten von Steinbach-Hallenberg und des lokalen Einzelhandels dar.

Abbildung 21: Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Steinbach-Hallenberg

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ zentralörtliche Einstufung als Grundzentrum ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit von Steinbach-Hallenberg aus der umliegenden Region ▪ hoher Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt, Vorhandensein von verschiedenen Magnetbetrieben ▪ Handel ist in der Innenstadt konzentriert, keine maßgeblichen Angebote mit Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten an peripheren Standorten ▪ attraktiver Lebensmittelmarkt fungiert in der Innenstadt als Frequenzanker, guter Mix aus Filialisten und attraktiven mittelständischen Handelsbetrieben in der Innenstadt ▪ hohe Multifunktionalität der Innenstadt ▪ städtebaulich attraktive Innenstadt ▪ gute räumliche Lebensmittelversorgung, insbesondere durch konzeptionell unterschiedlich positionierte Lebensmittelmärkte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Steinbach-Hallenberg weist z.T. negative Rahmenbedingungen für den Handel auf (u.a. Bevölkerungsrückgang, Überalterung, negativer Pendlersaldo, geringe Kaufkraft) ▪ perspektivisch rückläufige Nachfrage durch sinkende Bevölkerungszahlen in Steinbach-Hallenberg und in der Region ▪ eingeschränkter Einzugsbereich, da die umliegenden Städte Schmalkalden, Zella-Mehlis, Suhl und Meiningen mit ihrem leistungsstarken Handelsangebot den Marktbereich des lokalen Handels limitieren ▪ geringe gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung (ca. 1,1 m² je Einwohner), dadurch Kaufkraftabfluss in verschiedenen Branchen ▪ Handel in der Innenstadt ist kleinteilig strukturiert, limitierte Flächenpotenziale in der Innenstadt zur Ansiedlung von großformatigen Handelsbetrieben ▪ hoher Leerstand an kleinen Ladenflächen in der Innenstadt, die zur Inbetriebnahme von modernen Handelskonzepten wegen ihrer Kleinteiligkeit nicht in Frage kommen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

6. Einzelhandelsentwicklungskonzept Steinbach-Hallenberg

6.1. Nachfrageprognose

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Steinbach-Hallenberger Einzelhandel wird unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsstrukturen eruiert, welche branchenspezifischen Ansiedlungspotenziale für die Stadt in den nächsten Jahren bestehen. Dabei sollen vorhandene Kaufkraftabflüsse abgebaut und ein attraktives und ausgewogenes sowie zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden.

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials zum Prognosehorizont 2030 fließen verschiedene Determinanten ein, für die fundierte Prognosen bzw. Annahmen zugrunde gelegt werden. Ein wesentlicher Faktor – der maßgeblich Einfluss auf die zukünftige Einzelhandelsnachfrage nimmt – ist die **Bevölkerungsentwicklung**. Die Bevölkerungsprognose für Steinbach-Hallenberg bzw. die umliegenden Gebiete geht bis zum Jahr 2030 von einem Einwohnerrückgang aus (vgl. Tab. 1).

Tabelle 11: Konsumentenpotenzial für den Steinbach-Hallenberger Handel im Jahr 2030

	Einwohner		Veränderung
	2021	2030	2021 - 2030
	abs.	abs.	%
Steinbach-Hallenberg	9.428	8.490	-9,9

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung 30.06.2021; 1. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung

Für die Prognose des Kaufkraftvolumens in der folgenden Dekade werden neben der Bevölkerungsschätzung folgende weitere **Eingangsgroßen** zugrunde gelegt:

- Die einzelhandelsrelevante bzw. die sortimentspezifische Kaufkraft (vgl. Abb. 13/14) wird sich in Steinbach-Hallenberg und im Umfeld der Stadt in den nächsten Jahren auf einem etwa gleichbleibenden Niveau bewegen bzw. nur leicht ansteigen. Dies ist aus der Entwicklung in der Vergangenheit und der arbeitsmarktpolitischen Situation (u.a. Beschäftigungsverhältnisse, Lohnniveau, Arbeitslosenquote) abzuleiten.
- Die Konsumenten verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“; die coronabedingten Minderausgaben im stationären Handel werden sich relativieren. Es ist nicht von extremen Veränderungen des gegenwärtigen Spar- und Ausgabeverhaltens der Bevölkerung auszugehen. Auf Grund der gesamtwirtschaftlichen Lage wird unterstellt, dass die Binnennachfrage nur unwesentlich ansteigen wird.
- Der Anteil der Ausgaben⁴⁹ im Einzelhandel an den privaten Konsumausgaben wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen nur marginal vermindern. Dies ist mit dem stärkeren Anstieg der Preise für einzelhandelsfremde Ausgaben (Dienstleistungen, Reisen, Miete, Energie, private Vorsorge etc.) im Verhältnis zu den Preisen für Einzelhandelswaren zu begründen (vgl. Abb. 4). Der Handel kann somit von den steigenden Lohn- und Einkommensverhältnissen in Deutschland nur unterdurchschnittlich partizipieren.
- Die realen Ausgaben im Einzelhandel werden sich geringfügig erhöhen (vgl. Abb. 4). Innerhalb der Einzelhandelsbranchen wird es zu geringfügigen Verschiebungen im Ausgabeverhalten kommen, wobei lediglich marginale Wachstumsimpulse in einzelnen Branchen zu erwarten sind.

⁴⁹ Für die Berechnung der zukünftigen Verbrauchsausgaben im Einzelhandel sind inflationsbereinigte (reale) Werte zugrunde zu legen, da in der nominalen Entwicklung mögliche inflationäre Tendenzen nicht berücksichtigt werden und somit keine Rückschlüsse auf realistische Entwicklungspotenziale möglich sind.

- Eine Ausweitung des Marktgebietes des Steinbach-Hallenberger Einzelhandels ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist insbesondere aus dem leistungsstarken Handelsangebot im Umfeld der Stadt, d.h. in Schmalkalden, Zella-Mehlis, Suhl und Meiningen (vgl. auch Verkaufsflächenausstattung in Abb. 15) abzuleiten. Es ist nicht davon auszugehen, dass die Einzelhandelsattraktivität dieser Orte nachlassen wird.

Als Konsequenz der aufgezeigten Entwicklungen empfiehlt sich eine **vorsichtige Prognose** des Nachfragevolumens des Steinbach-Hallenberger Einzelhandels. Bis zum Jahr 2030 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Determinanten von einem Rückgang des jährlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens von derzeit rd. 56,3 Mio. EUR (vgl. Tab. 4) auf rd. 52,2 Mio. EUR auszugehen. Dies entspricht einer Verminderung gegenüber der aktuellen einzelhandelsrelevanten Nachfrageplattform um ca. 7 %.

Tabelle 12: Prospektive Entwicklung des Marktpotenzials in Steinbach-Hallenberg

	Marktpotenzial		Veränderung	
	2021	2030	2021-2030	
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Steinbach-Hallenberg	56,26	52,20	-4,06	-7,2

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Zuzüglich zu dem vorstehenden Marktpotenzial für das Jahr 2030 sind Nachfragevolumina zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** resultieren. Diese Erlöse ergeben sich beispielsweise von Konsumenten aus dem Umland von Steinbach-Hallenberg, von Durchreisenden, von Besuchern oder durch Zufallskunden. Demnach wird sich das Nachfragevolumen durch die genannten Faktoren erhöhen.

6.2. Entwicklungsrahmen des Steinbach-Hallenger Einzelhandels

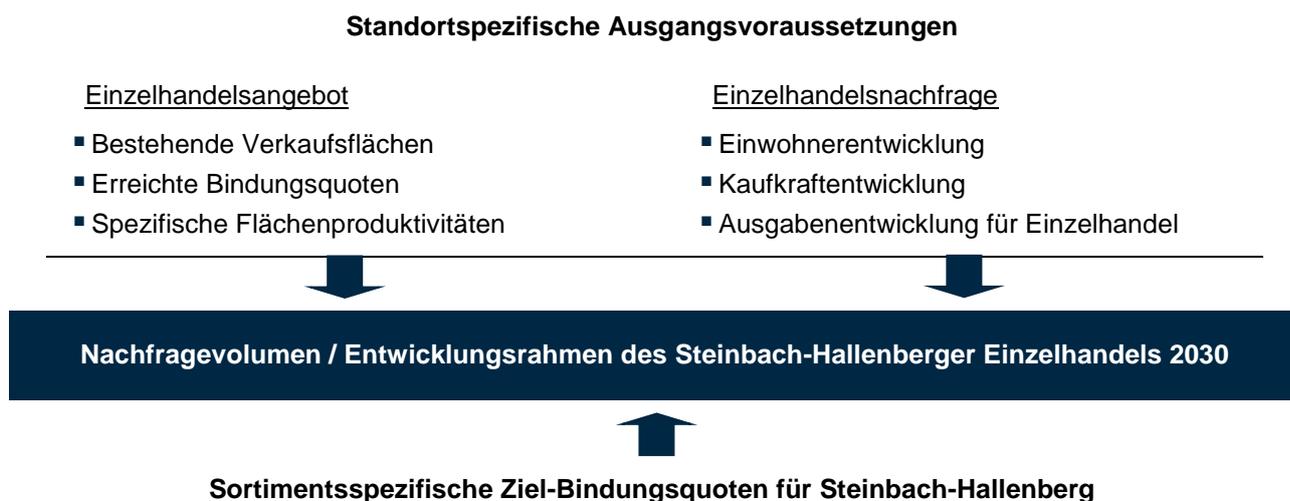
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Steinbach-Hallenger Einzelhandel wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2030 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Steinbach-Hallenberg und die erzielten Umsätze je Sortiment,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Steinbach-Hallenberg im Jahr 2030,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung des Steinbach-Hallenger Einzelhandels.

Die wesentlichen Eingangsparameter für die Modellrechnung sind die aktuellen Bestandsdaten des Einzelhandels, die im Rahmen der Standortanalyse erhoben und ausgewertet wurden (vgl. Pkt. 5). Hierbei sind insbesondere die bestehenden Verkaufsflächen und deren Leistungsfähigkeit sowie die erreichte Kaufkraftbindungsquote (vgl. Abb. 20) je Sortiment von Bedeutung. Auf Grundlage des zu erwartenden Nachfragevolumens bis zum Jahr 2030 (vgl. Tab. 12) und sortimentspezifischer Ziel-Bindungsquoten errechnen sich die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für den Steinbach-Hallenger Einzelhandel.

In der folgenden Abbildung 22 werden die zugrunde gelegten Parameter zur Berechnung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens überblicksartig dargestellt.

Abbildung 22: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf für die Stadt Steinbach-Hallenberg wird aus der prognostizierten Nachfrageplattform für das Jahr 2030 (vgl. Tab. 12) und den dann zu erwartenden branchenspezifischen Bindungsquoten⁵⁰ unter Ansetzung einer **Ziel-Kaufkraftbindungsquote** ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilskonzepts⁵¹ errechnet sich unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Flächenproduktivität⁵² die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu erwartenden Nachfragevolumens sichern kann. Unter Beachtung des bestehenden Einzelhandelsangebots wird somit eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der lokalen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

50 Die einzelhandelsrelevante Nachfrage wird für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2030 berechnet. Demgegenüber werden die aktuellen sortimentspezifischen Umsätze der jeweiligen Betriebe gestellt, wobei für die Folgejahre ein gleichbleibendes Umsatzniveau unterstellt wird. Somit errechnen sich die im Jahr 2030 zu erwartenden Bindungsquoten, die auf Grund des rückläufigen Nachfragevolumens naturgemäß im Vergleich zu den aktuellen Bindungsquoten höher ausfallen werden (Abb. 20 vs. Abb. 24). Prinzipiell wurde bei der Berechnung unterstellt, dass keine Handelsbetriebe aus dem Markt ausscheiden werden.

51 Bei dem sog. Marktanteilskonzept wird das relevante Nachfragevolumen der möglichen Kaufkraftabschöpfung (= Marktanteil) gegenübergestellt.

52 Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung genannt) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche. Die Produktivität wird dabei für den Prognosezeitraum als konstant angenommen.

Für die folgende Modellrechnung wird in zwei Szenarien unterschieden. In Szenario A wird unterstellt, dass Steinbach-Hallenberg die lokale Kaufkraft vollständig binden kann und die Versorgungsfunktion im Wesentlichen auf die Einwohner der Stadt abgestellt ist. In Szenario B wird angenommen, dass die Bedeutung des Steinbach-Hallenger Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem Umfeld der Stadt und aus dem bestehenden Tourismus binden kann.

Abbildung 23: Szenarien der Kaufkraftbindung für Steinbach-Hallenberg

Szenario A

Der lokale Einzelhandel wird zukünftig die Kaufkraft der Bewohner von Steinbach-Hallenberg vollständig vor Ort binden. Wesentliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Verflechtungsbereich werden jedoch nicht induziert. Es wird in den Branchen, die derzeit einen Kaufkraftabfluss aus Steinbach-Hallenberg aufweisen (vgl. Abb. 20), eine Ziel-Bindungsquote von 100 % angesetzt.

Szenario B

Der lokale Einzelhandel wird perspektivisch – wie in Szenario A – die Kaufkraft der Bewohner von Steinbach-Hallenberg vollständig vor Ort binden. Durch die Verbesserung der Angebotsstruktur und des Branchenmix wird Steinbach-Hallenberg seine Marktposition im regionalen Wettbewerb ausbauen. Es wird eine erhöhte Ziel-Bindungsquote von 110 % angesetzt.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Bei der Quantifizierung des Entwicklungsrahmens des Steinbach-Hallenger Einzelhandels ist u.a. die **zentralörtliche Ausweisung** der Stadt zu beachten, wobei das anzustrebende Angebot mit der landes- bzw. regionalplanerischen Einstufung korrespondieren muss.

Die Stadt Steinbach-Hallenberg wird in der Regionalplanung als Grundzentrum (vgl. Karte 3) ausgewiesen. Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in Grundzentren die Funktionen der Daseinsvorsorge mit überörtlicher Bedeutung ergänzend zu den höherstufigen zentralen Orten konzentriert und zukunftsfähig gestaltet werden; die Grundzentren sichern ferner auch die Grundversorgung mit Gütern des Einzelhandels.⁵³

Dieser landesplanerisch definierte Versorgungsauftrag ist bei der Darstellung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten zu berücksichtigen. Prinzipiell ist der Stadt Steinbach-Hallenberg daher eine offensive und **zentralitätsstärkende Strategie** bei ihrer Einzelhandelsentwicklung (Szenario B) zu empfehlen.

Die Ziel-Bindungsquote wird mit 110 % so angesetzt, dass insbesondere keine Beeinträchtigung der umliegenden gleich- oder höherrangigen **zentralen Orte**, d.h. von ausgewiesenen Grund- und Mittel-/ Oberzentren⁵⁴ anzunehmen ist. Ebenso wird beachtet, dass die bestehenden Grundzentren im Umfeld von Steinbach-Hallenberg⁵⁵ weiterhin ihrer landesplanerisch angedachten Versorgungsfunktion gerecht werden können. Ferner wird der Anteil des Online-Handels beachtet, da ein Teil der lokalen Nachfrage nicht dem stationären Handel zur Verfügung steht.

Die Kaufkraftbindungsquote von 110 % entspricht auf Basis der prospektiven Bevölkerungszahl von Steinbach-Hallenberg im Jahr 2030 (ca. 8.500 Personen, vgl. Tab. 11) dann einer zu versorgenden Einwohnerzahl von ca. 9.300 Personen. Es ist daher von einem maßvollen Bedeutungsgewinn des lokalen Einzelhandels auszugehen.

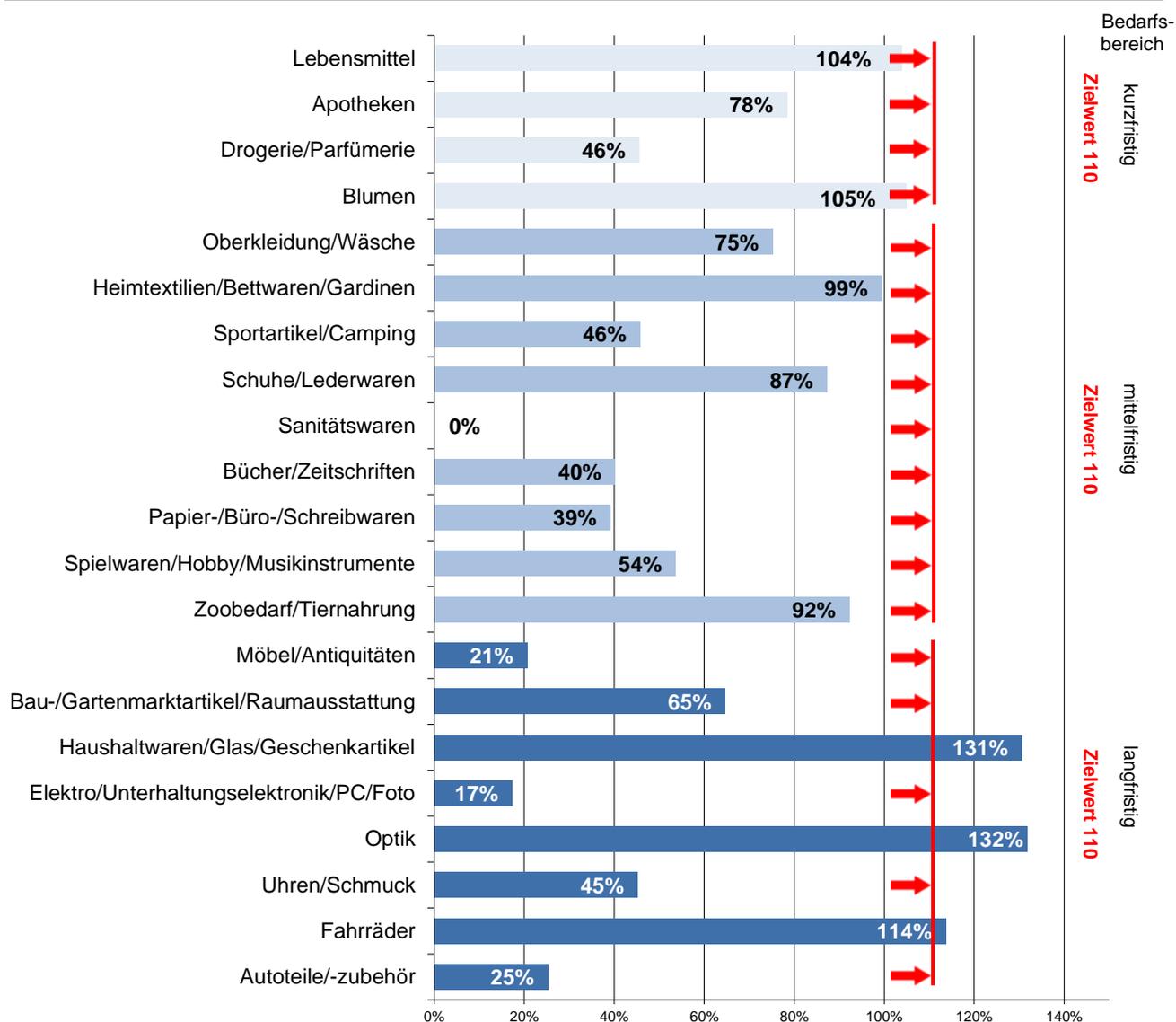
⁵³ vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm 2025, Pkt. 2.2.12 G.

⁵⁴ Südöstlich von Steinbach-Hallenberg liegt das gemeinsame Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums Suhl/Zella-Mehlis, südwestlich das Mittelzentrum Meiningen und westlich das Mittelzentrum Schmalkalden.

⁵⁵ Im Umfeld von Steinbach-Hallenberg existiert mit Tambach-Dietharz (Landkreis Gotha) lediglich ein Grundzentrum. Tambach-Dietharz liegt durch einen Höhenzug topographisch von Steinbach-Hallenberg abgetrennt.

In der folgenden Darstellung werden die zu erwartenden Bindungsquoten der einzelnen Branchen und die empfohlenen **Ziel-Bindungsquoten** für den Steinbach-Hallenger Einzelhandel im Jahr 2030 dargestellt. Bei der Modellierung der Bindungsquoten für das Jahr 2030 wird die zu dem Zeitpunkt zu erwartende Kaufkraft in Steinbach-Hallenberg von rd. 52,2 Mio. EUR zugrunde gelegt (vgl. Tab. 12). Auf der anderen Seite werden der lokalen Kaufkraft die aktuell erzielten Umsätze des Steinbach-Hallenger Handels gegenüber gestellt.⁵⁶ Da sich das Marktpotenzial bis zum Jahr 2030 vermindern wird, werden bei einem unterstellten gleichbleibenden Umsatz erhöhte branchenspezifische Zentralitäten – im Vergleich zum aktuellen Zeitpunkt (vgl. Abb. 20) – ausgewiesen.

Abbildung 24: Ziel-Bindungsquoten und Erweiterungsbedarfe für Steinbach-Hallenberg (Szenario B)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Mit Blick auf die Zielwerte und unter Berücksichtigung des rückläufigen Marktpotenzials zeichnet sich in der auf das Jahr 2030 projizierten Bestandssituation in einigen wenigen Branchen ein quantitativer Flächenüberhang ab, da der Zielwert der Kaufkraftbindung bereits erreicht bzw. überschritten wurde. Ein tatsächli-

⁵⁶ Bei der Betrachtung wurde nicht berücksichtigt, dass sich unrentable Betriebe vom Markt zurückziehen werden bzw. alle Handelsbetriebe auf Grund der sinkenden Nachfrageplattform (vgl. Tab. 11) grundsätzlich mit gewissen Umsatzeinbußen zu rechnen haben. Die Umsatzrückgänge bis zum Jahr 2030 würden im Durchschnitt jedoch deutlich unter 1 % p.a. betragen.

cher Flächenüberhang ist jedoch nicht zu konstatieren, da Steinbach-Hallenberg – bereits auch heute – in einigen Branchen einen Teil des Umlands mit versorgt. Ein Überangebot ist jedoch nicht auszumachen, zumal alle Betriebe in Steinbach-Hallenberg eine ortsgerechte Flächendimensionierung aufweisen.

Bei der vorgenommenen Berechnung ist zu unterstellen, dass hinsichtlich des **Prognosecharakters der Kaufkraftentwicklung** naturgemäß keine endgültige Aussage über die tatsächliche Entwicklung getroffen werden kann. Demzufolge sind die flächenseitigen Potenziale als Ansiedlungsoptionen zu sehen, deren Dimensionierung ggf. auch überschritten werden kann. Grundsätzlich ist bei Ansiedlungsvorhaben – insbesondere die deutlich über dem berechneten Erweiterungsbedarf liegen – im Rahmen einer Einzelfallentscheidung abzuwägen, ob bzw. welche absatzwirtschaftlichen Auswirkungen sich auf den lokalen Bestands-handel in Steinbach-Hallenberg zeigen könnten.

6.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept

6.3.1. Vorbemerkung

Auf Basis der Erkenntnisse der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 5) und der angesetzten Bindungsintensität (vgl. Abb. 24) werden im Folgenden konkrete Nutzungsmöglichkeiten für die funktionale **Weiterentwicklung des Steinbach-Hallenger Einzelhandels** erarbeitet. Die nachstehenden Ansiedlungsvorschläge beziehen sich auf Nutzungen, die auf Grundlage der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen und der prospektiven Entwicklung der Nachfrage in Steinbach-Hallenberg umsetzbar sind.

Ein Augenmerk wird auf die vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Steinbach-Hallenberg als Einzelhandelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und betriebswirtschaftliche bzw. fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen) berücksichtigt.⁵⁷

Ferner werden bei der Weiterentwicklung des Steinbach-Hallenger Einzelhandels auch lagespezifische Aspekte mit beachtet. Grundsätzlich kann beispielsweise bereits eine ausreichende gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung vorhanden sein, jedoch besteht die Möglichkeit der Fehlallokation von Verkaufsfläche. Dies kann sich z.B. in einer eingeschränkten Betriebstypenvielfalt oder einem unzureichenden Branchenbesatz in der Innenstadt oder in Nahversorgungslagen zeigen.

Die ausgewiesenen zusätzlichen Einzelhandelsflächen sind nicht als **starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung** in Steinbach-Hallenberg zu verstehen. Bei einer wesentlichen Überschreitung sind jedoch ggf. Umsatzumverteilungseffekte bzw. eine Marktverdrängung bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben zu erwarten, die im Einzelfall unter der Berücksichtigung von versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten zu bewerten sind. Ferner sind größere Flächen, die auf eine raumordnerische Beeinträchtigung von umliegenden Orten deuten, abzulehnen (vgl. landesplanerisches Kongruenzgebot auf Seite 15).

Durch einen Abgleich der ausgewiesenen Verkaufsflächenpotenziale (vgl. folgende Tab. 13) mit einem konkreten Neu- bzw. Erweiterungsvorhaben, u.a. nach

- Art des geplanten Vorhabens (Betriebskonzept) und Betriebstyp (bspw. Fachgeschäft, Fachmarkt),
- Größe der Verkaufsfläche,
- Lage- und Standortqualität,
- Einzugsgebiet und
- dem quantitativen Bestand und der qualitativen Ausprägung der lokalen Bestandsbetriebe

können bereits vorab die absatzwirtschaftliche Tragfähigkeit und insbesondere städtebauliche Verträglichkeit eines Vorhabens eingeschätzt und bewertet werden.

Des Weiteren können auch Vorhaben – die flächenseitig über den dargestellten Ansiedlungspotenzialen liegen – im Einzelfall zur Attraktivierung des gesamtstädtischen Angebots beitragen, sofern diese mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen in Steinbach-Hallenberg übereinstimmen. Dies bedeutet jedoch, dass diese Vorhaben in den stadtentwicklungspolitisch präferierten Lagen, d.h. in der Regel im **zentralen Versorgungsbereich** oder an **städtebaulich integrierten Lagen** entwickelt werden. Eine mögliche Verdrängung von bestehenden Angeboten in dezentralen Lagen ist dabei als hinnehmbar und unter versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten ggf. sogar als wünschenswert einzustufen.

⁵⁷ Anmerkung: Die folgenden Aussagen zu den offenen Potenzialen ersetzen nicht die betriebswirtschaftliche Machbarkeitsberechnung im Einzelfall. Ferner können naturgemäß die zukünftigen Trends bei der Entwicklung der einzelnen Branchen nicht berücksichtigt werden. Die empfohlenen Flächengrößen stellen einen Anhaltspunkt der Flächendimensionierung dar.

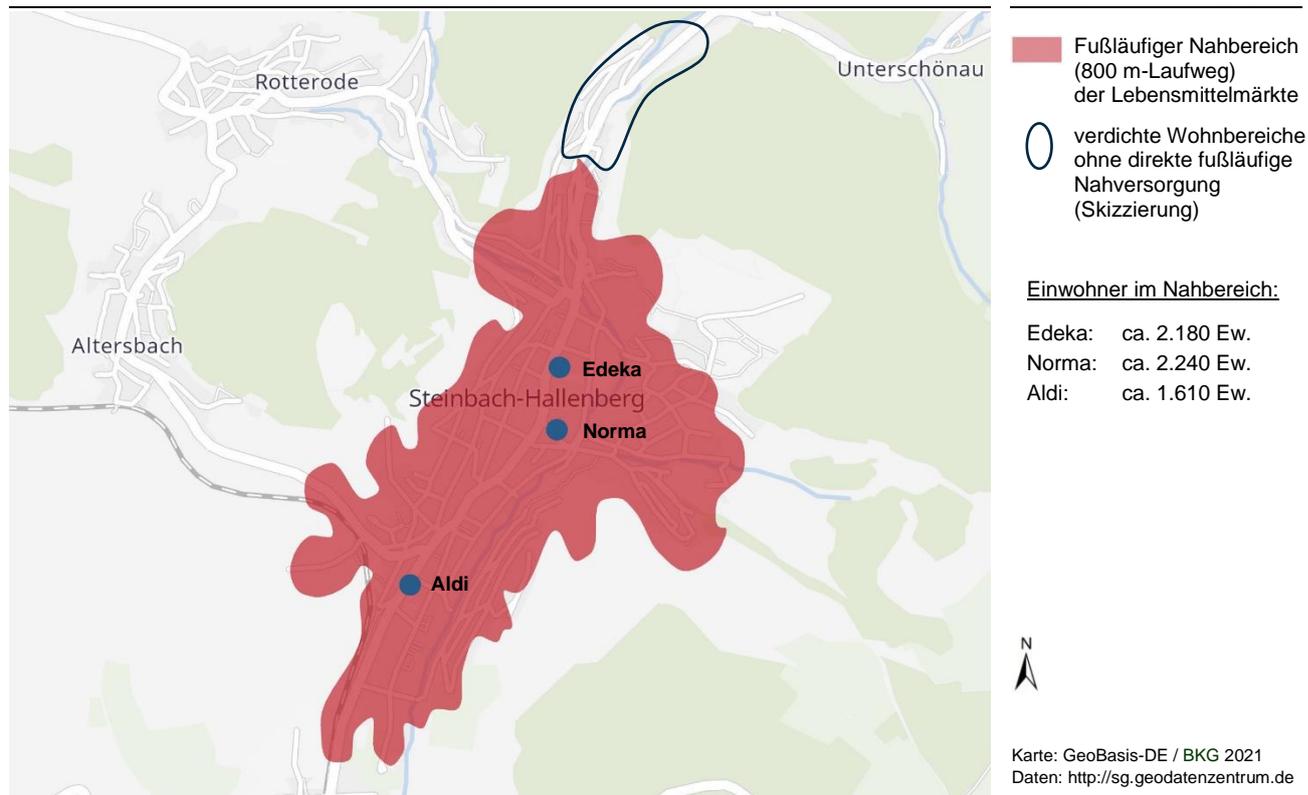
6.3.2. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept

Unter Punkt 5.4 wurde eine Analyse der Grundversorgungsstrukturen von Steinbach-Hallenberg erstellt. Auf Basis des Bestandes an Lebensmittelverkaufsfläche und der zu erwartenden Nachfrage bis zum Jahr 2030 ist zukünftig ein geringer rechnerischer Mehrbedarf an Verkaufsfläche in Steinbach-Hallenberg zu sehen.

Die Angebotsanalyse zeigt, dass für die Einwohnerzahl von Steinbach-Hallenberg mit rd. 0,5 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner (vgl. Tab. 7) im Vergleich zu ähnlich großen Kommunen eine **ausreichende Gesamtlebensmittelverkaufsfläche** besteht; eine überdurchschnittlich hohe Flächendichte ist jedoch nicht zu reklamieren. Hinsichtlich der räumlichen Verteilung und der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen ist ein – für die Stadtgröße – ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden, wobei als Träger der Lebensmittelversorgung zwei Supermärkte und zwei Discounter fungieren (vgl. Tab. 7).

Die **strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels** liegen verhältnismäßig gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt, so dass eine gute fußläufige Abdeckung eines großen Teils der Kernstadt möglich ist. In den Nahbereichen der drei Lebensmittelmärkte wohnen – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – ca. 3.600 Personen. Folglich ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der lokalen kernstädtischen Einwohner (inkl. Herges-Hallenberg) möglich, da rd. 75 % der Bewohner dieses Siedlungsbereiches fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können. Als unterversorgtes Gebiet ist der Bereich der Oberhofer Straße bis zur Ortsteilgrenze zu Unterschönau zu sehen; ferner zählt im angrenzenden Ortsteil Herges-Hallenberg nur der nördliche Bereich zum fußläufigen Nahbereich des Aldi-Marktes.

Karte 7: Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt (Ziel-Konzept)



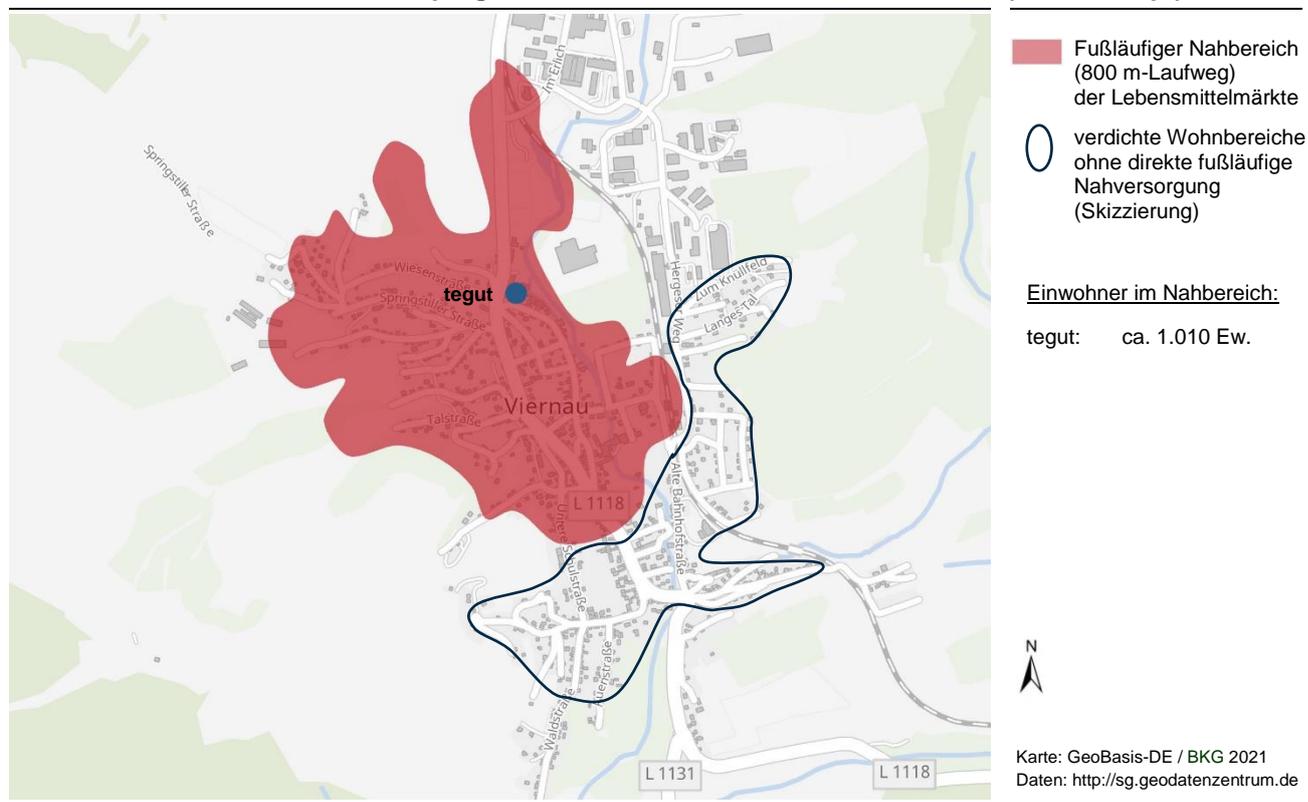
In der Kernstadt agieren mit einem Supermarkt und zwei Discountern konzeptionell unterschiedliche Märkte, deren Angebot sich ergänzt. Ein Discounter wie Aldi oder Norma fokussiert auf ein schmales Sortiment bei einem hohen Warenumsatz und bietet nur eine Grundpalette für die Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln auf Discounterniveau an. Demgegenüber offeriert ein Supermarkt wie Edeka ein breites und umfassendes Angebot (Vollsortiment), welches eine Betonung auf Frische, Qualität, Sortimentstiefe, Service, Convenience und nicht nur auf den Preis legt. Die durchschnittliche Artikelzahl liegt in Supermärkten bei

12.000 bis 15.000 Artikeln und somit deutlich über der Auswahlbreite in Discountern mit 2.000 bis 4.000 Artikeln. Die beiden Betriebstypen Supermarkt und Discounter sprechen zum Teil auch unterschiedliche Kundengruppen an bzw. initiieren unterschiedliche Kaufanlässe. Während bei einem Discounter meist preisorientiert der Grundbedarf an Lebensmitteln gedeckt wird, werden bei einem Besuch in einem Supermarkt vorwiegend Frischeprodukte (inkl. Convenience) und qualitativ höherwertige Lebensmittel nachgefragt. Im Fazit ist somit in der Kernstadt eine umfängliche Angebotsabdeckung möglich.

Als Ziel ist die räumliche Sicherung der einzelnen Lebensmittelmärkte zu benennen, um so den lokalen Verbrauchern und auch Konsumenten aus dem Umfeld von Steinbach-Hallenberg sowohl ein discountorientiertes Angebot als auch ein Vollsortiment zu offerieren.

Der tegut-Markt in Viernau (ca. 1.900 Ew.) ist im nördlichen Bereich dieses Ortsteils adressiert. Auf Grund der Randlage kann der Markt nicht alle Einwohner dieses Ortsteils fußläufig versorgen, ist jedoch von rd. 54 % der lokalen Bewohner fußläufig erreichbar. Aus dem östlichen und dem südlichen Siedlungsbereich von Viernau ist eine leicht erhöhte Distanz bei der Erreichbarkeit in Kauf zu nehmen.

Karte 8: Nahbereich des strukturprägenden Lebensmittelanbieters in Viernau (Ziel-Konzept)



Der tegut-Markt weist eine Verkaufsfläche von knapp über 500 m² auf, die Fläche ist für das Nahversorgungskonzept dieses Filialisten⁵⁸ als ausreichend einzustufen. Grundsätzlich verfügt der Markt auch über eine gute Standortqualität (fußläufige Erreichbarkeit, gute Anfahrbarkeit mit dem PKW, Lage an einem Hauptverkehrsträger, gute Werbesichtanbindung, Parkplatzanlage direkt vor dem Markteingang), jedoch zeigt sich an dem Markt augenscheinlich ein gewisser Investitionsstau bzw. Modernisierungsbedarfe.

⁵⁸ Das sog. Nahversorgungskonzept von tegut benötigt eine Fläche zwischen 400 bis 1.000 m², ein Supermarkt eine Verkaufsfläche von minimal 800 m².

Tegut hat sich aus Thüringen bereits von zahlreichen Standorten⁵⁹ – insbesondere von Standorten mit kleineren Märkten – zurückgezogen, daher ist die Entwicklung an diesem Marktstandort in Viernau ständig zu beobachten. Insbesondere wäre bei einem sich möglicherweise abzeichnenden Rückzug des Betreibers zeitnah ein Ersatz zu finden, um die Nahversorgung für Viernau weiter aufrechterhalten zu können. Als Ziel ist auch für diesen Viernauer Lebensmittelmarkt die Sicherung dieses strukturprägenden Marktes zu sehen, insbesondere sind Investitionen in den langfristigen Bestand dieses Marktes wünschenswert.

Um die Nahversorgung mit Lebensmitteln weiter zu optimieren, wäre eine (Neu-)Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in den ausgewiesenen unterversorgten Gebieten notwendig. Bei diesen Siedlungsbereichen (vgl. Karte 7/8) handelt es sich jedoch um Gebiete mit einer relativ geringen Bevölkerungsverdichtung; es herrscht meist eine lockere, ein- bis zweigeschossige Wohnbebauung vor.

Die Einwohner in diesen Bereichen müssen nur eine geringfügig längere Laufstrecke zur fußläufigen Deckung der Lebensmittelnachfrage in Kauf nehmen, so dass in diesen Siedlungsgebieten der Markteintritt eines weiteren Lebensmittelmarktes nicht zu empfehlen ist. Ferner ist auch unter betriebswirtschaftlichen Aspekten die Eröffnung eines entsprechenden Marktes auf Grund der geringen Bevölkerungsverdichtung und teilweise auch mit Blick auf die topographischen Verhältnisse praktisch unmöglich.

Mit Bezug auf die vorstehende Karten 7 und 8 wird deutlich, dass eine räumliche **Optimierung der Nahversorgungsstruktur** durch die weitere Ansiedlung von Lebensmittelmärkten nicht zwingend notwendig ist. Modelltheoretisch wäre eine Optimierung der räumlichen Angebotsstruktur zwar möglich, jedoch ist eine Verlagerung von bestehenden Märkten auf Grund der bereits langfristig eingeführten Angebotsstandorte tendenziell nicht realistisch. Grundsätzlich sollten daher die bestehenden Lebensmittelanbieter – diese sind alle in städtebaulich integrierten Lagen ansässig – gestärkt werden, um das aktuelle Netz an Lebensmittelmärkten zu sichern (Bestandssicherung).

Die **Bestandssicherung** beinhaltet die Schaffung bzw. die Sicherung optimaler Standortvoraussetzungen für die einzelnen Märkte. Hierzu zählt aus Betreibersicht u.a. die Gewährleistung

- der verkehrlichen und fußläufigen Erreichbarkeit der Märkte,
- ein optimaler verkehrlicher Zugang auf die Parkplatzanlage der Märkte,
- der barrierefreie Zugang zu den Märkten aus dem Umfeld,
- die Schaffung von attraktiven Angebotsstrukturen im jeweiligen Standortumfeld,
- eine optische Werbewirksamkeit der Märkte bzw. eine Sichtachse zu (Haupt-)Verkehrsträgern,
- die Möglichkeit einer attraktiven baulichen Positionierung der Märkte und insbesondere
- die Sicherung einer angemessenen und marktkonformen Verkaufsfläche dieser Betriebe.

Mit Blick auf die beiden Discountmärkte und den tegut-Markt zeigt sich, dass die Verkaufsflächen der Betreiber – teilweise deutlich – unterhalb der üblichen Marktzutrittsgröße liegen.⁶⁰ Gerade die Anpassung der Märkte an konzeptübliche Flächen stellt einen wichtigen Faktor bei der Standortsicherung von Lebensmittelmärkten dar. Hierbei muss jedoch prinzipiell auf eine maßvolle und standortangepasste Erweiterung geachtet werden, um keine wesentlichen Kaufkraftumverlagerungen von anderen Nahversorgungsstandorten oder aus der Innenstadt zu induzieren.

In den nicht-verstäderten bzw. den **ländlich geprägten Ortsteilen** von Steinbach-Hallenberg (inkl. Hergeshallenberg) ist kein Lebensmittelmarkt ansässig. Grundsätzlich ist bezüglich der limitierten Einwohnerzahlen in den einzelnen dezentralen Ortsteilen (vgl. Abb. 11) der wirtschaftliche Betrieb sowohl von Lebensmittel-

59 In Thüringen ist in den letzten Jahren – insbesondere in kleineren Orten – ein Rückzug von tegut aus der Fläche zu beobachten. So wurden Filialen u.a. in Bad Berka, Bad Blankenburg, Bad Tabarz, Blankenhain, Clingen (zu Greußen), Floh-Seligenthal, Gerstungen, Gschwenda, Gotha, Gräfenthal, Gräfenonna, Gräfinau-Angstedt, Ilmenau, Kranichfeld, Leutenberg, Meiningen, Rastenberg, Römhild, Sachsenbrunn (zu Eisfeld), Steinheid, Tambach-Dietharz, Weißensee oder Wogau (zu Jena) geschlossen. Sollte sich tegut aus firmenpolitischen Gründen auch aus Viernau zurückziehen, so ist für diesen Ortsteil keine Grundversorgung mehr vorhanden.

60 Während Edeka eine konzeptübliche Fläche von knapp 2.000 m² bespielt, verfügen Aldi mit rd. 780 m² und insbesondere Norma mit rd. 620 m² über zu geringe Marktflächen. Diese Betreiber entwickeln i.d.R. Flächen ab 1.000 m². Tegut (ca. 520 m² VK) benötigt für sein sog. Nahversorgungskonzept eine Fläche zwischen 400 bis 1.000 m², die Marktzutrittsgröße für einen tegut-Supermarkt beginnt ab minimal 800 m².

märkten als auch von größeren inhabergeführten Lebensmittelgeschäften äußerst schwierig.⁶¹ Dies resultiert u.a. aus folgenden Gründen:

- Die Kundenakzeptanz von kleineren Geschäften ist – trotz des allgemeinen Wunsches nach einem Nahversorger vor Ort – nur bedingt ausgeprägt. Der „Wocheneinkauf“ wird i.d.R. in größeren Märkten getätigt, lediglich das „Vergessene“ wird dann vor Ort gekauft.
- Kleineren Geschäften wird keine Preiskompetenz zugetraut, der Einkauf wird vom Kunden oft als zu teuer eingeschätzt.
- Verbraucher mit einem Kfz decken ihre Nachfrage oft auf dem Arbeitsweg oder bei separaten Einkaufsfahrten. Kleinere Lebensmittelgeschäfte in Ortsteilen werden vordringlich meist nur von älteren und nicht-mobilen Konsumenten besucht.
- Kleinere Lebensmittelgeschäfte können kein vollumfängliches Sortiment offerieren. Auf Grund der Sortimentslücken – die auch aus dem nur teilweise stattfindenden Warenabverkauf resultieren – kann die Nachfrage nicht vollumfänglich abgedeckt werden.

Das Fehlen von größeren Lebensmittelanbietern ist vor allem auf die geringe Mantelbevölkerung in den einzelnen peripheren Ortsteilen von Steinbach-Hallenberg und das hieraus resultierende niedrige Nachfragepotenzial zurückzuführen.⁶² Ferner wird die Lebensmittelversorgung bereits durch Lebensmittelmärkte in der Kernstadt bzw. in Viernau übernommen, so dass auch zukünftig in kleineren Ortsteilen die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht realistisch erscheint.⁶³

Für die ländlich geprägten bzw. kleineren Ortsteile von Steinbach-Hallenberg kommen daher zukünftig lediglich Kleinflächenkonzepte bzw. eine mobile Versorgung in Frage. Zur Abdeckung der Nachfrage bestehen folgende Alternativen:

- Hofläden/ Direkterzeuger, ggf. mit einem ausgeweitetem Sortiment,
- Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) mit einem erweiterten Lebensmittelsortiment,
- „Tante-Emma-Läden“,
- mobiler Handel der Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker- oder Fleischerwagen) oder durch „Rollende Supermärkte“,
- Liefer-/ Bestellservice von stationären Lebensmittelmärkten (meist nur durch inhabergeführte Supermärkte) oder
- digitale Selbstbedienungsläden (ohne Personal).

61 Bei einer ortsteilbezogenen Einwohnerzahl von beispielsweise 500 Personen errechnet sich ein Nachfragevolumen nach Lebensmitteln von ca. 1,18 Mio. EUR (vgl. Berechnungsmethodik unter Pkt. 4.3). Würde z.B. ein entsprechender Markt mit ca. 200 m² Verkaufsfläche einen Marktanteil von maximal 30 % erzielen, errechnet sich ein Jahrunsatz von rd. 0,35 Mio. EUR. Auf Basis der Verkaufsfläche ergibt sich eine Raumleistung von 1.750 EUR/m². Bei diesem Wert ist der rentable Betrieb eines entsprechenden Marktes langfristig nicht möglich, da i.d.R. von solchen Betrieben eine Raumleistung von über 2.500 EUR/m² erzielt werden muss.

62 Als minimale Untergrenze benötigt ein Lebensmittelmarkt von rd. 800 m² VK i.d.R. eine Einwohnerzahl von minimal rd. 3.000 Personen.

63 Neben den strukturellen Nachteilen von kleineren SB-Geschäften besteht grundsätzlich das Problem der Betreiberverfügbarkeit. Da diese Geschäfte i.d.R. nur einen geringen Gewinn erwirtschaften, stellt sich der Betrieb oft wenig lukrativ dar. Aus diesem Grund findet auch selten die Übernahme eines Bestandsbetriebes statt, da es sich meist um sog. Grenzertragsbetriebe handelt. Die Ansiedlung in Ortsteilen mit einer geringen Mantelbevölkerung ist oft nicht umsetzbar.

6.3.3. Non-Food

Auf Grundlage des Einzelhandelsbestandes, der aktuellen sortimentspezifischen Kaufkraftbindung (vgl. Pkt. 5.5) und der angesetzten Zielwerte hinsichtlich der prospektiven Umsatzbindung der Stadt Steinbach-Hallenberg (vgl. Abb. 24) errechnet sich in verschiedenen Branchen ein Flächenmehrbedarf.⁶⁴

Diese Ansiedlungspotenziale wurden für den Prognosezeitraum von knapp 10 Jahren ermittelt. Da in diesem Zeitraum mit einem sukzessiv rückläufigen Nachfragevolumen zu rechnen ist, liegt die aktuelle Flächennachfrage derzeit naturgemäß höher. Nachfolgend werden mögliche Ansiedlungsoptionen diskutiert:

- Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** sind in Steinbach-Hallenberg zwei Apotheken etabliert, eine vormals im zentralen Versorgungsbereich befindliche Apotheke hat geschlossen. Auf Basis der Einwohnerzahl von Steinbach-Hallenberg errechnet sich eine sog. Apothekendichte von 2,1 Apotheken je 10.000 Einwohner. Der Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 2,3 Apotheken/10.000 Ew.) bzw. auch zum Landesdurchschnitt (rd. 2,5 Apotheken/10.000 Ew.)⁶⁵ einen geringen Ausstattungsgrad dar, wenngleich mit zwei Apotheken ein ausreichendes Grundversorgungsangebot vorhanden ist.

Grundsätzlich ist die Wiederansiedlung einer Apotheke, jedoch ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich zu empfehlen. Das Nachfragevolumen von rd. 5,4 Mio. EUR (vgl. Tab. 4) ist für den Betrieb von drei Apotheken ausreichend.

- In der Branche Drogeriewaren wird ein Flächenmehrbedarf deutlich, da über die Hälfte der lokalen Kaufkraft (vgl. Abb. 20) abfließt.⁶⁶ Die Nachfrage kann lediglich von den Randsortimentsabteilungen mit Drogeriewaren in den lokalen Lebensmittelmärkten anteilig abgedeckt werden; mit einem Drogeriemarkt könnte jedoch eine deutliche Kaufkraftsteigerung vor Ort erreicht werden. Der rechnerische Flächenmehrbedarf liegt in diesem Sortiment bei ca. 450 m², mit den weiteren Randsortimenten eines Drogeriemarktes wäre eine Gesamtfläche für einen entsprechenden Markt von ca. 700 m² möglich.
- Im Segment Blumen errechnet sich nur ein geringer flächenseitiger Erweiterungsbedarf, ein Ansiedlungspotenzial für einen weiteren Betrieb existiert nicht.
- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** wird in den modischen Sortimenten Textilien, Schuhe/Lederwaren und Sport bis zum Jahr 2030 ein rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf signalisiert. Grundsätzlich ist die Modebranche mit die wichtigste Leitbranche und trägt wesentlich zur Attraktivitätssteigerung einer Stadt bei. Eine höhere Angebotsvielfalt führt dabei erfahrungsgemäß nicht unbedingt zu einem verstärkten örtlichen Wettbewerb, sondern erzeugt i.d.R. zusätzliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und eine verstärkte Kundenakzeptanz einer Stadt. Aus diesem Grund sollte – um eine höhere lokale Angebotsdichte in den modischen Sortimentsbereichen zu erzielen – die Ansiedlung von Modeanbietern in Steinbach-Hallenberg forciert werden.

In den Modebranchen besitzen insbesondere überregional aktive Filialisten eine hohe Anziehungskraft und könnten wesentlich zur Attraktivierung von Steinbach-Hallenberg als Einkaufsstadt beitragen. Ferner kann durch ein verstärktes Angebot auch einer weiteren Kundenabwanderung zum Online-Handel vorgebeugt werden. Grundsätzlich sollte versucht werden, flächenseitig größere Modegeschäfte zu etablieren, um die Auswahlbreite und -tiefe innerhalb der einzelnen Modelabels zu erhöhen. Hierbei sind auch unterschiedliche bzw. polarisierende Konzepte empfehlenswert, da so eine möglichst breite Kundenbasis angesprochen werden kann.

Die Ansiedlung von Modeanbietern ist ausschließlich auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu lenken. In der Steinbach-Hallenger Innenstadt sind jedoch nur kleinflächige Potenzialflächen in Form von Leerständen vorhanden, die für die Etablierung von attraktiven Fashion-

64 Der Verkaufsflächenbedarf wird aus der Division der offenen bzw. aus Steinbach-Hallenberg und dem anteiligen Verflechtungsbereich abfließenden Nachfrage und der durchschnittlichen Raumleistung je Branche ermittelt.

65 Quelle: ABDA, Die Apotheke 2020, Apothekendichte in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2019.

66 Die lokalen Verbraucher tendieren u.a. zum Einkauf von Drogeriewaren nach Schmalkalden und nach Zella-Mehlis.

nanbiotern teilweise zu gering ausfallen. Daher bestehen nur limitierte Ansiedlungspotenziale im Zentrum von Steinbach-Hallenberg. Aus diesem Grund sind auch mögliche bebaubare Potenzialflächen (Freiflächen) in die Betrachtung mit einzubeziehen.

Die vorstehende Einschätzung trifft nicht nur auf die Textilbranche, sondern auch auf die Schuh- bzw. die Sportbranche zu (vgl. Abb. 24), da diese Sortimente eine wichtige Ergänzung zu dem Segment Textilien darstellen und so optimale Kopplungen zwischen den Branchen induziert werden können.

- Im Segment Heimtextilien (u.a. Gardinen, Bettwaren, Stoffe, Kurzwaren, Einrichtungsgegenstände) zeigen sich bis 2030 nur geringe Ansiedlungspotenziale, die Eröffnung eines weiteren Betriebes ist nicht notwendig.
- Im Sanitätsfachhandel ist kein Betrieb in Steinbach-Hallenberg ansässig, die Kaufkraft fließt vollständig ab. Unter dem Aspekt des hohen Anteils älterer Bevölkerung in Steinbach-Hallenberg (vgl. Abb. 12) stellt das Fehlen eines entsprechenden Betriebes ein Angebotsdefizit dar; die Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters ist zu forcieren, die Mindestbetriebsgröße liegt bei ca. 100 m².
- Für den Buchhandel ist eine angespannte Marktsituation zu reklamieren, da der Online-Handel hohe Marktanteile in dieser Branche generiert und aktuell im stationären Bucheinzelhandel von stagnierenden Erlösen auszugehen ist. Dennoch ist für diese Branche ein zusätzlicher Flächenbedarf erkennbar, da die innerstädtische Buchhandlung auf Grund ihrer limitierten Fläche das Nachfragevolumen nicht vollständig abdecken kann. Eine flächenseitige Erweiterung wäre wünschenswert, die sich jedoch am Bestandsstandort des Betriebes augenscheinlich nicht umsetzen lässt. Bei einer Verlagerung oder Neuansiedlung wäre eine Fläche von rd. 150 m² vortrefflich, eine entsprechende Buchhandlung könnte eine wichtige Magnetfunktion für die Innenstadt übernehmen.
- In der Spielwarenbranche und bei Papier-/ Büro-/ Schreibwaren würde bis zum Jahr 2030 ein Flächenmehrbedarf signalisiert. Das Sortiment wird vor allem in einem innerstädtischen Fachgeschäft in der Hauptstraße und im Randsortiment von branchenfremden Anbietern geführt. Die Erweiterung dieses Sortiments ist rechnerisch um ca. 200 m² sinnvoll und wünschenswert; hierbei ist jedoch auf die demographische Entwicklung und die entsprechend geringe sortimentspezifische Kaufkraft für Spielwaren in Steinbach-Hallenberg zu verweisen (vgl. Abb. 12 i.V.m. Abb. 14). Dennoch ist in diesen Branchen ein Erweiterungsbedarf zu sehen.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** errechnet sich in der Möbelbranche (ca. 2.000 m² VK) und in der Bau-/ Gartenmarktbranche (ca. 1.300 m²) ein Flächenbedarf. Das genannte Flächenpotenzial liegt unterhalb der Marktzutrittsgröße von potenziellen Betreibern,⁶⁷ so dass die Inbetriebnahme eines marktüblichen Möbelhauses bzw. eines Baumarktes nicht realistisch erscheint. Ferner fällt das Nachfragepotenzial in Steinbach-Hallenberg bzw. im Umfeld der Stadt für den rentablen Betrieb eines größeren Möbelhauses bzw. auch eines größeren Baumarktes zu gering aus, so dass die Ansiedlung nicht erfolversprechend sein kann.⁶⁸ Realisierbar wäre u.U. die Entwicklung von Spezialanbietern unterhalb der vorstehend benannten Flächengrößen.
- Im Segment Consumer Electronics (Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ Computer/ Telefonie) besteht ein rechnerischer Ansiedlungsbedarf von rd. 700 m², da der größte Teil der lokalen Kaufkraft aus Steinbach-Hallenberg abfließt. Die Nachfrage wird vornehmlich von Großbetriebsformen (sog. Elektrofachmärkte) außerhalb von Steinbach-Hallenberg gebunden und fließt auch in den Online-Handel; das Segment zählt nach Bekleidung mit zu den umsatzstärksten Warengruppen im Online-Handel (vgl. Abb. 8). Die Ansiedlung eines größeren Marktes innerhalb der Innenstadt scheint auf Grund der fehlenden Flächenpotenziale unrealistisch, zumindest wäre die Ansiedlung eines größeren Fachgeschäftes wünschenswert.

67 Die Marktzutrittsgröße für einen Möbelmitnahmemarkt liegt bei ca. 3.000 m², für ein Wohnkaufhaus bei minimal 20.000 m². Baumärkte benötigen i.d.R. eine Mindestbetriebsgröße von ca. 4.000 m².

68 In Suhl und Zella-Mehlis sind leistungsstarke Möbelanbieter ansässig, die auch auf die lokalen Konsumenten in Steinbach-Hallenberg ausstrahlen.

- Im Uhren-/Schmuckhandel ist auf Basis des Nachfragepotenzials ein Flächenzuwachs möglich, wenngleich das Bestandsgeschäft in der Bahnhofstraße eine ausreichende Grundversorgung abbildet. Auf Grund des relativ geringen absoluten Umsatzvolumens ist die Ansiedlung eines weiteren Betriebes nicht erfolgsversprechend.
- In Steinbach-Hallenberg ist ein zusätzlicher Bedarf in der Branche Autoteile/ -zubehör erkennbar, wobei in diesem Nischensegment auf Grund der limitierten absoluten Nachfrage die Ansiedlung eines speziellen Anbieters schwierig ist.

Die aufgelisteten Ansiedlungsvorschläge dienen einer Optimierung des gesamtstädtischen Angebotsbestands. Die Ansiedlung von zusätzlichen Betrieben oder weiteren Flächen ist grundsätzlich möglich, da mit dem Einzelhandelskonzept **kein Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb** erfolgen soll. Im folgenden Zentrenkonzept wird jedoch die Standortlage definiert, d.h. welche Sortimente sind in welchen Standortbereichen zulässig.

Die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe basieren auf einer Steigerung der Marktbedeutung des Steinbach-Hallenger Einzelhandels im eigenen Stadtgebiet und (anteilig) im Umfeld der Stadt. Die dargestellten Flächengrößen sollen vor allem als Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Steinbach-Hallenberg als notwendig bzw. wünschenswert zu klassifizieren sind, um einen dauerhaft abgerundeten Branchenmix für die lokalen Konsumenten zu präsentieren.

6.3.4. Zusammenfassung

In der folgenden Tabelle erfolgt überblicksartig eine zusammenfassende Darstellung der angesprochenen Erweiterungsbedarfe im Steinbach-Hallenger Einzelhandel.

Tabelle 13: Entwicklungspotenziale für den Steinbach-Hallenger Einzelhandel (Zusammenfassung)

Branche	Betriebstyp	Bemerkung
Lebensmittel	Discounter/ Supermarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortsicherung der Bestandsmärkte, Erweiterung von bestehenden Lebensmittelmärkten auf konzeptkonforme Verkaufsflächen möglich ▪ Sicherung der Lebensmittelmärkte in den städtebauliche integrierten Lagen <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich und städtebaulich integrierte Lagen (Grundversorgungsstandorte)</p>
Pharmazie- waren	Apotheke	<ul style="list-style-type: none"> ▪ (Wieder-)Ansiedlung einer Apotheke im zentralen Versorgungsbereich wünschenswert, Verkaufsfläche ab 50 m² <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Drogeriewaren	Drogeriemarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines leistungsfähigen Drogeriemarktes, der eine gesamtstädtische Magnetfunktion ausbildet, Verkaufsfläche ca. 700 m² <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Textilien/ Schuhe/ Sport	Fachgeschäft/ Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung verschiedener Modeanbieter ausschließlich in der Innenstadt, um auf Kopplungen innerhalb der Modebranche zurückgreifen zu können ▪ Fokussierung auf Textil-/ Schuhfilialisten mit hoher Ausstrahlungskraft ▪ Entwicklung möglichst großer Ladenflächen (>200 m² VK) ▪ rechnerische Ansiedlungsbedarfe: Textilien ca. 500 m² VK / Schuhe: ca. 60 m² VK / Sport: ca. 180 m² VK ▪ Etablierung von Magnetanbietern, Textilfachmarkt (Textildiscounter) wäre in der Innenstadt wünschenswert ▪ Erweiterung bestehender innerstädtischer Modeanbieter möglich <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Sanitätswaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines entsprechenden Fachgeschäftes, Verkaufsfläche ab 100 m² <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Bücher	Fachbuch- handlung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebotsausbau eines bestehenden Betriebes, Mindestbetriebsfläche ca. 150 m² ▪ ein entsprechend großer Betrieb kann eine Magnetfunktion für die Innenstadt übernehmen <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Spielwaren + Papier-/ Büro-/ Schreibwaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung eines bestehenden Betriebes bzw. Ansiedlung eines weiteren Fachgeschäftes ▪ zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei minimal 200 m² VK ▪ Spielwaren auch in Kombination mit dem Segment Baby-/ Kinderausstattung möglich <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>

Möbel, Bau-/ Garten- marktartikel	Fachmarkt/ Spezialanbieter	<ul style="list-style-type: none"> hohe freies Nachfragepotenzial, jedoch ist lediglich der Markteintritt von Möbelspezialanbietern oder eines kleineren und spezialisierten Baumarktes realistisch <p><u>Standort:</u> verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort, auch Ansiedlung an verkehrsgünstig erreichbaren Standorten möglich</p>
Consumer Electronics	Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> Ansiedlung eines kleineren Fachmarktes oder eines größeren Fachgeschäftes wünschenswert rechnerischer zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei ca. 700 m² <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Autozubehör	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> Ansiedlung eines entsprechenden Anbieter ist auf Grund des geringen absoluten Nachfragepotenzials nur schwerlich möglich Sortiment kann auch als Randsortiment geführt werden <p><u>Standort:</u> verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort, ideal wäre die Nähe zum zentralen Versorgungsbereich</p>

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anmerkung: Bei den vorstehenden quantitativen Entwicklungspotenzialen wurden mögliche Abschmelzungen von leistungsschwachen oder sog. Grenzertragsbetrieben nicht berücksichtigt. Naturgemäß würden sich demzufolge weitere Ansiedlungspotenziale ergeben.

6.3.5. Potenzialflächen

Für den Großteil der vorstehenden Ansiedlungspotenziale wird eine Entwicklung in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich vorgeschlagen. Als Potenzialflächen kommen u.a. **Leerstandsobjekte** in Frage, wobei diese Gewerbeflächen ausschließlich in kleinteilig organisierten, zum Teil älteren Immobilien untergebracht sind. In der Innenstadt sind derzeit elf freie Ladenlokale mit einer geschätzten Fläche von 400 bis 500 m² vorhanden. Ein großer Teil der Angebotsreserven befindet sich in einem augenscheinlich ordentlichen Zustand und könnte sofort durch eine Einzelhandelsnutzung belegt werden.

Abbildung 25: Innerstädtische Leerstandsflächen – sofort nutzbar (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben zahlreichen sofort beziehbaren Ladenflächen sind in der Innenstadt auch Gewerbeeinheiten vorzufinden, die einer kompletten bzw. auch nur einer teilweise Überarbeitung bedürfen. Diese Betriebe stehen für eine kurzfristige Nutzung nicht zur Verfügung, zumal es partiell auch einer Komplettsanierung der Immobilie bedarf.

Abbildung 26: Innerstädtische Leerstandsflächen – sanierungsbedürftig (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der Großteil der elf Leerstände verfügt augenscheinlich über eine Fläche von unter 100 m² je Geschäft; die durchschnittliche Flächengröße liegt zwischen 40 bis 50 m² je leerstehenden Laden und somit unter der Mindestbetriebsgröße zahlreicher Handelsbranchen. Eine qualifizierte Nachnutzung des gesamten Leerstands bzw. auch nur eines großen Teils hiervon durch Handelsbetriebe ist daher sehr unwahrscheinlich.

Der wesentliche strukturelle Nachteil der Steinbach-Hallenger Innenstadt besteht demnach in dem Mangel an mittleren und größeren Potenzialflächen, die eine Reichweite und Frequenz erzeugen könnten, an welcher die gesamte Innenstadt und insbesondere die kleineren Bestandsanbieter partizipieren könnten. Demnach stehen die eingeschränkten Flächenentwicklungspotenziale in der Innenstadt einem für ein

Grundzentrum adäquaten weiteren Ausbau des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes – auch zukünftig – entgegen.⁶⁹

Als Möglichkeit der Inwertsetzung von kleineren Leerstandsflächen bzw. zur Schaffung von größeren Ladeneinheiten ist die Zusammenlegung von Geschäften in Betracht zu ziehen, wobei im Einzelfall aus zwei benachbarten Leerständen u.U. eine langfristig marktgängige Ladeneinheit geschaffen werden kann. Diese Möglichkeit erscheint offenkundig bei einem Großteil der innerstädtischen Leerstandsflächen baulich nicht durchführbar und gestaltet sich auch meist hinsichtlich der unterschiedlichen Eigentumsverhältnisse schwierig; zumal die Leerstandsflächen räumlich nicht beieinander liegen. Die Zusammenlegung von disfunktionalen Kleinflächen zu größeren Einheiten erfordert ferner eine größere Investition, die sich auf Grund der Mietsituation in Steinbach-Hallenberg – wie auch in anderen Kleinstädten – wirtschaftlich nicht darstellen lässt.

Bei einer flächenseitigen Erweiterung des Innenstadthandels ist neben der Nutzung von Leerstandsreserven insbesondere eine **Bebauung von Potenzial-/ Brachflächen** in Betracht zu ziehen. Aktuell konnten in der Innenstadt zwei verwertbare Potenzialflächen identifiziert werden. Der erste Potenzialstandort befindet sich an der nördlichen Hauptstraße⁷⁰. Es zeigen sich folgende Vor- bzw. Nachteile dieses Bereiches:

- Vorteile: direkte Einbindung in die innerstädtische Hauptgeschäftslage, gute Verknüpfung zu dem Handelsangebot in der Hauptstraße, sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, ausreichend große Potenzialfläche zur Ansiedlung von Handel, Anfahrbarkeit auch über die Wolffstraße möglich
- Nachteile: Bandförmiger Zuschnitt der Fläche (Breite zwischen 25 bis 30 Metern), kein Frequenzbringer im direkten Standortverbund

Ein weiterer Potenzialstandort ist östlich des Edeka-Marktes an der Wolffstraße⁷¹ verortet und umfasst im Wesentlichen einen hier befindlichen Sportplatz.

- Vorteile: Lage im Standortverbund mit dem Edeka-Markt, daher kann der Standort von den hohen Frequenzen des Supermarktes profitieren, gute verkehrliche Erreichbarkeit, großzügige Flächengröße für die Ansiedlung von Handel, optimale Kopplungen und Synergien zu dem Edeka-Markt
- Nachteile: keine direkte Anbindung an die Hauptstraße, Fläche ist als einzige größere Freifläche für die Entwicklung von Freizeit- oder sonstigen Nutzungen vorgesehen

Abbildung 27: Innerstädtische Potenzialflächen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

69 Auf Grund des Angebotsüberhangs an Ladenflächen werden mieterseitig – insbesondere von Filialisten – oft nur Geschäfte ohne jegliche funktionale Mängel und mit einer ausreichenden Mietfläche in frequentierten Hauptgeschäftslagen akzeptiert.

70 Im nördlichen Bereich der Hauptstraße befindet sich ein Grundstücksstreifen, der sich von der Hauptstraße zur Wolffstraße erstreckt. Der schlauchförmige Bereich ist unbebaut und wird als Parkplatz genutzt. Die Freifläche beträgt ca. 3.000 m².

71 Östlich an den Edeka-Markt angrenzend befindet sich ein Sportplatz, der augenscheinlich keiner qualifizierten Nutzung unterliegt. Der Standortbereich erscheint für eine Nutzung durch Einzelhandel geeignet; die Grundfläche ist auf ca. 8.000 m² zu schätzen.

Im Fazit sind – auf Grund der kleinteiligen, historisch geprägten und überwiegend geschlossenen Baustruktur – mit Ausnahme der beiden skizzierten Grundstücke keine weiteren größeren Potenzialflächen für eine Bebauung und mögliche Handelsnutzung in der Innenstadt vorhanden. Die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für potenzielle Handelsbetriebe sind folglich als eingeschränkt zu bewerten.

Derzeit werden zahlreiche innerstädtische Gewerbeeinheiten durch **einzelhandelsfremde Nutzungen** belegt; oft auch als Nachnutzung von leergezogenen Handelsbetrieben. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass bei einer erhöhten Nachfrage nach Einzelhandelsflächen diese Potenziale einer Einzelhandelsnutzung wieder zugeführt werden könnten. Wie im Fall der Leerstandsflächen ist jedoch zu konstatieren, dass der Großteil dieser Ladeneinheiten nur eine geringe Verkaufsfläche aufweist und für eine Belegung mit leistungsfähigen Handelskonzepten nicht geeignet ist.

Im **Ergebnis** der vorstehenden Analyse ist eine Unterbringung von größeren Handelsbetrieben – speziell in den „unterversorgten“ innenstadtrelevanten Branchen – in der Steinbach-Hallenberger Innenstadt tendenziell schwierig. Der innerörtliche Immobilienbestand setzt sich aus einer fast vollständig geschlossenen sowie kleinteiligen und kompakten Bebauungsstruktur zusammen; dies spiegelt sich auch in der durchschnittlichen Ladengröße von ca. 80 m² Verkaufsfläche je Geschäft (ohne Edeka/Norma) wider.

Es bestehen keine Angebotsreserven mit größeren Gewerbeeinheiten, da nur kleinteilige Ladengeschäfte leer stehen. Diese sind insbesondere für die Ansiedlung von modernen und zeitgemäßen Handelskonzepten nicht geeignet; vor allem auch nicht für überregional agierende Filialisten, die als Frequenzbringer oder Magnetbetriebe fungieren würden. Die Weiterentwicklung, die Attraktivierung der Innenstadt und die überwiegende Nutzung von kleinformatigen Leerstandsflächen durch zusätzliche Handelsnutzungen⁷² ist demnach tendenziell unwahrscheinlich. Für die kleineren bestehenden Leerflächen sind alternative, einzelhandelsfremde Nutzungen auszuarbeiten.

Für die handelsseitige Weiterentwicklung des Innenstadthandels ist speziell die Nutzung und Inwertsetzung der beiden benannten Potenzialflächen zu prüfen. Bei einer Ansiedlung von großformatigen Betrieben könnten insbesondere die kleineren innerstädtischen Bestandsanbieter von einem zu erwartenden Frequenzaufwuchs partizipieren.

72 Die Einzelhandelslandschaft unterliegt seit Jahren einem Strukturwandel, der sich zunächst zwischen inhabergeführten Fachgeschäften und Kleinfilialisten hin zu überregionalen Filialisten, Franchisesystemen und fachmarktorientierten Vertriebsformen vollzog. Seit etwa einer Dekade tritt zudem verstärkt die Konkurrenz des Online-Handels hinzu, der zusehends das „typische“ Fachgeschäft in kleineren bis mittleren Städten ablöst (vgl. auch Pkt. 2.2).

Diese Entwicklung setzt bestehende Fachgeschäfte nicht nur unter wirtschaftlichen Druck, sondern limitiert auch die Weiterführung der Handelsbetriebe im Zuge eines Generationenwechsels; ebenso wie die Neugründung von Geschäften. Somit stehen immer häufiger keine Betreiber als Nachfolge für ausscheidende Betriebe – insbesondere in Kleinstädten – zur Verfügung; ebenso ist die Zahl der Existenzgründungen im Handel in kleineren Orten rückläufig.

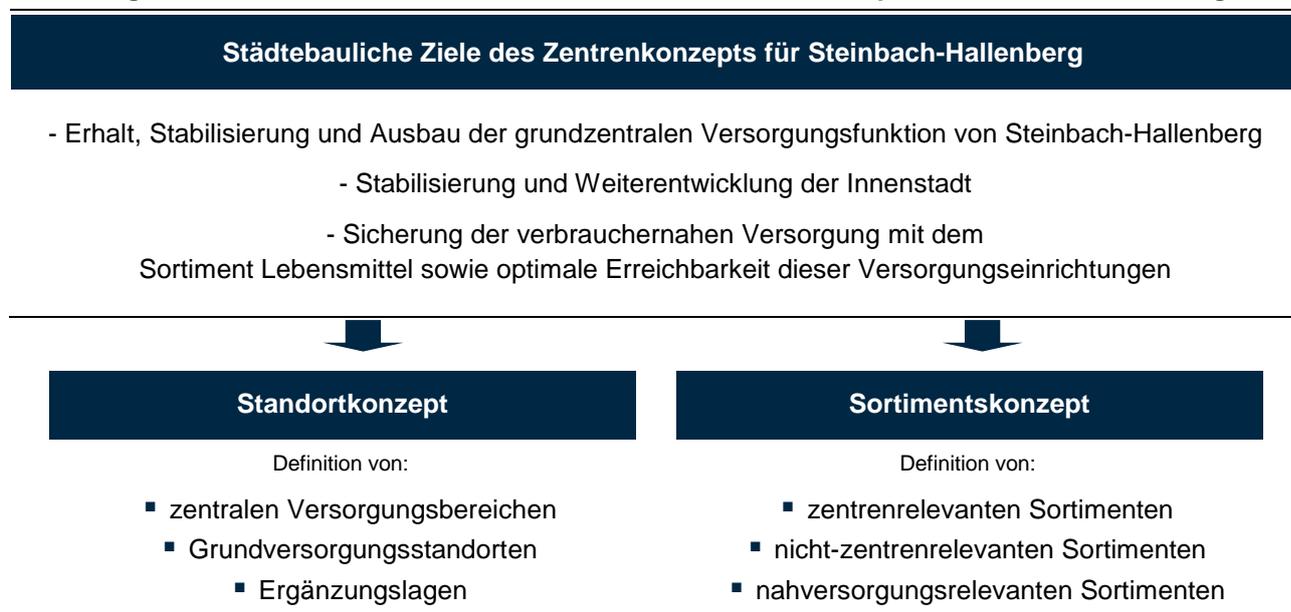
7. Zentrenkonzept Steinbach-Hallenberg

7.1. Ziele des Zentrenkonzepts

Mit dem folgenden Zentrenkonzept werden die **städtebaulichen Zielvorstellungen** von Steinbach-Hallenberg zur Einzelhandelsentwicklung determiniert. Hierzu werden hierarchisch abgestufte Versorgungsbereiche definiert und diesen eine Versorgungsaufgabe zugewiesen. Somit soll möglichst im gesamtörtlichen Kontext ein räumlich ausgewogenes und zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsnetz entwickelt werden, das den lokalen Siedlungsstrukturen von Steinbach-Hallenberg Rechnung trägt.

Auf der anderen Seite wird durch das Zentrenkonzept auch eine Planungs- und Investitionssicherheit, gerade für Betriebe im zentralen Versorgungsbereich oder an Grundversorgungsstandorten geschaffen. Mit der funktionalräumlichen Gliederung und der Ausweisung der jeweiligen Versorgungsfunktion sollen u.a. folgende Ziele erreicht werden:

Abbildung 28: Städtebauliche Ziele und Standort-/ Sortimentskonzept für Steinbach-Hallenberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Steinbach-Hallenberg sind die beiden städtebaulich relevanten Punkte Standort- und Sortimentskonzept zu bestimmen. Im **Standortkonzept** werden die räumlichen Vorstellungen zur Ansiedlung und Weiterentwicklung von Einzelhandelsstandorten definiert. Es werden zentrale Versorgungsbereiche identifiziert und abgegrenzt, die für den Erhalt und die Stabilisierung der Versorgungsfunktion von Steinbach-Hallenberg wichtig sind. Weiterhin werden Grundversorgungsstandorte und Ergänzung- bzw. Sonderlagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

Im **Sortimentskonzept** wird ein branchenbezogenes Leitbild für Steinbach-Hallenberg erstellt, das ein wichtiges Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung darstellt. Auf Basis der Bestandssituation und der Entwicklungsziele erfolgt eine Zuordnung der Branchen zu einzelnen Versorgungslagen. Grundsätzlich wird im Sortimentskonzept definiert, welche Waren als zentren- bzw. nicht-zentrenrelevant sowie als nahversorgungsrelevant einzustufen sind.

7.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Steinbach-Hallenberg ein Zentrenkonzept abgeleitet. Das Zentrenkonzept verfolgt dabei nicht den Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb und stellt auch **keinen Konkurrenzschutz** für Handelsbetriebe dar, da die Entwicklung des Handels eine originär privatwirtschaftliche Aufgabe ist. Mit dem Konzept soll jedoch eine räumlich-funktionale Steuerung des Einzelhandels hin zu einer geordneten Stadtentwicklung erfolgen; insbesondere sollen langfristig nicht korrigierbare Fehlentwicklungen vermieden werden.

Die Rechtsinstrumente zur Einzelhandelssteuerung stellen vor allem die Baunutzungsverordnung (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und das Baugesetzbuch (§ 34 Abs. 3 BauGB/ § 2 Abs. 2 BauGB/ § 9 Abs. 2a BauGB) dar. In erster Linie kann hiermit die Zulässigkeit von Einzelhandelsgroßprojekten gesteuert und damit ein Schutz von zentralen Versorgungsbereichen oder von Nahversorgungslagen sichergestellt werden (vgl. auch Pkt. 3).

Bei dem Begriff „**zentraler Versorgungsbereich**“ handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁷³ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt.

Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.⁷⁴

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich – z.B. in einem Fachmarktzentrum – kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden.⁷⁵ Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken. Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Hierarchiestufen bzw. **Typen von Versorgungsbereichen**⁷⁶ geben:

- **Innenstadtzentren (A-Zentren)** versorgen meist einen größeren Einzugsbereich (Stadtgebiete und darüber hinaus) und bieten regelmäßig ein umfassendes Spektrum von Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich an. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot i.d.R. durch die öffentliche Verwaltung, finanz- und konsumorientierte Dienstleister, medizinische Einrichtungen, freie Berufe, Gastronomie, Entertainment- und Kulturanbieter (abhängig von der Stadtgröße).
- **Neben- oder Stadtteilzentren (B-Zentren)** haben i.d.R. einen mittleren Einzugsbereich (Stadtteile, Stadtbezirke größerer Städte), in denen ein breiteres Spektrum von Waren des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch des langfristigen) Bedarfs sowie diverse Dienstleistungs- und Gastronomieangebote vorhanden sind. Nebenzentren können auch eine Teilfunktion des eigentlichen Innenstadtzentrums übernehmen, jedoch bleiben der Umfang des Angebots (Verkaufsfläche) und die Diversifizierung (Sortimentsbreite und -tiefe) deutlich hinter der Angebotspalette eines Innenstadtzentrums zurück.

73 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

74 vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

75 Isolierte Standorte mit einzelnen Handelsbetrieben bilden keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.
vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

76 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

- Grund- bzw. Nahversorgungszentren (**C-Zentren**) offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs und auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch komplementäre Angebote (z.B. Dienstleistungen, Gastronomie) arrondiert, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese wohnortnahen Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Nebenzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst.

Diese Versorgungszentren sind durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren.⁷⁷ Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot⁷⁸ vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist.

Entscheidend ist weiter, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale⁷⁹ Funktion, d.h. eine Mittelpunktfunktion hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.⁸⁰ Das weitere Umfeld eines Nahversorgungszentrums sollte dadurch geprägt sein, dass dieser zentrale Versorgungsbereich für einen gewissen räumlichen Bereich das einzige Nahversorgungszentrum darstellt.

Für Steinbach-Hallenberg kann bereits heute und auch zukünftig auf die Ausweisung eines sog. B-Zentrums (Stadtteilzentrum) verzichtet werden, da bezüglich der Einwohnerzahl ein derartiges Zentrum nicht vorhanden ist bzw. auf Grund des Fehlens von größeren Stadtbezirken auch nicht entwickelt werden kann. Des Weiteren sollte das begrenzte Nachfragepotenzial vorwiegend in der Innenstadt gebunden und nicht auf weitere Stadtbereiche verteilt werden. Letztlich ist auch die rückläufige Bevölkerungsentwicklung (vgl. Tab. 1) zu beachten, so dass zukünftig mit einer sinkenden Nachfrage und als Folge mit geringeren Umsatzpotenzialen in Steinbach-Hallenberg zu rechnen ist.

Gemäß dem umseitig eingefügten **Anforderungskatalog** wird später die Identifizierung von zentralen Versorgungsbereichen in Steinbach-Hallenberg vorgenommen. Die Aufstellung ortsspezifischer Anforderungskriterien für einen zentralen Versorgungsbereich kann auch bei einer zukünftig möglichen Fragestellung in Bezug auf die Einstufung eines neu hinzutretenden Handelsstandortes und dessen denkbare Funktion als zentraler Versorgungsbereich (z.B. eines Nahversorgungszentrum) zur Beantwortung herangezogen werden.

Unter Einbezug der vorhandenen Siedlungs- und Einzelhandelsstrukturen werden in Steinbach-Hallenberg aus gutachterlicher Sicht nachfolgende ortsspezifische Anforderungskriterien als Grundlage für die Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen definiert.

77 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

78 Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläuft.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

Als eine wesentliche Grundvoraussetzung für ein funktionsfähiges Nahversorgungszentrum wird die Existenz eines modernen und zukunftsreichen Lebensmittelmarktes unter Einschluss weiterer Handels- und vor allem Dienstleistungsbetriebe gesehen.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

79 Das Adjektiv "zentral" ist nicht rein geografisch in dem Sinne zu verstehen, dass es sich um einen räumlich im Zentrum der jeweiligen Gemeinde gelegenen Bereich handeln muss, es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung.

vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

80 vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

Abbildung 29: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen

	Innenstadtzentrum (A-Zentrum)	Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtisch sowie überörtlich 	<ul style="list-style-type: none"> Wohnquartier, min. 3.000 Einwohner
Lage	<ul style="list-style-type: none"> im zentralen Innenstadtbereich Hauptzentrum als größter integrierter Geschäftsbereich 	<ul style="list-style-type: none"> städtebaulich integrierte Lage bzw. wohnsiedlungsintegrierter Standort
Branchenmix	<ul style="list-style-type: none"> alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs 	<ul style="list-style-type: none"> Konzentration speziell auf nahversorgungsrelevante Sortimente ggf. Ergänzung durch einzelne Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs
Sortiment	<ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite und -tiefe, möglichst in allen zentrenrelevanten Branchen 	<ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite bei Lebensmitteln bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten
Mindeststandard für eine funktionsfähige Versorgungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtischer Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten 	<ul style="list-style-type: none"> ab 5 Betrieben und ca. 2.000 m² Gesamtverkaufsfläche, davon zwingend ein größerer Lebensmittelanbieter (z.B. Supermarkt, Discounter)
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> in möglichst vielen Bereichen 	<ul style="list-style-type: none"> Supermarkt/ Discounter
Betriebstypen	<ul style="list-style-type: none"> alle Betriebstypen 	<ul style="list-style-type: none"> Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Apotheke, Nahrungsmittelhandwerker
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> v.a. mittleres und gehobenes Niveau, discountlastige Angebote nur als untergeordnete Ergänzung 	<ul style="list-style-type: none"> mittleres bzw. auch Discountniveau
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> finanz-, personal-, konsumorientierte Dienstleister, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter, öffentliche Verwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> wünschenswert wären: finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/ Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, (Klein-)Gastronomie
Räumliche Ausdehnung	<ul style="list-style-type: none"> entsprechend den räumlichen Gegebenheiten 	<ul style="list-style-type: none"> funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von max. 100 Metern bzw. innerhalb eines Gebäudekomplexes
Verkehrserreichung	<ul style="list-style-type: none"> Parkraumkonzept zentrale ÖPNV-Haltestelle ggf. Fußgänger- oder verkehrsberuhigte Zone 	<ul style="list-style-type: none"> Pkw-Stellplätze Anbindung an ÖPNV Fuß-/Fahrradwegeanbindung
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktion gesamt- und überörtliche Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> Versorgung für umliegende Wohngebiete/-quartiere vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7.3. Identifikation strukturprägender Versorgungslagen in Steinbach-Hallenberg

7.3.1. Zentrale Versorgungsbereiche

Im Zentrum von Steinbach-Hallenberg ist die **Einkaufsinnenstadt** (A-Zentrum) verortet. Der Handelsbesatz der 37 Geschäfte umfasst rd. 6.400 m² (vgl. Tab. 6), demnach ist diesem Bereich ein hohes versorgungsstrukturelles Gewicht zuzuschreiben. Im arbeitsteiligen Zusammenspiel der Handelsbetriebe und der zahlreichen komplementären Angebote – es existieren 25 Komplementärbetriebe – ist eine hohe Angebotszentralität der Steinbach-Hallenger Innenstadt erkennbar.

Mit Blick auf die Sortimentsabdeckung bietet die Steinbach-Hallenger Innenstadt ein breites Warenspektrum an, in fast allen innenstadtrelevanten Sortimenten ist ein kompetentes Angebot vorzufinden. In dem zentralen Versorgungsbereich ist eine umfängliche Bedarfsabdeckung möglich.

Die städtebauliche Situation der Steinbach-Hallenger Innenstadt stellt sich attraktiv dar. Der Zustand der kleinteiligen, zum großen Teil aufwendig sanierten Wohn- und Gewerbeimmobilien ist als ansprechend zu bewerten. Eine positive Wirkung erzeugen ferner die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und vor allem die innerstädtische Stadtmöblierung. Der Handelsbesatz in der Innenstadt ist hauptsächlich in kleinformatigen Geschäften organisiert, was auf die kleinstrukturierte Bebauung zurückzuführen ist.

Im mittleren Bereich der Hauptstraße wurde ein Lebensmittelmarkt (Edeka) angesiedelt, der eine Magnetfunktion für diesen Bereich entfaltet. Der Betrieb ist räumlich und funktional direkt in die Hauptgeschäftslage eingebunden, so dass dieser Markt – arbeitsteilig mit einem südlich befindlichen Discounter (Norma) – eine qualifizierte Grundversorgung anbieten kann. Im Zusammenspiel mit dem kleinstrukturierten Angebot an mittelständischen Fachhändlern wird ein attraktiver Mix aus verschiedenen, unterschiedlich positionierten Handelsbetrieben gezeigt, der augenscheinlich eine hohe Kundenakzeptanz erzeugt.

Das Einzugsgebiet des Innenstadthandels umfasst die Stadt Steinbach-Hallenberg und umliegende Gemeinden im räumlichen Umfeld der Stadt. Der Innenstadtbereich ist über eine leistungsfähige Landesstraße (L1128) anfahrbar; für potenzielle Pkw-Kunden stehen ausreichende und kostenfreie Parkmöglichkeiten zur Verfügung. Direkt am Rathaus befindet sich zudem eine Haltestelle des ÖPNV.

Im Fazit ist unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten (vgl. Abb. 29) die Steinbach-Hallenger Einkaufsinnenstadt – auch mit Blick auf die Rechtsprechung (vgl. Pkt. 7.2) – unzweifelhaft als ein zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren.

Neben dem Innenstadtzentrum wurde das Vorhandensein von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. In Steinbach-Hallenberg ist kein sog. Nahversorgungszentrum (C-Zentrum, vgl. Einstufung auf Seite 61 bzw. Abb. 29) vorhanden. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage.

Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren in Steinbach-Hallenberg nicht vorhanden, wenngleich an zwei weiteren Standorten Lebensmittelmärkte adressiert sind. Auf Grund der monofunktionalen Ausrichtung auf die Lebensmittelversorgung (ohne weitere Handelsbetriebe oder Komplementäre) scheidet die Einstufung der bestehenden Lebensmittelmärkte als ein zentraler Versorgungsbereich aus (vgl. Definition eines Nahversorgungszentrums auf Seite 61).

Neben den vorstehend skizzierten Handelslagen sind weitere Betriebe in Streulagen ansässig. Hierbei handelt es sich um sog. Solitärstandorte, d.h. um einzelne Betriebe ohne weitere funktionale Ergänzungen. Diese Standorte stellen keinen zentralen Versorgungsbereich dar.

Die **Bestimmung und räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten⁸¹ vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachstehend werden die Bestimmungskriterien überblicksartig aufgeführt, die in Folge

81 Anmerkung: Ein innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich muss nicht zwingend dem Hauptgeschäftsbereich einer Stadt entsprechen und muss beispielsweise auch nicht mit einer Kern- oder Sondergebietsausweisung in Bebauungsplänen übereinstimmen.

bei der räumlichen Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereiches beachtet werden; als Hauptpunkt sind hierbei städtebauliche Kriterien und der Handelsbesatz zu sehen. Ferner findet der bereits in dem vormaligen Einzelhandelskonzept⁸² abgegrenzte zentrale Bereich Berücksichtigung, der sich weitgehend auf Grundlage der aktuellen Bestandserhebung und der Nutzungsstrukturen als sachgerecht erwiesen hat.

Abbildung 30: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

	Bestimmungsgrößen
Städtebauliche Kriterien	räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes und der komplementären Funktionen, stadthistorische Aspekte, räumliche Zusammenhänge und Wegeverbindungen, Bebauungsstruktur, städtebauliche Barrieren, Verkehrsstruktur, Gestaltung öffentlicher Raum, Stadtbild, Kompaktheit, Architektur
Quantitative Kriterien zum Handelsbesatz	Verkaufsflächenbestand und dessen räumliche Verortung (v.a. von Magnetbetrieben), Ladenstruktur, Handelsdichte, Branchenmix, Multifunktionalität durch Dienstleister, Gastronomie, öffentliche Nutzungen etc., Potenzialflächen
Bevölkerung	Mantelbevölkerung im fußläufigen Nahbereich, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Ortsteil, bestehende Kundenfrequenzen
Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, ÖPNV-Anschluss
Versorgungs-/ Einzelhandelscharakter	Bedarfshäufigkeit/Fristigkeit des Angebots, vorhandene Magnetbetriebe, Ausrichtung von standortprägenden Einzelhandelsbetrieben
Ökonomische Voraussetzungen	ausreichendes Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial, perspektivische Entwicklung der Kaufkraft, Einwohner im Nahbereich

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

82 vgl. GMA, Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Steinbach-Hallenberg (September 2007), Karte 3.

7.3.2. Sonstige Versorgungslagen

In der Regel ist eine vollumfängliche und flächendeckende Versorgung durch die Einzelhandelsangebote nur in innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich, da in Innenstädten oft größere Handelsbetriebe auf Grund der kompakten und kleingliedrigen Bebauungsstrukturen oder durch räumliche Begrenzungen nicht etabliert werden können. Somit können größere Handelsbetriebe – beispielsweise auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten – in diesen Lagen oft nicht untergebracht werden. Ferner ist auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen eine Grundversorgung notwendig.

Der vorgenannte Fakt trifft auch in Steinbach-Hallenberg zu, so dass der Einzelhandel in der Einkaufsinnenstadt durch weitere Versorgungslagen komplettiert wird. Die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung wird dabei ergänzend zu dem Angebot in dem zentralen Versorgungsbereich durch sog. **Grundversorgungsstandorte** dargestellt.

Diese Grundversorgungsstandorte – in städtebaulich integrierten Lagen befindlich – decken u.a. vorhandene räumliche Lücken ab, so dass erst unter Einschluss dieser Standorte eine weitgehend flächendeckende wohnungnahe Grundversorgungsstruktur sichergestellt werden kann.

Diese Standorte werden i.d.R. monofunktional durch einen größeren Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels (bspw. Discounter, Supermarkt), teilweise durch weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) oder durch Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Grundversorgung⁸³ dar.

Diese Angebotsstandorte dienen insbesondere der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölkerung und besitzen in kleineren Städten – wie in Steinbach-Hallenberg – auf Grund der Leistungsfähigkeit und der Strahlkraft der jeweiligen Lebensmittelmärkte auch eine gesamtörtliche und partiell auch eine überörtliche Versorgungsfunktion.

Die Ausstattung dieser Grundversorgungsstandorte kann in Bezug auf die Größe bzw. Komplexität schwanken, fokussiert jedoch auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Die Standorteigenschaften eines Grundversorgungsstandortes werden wie folgt definiert:

- mindestens ein größerer Nahversorgungsbetrieb (SB-Markt, Discounter, Supermarkt), in Ergänzung auch kleinformatische Lebensmittelanbieter (z.B. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) möglich,
- überwiegende Ausrichtung auf das Sortiment Lebensmittel; in Ergänzung auch andere nahversorgungsrelevante Sortimente möglich und wünschenswert, andere zentrenrelevante Sortimente nur im Randsortiment und dem Lebensmittelangebot deutlich untergeordnet,
- räumliche und funktionale Zuordnung des Standortes zu einem Siedlungsschwerpunkt (bspw. Stadtteil, Wohnquartier), zentrale und für die Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbare Lage,
- möglichst wohnsiedlungsintegrierte Lage, jedoch auch in Randlage – mit direkter fußläufiger Anbindung – zu einem Wohnquartier möglich,
- hohe Mantelbevölkerung im unmittelbaren Umfeld (in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen) und
- ÖPNV-Anbindung (optional).

Die Grundversorgungsstandorte haben weder funktional noch städtebaulich einen Zentrencharakter, da diese Standorte i.d.R. durch eine eingeschränkte und monofunktionale Angebotsstruktur bzw. eine geringe Nutzungsdurchmischung geprägt sind, keine sog. Mittelpunktfunktion besitzen und/oder die Komplementärnutzungen (u.a. Dienstleistungen, Gastronomie) nur unzureichend ausgebildet sind.

Diese Standorte stellen keinen zentralen Versorgungsbereich im Sinne der Baunutzungsverordnung und des Baugesetzbuches – d.h. kein sog. Nahversorgungszentrum (vgl. Definition auf Seite 61) – dar, wenngleich

⁸³ Unter Grundversorgung wird i.S.d. LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.
vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 bis 2.6.4.

diese Lebensmittelmärkte einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung leisten. Eine Schutzmöglichkeit dieser sog. Nahversorger durch eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich ist jedoch auch aus Gründen eines individuellen Konkurrenzschutzes unzulässig.⁸⁴

Neben dem Handel in dem zentralen Versorgungsbereich und an Grundversorgungsstandorten wird das Angebot in Steinbach-Hallenberg durch **Ergänzungsstandorte** komplettiert. Diese Streulagen sind i.d.R. durch einen Besatz von Fachmärkten oder anderen großformatigen Anbietern mit überwiegend nicht-zentrenrelevanten Sortimenten gekennzeichnet.

Die auf wenige Branchen des großflächigen Einzelhandels spezialisierten Geschäftslagen sind meist an verkehrsgünstig gelegenen Standorten angesiedelt. Diese Lagen sind als nicht-schützenswert im Sinne der Stadtentwicklung zu reklamieren, da sie wegen ihrer dezentralen Lage, zum Teil auch der Konkurrenzsituation zum innerstädtischen Handel sowie der fachspezifischen Ausrichtung nur ein eingeschränktes Warensortiment führen und nicht durch andere Nutzungen ergänzt werden; wenngleich diese Betriebe über einen weiten Einzugsbereich verfügen können und z.T. auch eine wichtige Versorgungsfunktion erfüllen.⁸⁵

84 Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläuft.
vgl. auch Urteil OVG NRW [4 A 964/05] vom 11.12.2006.

Ein innerstädtischer Bereich mit einem Lebensmitteldiscounter sowie weiteren Einzelhandelsbetrieben und einigen Dienstleistungsangeboten kann regelmäßig keine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen und ist deshalb kein zentraler Versorgungsbereich.

vgl. auch Urteil OVG NRW [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

85 Eine Sicherung der Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Betriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern die Strahlkraft des jeweiligen Vorhabens nicht wesentlich über den Verflechtungsbereich von Steinbach-Hallenberg hinausreicht. Eine bauplanungsrechtliche Absicherung dieser Handelsbetriebe ist durch die Festsetzung eines Sondergebietes gemäß § 11 Abs. 3 BauNVO möglich.

7.4. Zentren- und Standortkonzept Steinbach-Hallenberg

7.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Für Steinbach-Hallenberg wird ein **abgestuftes Netz von Versorgungsbereichen** ausgewiesen, um der gesamt- und auch überörtlichen Versorgungsfunktion als Grundzentrum, aber auch den versorgungsstrukturellen Anforderungen an den jeweiligen mikroörtlichen Siedlungs- bzw. Wohnbereich gerecht zu werden.

Das künftige **Zentrenleitbild** für die Einzelhandelsentwicklung von Steinbach-Hallenberg beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der lokalen Standortrahmenbedingungen erstellt wurde. Innerhalb von Steinbach-Hallenberg sind drei strukturprägende Einzelhandelslagen ausgebildet.

Abbildung 31: Modell der Zentrenstruktur von Steinbach-Hallenberg



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Stadt Steinbach-Hallenberg wird die Ausweisung der **Einkaufsinnenstadt** weiterhin als zentraler Versorgungsbereich empfohlen. Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels und komplementärer Funktionen auf diesen Bereich wird einer weiteren Streuung des Angebots über das gesamte Steinbach-Hallenberger Stadtgebiet entgegengewirkt; ferner soll eine Stärkung der Innenstadt durch die räumliche Bündelung des Angebots – auch unter dem Aspekt des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden.⁸⁶ Die Steinbach-Hallenberger Einkaufsinnenstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden.

Das Angebot in dem zentralen Versorgungsbereich wird durch **Grundversorgungsstandorte**⁸⁷ arrondiert. Die Grundversorgungsstandorte sind durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters gekennzeichnet. Andere Einzelhandelsortimente außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollten an diesen Standorten i.d.R. nicht angesiedelt werden, um die funktionsteilige Angebotsstruktur zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und diesen Standorten nicht zu unterlaufen. Auf Grund der vorgenommenen Einstufung können zwei sog. Grundversorgungsstandorte identifiziert werden.

Die Grundversorgungsstandorte erfüllen nicht die beschriebenen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, stellen jedoch hinsichtlich ihrer städtebaulich integrierten Lage einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung, insbesondere mit dem Sortiment Lebensmittel, dar. Diese Standorte genießen auch einen Schutz, der in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formuliert wird.

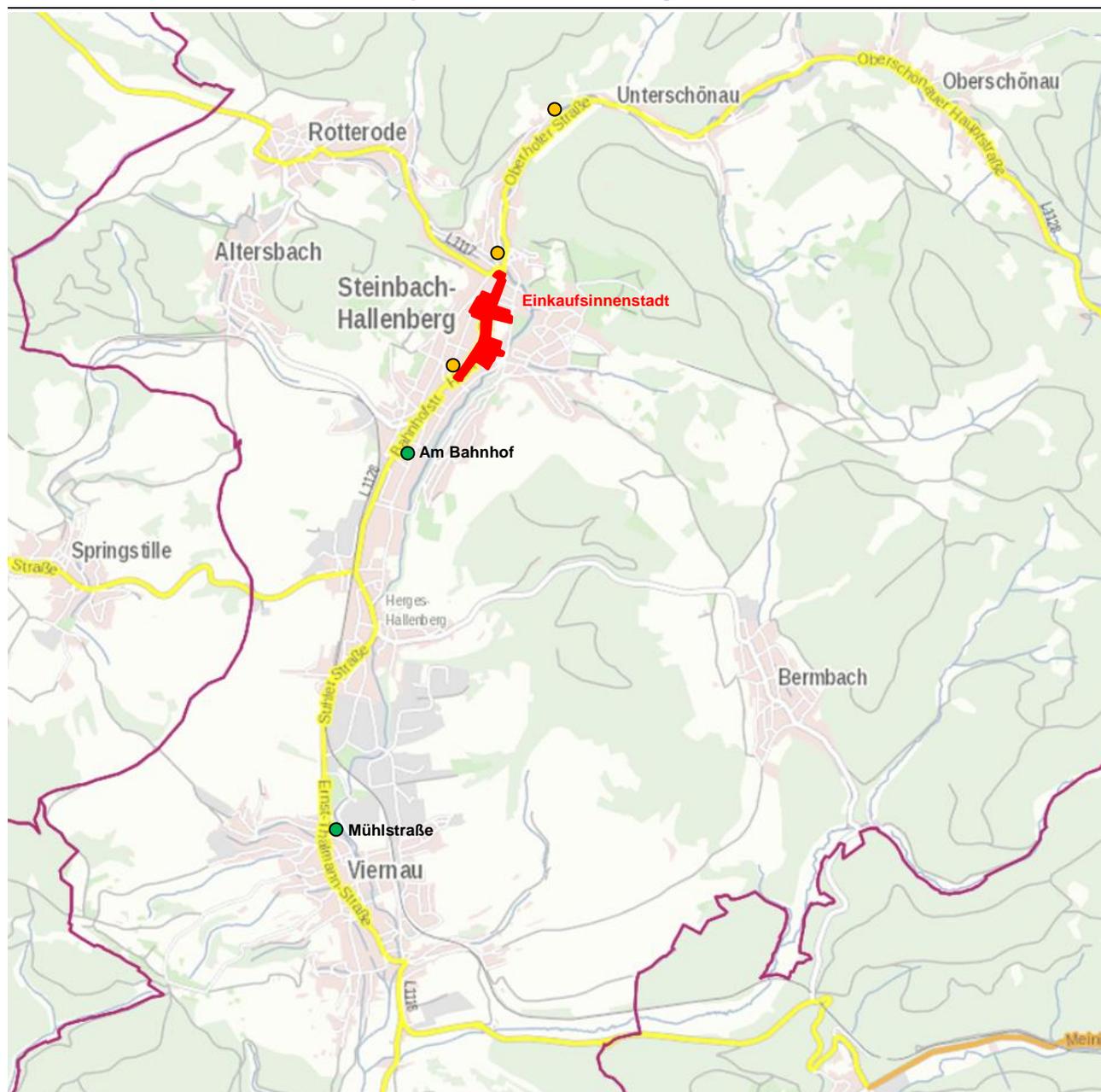
⁸⁶ Dies ist auch unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet.

⁸⁷ Grundversorgungsstandorte werden – anders als zentrale Versorgungsbereiche – nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines Grundversorgungsstandortes bezieht sich immer auf seine ausgeübte Funktion als Grund- bzw. Nahversorger in seinem funktionalen Versorgungsgebiet. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion).

Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existieren weitere Einzelhandelslagen, die als **Ergänzungsstandorte** zu klassifizieren sind. Die Betriebe in diesen Lagen sollten vor allem eine Ergänzungsfunktion zu den bereits beschriebenen Einzelhandelslagen darstellen und nicht in einer direkten Konkurrenzsituation zu dem Handel in der Innenstadt oder an den Grundversorgungsstandorten stehen. Derzeit sind drei strukturprägende Ergänzungsstandorte vorhanden, die Betriebe an diesen Standorten führen ein Kernsortiment mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

In Anlehnung an die vorstehenden Ausführungen stellt die folgende Karte das **Standortstrukturkonzept** für den Einzelhandel in Steinbach-Hallenberg überblicksartig dar.

Karte 9: Zentren- und Standortkonzept Steinbach-Hallenberg



- zentraler Versorgungsberiech
- Gemarkungsgrenze
- Grundversorgungsstandort
- Ergänzungsstandort

Kartengrundlage:
GDI-Th Freistaat Thüringen
(Geoclient 1.8.1)
Bearbeitung:
BBE Handelsberatung



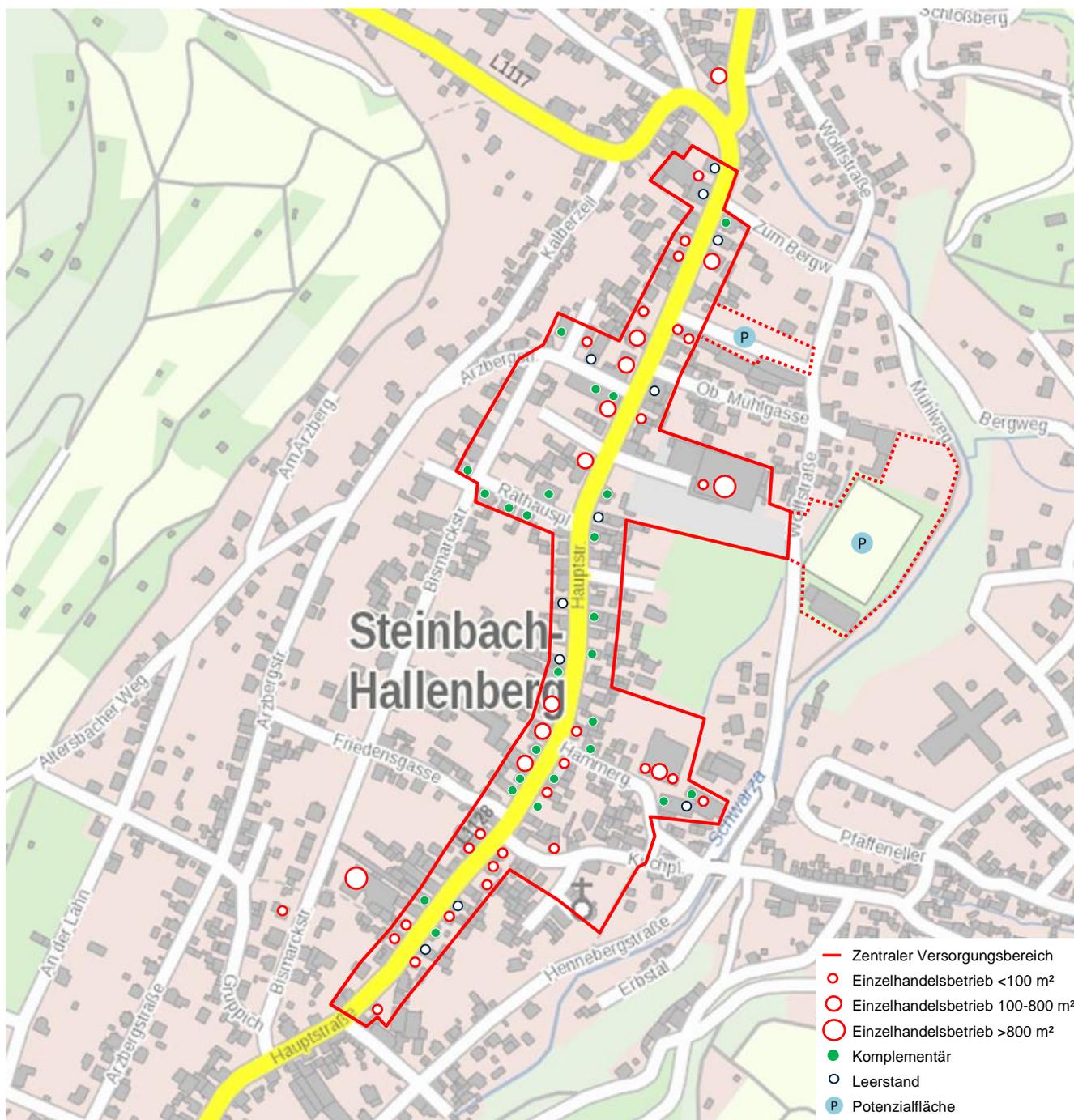
7.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

Nachstehend wird eine Beschreibung der prägenden Versorgungslagen in Steinbach-Hallenberg vorgenommen, beginnend mit dem Innenstadtzentrum. Des Weiteren erfolgen die räumliche Abgrenzung dieser Bereiche, eine Funktionszuweisung sowie die Formulierung der zukünftigen Entwicklungsziele.

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt	
Zentrentyp	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum)
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ im zentralen Kernstadtgebiet verortet ▪ Hauptgeschäftsbereich verläuft bandförmig bzw. straßenbegleitend zur Hauptstraße und umfasst auch direkt angrenzende Bereiche ▪ Geschäftsbereich weist mit über 700 Metern relativ lange Laufwege auf, es existiert kein direkter funktionaler Mittelpunkt
Verkehrliche Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anbindung des Zentrums über die Hauptstraße, als Landesstraße (L1128) ausgewiesen ▪ Erreichbarkeit sowohl aus dem Kernstadtgebiet als auch den dezentralen Ortsteilen zügig möglich ▪ die Hauptstraße fungiert als innerörtlicher Hauptverkehrsträger, dadurch hohe Verkehrsbelastung innerhalb des Zentrums
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gutes Parkplatzangebot, zahlreiche Pkw-Abstellmöglichkeiten durch straßenbegleitende Parkmöglichkeiten und Parkplätze in der Innenstadt sowie betriebseigene Parkplatzanlagen von Edeka und von Norma ▪ alle Parkplätze sind kostenfrei ▪ weitere Parkplätze in Randlage zum Zentrum
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bushaltestelle auf dem Rathausplatz, somit direkte Anbindung an den regionalen ÖPNV
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ breitgefächertes Angebot, eine Leitfunktion übernehmen die Lebensmittelbranche und die modischen Sortimente ▪ überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, auch discountorientierte Angebote vorhanden
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 5.420 m² Verkaufsfläche (51 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 36 Einzelhandelsgeschäfte (53 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Branchenstruktur	<p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel/Reformwaren (7) Drogeriewaren/Gesundheit (1) Blumen/Pflanzen/Zoo (2) Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (11) Bücher/Schreib-/Spielwaren (3) Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (2) Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (6) Optik/Uhren/Schmuck (3) Sonstiger Einzelhandel (1)
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Edeka, Norma, NKD, Modehaus Braun, Schuhhaus König, Haushaltwaren Holland-Lenz, Zweirad Bahner

Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> hoher flächenseitiger Filialisierungsgrad, ca. 52 % (ca. 2.820 m²) der Verkaufsfläche werden durch Filialisten belegt ist, jedoch nur drei Filialisten (Edeka, Norma, NKD ansässig)
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> konsumnahe Dienstleistungen, Finanzdienstleistungen, (Klein-)Gastronomie, Büros, medizinische Versorgung (25 komplementäre Anbieter) Stadtverwaltung (Rathaus) ist im Zentrum etabliert

Räumliche Abgrenzung⁸⁸



88 Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich.

Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Steinbach-Hallenberg und umliegende kleinere Orte in der Region ▪ der Marktbereich des Innenstadthandels wird insbesondere durch die hohe Strahlkraft von Schmalkalden, Zella-Mehlis, Suhl und Meiningen begrenzt
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktion in allen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs ▪ funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Steinbach-Hallenberg ▪ überörtliche Versorgungsfunktion für das direkte, ländlich geprägte Umfeld von Steinbach-Hallenberg
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstand von 11 Gewerbeeinheiten in der Innenstadt, Leerstände haben fast ausschließlich eine Ladenfläche von unter 100 m² ▪ leerstehende Gewerbeflächen weisen eine durchschnittliche Ladengröße von lediglich ca. 40 m² je Geschäft auf und fallen für die Ansiedlung von modernen und leistungsfähigen Handelskonzepten zu klein aus; Nutzung u.a. durch Dienstleistungsanbieter, Büros, Kleingastronomie möglich und wünschenswert
Potenzialflächen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zwei Potenzialflächen an der Hauptstraße und der Wolfstraße, für eine Nutzung mit Handelsbetrieben geeignet
Planungsrechtliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in der Innenstadt existieren keine den Einzelhandel betreffenden Bebauungspläne
Städtebauliche Kurzbewertung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt setzt sich maßgeblich aus historischen und attraktiven Bausubstanzen mit hohem gestalterischem Wert zusammen; es sind vor allem ansprechende Fachwerkhäuser vorzufinden ▪ fast durchgehende heterogene Bebauung des Hauptgeschäftsbereiches mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern, der Einzelhandel ist straßenbegleitend in den Erdgeschosszonen angesiedelt; Ausnahme sind die großformatigen Märkte von Edeka und Norma ▪ keine durchgängige Schaufensterfront, wobei die Nutzung der Gewerbeeinheiten auch durch zahlreiche Komplementäre erfolgt; Funktionsunterbrechungen durch Leerstand und vor allem durch Wohnnutzungen ▪ der Handel belegt ausschließlich kleinformatische Flächen (Ø ca. 80 m² je Geschäft, ohne Edeka/Norma), bedingt durch die kleinstrukturierte und kompakte innerörtliche Bebauung ▪ die Bausubstanzen sind größtenteils saniert und in einem optisch guten Zustand, teilweise sind jedoch auch Immobilien mit Sanierungsbedarf vorzufinden ▪ positive Wirkungen ergeben sich durch die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und die ansprechende Stadtmöblierung und Bepflasterung; insbesondere auch durch die straßenbegleitende Begrünung, gerade im zentralen und nördlichen Bereich



Stärken-Schwächen-Bilanz

Stärken

- städtebaulich attraktive Innenstadt
- gute verkehrliche Erreichbarkeit, sehr gutes Parkplatzangebot im gesamten Innenstadtbereich
- direkte Anbindung an ÖPNV durch Bushaltestelle am Rathausplatz
- flächenseitig und anzahlmäßig größter zusammenhängender Einzelhandelsstandort in Steinbach-Hallenberg, hohe Angebotsmasse
- leistungsstarkes Angebot in den zentralenrelevanten Branchen, vor allem aber auch attraktives Lebensmittelangebot mit hoher Strahlkraft vorhanden
- hohe Anzahl an Komplementärbetrieben, dadurch gute Funktionsdurchmischung und Multifunktionalität der Innenstadt

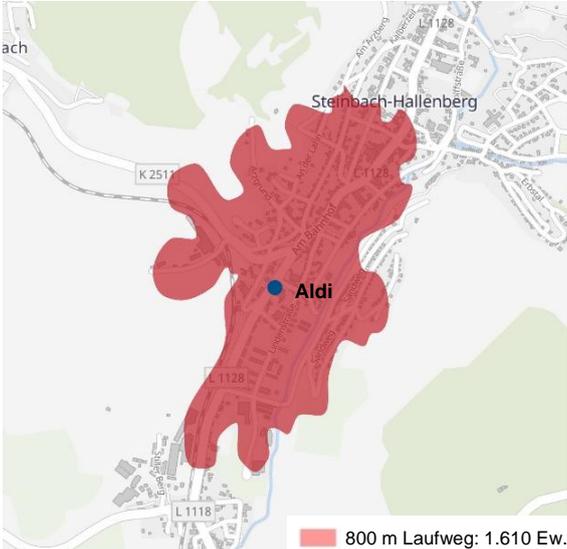
Schwächen

- langgezogener Innenstadtbereich, keine direkte funktionale Mitte
- hohes Verkehrsaufkommen
- überwiegend kleinstrukturiertes Handelsangebot
- hoher Leerstand von 11 Geschäften, jedoch sehr geringe Fläche der Leerstandsobjekte, bei vielen Einheiten ist keine Einzelhandelsnutzung möglich
- wenig qualifizierte Gastronomie in der Innenstadt vorhanden

Entwicklungsziele

- Stärkung/Stabilisierung der bestehenden innerstädtischen Handelsbetriebe
- Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots in der Innenstadt, wengleich auf Grund der kleinteiligen Bbauungsstrukturen keine wesentlichen Entwicklungsmöglichkeiten bestehen; Nutzung und Inwertsetzung der ausgewiesenen Potenzialflächen
- Lenkung von möglichen, hauptsächlich von profilbildenden Ansiedlungsbegehren auf die Innenstadt (bei Flächenverfügbarkeit), weitere Erhöhung der Angebotsmasse auch durch komplementäre Angebote
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten (Flächenerweiterungen, Flächenzusammenlegung von disfunktionalen Kleinflächen, sofern baulich möglich), da den zahlreichen kleineren Fachhändlern in der Innenstadt zu wenige Großflächen gegenüberstehen
- Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen und Innenstadtrandlagen in den Hauptgeschäftsbereich (bei Flächenverfügbarkeit), dies trifft auch für komplementäre Nutzungen zu; Erhöhung der Angebotsdichte in der Innenstadt
- Revitalisierung bestehender Leerstände bzw. Inwertsetzung von derzeit nicht vermietbaren Flächen, dabei Beachtung von notwendigen Mindestbetriebsgrößen von Handelsbetrieben
- Sicherung und Ergänzung des Handelsangebots durch qualifizierte und attraktive Komplementärfunktionen, Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Innenstadt, insbesondere Weiterentwicklung der Gastronomie
- Ausbau der Wohnfunktion in der gesamten Innenstadt, vor allem von attraktiven und modernen Wohnstrukturen, somit Erhöhung des fußläufigen Nachfragepotenzials
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Innenstadt, u.a. durch gestalterische Verbesserungen, Aufwertung von Werbeanlagen und Schaufenstern und des öffentlichen Raums, Gestaltung von leerstehenden Gewerbeeinheiten
- Installation eines Leerstandsmanagements, (Zwischen-)Nutzungen von Leerstandsflächen, Erarbeitung von Nachnutzungsmöglichkeiten, auch mit einzelhandelsfremden Belegungsoptionen
- Sicherung der bestehenden fußläufigen Anbindung zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit, insbesondere des guten einkaufsstättennahen Parkplatzangebots (auch in Randlagen zur Innenstadt) und der ÖPNV-Anbindung der Einkaufsinnenstadt

7.4.3. Grundversorgungsstandorte

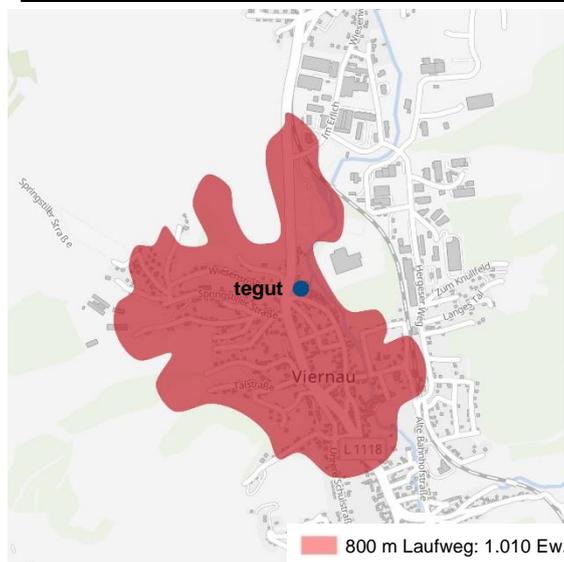
1 - Standortprofil Grundversorgungsstandort „Am Bahnhof“	
Standort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebaulich integrierte Lage im südlichen Kernstadtgebiet, in unmittelbarer Nähe der Gemarkungsgrenze zu Herges-Hallenberg ▪ Aldi liegt im Kreuzungsbereich der Straße Am Bahnhof und des Rasenmühlenwegs mit direkter Sichtachse und optischer Werbebeziehung zur L1128 ▪ Aldi agiert in einem eingeschossigen Normgebäude, an der Außenfront sind ein Bäcker/Fleischer sowie ein Getränkemarkt angesiedelt
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in allen Richtungen ist eine Wohnbebauung vorzufinden, teilweise sind im Umfeld auch eingesprengte Gewerbebetriebe situiert; direkt südlich befindet sich ein modernes Kirchengebäude ▪ in südlicher Richtung sind straßenbegleitend zur Hergeser Allee dreigeschossige Wohnzeilenbauten situiert, es besteht eine hohe Bevölkerungsverdichtung in diesem Bereich
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit über die Landesstraße L1128, sowohl aus der Kernstadt als auch aus den dezentralen Ortsteilen ▪ Zufahrt aus der Straße Am Bahnhof über den Rasenmühlenweg direkt auf die betriebseigene Parkplatzanlage des Aldi-Marktes möglich ▪ gute fußläufige Anbindung des Marktes an die umliegenden Wohngebiete
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ standortangepasste Parkplatzanlage (ca. 70 PP, kostenfrei), zur gemeinsamen Nutzung aller Betriebe ▪ Parkplätze liegen U-förmig um die Marktimmoblie
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Regionalbushaltestelle („Bahnhof“) unmittelbar südlich des Aldi-Marktes ▪ Bahnhof in ca. 150 Meter Entfernung
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 1.600 Personen im 800 Meter Laufweg ▪ der westlich liegende Bahngleiskörper und der östliche befindliche Flusslauf der Schönau und die dann ansteigende Topographie stellen eine Zäsur dar
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 950 m² VK / 4 Betriebe
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Aldi, Bäcker/Fleischer, Getränkemarkt
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein Leerstand
Lage	<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div style="margin-left: 10px;">   </div> </div>

Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für den südlichen und zentralen Kernstadtbereich und für Herges-Hallenberg ▪ gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da Aldi aus dem gesamten Kernstadtbereich verkehrlich gut erreichbar ist ▪ Grundversorgungsfunktion auch für die dezentralen Ortsteile und für umliegende Gemeinden ohne Lebensmittelhandel
Planungsrechtliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ für das Areal des Lebensmittelmarktes existiert kein Bebauungsplan, es handelt sich um einen unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots⁹⁹ ▪ Sicherstellung von optisch attraktiven Angebotsstrukturen und einer langfristig standort- und konzeptangepassten Flächendimensionierung des Lebensmittelmarktes (Aldi-Fläche liegt mit knapp 800 m² relativ zu niedrig), Erweiterung des Discounters auf ein konzeptübliches Maß möglich
<p>Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2021; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung</p>	

2 - Standortprofil Grundversorgungsstandort Mühlstraße

Standort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Randlage im nördlichen Ortsgebiet von Viernau, Standort ist jedoch städtebaulich integriert ▪ das streifenförmige Marktareal liegt zwischen der Ernst-Thälmann-Straße und der Mühlstraße, tegut hat eine direkte Sichtachse auf die L1118 und somit eine hohe Werbewirksamkeit auf den Verkehr ▪ tegut ist in einem eingeschossigen freistehenden Funktionsbau etabliert, im Standortverbund befindet sich ein Getränkemarkt
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ das Umfeld ist überwiegend durch eine lockere Bebauung mit freistehenden Wohnhäusern geprägt, vereinzelt sind eingesprengte Gewerbebetriebe vorzufinden ▪ nördlich des Marktstandortes befinden sich Sportanlagen, östlich befinden sich landwirtschaftliche Nutzflächen, hier breitet sich ein Gewerbe- und Industriegebiet aus
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit über die Landesstraße L1118, sowohl aus Viernau als auch aus Herges-Hallenberg ▪ Zufahrt aus der Ernst-Thälmann-Straße direkt über die Mühlstraße auf die betriebseigene Parkplatzanlage des tegut-Marktes möglich ▪ gute fußläufige Anbindung des Marktes an die westlich und südlich befindlichen Viernauer Wohngebiete
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine direkte ÖPNV-Anbindung, da die einzige Bushaltestelle in Viernau im zentralen Bereich des Ortskerns verortet ist, Entfernung zu tegut ca. 600 m
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 40 PP, kostenfrei), zur gemeinsamen Nutzung aller Betriebe ▪ Parkplätze liegen konzeptkonform vor dem Markteingang
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 1.000 Personen im 800 Meter-Laufweg ▪ Standort kann bei einem geringfügig höheren Laufweg auch von den Bewohnern des südlichen Teils von Viernau erreicht werden
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 790 m² VK / 3 Betriebe
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ tegut, Fleischer (auf Marktfläche integriert), Getränkemarkt
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein Leerstand (vormaliger Backstand wird durch tegut belegt)

Lage



Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für den Ortsteil Viernau ▪ partiell auch gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da tegut aus dem Kernstadtgebiet verkehrlich gut erreichbar ist ▪ eingeschränkte Grundversorgungsfunktion auch für die dezentralen Ortsteile und für umliegende Gemeinden ohne Lebensmittelhandel
Planungsrechtliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ für das Areal des Lebensmittelmarktes existiert kein Bebauungsplan, es handelt sich um einen unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots⁹⁰ ▪ Sicherstellung von optisch attraktiven Angebotsstrukturen und einer langfristig standort- und konzeptangepassten Flächendimensionierung des Lebensmittelmarktes (tegut-Fläche liegt mit knapp über 500 m² relativ niedrig), Erweiterung des Marktes auf ein konzeptübliches Maß möglich und wünschenswert

Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2021; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

90 vgl. Seite 49.

7.5. Sortimentskonzept Steinbach-Hallenberg

7.5.1. Begriffsdefinition

Eine Sortimentsliste stellt einen wesentlichen Bestandteil eines kommunalen Einzelhandelskonzepts dar und ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung richterlich anerkannt. Zur Steuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Festlegung von zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten erforderlich.

Nachfolgender **Kriterienkatalog** dient zur Unterscheidung von zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Abbildung 32: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

zentrenrelevante Sortimente

- geringer spezifischer Flächenanspruch, räumliche Integration dieser Betriebe ist grundsätzlich in zentrale Versorgungsbereiche möglich
- meist hohe Flächenproduktivität
- hohe Ausstrahlungskraft
- überwiegend leichter bzw. problemloser Abtransport, ein Kfz ist i.d.R. nicht notwendig
- häufige Nachfrage im Zusammenhang mit anderen Innenstadtnutzungen und meist in Abhängigkeit von anderen Frequenzbringern
- lösen positive Agglomerations- bzw. Verdichtungseffekte aus
- prägen durch ihr Vorhandensein bereits die städtebaulich-funktionale Struktur von zentralen Versorgungsbereichen
- ziehen viele Besucher an und sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig

nicht-zentrenrelevante Sortimente

- Angebot dieser Waren erfolgt auf Grund der Größe und Beschaffenheit i.d.R. an dezentralen, vorwiegend autokundenorientierten Standorten
- zum Warenabtransport wird überwiegend ein zusätzliches Transportmittel benötigt
- keine Eignung für zentrale Lagen, da hoher Flächenbedarf
- niedrige Flächenproduktivität
- erzeugen eine eigene Besucherfrequenz und werden i.d.R. gezielt angefahren, geringe Kopplungen mit anderen Aktivitäten
- keine prägende Funktion für zentrale Innenstadtlagen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Zentrenrelevante Sortimente tragen maßgeblich zur Attraktivität städtebaulich integrierter Versorgungszentren bei und können positive Agglomerations- bzw. Kopplungseffekte auslösen. Die Sortimente können dabei im Verbund eine hohe Ausstrahlungskraft induzieren, was sich positiv auf die Besucherfrequenzen auswirkt. Diese Sortimente sind ferner durch einen meist geringen Flächenanspruch geprägt und lassen sich i.d.R. in bestehende innerörtliche Bebauungsstrukturen integrieren. Zentrenrelevante Sortimente sind i.d.R. bereits in zentralen Versorgungsbereichen etabliert und prägen städtebaulich-funktional die Bestandsstruktur.

Für die Stärkung der Versorgung im zentralen Versorgungsbereich und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität der Stadt Steinbach-Hallenberg gilt es, diejenigen Sortimente im innerstädtischen zentralen Versor-

gungsbereich zu konzentrieren, die maßgeblich der Nutzungsvielfalt und der Attraktivität dieses Bereiches dienen.

Zu der Sortimentsgruppe der zentrenrelevanten Sortimente zählen auch die sog. **nahversorgungsrelevanten Sortimente**, die überwiegend der kurzfristigen bzw. periodischen Grundversorgung dienen (v.a. Lebensmittel) und durch eine häufige Konsumentennachfrage gekennzeichnet sind. Auf diese Warengruppen treffen auch die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. In innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen und z.T. auch in Nahversorgungszentren sind oft die flächenseitigen Voraussetzungen zur Installation von diesen meist großformatigen Anbietern nicht gegeben, so dass auch Ansiedlung auch außerhalb dieser Bereiche im Sinne einer wohnungsnahen und engmaschigen Bedarfsabdeckung möglich ist.

Eine Ansiedlung außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches könnte erfolgen, wenn die jeweilige Lage der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung dient, der Standort städtebaulich integriert ist und die Größe des geplanten Marktes als standortangepasst ist bzw. das Vorhaben dem zu versorgenden Einzugsbereich entspricht. Ferner müssen schädliche Auswirkungen auf den Angebotsbesatz im zentralen Versorgungsbereich ausgeschlossen werden.

Die sog. **nicht-zentrenrelevanten Sortimente** besitzen i.d.R. hohe Flächenansprüche, die in zentralen Versorgungsbereichen meist nicht darstellbar sind. Bei diesen Sortimenten handelt es sich um Waren, die zentrale Versorgungsbereiche nicht prägen und hier i.d.R. bezüglich ihrer Größe und Beschaffenheit nicht angeboten werden können. Somit besitzt diese Sortimentsgruppe für die Attraktivität von zentralen Versorgungsbereichen eine untergeordnete Bedeutung. Ferner ist zum Abtransport dieser meist großvolumigen Waren ein Kfz erforderlich.

Idealerweise sollte eine Ansiedlung dieser Sortimentsgruppe an einem städtebaulich integrierten Standort, möglichst in innerstädtischer Randlage oder in einer bestehenden Ergänzungslage erfolgen. Hierbei ist die Nachnutzung von bestehenden Gewerbestandorten bzw. die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsstandorten zu präferieren (Prinzip „Nachnutzung vor Neuinanspruchnahme von Flächen“).

Bei der Definition der Sortimentsgruppen ist grundsätzlich auf eine **ortstypische Sortimentsliste** abzustellen, die sich auf die ortsspezifischen Verhältnisse und auch auf mögliche Entwicklungsperspektiven bezieht und somit auf die konkreten lokalen städtebaulichen Erfordernisse abgestimmt ist.⁹¹ Ein genereller Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen von Sortimenten – wie dies z.T. in Landes- oder Regionalentwicklungsplänen der Fall ist – reicht im Rahmen einer bauleitplanerischen Steuerung nicht aus und wurde in der Rechtsprechung bereits als fehlerhaft beurteilt.

Die nachfolgende Herleitung der Sortimentsliste erfolgt auch auf Grundlage des **tatsächlichen Einzelhandelsbestandes** in Steinbach-Hallenberg. Dabei sind insbesondere die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur und der aktuelle sortimentspezifische Bestand von Anbietern in dem zentralen Versorgungsbereich wichtig. Ferner wird bei der Einstufung der Zentrenrelevanz auch beachtet, dass einzelne Sortimente möglicherweise untereinander wichtige Kopplungen und Synergien auslösen und so – auch bei einem derzeitigen Nichtvorhandensein im zentralen Versorgungsbereich – perspektivisch hier angesiedelt werden sollten.

Eine ortsspezifische Sortimentsliste kann solche Sortimente – auch wenn diese in einem zentralen Versorgungsbereich noch nicht vorhanden sind – als zentrenrelevant ausweisen. Es ist möglich, diese Sortimente in anderen Ortsgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem zentralen Versorgungsbereich zuzuführen.⁹² Bei der Darstellung dieser Zielperspektive besteht allerdings die Notwendigkeit, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

91 vgl. Urteile OVG Nordrhein-Westfalen [7A D 92/.NE] vom 03.06.2002, VGH Baden-Württemberg [8 S 1848/04] vom 02.05.2005.

92 Verfolgt eine Gemeinde mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelsortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind.
vgl. Urteil VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/056] vom 30.01.2006.

7.5.2. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Steinbach-Hallenberg

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich in Steinbach-Hallenberg zu etablieren. Grundsätzlich sollen insbesondere größere Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig maßgeblich auf den zentralen Versorgungsbereich gelenkt werden.

Ferner stellt die Steinbach-Hallenger Sortimentsliste ein möglicherweise wichtiges Element für die Festlegung von **Randsortimenten** bei der Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dar. Durch eine exakte Definition der Randsortimente nach Warengruppen und deren flächenmäßige Eingrenzung in Bebauungsplänen kann dem Zentrenkonzept Rechnung getragen werden. Nicht nur bei der Festsetzung der Randsortimente, auch im Rahmen der Bauleitplanung für den großflächigen Einzelhandel kann die Sortimentsliste dazu dienen, zulässige oder ausgeschlossene Sortimente (Positiv-/Negativliste) zu definieren.

Der Erstellung der **Sortimentsliste** für Steinbach-Hallenberg liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Pkt. 7.5.1) zugrunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandelsstruktur im zentralen Versorgungsbereich und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch bestehender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 7.4.2). Bei vielen der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sortimente ist in dem zentralen Versorgungsbereich bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines Randsortiments – vorhanden (vgl. Anlage 3).

Von den Branchen, die aktuell nicht in dem zentralen Versorgungsbereich verortet sind, weisen verschiedene Sortimente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 32) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifisch, Kopplungsaffinität) auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 28) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung der innerörtlichen Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengruppen – trotz des **derzeitigen Fehlens** in dem zentralen Versorgungsbereich – als zentrenrelevant definiert.⁹³ Hierbei handelt es sich um die Sortimente

- Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren,
- Antiquitäten, Kunstgegenstände,
- Computer, Computertechnik, Computerzubehör,
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger,
- Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte,
- Unterhaltungselektronik ("Braune Ware"), Ton-/Bildträger, Telekommunikation,
- Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör.

Die vorstehend benannten Sortimente lassen sich in bestehenden kleinformatigen Leerständen in der Steinbach-Hallenger Innenstadt und/oder bei Nutzung bzw. Bebauung der Potenzialflächen ansiedeln (vgl. Pkt. 6.3.5). Demnach bestehen in dem zentralen Versorgungsbereich realistische Ansiedlungschancen für diese Sortimente.

Auf Basis der Bestandssituation im Einzelhandel und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird für Steinbach-Hallenberg folgende Differenzierung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Die Aufstellung ist nicht abschließend; sollte möglicherweise eine Warengruppe in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter Punkt 7.5.1 vorzunehmen.

⁹³ In der Rechtsprechung ist anerkannt, dass sog. „zentrumstbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, ausgeschlossen werden können. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeinde-spezifische Liste aufgenommen werden.
vgl. Beschluss BVerwG [4 BN 33.04] vom 10.11.2004.

Abbildung 33: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Steinbach-Hallenberg
Teil I

zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ⁹⁴	
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>		
▪ Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	47.73	Apotheken
▪ Blumen, Zimmerpflanzen	aus 47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, nur: Blumen
▪ Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	47.75	EH mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln
▪ Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	aus 47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nur: EH mit Futtermitteln für Haustiere
▪ Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	47.2	EH mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren
▪ Zeitungen, Zeitschriften	47.62.1	EH mit Zeitschriften und Zeitungen
▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände	47.79.1	EH mit Antiquitäten und antiken Teppichen
▪ Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	47.78.1	Augenoptiker
▪ Bücher	47.61	EH mit Büchern
▪ Computer, Computertechnik, Computerzubehör	47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
▪ Elektrokleingeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	aus 47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten, nur: EH mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen
▪ Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	47.64.1	EH mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
▪ Foto, Fotozubehör	47.78.2	EH mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
▪ Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	47.78.3	EH mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
▪ Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	47.59.2 47.59.9	EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten
▪ Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Haushaltstextilien (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche), Gardinen	47.51 aus 47.53	EH mit Textilien, nicht: Matratzen EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, nur: Vorhänge und Gardinen
▪ Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	47.72.2	EH mit Lederwaren und Reisegepäck
▪ Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	47.59.3 47.42	EH mit Musikinstrumenten und Musikalien EH mit bespielten Ton- und Bildträgern

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung 	47.71	EH mit Bekleidung
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf 	47.62.2	EH mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte 	47.74	EH mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Schuhe 	47.72.1	EH mit Schuhen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spielwaren, Bastelartikel 	47.65	EH mit Spielwaren
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen 	47.64.2 aus 47.78.9	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nicht: Boote Sonstiger Einzelhandel, nur: EH mit Waffen und Munition
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Uhren, Schmuck 	47.77	EH mit Uhren und Schmuck
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Unterhaltungselektronik ("Braune Ware"), Ton- und Bildträger, Telekommunikationsgeräte 	47.43 47.63 47.42	EH mit Geräten der Unterhaltungselektronik EH mit bespielten Ton- und Bildträgern EH mit Telekommunikationsgeräten
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör 	47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nicht: EH mit Futtermitteln für Haustiere

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Teil II

nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer /	Bezeichnung nach WZ 2008
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör 	45.32 45.40	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baumarktartikel (u.a. Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Fenster, Türen, Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse, Holz- und Holzmaterialien, Kamine, Öfen) 	47.52	EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Boote, Zubehör 	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel 	aus 47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software, nur: Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“) 	aus 47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten, nur: EH mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülautomaten, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel 	47.76.1 47.52.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen EH mit Metall- und Kunststoffwaren
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leuchten, Lampen 	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kinderwagen 	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Kinderwagen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Bettwaren (u.a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken) 	47.59.1 aus 47.51	EH mit Wohnmöbeln EH mit Textilien, nur: Matratzen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten 	47.53 aus 47.52.3	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Steinbach-Hallenberg

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 28) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Steinbach-Hallenberg definiert. Hiermit soll eine versorgungsstrukturell bestmögliche und gesamtstädtisch gewinnbringende Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt werden. Die Ansiedlungsgrundsätze⁹⁵ sind auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen der Steinbach-Hallenger Einkaufsinnenstadt, den Grundversorgungsstandorten und den Ergänzungsstandorten abgestimmt.

I. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

Ziel: Erhalt und Stärkung der grundzentralen Versorgungsfunktion und der überörtlichen Ausstrahlung der Steinbach-Hallenger Einkaufsinnenstadt, Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Einkaufsinnenstadt

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität, so dass perspektivisch Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment in den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt anzusiedeln sind. Für diesen Bereich ist keine Entwicklungsobergrenze festgelegt, da die Einkaufsinnenstadt den stadtentwicklungspolitisch bedeutsamsten Einzelhandelsstandort darstellt.

Mit der eindeutigen Fokussierung des zentrenrelevanten Einzelhandels auf diesen Bereich kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Steinbach-Hallenger Stadtgebiet – insbesondere in dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Lagen – entgegengewirkt und die Einkaufsinnenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden.

Die Steinbach-Hallenger Einkaufsinnenstadt soll zum dominierenden flächenseitigen Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente ausgebaut werden. Dies ist für die Stärkung und Qualifizierung der grundzentralen Versorgungsfunktion, die überörtliche Ausstrahlung des Steinbach-Hallenger Zentrums, dessen Urbanität und damit für die Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Steinbach-Hallenberg zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 7.5.2). Der vorstehende Grundsatz I trifft sowohl für nicht-großflächige als auch für großflächige Handelsbetriebe⁹⁶ zu.

II. Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Lebensmittel in den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt, nachgelagert auch an Grundversorgungsstandorte

Ziel: Erhalt und Stärkung einer möglichst engmaschigen Grundversorgung mit Lebensmitteln für die Bewohner von Steinbach-Hallenberg

Die Steinbach-Hallenger Einkaufsinnenstadt sollte perspektivisch über einen angemessenen Besatz an nahversorgungsrelevanten Sortimenten, insbesondere auch an Lebensmittelverkaufsfläche verfügen. Dies wird derzeit bereits durch einen großflächigen Supermarkt und einen Discounter abgesichert. Der Markteintritt eines weiteren größeren Lebensmittelmarktes ist auf Grund fehlender Potenzialflächen offensichtlich

95 Die Steuerungsgrundsätze sind für die Ansiedlung und auch Erweiterungsvorhaben im Einzelhandel anzuwenden. Für bestehende Betriebe wird der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz gewährleistet.

96 Einer entsprechenden Ansiedlung dürfen jedoch städtebauliche und landesplanerische Belange nicht entgegenstehen.

nicht möglich und auch zukünftig unrealistisch. Daher kommt dem Schutz der bestehenden innerstädtischen Lebensmittelmärkte eine herausragende Bedeutung zu.

Um die Grundversorgung mit Lebensmitteln bzw. ergänzend mit Waren des kurzfristigen periodischen Bedarfs (nahversorgungsrelevante Sortimente)

- möglichst engmaschig und auch
- für nicht-mobile Bevölkerungsteile

fußläufig zu gestalten, ist nachgeordnet zu dem Innenstadthandel die Ansiedlung von Betrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel auch auf wohnsiedlungsintegrierte Standorte zu lenken.

Die Ansiedlung und auch die flächenseitige Erweiterung eines Lebensmittelmarktes ist somit ausnahmsweise auch außerhalb der Einkaufsinnenstadt möglich, wenn für einen entsprechenden Anbieter nachweislich in dem zentralen Versorgungsbereich keine Flächenkapazitäten bestehen, hier bereits ein entsprechender Anbieter ansässig ist und schädliche Auswirkungen auf den Innenstadthandel und bestehende Betriebe an anderen Grundversorgungsstandorte auszuschließen sind. Diese Ausnahmeregelung gilt nicht für Standorte innerhalb von GE-/ GI-Gebieten; in diesen städtebaulich nicht-integrierten Lagen ist Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich auszuschließen.⁹⁷

Die Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist auf sog. Grundversorgungsstandorte zu lenken; diese sind durch eine städtebaulich integrierte Lage geprägt. Ein Standort ist i.S.d. Steinbach-Hallenberger Einzelhandelskonzeptes als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser

- in *zentraler Lage* befindet und für einen nicht unwesentlichen Teil der lokalen Wohnbevölkerung *fußläufig gut erreichbar* ist,
- im Zusammenhang einer *bestehenden (Wohn-)Bebauung* liegt,
- über eine *gute fußläufige Anbindung* (Straße, Fuß- und ggf. Radweg) verfügt,
- im Umfeld möglichst einen ortsüblichen *ÖPNV-Anschluss* (optional) besitzt,
- sich räumlich in die örtliche Einzelhandelsstruktur integriert (*Einbindung in vorhandene Wohnsiedlung- bzw. Einzelhandelsstrukturen*) und
- ein *hohes zu versorgendes Bevölkerungspotenzial* in seinem fußläufigen Nahbereich besteht.

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Lebensmitteln müssen diese Vorhaben eine standortgerechte Dimensionierung besitzen und überwiegend der Grundversorgung⁹⁸ dienen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Steinbach-Hallenberger Liste“) sollte nicht über 10 % liegen und muss dem Hauptsortiment flächen- und umsatzseitig deutlich untergeordnet sein.

Die Ansiedlung von diesen Betrieben ist auf Standorte zu konzentrieren, in deren fußläufigem Umfeld eine hohe Mantelbevölkerung wohnt.⁹⁹ Eine solche Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist prinzipiell im Einzelfall im Rahmen einer zu erstellenden Auswirkungsanalyse zu prüfen und abzuwägen, da neben den Auswirkungen auf den Innenstadthandel auch die Auswirkungen auf die bestehenden Grundversorgungsstandorte zu prüfen sind.

97 Eine Ausnahme bildet das sog. Handwerkerprivileg. Handelsbetriebe sind im Gewerbegebiet zulässig, wenn der Einzelhandelsbetrieb

- im betrieblichen Zusammenhang mit einem Gewerbebetrieb (z.B. Großbäckerei) steht,
- die Verkaufsstätte dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

98 Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernehe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1-2.6.4.

99 Eine allgemeine Angabe der Einwohnerzahl als Richtlinie ist nicht sinnvoll, da insbesondere auch siedlungsstrukturelle Besonderheiten berücksichtigt werden müssen.

Die bestehenden Lebensmittelanbieter – auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches – genießen Bestandsschutz. Eine flächenseitige Erweiterung dieser Betriebe – die einer möglichen Standortsicherung dient und eine konzeptübliche Fläche umfasst – ist möglich und im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu bewerten und zu entscheiden. Es sind die vorstehend skizzierten Prämissen anzuwenden.

III. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an die bestehenden Ergänzungsstandorte, ggf. auch in städtebaulich integrierten Lagen möglich

Ziel: Räumliche Konzentration des großflächigen Handels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in bestehenden Ergänzungslagen, Lenkung von diesen Betrieben, insbesondere von nicht-großflächigen Betrieben auch in städtebaulich integrierte Lagen, idealerweise in Randbereiche der Einkaufsinnenstadt oder auch an Grundversorgungsstandorte

Der großflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dient der Ergänzung des Handels im zentralen Versorgungsbereich und des Angebots an Grundversorgungsstandorten. In der Steinbach-Hallenger Innenstadt ist die Aufnahmefähigkeit größerer Handelsbetriebe begrenzt, da diese Anbieter i.d.R. für Verkaufs-/ Lager- und Parkierungsflächen einen hohen Flächenverbrauch aufweisen, hohe Lieferverkehre erzeugen und sich meist räumlich nicht in die vorhandene Einzelhandelsstruktur einordnen.

Aus diesem Grund ist die Ansiedlung auch an verkehrsgünstigen bzw. autokundenorientierten Standorten in Steinbach-Hallenberg prinzipiell zulässig. Eine Ansiedlung ist jedoch insbesondere an den bestehenden Ergänzungsstandorten zu empfehlen, da so eine Konzentration von mehreren verschiedenen Anbietern erfolgen kann. Diese räumliche Angebotsbündelung führt aus Kundensicht zu einem attraktiven und komplexen Gesamtangebot („Cluster“), wobei auch betriebliche Kapazitäten (z.B. Parkplätze) gemeinsam genutzt werden können.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten – insbesondere kleinformatische Spezialanbieter – können bei Flächenverfügbarkeit auch im zentralen Versorgungsbereich oder in Randlage hierzu bzw. an Grundversorgungsstandorten angesiedelt werden, da so eine Angebotsbereicherung dieser städtebaulich integrierten Lagen erfolgt.

Die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist grundsätzlich zulässig, sofern diese langfristig der Standortsicherung dient.

IV. Zentrenrelevante Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel nur begrenzt zulässig

Ziel: Schutz des innerörtlichen zentralen Versorgungsbereiches durch einen Aufwuchs von zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen Standorten

In der Regel führen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment meist Randsortimente, die als zentrenrelevant einzustufen sind. Im Gegensatz zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten können von diesen Ergänzungs- bzw. Randsortimenten ggf. negative Auswirkungen auf den Einzelhandel im zentralen Versorgungsbereich oder auch auf Handelsbetriebe an Grundversorgungsstandorten ausgehen, wenn diese eine gewisse Größe und damit Attraktivität erreichen.

Ein prinzipieller Ausschluss von zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund von Kundenerwartungen unrealistisch und nicht zielführend, da Randsortimente für die Attraktivität der Anbieter wichtig

sind und sich diese Sortimente in vielen Branchen etabliert haben.¹⁰⁰ Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in integrierten Lagen darstellen.

Um den Handel insbesondere im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich vor möglichen negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu schützen und um die Ansiedlungspotenziale hier nicht einzuschränken, sind die zentrenrelevanten Randsortimente in Betrieben außerhalb der Steinbach-Hallenberger Einkaufsinnenstadt auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche – höchstens auf 800 m² Verkaufsfläche – des jeweiligen Betriebes zu begrenzen.

Die Randsortimente müssen grundsätzlich einen direkten und deutlichen funktionalen Bezug zum Kernsortiment haben.¹⁰¹ Unabhängig von der Obergrenze der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche muss u.a. auch sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann.

Prinzipiell ist eine Einzelfallprüfung zu empfehlen, da die Ausprägung dieser Sortimente durch den vorstehenden Schwellenwert nicht ausreichend ausgedrückt werden kann. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, zum Schutz des Bestandshandels in integrierten Lagen die Maximalflächen auch unterhalb des vorstehenden Wertes anzusetzen. Maßgeblich hierfür sind die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens.

Abschließend erfolgt überblicksartig eine zusammenfassende Darstellung der empfohlenen **Steuerungsmechanismen** zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in Steinbach-Hallenberg.

Abbildung 34: Übersicht der Steuerungsempfehlungen im Einzelhandel für Steinbach-Hallenberg

Betriebe mit:		zentraler Versorgungsbereich	Grundversorgungsstandort	Ergänzungsstandort	sonstige integrierte Standorte
nahversorgungsrelevantem Kernsortiment	großflächig	✓	✓ ¹⁰²	✗	✗
	nicht-großflächig	✓	✓	✗	✗
zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig	✓	✗	✗	✗
	nicht-großflächig	✓	✗	✗	✗
nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment	großflächig	✓	✗	✓ ¹⁰³	✓
	nicht-großflächig	✓	✓	✓	✓

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

100 Als Beispiel sind hier die Randsortimentsabteilungen in Bau- oder Gartenmärkten oder in Möbelhäusern zu nennen.

101 Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten und dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998.

102 Negative Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und auf andere Grundversorgungsstandorte müssen ausgeschlossen sein.

103 Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche.

7.7. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Der Stadt Steinbach-Hallenberg wird empfohlen, die in dem Zentrenkonzept beschriebenen Zielstellungen als Chance für eine vorteilhafte Stadt- und Einzelhandelsentwicklung zu betrachten und eine konsequente, fachlich sinnvolle Umsetzung zu verfolgen. Die vorliegende Einzelhandelskonzeption soll als **Fachbeitrag** eine strategische Arbeitsbasis für die weitere Stadtentwicklung von Steinbach-Hallenberg in den nächsten Jahren bilden.

Aus rechtlicher Sicht kann die Kommune ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten zur Steuerung des Einzelhandels nutzen. Durch das Planungsrecht ist die öffentliche Hand mit Instrumentarien ausgestattet, um eine gesamtstädtisch gewinnbringende Einzelhandelssteuerung mit Blick auf eine geordnete Stadtentwicklung hin vorzunehmen. Dies impliziert jedoch die zielgerichtete Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums zur Umsetzung des Leitbildes bzw. der Steuerungsgrundsätze des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Dem informellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst kommt keine rechtliche Außenverbindlichkeit zu; für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation entscheidend. Als Grundlage insbesondere folgender kommunaler und privatwirtschaftlicher Entscheidungen hat es jedoch eine **wichtige Bedeutung**:

- Verankerung des informellen Konzepts auf der Ebene der Flächennutzungsplanung,
- Einleitung eines Bebauungsplanverfahrens anlässlich von beantragten konzeptkonformen Einzelhandelsvorhaben,
- Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen zur Vermeidung von konzeptwidrigen Entwicklungen,
- Nutzung als Grundlage zur Beurteilung von beantragten Einzelhandelsvorhaben im Rahmen des gemeindlichen Einvernehmens nach § 36 BauGB i.V.m. § 34 Abs. 3 BauGB sowie im Rahmen der Abstimmung von Einzelhandelsgroßprojekten gemäß § 2 Abs. 2 BauGB, die in Nachbargemeinden realisiert werden,
- Nutzung als Handlungsgrundlage und Steuerungsinstrument bei Verkäufen kommunaler Grundstücke oder beim Erwerb von Grundstücken,
- Orientierung von Vorhabenträgern, Investoren und Handelsbetrieben, gerade bei geplanten Investitionsentscheidungen.

Nachstehend werden einzelne Maßnahmen bzw. Handlungsanleitungen¹⁰⁴ zur **Umsetzung des Zentrenkonzeptes** im Rahmen der Bauleitplanung erläutert:

1. Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches oder an städtebaulich unerwünschten Standorten mit zentrenrelevanten Sortimenten zu steuern, empfiehlt sich ein präventiver Umgang mit potenziellen Ansiedlungsstandorten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB).

Insbesondere sollten Standorte geprüft werden, die möglicherweise für leistungsstarke und expansive Einzelhandelsbetriebe (v.a. Lebensmittelmärkte und Non-Food-Fachmärkte) mit zentrenrelevantem Kernsortiment interessant sind. Eine Grundlage für die Einschätzung sind üblicherweise die Ansiedlungsprofile der gängigen Fachmarktbetreiber.

Vor diesem Hintergrund kommen beispielsweise Teilbereiche entlang hoch frequentierter Hauptverkehrsstraßen, wie z.B. der Landesstraßen L1118 und L1128 in Frage. Denkbare Ansiedlungen in diesen Solitärlagen führen zu einer Zersiedlung des Einzelhandelsangebots, ferner sind diese Standorte u.U. für nicht-mobile Bevölkerungsteile schwer erreichbar. In diesen Gebieten empfiehlt sich der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten.

¹⁰⁴ Die formulierten Ausführungen dienen ausdrücklich nicht der Rechtsberatung, sondern lediglich der überblicksartigen Darstellung des bestehenden rechtlichen Instrumentariums.

Für solche potenziellen Standorte ist die Notwendigkeit zu prüfen, Bebauungspläne mit dem Ziel aufzustellen, nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen, um den Erhalt des zentralen Versorgungsbereiches – auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Stadt – zu sichern.

Im Regelfall wird die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich sein. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind.

2. Die Steuerung des Einzelhandels im Innenbereich kann über die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes innerhalb im Zusammenhang bebauter Ortsteile (§ 34 BauGB) nach § 9 Abs. 2a BauGB erfolgen, wobei grundsätzlich nicht für alle Stadtbereiche die Notwendigkeit der Aufstellung eines Bebauungsplanes zur Steuerung des Einzelhandels besteht (bspw. in verdichteten Wohngebieten). Es kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Der sog. einfache Bebauungsplan unterscheidet sich somit von Bebauungsplänen, welche Festsetzungen nach § 9 Abs. 1 BauGB enthalten.

Ein Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf ein städtebauliches Entwicklungskonzept, da „... insbesondere ein [...] städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen [ist], das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“.

Es wird deutlich, dass die Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Einzelhandelssteuerung können aus der Zentrenkonzeption abgeleitet werden. Das Zentrenkonzept definiert dabei die zentralen Versorgungsbereiche und liefert Maßstäbe und Ansätze, auf welche Weise diese Versorgungsbereiche zu schützen sind und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

Im Rahmen des § 9 Abs. 2a BauGB können – anders als bei Anwendung von § 34 Abs. 3 BauGB – auch noch zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche geschützt werden, die in einer Einzelhandelskonzeption ausgewiesen werden können. In Steinbach-Hallenberg ist jedoch kein derartiger zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereich, d.h. kein Nahversorgungszentrum geplant.

3. Ein wichtiges Instrument der Feinstuerung innerhalb von Bebauungsplänen ist grundsätzlich der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten z.B. aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.¹⁰⁵ Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, beispielsweise in bestimmten Baugebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen oder nur nahversorgungsrelevanten Handel ausnahmsweise zuzulassen.¹⁰⁶ Gemäß § 1 Abs. 10 BauNVO können in einem Bebauungsplan vorhandenen Betrieben über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.
4. In Gewerbegebieten sollte – insbesondere bei Neuausweisungen oder bei der Änderung bestehender Bebauungspläne – von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden. Hier empfiehlt sich ein planungsrechtlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel, auch um diese Gebiete vor allem für die Ansiedlung von produzierendem Gewerbe vorzuhalten. Dies betrifft vor allem die Gewerbegebiete Im Ehrlich, Am Schertzer, Am Schertzer Nord und Stiller Berg.

¹⁰⁵ „Die Stärkung der Zentren durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in Stadtbezirks- und Ortsteilzentren ist ein Ziel, das den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann. Der Gemeinde ist es gestattet, „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in Zentren bisher nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen den Zentren zuzuführen, um deren Attraktivität zu steigern oder zu erhalten.“
vgl. Urteil BVerwG [4 C 21.07] vom 26.03.2009.

¹⁰⁶ Werden in Bebauungsplänen sortimentsbezogene Festlegungen zur Art der baulichen Einzelhandelsnutzung getroffen, ist diesen Festsetzungen die in dem vorliegenden Konzept erarbeitete Steinbach-Hallenberger Liste zu Grunde zu legen. Bei einer entsprechenden Bezugnahme muss die für die Festsetzungen maßgebliche Liste in dem konstitutiven Regelungsteil des Bebauungsplans mit abgedruckt werden.

Gewerbegebiete besitzen i.d.R. eine höhere Flächenverfügbarkeit bei günstigeren Grundstückspreisen und bedingen geringere Entwicklungs- und Erstellungskosten einer Einzelhandelsimmobilie als städtebaulich integrierte oder Innenstadtstandorte. Auf Grund der Pkw-Erreichbarkeit und der Agglomerationseffekte zu möglichen bestehenden Anbietern ist eine effizientere und schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebes möglich. Aus Sicht der Stadtentwicklung führt dies jedoch zu einer Zersplitterung des Angebots und zu einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte.

5. Bestehende Bebauungspläne sollten daraufhin geprüft werden, inwieweit eine Ansiedlung oder eine Ausweitung von Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig möglich ist. Sofern rechtliche bzw. bauplanungsseitige Möglichkeiten bestehen, sollte eine Ansiedlung oder auch Erweiterung von Handelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden.
6. In Steinbach-Hallenberg wurden großformatige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet; diese Gebiete können mit ihrem Bestand festgeschrieben bzw. überplant werden. Der Bebauungsplan kann nach § 9 Abs. 2a BauGB als einfacher Bebauungsplan i.S.d. § 30 Abs. 3 BauGB aufgestellt werden. Bei diesem kann die zulässige Art der Nutzung nicht durch Festsetzung eines Baugebiets bestimmt werden, ebenso soll es keine weitergehenden Regelungen zum Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, geben. Einzig bestimmte Arten von Nutzungen – nämlich Einzelhandelsbetriebe – sollen hinsichtlich ihrer zulässigen Größenordnungen und Sortimente reglementiert werden. Für die gewählte Verfahrensform muss der Geltungsbereich des Bebauungsplanes Teil eines im Zusammenhang bebauten Ortsteils im Sinne des § 34 BauGB sein.

Die Festsetzungen des Bebauungsplans müssen (auch) der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dienen, hierunter fällt die Steinbach-Hallenger Einkaufsinnenstadt. Der Bebauungsplan soll der Umsetzung der Maßgaben des Zentrenkonzepts dienen; seine Festsetzungen erfolgen zur Erhaltung und Entwicklung des in dem Konzept definierten zentralen Versorgungsbereiches.

7. Bei der Aufstellung von Bebauungsplänen ist § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB zu berücksichtigen; zentrale Versorgungsbereiche sind nicht nur zu erhalten, sondern auch weiter zu entwickeln. Selbst bei einer möglichen „Verträglichkeit“ eines Einzelhandelsvorhabens ist darauf zu achten, ob dieses der Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs schaden kann. Dies wäre beispielsweise der Fall, wenn zentrenrelevante Sortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches entwickelt werden und diesem Bereich somit vorenthalten würden oder z.B. auf Grund des limitierten Nachfragepotenzials die Ansiedlung eines weiteren Betriebes in diesem Segment in einem zentralen Versorgungsbereich erschwert oder unmöglich würde.
8. Es ist grundsätzlich zu prüfen, ob es sich bei Abfragen zum gemeindlichen Einvernehmen i.S.d. § 36 BauGB um Vorhaben handelt, die dem Zentrenkonzept entgegenstehen. Eine Konzeptwidrigkeit liegt dabei – auch bei Fehlen von Auswirkungen gemäß § 34 Abs. 3 BauGB – vor, wenn der in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB verankerte Entwicklungsaspekt nicht eingehalten wird bzw. das Vorhaben nicht den Entwicklungsleitlinien des Zentrenkonzeptes entspricht. In diesem Fall ist zu prüfen, ob zeitnah eine verbindliche Bauleitplanung gemäß § 14 / § 15 BauGB eingeleitet werden sollte.
9. Das Zentrenkonzept ist als Grundlage für die Flächennutzungsplanung zu sehen. Der zentrale Versorgungsbereich, der i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 2d) BauGB im Flächennutzungsplan dargestellt werden kann, ist in dem Konzept in seiner räumlichen Ausdehnung eindeutig enthalten und somit für eine Übernahme in den Flächennutzungsplan geeignet.¹⁰⁷
10. Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist nach dem Ratsbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu beachten. Die Berücksichtigung dieses Konzeptes wird sich gewinnbringend auf die weitere Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Steinbach-Hallenberg auswirken.

¹⁰⁷ Gemäß Angabe der Verwaltung der Stadt Steinbach-Hallenberg ist die Aufstellung eines Flächennutzungsplans angedacht.

8. Zusammenfassung

Die Stadt Steinbach-Hallenberg ist im südwestthüringer Raum verortet und wird in der Regionalplanung als **Grundzentrum** ausgewiesen. Steinbach-Hallenberg ist mit ca. 9.400 Einwohnern die viertgrößte Stadt im Landkreis Schmalkalden-Meiningen. In der näheren Umgebung von Steinbach-Hallenberg befinden sich maßgeblich kleinere Kommunen mit einer ländlich geprägten Siedlungsstruktur; größere Städte im Umland sind Schmalkalden, Zella-Mehlis und Suhl sowie Meiningen.

Die soziodemographischen **Rahmendaten** (Einwohnerentwicklung, -prognose, Altersstruktur, Kaufkraft, Pendler etc.) von Steinbach-Hallenberg weisen im Vergleich mit den landes- bzw. bundessweiten Strukturdaten aus Handelssicht teilweise schlechtere Rahmenbedingungen auf; für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung lassen sich hieraus keine substantziellen nachfragerrelevanten Impulse ableiten.

Der aktuelle **Einzelhandelsbestand** von Steinbach-Hallenberg beträgt rd. 10.600 m² Verkaufsfläche; mit einer Verkaufsflächendichte von 1,1 m² je Einwohner zeigt sich ein – im Bundesvergleich – unterdurchschnittlicher Flächenwert. Mit Blick auf umliegende Städte in der Region verfügt Steinbach-Hallenberg über eine niedrige Flächenausstattung.

Die Handelsfläche ist in Steinbach-Hallenberg in den letzten Jahren angestiegen; der Flächenaufwuchs war jedoch maßgeblich durch die Ansiedlung eines innerörtlichen Supermarktes bedingt. Auf der anderen Seite war eine Abschmelzung insbesondere von kleineren und mittelständischen Betrieben zu beobachten, was mit einem spürbaren **Rückgang der Ladeneinheiten** – insbesondere in der Innenstadt – einherging.

Auf Grund des flächenseitig niedrig ausgeprägten Handelsbesatzes ergibt sich in vielen Branchen eine geringe **Zentralität** (Umsatz-Kaufkraft-Relation), die auf einen Kunden- und Kaufkraftabfluss in umliegende Städte der Region und zum Online-Handel hinweist. Der Steinbach-Hallenger Handel kann jedoch in zahlreichen Branchen eine zufriedenstellende Grundversorgungsfunktion übernehmen, wenngleich noch Erweiterungspotenziale zu sehen sind.

Die **Verkausflächenstruktur** in Steinbach-Hallenberg basiert überwiegend auf kleinformatischen Einzelhandelsgeschäften, da 74 % und somit der Großteil der örtlichen Handelsbetriebe eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweist. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse rd. 50 m² je Ladenlokal. Demgegenüber besitzen die wenigen großformatigen Handelsbetriebe (Verkausfläche ab 400 m²) mit einer gemessenen Verkaufsfläche von rd. 6.200 m² einen Anteil von 59 % an der gesamtörtlichen Verkaufsfläche.

Der **innerstädtische Handelsbesatz** ist in Steinbach-Hallenberg mit ca. 5.400 m² flächenseitig gut ausgeprägt und besitzt mit einem Anteil von 51 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein hohes versorgungsstrukturelles Gewicht, zumal hier der gesamtstädtische Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente besteht. Der hohe Flächenanteil des Innenstadthandels stellt in Relation zu vergleichbar großen Städten einen Spitzenwert dar. Außerhalb des Zentrums sind keine größeren Handelsstandorte (Ausnahme Betriebe des Lebensmittelhandels und Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten) ausgebildet.

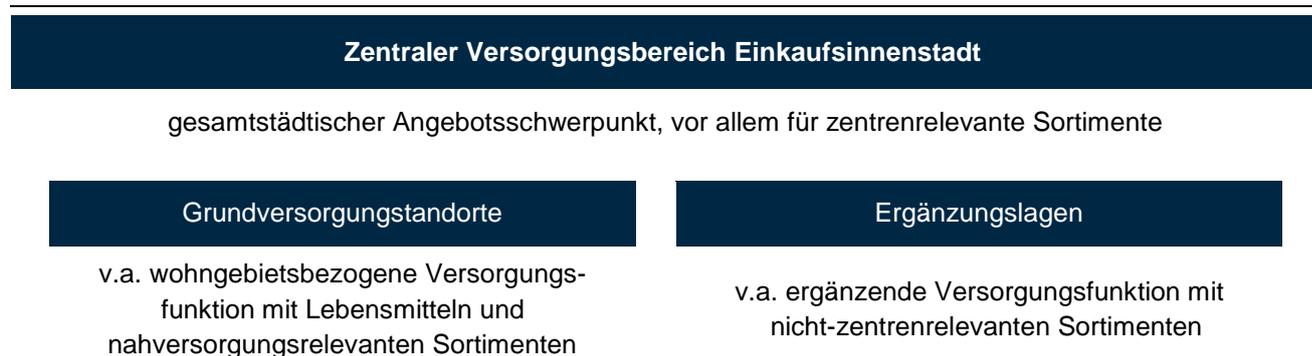
Der Innenstadthandel setzt sich aus zahlreichen leistungsstarken Fachgeschäften zusammen, die im Zusammenspiel mit zwei großformatigen Lebensmittelmärkten ein **kompetentes Angebot** abbilden. Hierzu gruppieren sich zahlreiche Komplementärangebote, so dass dieser Bereich – für die kleinstädtischen Verhältnisse – eine hohe Multifunktionalität entfaltet. Positiv auf die Aufenthaltsqualität wirken die historischen und überwiegend attraktiv sanierten Fachwerkssubstanzen und die ansprechende Möblierung der Innenstadt.

Die Stadt Steinbach-Hallenberg verfügt über eine **gut strukturierte Lebensmittelversorgung**, bestehend aus zwei Supermärkten und zwei Discountern; Getränkemarkte und zahlreiche kleinformatische Anbieter arrondieren dieses Angebot. Der Großteil der kernstädtischen Bevölkerung und der Einwohner von Viernau kann im fußläufigen Nahbereich einen Lebensmittelmarkt erreichen. Mit Blick auf die Flächenausstattung erreicht Steinbach-Hallenberg mit 0,5 m² Lebensmittelverkausfläche einen durchschnittlichen Wert; wobei einige Lebensmittelmärkte einen flächenseitigen Erweiterungsbedarf aufweisen.

Steinbach-Hallenberg sollte perspektivisch seine **handelsseitige Versorgungsfunktion** stabilisieren und weiter maßvoll ausbauen. Die Steinbach-Hallenger Einkaufsinnenstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden. Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels und komplementärer Funktionen auf diesen Bereich wird einer weiteren Dispersion des Handels über das gesamte Steinbach-Hallenger Stadtgebiet entgegengewirkt; ferner soll eine Stärkung der Innenstadt durch die räumliche Bündelung des Angebots – auch unter dem Aspekt des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden.

Die **Zentren- und Standortgliederung** für Steinbach-Hallenberg stellt zusammenfassend folgende Abbildung dar, welche die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelsstandorte verdeutlicht.

Abbildung 35: Prospektive funktionale Gliederung von Steinbach-Hallenberg (Zielperspektive)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der formulierten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung wurde die vorliegende Einzelhandelskonzeption entwickelt und mit der Verwaltung von Steinbach-Hallenberg diskutiert und abgestimmt; es erfolgten eine Auslage und eine Öffentlichkeitsbeteiligung. Das Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur **Steuerung der Einzelhandels- und der Zentrenentwicklung** gedacht und wird durch den Beschluss des Steinbach-Hallenger Stadtrats für die Verwaltung bindend.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Mathias Vlcek

Projektleiter

Erfurt, 26. November 2021

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots

Der gesamte Einzelhandel in Steinbach-Hallenberg wurde im Oktober 2021 im Rahmen der Erstellung der Einzelhandelskonzeption erfasst. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine Begehung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Apotheken, Nahrungsmittelhandwerker). Die Betriebe wurden mit Namen, Adresse, Verkaufsfläche und Branche erhoben und in eine Datenbank eingepflegt. Es wurde eine sortimentsgenaue Erhebung in jedem Handelsbetrieb durchgeführt.

Die eingefügte Tabelle stellt die erhobenen Branchen und die Einteilung nach der überwiegenden Häufigkeit der Nachfrage dar:

Nr.	Branchen bzw. Warengruppen	Bedarfshäufigkeit
1	Lebensmittel (inkl. Back- & Konditoreiwaren, Fleischwaren, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren)	kurzfristig
2	Apotheken	
3	Drogerie/Parfümerie	
4	Blumen	
5	Oberkleidung/Textilien/Wäsche (Damen/Herren/Kinder)	mittelfristig
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	
7	Sportartikel/-bekleidung/-schuhe/-geräte/Camping/Angler-/Jagdbedarf	
8	Schuhe/Lederwaren	
9	Sanitätswaren/-bedarf /medizinische und orthopädische Artikel/Hörgeräte	
10	Bücher (inkl. Zeitungen/Zeitschriften)	
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	langfristig
12	Spielwaren (inkl. Hobby- /Bastelbedarf, Musikinstrumente/ Musikalien)	
13	Zoobedarf/Tiernahrung	
14	Möbel/Antiquitäten (inkl. Küchen- und Matratzenstudios)	
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Eisenwaren/ Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag/Raumausstattung	
16	Haushaltwaren/Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	
17	Elektrogeräte/Leuchten/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	
18	Optik	
19	Uhren/Schmuck	
20	Fahrräder/Fahrradzubehör	
21	Autoteile/-zubehör	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Es wurden folgende Maßgaben bzw. Einteilungskriterien bei der Einzelhandelserhebung berücksichtigt:

- Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Steinbach-Hallenberg durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung war die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen und dauerhaften Geschäftstätigkeit ausgegangen werden konnte.

- Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulanten Handel durchgeführt.
- Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.
- Die Verkaufsflächen der Handelsbetriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt insbesondere für Betriebe mit größeren Randsortimentsabteilungen (bspw. Discounter oder Supermärkte) oder für Mehrbranchenanbieter (bspw. Multisortimentsmärkte).
- Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.¹⁰⁸

¹⁰⁸ vgl. Urteil BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, vgl. Beschluss OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

Anlage 2: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

- kleinflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einer Verkaufsfläche von 100 bis 400 m²
- eng begrenztes Sortiment an Waren des täglichen Bedarfs zu einem eher hohen Preisniveau
- häufig gekennzeichnet durch ergänzende Dienstleistungen (bspw. Lotto-Toto, Reinigung, Postservice)
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist zwischen 400 bis 800 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- in kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

Beispiele: nah & gut, nahkauf, Um´s Eck, nah & frisch, Markttreff, Ihr Kaufmann, CAP

Lebensmittel-Discountmarkt

- meist Betriebsgrößen zwischen 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche
- ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikel bei Hard-Discountern (z.B. Aldi, Norma), ca. 1.500 bis 2.500 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (z.B. Lidl) und ca. 4.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (z.B. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, Backwaren)
- ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

Beispiele: Aldi, Lidl, Penny, Netto Marken-Discount, Norma, Netto (Dansk Supermarked), NP-Discount, Diska

Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.500 m², aktuelle Konzepte ab min. 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung sowie in Einkaufszentren
- als „City-Supermarkt“ in gut hochfrequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf geringeren Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, tegut, Combi

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m²
- breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 25 bis 50 %
- autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

Beispiele: E-Center/Herkules, Kaufland, REWE-Center, Famila, HIT

SB-Warenhaus

- Verkaufsfläche über 5.000 m²
- neben einer leistungsfähigen Lebensmittelabteilung (Umsatzanteil i.d.R. über 50 %) umfangreiche Non-Food-Abteilungen, Non-Food-Umsatzanteil ca. 35 bis 50 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 50 bis 60 %
- ganz oder überwiegend in Selbstbedienung ohne kostenintensiven Kundendienst
- hohe Werbeaktivität, Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik
- autokundenorientierter, häufig peripherer Standort
- häufig als Mittelpunkt einer größeren Fachmarkttagglomeration

Beispiele: Globus, Marktkauf, real

Anlage 3: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich

zentrenrelevante Sortimente gemäß Steinbach-Hallenberger Sortimentsliste	bestehende Angebote im zentralen Versorgungsbereich ¹⁰⁹
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>	
- Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	
- Blumen, Zimmerpflanzen	√
- Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel	√
- Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	√
- Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	√
- Zeitungen, Zeitschriften	√
- Antiquitäten, Kunstgegenstände	
- Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	√
- Bücher	√
- Computer, Computertechnik, Computerzubehör	
- Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	√
- Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör	√
- Foto, Fotozubehör	√
- Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	√
- Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	√
- Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Haushaltstextilien, Gardinen	√
- Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	√
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	
- Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe	√
- Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	√
- Sanitärwaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	
- Schuhe	√
- Spielwaren, Bastelartikel	√
- Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen	√
- Uhren, Schmuck	√
- Unterhaltungselektronik („Braune Ware“), Ton-/Bildträger, Telekommunikation	
- Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

¹⁰⁹ Es sind auch Sortimente erfasst, die im Randsortiment geführt werden. Hierbei wurden lediglich die Sortimente berücksichtigt, denen innerhalb eines Betriebes eine prägende Bedeutung zukommt bzw. die eine gewisse Fläche belegen.

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Steinbach-Hallenberg.....	5
Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer in den Jahren 2020 bis 2040	6
Abbildung 3: Altersaufbau in Thüringen in den Jahren 2020 bis 2040	7
Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2010 bis 2020	7
Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2009 bis 2019	9
Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2005 bis 2020	10
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2000 bis 2020	11
Abbildung 8: Umsätze Top 10-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2015-2020.....	11
Abbildung 9: Entwicklung des Online-Umsatzes in Deutschland in 2000-2020.....	12
Abbildung 10: Entwicklung der Anteil der Formate (ohne Marktplätze) am Online-Handel 2012-2020	13
Abbildung 11: Räumliche Bevölkerungsstruktur von Steinbach-Hallenberg	19
Abbildung 12: Altersstruktur Steinbach-Hallenberg im Landesvergleich	20
Abbildung 13: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	21
Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Steinbach-Hallenberg	22
Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m ² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte	24
Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Steinbach-Hallenger Einzelhandels	25
Abbildung 17: Branchenstruktur Steinbach-Hallenberg	30
Abbildung 18: Lebensmitteldiscounter in Steinbach-Hallenberg.....	34
Abbildung 19: Lebensmittelsupermärkte in Steinbach-Hallenberg	34
Abbildung 20: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten von Steinbach-Hallenberg	38
Abbildung 21: Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Steinbach-Hallenberg	39
Abbildung 22: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens	42
Abbildung 23: Szenarien der Kaufkraftbindung für Steinbach-Hallenberg.....	43
Abbildung 24: Ziel-Bindungsquoten und Erweiterungsbedarfe für Steinbach-Hallenberg (Szenario B).....	44
Abbildung 25: Innerstädtische Leerstandsflächen – sofort nutzbar (Auswahl)	56
Abbildung 26: Innerstädtische Leerstandsflächen – sanierungsbedürftig (Auswahl)	56
Abbildung 27: Innerstädtische Potenzialflächen	57
Abbildung 28: Städtebauliche Ziele und Standort-/ Sortimentskonzept für Steinbach-Hallenberg.....	59
Abbildung 29: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen	62
Abbildung 30: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen.....	64
Abbildung 31: Modell der Zentrenstruktur von Steinbach-Hallenberg	67
Abbildung 32: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	77
Abbildung 33: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Steinbach-Hallenberg	80
Abbildung 34: Übersicht der Steuerungsempfehlungen im Einzelhandel für Steinbach-Hallenberg	86
Abbildung 35: Prospektive funktionale Gliederung von Steinbach-Hallenberg (Zielperspektive).....	91

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Steinbach-Hallenberg im Vergleich	19
Tabelle 2: Pendlersaldo von Steinbach-Hallenberg	20
Tabelle 3: Beherbergungen in Steinbach-Hallenberg	21
Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Steinbach-Hallenberg	23
Tabelle 5: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Steinbach-Hallenberg	24
Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Steinbach-Hallenberg nach Standortkategorien	29
Tabelle 7: Strukturdaten des Einzelhandels in Steinbach-Hallenberg	32
Tabelle 8: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Steinbach-Hallenberg	33
Tabelle 9: Einwohner im Nahbereich der Lebensmittelmärkte (Abdeckungsgrad)	36
Tabelle 10: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Steinbach-Hallenger Handels nach Bedarfsbereichen	37
Tabelle 11: Konsumentenpotenzial für den Steinbach-Hallenger Handel im Jahr 2030	40
Tabelle 12: Prospektive Entwicklung des Marktpotenzials in Steinbach-Hallenberg	41
Tabelle 13: Entwicklungspotenziale für den Steinbach-Hallenger Einzelhandel (Zusammenfassung) ...	54

Kartenverzeichnis

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2021	8
Karte 2: Lage von Steinbach-Hallenberg im regionalen Kontext	17
Karte 3: Raumstruktur Südwestthüringen (Ausschnitt)	18
Karte 4: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Steinbach-Hallenberg (Kernstadt)	26
Karte 5: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Viernau	28
Karte 6: Fußläufige Nahbereiche der Lebensmittelmärkte in Steinbach-Hallenberg	35
Karte 7: Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt (Ziel-Konzept)	47
Karte 8: Nahbereich des strukturprägenden Lebensmittelanbieters in Viernau (Ziel-Konzept)	48
Karte 9: Zentren- und Standortkonzept Steinbach-Hallenberg	68

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots	92
Anlage 2: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)	94
Anlage 3: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich	96