

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Pößneck (Fortschreibung)

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Pößneck
Neustädter Straße 1
07381 Pößneck

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. Rahmenvorgaben zur planungsrechtlichen Zulässigkeit im Einzelhandel	14
4. Standortrahmendaten Pößneck	20
4.1. Geographische Lage/ Erreichbarkeit/ Landesplanerische Einstufung	20
4.2. Soziodemographische Rahmendaten	22
4.3. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial	25
5. Einzelhandelsanalyse Pößneck	27
5.1. Einzelhandelsbestand	27
5.2. Räumliche Angebotsstruktur	29
5.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	34
5.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur	37
5.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung	37
5.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Pößneck	39
5.5. Bindungsintensität des Pößnecker Einzelhandels	41
5.6. Stärken-Schwächen-Analyse	43
6. Einzelhandelsentwicklungskonzept Pößneck	44
6.1. Nachfrageprognose	44
6.2. Entwicklungsrahmen des Pößnecker Einzelhandels	46
6.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept	51
6.3.1. Vorbemerkung	51
6.3.2. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept	52
6.3.3. Non-Food	58
6.3.4. Zusammenfassung	60
6.3.5. Potenzialflächen	62
7. Zentrenkonzept Pößneck	65
7.1. Ziele des Zentrenkonzepts	65
7.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen	66
7.3. Identifikation strukturprägender Versorgungsbereiche in Pößneck	69
7.3.1. Zentrale Versorgungsbereiche	69
7.3.2. Sonstige Versorgungslagen	71

7.4. Zentren- und Standortkonzept Pößneck.....	73
7.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur.....	73
7.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt.....	75
7.4.3. Grundversorgungsstandorte	79
7.4.4. Ergänzungslagen	89
7.5. Sortimentskonzept Pößneck.....	93
7.5.1. Begriffsdefinition.....	93
7.5.2. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Pößneck.....	95
7.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Pößneck.....	99
7.7. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung	104
8. Zusammenfassung.....	108

1. Ausgangssituation / Zielsetzung

Die Stadt Pößneck verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011, das vom Pößnecker Stadtrat als Grundlage zur weiteren **Einzelhandelsentwicklung der Stadt** beschlossen wurde. In den vergangenen Jahren haben sich sowohl die nachfrageseitigen als auch die angebotsseitigen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel verändert. Vor diesem Hintergrund erwächst die Notwendigkeit der Anpassung des konzeptionellen Handlungsrahmens zur gesamtstädtischen Einzelhandels- und Standortsteuerung.

Die BBE Handelsberatung hat von der Stadtverwaltung Pößneck 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 Pößneck. 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 Pößneck und des Umlandes gesichert bzw. langfristig herausgebildet werden.

Grundsätzlich nimmt der Einzelhandel als Träger wichtiger Versorgungsfunktionen maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklungsperspektiven von Pößneck. Der lokale Einzelhandel ist aktuell durch die Wechselbeziehungen zwischen dem Angebot in der Pößnecker Innenstadt, in Nahversorgungslagen und im Gewerbegebiet Ost geprägt. Folgende wesentliche **Ziele** gilt es bei der zu erstellenden Einzelhandelskonzeption zu berücksichtigen:

- Pößneck soll den Einwohnern der Stadt und des Umlandes ein breit gefächertes, ausgewogenes und attraktives Versorgungsangebot bereitstellen, um die landesplanerisch verankerte Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowohl für die Stadt selbst als auch für den Verflechtungsbereich langfristig zu erfüllen.
- Die Innenstadt von Pößneck 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 Pößnecker Einzelhandels. Perspektivisch soll in Pößneck einzelhandelsseitig eine umfängliche Angebotspalette bereitgestellt werden, welche der Größe des Versorgungsgebietes des Mittelzentrums Pößneck entspricht. Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes** wird ermittelt, welche flächenseitigen Ansiedlungsspielräume im Pößnecker Einzelhandel noch gegeben sind, um eine Verbesserung sowohl der gesamt- als auch der überörtlichen Versorgungsfunktion zu erreichen.

Bei der Bearbeitung der Einzelhandelskonzeption wird der Fokus auf die Pößnecker Innenstadt und die bestehenden Nahversorgungsstandorte gelegt. Nach der Ermittlung von möglichen Entwicklungsperspektiven wird das **Zentrenkonzept** für die Stadt aufgestellt. Hierbei werden einerseits zentrale Versorgungsbereiche, aber auch Nahversorgungslagen und Sonderstandorte bzw. Ergänzungslagen für Pößneck 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 Pößneck in den nächsten Jahren dienen. Durch den Beschluss 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 Pößnecker Einzelhandelskonzeption dar:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für Pößneck

Abstimmung/ Auftaktberatung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Vor-Ort-Beratung zu den Zielen der Einzelhandelskonzeption ▪ Wesentliche Bearbeitungsschritte ▪ Abstimmung Zeitplan / Ablauf 	Feb 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 	Mai/Jun 2021
Einzelhandels- entwicklungskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufkraftprognose für das Jahr 2030 ▪ Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des lokalen Einzelhandels ▪ Ermittlung von Ansiedlungspotenzialen 	Jun 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 	Jul 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 	Aug-Dez 2021
Beschlussfassung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschlussfassung durch den Pößnecker Stadtrat am 10.03.2022 (Beschluss-Nr.: 17-3/2022) 	Mär 2022

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für den Einzelhandel

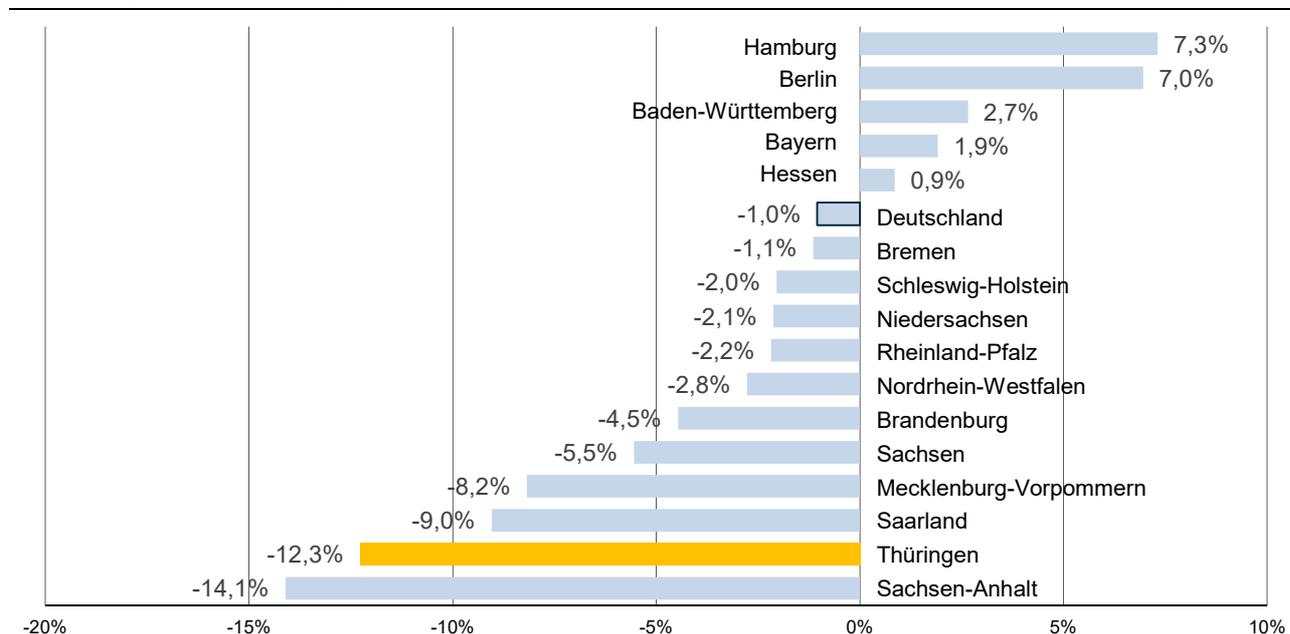
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite

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 vor allem 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 %).¹

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. Anhand der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung ist bundesweit mit einer leicht sinkenden Einwohnerzahl zu rechnen; auf Grund der regional unterschiedlich verlaufenden Entwicklung ist in allen ostdeutschen Flächenländern – so auch in Thüringen – ein weiterer Bevölkerungsrückgang zu erwarten.

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



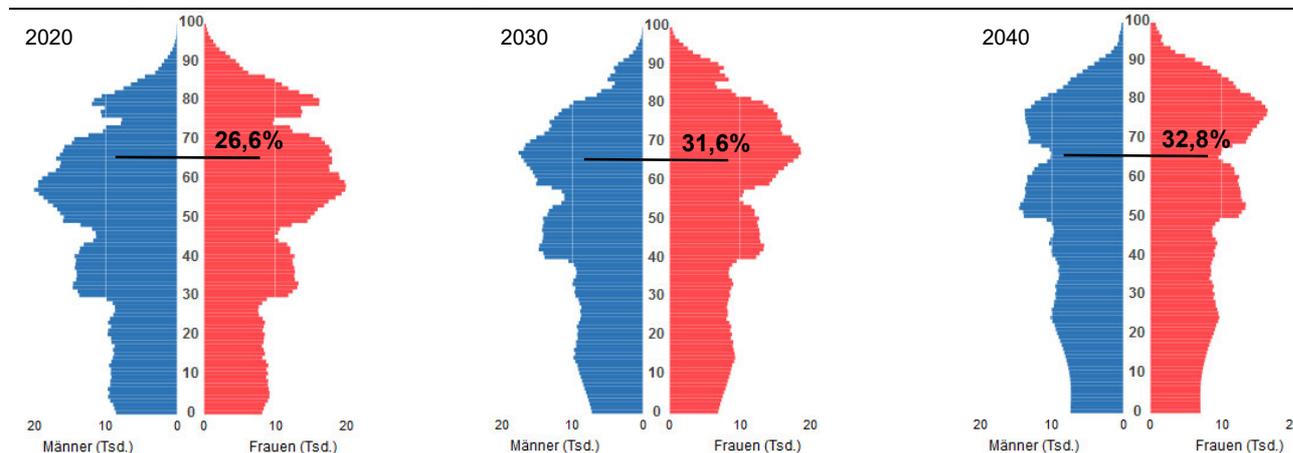
Quelle: Statistisches Bundesamt, 14. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2018), Variante 2 (Moderate Entwicklung der Geburtenhäufigkeit, der Lebenserwartung und des Wanderungssaldos)

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.

¹ 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.² 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

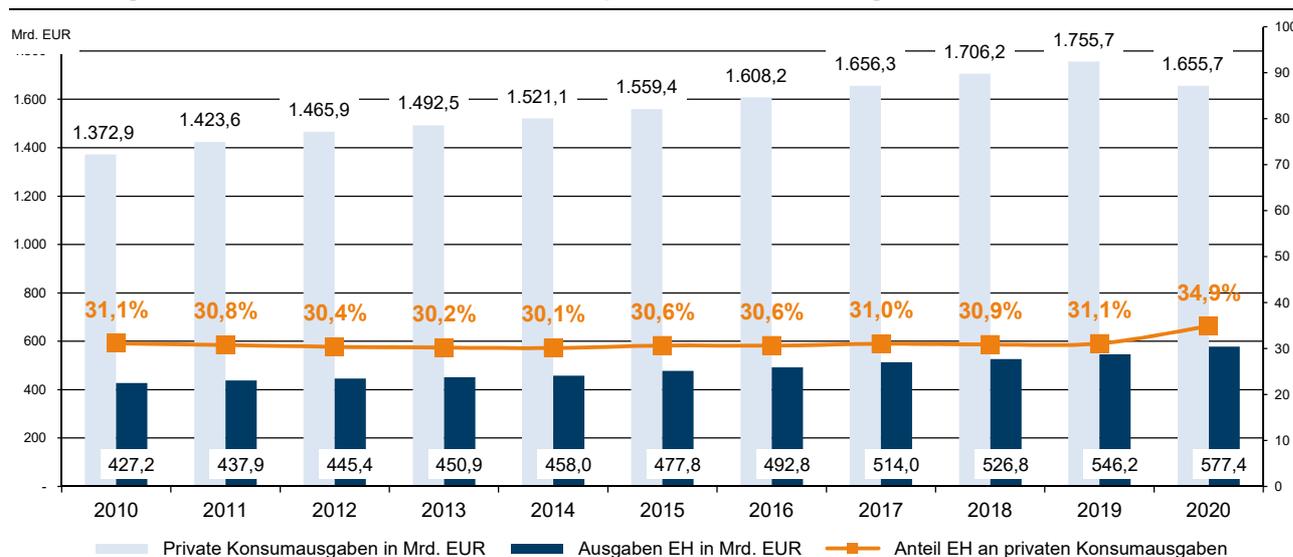


Quelle: Statistisches Bundesamt, 14. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 2

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 2020³ – 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

² Quelle: Statistisches Bundesamt, Durchschnittsalter in den Bundesländern 2020.

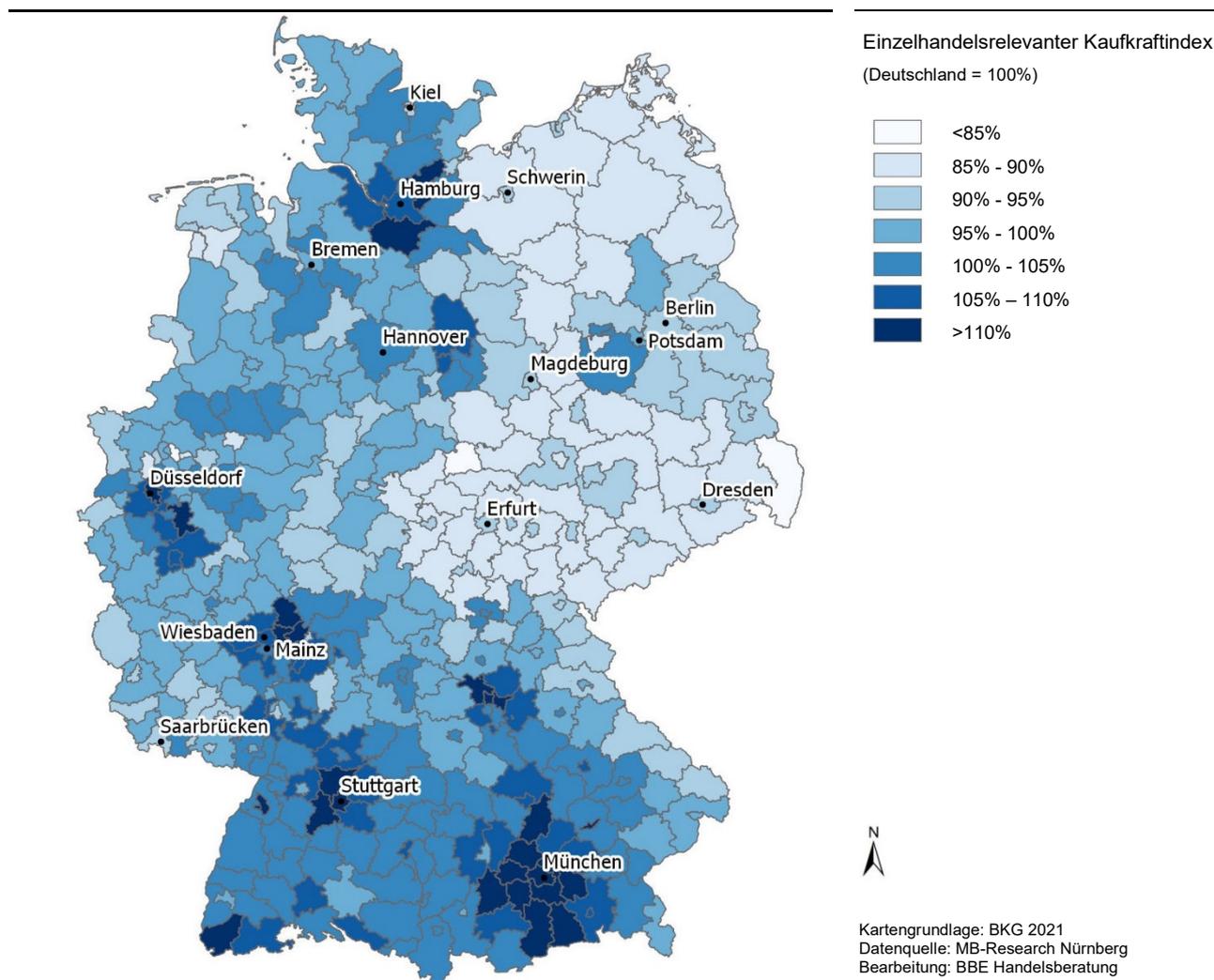
³ Im Jahr 2020 wurden pandemiebedingt die privaten Konsumausgaben seitens der Verbraucher deutlich zurückgefahren.

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 2020 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 2020



Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex⁴ beträgt in Thüringen 89,0 %, 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 Pößneck zu, da die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Saale-Orla-Kreis und auch in umliegenden Landkreisen unterhalb des bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnittswertes liegt (vgl. folgende Abb. 13).

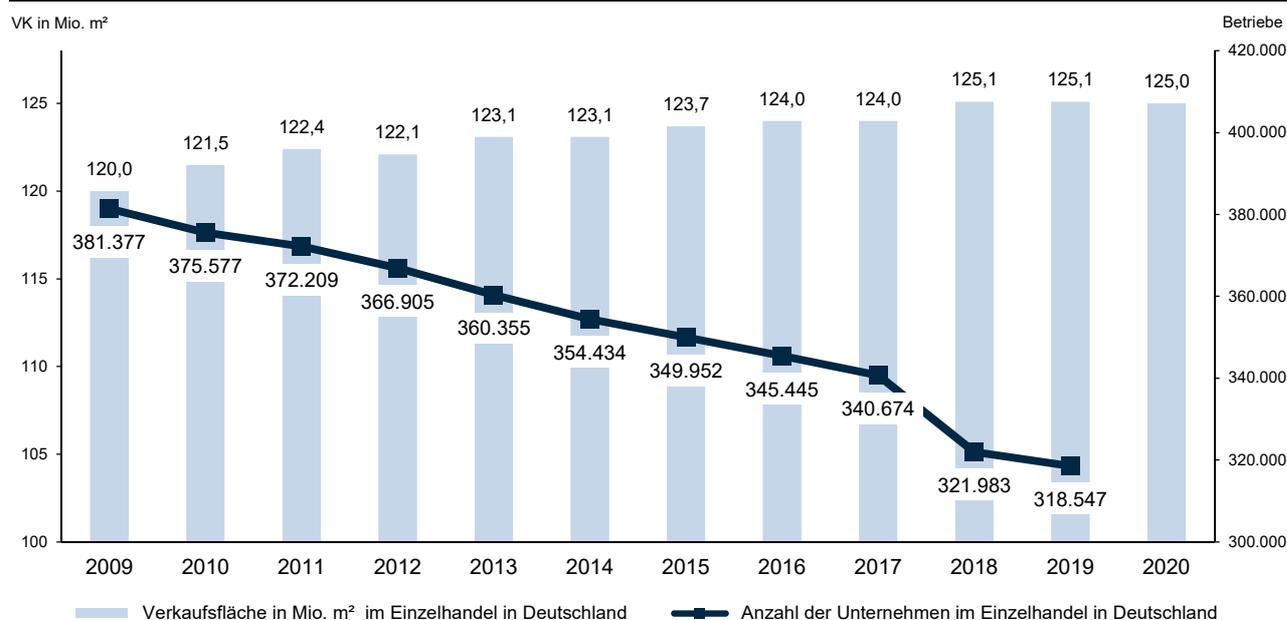
4 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2020.

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 und Non-Food-Fachmärkten gekennzeichnet. Die Konzepte dieser Vertriebsformen benötigen durch den technologischen und organisatorischen Wandel, die erhöhten Anforderungen an Präsentations- und Laufflächen oder neue Ladenbaukonzepte größere Flächen. Der Flächenzuwachs betrug in der letzten Dekade ca. 3,5 Mio. m² Verkaufsfläche.⁵

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. Als Konsequenz zu dem vorstehend dargestellten Verkaufsflächenwachstum ergeben sich daraus im Mittel größere Betriebseinheiten; die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt zwischenzeitlich ca. 390 m² je Betrieb (2009: 310 m² je Betrieb).

Die Folge des stetigen Flächenwachstums – dem ein nur leicht steigender Einzelhandelsumsatz gegenübersteht – wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität**⁶ 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.⁷ Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in

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

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

7 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.

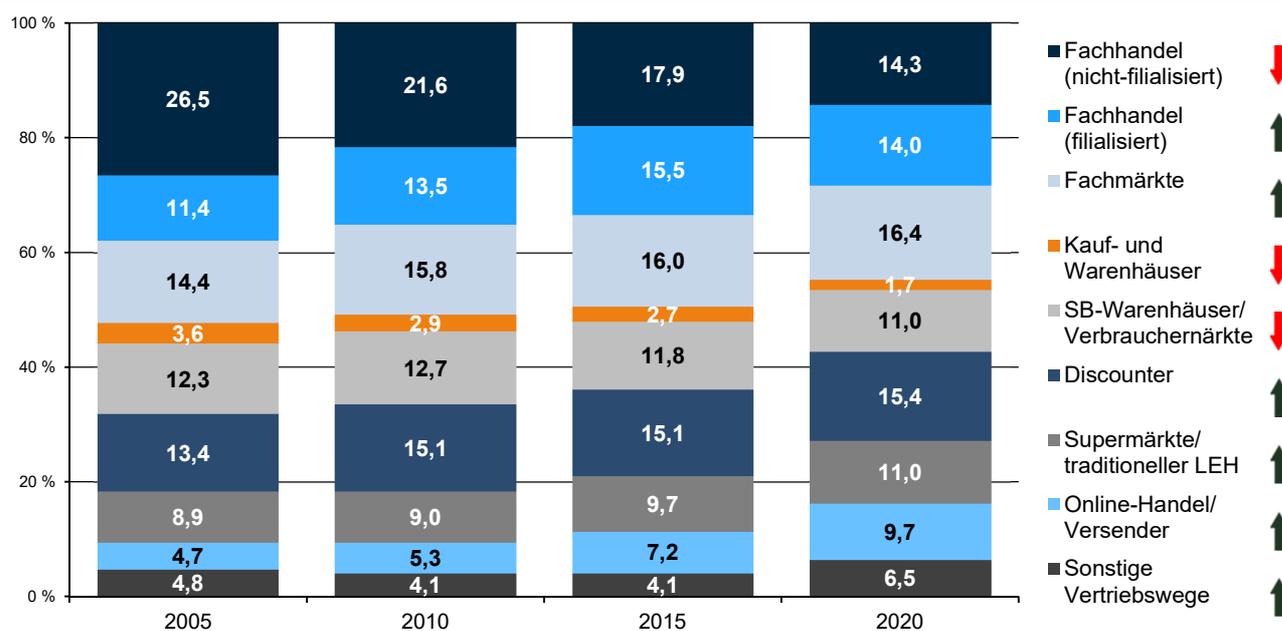
vielen Betrieben nicht mehr vollumfänglich möglich. Dies trifft vor allem Anbieter an kostenintensiven Standorten und Betriebe mit einer unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit (sog. Grenzertragsbetriebe). Unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen werden folglich auch zukünftig aus dem Markt 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, wenngleich sich das Wachstum der discount- bzw. fachmarktorientierten Vertriebsformen und der filialisierte Einzelhändler in den letzten Jahren abgeschwächt hat. 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

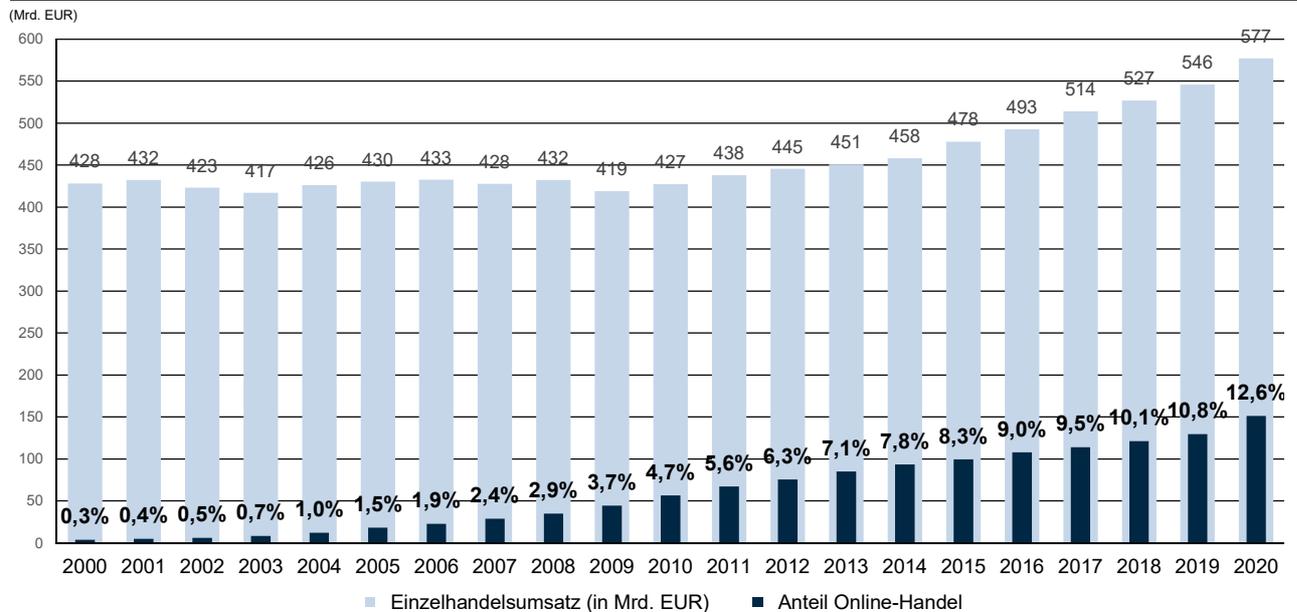
Neben der Marktanteilsverschiebung bei den Betriebstypen und einem stetigen Anstieg des E-Commerce-Umsatzes ist der deutsche Einzelhandel ferner durch einen fortschreitenden **Konzentrationsprozess** gekennzeichnet, da sich der Umsatz auf wenige bundesweit agierende Unternehmen konzentriert. Besonders 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.⁸

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.

8 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.

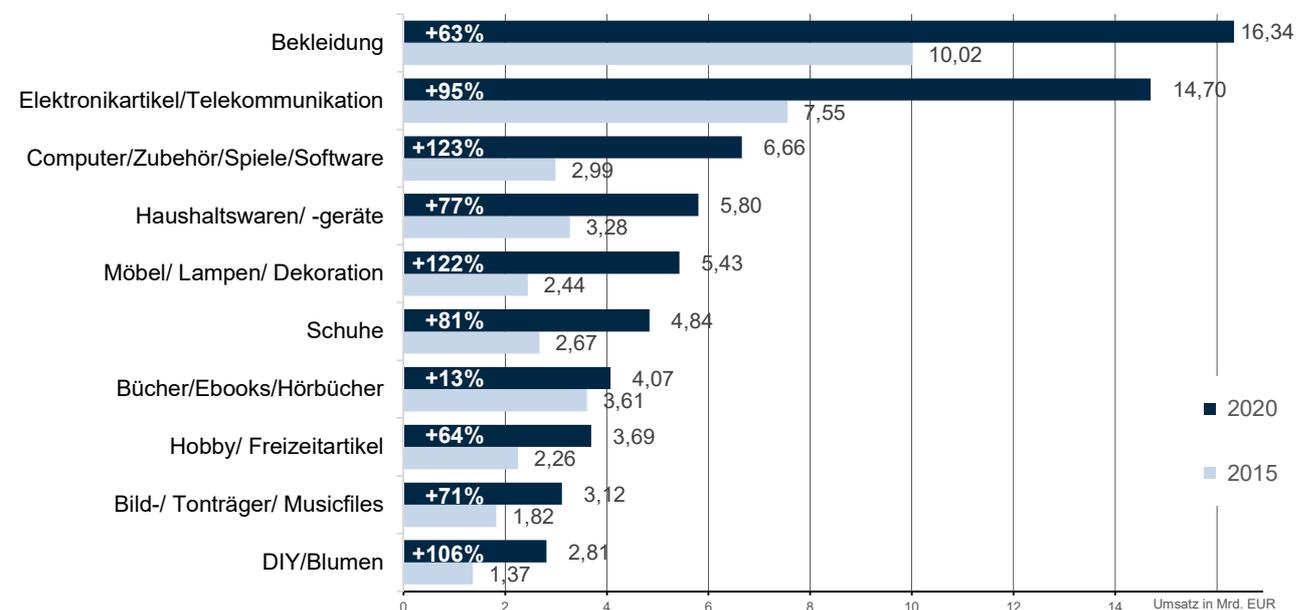
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2000 bis 2020



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.

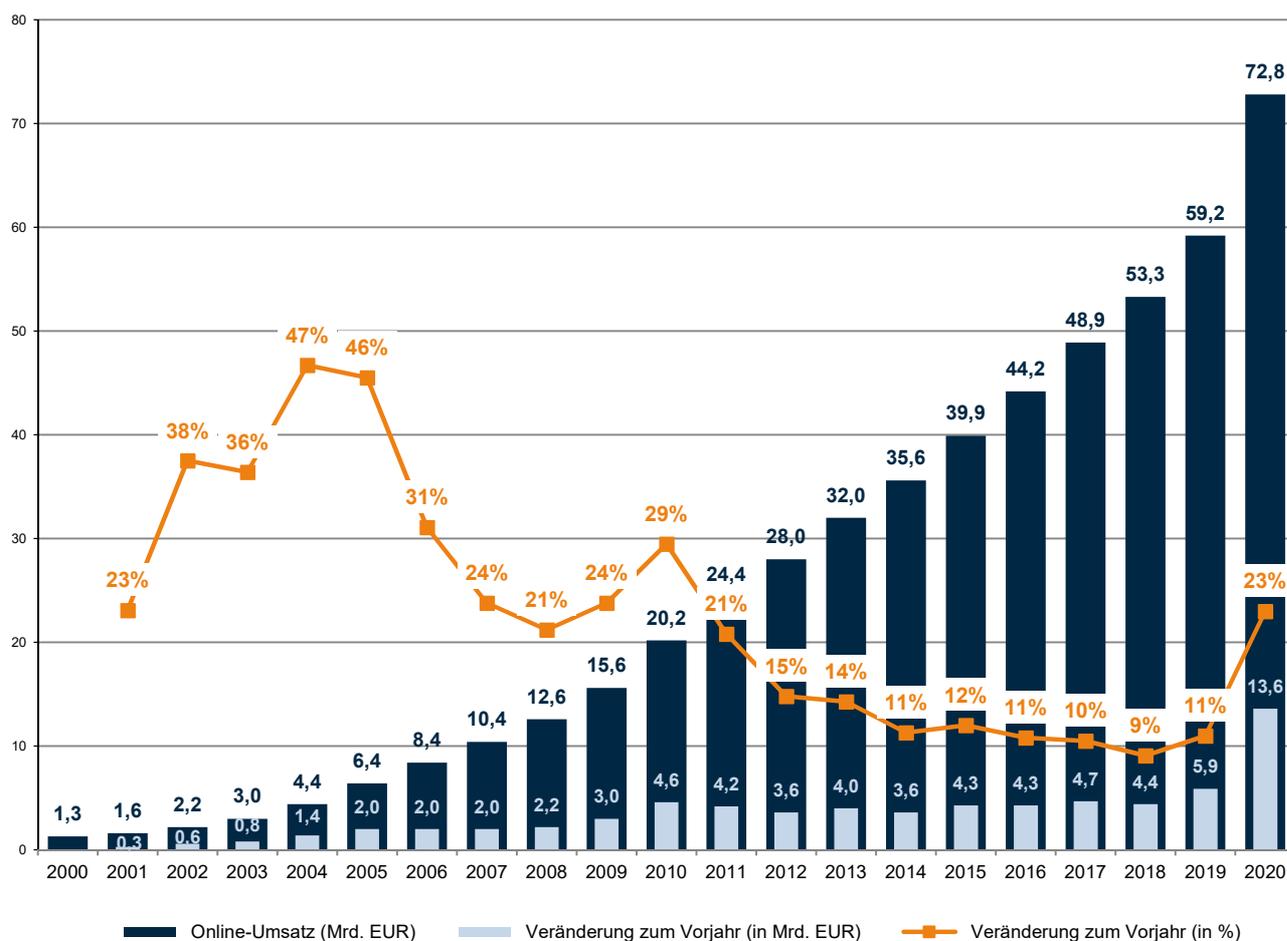
Abbildung 8: Umsätze Top 10-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2015-2020



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.

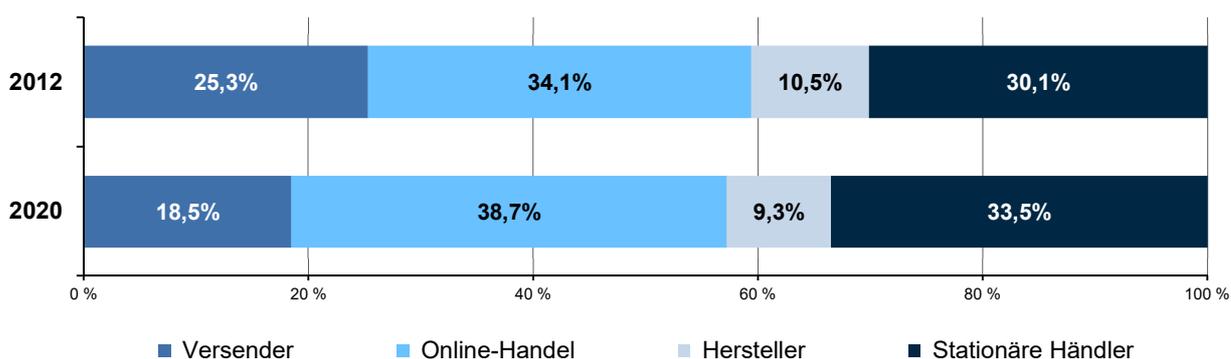
Bisher spielt der Online-Handel bei dem ausgabenstärksten Sortiment Lebensmittel, in dem knapp über 37 % der jährlichen Ausgaben getätigt werden, nur eine Nebenrolle. Allerdings ist davon auszugehen, dass in den periodisch nachgefragten Segmenten (d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren) der Online-Handel zunehmend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

Die Steuerung des Einzelhandels ist originär eine kommunale Aufgabe. Durch das Bauplanungsrecht kann eine Kommune aktiv auf die Einzelhandelsentwicklung Einfluss nehmen, darf jedoch keinen Marktprotektionismus oder Wettbewerbsschutz betreiben. Das aktuelle bauplanerische Instrumentarium reicht im Wesentlichen aus, um die räumlich-funktionale Steuerung des Einzelhandels in Einklang mit den eigenen städtebaulichen Vorstellungen und auch den raumordnerischen Vorgaben zu bringen.

Zu den Vorschriften, mit denen die Steuerung des Einzelhandels möglich ist, zählen vor allem

- das Baugesetzbuch (BauGB),
- die Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- das Landesentwicklungsprogramm des Freistaats Thüringen und
- der Regionalplan Ostthüringen,

deren wesentliche Inhalte nachfolgend kurz dargestellt werden.⁹

Im Rahmen der Beurteilung der Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich nach folgenden Gebietskategorien zu unterscheiden:

I. Einzelhandel in Gebieten mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit bestehenden Bebauungsplänen (§ 30 BauGB) kommt es auf deren konkrete Festsetzungen an. Werden in einzelnen Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete definiert, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der § 2 bis 9 BauNVO zwar in allen Arten von Baugebieten, jedoch teilweise unter Beachtung von Flächenoberbegrenzungen, zulässig.

■ Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO)

In Kleinsiedlungsgebieten (WS) sind lediglich zur Versorgung des Gebiets dienende Läden zulässig. Solche Läden sind i.d.R. als „Nachbarschaftsläden“ zu bezeichnen, deren Größe deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegt.

■ Reine Wohngebiete (§ 3 BauNVO)

In reinen Wohngebieten (WR) sind entsprechend der Zweckbestimmung gewerbliche Tätigkeiten, also auch Einzelhandel ausgeschlossen. Ausnahmsweise können gemäß § 3 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO jedoch Läden zugelassen werden, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebietes dienen. Eine „Großflächigkeit“ eines Einzelhandelsgeschäftes ist auf alle Fälle ausgeschlossen.

■ Allgemeine Wohngebiete (§ 4 BauNVO)

Durch die Festsetzung eines allgemeinen Wohngebietes (WA) in einem Bebauungsplan können gemäß § 4 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO solche Läden zugelassen werden, die der Versorgung des Gebiets dienen. Hierbei muss der Laden funktional in das Wohngebiet eingebunden sein und in einem erheblichen Umfang von Bewohnern der näheren Umgebung aufgesucht werden.¹⁰ Dies ist anhand objektiver Kriterien wie Größe, Beschaffenheit, wirtschaftlich tragfähige Ausnutzung, fußläufiger Einzugsbereich des Ladens, Verkehrsanbindung, Parkplätze und den sonstigen örtlichen Gegebenheiten abzuleiten.

■ Dorfgebiete (§ 5 BauNVO)

In Dorfgebieten (MD) sind gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 5 BauNVO Einzelhandelsbetriebe allgemein zulässig, wobei der Gebietscharakter des Dorfgebiets gewisse Grenzen setzt. Generell unzulässig sind großflächige Einzelhandelsbetriebe bzw. Einkaufszentren im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

⁹ Die formulierten Ausführungen dienen ausdrücklich nicht der Rechtsberatung, sondern lediglich der überblicksartigen Darstellung des bestehenden rechtlichen Instrumentariums.

¹⁰ vgl. Beschluss OVG Berlin-Brandenburg [10 S 29.10] vom 21.12.2011 / Beschluss OVG Lüneburg [1 MN 144/15] vom 28.09.2015.

■ **Mischgebiete (§ 6 BauNVO)**

In Mischgebieten (MI) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 6 Abs. 2 Nr. 3 BauNVO zulässig, sofern diese Betriebe das Wohnen nicht wesentlich stören. Daher sind hier selbst großflächige Einzelhandelsbetriebe zulässig, wobei es bei einer Geschossfläche von über 1.200 m² darauf ankommt, ob die Regelvermutung von § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO widerlegt werden kann (vgl. auch folgende Seite 17). Grundsätzlich muss der Gebietscharakter eines Mischgebietes gewahrt bleiben, d.h. es muss eine qualitative und quantitative Durchmischung von Wohnen und nicht wesentlich störendem Gewerbe fortbestehen.

■ **Kerngebiete (§ 7 BauNVO)**

In Kerngebieten (MK) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 7 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO grundsätzlich zulässig. Durch die Festsetzung eines Kerngebiets werden auch die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen für die Ansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben bzw. Einkaufszentren im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO geschaffen.

■ **Gewerbe-/ Industriegebiete (§ 8/9 BauNVO)**

Im Gewerbegebiet (GE) sind laut § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO und im Industriegebiet (GI) laut § 9 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO Gewerbebetriebe aller Art zulässig, wobei der Begriff des Gewerbebetriebes umfassend zu verstehen ist und auch Einzelhandelsbetriebe einschließt. In beiden Gebietstypen ist selbst ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb zulässig, wenn diesem die in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO beschriebenen Auswirkungen fehlen. Nach der Regelungssystematik des § 11 Abs. 3 Sätze 3/4 BauNVO muss für dieses Vorliegen jedoch eine Atypik nachgewiesen werden. Eine solche atypische Fallgestaltung kann sich insbesondere aus der Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, der Sicherung der verbraucher-nahen Versorgung der Bevölkerung und aus dem Warenangebot des Betriebs ableiten.

Bei der Festsetzung der vorstehend beschriebenen Baugebiete, hauptsächlich von Mischgebieten und Gewerbegebieten, ist eine Einschränkung bzw. auch ein völliger Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben möglich. Im Rahmen ihres planerischen Ermessens darf eine Gemeinde steuern, ob und in welchem Umfang sie Teile des Gemeindegebiets zur Unterbringung von Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung stellt. Voraussetzung ist, dass städtebauliche Gründe gemäß § 1 Abs. 3 BauGB vorliegen, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben und die Abweichung von der typisierten Baugebietszusammensetzung nach der Baunutzungsverordnung rechtfertigen.¹¹

II. Einzelhandel im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)

Im Sinne des § 34 Abs. 1 BauGB ist zunächst zu klären, ob sich ein Vorhaben in die nähere Umgebung einfügt. Entspricht die nähere Umgebung nach der Art der baulichen Nutzung einem bestimmten Gebietstyp der Baunutzungsverordnung (§§ 2 - 9), so richtet sich die Zulässigkeit eines Bauvorhabens allein nach den für diesen Gebietstyp zulässigen Arten der baulichen Nutzung (§ 34 Abs. 2 BauGB, vgl. vorstehende Ausführungen).

Ohne eine klare Zuordnung zu einem Gebietstyp der Baunutzungsverordnung ist das Einfügen in die Eigenart der näheren Umgebung gemäß § 34 Abs. 1 BauGB entscheidend, maßgeblich sind dabei Art und Maß der baulichen Nutzung ebenso wie Bauweise und überbaute Grundstücksfläche. Die nähere Umgebung beschränkt sich dabei nicht nur auf die unmittelbaren bzw. optisch sichtbaren Nachbargrundstücke, sondern kann auch weiter entfernt liegende Grundstücke umfassen, auf die sich die Ausführung des Vorhabens in bodenrechtlicher Hinsicht auswirken kann.¹²

Ein Vorhaben fügt sich ein, wenn es sich an den durch die umgebende Bebauung gebildeten Rahmen hält. Auch ein aus dem Rahmen fallendes Vorhaben (bspw. ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb) kann sich dennoch einfügen, wenn es im Verhältnis zu seiner näheren Umgebung weder bewältigungsbedürftige Spannungen erzeugt noch vorhandene Spannungen verstärkt.

11 vgl. Urteil BVerwG [4 B 3.13] vom 30.05.2013.

12 vgl. Urteil BVerwG [4 C 9/77] vom 26.05.1978.

Gemäß § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von Einzelhandelsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sein. So soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten in der Ansiedlungsgemeinde und auch in umliegenden Gemeinden sichergestellt werden, die bisher funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Schädliche Auswirkungen i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB hat ein Vorhaben, wenn es die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche beachtlich beeinträchtigt bzw. stört. Soweit durch ein Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu reklamieren sind, ist es bauplanungsrechtlich unzulässig.

III. Einzelhandel im Außenbereich (§ 35 BauGB)

Im Außenbereich sind Einzelhandelsbetriebe grundsätzlich nicht zulässig, da dieser Bereich i.d.R. einer Bebauung nicht zugänglich ist.

Neben der vorstehend beschriebenen Zulässigkeit von Einzelhandelsbetrieben in den einzelnen Gebietskategorien enthält der **§ 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO)** eine Sonderregelung für die bauplanungsrechtliche Zulässigkeit von Einkaufszentren, großflächigen Einzelhandelsbetrieben und sonstigen großflächigen Handelsbetrieben. Danach sind die vorstehend genannten Betriebe nur in Kerngebieten und in für diese Betriebe ausgewiesenen Sondergebieten zulässig.

Die in § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 BauNVO genannten landesplanerischen oder städtebaulichen Auswirkungen werden im Satz 2 beispielhaft konkretisiert. Demnach können solche Auswirkungen insbesondere schädliche Umwelteinwirkungen, Auswirkungen auf die infrastrukturelle Ausstattung, auf den Verkehr, auf die Versorgung der Bevölkerung, auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden oder auf das Orts- und Landschaftsbild und auf den Naturhaushalt sein. Für die Anwendung von § 11 Abs. 3 BauNVO bedarf es nicht des konkreten Nachweises, dass Auswirkungen tatsächlich eintreten, sondern es genügt bereits die Möglichkeit des Eintretens solcher Auswirkungen.

Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO sind die vorstehenden Auswirkungen i.d.R. anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet (Vermutungsregel). Das Kriterium der Großflächigkeit ist dabei von dem vorstehenden Tatbestandsmerkmal der Auswirkungen zu trennen. Die Baunutzungsverordnung unterwirft Einzelhandelsnutzungen nur dann dem Regelungssystem des § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb¹³ handelt. Beide Kriterien – das Merkmal der Großflächigkeit und das Überschreiten der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche – müssen erfüllt sein, damit ein Einzelhandelsvorhaben nur in einem Kern- oder Sondergebiet zulässig ist.

Nach § 11 Abs. 3 Satz 4 BauNVO gilt die – widerlegbare – Vermutung des vorstehenden Satzes 3 nicht, wenn Anhaltspunkte dafür vorliegen, dass Auswirkungen bereits bei weniger als 1.200 m² Geschossfläche vorliegen oder bei mehr als 1.200 m² Geschossfläche nicht vorliegen (Ausnahmeregel). Es werden dabei städtebauliche und betriebliche Besonderheiten benannt, die bei der Bewertung konkret zu berücksichtigen sind. Dazu zählen insbesondere die Gliederung und Größe der Gemeinde und ihrer Ortsteile, die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und das Warenangebot des Betriebs.

Bei der kommunalen Bauleitplanung kommt den landesrechtlichen Rahmenvorgaben, d.h. den im **Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025** (LEP) formulierten Zielen und Grundsätzen eine wesentliche Bedeutung zu. 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 zu berücksichtigen sind, d.h. diese sind zwingend einzuhalten und können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.¹⁴

13 Einzelhandelsbetriebe sind i.S.v. § 11 Abs. 3 Satz 1 + 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

14 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

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 Pößneck 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 vor allem durch die 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.¹⁵

Gemäß dem Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Pößneck grundsätzlich zulässig, da die Stadt als Mittelzentrum ausgewiesen ist.

- *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 Einzelhandelsprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht. Im Landesentwicklungsprogramm wird der Verflechtungsbereich bzw. der mittelzentrale Funktionsraum von Pößneck räumlich definiert, für welchen die Stadt eine Versorgungsfunktion besitzt.

- *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 (Beeinträchtungsverbot).*

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden. Gegen das Beeinträchtungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch ein Vorhaben der zentralörtliche Versorgungskern, andere zentrale Orte oder die Versorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen negativ

15 Gemäß Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen können abweichend vom Ziel 2.6.1 ausnahmsweise auch Einzelhandelsgroßprojekte in Grundzentren zulässig sein, wenn sie zur Sicherung der Grundversorgung dienen. In nichtzentralen Orten können Einzelhandelsgroßprojekte ausnahmsweise zugelassen werden, wenn sie der Grundversorgung dienen, die Funktionsfähigkeit der umliegenden zentralen Orte nicht beeinträchtigen und der Einzugsbereich nicht wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht.

tangiert werden. Diese negativen 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 Beeinträchtungsverbot 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)¹⁶ 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.

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

Zur Vermeidung von Doppelregelungen zur Landesplanung hat die Planungsgemeinschaft Ostthüringen als Planträger auf die eigenständige Ausweisung von Planansätzen zur raumordnerischen Steuerung des Einzelhandels verzichtet,¹⁷ so dass neben den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms

¹⁶ Als planerisches Gesamtkonzept wird i.S.d. LEP Thüringen dabei u. a. die Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche verstanden.

¹⁷ vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, Punkt 2.3.

keine weiteren Maßgaben für die Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben auf regionaler Ebene relevant sind. Demnach sind im Sinne des Regionalplans die bereits vorstehend dargestellten Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsprogramms (u.a. Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot) einzuhalten.

Durch die Änderung der Landesplanung – was mit dem neuen 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 Ostthüringen wurde von der Regionalen Planungsgemeinschaft am 20.03.2015 beschlossen¹⁸ und damit das Änderungsverfahren eingeleitet. Aktuell liegt der Entwurf des neuen Regionalplans vor.¹⁹

18 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Beschluss PLV 04/01/15.

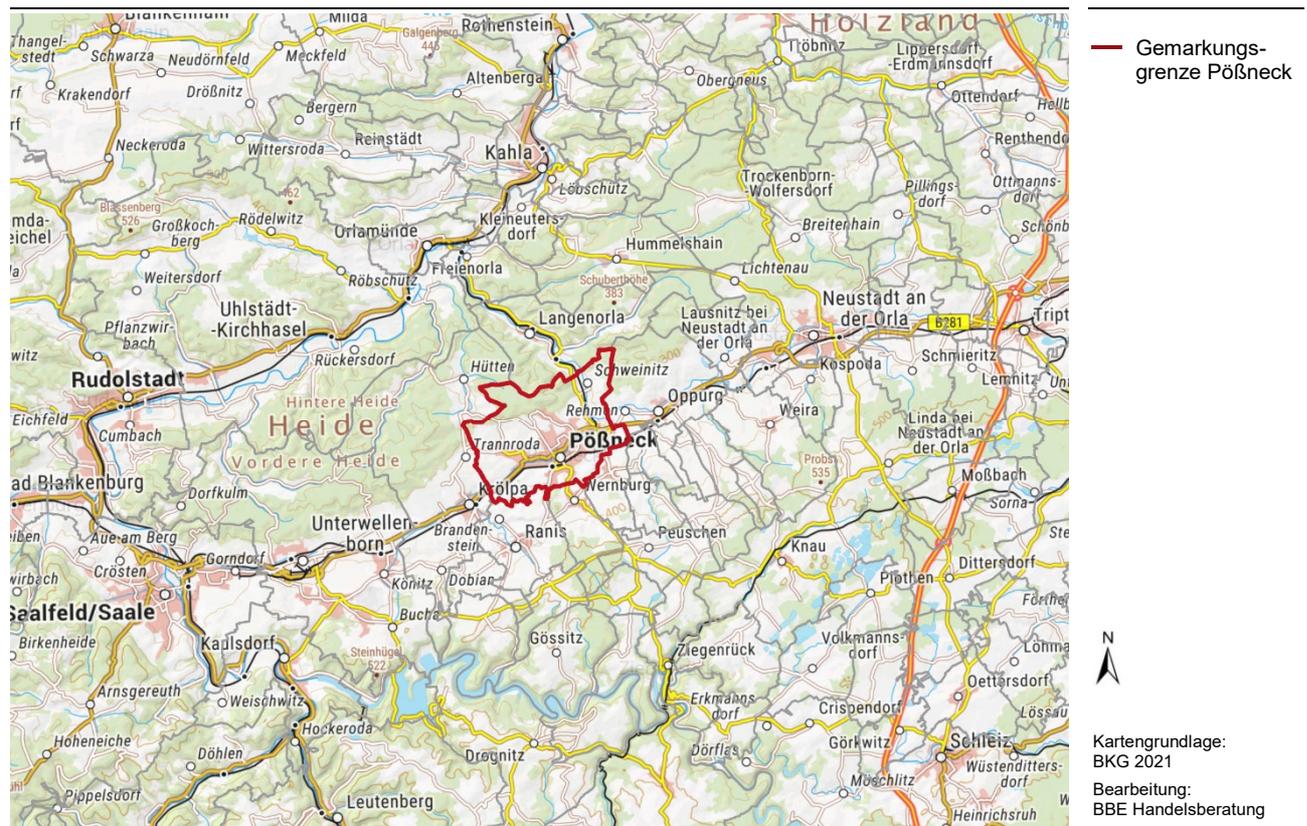
19 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen (Entwurf) vom 30.11.2018.

4. Standortrahmendaten Pößneck

4.1. Geographische Lage/ Erreichbarkeit/ Landesplanerische Einstufung

Die Stadt Pößneck ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im östlichen Teil des Freistaats Thüringen und hier im Saale-Orla-Kreises verortet. In der näheren Umgebung von Pößneck – der größten Stadt in diesem Landkreis – befinden sich ausschließlich kleinere Kommunen mit einer ländlich geprägten Siedlungsstruktur.

Karte 2: Lagebeziehungen von Pößneck im regionalen Kontext



Pößneck besitzt keine direkte Autobahnanbindung; die nächstliegende Anschlussstelle an die Autobahn A9 ist ca. 20 km östlich entfernt, die Autobahn A4 verläuft knapp 30 km nördlich von Pößneck. Die überörtliche **verkehrliche Erreichbarkeit** erfolgt über die Bundesstraße B281, die einen leistungsfähigen Verbindungsweg zwischen der westlich liegenden Stadt Saalfeld und der östlich befindlichen Autobahn A9 darstellt. Die Trassierung der B281 verläuft direkt durch die Kernstadt, somit stellt dieser Straßenzug das innerörtliche Hauptverkehrsgerüst dar. Pößneck ist weiterhin durch Landes- und Kreisstraßen mit den umliegenden, ländlich geprägten Orten vernetzt. In Summe der bestehenden Verkehrswege ist für Pößneck – trotz des fehlenden direkten Autobahnanschlusses – dennoch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit zu konstatieren.

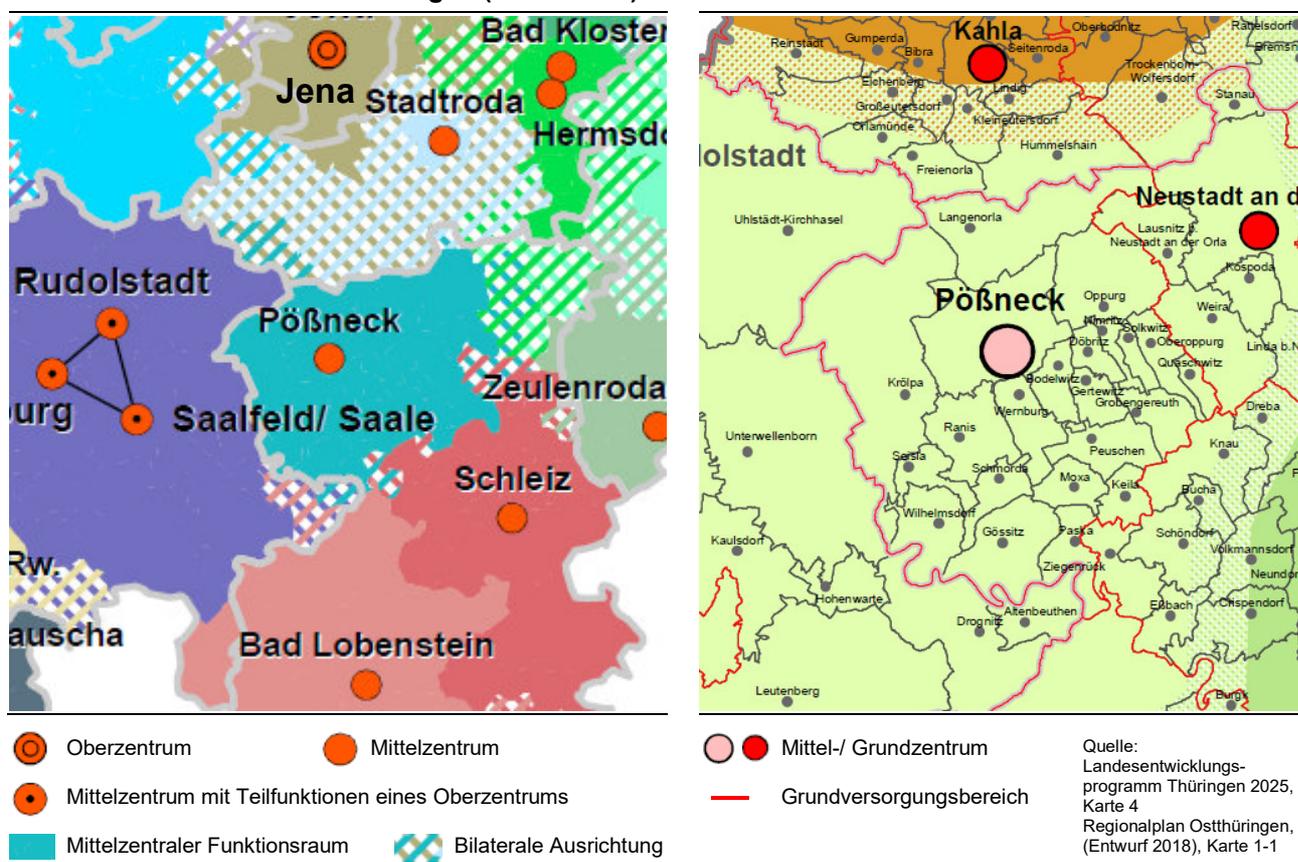
Pößneck ist mit zwei Bahnhöfen – räumlich voneinander getrennt liegend – an das **Schienennetz** der Deutschen Bahn angebunden. Der „Obere Bahnhof“ befindet sich im südlichen Teil der Kernstadt und liegt topographisch höhenversetzt zum Zentrum; dieser Bahnhofsteil wird von Regionalzügen aus Saalfeld sowie aus Gera/Leipzig angefahren. Ferner besitzt Pößneck vom „Unteren Bahnhof“ eine direkte stündliche Bahnverbindung nach Jena; dieser Endbahnhof ist im östlichen Kernstadtbereich lokalisiert.

Die Erschließung des Stadtgebiets durch den **ÖPNV** erfolgt durch drei Stadtbuslinien, welche die kleinräumige Erreichbarkeit innerhalb von Pößneck sicherstellen. Weiterhin verbinden Regionalbuslinien Pößneck mit umliegenden Orten und fahren ebenfalls Haltestellen im Stadtgebiet und in dezentralen Ortsteilen an. Die zentrale Abfahrtsstelle des ÖPNV (ZOB) befindet sich an der Gerberstraße direkt nördlich des Zentrums.

Pößneck wird in der **Landesplanung** als Mittelzentrum ausgewiesen. Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die regionale Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion zählt.²⁰ Auf Grund der zentralörtlichen Ausweisung hat die Stadt Pößneck neben der Eigenversorgung auch eine Versorgungsaufgabe für die Bewohner in ihrem Verflechtungsbereich mit zu übernehmen, in dem gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 35.900 Einwohner²¹ leben.

Die Versorgungsfunktion von Pößneck ist insbesondere unter der Maßgabe zu sehen, dass in dem Verflechtungsbereich von Pößneck – mit Ausnahme der nordöstlich liegenden Kleinstadt Neustadt an der Orla – kein weiteres Grundzentrum existiert. Somit hat Pößneck – hauptsächlich im südlichen Teil seines Verflechtungsbereichs – eine herausragende Versorgungsfunktion zu erfüllen.²²

Karte 3: Raumstruktur Ostthüringen (Ausschnitt)



In der **Regionalplanung** werden den höherstufigen zentralen Orten Grundversorgungsbereiche zugewiesen, für welche der jeweilige zentrale Ort eine flächendeckende qualifizierte Grundversorgung zu sichern hat. Im ausgewiesenen Grundversorgungsbereich²³ der Stadt Pößneck wohnen rd. 21.800 Personen, so dass Pößneck für diese Einwohner die Funktion der Grundversorgung übernehmen soll, die ebenfalls eine entsprechende Einzelhandelsversorgung beinhaltet.

²⁰ Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.9 / G 2.2.10.

²¹ Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Tab. 3 (Stand 2012).

²² Die nächstliegenden zentralen Orte in südlicher Richtung sind die Grundzentren Saalburg-Ebersdorf (nördlich von Bad Lobenstein) und Probstzella (direkt an der bayerischen Grenze), so dass Pößneck eine wichtige Versorgungsfunktion insbesondere für den südlichen Teil seines Verflechtungsbereichs – einen ausschließlich ländlich geprägten Raum – übernimmt.

²³ Zum Grundversorgungsbereich Pößneck zählen neben der Stadt Pößneck selbst die Städte und Gemeinden Bodelwitz, Döbritz, Gertewitz, Gössitz, Grobengereuth, Keila, Krölpa, Langenorla, Moxa, Nimritz, Oberoppurg, Oppurg, Paska, Peuschen, Quaschwitz, Ranis, Schmorda, Seisla, Solkwitz, Wernburg und Wilhelmsdorf.

vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, Punkt 1.2.5, G 1-17

4.2. Soziodemographische Rahmendaten

Pößneck ist mit ca. 11.700 Einwohnern vor Neustadt an der Orla (ca. 9.100 Ew.) und vor der Kreisstadt Schleiz (ca. 8.800 Ew.) die größte Stadt im Saale-Orla-Kreis. Die **Bevölkerung** von Pößneck hat sich in den letzten zehn Jahren um -9,2 % vermindert; der Rückgang ist mit dem Mittel des Saale-Orla-Kreises (-9,3 %) vergleichbar, wobei in der gesamten Region in Relation zum Landesdurchschnitt (-5,1 %) ein höherer Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen ist.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Pößneck im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner	Veränderung
	2010	2020		2030	
	abs.	abs.	%	abs.	%
Pößneck	12.882	11.697	-9,2	10.710	-8,4
Saale-Orla-Kreis	87.799	79.632	-9,3	70.800	-11,1
Freistaat Thüringen	2.235.025	2.120.237	-5,1	1.989.500	-6,2

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung 31.12.2010/31.12.2020
 2. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung / 1. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung

Vor dem Hintergrund der aktuellen **demographischen Entwicklung** wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl in Pößneck weiter rückläufig entwickeln; auf Basis der Prognose des Statistischen Landesamts wird die Einwohnerzahl im Jahr 2030 bei ca. 10.700 Personen liegen. Der Rückgang von -8,4 % wird im Vergleich zur Entwicklung im Saale-Orla-Kreis (-11,1 %) geringer ausfallen, in Relation zum Landesdurchschnitt (-6,2 %) zeigt sich jedoch in der Region eine höhere Bevölkerungsabschmelzung.

Die **Siedlungsstruktur** von Pößneck ist durch eine baulich größtenteils geschlossene Kernstadt mit einer bewegten Topographie gekennzeichnet; dieser Siedlungsbereich stellt mit knapp 11.000 Einwohnern den Bevölkerungsschwerpunkt dar.

Abbildung 11: Räumliche Bevölkerungsstruktur von Pößneck



Quelle: Stadtverwaltung Pößneck, Einwohner 31.12.2020²⁴

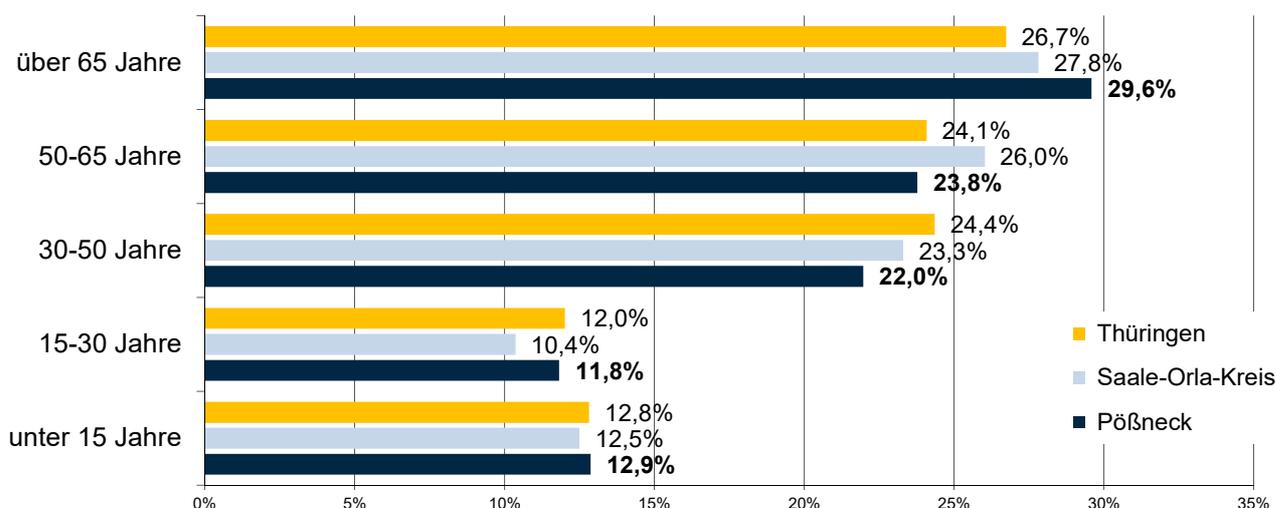
Neben der Kernstadt gehören drei dezentrale Ortsteile zu Pößneck, die einen dörflich geprägten Siedlungscharakter besitzen. Die beiden einwohnerstärksten Ortsteile sind Schlettwein und Öpitz, Schweinitz weist eine Einwohnerzahl von unter 100 Personen auf. Die Einwohnerzahlen der einzelnen Ortsteile liegen zwar relativ niedrig, erreichen jedoch in der Gesamtheit einen Bevölkerungsanteil von rd. 9 %.

²⁴ Die Einwohnerzahl der Stadt Pößneck entspricht aus melderechtlichen Gründen nicht exakt den Angaben des Thüringer Landesamts für Statistik.

In Bezug auf die **Altersstruktur** weist Pößneck in den jüngeren Altersgruppen (bis 30 Jahre) eine im Landesvergleich fast adäquate Bevölkerungsstruktur auf, die innerhalb der einzelnen Altersstufen jeweils nur geringfügig vom Landesdurchschnitt abweicht. Grundsätzlich liegt der Anteil der jüngeren Bevölkerung jedoch verhältnismäßig niedrig (vgl. auch Abb. 3).

Der Großteil der Pößnecker Bevölkerung (knapp 30 %) ist über 65 Jahre alt. Dementsprechend fällt der Anteil der darunter liegenden Altersstufen (zwischen 30 bis 50 Jahre) geringer aus, so dass sich tendenziell – im Landesvergleich – eine Überalterung der lokalen Bevölkerung zeigt.

Abbildung 12: Altersstruktur Pößneck im Landesvergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Thüringen, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2020

Der Saale-Orla-Kreis bzw. der gleichnamige Arbeitsamtsbezirk weist eine niedrige **Arbeitslosenquote** auf, die im Jahresdurchschnitt 2020 mit 4,9 % unter dem Durchschnittswert des Freistaats Thüringen (6,0 %) und auch unterhalb des Bundesdurchschnitts (5,9 %) lag.²⁵ Demnach sind in der Region keine größeren Struktur-schwächen 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 positiven Pendlersaldo von knapp 1.200 Personen – der in der letzten Dekade leicht gesunken ist – besitzt Pößneck mehr Ein- als Auspendler, was die Position der Stadt als wichtigen Arbeitsplatzstandort für die umliegende Region verdeutlicht.²⁶ Somit sind auf Grund der Arbeitsplatzzentralität zusätzliche Kaufkraftpotenziale für den Pößnecker Einzelhandel zu erwarten.

Tabelle 2: Pendlersaldo von Pößneck

	2010	2020
	Personen	Personen
Einpendler / Auspendler	3.533 / 2.252	3.687 / 2.496
Pendlersaldo	+1.281	+1.191

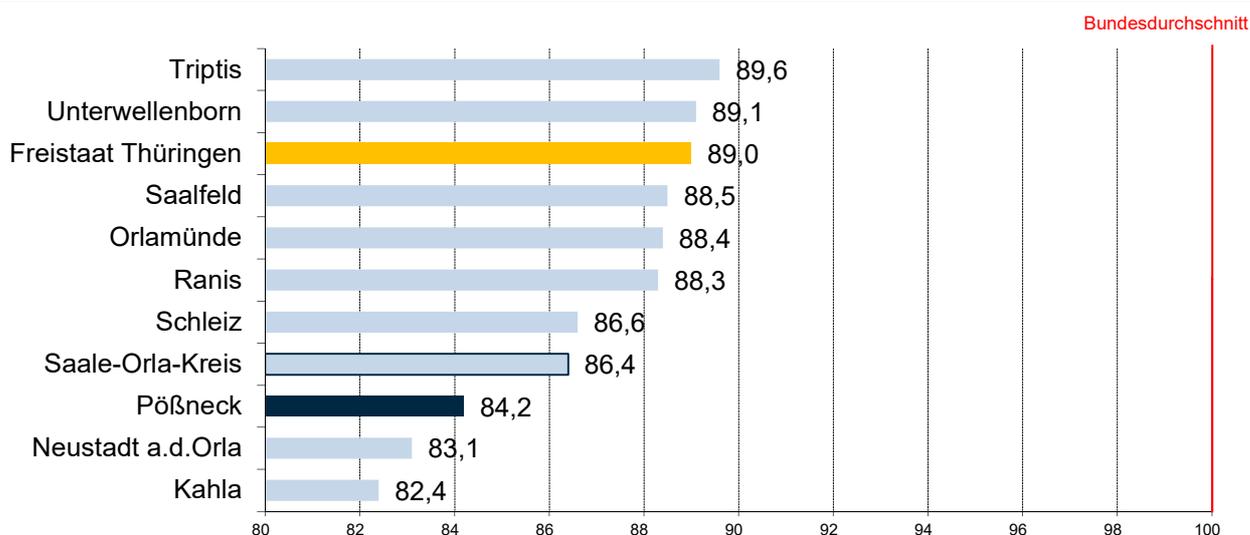
Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2010/2020

²⁵ Bundesagentur für Arbeit, Arbeitslosenquoten im Jahr 2020 (Jahresdurchschnitt).

²⁶ Die beiden größeren Gewerbegebiete in Pößneck Ost und im Tümpfel sind fast vollständig belegt und bieten einen breiten Querschnitt verschiedener Industriezweige und Gewerke. Der mit Abstand größte Arbeitgeber ist die in der Druckindustrie tätige Firma GGP Media mit über 1.000 Beschäftigten.

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 2020

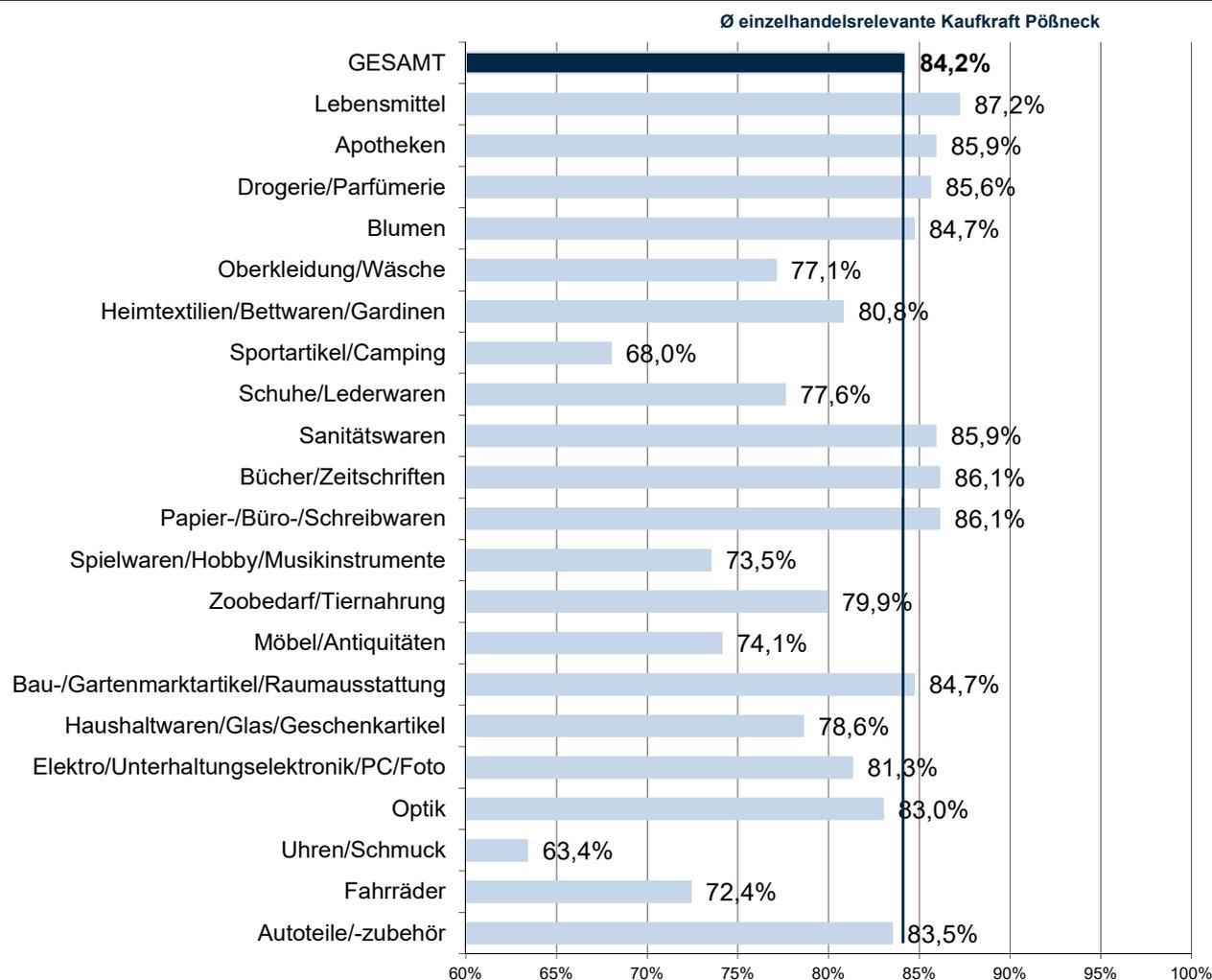
Im nationalen Vergleich besitzt Pößneck – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine geringere einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die mit 84,2 % deutlich unter dem bundesdeutschen Referenzniveau (100,0 %) rangiert. Demnach steht dem lokalen Einzelhandel in Pößneck ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung. Die niedrige Kaufkraft wird auch im regionalen Vergleich deutlich, da der Kaufkraftindex von Pößneck sowohl unter dem Durchschnittswert des Saale-Orla-Kreises (86,4 %) als auch unter dem des Freistaats Thüringen (89,0 %) liegt.

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 Branche²⁷ ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer**²⁸ an die lokalen Verhältnisse in Pößneck 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.²⁹

Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Pößneck



Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern Pößneck / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

27 Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2020.

28 Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern.

29 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 Pößneck 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 dem **Einwohnerpotenzial** von Pößneck multipliziert. Somit errechnet sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen, das dem lokalen Einzelhandel zur Verfügung steht.³⁰ Dieses beläuft sich in Pößneck auf ca. 63,7 Mio. EUR p.a., wobei der Großteil der Konsumausgaben auf den sog. kurzfristigen Bedarf entfällt.

Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Pößneck

		Marktpotenzial Pößneck	
		Mio. EUR	%
1	Lebensmittel	25,66	
2	Apotheken	6,17	
3	Drogerie/Parfümerie	3,55	
4	Blumen	0,64	
Summe kurzfristiger Bedarf		36,02	56,6
5	Oberkleidung/Wäsche	4,79	
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	0,43	
7	Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe	0,89	
8	Schuhe/Lederwaren	1,09	
9	Sanitärwaren	1,09	
10	Bücher/Zeitschriften	1,02	
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	0,82	
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	0,83	
13	Zoobedarf/Tiernahrung	0,53	
Summe mittelfristiger Bedarf		11,49	18,0
14	Möbel/Antiquitäten	3,55	
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung	4,45	
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	1,02	
17	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	4,89	
18	Optik	0,50	
19	Uhren/Schmuck	0,56	
20	Fahrräder	0,67	
21	Autoteile/-zubehör	0,53	
Summe langfristiger Bedarf		16,17	25,4
Gesamtes Marktpotenzial Pößneck		63,68	100,0

Berechnung: BBE Handelsberatung

³⁰ Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet:
 Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortiments-spezifische Kaufkraftkennziffer.

5. Einzelhandelsanalyse Pößneck

5.1. Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsbetriebe und deren Verkaufsflächen im Juni 2021 im Rahmen einer Vollerhebung in Pößneck aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Handelsbranche zugeordnet (vgl. Methodik in Anlage 1). In Pößneck agieren aktuell rd. 120 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von rd. 35.200 m². Die durchschnittliche Verkaufsfläche aller Handelsbetriebe liegt bei ca. 280 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 10 Jahren ein Flächenzuwachs von ca. 5 % zu beobachten. Der Flächenaufwuchs ist vor allem auf die zwischenzeitliche Ansiedlung des großflächigen Multi-sortimentsmarktes Thomas Philipps im Gewerbegebiet Ost zurückzuführen; in diesem Standortbereich hat sich der vormals ansässige Reno-Markt abgesiedelt.

Ferner hat sich in der letzten Dekade eine Flächenabschmelzung von insbesondere kleineren und mittelständischen Handelsbetrieben in fast allen Branchen vollzogen, was mit einem fühlbaren Rückgang der Ladeneinheiten (-29 %) einherging. Hierbei haben sich meist kleinere Läden – vor allem in der Pößnecker Innenstadt und in Nebenlagen – abgesiedelt.

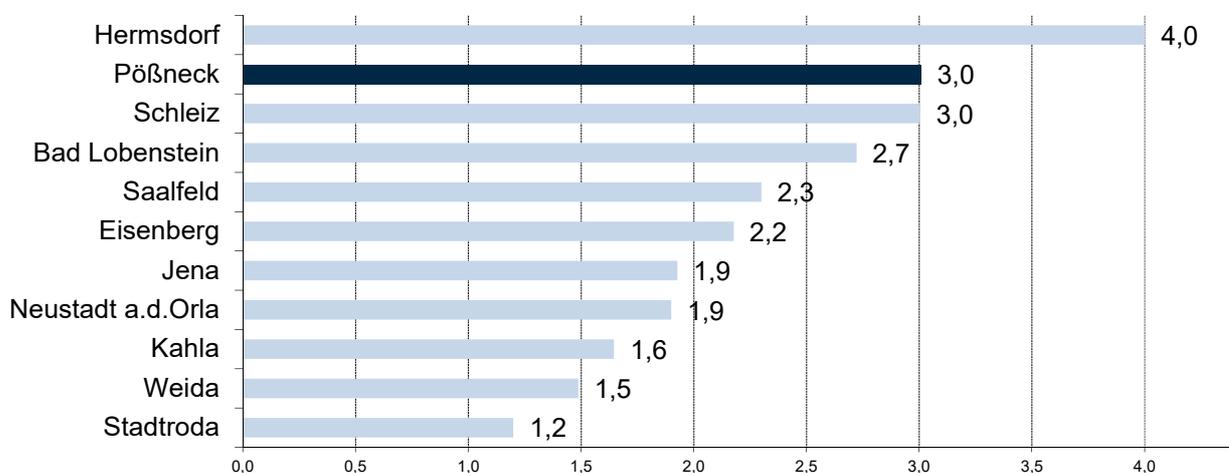
Tabelle 4: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Pößneck

	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb	Verkaufsflächendichte m ² /Einwohner
2011	33.405	174	~190	2,6
2021	35.220	124	~280	3,0

Quelle: GMA, Einzelhandelskonzept für die Stad Pößneck, September 2011 / BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, Juni 2021

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte**³¹ von Pößneck rangiert mit ca. 3,0 m² je Einwohner oberhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m² je Einwohner, so dass für die lokale Bevölkerung eine attraktive Ausstattung mit Handelsfläche besteht. Mit Blick auf umliegende Orte in der Region lässt sich die Flächenausstattung von Pößneck wie folgt einordnen.

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



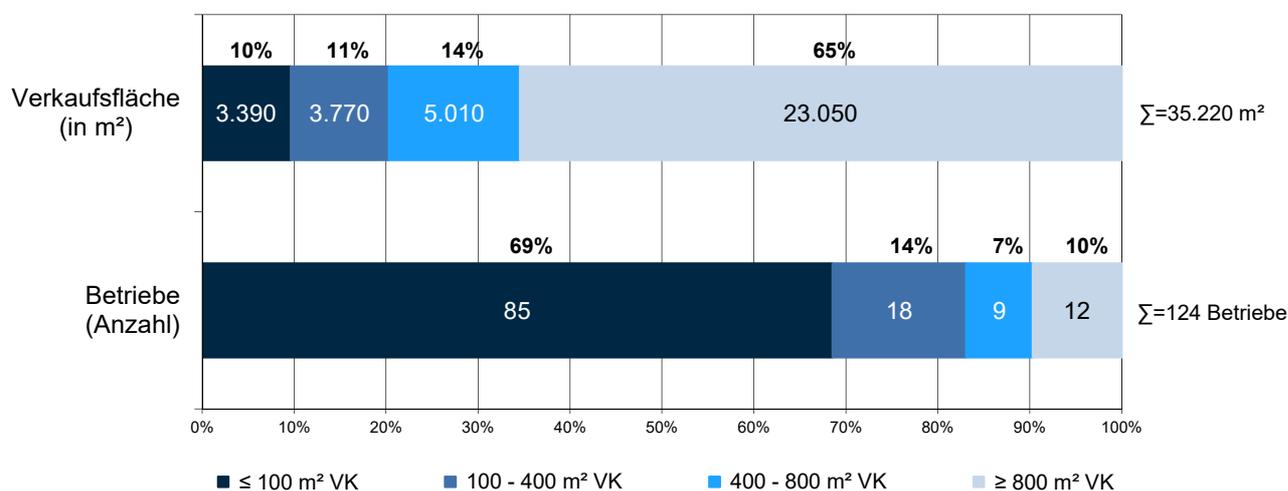
Quelle: Flächenmonitoring der BBE Handelsberatung

31 Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis von Verkaufsfläche zu Einwohnern eines Ortes oder einer Region.

Im Vergleich mit anderen Städten³² im regionalen Umfeld erreicht Pößneck einen vergleichsweise hohen Flächenausstattungsgrad, wobei zentrale Orte i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsfächendichte aufweisen. Diese Orte übernehmen auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum und halten somit meist höhere Flächenangebote vor. Dies ist auch in Pößneck der Fall, da in dem mittelzentralen Verflechtungsbereich insgesamt 35.900 Personen (vgl. Seite 21) wohnen. Die hohe Flächenausstattung ist ferner maßgeblich durch die flächenintensive Bau- und Gartenmarktbranche und auch die Lebensmittelbranche bedingt, die beide einen hohen spezifischen Flächenverbrauch aufweisen.³³

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 Pößnecker Einzelhandelsbesatzes nach Größenklassen ergibt sich folgendes Bild.

Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Pößnecker Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juni 2021

Die Verkaufsflächenstruktur in Pößneck basiert überwiegend auf kleinformatischen Einzelhandelsbetrieben, da 85 Geschäfte und somit der Großteil der 124 Handelsbetriebe (ca. 69 %) eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur rd. 40 m² je Ladenlokal; der Großteil dieser Betriebe ist in der Pößnecker Innenstadt verortet.

Demgegenüber besitzen die 21 großformatigen Handelsbetriebe (Verkaufsfläche ab 400 m²) – die an der Gesamtzahl der Betriebe einen Anteil von lediglich 17 % repräsentieren – mit einer gemessenen Verkaufsfläche von rd. 28.100 m² einen Anteil von 79 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Die kleinteilige Handelsstruktur in Pößneck 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.

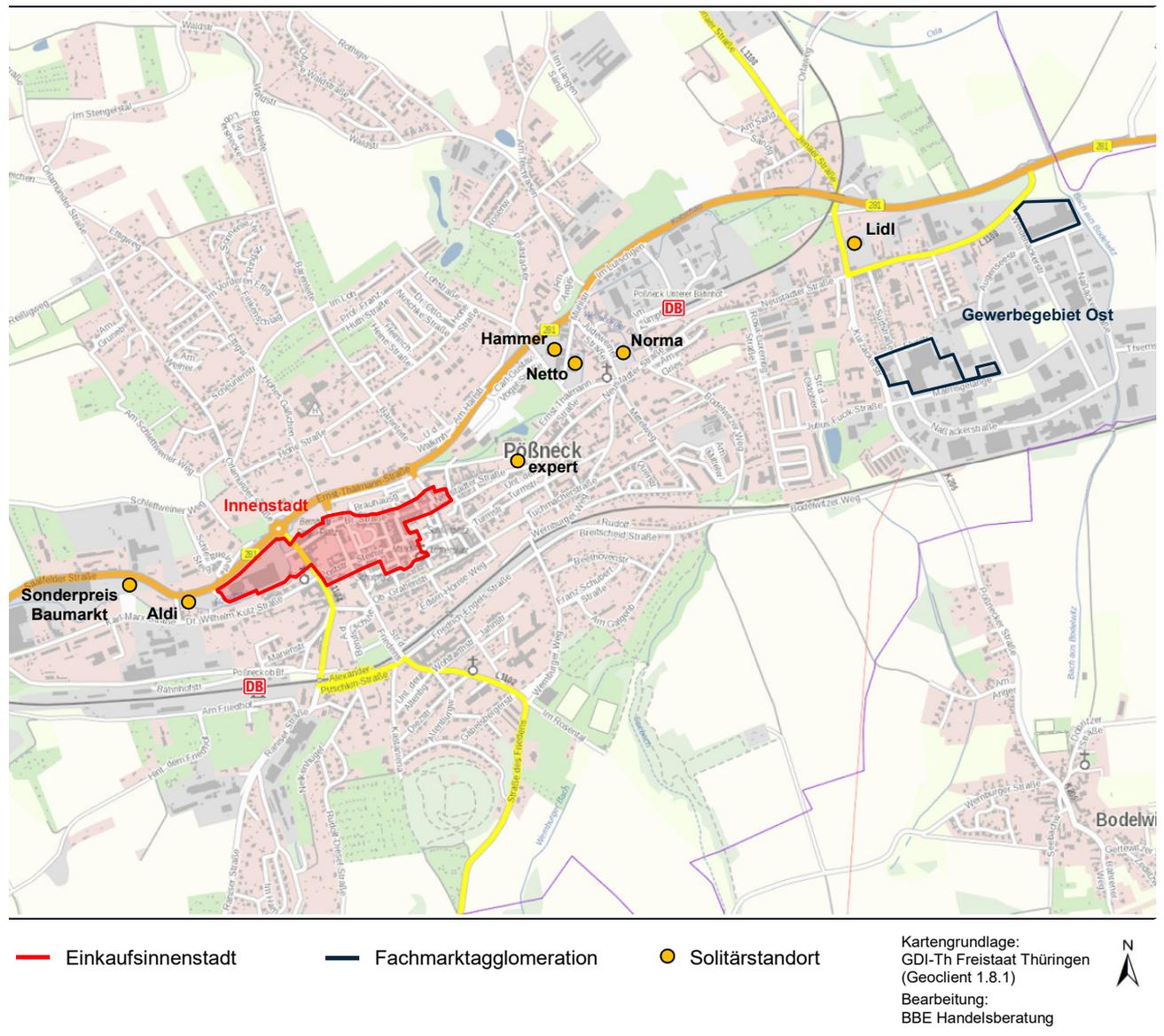
32 Die ausgewählten Kennziffern der Verkaufsfächendichte dienen lediglich der Orientierung. Die einzelnen Werte sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Historien etc. verfügen und zudem die jeweiligen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

33 vgl. folgende Abbildung 19.

5.2. Räumliche Angebotsstruktur

Für die Analyse der **räumlichen Verteilung** des Einzelhandelsangebots in Pößneck wird eine Untergliederung nach dem Angebot in der Ortsmitte (Innenstadt), in Fachmarkttagglomerationen³⁴ und an Solitärstandorten (Streulagen) vorgenommen. Folgende Karte skizziert die strukturprägenden Einzelhandelsstandorte in Pößneck.

Karte 4: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Pößneck



In der Pößnecker **Innenstadt** – diese inkludiert sowohl den Bereich der Altstadt als auch die westlich angrenzenden Fachmärkte – ist ein gemessener Flächenbestand von rd. 8.500 m² vorzufinden; dies entspricht einem Anteil von ca. 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die innerstädtische Angebotsmasse liegt relativ hoch. In der traditionellen Altstadt ist ein Handelsbesatz von 56 Betrieben mit ca. 4.100 m² Verkaufsfläche vorhanden, die sieben Betriebe in der angrenzenden Fachmarktzeile verfügen über ca. 4.400 m² Verkaufsfläche.

34 vgl. Definition in Anlage 2.

Mit Blick auf die Sortimentsabdeckung reißt die Pößnecker Innenstadt ein relativ breites Warenspektrum an, in fast allen innenstadtprägenden Sortimenten ist ein kompetentes Angebot vorzufinden. Die beiden Standortbereiche ergänzen einander, da einerseits in der Altstadt kleine und attraktive Fachgeschäfte situiert sind; dieses Angebot wird durch großformatige Fachmarktanbieter zielgerichtet ergänzt. So können beide Bereiche arbeitsteilig eine attraktive Nachfrageabdeckung gewährleisten.

Die Entwicklung des innerstädtischen Handelsbestandes ist in den letzten Jahren rückläufig. Laut dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011³⁵ war zum damaligen Zeitpunkt in der Innenstadt eine Verkaufsfläche von 8.975 m² ausgebildet; diese hat sich gegenüber dem heutigen Zeitpunkt um knapp 500 m² (-6 %) vermindert. Die Abschmelzung ergab sich vor allem durch die Absiedlung von kleineren Handelsbetrieben in der Altstadt; der Substanzverlust ist unübersehbar. Ein Teil der Gewerbeflächen wurde durch Dienstleistungsanbieter oder Büronutzungen nachbelegt, ferner stehen verschiedene Ladenflächen leer. Laut dem Einzelhandelskonzept 2011 waren in der Innenstadt 83 Betriebe ansässig, aktuell liegt der Bestand bei 63 Handelsbetrieben; dies entspricht einem Rückgang von 24 % (20 Handelsbetrieben).

Der Handelsbesatz in der Altstadt ist hauptsächlich in kleinformatischen Geschäften organisiert, was auf die kleinstrukturierte Bebauung der Innenstadt zurückzuführen ist. Die durchschnittliche Ladenfläche liegt bei lediglich rd. 70 m² je Geschäft. Als größere bzw. *profilbildende Magnetbetriebe* sind die überregionalen Filialisten Rossmann, Ernstings family, Mc Paper oder Mäc Geiz einzustufen; unter den mittelständischen Anbietern kommt dem Betrieb Louis Wagner (Haushaltwaren, Spielwaren) eine Ankerfunktion zu.

Insgesamt mangelt es der Altstadt an weiteren und vor allen an *größeren und leistungsfähigen Fachgeschäften* mit einer überörtlichen Ausstrahlung. Dieses Manko senkt nicht nur die Strahlkraft, die Reichweite und die Frequentierung der Pößnecker Altstadt, sondern limitiert auch die Innovationskraft und das Investitionsvermögen der bestehenden Betriebe ebenso wie die Resistenz gegenüber aperiodischen Umsatzschwankungen.

Neben den Handelsbetrieben existieren in der Altstadt über *50 komplementäre Angebote* (v.a. Dienstleistungen, Gastronomie, Büros), ferner dient die Innenstadt auch als Wohnstandort und ist Sitz der Stadtverwaltung. In Summe wird eine hohe Multifunktionalität der Altstadt erreicht.

Die innerstädtische *Hauptgeschäftsstraße* verläuft von der Breiten Straße bis zur Neustädter Straße; mit der Krautgasse und der Schuhgasse zweigen zwei Straßen zu dem höhenversetzten Markt ab. Es besteht eine meist durchgehende heterogene Bebauung mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern; die Erdgeschosszonen sind überwiegend mit Handels- und Gewerbenutzungen belegt.

In den *Randlagen* dünnt der Gewerbebesatz zusehends aus. In diesen Bereichen existiert keine durchgängige Schaufensterfront, da Funktionsunterbrechungen durch partielle Wohnnutzungen und leerstehende Gewerbeflächen zu verzeichnen sind.

Der Bereich der Altstadt ist durch eine *bewegte Topographie* geprägt. Aufsteigend von der Saalfelder-/ Breiten- bzw. Neustädter Straße befindet sich der historische Marktplatz; die nachgelagerten Wohnsiedlungsbereiche liegen weiter höhenversetzt zur Hauptgeschäftsstraße. Somit bestehen für die Altstadt offensichtliche fußläufige Erreichbarkeithemmnisse; insbesondere aus den verdichteten Siedlungsquartieren südlich der Altstadt.³⁶

Leerstehende Ladenflächen haben eine hohe Signalwirkung und belasten den Marktauftritt einer Innenstadt in besonderem Maße. Der aktuelle *Leerstand* in der Altstadt umfasst 18 Ladengeschäfte, die durchschnittliche Flächengröße liegt unter 40 m² je Laden 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 Pößnecker Altstadt besteht somit in dem Mangel an mittleren und größeren Potenzialflächen.

³⁵ vgl. GMA, Einzelhandelskonzept für die Stadt Pößneck, September 2011, Tab. 8.

³⁶ Der hier verlaufende Bahngleiskörper der Regionalbahnstrecke Gera-Saalfeld stellt eine Zäsur zu den weiter südlich befindlichen Wohngebieten dar.

Unmittelbar westlich der Altstadt wurde im Jahr 2010/2011 ein innerstädtischer Fachmarktstandort entwickelt, der über die Saalfelder Straße direkt an die Hauptgeschäftslage angebunden ist. Neben einem Verbrauchermarkt (Kaufland) agieren hier ein Schuhfachmarkt (Deichmann) und ein Textilfachmarkt (AWG); kleine Betriebe in der Vorkassenzzone des Kaufland-Marktes arrondieren dieses Angebot. Mit der Eröffnung dieses Standortes hatte sich die innerörtliche Frequenz in Pößneck deutlich erhöht.

Der Standortbereich wurde zwischen der Saalfelder Straße im Norden und dem Flusslauf der Kotschau im Süden entwickelt und ist durch moderne und attraktive, wenn auch *baulich einfache Fachmarktstrukturen* geprägt. Nennenswerte Disfunktionalitäten zu dem Angebot der Altstadt treten nicht auf, da für die Fachmärkte in der Altstadt keine entsprechende Potenzialfläche zur Verfügung steht und eine Ansiedlung hier unrealistisch ist. Durch die Unterbringung in Randlage der Altstadt wurde der zu diesem Bereich nächstliegende Standort gewählt.

Mit Blick auf die Lagequalität und den kundenattraktiven Handelsbesatz kommt diesem Handelsstandort zweifelsohne eine *zentrale Versorgungsfunktion* für Pößneck zu; die Betriebe strahlen auch auf Orte im Umland der Kleinstadt aus.

Der Standortbereich besitzt eine hohe Angebotsmasse und eine hohe *zentralitätsbildende Wirkung* für Pößneck, da hier großformatige und leistungsstarke Filialisten mit einem Alleinstellungsmerkmal³⁷ etabliert sind. Im Gegensatz zu diesem Standort ist das Angebot in der Altstadt maßgeblich durch kleinformatige Betriebe geprägt, so dass sich die Handelsbetriebe beider Lagen auf Grund ihrer unterschiedlichen konzeptionellen Ausrichtung deutlich voneinander unterscheiden und hinsichtlich der unterschiedlichen Positionierung keine direkten Konkurrenzbeziehungen zu beobachten sind.

Abbildung 17: Innenstadt von Pößneck



Standortbereich Altstadt



Standortbereich Kaufland

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im östlichen Kernstadtbereich ist im Gewerbegebiet Ost eine **Fachmarkttagglomeration** (ca. 18.100 m² VK) hervorzuheben, die sich im Wesentlichen aus zwei größeren Standortbereichen zusammensetzt. Im Bereich der Straßen Malmsgelänge/Naßäckerstraße befindet sich ein Einkaufszentrum, in dessen Umfeld sich weitere Handelsbetriebe angesiedelt haben. Das Einzelhandelsangebot umfasst insgesamt 16 Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 10.400 m².

Das Angebot in dem Einkaufszentrum – bereits seit dem Jahr 1994 in Betrieb – wird durch REWE, Fressnapf, Tedi und Thomas Philipps geprägt; die Betriebe sind im Außenbereich um eine kleine Mall gruppiert. Innerhalb dieser Mall sind drei kleinformatige Handelsbetriebe und drei Dienstleistungsanbieter ansässig, zwei kleinere Gewerbeeinheiten stehen leer. Den beiden Malleingängen ist jeweils ein Parkplatz vorgelagert, so dass sich auch auf Grund der verkehrsgünstigen Lage die Erreichbarkeit für Autokunden sehr gut darstellt.

37 Kaufland, AWG und Deichmann sind jeweils die größten Betriebe innerhalb ihrer Branche.

Der Standortbereich ist durch funktionale, fachmarkttypische Gebäudestrukturen ohne besondere architektonische und städtebauliche Qualitäten geprägt. Die Bausubstanz wirkt nicht mehr zeitgemäß, ebenso die Anordnung und partiell auch der Zuschnitt der einzelnen Handelsflächen. Ferner stellt sich die disperse Struktur des Fachmarktzentrums suboptimal dar und hinterlässt einen funktional labilen Gesamteindruck. Auf Grund des Handelsbesatzes und insbesondere der Erreichbarkeit besitzt das Einkaufszentrum jedoch – auch auf Grund seiner langjährigen Marktpräsenz – eine hohe Strahlkraft auf Kunden aus Pößneck und speziell auch aus dem räumlichen Umfeld der Stadt.

Neben den beiden kleineren Gewerbeeinheiten in der innenliegenden Mall (ca. 100 m², ca. 70 m²) steht an der Außenfront des Einkaufszentrums eine Fachmarktläche leer. Demnach besteht an dem Standort ein Ansiedlungspotenzial für einen weiteren Fachmarkt.³⁸

Östlich des skizzierten Einkaufszentrums sind ein großflächiger Gartenmarkt (Blumenhaus Fritsche) und ein Textilmarkt (Freemod) verortet. An der Naßäckerstraße – direkt westlich des Einkaufszentrums – haben sich fünf weitere Handelsbetriebe etabliert; mit KIK und einem Sportshop gibt es auch zwei größere Anbieter.

Im Zusammenspiel aller benannten Betreiber und auch bestehender komplementärer Anbieter (v.a. Dienstleistungsbetriebe) kann diese discountlastige Einkaufsdestination eine hohe Strahlkraft – vor allem auf preisensible Kunden – erzeugen. Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um eine Fehlallokation, da ein großer Teil der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten belegt ist und so die Entwicklungsmöglichkeiten von integrierten Lagen eingeschränkt sind.

In dem Standortbereich Weidenäckerstraße sind vier Fachmärkte (OBI, Jysk, NKD, Sagasser Getränkemarkt) mit einer Verkaufsfläche von ca. 7.400 m² adressiert. Die Betriebe sind in fachmarkttypischen Normbauten untergebracht und hier bereits langjährig verortet; entsprechend zeigt sich der Zustand der Gebäude als modernisierungsbedürftig. Mit Blick auf die Lage im äußersten östlichen Bereich des Gewerbegebiets fokussiert der Standort ausschließlich auf Autokunden.

Der Großteil der gemessenen Verkaufsfläche³⁹ wird mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten belegt, wobei zum Abtransport dieser Waren regelmäßig ein Kfz benötigt wird. Nennenswerte Sortimentsüberschneidungen mit dem Innenstadtangebot zeigt lediglich der Textilfachmarkt NKD (ca. 320 m² VK), der innenstadttypische Waren anbietet.

Außerhalb der beiden beschriebenen Standortbereiche sind im Gewerbegebiet Ost vereinzelte Handelsbetriebe (ca. 300 m² VK) – ausschließlich mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten – vorzufinden.

Abbildung 18: Agglomerationsstandorte im Gewerbegebiet Ost



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

38 Gemäß einer Plakatierung an dem Ladenlokal steht eine Geschäftsfläche bis zu 1.600 m² zur Vermietung zur Verfügung.

39 Ursprünglich war hier ein Extra-Lebensmittelmarkt (ca. 1.750 m² VK) angesiedelt, nach dem Rückzug von Extra wurde diese Fläche durch einzelne Fachmärkte nachbelegt.

Neben dem Innerstadthandel und dem Handelsbestand im Gewerbegebiet Ost sind weitere Handelsbetriebe in **Streulagen**⁴⁰ ansässig. Dieses Angebot bezieht sich – neben kleineren mittelständischen Betrieben – vor allem auf vier Lebensmittelmärkte (Lidl, Norma, Netto, Aldi), einen Einrichtungsfachmarkt (Hammer), einen Baumarkt (Sonderpreis Baumarkt) und einen Elektromarkt (expert). Auf Grund der großformatigen Fachmärkte erreichen diese Streulagen einen summierten Flächenanteil von rd. 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Außerhalb der Pößnecker Kernstadt ist in den peripheren **Ortsteilen** nur ein geringer Handelsbestand vorzufinden, der sich auf vier Handelsbetriebe 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.

Abschließend wird die **räumliche Angebotsstruktur** des Einzelhandels von Pößneck synoptisch abgebildet.

Tabelle 5: Verkaufsflächen und Geschäfte in Pößneck nach Standortkategorien

	Verkaufsfläche		Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Innenstadt	8.510	24	63	51	~130
Fachmarkttagglomeration GE Ost	18.060	52	24	19	~750
Streulagen	8.570	24	34	28	~250
Ortsteile	80	<1	3	2	~30
Gesamt	35.220	100	124	100	~280

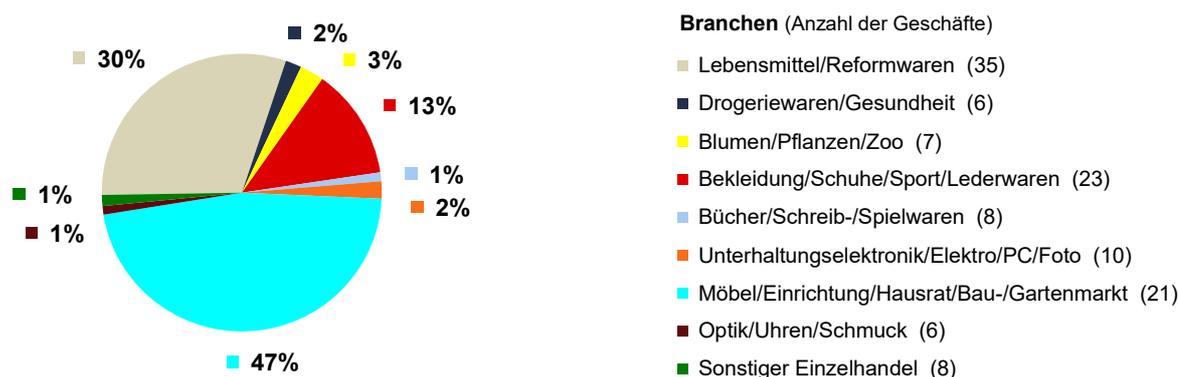
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juni 2021

⁴⁰ Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

5.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Pößneck (rd. 35.200 m² VK) werden die einzelnen Betriebe nach ihrem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.⁴¹ Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** in Pößneck bildet die folgende Graphik ab.

Abbildung 19: Branchenstruktur Pößneck



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juni 2021

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** stellt die Lebensmittelbranche mit rd. 10.700 m² Verkaufsfläche einen flächenseitigen Angebotsschwerpunkt dar. Einerseits wird diese Branche durch sechs großformatige Lebensmittelmärkte (Kaufland, REWE, Aldi, Lidl, Netto, Norma) geprägt, andererseits sind zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Ladenhandwerker) und zwei Getränkemärkte vorhanden.

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte rangiert im interkommunalen Vergleich mit rd. 0,9 m² pro Einwohner⁴² auf einem hohen Niveau, wobei in zentralen Orten i.d.R. eine Konzentration von insbesondere großformatigen Lebensmittelmärkten und demzufolge eine höhere Angebotsdichte vorzufinden ist. Auf Grund des flächenseitigen und auch diversifizierten Angebots kann ein kundenattraktives Angebot sowohl für die lokalen Verbraucher als auch die Bewohner in umliegenden Orten gezeigt werden.

In Pößneck sind fünf Apotheken mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 200 m² vorzufinden; vier Apotheken sind im Zentrum und eine Apotheke in dem Einkaufszentrum im Gewerbegebiet Ost lokalisiert. Auf Basis der örtlichen Einwohnerzahl errechnet sich eine Apothekendichte von 4,3 Apotheken je 10.000 Einwohner. Der Pößnecker Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (2,3 Apotheken/ 10.000 Ew.) bzw. auch zum Landesdurchschnitt (2,5 Apotheken/10.000 Ew.)⁴³ einen sehr hohen Ausstattungsgrad dar. Die Apothekendichte relativiert sich jedoch unter Einbezug der Einwohner in den umliegenden Gemeinden von Pößneck, da hier keine entsprechenden Versorger vorzufinden sind.

In der Branche Drogeriewaren ist mit Rossmann ein Drogeriemarkt vorhanden, der funktionsgerecht in der Innenstadt etabliert ist. Die Nachfrage nach diesen Produkten wird ferner von Anbietern des Lebensmittelhandels gedeckt, da dieses Sortiment in allen Lebensmittelmärkten im Randsortiment geführt wird. Ferner werden Drogeriewaren auch in den Multisortimentsmärkten Tedi und bei Thomas Philipps verkauft.

Im Sortimentsbereich Blumen existiert ein umfängliches und ausreichendes Angebot, das durch fünf kundenattraktive Floristikanbieter geprägt ist. Das Sortiment wird weiterhin in Gartenmärkten mit angeboten; partiell auch in Lebensmittelmärkten.

41 Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt nach seiner Hauptwarengruppe. Die in Handelsbetrieben geführten Randsortimente ordnen sich dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Gewichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Die einzelnen Randsortimente werden jedoch bei der Berechnung der sortimentspezifischen Bindungsquoten (vgl. folgende Abb. 21) berücksichtigt.

42 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 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.

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

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** stellt die Angebotspalette an modischen Sortimenten (Oberbekleidung, Wäsche, Sportartikel, Schuhe, Lederwaren) hinsichtlich seiner Magnetfunktion einen wichtigen Attraktivitätsfaktor für eine (Innen-)Stadt dar. Im Segment Bekleidung sind in Pößneck 16 Betriebe auf rd. 3.700 m² Verkaufsfläche aktiv. Das Angebot wird durch vier Textilmärkte (AWG, KIK, NKD, Freemod) geprägt, die drei zuletzt genannten Betriebe sind im Gewerbegebiet Ost und somit außerhalb der Innenstadt ansässig.

Die zahlenmäßige Angebotsstruktur wird in Pößneck durch zwölf Textilfachgeschäfte bestimmt; mit Ausnahme einer Boutique im Ortsteil Öpitz sind alle Anbieter funktionsgerecht in der Altstadt etabliert. Das Angebot ist – mit Ernstings Family ist lediglich ein Filialist ansässig – durch inhabergeführte Geschäfte gekennzeichnet, die auf Grund ihrer meist höherwertigen Ausstattung sowie Spezialisierung einen wichtigen Attraktivitätsfaktor für die Pößnecker Altstadt darstellen. Die Betriebe agieren meist im mittleren bis gehobenen Preisniveau⁴⁴; in der Regel werden gängige Modemarken oder individuelle Modelabels angeboten.

In der Branche Heimtextilien/Kurzwaren sind drei Fachgeschäfte vorhanden. Diese Warengruppen werden auch im Randsortiment von Einrichtungsmärkten mitgeführt.

In der Sportbranche (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) ist derzeit nur ein Fachgeschäft vorhanden. Das flächenseitige Angebot fällt unter Einbezug der Stadtgröße und der Orte im Umfeld von Pößneck zu gering aus.

Im Sortiment Schuhe/Lederwaren gibt es in Pößneck lediglich drei Anbieter mit einer Verkaufsfläche von knapp über 500 m². Als Magnetbetrieb fungiert Deichmann, dessen Angebot durch ein Schuhfachgeschäft und einen Spezialanbieter für orthopädische Schuhe abgerundet wird.

Der Sanitätsfachhandel ist durch drei leistungsstarke Anbieter vertreten, die für die Stadtgröße ein gutes Angebot präsentieren und auch eine Umlandversorgung übernehmen. Diese kleine, jedoch qualitativ gut ausgeprägte Branche spiegelt auch die demographische Entwicklung von Pößneck bzw. speziell den hohen Bevölkerungsanteil älterer Bürger wider (vgl. Abb. 12).

In der Innenstadt agieren zwei Buchhandlungen, die auf Grund ihrer limitierten Fläche von unter 100 m² nur ein eingeschränktes Angebot zeigen können. Zu dieser Branche sind auch Anbieter von Zeitungen und Zeitschriften zu zählen.

In die Branche Papier-/Büro-/Schreibwaren ist mit Mc Paper ein attraktiver Filialist in Innenstadtlage ansässig. Ferner ist ein kleinerer Paketshop mit diesem Sortiment etabliert.

In der Spielwarenbranche ist kein spezielles Fachgeschäft vorhanden, dieses Sortiment wird jedoch von einem innerstädtischen Haushaltswarenanbieter (Louis Wagner – Haus der Geschenke) auf einer großzügigen Fläche und mit hoher Kompetenz mitgeführt.

In der Zoobranche ist im Gewerbegebiet Ost mit dem Filialisten Fressnapf ein ansprechender Fachmarkt situiert, der eine hohe Strahlkraft – auch auf die Bewohner außerhalb von Pößneck – ausübt.

Die Güter des **langfristigen Bedarfsbereichs** sind durch eine seltenere bzw. aperiodische Nachfrage gekennzeichnet. In Pößneck ist in der Möbelbranche mit dem Möbelfachmarkt Jysk lediglich ein größerer Anbieter ansässig; das Sortiment wird noch in vereinzelt Möbelstudios geführt. Für einen umfänglichen Möbeleinkauf ist die Stadt Pößneck – wie auch andere Kleinstädte – nicht geeignet.

Für die flächenintensive Branche Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung ist eine hohe Flächenausstattung zu konstatieren, da mit OBI, Sonderpreis Baumarkt, Hammer und dem Gartencenter Fritsche bereits vier großflächige Anbieter angesiedelt sind. Das Angebot in diesem Segment stellt sich unter dem quantitativen und auch dem qualitativen Blickwinkel attraktiv dar; insbesondere können die benannten Betriebe auch Kaufkraftzuflüsse aus dem regionalen Umfeld von Pößneck akquirieren.

Das Sortiment Glas/Porzellan/Keramik/Geschenk- und Haushaltswarenartikel wird vor allem in den drei Multisortimentsmärkten von Thomas Philipps, Tedi und Mäc Geiz geführt; das Fachgeschäft Louis Wagner

⁴⁴ Es existieren in diesem Segment auch vereinzelte sog. Billiganbieter, die auf einem niedrigen Niveau ausschließlich Billigtextilien (meist von ostasiatischen Produktionsstandorten) anbieten. Die Präsentation der Ware und die Außenwerbung erfolgen mit einfachsten Mitteln. Als Kaufargument dient bei diesen Geschäften lediglich der Preis.

offeriert diese Waren ebenfalls, jedoch in einem gehobenen Segment. Vereinzelt kleine Fachgeschäfte ergänzen dieses Angebot.

Die Branche Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC wird durch ein größeres Expert-Fachgeschäft geprägt, kleinere Elektrofachgeschäfte, Fotostudios und Telefonshops ergänzen dieses Angebot. In Summe kann eine Grundversorgung für Pößneck sichergestellt werden.

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

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

In der Branche Kfz-Zubehör sind vier kleinere Anbieter organisiert; das Sortiment wird von verschiedenen Betrieben im Randsortiment und teilweise auch in Autohäusern bzw. Werkstätten mit geführt.

Nachstehend werden in der Tabelle 6 die Flächen und die Betriebe in den einzelnen Branchen in Pößneck tabellarisch zusammengefasst abgebildet.

Tabelle 6: Strukturdaten des Einzelhandels in Pößneck

	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Lebensmittel	10.710	35	~310	0,92
Apotheken	210	5	~40	0,02
Drogerie/Parfümerie	450	1	~450	0,04
Blumen	380	6	~60	0,03
Oberkleidung/Textilien/Wäsche	3.660	16	~230	0,31
Heimtextilien	150	3	~50	0,01
Sportartikel	210	1	~210	0,02
Schuhe/Lederwaren	520	3	~170	0,04
Sanitätswaren/-bedarf	100	3	~30	0,01
Bücher	210	6	~40	0,02
Papier-/Büro-/Schreibwaren	150	2	~70	0,01
Zoobedarf/Tiernahrung	600	1	~600	0,05
Möbel/Antiquitäten	1.320	4	~330	0,11
Bau-/Gartenmarktartikel	11.610	10	~1.160	0,99
Haushaltwaren/Geschenkartikel	3.530	7	~500	0,30
Elektro/Unterhaltungselektronik	710	10	~70	0,06
Optik	310	4	~80	0,03
Uhren/Schmuck	40	2	~20	<0,01
Fahrräder	250	1	~250	0,02
Autoteile/-zubehör	100	4	~20	0,01
Gesamt	35.220	124	~280	3,01

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juni 2021

5.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur

5.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Pößneck ist in der Lebensmittelbranche eine Verkaufsfläche von ca. 10.700 m² vorhanden (vgl. Tab. 6). Auf Basis der Bevölkerungszahl errechnet sich eine **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von rd. 0,9 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Aus gutachterlicher Sicht wird somit zwar ein hoher, jedoch auch ein üblicher Versorgungsgrad⁴⁵ erreicht, da zentrale Orte i.d.R. auch eine Versorgungsfunktion für ihr Umfeld bzw. ihren Verflechtungsbereich mit übernehmen.

Dies ist auch in Pößneck der Fall, da – mit Ausnahme von Krölpa und von Ranis⁴⁶ – in allen Gemeinden des grundzentralen Verflechtungsbereiches kein größerer Lebensmittelmarkt vorzufinden ist und die Verbraucher somit zum Einkauf von Lebensmitteln auch nach Pößneck tendieren. Pößneck übernimmt demnach nicht nur eine Versorgungsfunktion für die lokalen Kunden, sondern auch für den Großteil der Bewohner des grundzentralen Verflechtungsbereiches (vgl. Karte 3). In diesem Bereich leben ca. 22.800 Personen, so dass sich der Wert der Flächenausstattung für Pößneck relativiert.

Die **Entwicklung des Pößnecker Lebensmittelhandels** ist in den zehn letzten Jahren durch eine rückläufige Angebotspalette geprägt. So hat sich ein Lebensmittelmarkt – Diska in der Saalfelder Straße – aus Pößneck abgesiedelt. Die Marktfläche wurde von einem Baumarkt nachbelegt.

Um einen vergleichbaren Überblick über die für die Versorgung maßgeblich relevanten Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird nachstehend die **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Pößneck ermittelt. Dabei werden nur die strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Discounter, Supermärkte - vgl. Definition in Anlage 3) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemärkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) werden hier nicht betrachtet. Folgende Tabelle 7 beschreibt die Dichtewerte für Pößneck in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Tabelle 7: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Pößneck

	Region/ Anbieter	Anzahl	Vk.Fl.	Vk.Fl. je	Vk.Fl. je	DICHTE- INDEX
		Märkte	Gesamt	Objekt	Einwohner	
		abs.	m ²	m ² /Markt	m ² /Einwohner	
	Vergleich Deutschland	15.887	12.600.000	~790	0,151	100
Discounter	Pößneck (Aldi, Lidl, Netto, Norma)	4	3.600	~900	0,308	204
	Vergleich Deutschland	10.980	11.300.000	~1.030	0,136	100
Supermarkt	Pößneck (REWE)	1	2.250	~2.250	0,192	141
	Vergleich Deutschland	2.001	9.700.000	~4.850	0,117	100
Verbraucher- markt / SB-Warenhaus	Pößneck (Kaufland)	1	3.010	~3.010	0,257	220
	Vergleich Deutschland	28.868	33.600.000	~1.160	0,404	100
Gesamt	Pößneck	6	8.860	~1.470	0,757	187

Quelle: HDE Zahlenspiegel 2020 / Definition Betriebstypen vgl. Anlage 3 / Einwohner Deutschland: 83.155.031 Pers. / Pößneck: 11.697 Pers.

45 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Im Bundesvergleich wird eine Flächendichte von ca. 0,44 m² je Einwohner erreicht.

46 Hierbei handelt es sich um einen Diska-Markt (ca. 600 m² VK) in Krölpa und einen tegut-Markt (ca. 400 m² VK) in Ranis.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von rd. 0,76 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Pößneck im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 0,40 m²/Ew.) ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht, der um 87 % über dem bundesweiten Referenzwert liegt. Da Pößneck auch eine anteilige Versorgungsfunktion für zahlreiche umliegende kleinere Gemeinden ohne eine adäquate Lebensmittelversorgung übernimmt, relativiert sich das erhöhte Flächenangebot.⁴⁷

Bei der Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen erreichen die Lebensmitteldiscounter einen Dichteindex von 204, somit liegt der Wert der Verkaufsflächendichte circa doppelt so hoch wie im Bundesdurchschnitt. Grundsätzlich ist in den ostdeutschen Flächenländern in diesem Segment meist eine 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.

Im Gegensatz zu dem Betriebstyp Discounter fällt der Dichteindex bei Supermärkten (141) geringer aus, deutet jedoch auf einen zufriedenstellenden Ausstattungsgrad hin. Gerade die Existenz eines attraktiven und höherwertigen Supermarktes stellt einen wichtigen Angebotsbaustein für eine qualitativ umfangreiche Lebensmittelversorgung innerhalb einer Kleinstadt dar.

Bei einer Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen fällt auf, dass das Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus in Pößneck im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten einen hohen Ausstattungsgrad erzielt (Dichteindex = 220). Dies ist auf die Existenz eines Verbrauchermarktes sowie die für diese Betriebsform notwendige Verkaufsfläche zurückzuführen; wobei die Fläche des Kaufland-Marktes im unteren Bereich der Marktzutrittsgröße dieses Betreibers rangiert. Grundsätzlich stellt der Verbrauchermarkt einen sehr wichtigen Baustein bei der qualitativen Sicherung der Grundversorgung für Pößneck und insbesondere auch für die Gemeinden im Umfeld dar.

Abbildung 20: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Pößneck (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit wird in Pößneck – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl – bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot vorgehalten. Die Struktur des Lebensmittelangebots ist durch eine sehr gute Bandbreite von sechs verschiedenen und konzeptionell unterschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot u.a. durch zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker, SB-Geschäfte und Getränkemärkte arrondiert wird. Somit existiert sowohl für die lokalen Bewohner als auch für die Einwohner im Umland von Pößneck eine ansprechende Auswahlvielfalt.

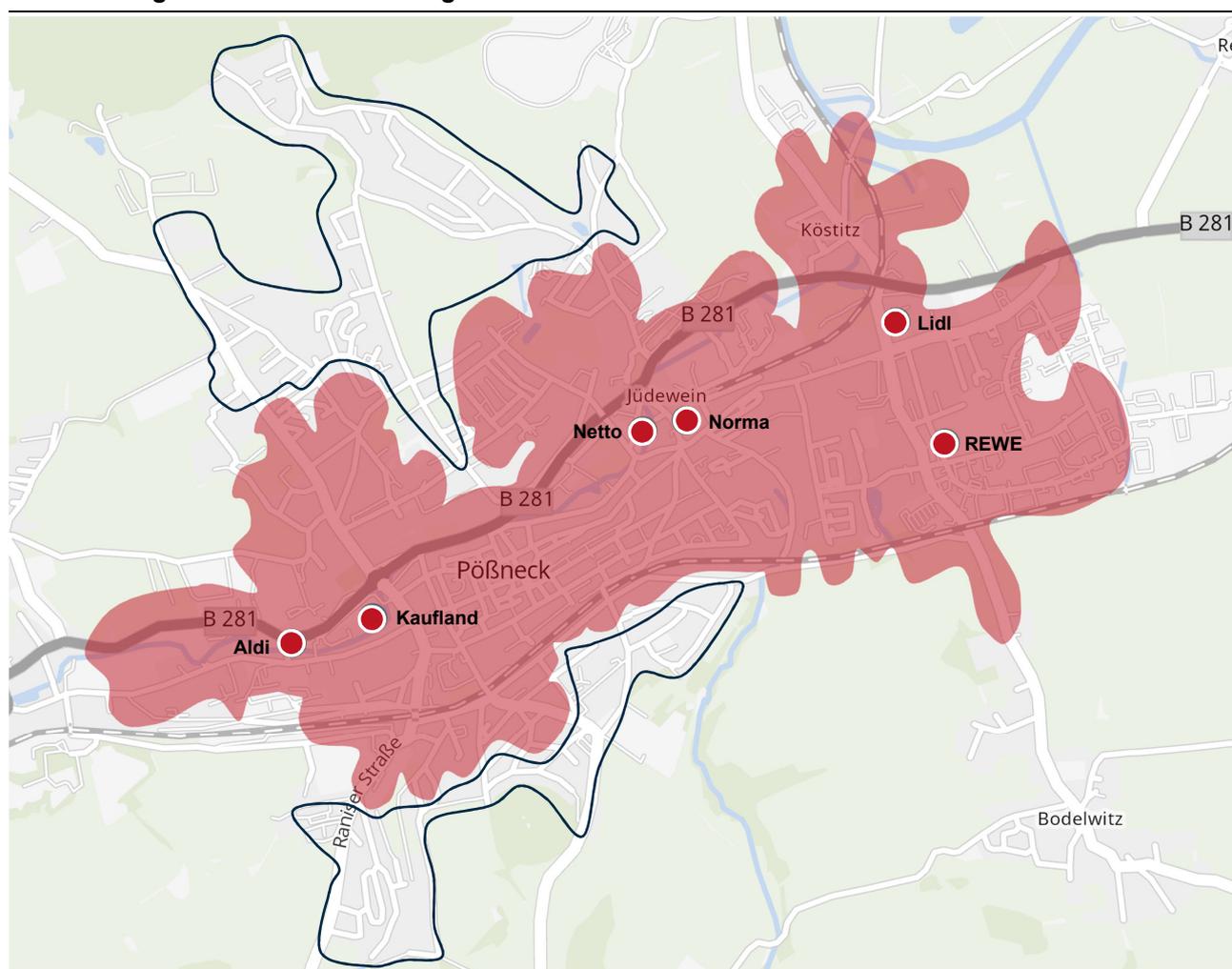
⁴⁷ Bei den Vergleichswerten handelt es sich um bundesdurchschnittliche Werte. Da in Städten – insbesondere in zentralen Orten – im Vergleich zu kleineren Gemeinden i.d.R. ein höheres Flächenangebot vorgehalten wird, sind diese bundesweiten Vergleichswerte nicht vollumfänglich mit den Pößnecker Werten vergleichbar.

5.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Pößneck

Die prospektive Einzelhandelsentwicklung in Pößneck soll sich im Bereich der Grundversorgung⁴⁸ 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**⁴⁹ der strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Pößneck dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt (keine Radien), d.h. es werden auch Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt.

Karte 5: Angebotsnetz und fußläufige Nahbereiche der Pößnecker Lebensmittelmärkte



■ Fußläufiger Nahbereich (800 m-Laufweg) der Lebensmittelmärkte

 verdichte Wohnbereiche ohne direkte fußläufige Nahversorgung (Skizzierung)

Einwohner im Nahbereich:

REWE: ca. 1.580 Ew.

Lidl: ca. 1.710 Ew.

Norma: ca. 3.520 Ew.

Netto: ca. 3.890 Ew.

Kaufland: ca. 3.410 Ew.

Aldi: ca. 2.010 Ew.

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



48 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.

49 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.

Bei der Darstellung der Laufwege in der vorstehenden Karte 5 sind die topographischen Höhenunterschiede nicht berücksichtigt, da lediglich auf die tatsächlichen Gehwege abgestellt werden kann. Auf Grund des bewegten topographischen Reliefs – insbesondere in der südlichen Kernstadt, aber auch in dem nördlichen Kernstadtbereich – sind selbst bei einer kurzen fußläufigen Distanz teilweise deutliche Höhenmeter zu überwinden. Demnach bestehen in der Kernstadt – hauptsächlich in den südlichen und nördlichen Randbereichen – deutliche fußläufige Erreichbarkeithemmnisse.

In Pößneck kann jedoch für den Großteil der Bevölkerung eine fußläufige Nahversorgung abgebildet werden. Insgesamt wohnen in den **Nahbereichen** der in der vorstehenden Karte 5 dargestellten Lebensmittelmärkte – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – ca. 8.130 Personen. Demnach ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der lokalen Bevölkerung möglich, da rd. 74 % der Bewohner der Kernstadt⁵⁰ fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können.

Grundsätzlich ist eine flächendeckende und engmaschige Lebensmittelversorgung in Pößneck auf Grund der dispersen Siedlungsstruktur, der Topographie der Stadt und der daraus resultierenden fußläufigen Erreichbarkeithemmnisse nur schwer umzusetzen. Naturgemäß sind somit in Pößneck – wie auch in anderen Städten – Wohnbereiche vorhanden, in deren unmittelbarer Umgebung kein Lebensmittelmarkt ansässig ist. Hierbei handelt es sich um den südlichen Kernstadtbereich, wobei der hier verlaufende Bahngleiskörper eine Zäsur zu den weiter südlich und den topographisch deutlich ansteigenden Wohnquartieren darstellt. Ferner ist für die auslaufenden Wohnlagen im Norden der Kernstadt keine fußläufige Nahversorgung darstellbar. Bei diesen Bereichen handelt es sich jedoch um überwiegend locker bebaute Wohngebiete, die meist mit freistehenden ein- und zweigeschossigen Wohnhäusern belegt sind. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete nicht zu konstatieren, wenngleich die Einwohner längere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage zurücklegen müssen.

Prinzipiell sind in den beiden benannten Stadtbereichen die räumlichen Standortvoraussetzungen zur Inbetriebnahme eines Lebensmittelmarktes – auch unter betreiberspezifischen Gesichtspunkten – äußerst schwierig und auch zukünftig nicht realistisch.

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

Das fehlende Angebot in den dezentralen Ortsteilen ist vor allen mit der geringen Mantelbevölkerung 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.⁵¹

Ferner ist auf das anzahlmäßig sehr 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 peripheren Ortsteilen auch unter Beachtung des Konkurrenzdrucks äußerst schwierig, zumal nur eine eingeschränkte Betreiber Auswahl 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. Dies trifft insbesondere für Lidl (an der Ausfallstraße in Richtung Schweinitz) und für Aldi und Kaufland (an der Ausfallstraße in Richtung Öpitz und Schlettwein) zu.

⁵⁰ In der Kernstadt leben ca. 10.990 Einwohner (vgl. Abb. 11).

⁵¹ 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 Pößneck bei Weitem nicht auf (vgl. Abb. 11).

5.5. Bindungsintensität des Pößnecker Einzelhandels

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** bzw. die Bindungsintensität stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁵² je Sortiment⁵³ und dem Nachfragevolumen des Einzelhandels (vgl. Tab. 3) dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Pößneck 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 Pößneck bei der Versorgung der lokalen Einwohner vorhanden sind.

Nachstehende Übersicht stellt die Bindungsintensität des Pößnecker Einzelhandels nach Bedarfsbereichen⁵⁴ zusammengefasst dar. Die Kaufkraftbindung liegt über alle Bedarfsstufen hinweg bei rd. 147 %, so dass die Versorgungsleistung der Stadt mit der Ausweisung als Mittelzentrum vollständig korrespondiert.

Tabelle 8: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Pößnecker Einzelhandels nach Bedarfsbereichen

	Marktpotenzial Mio. EUR	Umsatz Mio. EUR	Bindungsquote %
Kurzfristiger Bedarfsbereich	36,02	53,80	149
Mittelfristiger Bedarfsbereich	11,49	14,85	129
Langfristiger Bedarfsbereich	16,17	24,87	154
Gesamt	63,68	93,52	147

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der Umsatz-Kaufkraft-Relation wurden die einzelnen Branchen nach drei **Bedarfsbereichen** zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können demnach durch andere Branchen innerhalb der einzelnen Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden die sortimentspezifischen Bindungsquoten ermittelt und in der umseitigen Abbildung 21 ausgewiesen; hierbei ist in diesem Zusammenhang auch auf die qualitative Branchenbewertung unter dem vorstehenden Punkt 5.3 zu verweisen.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich weist der Pößnecker Einzelhandel per Saldo in allen Sortimenten einen Kaufkraftzufluss aus dem Umland auf, der vor allem durch das umfängliche flächenseitige Angebot in den einzelnen Branchen ausgelöst wird. Als Magnetbranche fungiert der Lebensmittelhandel.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich rd. 129 %, die Marktabdeckung zeigt sich für eine mittelzentrale Angebotsstruktur zufriedenstellend. In den modischen Segmenten Textilien und Schuhe kann der lokale Handel einen Kaufkraftzufluss auslösen, im Bereich Sport ist jedoch nur eine lückenhafte Abdeckung der lokalen Nachfrage möglich. Kaufkraftzuflüsse können ferner bei Sanitätswaren, Papier-/ Büro-/ Schreibwaren und im Segment Zoobedarf erzielt werden; Kaufkraftabflüsse zeigen sich dagegen im Buchhandel und bei Sportartikeln.

52 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.

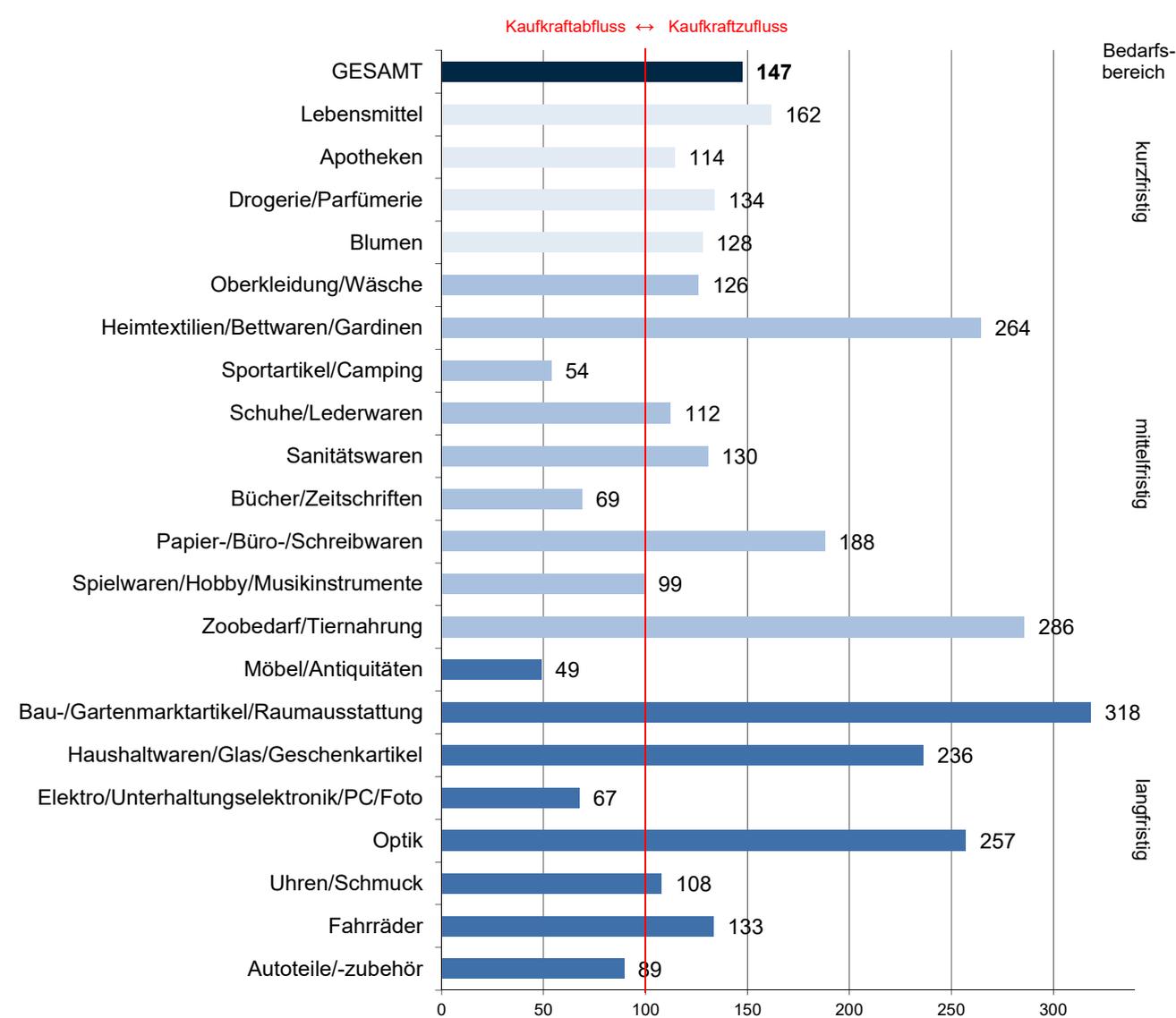
53 Bei dieser Berechnung werden die Umsätze je Sortiment zugrunde gelegt. Führt ein Betrieb mehrere Einzelsortimente (z.B. Lebensmittelmärkte oder Multisortimentsmärkte), so werden die Erlöse innerhalb dieser Sortimentsgruppe der jeweiligen Branche zugeordnet.

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

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei rd. 154 %, was hauptsächlich durch die hohe Zentralität in der ausgabenstarken Branche Bau-/ Gartenmarktartikel bedingt ist. In den Branchen Haushaltwaren, Optik, Uhren/Schmuck und in der Zweiradbranche zeigen sich ebenfalls Kaufkraftzuflüsse nach Pößneck; bei Möbeln und Elektrowaren ist das Angebot flächenseitig unterdurchschnittlich ausgeprägt, ein Kaufkraftabfluss ist daher die Folge.

Die nachfolgend eingefügte Abbildung 21 verdeutlicht die Kaufkraftbindung von Pößneck und weist die sortimentspezifischen Kaufkraftbindungsquoten aus. Der leistungsfähige städtische Handel induziert neben einer **hohen Eigenversorgungsquote** auch eine stadtübergreifende Ausstrahlung auf umliegende Orte und löst – mit Ausnahme weniger Branchen (z.B. Sport, Bücher, Möbel, Elektrowaren) – teilweise hohe Kaufkraftzuflüsse nach Pößneck aus.⁵⁵ Dementsprechend kann Pößneck seine landesplanerisch zugedachte Versorgungsfunktion als Mittelzentrum zum größten Teil funktionsgerecht erfüllen.

Abbildung 21: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten von Pößneck



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁵⁵ Insbesondere werden in flächenseitig gut ausgeprägten Branchen wie bei Lebensmitteln oder in Branchen, in denen leistungsfähige und großformatige Anbieter etabliert sind (z.B. bei Heimtextilien, Zoobedarf, Bau-/ Gartenmarktartikeln, Haushaltwaren) hohe Kaufkraftzuflüsse nach Pößneck induziert.

5.6. Stärken-Schwächen-Analyse

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

Abbildung 22: Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Pößneck

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ zentralörtliche Einstufung als Mittelzentrum ▪ großer mittelzentraler Verflechtungsbereich mit rd. 35.900 Personen (gemessen an der Einwohnerzahl Pößnecks), im Grundversorgungsbereich leben bereits 21.800 Personen ▪ positiver Pendlersaldo, hohe Arbeitsplatz-zentralität, dadurch Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland nach Pößneck ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit von Pößneck aus der umliegenden Region durch verkehrs-exponierte Lage an der Bundesstraße B281 ▪ sehr attraktive gesamtstädtische Flächen-ausstattung (3,0 m² VK/Ew.) ▪ hohe Kaufkraftzuflüsse für den lokalen Einzelhandel in zahlreichen Branchen, stadtüber-greifende Ausstrahlung des örtlichen Handels ▪ sehr gute räumliche Lebensmittelversorgung, insbesondere durch konzeptionell unterschiedlich positionierte Lebensmittelmärkte ▪ zahlreiche Magnetbetriebe (v.a. kundenattraktive Fachmärkte) mit hoher und regionaler Strahlkraft ▪ gut ausgeprägter Innenstadthandel, jedoch maß-geblich durch überregionale Filialisten in Rand-lage der Altstadt bedingt ▪ hohe Multifunktionalität der Innenstadt ▪ städtebaulich sehr attraktive Altstadt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Pößneck weist z.T. negative Rahmenbedingungen auf (u.a. Bevölkerungsrückgang, Überalterung, geringe Kaufkraft) ▪ perspektivisch rückläufige Nachfrage durch sinkende Bevölkerungszahlen in Pößneck und in der Region ▪ topographische Höhenunterschiede innerhalb der Altstadt und in den Randbereichen der Kernstadt, dadurch fußläufige Erreichbarkeitsdefizite ▪ Handel in der Altstadt ist kleinteilig strukturiert, limitierte Flächenpotenziale in der Innenstadt zur Ansiedlung von großformatigen Handelsbetrieben ▪ hoher Leerstand in der Altstadt an kleinen Ladenflächen, die zur Inbetriebnahme von modernen Handelskonzepten wegen ihrer Klein-teiligkeit nicht in Frage kommen ▪ Fehlallokation von Handelsstandorten, da hoher Angebotsbestand an Betrieben mit zentren-relevanten Sortimenten im Gewerbegebiet Ost

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

6. Einzelhandelsentwicklungskonzept Pößneck

6.1. Nachfrageprognose

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Pößnecker 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, das der Größe des Versorgungsgebietes der Stadt Pößneck (vgl. Verflechtungsbereich in Karte 3) entspricht.

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 Pößneck bzw. die umliegenden Gebiete geht bis zum Jahr 2030 von einem weiteren Einwohnerrückgang aus (vgl. Tab. 1).

Tabelle 9: Konsumentenpotenzial für den Pößnecker Handel im Jahr 2030

	Einwohner		Veränderung
	2020	2030	2020 - 2030
	abs.	abs.	%
Pößneck	11.697	10.710	-8,4

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung 31.12.2020; 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 Pößneck und in dem Verflechtungsbereich 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 Ausgaben⁵⁶ 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.

⁵⁶ 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 Pößnecker Einzelhandels ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist auch aus dem leistungsstarken Handelsangebot im weiteren Umfeld (z.B. in Jena und in Saalfeld) abzuleiten. Es ist nicht davon auszugehen, dass die Attraktivität dieser Orte nachlassen wird.

Als Konsequenz der aufgezeigten Entwicklungen empfiehlt sich eine **vorsichtige Prognose** des Nachfragevolumens des Pößnecker Einzelhandels. Bis zum Jahr 2030 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Determinanten von einem Rückgang des jährlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens von derzeit rd. 63,7 Mio. EUR (vgl. Tab. 3) auf rd. 60,1 Mio. EUR auszugehen. Dies entspricht einer Verminderung gegenüber der aktuellen einzelhandelsrelevanten Nachfrageplattform um ca. 6 %.

Tabelle 10: Prospektive Entwicklung des Marktpotenzials in Pößneck

	Marktpotenzial		Veränderung	
	2020	2030	2020-2030	
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Pößneck	63,68	60,06	-3,62	-5,7

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 Durchreisenden, Besuchern, Einpendlern oder durch Zufallskunden. Demnach wird sich das Nachfragevolumen durch die genannten Faktoren erhöhen.

6.2. Entwicklungsrahmen des Pößnecker Einzelhandels

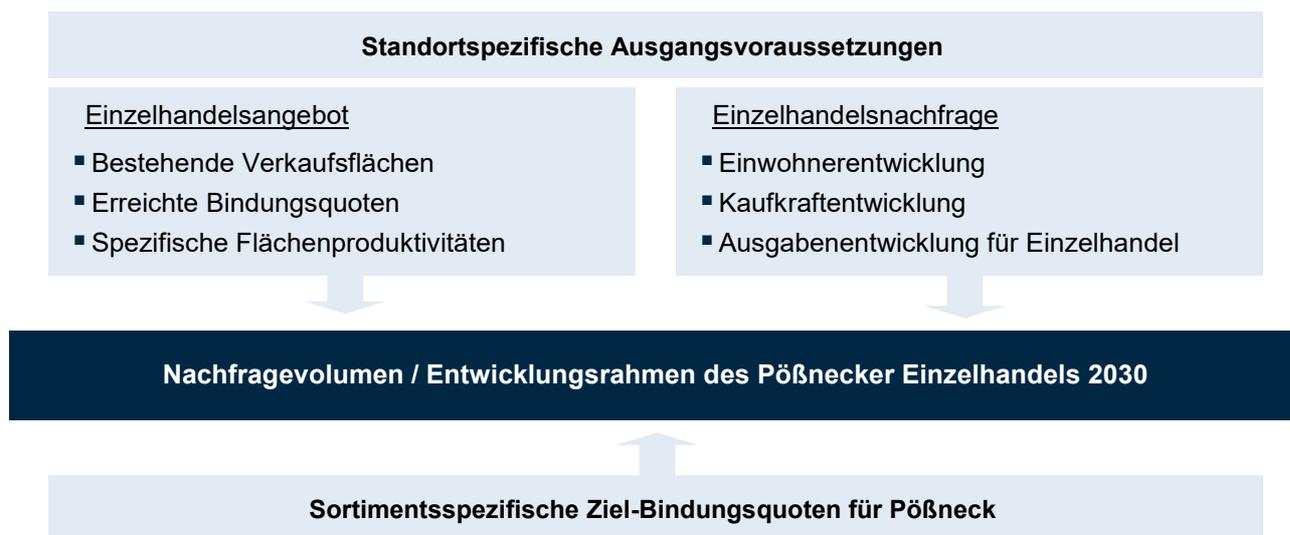
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Pößnecker Einzelhandel wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2030 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Pößneck und die erzielten Umsätze je Branche,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Pößneck im Jahr 2030,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung des Pößnecker 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. 21) je Sortiment von Bedeutung. Auf Grundlage des zu erwartenden Nachfragevolumens bis zum Jahr 2030 und sortimentspezifischer Ziel-Bindungsquoten errechnen sich die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für den Pößnecker Einzelhandel.

In der folgenden Abbildung 23 werden die zugrunde gelegten Parameter zur Berechnung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens überblicksartig dargestellt.

Abbildung 23: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf für die Stadt Pößneck wird aus der prognostizierten Nachfrageplattform für das Jahr 2030 (vgl. Tab. 10) und den dann zu erwartenden branchenspezifischen Bindungsquoten⁵⁷ unter Ansetzung einer **Ziel-Kaufkraftbindungsquote** ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilskonzepts⁵⁸ errechnet sich unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Flächenproduktivität⁵⁹ die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu kalkulierenden Nachfragevolumens sichern kann. Unter Beachtung des bestehenden Einzelhandelsangebots wird somit eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der lokalen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

57 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. 21 vs. Abb. 26). Prinzipiell wurde bei der Berechnung unterstellt, dass keine Handelsbetriebe aus dem Markt ausscheiden werden.

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

59 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 Pößneck 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 Pößnecker Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem Verflechtungsbereich binden kann.

Abbildung 24: Szenarien der Kaufkraftbindung für Pößneck

Szenario A

Der lokale Einzelhandel wird zukünftig die Kaufkraft der Bewohner von Pößneck vollständig vor Ort binden. Wesentliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Verflechtungsbereich werden jedoch nicht induziert. Es wird in den Branchen, die derzeit einen Kaufkraftabfluss aus Pößneck aufweisen (vgl. Abb. 21), eine Ziel-Bindungsquote von 100 angesetzt.

Szenario B

Der lokale Einzelhandel wird – wie in Szenario A – die Kaufkraft der Bewohner von Pößneck vollständig vor Ort binden. Durch die Verbesserung der Angebotsstruktur und des Branchenmix wird Pößneck seine Marktposition jedoch im Verflechtungsbereich ausbauen. Da die Stadt Pößneck auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in ihrem mittelzentralen Verflechtungsbereich übernehmen soll, wird eine verstärkte Kaufkraftbindung unterstellt. Es wird – differenziert nach Bedarfsbereichen – eine erhöhte Ziel-Bindungsquote angesetzt.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Bei der Quantifizierung des Entwicklungsrahmens des Pößnecker Einzelhandels ist u.a. die **zentralörtliche Ausweisung** der Stadt zu beachten, wobei das anzustrebende Angebot mit der landesplanerischen Einstufung korrespondieren muss. Die Stadt Pößneck wird in der Landesplanung als Mittelzentrum (vgl. Karte 3) ausgewiesen und hat somit auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in ihrem Verflechtungsbereich zu übernehmen.

Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden.⁶⁰ Dieser landesplanerisch definierte Versorgungsauftrag – den Pößneck als Mittelzentrum für seinen Verflechtungsbereich übernehmen soll – ist bei der Darstellung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten zu berücksichtigen. Prinzipiell ist der Stadt Pößneck daher eine offensive und **zentralitätsstärkende Strategie** bei ihrer Einzelhandelsentwicklung zu empfehlen.

Bei der anzustrebenden Versorgungsfunktion von Pößneck muss berücksichtigt werden, dass die Bewohner im überörtlichen Verflechtungsbereich nur partiell zum Einkauf nach Pößneck fahren. Dies ist insbesondere durch das attraktive und leistungsfähige Einzelhandelsangebot in umliegenden Städten wie beispielsweise Jena oder Saalfeld zu begründen. Somit würde die Annahme einer „Vollversorgung“ aller Einwohner im Verflechtungsbereich durch den Pößnecker Handel zu einer deutlichen Überbewertung der Ansiedlungspotenziale führen.

Bei der Bestimmung des prospektiven Verkaufsflächenrahmens wird keine vollständige, sondern lediglich eine **anteilige Bindungsquote des Pößnecker Einzelhandels** in dem Verflechtungsbereich angenommen; diese wird zudem nach den einzelnen Bedarfsstufen differenziert. Demnach werden in den Orten im Verflechtungsbereich auch weiterhin Potenziale für eine mögliche Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben bestehen, wenngleich auf Grund der Einwohnerzahlen in den umliegenden kleineren Gemeinden keine maßgebliche Einzelhandelsentwicklung – mit Ausnahme von Grundversorgungsangeboten – erfolgen wird.

60 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.10.

Die Ziel-Bindungsquoten werden so angesetzt, dass insbesondere keine Beeinträchtigung der umliegenden gleich- oder höherrangigen **zentralen Orte**, d.h. von ausgewiesenen Ober- und Mittelzentren⁶¹ anzunehmen ist. Ebenso wird beachtet, dass die bestehenden Grundzentren im Umfeld von Pößneck⁶² weiterhin ihrer landesplanerisch angedachten Versorgungsfunktion gerecht werden können. Diese besteht in der Abdeckung des Grundbedarfs der Bevölkerung in Ergänzung zu den höherstufigen zentralen Orten, d.h. diese Orte haben einen Versorgungsauftrag für die allgemeine tägliche Grundversorgung ihrer jeweiligen Bevölkerung und ihres Verflechtungsbereiches zu übernehmen.⁶³

In der nachstehenden Abbildung 25 werden die Eingangsparameter, die für die folgende Berechnung des **flächenseitigen Entwicklungsrahmens des Einzelhandels** in Pößneck bis zum Jahr 2030 relevant sind, überblicksartig dargestellt.

Abbildung 25: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens

Entwicklungsperspektiven für Pößneck	
Ausgaben im Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stagnation bzw. nur geringfügig steigende Ausgaben für den Einzelhandel in der nächsten Dekade
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ marginale Steigerung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Pößneck und im regionalen Umfeld ▪ nur langfristige Annäherung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft an den Bundesdurchschnitt
Bevölkerungsentwicklung / Entwicklung Marktpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> ▪ rückläufige Bevölkerungsentwicklung in Pößneck ▪ leichtes Absinken des Nachfragepotenzials in Pößneck ▪ zusätzliche Impulse für den örtlichen Einzelhandel auf Grund einer positiven Pendlerquote
Einzelhandelsbestand Pößneck	<ul style="list-style-type: none"> ▪ flächenseitig bereits sehr gut ausgeprägter Einzelhandelsbestand (rd. 3,0 m² Verkaufsfläche je Einwohner) ▪ umfangliches und diversifiziertes Angebot in zahlreichen Branchen, jedoch auch Branchen mit geringem Angebotsbestand
Zentralität / Bindungsquote	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hohe gesamtstädtische Einzelhandelszentralität, jedoch auch partiell Branchen mit einem flächenseitigen Ansiedlungsbedarf ▪ unterschiedliche Ausrichtung der prospektiven Kaufkraftbindung nach Bedarfsbereichen
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung der bestehenden Einzelhandelszentralität ▪ partieller Ausbau des Einzelhandels in schwächer ausgeprägten Branchen ▪ Sicherung einer qualitativ hochwertigen Versorgung für Pößneck und die Orte im Verflechtungsbereich ▪ keine raumordnerische Beeinträchtigung von umliegenden zentralen Orten

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Im Fazit der vorstehenden Ausführungen wird der Stadt Pößneck aus fachgutachterlicher Sicht eine Orientierung an dem skizzierten Positivszenario (Szenario B, vgl. Abb. 24) empfohlen, um die mittelzentrale Versorgungsbedeutung von Pößneck zu sichern und branchenspezifisch dynamisch zu ertüchtigen. Unter Berücksichtigung

61 Nördlich von Pößneck liegt das Oberzentrum Jena. Im regionalen Umfeld befinden sich die Mittelzentren Stadtroda, Zeulenroda-Triebes, Schleiz und Bad Lobenstein sowie das Mittelzentrum mit Teilfunktion eines Oberzentrums, funktionssteilig bestehend aus Saalfeld, Rudolstadt und Bad Blankenburg.

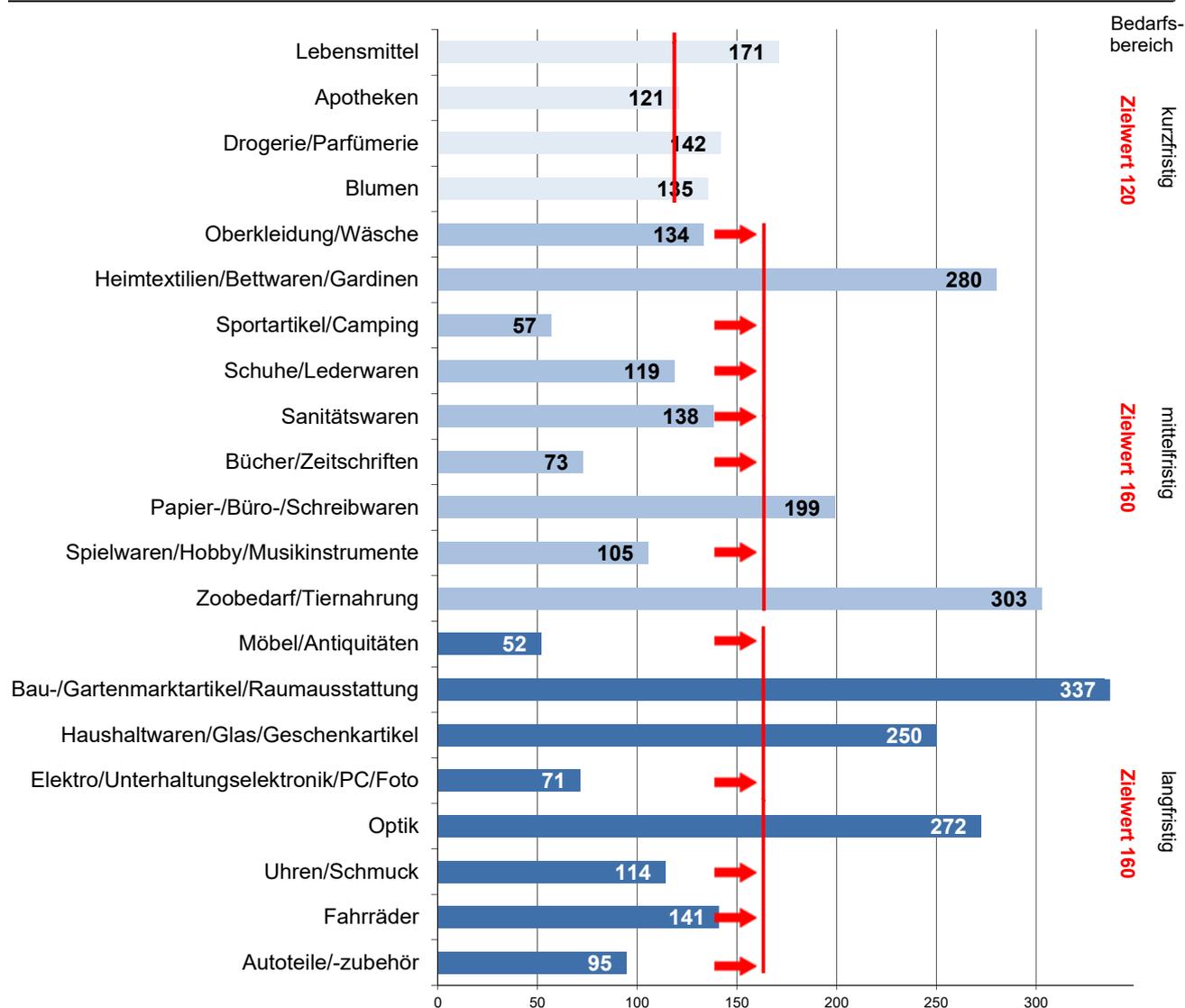
62 Im Umfeld von Pößneck liegen die Grundzentren Kahla, Neustadt an der Orla, Saalburg-Ebersdorf und Probstzella.

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

sichtigung des grundzentralen bzw. des mittelzentralen Verflechtungsbereichs des Pößnecker Einzelhandels ist im kurzfristigen Bereich eine idealtypische Ziel-Bindungsquote von 120 %, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von 160 %⁶⁴ versorgungsstrukturell sinnvoll. Ferner wird der Anteil des Online-Handels beachtet, da ein Teil der lokalen Nachfrage nicht dem stationären Handel zur Verfügung steht.

In der folgenden Darstellung werden die zu erwartenden Bindungsquoten der einzelnen Branchen im Jahr 2030⁶⁵ und die empfohlenen **Ziel-Bindungsquoten** für den Pößnecker Einzelhandel zu diesem Zeitpunkt dargestellt.

Abbildung 26: Ziel-Bindungsquoten für Pößneck (Szenario B)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

64 Die Kaufkraftbindungsquote von 160 % entspricht auf Basis der Bevölkerungszahl von Pößneck einer zu versorgenden Einwohnerzahl von ca. 18.720 Personen. Im Verflechtungsbereich von Pößneck leben ca. 35.900 Einwohner (Stand: 2012), so dass bei dieser Bindungsquote allenfalls ein Teil der Bewohner des Verflechtungsbereiches von Pößneck versorgt werden kann. Es werden daher auch zukünftig Einkaufsfahrten von Bewohnern aus den Orten dieses Verflechtungsbereiches in umliegende Städte notwendig sein.

65 Bei der Modellierung der Bindungsquoten für das Jahr 2030 wird die zu dem Zeitpunkt zu erwartende Kaufkraft in Pößneck von rd. 60,1 Mio. EUR zugrunde gelegt (vgl. Tab. 10). Auf der anderen Seite werden der lokalen Kaufkraft die aktuell erzielten Umsätze des Pößnecker Handels gegenüber gestellt. 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. 21) – ausgewiesen. Bei der Betrachtung wurde nicht berücksichtigt, dass sich ggf. 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 deutlich unter 1 % p.a. betragen.

Mit Blick auf die Zielwerte und unter Berücksichtigung des rückläufigen Marktpotenzials zeichnet sich in der auf das Jahr 2030 projizierten Bestandssituation in einigen Branchen ein quantitativer Flächenüberhang ab, da der Zielwert der Kaufkraftbindung bereits erreicht bzw. überschritten wurde. Ein tatsächlicher Flächenüberhang ist jedoch nicht zu konstatieren, da Pößneck – bereits auch heute – lediglich einen größeren Teil des Verflechtungsbereiches mit versorgt. Ein Überangebot ist nicht auszumachen, zumal alle Betriebe in Pößneck 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 Pößneck zeigen könnten.

Die folgende Darstellung orientiert sich an dem beschriebenen Szenario B (vgl. Abb. 24). Es wird eine vollständige Kaufkraftbindung (100 %) der lokalen Nachfrage angenommen, während darüber hinaus im überörtlichen Verflechtungsbereich des Pößnecker Einzelhandels eine **anteilige Kaufkraftbindungsquote** unterstellt wird.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich wird für die Stadt Pößneck eine Bindungsquote von 120 % und im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich von 160 % angesetzt, um so auch langfristig eine anteilige Versorgung der Bevölkerung im Umfeld von Pößneck zu gewährleisten.⁶⁶ Folglich kann auch im gewissen Umfang sichergestellt werden, dass bei Vorhandensein eines optimal ausgeprägten Angebots vor Ort die Kaufkraftabwanderung in andere Städte und auch in Richtung des Online-Handels minimiert werden kann.

Die Kaufkraftbindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich von 120 % entspricht auf Basis der aktuellen Bevölkerungszahl von Pößneck einer zu versorgenden Personenzahl von ca. 14.040 Personen. Im Grundversorgungsbereich von Pößneck leben derzeit 21.800 Personen (vgl. Seite 21), so dass nur eine anteilige Versorgung der Bevölkerung im näheren Umfeld von Pößneck erreicht wird.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich wird eine – auf den ersten Blick hohe – Kaufkraftbindungsquote von 160 % angesetzt, was einer zu versorgenden Einwohnerzahl von ca. 18.720 Personen entspricht. Im mittelzentralen Verflechtungsbereich von Pößneck leben jedoch ca. 35.900 Einwohner (Stand: 2012), so dass selbst bei Erreichen dieser Kaufkraftbindungen keine „Vollversorgung“ aller Bewohner des Verflechtungsbereiches von Pößneck erfolgen kann. Die Bindungsquote ist demnach auf eine „verträgliche“ Abschöpfung des Nachfragevolumens in diesem Verflechtungsbereich – auch unter Berücksichtigung der abfließenden Nachfrage zum Online-Handel – ausgelegt.

Grundsätzlich ist darauf zu verweisen, dass in dem gesamten mittelzentralen Verflechtungsbereich – mit Ausnahme des Grundzentrums Neustadt an der Orla⁶⁷ – kein größerer Handelsstandort ausgeprägt ist bzw. kein weiterer zentraler Ort existiert. Demnach tendieren die Einwohner aus diesem Bereich zu großen Teilen zum Einkauf nach Pößneck.

66 Höherstufige zentrale Orte haben gleichzeitig auch grundzentrale Funktionen wahrzunehmen. vgl. auch Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, Punkt 1.2.5 G 1-17.

67 Neustadt an der Orla (ca. 9.100 Ew.) weist mit einer Flächendichte von ca. 1,8 m² je Einwohner (vgl. Abb. 15) eine für ein Grundzentrum übliche Flächenausstattung auf.

6.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept

6.3.1. Vorbemerkung

Auf Basis der Erkenntnisse der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 5) und der angesetzten Bindungsintensität (vgl. Abb. 26) werden im Folgenden konkrete Nutzungsmöglichkeiten für die funktionale **Ertüchtigung des Pößnecker 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 Pößneck umsetzbar sind.

Ein Augenmerk wird auf die vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Pößneck als Handelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen) berücksichtigt.⁶⁸

Ferner werden bei der Weiterentwicklung des Pößnecker 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 Pößneck 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 18).

Durch eine Abwägung der ausgewiesenen Verkaufsflächenpotenziale (vgl. folgende Tab. 11) mit dem konkreten Abgleich eines avisierten 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 Pößneck übereinstimmen. Dies bedeutet jedoch, dass diese Vorhaben in den stadtentwicklungspolitisch präferierten Lagen, d.h. in der Regel in **zentralen Versorgungsreichen** oder an **städtebaulich integrierten Lagen** entwickelt werden. Eine mögliche Verdrängung von bestehenden Angeboten in dezentralen Lagen – z.B. im Gewerbegebiet Ost – ist dabei als hinnehmbar und unter versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten ggf. sogar als wünschenswert einzustufen.

Vorstehend wurde die Anlehnung der zukünftigen Einzelhandelsausrichtung am Szenario B empfohlen und Pößneck gemäß seiner landesplanerischen Einstufung zu einem leistungsfähigen Versorgungsstandort weiterzuentwickeln. Die folgenden Ausführungen beziehen sich deshalb auf diesen Betrachtungsfall.

⁶⁸ 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 Pößneck erstellt. Auf Basis des Bestandes an Lebensmittelverkaufsfläche und der zu erwartenden Nachfrage bis zum Jahr 2030 ist zukünftig kein rechnerischer Mehrbedarf an Verkaufsfläche in Pößneck vorhanden. Die Angebotsanalyse zeigt, dass für die Einwohnerzahl von Pößneck mit rd. 0,9 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner (vgl. Tab. 6) eine **ausreichende Gesamtlebensmittelverkaufsfläche** besteht. Hinsichtlich der räumlichen Verteilung und der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen ist ein – für die Stadtgröße – ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden, wobei als Träger der Lebensmittelversorgung die drei Betriebstypen Verbrauchermarkt, Supermarkt und Discounter fungieren (vgl. Tab. 7).

Als **Ziel** ist die räumliche Sicherung der einzelnen Lebensmittelmärkte zu benennen, um so den lokalen Verbrauchern und auch Konsumenten aus dem Umfeld von Pößneck sowohl ein discountorientiertes Angebot als auch ein Vollsortiment zu offerieren. Das Ziel der Bestandssicherung beinhaltet die Schaffung bzw. die Sicherung optimaler Standortvoraussetzungen.

Die **strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels** liegen verhältnismäßig gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt, so dass eine gute fußläufige Abdeckung eines großen Teils des Kernstadtgebietes möglich ist. Als Maßgabe ist demnach insbesondere die Sicherung der bestehenden Märkte an dem jeweiligen Standort zu sehen. Die Standortqualität der einzelnen Lebensmittelmärkte lässt sich wie folgt kurz einschätzen:

- **Kaufland:** Optimaler Standort in Randlage zur Altstadt bei gleichzeitiger Anbindung an die B281, mit AWG und Deichmann sind zwei attraktive Fachmärkte am Standort vertreten; sehr gute verkehrliche Lagegunst; hohe Werbewirksamkeit des Standortes auf den passierenden Verkehr der B281/L1102, großzügige Parkplatzanlage; moderne und zeitgemäße Immobilie; Verkaufsfläche liegt mit rd. 3.000 m² im unteren Bereich der üblichen Marktzutrittsgröße.
→ kein Handlungsbedarf.
- **REWE:** Lage im Gewerbegebiet Ost in einem langfristig eingeführten Einkaufszentrum (Eröffnung 1994); weitere discountlastige Anbieter am Standort, vereinzelte Flächen stehen leer; städtebaulich unattraktiver Standort; großzügige Parkplatzfazilitäten; bauliche Substanz des REWE-Marktes wirkt verschlissen, eine notwendige energetische Sanierung des Gebäudes wäre nur mit großen Aufwendungen möglich, die veraltete Bausubstanz lässt vermutlich eine Umgestaltung im Bestand nicht zu; REWE besitzt keine markt- und kundengerechten Objektbedingungen; die REWE-Verkaufsfläche entspricht mit rd. 2.250 m² dem aktuellen REWE-Konzept.
→ bauliche Attraktivierung bzw. Neuausrichtung des REWE-Marktes erscheint zwingend notwendig.
- **Aldi:** Lage direkt an der B281; sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit, aber auch fußläufig aus den angrenzenden Wohnquartieren erreichbar; ausreichende Parkierungsflächen; Aldi befindet sich mit Bäcker/Fleischer und einem Getränkemarkt im Standortverbund; Markt entspricht hinsichtlich seiner Außenwirkung nicht dem aktuellen Konzept, Überarbeitung ist notwendig; Verkaufsfläche fällt mit ca. 700 m² für ein aktuelles Discountkonzept deutlich zu niedrig aus.
→ Attraktivierung der Filiale erscheint bei einer langfristigen Standortbelegung zwingend notwendig.
- **Lidl:** verkehrsgünstig erreichbar im Kreuzungsbereich der B281 und L1108 gelegen, direkte Sichtachse zu beiden Verkehrsträgern; großzügige Parkplatzanlage; Markt wirkt modern, jedoch wurde das aktuellste bauliche Konzept von Lidl noch nicht umgesetzt; Verkaufsfläche ist mit knapp über 1.000 m² ausreichend, wenngleich Lidl aktuell größere Flächen entwickelt.
→ kein Handlungsbedarf.
- **Netto:** integrierte Lage im Standortverbund mit dem Hammer-Markt; verkehrlich sowohl von der B281 als auch von der Ernst-Thälmann-Straße anfahrbar; großzügige Parkplatzanlage, direkt dem Markteingang vorgelagert; gute fußläufige Hinwendung zu umliegenden Siedlungsquartieren, Verkaufsfläche wurde bereits auf das aktuelle konzeptübliche Maß von ca. 1.100 m² erweitert.
→ kein Handlungsbedarf.

- **Norma:** in integrierter Lage etabliert, von der Neustädter Straße über eine Anliegerstraße verkehrlich erreichbar, jedoch keine direkte Sichtachse zur Neustädter Straße; ausreichende Parkplatzanlage direkt vor dem Markteingang; Markt wirkt innerhalb seines baulichen Umfelds „gefangen“; Verkaufsfläche ist mit ca. 760 m² ausreichend, wobei Norma aktuell Märkte mit ca. 1.000 m² errichtet.
→ kein Handlungsbedarf, wenngleich sich die Standortqualität aus Betreibersicht suboptimal zeigt.

Im Ergebnis der vorstehenden Kurzeinschätzung zeigt sich eine notwendige Attraktivierung des **REWE-Marktes**. Die in Rede stehende Filiale erfüllt hinsichtlich ihrer unattraktiven Innengestaltung nicht mehr die qualitativen Ansprüche an einen modernen Supermarkt, wenngleich der Markt mit Blick auf die aktuelle Verkaufsfläche (ca. 2.250 m² zzgl. Bäcker) den flächenseitigen Vorstellungen des Betreibers entspricht.

Die notwendige Überarbeitung des REWE-Marktes sollte nicht an dem Bestandsstandort erfolgen. Dies ist mit dem Ziel zu begründen, die Lebensmittelversorgung perspektivisch wohnortnah zu etablieren; wobei Standorte in Gewerbegebietslagen bzw. allgemein in dezentralen Lagen für eine entsprechende Belegung nicht qualifiziert sind.

Im Fazit ist eine räumliche **Verlagerung des Marktes** zu empfehlen; als Potenzialfläche steht der knapp 300 Meter entfernte Standort eines vormaligen Lebensmittelmarktes/Restaurants an der Julius-Fucik-Straße zur Verfügung. Im Rahmen des Neubaus können insbesondere die aktuellen betreiberspezifischen und auch die brandschutztechnischen, hygienischen und energetischen Maßgaben von REWE umgesetzt werden; es erfolgt somit eine wünschenswerte Standortsicherung dieses Vollsortimentsmarktes in Pößneck.

Mit Blick auf die Lagequalität befindet sich der Planstandort in einer städtebaulichen Randlage, ist jedoch aus den angrenzenden Siedlungsbereichen fußläufig sehr gut zu erreichen und kann einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung im östlichen Kernstadtgebiet leisten. Im Folgenden wird überblicksartig eine Bewertung der avisierten REWE-Standortverlagerung eingefügt.

Bewertung der geplanten Standortverlagerung REWE

Projektangaben:

Vorhaben

- Verlagerung des REWE-Marktes (aktuelle VK ca. 2.250 m², inkl. Bäcker) auf eine Potenzialfläche in der Julius-Fucik-Straße
- geplante Neufläche des REWE-Marktes (inkl. Bäcker) beträgt ca. 2.200 m², somit Flächenverringering gegenüber dem Bestandsmarkt um ca. 50 m²
 - Installation eines Backshops inkl. Cafébereich

Standort

- Lage im Kreuzungsbereich der Julius-Fucik-Straße und der Kurzackerstraße, südlich schließt sich ein Garagenkomplex an, westlich befindet sich ein stehendes Gewässer (Teich)
- gute verkehrliche Erreichbarkeit aus der Kernstadt und aus den südlich und östlich angrenzenden Gemeinden des Verflechtungsbereichs
- fußläufige Anbindung an die nördlich und westlich befindlichen Wohngebiete

Foto



Lage gem. EHZK

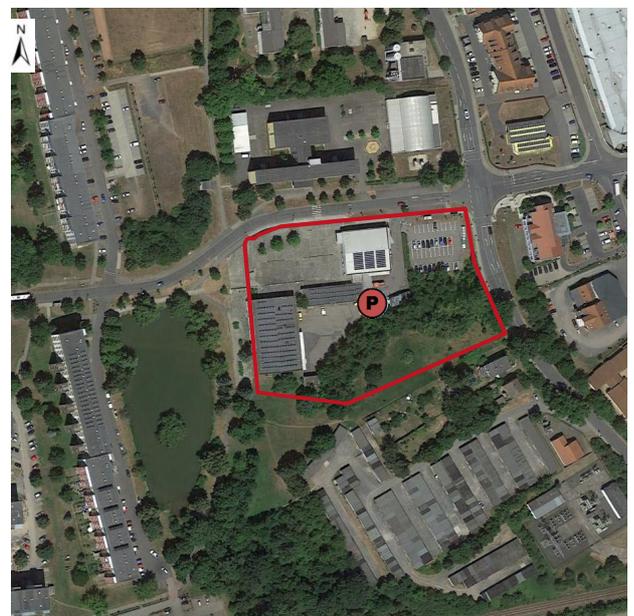
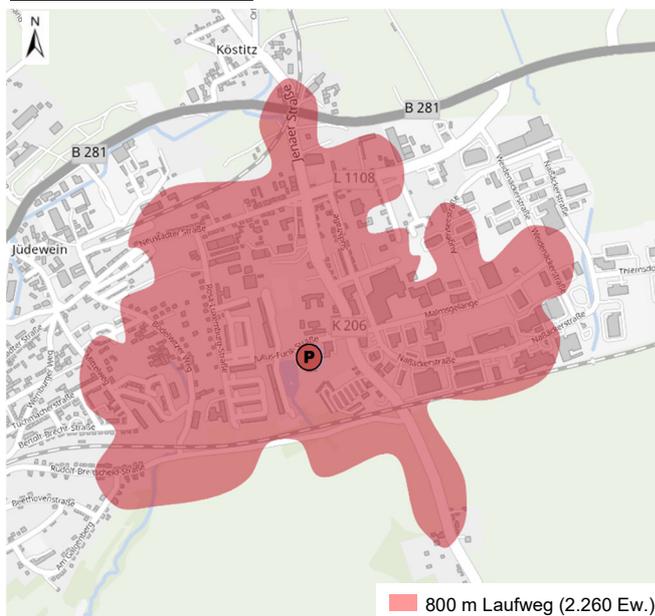
- Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs
- Einstufung als Grundversorgungsstandort (gem. Einzelhandelskonzept)

Nahversorgungsfunktion

- Nahversorgungsfunktion für den östlichen Teil der Pößnecker Kernstadt
 - ca. 2.300 Einwohner im fußläufigen Nahbereich

ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ direkte ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle („Kurzackerstraße 1“) vor dem Marktstandort, Bedienung durch Stadtbuslinie A
Städtebauliche Lagequalität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebauliche Randlage im östlichen Kernstadtgebiet, jedoch direkte Anbindung an eine verdichtete Wohnsiedlung mit mehrgeschossigen Zeilenbauten; nördlich befindet sich mit einer Förderschule eine öffentliche Einrichtung ▪ Liegenschaft ist mit einem brachgefallenen Einkaufsmarkt und einem Restaurant aus DDR-Zeiten belegt, keine qualifizierten Verwertung der Immobilien; das Areal ist langjährig nahezu ungenutzt und verfällt zusehends <ul style="list-style-type: none"> ▪ der Standortbereich stellt einen städtebaulichen Missstand dar ▪ mit der Inwertsetzung werden eine städtebauliche Neuordnung und eine optische Aufwertung dieses Gebietes – im östlichen Ortseingangsbereich der Kernstadt adressiert – erreicht
Prospektives Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtisches und auch überörtliches Einzugsgebiet, das im Wesentlichen die im Umfeld von Pößneck liegenden Gemeinden umfasst

Lage:



Bewertung:

Gesamtstädtischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ REWE stellt arbeitsteilig mit Kaufland das Grundgerüst der Lebensmittelversorgung im Segment Vollsortiment für Pößneck dar ▪ REWE erfüllt als einziger Supermarkt eine wichtige qualitative Versorgungsfunktion für Pößneck und die Orte im Verflechtungsbereich
Städtebauliche Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in dem naheliegenden Fachmarktzentrum wird ein Leerstand induziert ▪ keine städtebaulich negativen Auswirkungen auf das Ortsbild von Pößneck, da der REWE-Altstandort innerhalb eines Gewerbegebietes liegt und keine optischen Auswirkungen auf das Ortsbild hat
Versorgungsstrukturelle Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ langfristige Sicherung bzw. Bindung des REWE-Marktes in Pößneck <ul style="list-style-type: none"> ▪ REWE ist der einzige Supermarkt in Pößneck, somit besitzt der Markt ein Alleinstellungsmerkmal ▪ mit dem Marktneubau wird ein zeitgemäßes Supermarktkonzept offeriert ▪ qualitative Aufwertung der gesamtstädtischen Angebotsstrukturen in der Lebensmittelbranche, Sicherung der Grundversorgung für Pößneck ▪ keine schädlichen Auswirkungen auf das Lebensmittelangebot in der Stadt, da mit der REWE-Verlagerung kein Flächenaufwuchs einhergeht

Kompatibilität mit dem EHZK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kompatibilität mit den Zielen des EHZK gegeben, da für die Bevölkerung ein breit gefächertes und attraktives Versorgungsangebot bereitgestellt werden soll, insbesondere bei der Grundversorgung mit Lebensmitteln <ul style="list-style-type: none"> ▪ der Standort ist als städtebaulich integriert (wenngleich nicht vollständig „wohnsiedlungsintegriert“) zu bezeichnen, somit Übereinstimmung mit dem Integrationsgrundsatz im EHZK
Landesplanerische Bewertung ⁶⁹	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Konzentrationsgebot (Z 2.6.1): großflächige Handelsbetriebe sind in Pößneck (Mittelzentrum) grundsätzlich zulässig ▪ Kongruenzgebot (G 2.6.2): - Kerneinzugsgebiet liegt innerhalb des mittelzentralen Verflechtungsbereichs der Stadt Pößneck <ul style="list-style-type: none"> - Ausstrahlung auf umliegende zentrale Orte (auch auf Grundzentren) unrealistisch, dies ist auf die hohe Entfernung umliegender zentraler Orte (vgl. Karte 3) zurückzuführen; in der östlich liegenden Kleinstadt Neustadt an der Orla (Grundzentrum) ist bereits ein angebotsaffiner REWE-Markt ansässig, der das Einzugsgebiet des Pößnecker REWE-Marktes limitiert ▪ Beeinträchtungsverbot (G 2.6.3): - keine negative Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereichs bzw. des hier befindlichen Kaufland-Marktes oder eine Schädigung der verbrauchernahen Versorgung in Pößneck – und in umliegenden Orten – zu erwarten - Marktfläche wird nicht vergrößert, dadurch sind nur marginale zusätzliche Umsätze zu kalkulieren ▪ Integrationsgebot (G 2.6.4): - städtebaulich integrierter Standort, direkte Anbindung an die im nördlichen und westlichen Umfeld befindliche Wohnbevölkerung gegeben <ul style="list-style-type: none"> - qualifizierte ÖPNV-Anbindung direkt vor dem Marktstandort vorhanden

Fazit:

Das Vorhaben dient der langfristigen Standortsicherung des REWE-Marktes in Pößneck. Durch die Verlagerung wird zudem die wohnortnahe Versorgung im östlichen Kernstadtgebiet gestärkt bzw. verbessert; es erfolgt zudem ein Abbau von verbraucherferner Handelsfläche im Gewerbegebiet Ost.

Mit der Revitalisierung der geplanten Liegenschaft – derzeit mit ruinösen Gebäuden belegt – geht eine städtebauliche Aufwertung dieses Standortbereiches einher. Gleichzeitig wird ein attraktiver Handelsstandort im Eingangsbereich zu der hier befindlichen Wohnsiedlung geschaffen.

Das REWE-Vorhaben ordnet sich in die Ziele des Pößnecker Einzelhandelskonzeptes ein und entspricht den relevanten Maßgaben der Landesplanung.

Die Standortverlagerung ist aus gutachterlicher Sicht zu empfehlen und umzusetzen.

Empfehlung:

Der Projektstandort ist für die beschriebene Ansiedlung prädestiniert. Die planungsrechtliche Zulässigkeit des Lebensmittelmarktes sollte im Rahmen eines Bebauungsplans ermöglicht werden.

Östlich des geplanten REWE-Marktes befindet sich eine Potenzialfläche; hier wäre die Inbetriebnahme von weiteren Handelsbetrieben möglich. Es sollte mit dem Vorhabenträger geprüft werden, ob die Verlagerung von weiteren Handelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten aus dem Gewerbegebiet Ost möglich ist. Dadurch könnte ein Ausdünnen dieser dezentralen Handelslage erfolgen.

Der bestehende Bebauungsplan⁷⁰ für den Bereich des derzeitigen REWE-Marktes sollte neu aufgestellt werden; es ist eine Überplanung dieses Areals vorzunehmen. Ein Ziel sollte der Ausschluss von Handelsbetrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Kernsortimenten sein.

Quelle: GeoBasis-DE / BKG 2021 / Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

⁶⁹ vgl. auch Ausführungen auf Seite 17ff..

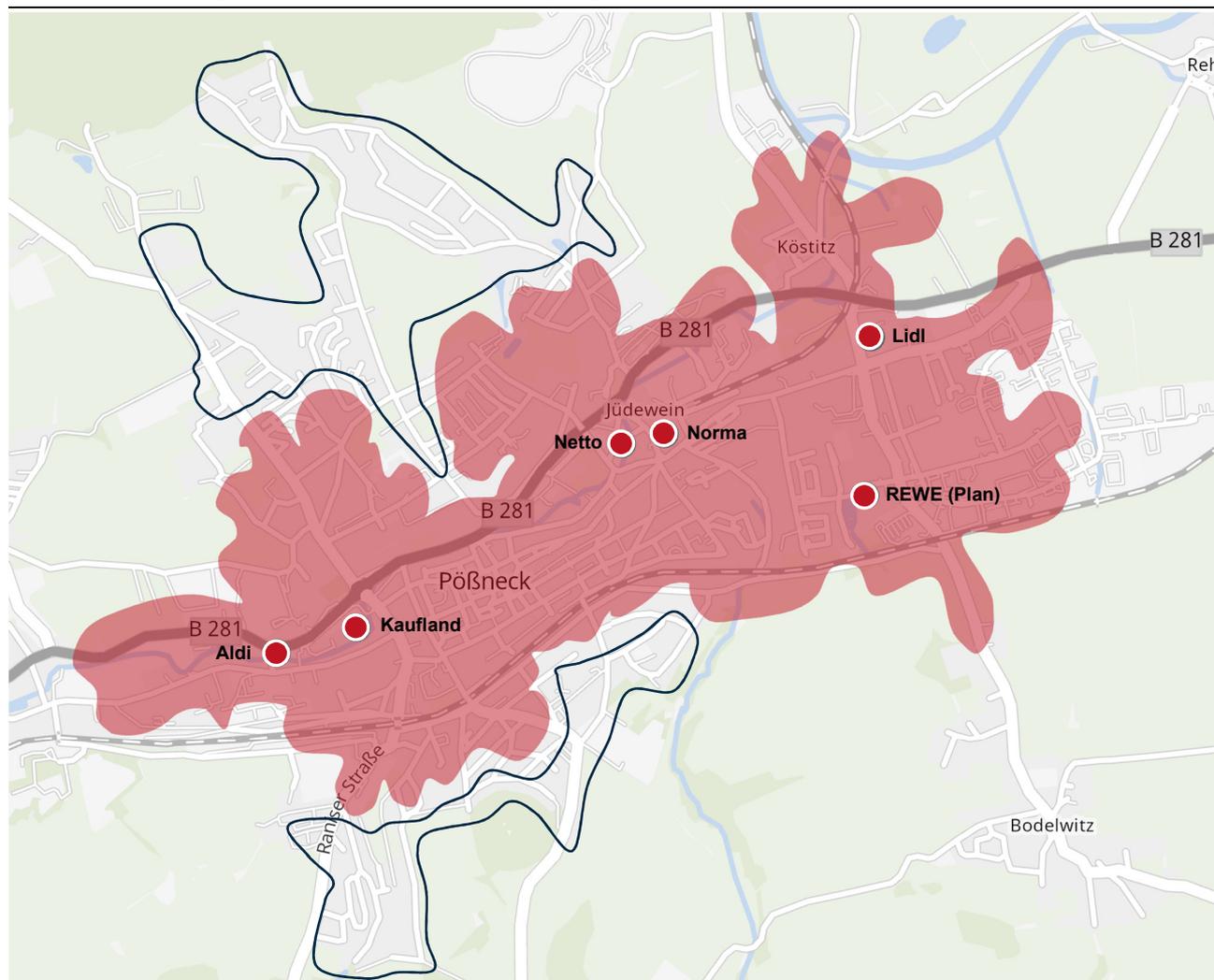
⁷⁰ vgl. Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Pößneck-Ost Teil I und Teil II“ in der Fassung vom 04.04.1997 bekannt gemachten 1. Änderungen; REWE befindet sich innerhalb des sog. Quartiers 1, für das zeichnerisch ein „Sondergebiet (Laden) und Einhaltung TA-Lärm“ festgesetzt ist, weitere Konkretisierungen oder begrenzende textliche Festsetzungen existieren nicht.

In der nachstehenden Karte 6 wird deutlich, dass sich die **zukünftige Nahversorgungsstruktur** in Pößneck räumlich geringfügig verändern wird. Der REWE-Markt wird ca. 300 Meter (Laufweg) in südwestlicher Richtung an die Julius-Fucik-Straße verlagert. Mit Blick auf die fußläufige Erreichbarkeit zeigt sich, dass von dem neuen Standort eine – wenn auch geringfügig – höhere Bevölkerungsabdeckung im Vergleich zu dem Bestandsstandort (vgl. Karte 4) erreicht wird.

Nach der Verlagerung des Supermarktes erhöht sich der Anteil der Bevölkerung, die im fußläufigen Nahbereich einen Lebensmittelmarkt erreichen kann, von derzeit ca. 8.130 Personen auf dann ca. 8.280 Personen. Folglich ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der lokalen Bewohner möglich, da für rd. **75 % der Bewohner der Kernstadt**⁷¹ ein Lebensmittelmarkt fußläufig erreichbar ist. Unter Berücksichtigung der Siedlungsstrukturen in Pößneck stellt dieser Wert einen sehr guten Abdeckungsgrad dar.

Nachstehend wird kartographisch das Angebotsnetz der Lebensmittelmärkte in Pößneck skizziert, wobei bereits die Verlagerung des REWE-Marktes an die Julius-Fucik-Straße berücksichtigt wurde.

Karte 6: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter (Ziel-Konzept)



<p>■ Fußläufiger Nahbereich (800 m-Laufweg) der Lebensmittelmärkte</p> <p> verdichtete Wohnbereiche ohne direkte fußläufige Nahversorgung (Skizzierung)</p>	<p><u>Einwohner im Nahbereich:</u></p> <p>REWE (neu): ca. 2.260 Ew.</p> <p>Lidl: ca. 1.710 Ew.</p> <p>Norma: ca. 3.520 Ew.</p>	<p>Netto: ca. 3.890 Ew.</p> <p>Kaufland: ca. 3.410 Ew.</p> <p>Aldi: ca. 2.010 Ew.</p>	<p>Karte: GeoBasis-DE / BKG 2021</p> <p>Daten: http://sg.geodatenzentrum.de</p>
---	--	---	--

71 In der Kernstadt leben ca. 10.990 Einwohner (vgl. Abb. 11).

Um die **Nahversorgung mit Lebensmitteln** weiter zu optimieren, wäre eine (Neu-)Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in den beiden unterversorgten kernstädtischen Gebieten notwendig. Bei diesen Siedlungsbereichen (vgl. Karte 6) handelt es sich jedoch um Gebiete mit einer geringen Bevölkerungsverdichtung. Da die Einwohner in diesen Bereichen nur eine geringfügig längere Laufstrecke zur Deckung der Lebensmittelnachfrage in Kauf nehmen müssten, ist in beiden Siedlungsgebieten der Markteintritt eines Lebensmittelmarktes nicht zu empfehlen. Ferner ist unter betriebswirtschaftlichen Aspekten die Eröffnung eines entsprechenden Marktes auf Grund der geringen Bevölkerungsverdichtung im Nahbereich und insbesondere der topographischen Verhältnisse praktisch unmöglich.

Mit Blick auf die vorstehende Karte 6 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 – speziell in wohnsiedlungsintegrierten Lagen – gestärkt werden, um das aktuelle Netz an Lebensmittelmärkten zu sichern (Bestandssicherung).

Die **Bestandssicherung** beinhaltet die Schaffung bzw. Sicherung optimaler Standortvoraussetzungen. Hierzu zählen u.a. die Gewährleistung der verkehrlichen und fußläufigen Erreichbarkeit der Märkte, die Gewährleistung eines ÖPNV-Anschlusses, der möglichst barrierefreie Zugang dieser Märkte aus dem Umfeld, die Schaffung von attraktiven Angebotsstrukturen oder auch eine angemessene Flächenerweiterung der Betriebe – trotz der hohen gesamtstädtischen Flächendichte – auf jeweils marktkonforme Konzepte. Hierbei muss 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-verstädterten bzw. den **ländlich geprägten Ortsteilen** von Pößneck ist kein Lebensmittelmarkt ansässig. Grundsätzlich ist bezüglich der limitierten Einwohnerzahlen in den einzelnen dezentralen Ortsteilen (vgl. Abb. 11) der wirtschaftliche Betrieb sowohl von Lebensmittelmärkten als auch von größeren inhabergeführten Lebensmittelgeschäften schwierig.⁷² Dies resultiert u.a. aus folgenden Gründen:

- Die Kundenakzeptanz von kleineren Geschäften ist 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 und das hieraus resultierende niedrige Nachfragepotenzial zurückzuführen.⁷³ Ferner wird die Lebensmittelversorgung bereits durch Lebensmittelmärkte in der Kernstadt übernommen, so dass auch zukünftig in kleineren Ortsteilen die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht realistisch ist.⁷⁴

72 Bei einer ortsteilbezogenen Einwohnerzahl von beispielsweise 500 Personen errechnet sich ein Nachfragevolumen nach Lebensmitteln von ca. 1,10 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. 0,33 Mio. EUR. Auf Basis der Verkaufsfläche ergibt sich eine Raumleistung von 1.650 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.

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

74 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. 5.3/5.5) und der angesetzten Zielwerte hinsichtlich der prospektiven Umsatzbindung der Stadt Pößneck (vgl. Abb. 26) errechnet sich in verschiedenen Branchen ein Flächenmehrbedarf.⁷⁵

Diese Ansiedlungspotenziale wurden für den Prognosezeitraum von rd. 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 mittelfristigen Bedarfsbereich wird in den modischen Sortimenten **Textilien**, **Schuhe/Lederwaren** und **Sport** bis zum Jahr 2030 ein rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf von ca. 800 bis 900 m² 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 – der Markteintritt von Modeanbietern in Pößneck forciert werden.

In den Modebranchen besitzen insbesondere überregional aktive Filialisten eine hohe Anziehungskraft und könnten wesentlich zur Attraktivierung von Pößneck 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 auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu lenken. In der Pößnecker Altstadt sind jedoch nur kleinflächige Potenzialflächen in Form von Leerständen vorhanden, deren Flächen für die Etablierung von attraktiven Fashionanbietern zu gering ausfallen. Daher bestehen nur geringe Ansiedlungspotenziale im Zentrum von Pößneck.

Die Installation von solchen Betrieben in der Innenstadt scheint nur durch die Zusammenlegung von leerstehenden und benachbarten Ladenlokalen oder durch die Erweiterung von Bestandsanbietern möglich; ggf. kommt auch die Bebauung von Potenzialflächen in Frage. Sollten entsprechende Betriebe nicht in der Pößnecker Altstadt angesiedelt werden können, so sind u.U. Alternativstandorte auch außerhalb der Innenstadt zu prüfen.

Die vorstehende Einschätzung trifft nicht nur auf die Textilbranche, sondern auch auf die Schuh- bzw. die Sportbranche zu (vgl. Abb. 26), da diese Sortimente eine wichtige Ergänzung zu dem Segment Textilien darstellen und so optimale Kopplungen zwischen den Branchen induziert werden können.

- Im **Sanitätsfachhandel** ist in der nächsten Dekade ein – wenn auch geringer – zusätzlicher Flächenbedarf erkennbar, der sich insbesondere auch aus der lokalen demographischen Entwicklung (vgl. Abb. 12) ableitet. Die flächenseitige Erweiterung eines Bestandsanbieters wäre sinnvoll.
- Für den **Buchhandel** ist eine angespannte Marktsituation zu reklamieren, da der Online-Handel hohe Marktanteile in dieser Branche generiert (vgl. Abb. 8) und aktuell im stationären Bucheinzelhandel von stagnierenden Erlösen auszugehen ist. Dennoch ist für diese Branche ein zusätzlicher Flächenbedarf erkennbar, da die beiden innerstädtischen Buchhandlungen auf Grund ihrer limitierten Fläche das Nachfragevolumen nicht vollständig abdecken können. Eine flächenseitige Erweiterung wäre wünschenswert, die sich jedoch am Bestandsstandort der Betriebe augenscheinlich nicht umsetzen lässt. Bei einer Verlagerung oder Neuansiedlung wäre eine Fläche von minimal 200 m² vortrefflich, eine entsprechende Buchhandlung könnte eine wichtige Magnetfunktion für die Altstadt übernehmen.

⁷⁵ Der Verkaufsflächenbedarf wird aus der Division der offenen bzw. aus Pößneck und dem anteiligen Verflechtungsbereich abfließenden Nachfrage und der durchschnittlichen Raumleistung je Branche ermittelt.

- In der **Spielwarenbranche** ist kein „reiner“ Anbieter vorhanden; das Sortiment wird vor allem in dem kundenattraktiven „Haus der Geschenke“ in der Breiten Straße und im Randsortiment von Multisortimentsmärkten geführt. Die Erweiterung dieses Sortiments ist rechnerisch um ca. 150 m² sinnvoll und wünschenswert; hierbei ist jedoch auf die demographische Entwicklung und die entsprechend geringe sortimentspezifische Kaufkraft in Pößneck zu verweisen (vgl. Abb. 12 i.V.m. Abb. 14). Dennoch ist in dieser Branche ein Erweiterungsbedarf zu sehen.
- Im langfristigen Bedarfsbereich besteht in der **Möbelbranche** ein rechnerischer Flächenbedarf von rd. 2.500 m². Das genannte Flächenpotenzial liegt unterhalb der Marktzutrittsgröße von potenziellen Betreibern,⁷⁶ so dass die Inbetriebnahme eines Möbelhauses nicht realistisch ist. Ferner fällt das Nachfragepotenzial in Pößneck bzw. im Umfeld der Stadt für den rentablen Betrieb eines größeren Möbelhauses zu gering aus, so dass die Ansiedlung nicht erfolversprechend sein kann.⁷⁷ Realisierbar wäre u.U. die Entwicklung von Spezialanbietern (bspw. Küchenstudio, Möbelstudio, Möbelfachmarkt).
- Im Segment Consumer Electronics (**Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ Computer/ Telefonie**) besteht ein rechnerischer Ansiedlungsbedarf von rd. 800 m², da ein großer Teil der lokalen Kaufkraft aus Pößneck abfließt. Die Nachfrage wird vornehmlich von Großbetriebsformen (sog. Elektrofachmärkte) außerhalb von Pößneck 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 Inbetriebnahme eines größeren Marktes innerhalb der Innenstadt scheint auf Grund der fehlenden Flächenpotenziale unrealistisch, ein zentrumsnaher Standort (wie der derzeitige Expert-Markt) ist zu favorisieren.
- Im **Uhren-/Schmuckhandel** ist auf Basis des Nachfragepotenzials ein Flächenzuwachs möglich, wenngleich die beiden Bestandsgeschäfte eine ausreichende Grundversorgung abbilden.
- Das Nachfragepotenzial in der **Fahrradbranche** hat sich allgemein (vor allem im Segment E-Bike), also auch in Pößneck in den letzten Jahren erhöht und wird auch in der Folgezeit stabil bleiben. In der Zweiradbranche ist daher – trotz der hohen bestehenden Eigenversorgungsquote – ein zusätzlicher Flächenbedarf (rechnerischer Erweiterungsbedarf ca. 100 m²) zu sehen, der durch die Erweiterung des bestehenden Anbieters oder eines größeren, fachmarktähnlichen Geschäfts abgedeckt werden könnte. Neben dem Zweiradverkauf muss eine Werkstatt das Sortiment ergänzen.
- In Pößneck ist ein zusätzlicher Bedarf in der Branche **Autoteile/ -zubehör** erkennbar, wobei in diesem Nischensegment auf Grund der limitierten Nachfrage lediglich die Erweiterung von Bestandsangeboten in Frage kommt.

Die aufgelisteten Ansiedlungsvorschläge dienen einer Optimierung des lokalen Angebotsbestands und sind im gesamtstädtischen Zusammenhang zu sehen, um im gegebenen Fall eine optimale und mit Synergieeffekten verbundene Entwicklung für Pößneck zu erreichen. Der Markteintritt von zusätzlichen Betrieben oder weiteren Flächen über den skizzierten Bedarf ist generell 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.

⁷⁶ Die Marktzutrittsgröße für einen Möbelmitnahmemarkt liegt bei ca. 3.000 m², für ein Wohnkaufhaus bei minimal 10.000 m².

⁷⁷ Entlang der nördlich von Pößneck verlaufenden Autobahnachse der A4 (z.B. in Erfurt, Jena oder Gera) sind zahlreiche leistungsstarke Möbelanbieter situiert, die auch auf Pößneck ausstrahlen.

6.3.4. Zusammenfassung

In der folgenden Tabelle erfolgt überblicksartig eine zusammenfassende Darstellung der angesprochenen Erweiterungsbedarfe im Pößnecker Einzelhandel.

Tabelle 11: Entwicklungspotenziale für den Pößnecker Einzelhandel (Zusammenfassung)

Branche	Betriebstyp	Bemerkung
Textilien/ Schuhe/ Sport	Fachgeschäft/ Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung verschiedener Modeanbieter, vorzugsweise in der Pößnecker 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 bei 350 – 400 m² VK / Schuhe: 200 – 250 m² VK / Sport: 300 – 350 m² VK ▪ Etablierung von Magnetanbietern ▪ Erweiterung bestehender innerstädtischer Modeanbieter wünschenswert <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich / für Fachmärkte bei nicht-gegebener Flächenverfügbarkeit auch wohnsiedlungsintegrierter Standort innerhalb der Kernstadt</p>
Sanitätswaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ flächenseitige Erweiterung eines Bestandsgeschäftes bzw. Neuansiedlung eines weiteren Fachgeschäftes (Mindestfläche ca. 50 m² VK) <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Bücher	Fachbuchhandlung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebotsausbau eines bestehenden Betriebes oder Neuansiedlung ▪ zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei ca. 200 m² VK ▪ ein entsprechend großer Betrieb kann eine Magnetfunktion für die Innenstadt übernehmen <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Spielwaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung eines bestehenden Betriebes bzw. Markteintritt eines leistungsstarken Fachgeschäftes ▪ zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei minimal 150 m² VK ▪ Kombination mit dem Segment Baby-/ Kinderausstattung möglich <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Möbel	Fachmarkt/ Spezialanbieter	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hohe freies Nachfragepotenzial, jedoch ist lediglich der Markteintritt von Möbelspezialanbietern (z.B. Küchenstudio, Möbelstudio, Möbel-fachmarkt) realistisch <p><u>Standort:</u> verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort, auch Ansiedlung im Standortverbund mit dem bestehenden OBI-Markt (Gewerbegebiet Ost) möglich und wünschenswert</p>
Consumer Electronics	Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung des bestehenden Elektromarktes an der Neustädter Straße wünschenswert; ggf. auch Neuansiedlung ▪ rechnerischer zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei ca. 800 m² <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich, bei fehlender Flächenverfügbarkeit auch an einem zentrumsnahen Standort</p>

Uhren/ Schmuck	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ flächenseitige Erweiterung eines Fachgeschäftes <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich</p>
Fahrrad	Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung eines bestehenden Anbieters bzw. Inbetriebnahme eines größeren Fahrradmarktes (Mindestfläche ca. 300 - 400 m² VK) ▪ Ergänzung des Sortiments durch Werkstatt und Serviceangebote notwendig (wie bereits bei dem bestehenden Fachgeschäft) <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich / bei fehlender Flächenverfügbarkeit auch an einem zentrumsnahen Standort</p>
Autozubehör	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung eines bestehenden Anbieters ▪ Sortiment kann auch als Randsortiment geführt werden <p><u>Standort:</u> verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort, ideal wäre die Nähe zu einem zentralen Versorgungsbereich oder die Ansiedlung in räumliche Nähe zu bestehenden Handelsstandorten (z.B. Gewerbegebiet Ost)</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.

Die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe basieren auf einer Steigerung der **Marktbedeutung des Pößnecker Einzelhandels** im eigenen Stadtgebiet und (anteilig) im Verflechtungsbereich der Stadt. Diese gründen sich unter Berücksichtigung der zukünftigen Kaufkraftentwicklung u.a. auf eine Erhöhung der Marktanteile des Pößnecker Einzelhandels. Selbige sind raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter und der empfohlenen Neuansiedlungen/ Erweiterungen deutlich unter dem Marktvolumen in dem Verflechtungsbereich des Pößnecker Einzelhandels liegen.

Die dargestellten Flächengrößen sollen vor allem als Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Pößneck als notwendig bzw. wünschenswert zu klassifizieren sind, um einen dauerhaft abgerundeten Branchenmix für die lokalen Konsumenten zu präsentieren.

Die angesetzte Kaufkraftbindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich von 120 % entspricht auf Grundlage der Bevölkerungszahl von Pößneck einer zu versorgenden Einwohnerzahl von ca. 14.040 Personen; die Kaufkraftbindungsquote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von 160 % einem zu versorgenden Bevölkerungsanteil von ca. 18.720 Personen. Im landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich von Pößneck leben ca. 35.900 Einwohner (Stand: 2012), somit kann selbst bei Erreichen dieser Kaufkraftbindungen **keine „Vollversorgung“** aller Bewohner innerhalb dieses mittelzentralen Verflechtungsbereich erfolgen. Die Bindungsquoten sind demnach auf eine „verträgliche“ Abschöpfung der Nachfrage in diesem Verflechtungsbereich ausgelegt.⁷⁸

Somit besitzen die Orte in dem ausgewiesenen Verflechtungsbereich ebenfalls Spielräume für den Markteintritt von Einzelhandelsbetrieben in allen Bedarfsbereichen, wenngleich sich – mit Ausnahme der Grundversorgung – auf Basis der geringen Bevölkerungszahl gerade in den kleinen Orten im Umfeld von Pößneck keine dauerhaft tragfähigen Einzelhandelsstrukturen herausbilden können.

Grundsätzlich können die bestehenden Flächen sowie insbesondere die Erweiterungsverkaufsflächen in Pößneck nur dann wirtschaftlich ausgelastet werden, wenn es der Stadt Pößneck auch weiterhin gelingt, einen Umsatzzufluss aus dem Verflechtungsbereich zu erzielen. Dazu ist u.a. ein komplexes und umfassendes Einzelhandelsangebot in der Stadt notwendig. Dies ist auch eine Voraussetzung, um die Kaufkraftabwanderungen zu anderen Orten und hauptsächlich zum Online-Handel so gering wie möglich zu halten.

⁷⁸ In diesem Zusammenhang wurden auch Kaufkraftabflüsse zum Online-Handel berücksichtigt, da ansonsten auf Grund der sehr hohen zu versorgenden Einwohnerzahl eine deutlich höhere Bindungsquote anzusetzen wäre.

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 Pößnecker Altstadt sind derzeit knapp 20 freie Ladenlokale vorhanden. Ein großer Teil der Angebotsreserven befindet sich in einem augenscheinlich ordentlichen Zustand und könnte sofort durch eine Einzelhandelsnutzung belegt werden.

Abbildung 27: Innerstädtische Leerstandsflächen – sofort nutzbar (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

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

Abbildung 28: Innerstädtische Leerstandsflächen – sanierungsbedürftig (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der Großteil der 18 Leerstände verfügt augenscheinlich über eine Fläche von unter 100 m² je Geschäft; die durchschnittliche Flächengröße liegt unter 40 m² je leerstehenden Laden und somit unter der Mindestbetriebsgröße fast aller 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 Pößnecker Altstadt besteht demnach in dem Mangel an mittleren und größeren Potenzialflächen, die eine Reichweite und Frequenz erzeugen könnten, an welcher die gesamte Altstadt und insbesondere die kleineren Bestandsanbieter partizipieren könnten. Demnach stehen die

eingeschränkten Flächenentwicklungspotenziale in der Pößnecker Altstadt einem für ein Mittelzentrum adäquaten weiteren Ausbau des innerstädtischen Einzelhandelsangebotes – auch zukünftig – entgegen.⁷⁹

Als Möglichkeit der Inwertsetzung von kleineren Leerstandsflächen bzw. auch zur Schaffung von größeren Ladeneinheiten ist lediglich die Zusammenlegung von Geschäften in Betracht zu ziehen, wobei im Einzelfall aus zwei benachbarten Leerständen oft 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 größtenteils räumlich nicht beieinander liegen. Die Zusammenlegung von disfunktionalen Kleinflächen zu größeren Einheiten erfordert ferner i.d.R. eine größere Investition, die sich auf Grund der Mietsituation in Pößneck – 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** bzw. die Schließung von Baulücken in Betracht zu ziehen. Aktuell konnten in der Altstadt an der Straße des Friedens, am Markt und in der Poststraße drei verwertbare Potenzialflächen identifiziert werden, die beispielsweise durch ein Wohn- und Geschäftshaus bebaut werden könnten.⁸⁰ Außerhalb der Altstadt befindet sich westlich des AWG-Marktes eine Freifläche, zur Bebauung mit einem Fachmarkt geeignet.

Der Potenzialstandort in der Straße des Friedens (ehemaliges Stadtbad) verfügt dabei über die größte Fläche; bei einer Bebauung könnte auf Basis der Grundfläche auch eine attraktive und großformatige Handelsfläche geschaffen werden. Die beiden anderen Potenzialflächen verfügen über eine deutlich kleinere Grundfläche.⁸¹

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

Abbildung 29: Innerstädtische Potenzialflächen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

- 79 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.
- 80 An der Straße des Friedens, im Kreuzungsbereich zur Saalfelder Straße, befindet sich eine unbefestigte Freifläche. Die Nutzung erfolgt teilweise durch parkende Pkw; der Bereich stellt einen städtebaulichen Missstand dar.
Im nordöstlichen Bereich des Marktes, direkt an der Oberen Johannisgasse, zeigt sich eine bandförmige Baulücke.
Im Kreuzungsbereich der Poststraße / Bahnhofstraße – direkt gegenüber dem sanierungsbedürftigen vormaligen Hotel Posthirsch – wurde eine weitere Baulücke identifiziert.
- 81 Die unbebaute Freifläche in der Straße des Friedens (ehemaliges Stadtbad) verfügt über eine Fläche von ca. 1.700 m², diese steigt in südlicher Richtung topographisch leicht an.
Die rechteckige und gut geschnittene Potenzialfläche in der Poststraße verfügt über eine Grundfläche von ca. 800 m².
Die Baulücke am Markt hat eine Grundfläche von ca. 600 m², das Grundstück ist jedoch streifenförmig und für eine vollständige Belegung mit Handel ungeeignet.

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 besitzt 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 Pößnecker Altstadt tendenziell unwahrscheinlich. 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. 70 m² Verkaufsfläche je Geschäft wider.

Mögliche freie Potenzialflächen, die für eine Bebauung mit großformatigen Handelsbetrieben in Frage kommen würden, sind nur vereinzelt vorhanden. Ferner besteht auch keine Angebotsreserve 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. Somit sind einer möglichen Weiterentwicklung des Pößnecker Altstadthandels gewisse Grenzen gesetzt.

Im Fazit sind die folgenden zwei Fakten für die **handelsseitige Weiterentwicklung** der Pößnecker Altstadt zusammenzufassen:

- Die Unterbringung von flächenseitig größeren Handelsbetrieben in der Altstadt ist auf Grund der wenigen Potenzialflächen bzw. zu kleiner Leerstandsflächen unrealistisch.
- Die Weiterentwicklung, die Attraktivierung der Pößnecker Altstadt und die überwiegende Nutzung von kleinformatigen Leerstandsflächen durch zusätzliche Handelsnutzungen⁸² sind tendenziell unwahrscheinlich. Für zahlreiche bestehende Leerflächen sind alternative, einzelhandelsfremde Nutzungen auszuarbeiten.

82 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.

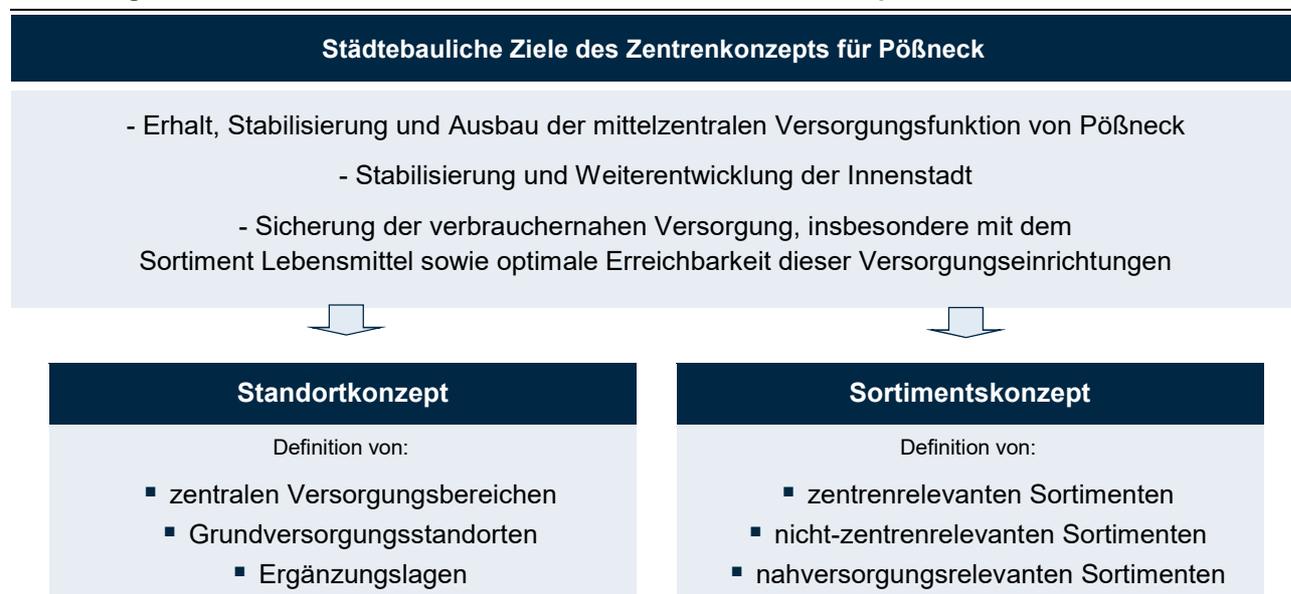
7. Zentrenkonzept Pößneck

7.1. Ziele des Zentrenkonzepts

Mit dem folgenden Zentrenkonzept werden die **städtebaulichen Zielvorstellungen** von Pößneck 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 Pößneck 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 30: Städtebauliche Ziele und Standort-/ Sortimentskonzept für Pößneck



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Pößneck 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 Pößneck wichtig sind. Weiterhin werden Grundversorgungsstandorte und Ergänzungs- bzw. Sonderlagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

Im **Sortimentskonzept** wird ein branchenbezogenes Leitbild für Pößneck 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 Pößneck 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 bzw. eingetretene Fehlallokationen von Handelsbetrieben möglichst korrigiert 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.⁸³ 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.⁸⁴

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich – z.B. in einem Fachmarktzentrum – kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden.⁸⁵ 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**⁸⁶ 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.

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

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

85 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.

86 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.⁸⁷ Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist.⁸⁸

Entscheidend ist weiter, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale⁸⁹ Funktion, d.h. eine Mittelpunktfunktion hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.⁹⁰ Das weitere Umfeld eines Nahversorgungszentrums sollte dadurch geprägt sein, dass dieser zentrale Versorgungsbereich für einen gewissen räumlichen Bereich das einzige Nahversorgungszentrum darstellt.⁹¹

Für Pößneck 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 Pößneck zu rechnen ist.

Gemäß dem umseitig eingefügten **Anforderungskatalog** wird später die Identifizierung von zentralen Versorgungsbereichen in Pößneck 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 Pößneck aus gutachterlicher Sicht nachfolgende ortsspezifische Anforderungskriterien als Grundlage für die Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen definiert.

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

88 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 zukunfts-fähigen Lebensmittelmarktes unter Einschluss weiterer Handels- und vor allem Dienstleistungsbetriebe gesehen.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

89 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.

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

91 vgl. Urteile BVerwG [4 C 1.08] und [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

Abbildung 31: 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 minimal 2.500 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, Drogeriemarkt, 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 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 Versorgungsbereiche in Pößneck

7.3.1. Zentrale Versorgungsbereiche

Im Zentrum von Pößneck ist die **Einkaufsinnenstadt** (A-Zentrum) verortet. Der Handelsbesatz der 63 Geschäfte umfasst rd. 8.500 m² (vgl. Tab. 5), demnach ist diesem Bereich ein verhältnismäßig hohes versorgungsstrukturelles Gewicht zuzuschreiben. Im arbeitsteiligen Zusammenspiel der Handelsbetriebe und der zahlreichen komplementären Angebote – es existieren über 50 Komplementärbetriebe – ist eine hohe Angebotszentralität der Pößnecker Innenstadt erkennbar.

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

Die städtebauliche Situation der Pößnecker Altstadt 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 Altstadt ist hauptsächlich in kleinformatischen Geschäften organisiert, was auf die kleinstrukturierte Bebauung zurückzuführen ist.

Unmittelbar westlich der Altstadt wurde ein innerstädtischer Fachmarktstandort entwickelt, der räumlich und funktional an die Hauptgeschäftslage der Altstadt angebunden ist. Die großformatigen und fachmarkttypischen Handelsbetriebe ergänzen das kleinstrukturierte Angebot in der Altstadt zielgerichtet, so dass sich im Zusammenspiel ein attraktiver Mix aus verschiedenen, unterschiedlich positionierten Handelsbetrieben zeigt. Der Fachmarktbereich trägt wesentlich zur Kundenakzeptanz des Altstadthandels bei. So können beide Bereiche arbeitsteilig eine attraktive Nachfrageabdeckung vornehmen.

Das Einzugsgebiet des Innenstadthandels umfasst die Stadt Pößneck und umliegende Orte im räumlichen Umfeld der Stadt. Der Innenstadtbereich ist über die naheliegende Bundesstraße B281 zügig erreichbar; für potenzielle Pkw-Kunden stehen diverse Parkmöglichkeiten zur Verfügung. Direkt nördlich des Innenstadtzentrums ist der zentrale Busbahnhof (ZOB) eingerichtet; somit besteht eine optimale ÖPNV-Anbindung.

Im Fazit ist unter städtebaulichen und versorgungsstrukturellen Aspekten die Pößnecker Einkaufsinnenstadt – auch mit Blick auf die Rechtsprechung – unzweifelhaft als ein zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren.

Neben dem Innenstadtzentrum wurde das Vorhandensein von **weiteren zentralen Versorgungsbereichen** einer niedrigeren Hierarchiestufe geprüft. In Pößneck ist kein sog. Nahversorgungszentrum (C-Zentrum, vgl. Einstufung auf Seite 66/67 bzw. Abb. 31) vorhanden. Dies resultiert aus dem Fehlen eines umfangreichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage.

Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren in Pößneck nicht vorhanden, wenngleich an verschiedenen 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.

Die beiden Fachmarkttagglomerationen im Gewerbegebiet Ost (vgl. Karte 4) erfüllen die an ein Nahversorgungszentrum gestellten Anforderungen nicht. So befinden sich die Einzelhandelsstandorte Malmsgelänge und Naßäckerstraße nicht in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage, sondern innerhalb eines Gewerbegebiets; beide Handelslagen sind als städtebaulich nicht-integriert einzustufen. Ferner geht die Sortimentsausrichtung dieser Standorte – zum Teil auch deutlich – über eine Nahversorgungsfunktion hinaus, da umfangreiche Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich angesiedelt wurden.

Die **Bestimmung und räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten⁹² vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachstehend werden die wesentlichen Bestimmungskriterien überblicksartig aufgeführt, die in Folge 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 Einzelhandelskonzept⁹³ abgegrenzte Bereich Berücksichtigung, der sich weitgehend auf Grundlage der aktuellen Bestandserhebung und der Nutzungsstrukturen als sachgerecht erwiesen hat.

Abbildung 32: 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

92 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.

93 vgl. GMA, Einzelhandelskonzept für die Stad Pößneck, September 2011, Karte 4.

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 Pößneck 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 – die sich in städtebaulich integrierten Lagen befinden sollten – decken u.a. vorhandene räumliche Lücken ab, so dass erst unter Einschluss dieser Standorte eine weitgehend flächendeckende wohnungsnah Grundversorgungsstruktur sichergestellt werden kann.

Diese Standorte werden i.d.R. monofunktional durch einen Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels (bspw. Discounter, Supermarkt), teilweise weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) oder Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Grundversorgung⁹⁴ dar. Diese Angebotsstandorte dienen insbesondere der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölkerung und besitzen in kleineren Städten – wie in Pößneck – auf Grund der Leistungsfähigkeit und der Strahlkraft der jeweiligen Lebensmittelmärkte auch eine gesamt- und auch 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 (Supermarkt, Discounter, SB-Markt), in Ergänzung auch kleinformatische Lebensmittelanbieter (z.B. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt),
- überwiegende Ausrichtung auf das Sortiment Lebensmittel; in Ergänzung auch andere nahversorgungsrelevante Sortimente möglich und wünschenswert, andere zentrenrelevante Sortimente sind dem Lebensmittelangebot flächenseitig 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),
- 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 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. Seite 67) – dar, wenngleich diese Lebensmittelmärkte einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung leisten. Eine Schutzmöglichkeit die-

⁹⁴ 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.

ser sog. Nahversorger durch eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich ist jedoch auch aus Gründen eines individuellen Konkurrenzschutzes unzulässig.⁹⁵

Neben dem Handel in dem zentralen Versorgungsbereich und an Grundversorgungsstandorten wird das Angebot in Pößneck durch **Ergänzungslagen** (Sonderlagen) komplettiert. Diese Handelslagen sind i.d.R. durch einen Besitz von Fachmärkten oder anderen großformatigen Anbietern 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 Warenortiment 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.

Weiterhin sind außerhalb der vorstehend beschriebenen Einzelhandelsstandorte Handelsbetriebe in **Streulagen** vorhanden, die größtenteils durch kleinteilige und historisch gewachsene Einzelhandelsanbieter – meist Fachgeschäfte – oder durch Non-Food-Fachmärkte in einer Solitärage geprägt sind.

95 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.

7.4. Zentren- und Standortkonzept Pößneck

7.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

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

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

Abbildung 33: Modell der Zentrenstruktur von Pößneck



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Stadt Pößneck 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 Pößnecker Stadtgebiet entgegengewirkt; ferner soll eine Stärkung der Innenstadt durch die räumliche Bündelung des Angebots – auch unter dem Aspekt des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden.⁹⁶ Die Pößnecker Einkaufsinnenstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden.

Das Angebot in dem zentralen Versorgungsbereich wird durch **Grundversorgungsstandorte**⁹⁷ arrondiert. Die Grundversorgungsstandorte sind durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters (z.B. Supermarkt, Discounter) gekennzeichnet, dessen Angebot u.U. durch andere Lebensmittelanbieter oder Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ergänzt werden kann. Die Grundversorgungsstandorte befinden sich in einer für die Wohnbevölkerung gut erreichbaren Lage und verfügen über eine – für die jeweiligen lokalen Gegebenheiten – hohe Mantelbevölkerung im direkten fußläufigen Umfeld. Andere Einzelhandelssortimente 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 dieser Standortkategorie fünf sog. Grundversorgungsstandorte (Saalfelder Straße [Aldi], Mühlstraße [Netto], Jüdeweiner Straße [Norma], Jenaer Straße [Lidl] und Julius-Fucik-Straße [REWE] – potenzieller Grundversorgungsstandort) zugeordnet werden.

⁹⁶ Dies ist auch unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet.

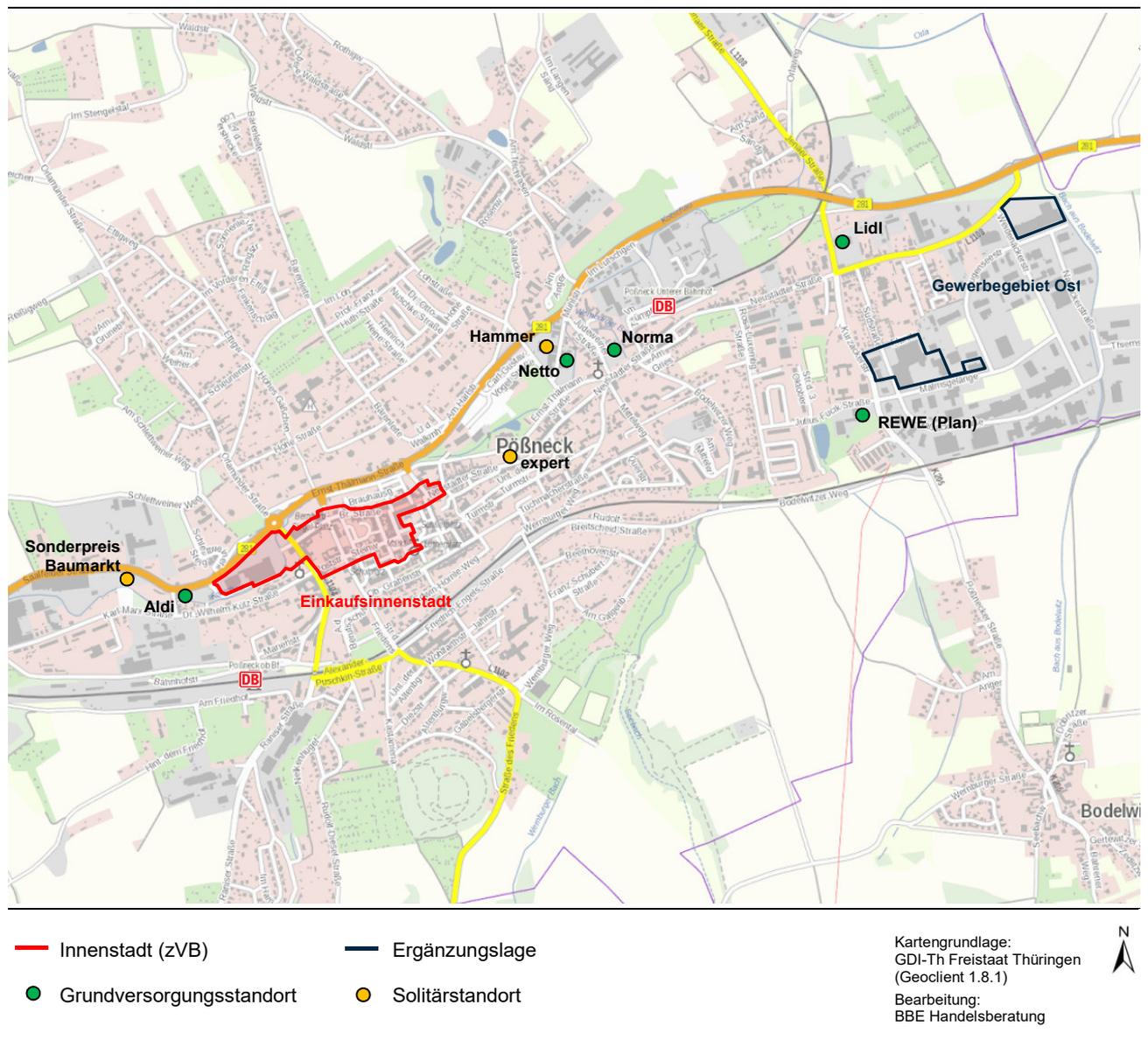
⁹⁷ Grundversorgungsstandorte werden – anders als zentrale Versorgungsbereiche – nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines Grundversorgungsstandortes bezieht sich immer auf seine ausgeübte Funktion als Grund- bzw. Nahversorger in seinem funktionalen Versorgungsgebiet. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion).

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.

Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existieren weitere Einzelhandelslagen, die als **Ergänzungslagen** zu klassifizieren sind. Diese Standortbereiche besitzen hinsichtlich der Ausprägung und der Lagequalität nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches. Die Betriebe in dieser Lage 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 wurden an der Naßäckerstraße/Malmsgelänge und der Weidenäckerstraße zwei Ergänzungslagen identifiziert.

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

Karte 7: Zentren- und Standortkonzept Pößneck



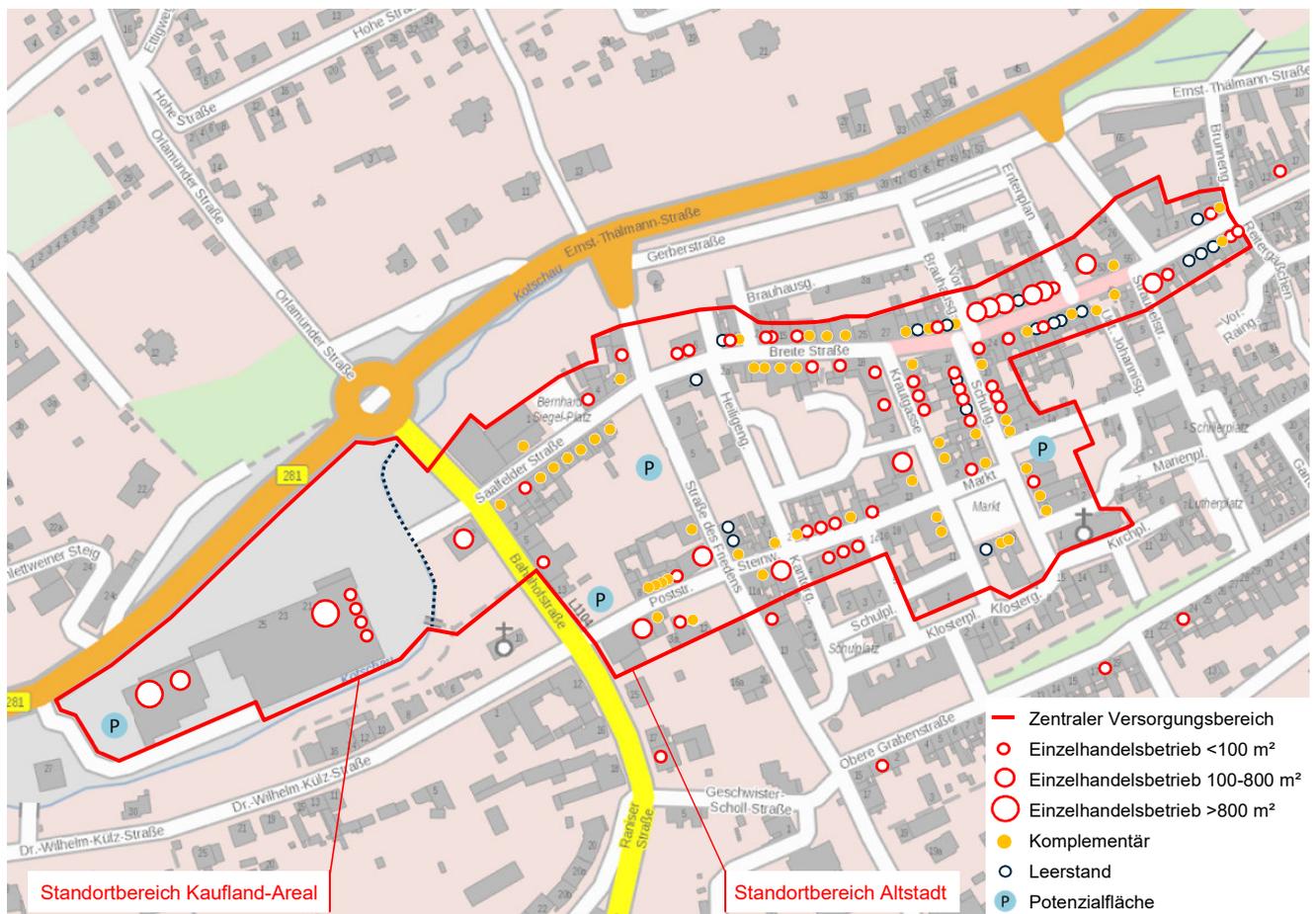
7.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

Nachstehend wird eine Beschreibung der prägenden Versorgungslagen in Pößneck 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/westlichen Kernstadtgebiet ▪ Innenstadt ist in südlicher Richtung topographisch höhenversetzt, teilweise fußläufige Erreichbarkeithemmnisse ▪ die traditionelle Hauptgeschäftslage umfasst die Breite Straße und die hier in Richtung Markt abgehende Schuh- und Krautgasse; Nebengeschäftslagen bilden die Saalfelder Straße und die westliche Neustädter Straße 																														
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anbindung des Zentrums über die nördlich verlaufende Bundesstraße B281, direkte Zufahrt von dem installiertem Kreisverkehr und der südlich abzweigenden Landesstraße L1102 ▪ Verkehrssystem der Altstadt ist teilweise durch enge Straßenquerschnitte, topographische Höhenunterschiede und Einbahnstraßenregelungen geprägt 																														
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ direkt nördlich der Altstadt ist der Busbahnhof eingerichtet, somit sehr gute Anbindung der Hauptgeschäftslage an den örtlichen und regionalen ÖPNV ▪ Busbahnhof zeigt sich modern und zeitgemäß 																														
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute Pkw-Abstellmöglichkeiten durch verschiedene straßenbegleitende Parkmöglichkeiten in der Altstadt (überwiegend kostenfrei) ▪ großzügige Parkplatzanlage (kostenfrei) beim Kaufland-Areal ▪ weitere kostenfreie Parkplätze in begrenzter Anzahl in Randlage zum Zentrum 																														
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. 8.510 m² Verkaufsfläche (rd. 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) 																														
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 63 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 51 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe) 																														
Branchenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <table border="1"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anzahl</th> <th>Anteil (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>13</td> <td>40%</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>4</td> <td>7%</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>3</td> <td>1%</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>17</td> <td>28%</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>7</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>4</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>5</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/Schmuck</td> <td>6</td> <td>4%</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel</td> <td>4</td> <td>4%</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (13) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (4) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (3) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (17) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (7) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (4) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (5) ■ Optik/Uhren/Schmuck (6) ■ Sonstiger Einzelhandel (4) </div> </div>	Branchen	Anzahl	Anteil (%)	Lebensmittel/Reformwaren	13	40%	Drogeriewaren/Gesundheit	4	7%	Blumen/Pflanzen/Zoo	3	1%	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	17	28%	Bücher/Schreib-/Spielwaren	7	11%	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	4	4%	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	5	11%	Optik/Uhren/Schmuck	6	4%	Sonstiger Einzelhandel	4	4%
Branchen	Anzahl	Anteil (%)																													
Lebensmittel/Reformwaren	13	40%																													
Drogeriewaren/Gesundheit	4	7%																													
Blumen/Pflanzen/Zoo	3	1%																													
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	17	28%																													
Bücher/Schreib-/Spielwaren	7	11%																													
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	4	4%																													
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	5	11%																													
Optik/Uhren/Schmuck	6	4%																													
Sonstiger Einzelhandel	4	4%																													
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufland, AWG, Deichmann, Rossmann, Mc Paper, Louis Wagner 																														

Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> hoher Filialisierungsgrad, ca. 66 % (ca. 5.640 m²) der Verkaufsfläche werden durch 12 regionale bzw. überregionale Filialisten belegt
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> konsumnahe Dienstleistungen, Finanzdienstleistungen, (Klein-)Gastronomie, Büros, medizinische Versorgung, Sport-/ Freizeiteinrichtungen (54 komplementäre Anbieter) Stadtverwaltung (Rathaus) ist am Marktplatz etabliert, das Pößnecker Stadtbad befindet sich im Zentrum
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> Pößneck und umliegende Orte in der Region, hohe Strahlkraft vor allem auf (unterversorgte) Kommunen im Verflechtungsbereich von Pößneck
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamstädtische Versorgungsfunktion in allen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Pößneck überörtliche Versorgungsfunktion für das regionale Umfeld von Pößneck

Räumliche Abgrenzung⁹⁸



Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> hoher Leerstand von 18 Gewerbeeinheiten in der Altstadt, alle Leerstände haben 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; Umnutzungen ggf. auch mit qualitativ höherwertigen Wohnangeboten möglich
-----------	---

98 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.

Potenzialflächen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ drei größere Baulücken (Straße des Friedens [ehem. Stadtbad], Obere Johannisgasse, Poststraße) in der Altstadt und Freifläche westlich des AWG-Marktes; der Bereich des ehemaligen Stadtbades ist flächenseitig für eine größere Einzelhandelsansiedlung prädestiniert, ebenso die Freifläche am AWG-Markt
Planungsrechtliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in der Altstadt existieren keine den Einzelhandel betreffenden Bebauungspläne ▪ für das Kaufland-Areal wurde ein Bebauungsplan (B-Plan „Rotasym“, gesetzt im Mai 2011) aufgestellt <ul style="list-style-type: none"> - Ausweisung des Areals als Sondergebiet i.S.d. § 11 BauNVO - textliche Festsetzungen zur Art der baulichen Nutzung (nur Einzelhandel): <ul style="list-style-type: none"> * Zulässigkeit von großflächigem Einzelhandel mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von 4.500 m² VK * minimale Nutzung von 3.000 m² VK für einen Verbrauchermarkt mit einem Food-Anteil von min. 2.400 m² VK * zentrenrelevante Sortimente (ohne Food) auf max. 1.500 m² VK zulässig <p>Fazit: Die Belegung des Kaufland-Areals entspricht den textlichen Festsetzungen des Bebauungsplans.</p>
Städtebauliche Kurzbewertung	<p><u>Standortbereich Altstadt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Altstadt setzt sich vorwiegend aus historischen und attraktiven Bausubstanzen mit hohem gestalterischem und kulturellem Wert zusammen ▪ fast durchgehende heterogene Bebauung des Hauptgeschäftsbereiches mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern, der Einzelhandel ist straßenbegleitend in den Erdgeschosszonen angesiedelt ▪ keine durchgängige Schaufensterfront, wobei die Nutzung der Gewerbeeinheiten auch durch zahlreiche Komplementäre erfolgt; Funktionsunterbrechungen durch Leerstand und vereinzelte Wohnnutzungen ▪ der Handel belegt ausschließlich kleinformative Geschäftsflächen (Ø ca. 70 m² je Geschäft), 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 <p><u>Standortbereich Kaufland-Areal</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ das an die Altstadt angrenzende Areal ist durch eine moderne und zeitgemäße Fachmarktstruktur geprägt ▪ der großformatige Handel ist ausschließlich in funktionalen Fachmarktgebäuden organisiert; keine wesentlichen städtebaulichen oder architektonischen Qualitäten erkennbar ▪ optimale funktionale Ergänzung des kleinformativen Altstadthandels



Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Stärken

- städtebaulich sehr attraktive Altstadt
- gute verkehrliche Erreichbarkeit, zufriedenstellende Parkplatzsituation im gesamten Innenstadtbereich
- direkte Anbindung an den lokalen und den regionalen ÖPNV durch naheliegenden Busbahnhof
- anzahlmäßig größter zusammenhängender Einzelhandelsstandort in Pößneck (63 Handelsbetriebe)
- leistungsstarke Filialisten (auf dem Kaufland-Areal) mit überörtlicher Strahlkraft vorhanden
- sehr hohe Anzahl an Komplementärbetrieben, dadurch gute Funktionsdurchmischung und Multifunktionalität der Innenstadt
- attraktiver Wochenmarkt auf dem Marktplatz

Schwächen

- topographische Höhenunterschiede in der Altstadt
- kleinstrukturiertes Handelsangebot in der Altstadt
- hoher Leerstand von 18 Geschäften
- sehr geringe Fläche der Leerstandsobjekte, bei vielen Einheiten ist keine Einzelhandelsnutzung möglich
- keine größeren Potenzialflächen zur Weiterentwicklung des Einzelhandels
- wenig qualifizierte Gastronomie in der Innenstadt

Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

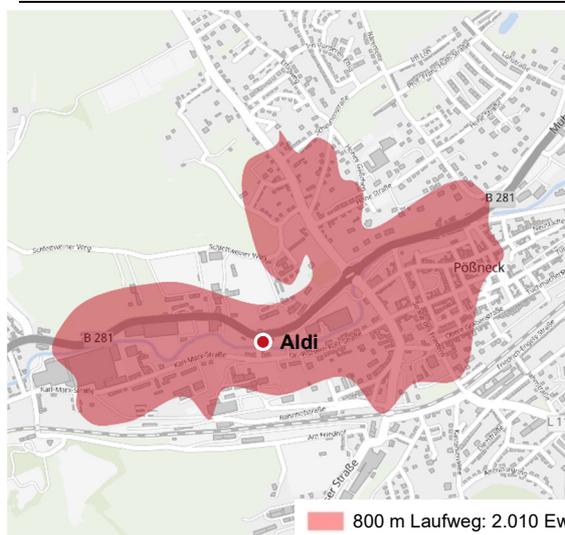
- Stärkung/Stabilisierung der bestehenden innerstädtischen Handelsbetriebe
- Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots in der Altstadt, wenngleich auf Grund der kleinteiligen Bauungsstrukturen keine wesentlichen Entwicklungsmöglichkeiten bestehen; zumal die Altstadt für filialierte Betriebe und potenzielle Magnetanbieter tendenziell eine geringe Ansiedlungsattraktivität besitzt
- Aktive Lenkung von möglichen, hauptsächlich von profilbildenden Ansiedlungsbegehren auf die Innenstadt (bei Flächenverfügbarkeit)
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten (Flächenzusammenlegung von disfunktionalen Kleinfächen, sofern baulich möglich), da den zahlreichen kleineren Fachhändlern in der Altstadt zu wenige Großflächen gegenüberstehen
- Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen und Innenstadtrandlagen in den Hauptgeschäftsbereich (bei Flächenverfügbarkeit), aktive Lenkung der Verlagerung, Ansiedlung von kleinformatigen Betrieben ausschließlich in der Altstadt
- 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, insbesondere Erhöhung der Angebotsmasse durch Entwicklungen in der Altstadt, keine Ansiedlung von Komplementären im Standortbereich Kaufland
- Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Altstadt, insbesondere Weiterentwicklung der Gastronomie
- Ausbau der Wohnfunktion der Innenstadt, vor allem mit attraktiven und modernen Wohnstrukturen, somit Erhöhung des fußläufigen Nachfragepotenzials
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Altstadt, u.a. durch gestalterische Verbesserungen, Aufwertung von Werbeanlagen und Schaufenstern und des öffentlichen Raums
- Installation eines Leerstandsmanagements, (Zwischen-)Nutzungen von Leerstandsflächen, Erarbeitung von Nachnutzungsmöglichkeiten, auch mit einzelhandelsfremden Belegungsoptionen, rechtzeitiges Reagieren auf Leerstand, Gestaltung von leerstehenden Gewerbeeinheiten
- Sicherung der fußläufigen Anbindung zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen, wenngleich bezüglich der topographischen Höhenunterschiede auch weiterhin Erreichbarkeitsdefizite bestehen werden
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit, insbesondere des einkaufsstättennahen Parkplatzangebots (auch in Randlagen zur Innenstadt) und der ÖPNV-Anbindung der Einkaufsinnenstadt

7.4.3. Grundversorgungsstandorte

1 - Standortprofil Grundversorgungsstandort Saalfelder Straße

Standort	<ul style="list-style-type: none"> im westlichen Kernstadtgebiet, direkt an der Saalfelder Straße im Kreuzungsbereich zur Gutenbergstraße Aldi agiert in einem eingeschossigen, nicht mehr zeitgemäßen Normgebäude, an der Außenfront sind ein Bäcker/Fleischer angesiedelt auf dem Areal, das bandförmig zur Saalfelder Straße verläuft, ist zusätzlich ein Getränkemarkt etabliert
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> östlich an den Standort grenzt das Kaufland-Areal (zentraler Versorgungsbereich) an, südlich befindet sich Wohnbebauung und das ortsprägende Areal der Rosen-Brauerei westlich ist nach einem Grünstreifen ein Baumarkt verortet, nördlich verläuft die Saalfelder Straße mit einer Mischnutzung aus Gewerbebetrieben und eingesprengrter Wohnbebauung
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit über die Saalfelder Straße (B281), Zufahrt direkt auf die betriebseigene Parkplatzanlage des Aldi-Marktes möglich eine Zufahrt besteht in südlicher Richtung zur Dr.-Wilhelm-Külz-Straße fußläufige Erreichbarkeit aus dem westlichen Kernstadtbereich bzw. den hier befindlichen Wohnquartieren möglich Aldi ist in Randlage des zentralen Versorgungsbereiches adressiert; fußläufige Erreichbarkeit auch aus der Altstadt möglich
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> Bushaltestelle („Brauerei“) südlich des Aldi-Marktes (Stadt-/ Regionalbus)
Parken	<ul style="list-style-type: none"> standortangepasste Parkplatzanlage (knapp 80 PP, kostenfrei), gemeinsame Nutzung mit dem Getränkemarkt, Parkplätze liegen vor dem Aldi-Markteingang
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ca. 2.000 Personen im 800 Meter Laufweg kein optimal ausgeprägtes Naheinzugsgebiet, da die nördlich und südlich ansteigende Topographie ein Erreichbarkeithemmnis darstellt
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 990 m² VK / 4 Betriebe
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> Aldi, Bäcker/Fleischer, Markgrafen Getränkemarkt
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> keine
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand

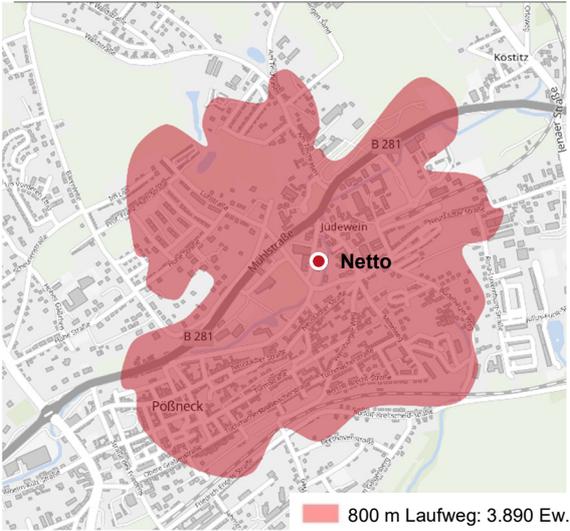
Lage



<p>Einzelhandelsfunktion</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für den westlichen Kernstadtbereich ▪ gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da Aldi aus dem gesamten Stadtgebiet verkehrlich gut erreichbar ist ▪ Grundversorgungsfunktion insbesondere auch für die dezentralen Ortsteile Öpitz und Schlettwein und für Gemeinden v.a. im westlichen Umfeld von Pößneck ohne Lebensmittelhandel
<p>Planungsrechtliche Situation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ für das Areal des Lebensmittelmarktes existiert kein Bebauungsplan, es handelt sich um einen unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)
<p>Entwicklungsziele</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots ▪ Sicherstellung von optisch attraktiven Angebotsstrukturen und einer langfristig standort- und konzeptangepassten Flächendimensionierung des Lebensmittelmarktes (Aldi-Fläche mit ca. 700 m² liegt derzeit zu niedrig), Erweiterung des Discounters auf ein konzeptübliches Maß möglich

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

2 - Standortprofil Grundversorgungsstandort Mühlstraße

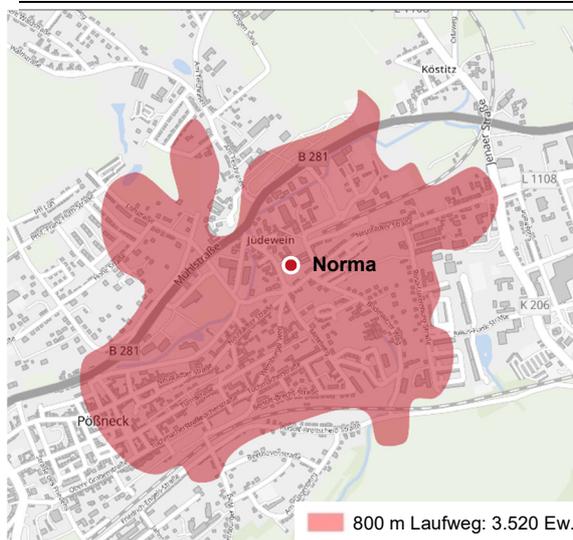
Standort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebaulich integrierte Lage im zentralen Kernstadtgebiet und hier im Stadtviertel Jüdewein ▪ das streifenförmige Marktareal liegt zwischen Mühlstraße und dem Flüsschen Körtschau ▪ Netto ist in einem eingeschossigen freistehenden Normgebäude etabliert, im Ausgangsbereich wurde ein Bäcker integriert ▪ Netto zeigt sich modern und kundenattraktiv, der Markt verfügt mit ca. 1.100 m² über eine konzeptkonforme Verkaufsfläche
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ westlich befindet sich ein großformatiges Geschäftshaus, das u.a. den Heimtextilienmarkt Hammer, ein Fitnessstudio und eine Gastronomie beherbergt ▪ in den anderen umliegenden Bereichen dominiert eine lockere Wohnbebauung ▪ Netto liegt in der Nähe der Shedhalle bzw. des gleichnamigen Parks, städtebaulich attraktives Standortumfeld
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anfahrbarkeit, wenngleich an die nördlich verlaufende B281 kein direkter Anschluss besteht; gute Erreichbarkeit aus dem zentralen Kernstadtgebiet und dem nördlichen und nordwestlichen Stadtgebiet ▪ Zufahrt direkt aus der Mühlstraße ▪ sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus dem zentralen Kernstadtbereich bzw. den hier befindlichen Wohnquartieren möglich
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bushaltestelle Stadtbus („Jüdeweiner Kirche“), südöstlich des Netto-Marktes
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ standortangepasste Parkplatzanlage (knapp über 50 PP, kostenfrei)
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 3.900 Personen im 800 Meter-Laufweg ▪ gut ausgeprägtes Naheinzugsgebiet, wenngleich die nördlich verlaufende B281 und deren Barrierewirkung eine Einschränkung der fußläufigen Erreichbarkeit darstellt
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 1.160 m² VK / 2 Betriebe
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto, Bäcker
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein Leerstand
Lage	  

Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für den zentralen und nördlichen Kernstadtbereich ▪ partiell gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da Netto aus dem gesamten Stadtgebiet verkehrlich gut erreichbar ist
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 Lebensmittelangebots, wobei Netto aktuell bezüglich seiner Verkaufsfläche und des überarbeiteten Marktauftritts bereits konzeptkonform aufgestellt ist
<p>Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2021; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung</p>	

3 - Standortprofil Grundversorgungsstandort Jüdeweiner Straße

Standort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ städtebaulich integrierte Lage im zentralen Kernstadtgebiet und hier im Stadtviertel Jüdewein ▪ der Discounter befindet sich in einer Wohngebietslage im erweiterten Kreuzungsbereich der Neustädter- und der Jüdeweiner Straße ▪ Norma befindet sich in einem eingeschossigen Funktionsbau ▪ Norma zeigt sich modern, gewisse Schönheitsreparaturen an der Marktimmobilie sind jedoch ersichtlich ▪ die Marktfläche liegt mit 760 m² unter der üblichen Verkaufsfläche von Norma
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Norma ist in die umliegenden Baustrukturen direkt eingebettet ▪ diffuse Nutzungsstruktur; meist durch Wohnbebauung, teilweise durch die vormalig dörflich geprägten Baustrukturen (u.a. historische Fachwerkbauten) gekennzeichnet ▪ die Jüdeweiner Kirche stellt eine städtebauliche Dominante im Umfeld dar ▪ südlich, im Bereich der Neustädter Straße findet sich überwiegend Wohnbebauung wieder; im nördlichen bzw. nordöstlichen Umfeld sind gewerbegebietstypische Nutzungen vorzufinden
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anfahrbarkeit über die Neustädter Straße und dann direkte Zufahrt aus der abzweigenden Jüdeweiner Straße ▪ sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus dem zentralen Kernstadtbereich bzw. den hier befindlichen Wohnquartieren
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bushaltestelle des Stadtbusses („AOK“) südlich des Norma-Marktes ▪ Unterer Bahnhof liegt nur unweit in nordöstlicher Richtung entfernt
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ standortangepasste Parkplatzanlage (knapp 80 PP, kostenfrei)
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 3.500 Personen im 800 Meter-Laufweg ▪ gut ausgeprägtes Naheinzugsgebiet, wenngleich die nördlich verlaufende B281 und deren Barrierewirkung eine Einschränkung der fußläufigen Erreichbarkeit in dieser Richtung darstellt
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 760 m² VK / 1 Betrieb
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Norma
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein Leerstand

Lage

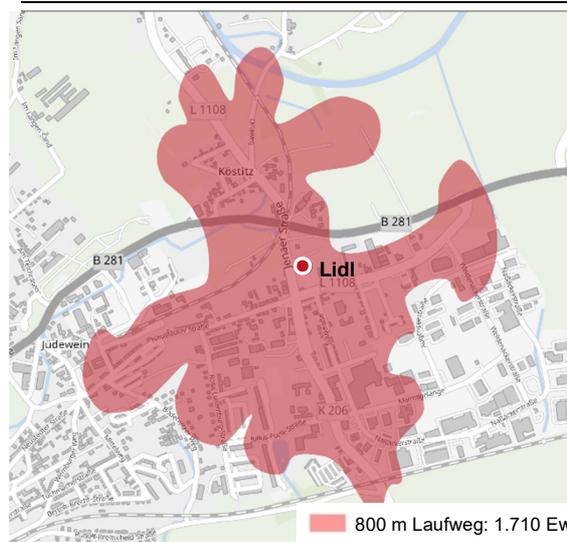


Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für den zentralen Kernstadtbereich ▪ partiell gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da Norma aus dem gesamten Stadtgebiet verkehrlich gut zu erreichen ist
Planungsrechtliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 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 Lebensmittelangebots ▪ Sicherstellung von optisch attraktiven Angebotsstrukturen und einer langfristig standort- und konzeptangepassten Flächendimensionierung des Lebensmittelmarktes, wenngleich eine Filialerweiterung über den Umgriff des Marktareals auf Grund der vollständigen bzw. geschlossenen Umgebungsbebauung unwahrscheinlich ist
<p>Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2021; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung</p>	

4 - Standortprofil Grundversorgungsstandort Jenaer Straße

Standort	<ul style="list-style-type: none"> im östlichen Kernstadtgebiet im Kreuzungsbereich der Neustädter Straße und der Jenaer Straße gelegen Lidl befindet sich in einem eingeschossigen freistehenden Normgebäude, Verkaufsfläche liegt im unteren Bereich des betriebsüblichen Konzepts; ebenso repräsentiert der Markt nicht das aktuellste bauliche Marktkonzept
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> das Umfeld der Neustädter-/ Jenaer Straße ist durch eine diffuse Nutzungsstruktur, einer Mischnutzung aus Gewerbe, Gastronomie, Handel und Wohnen geprägt; nördlich/nordwestlich sind Dauerkleingärten eingerichtet südlich, straßenbegleitend zur Neustädter Straße findet sich eine überwiegende Wohnbebauung wieder nördlich des Marktes stellt die Ortsumgehung der B281 eine Zäsur des gesamten Standortbereiches zu der angrenzenden Ortslage Köstitz dar
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit über die Neustädter Straße und auch aus der Jenaer Straße, es besteht jeweils eine direkte Zufahrt von diesen Straßenzügen fußläufige Erreichbarkeit aus dem östlichen Kernstadtbereich bzw. den hier befindlichen Wohnquartieren möglich, wenngleich entlang der Neustädter und der Jenaer Straße unattraktive Wegebeziehungen bestehen
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> Bushaltestelle des Stadtbusses („Neustädter Straße“) südöstlich und Haltestelle des Regionalbusses („Chausseehaus“) südwestlich des Lidl-Marktes
Parken	<ul style="list-style-type: none"> großzügig dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 130 PP, kostenfrei)
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ca. 1.700 Personen im 800 Meter-Laufweg dünn besiedeltes Naheinzugsgebiet, das sich auf die Wohnquartiere südlich der Neustädter Straße und die Wohnsiedlungsbereiche in Richtung Stadtmitte bezieht
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 1.030 m² VK / 1 Betrieb
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> Lidl
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> keine
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand

Lage

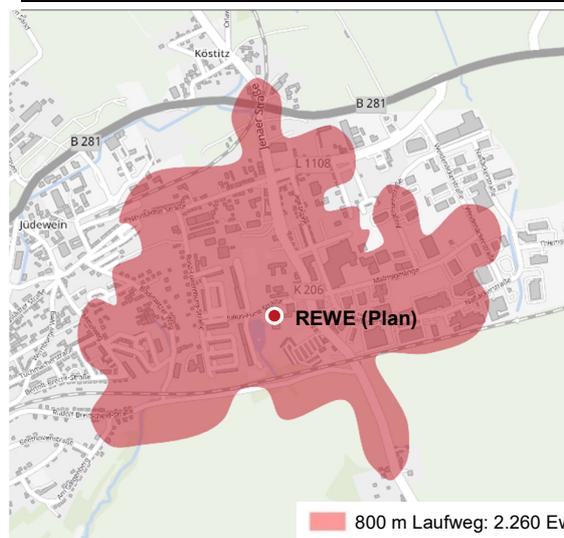


<p>Einzelhandelsfunktion</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für den östlichen Kernstadtbereich und auch die Ortslage Köstitz (nördlich der B281) ▪ partiell gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da Lidl aus dem gesamten Stadtgebiet verkehrlich gut erreichbar ist ▪ Grundversorgungsfunktion hauptsächlich auch für den dezentralen Ortsteil Schweinitz und für Gemeinden v.a. im nördlichen und östlichen Umfeld von Pößneck ohne Lebensmittelhandel
<p>Planungsrechtliche Situation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ für das Areal des Lebensmittelmarktes existiert kein Bebauungsplan, es handelt sich um einen unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)
<p>Entwicklungsziele</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots
<p>Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2021; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung</p>	

5 - Standortprofil (potenzieller) Grundversorgungsstandort Julius-Fucik-Straße

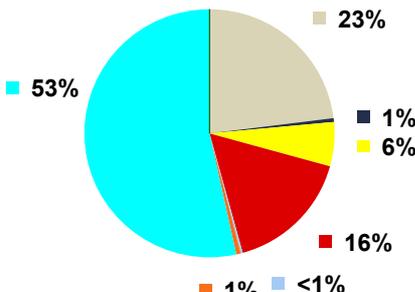
Standort	<ul style="list-style-type: none"> im östlichen Kernstadtgebiet im Kreuzungsbereich der Julius-Fucik-Straße und der Kurzackerstraße situiert Standort wird durch ruinöse Gebäude und nicht-sanierungsfähige Bausubstanzen eines DDR-Nahversorgungszentrums (Kaufhalle + Restaurant) belegt; östlich hiervon befindet sich ein Parkplatz
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> Standort besitzt eine gute fußläufige Hinwendung zu dem westlich befindlichen (verdichteten) Wohngebiet, im Übergang hierzu liegt eine kleinere attraktive Teichanlage nördlich befindet sich eine Förderschule (inkl. Sporthalle) und eine Kindertagesstätte östlich breitet sich das Gewerbegebiet Ost aus, in unmittelbarer Nähe liegt der aktuelle REWE-Standort in einem Einkaufszentrum südlich der Liegenschaft befindet sich eine Garagenanlage, infolge stellt ein Bahngleiskörper eine Zäsur des Standortbereiches dar
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> gute verkehrliche Anfahrbarkeit über die Kurzackerstraße und die dann abbiegende Julius-Fucik-Straße gute fußläufige Erreichbarkeit sowohl aus dem westlich angrenzenden Wohngebiet als auch den Wohnquartieren südlich der Flurstraße
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> Bushaltestelle des Stadtbusses („Förderzentrum“/„Kurzackerstraße 1“) direkt nördlich des Standortareals in der Julius-Fucik-Straße
Parken	<ul style="list-style-type: none"> standortangepasste Parkplatzanlage (knapp 130 PP, kostenfrei) geplant
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ca. 2.300 Personen im 800 Meter-Laufweg hoch verdichtete Wohnbebauung direkt westlich des Planstandortes auf Grund mehrgeschossiger Zeilenbauten, nördlich ist eine lockere Wohnbebauung vorzufinden östlich des Marktstandorts im Gewerbegebiet Ost keine Wohnbebauung
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 2.200 m² VK / 2 Betriebe (ggf. weiterer Fachmarkt geplant)
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> REWE, Bäcker, ggf. ergänzender Fachmarkt
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> keine Komplementäre geplant
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand zu erwarten, da Neuansiedlung

Lage



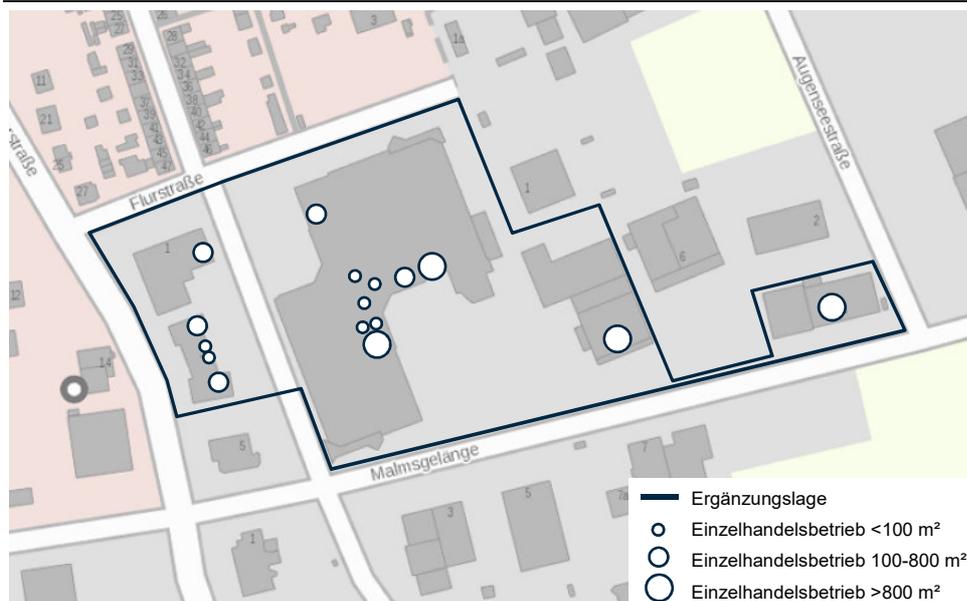
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für den östlichen Kernstadtbereich ▪ gesamtörtliche Versorgungsfunktion, da REWE der einzige Supermarkt in Pößneck ist ▪ Grundversorgungsfunktion auch für Gemeinden v.a. im östlichen und südöstlichen Umfeld von Pößneck ohne Lebensmittelhandel
Planungsrechtliche Situation	<ul style="list-style-type: none"> ▪ bauplanungsrechtliche Zulässigkeit erfolgt über die Aufstellung eines Bebauungsplans
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines Supermarktes an diesem Standort ▪ ergänzend ist die Ansiedlung von bis zu zwei Handelsbetrieben möglich, hierbei jedoch lediglich bei (garantierter) Verlagerung von Bestandsbetrieben aus dem Gewerbegebiet Ost ▪ empfehlenswert wären Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten (z.B. Tiernahrung/Zoobedarf, Apotheke)
<p>Kartengrundlage: GeoBasis-DE / BKG 2021; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung</p>	

7.4.4. Ergänzungslagen

A - Standortprofil Ergänzungslage Malmsgelänge/Naßäckerstraße																					
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ im östlichen Kernstadtgebiet im Gewerbegebiet Ost, an die Wohnsiedlungsbereiche der Kurzackerstraße und der Flurstraße angrenzend ▪ der Agglomerationsbereich hat sich beidseitig der Naßäckerstraße und im westlichen Bereich der Straße Malmsgelänge herausgebildet 																				
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Umfeld ist im Norden durch kleinteilige Wohnbebauung geprägt, im Westen durch eine Förderschule und einen Kindergarten ▪ östlich und südlich befinden sich Gewerbe- und Dienstleistungsbetriebe; im gesamten östlichen Bereich breitet sich das Gewerbegebiet Ost mit überwiegend Gewerbe- und Industriebetrieben aus 																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anfahrbarkeit von der Neustädter Straße über die Kurzackerstraße; aus den südlich und östlich von Pößneck befindlichen Gemeinden über die K206 erreichbar ▪ fußläufige Erreichbarkeit aus dem östlichen Kernstadtbereich möglich, wenngleich der Standort nicht-wohnsiedlungsintegriert ist und eine unattraktive Wegebeziehung besteht 																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 Bushaltestellen des Stadt- und Regionalbusses („Einkaufsmarkt“/ „Kurzackerstraße 2“) 																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zwei großzügig dimensionierte Parkplatzanlagen (kostenfrei) vor dem Einkaufszentrum ▪ vor den einzelnen Fachmärkten jeweils betriebseigene Parkplätze (kostenfrei) 																				
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 10.430 m² VK / 16 Betriebe (zzgl. Leerstand) 																				
Branchenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  <table border="1" style="margin-top: 10px; font-size: small;"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anzahl der Geschäfte</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>Lebensmittel/Reformwaren</td><td>5</td></tr> <tr><td>Drogeriewaren/Gesundheit</td><td>1</td></tr> <tr><td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td><td>1</td></tr> <tr><td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td><td>3</td></tr> <tr><td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td><td>1</td></tr> <tr><td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td><td>1</td></tr> <tr><td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td><td>4</td></tr> <tr><td>Optik/Uhren/Schmuck</td><td>0</td></tr> <tr><td>Sonstiger Einzelhandel</td><td>0</td></tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (5) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (1) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (1) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (3) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (1) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (1) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (4) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>	Branchen	Anzahl der Geschäfte	Lebensmittel/Reformwaren	5	Drogeriewaren/Gesundheit	1	Blumen/Pflanzen/Zoo	1	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	3	Bücher/Schreib-/Spielwaren	1	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	1	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	4	Optik/Uhren/Schmuck	0	Sonstiger Einzelhandel	0
Branchen	Anzahl der Geschäfte																				
Lebensmittel/Reformwaren	5																				
Drogeriewaren/Gesundheit	1																				
Blumen/Pflanzen/Zoo	1																				
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	3																				
Bücher/Schreib-/Spielwaren	1																				
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	1																				
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	4																				
Optik/Uhren/Schmuck	0																				
Sonstiger Einzelhandel	0																				
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> ▪ im Einkaufszentrum: REWE, Tedi, Thomas Philipps, Fressnapf zzgl. kleinere Handelsbetriebe ▪ sonstige Fachmärkte: KIK, Blumenhaus Fritzsche, Freemod 																				
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> ▪ diverse Dienstleistungen, Kleingastronomie 																				
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ im Einkaufszentrum steht neben zwei kleineren Gewerbeeinheiten in der innenliegenden Mall (ca. 100 m²/ ca. 70 m² VK) an der Außenfront eine größere Fachmarkfläche⁹⁹ leer 																				

99 Gemäß einer Plakatierung an dem Ladenlokal steht eine Geschäftsfläche bis zu 1.600 m² zur Vermietung zur Verfügung.

Lage



Einzelhandelsfunktion

- gesamtörtliche und auch überörtliche Versorgungsfunktion in verschiedenen Branchen, vor allem mit zentrenrelevanten Sortimenten
- Versorgungsfunktion auch für Gemeinden im Umfeld von Pößneck

Planungsrechtliche Situation

- Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Pößneck-Ost Teil I und Teil II“ in der Fassung vom 04.04.1997 bekannt gemachten 1. Änderungen
 - die Fachmarkttagglomeration befindet sich innerhalb des sog. Quartiers 1, für das zeichnerisch ein „Sondergebiet (Laden) und Einhaltung TA-Lärm“ festgesetzt ist, weitere Konkretisierungen oder begrenzende textliche Festsetzungen existieren nicht, ebenso keine Begründung zum Bebauungsplan
 - der Gartenmarkt und der Textilmarkt befinden sich außerhalb des Sondergebietes in einem festgesetzten Gewerbegebiet
- Fazit: Es besteht im Sinne einer gesamtstädtischen Einzelhandelssteuerung ein Überarbeitungsbedarf des Bebauungsplans.

Entwicklungsziele

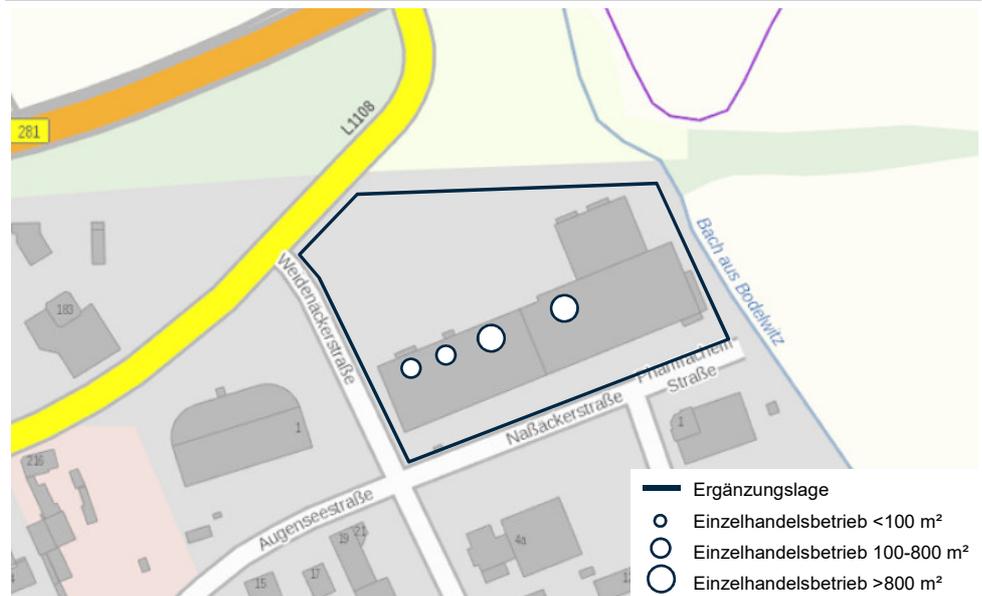
- Standortbereich ist perspektivisch ausschließlich mit Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu entwickeln, entsprechende Festsetzungen sind bei der Überarbeitung des Bebauungsplans zu verankern
- Sicherung der Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an diesem Standort, da diese Anbieter funktionsgerecht in einer dezentralen und verkehrlich gut erreichbaren Lage entwickelt wurden
- weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, ebenso auch Erweiterungen; jedoch Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Verkaufsfläche
- keine Neuansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten
- keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter (inkl. nahversorgungsrelevanter) Sortimente
- Forcierung der Verlagerung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereich oder nachgeordnet auch an städtebaulich integrierte Standorte
- Vermeidung einer Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches und von Grundversorgungsstandorten durch diese Handelslage

Kartengrundlage: GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1); Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Pößneck-Ost Teil I und Teil II“; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

B - Standortprofil Ergänzungslage Weidenäckerstraße

Lage	<ul style="list-style-type: none"> im östlichsten Kernstadtgebiet und hier im Gewerbegebiet Ost, in Nähe der Gemarkungsgrenze zur Gemeinde Oppurg der Handel ist in einer Fachmarktzeile zwischen der Neustädter Straße, der Weidenäckerstraße und der Naßäckerstraße angesiedelt, nördlich verläuft die B281
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> Umfeld ist im Westen und im Süden durch Gewerbe- und Industriebetriebe geprägt im Norden befindet sich ein Grüngürtel; im Osten landwirtschaftliche Nutzflächen, es folgt der Übergang zur offenen Landschaft
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit von der B281 über die Neustädter Straße und über die Weidenäckerstraße, insgesamt sehr hohe Verkehrsgunst des Standorts gute überörtliche Erreichbarkeit, insbesondere aus den östlich, aber auch den nördlich und südlich von Pößneck befindlichen Gemeinden keine fußläufige Erreichbarkeit aus den westlich befindlichen Wohnquartieren möglich, zu langer und unattraktiver Laufweg; Standort ist als nicht-wohnsiedlungsintegriert einzustufen
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> Bushaltestelle des Stadtbusses („Baumarkt“), südlich der Fachmarktzeile
Parken	<ul style="list-style-type: none"> großzügig dimensionierte Parkplatzanlage (kostenfrei) vor der Fachmarktzeile (OBI nutzt einen Teil der Parkplatzfläche als Außenverkauf)
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 7.370 m² VK / 4 Betriebe
Branchenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel/Reformwaren (1) Drogeriewaren/Gesundheit (0) Blumen/Pflanzen/Zoo (0) Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (1) Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (2) Optik/Uhren/Schmuck (0) Sonstiger Einzelhandel (0) </div> <div style="flex: 1; margin-left: 20px;"> <p>■ 89%</p> <p>■ 7%</p> <p>■ 4%</p> </div> </div>
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> OBI, Jysk, NKD, Sagasser Getränkemarkt
Komplementäre	<ul style="list-style-type: none"> keine Komplementäre
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand

Lage



Einzelhandelsfunktion

- gesamtörtliche und auch überörtliche Versorgungsfunktion in den Branchen Bau-/ Gartenmarktartikel, Möbel, Textilien und Getränke
- Versorgungsfunktion auch für Gemeinden im Umfeld von Pößneck

Planungsrechtliche Situation

- Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Pößneck-Ost Teil I und Teil II“ in der Fassung vom 04.04.1997 bekannt gemachten 1. Änderungen
 - für die Fachmarkttagglomeration wurden keine weiteren Konkretisierungen oder begrenzende textliche Festsetzungen getroffen
- Fazit: Es besteht im Sinne einer gesamtstädtischen Einzelhandelssteuerung ein Überarbeitungsbedarf des Bebauungsplans.

Entwicklungsziele

- Standortbereich ist perspektivisch ausschließlich mit Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu entwickeln, entsprechende Festsetzungen sind bei der Überarbeitung des Bebauungsplans zu verankern
- Sicherung der Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an diesem Standort, da diese Anbieter funktionsgerecht in einer dezentralen und verkehrlich gut erreichbaren Lage entwickelt wurden
- weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, ebenso auch Erweiterungen; jedoch Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf ca. 10 % der Verkaufsfläche
- keine Neuansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten
- keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter (inkl. nahversorgungsrelevanter) Sortimente
- Forcierung der Verlagerung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereich oder nachgeordnet auch an städtebauliche integrierte Standorte
- Vermeidung einer Gefährdung des zentralen Versorgungsbereiches und von Grundversorgungsstandorten durch diese Handelslage

Kartengrundlage: GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1); BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

7.5. Sortimentskonzept Pößneck

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 34: 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 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 Bbauungsstrukturen 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 Pößneck gilt es, diejenigen Sortimente im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich 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. Da in innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen und z.T. auch in Nahversorgungszentren oft die flächenseitigen Voraussetzungen zur Installation von diesen meist großformatigen Anbietern nicht gegeben sind, sollte eine Ansiedlung auch außerhalb dieser Bereiche im Sinne einer wohnungsnahen und engmaschigen Bedarfsabdeckung möglich sein.

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 Vorhabens dem zu versorgenden Einzugsbereich entspricht. Ferner müssen schädliche Auswirkungen auf den Angebotsbesatz in zentralen Versorgungsbereichen 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.¹⁰⁰ 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 Pößneck. Dabei sind insbesondere die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur und der aktuelle sortimentsspezifische 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.¹⁰¹ Bei der Darstellung dieser Zielperspektive besteht allerdings die Notwendigkeit, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

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

101 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 Pößneck

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich in Pößneck 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 Pößnecker Sortimentsliste ein möglicherweise wichtiges Element für die Festlegung von sog. **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 von Bebauungsplänen für den großflächigen Einzelhandel kann die Sortimentsliste dazu dienen, zulässige oder ausgeschlossene Sortimente (Positiv-/Negativliste) zu definieren.

Der Erstellung der **Sortimentsliste** für Pößneck 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 4).

Von den Branchen, die aktuell nicht in dem zentralen Versorgungsbereich verortet sind, weisen verschiedene Sortimente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 34) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifisch, Kopplungsaffinität) auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 30) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung der innerörtlichen Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengruppen – trotz des **derzeitigen Fehlens** in dem zentralen Versorgungsbereich – als zentrenrelevant definiert.¹⁰² Hierbei handelt es sich um die Sortimente

- Antiquitäten, Kunstgegenstände,
- Computer, Computertechnik, Computerzubehör,
- Elektrokleingeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör,
- Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren,
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger,
- Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen.

Die vorstehend benannten Sortimente lassen sich in bestehenden kleinformatigen Leerständen in der Pößnecker 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 Pößneck 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.

¹⁰² 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 35: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Pößneck
Teil I

zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ¹⁰³	
<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

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
<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

7.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Pößneck

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 30) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Pößneck definiert. Hiermit soll eine versorgungsstrukturell bestmögliche und gesamtstädtisch gewinnbringende Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt werden. Die Ansiedlungsgrundsätze¹⁰⁴ sind auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen der Pößnecker Einkaufsinnenstadt, den Grundversorgungsstandorten und den Ergänzungslagen abgestimmt.

I. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

Ziel: Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der überörtlichen Ausstrahlung der Pößnecker Einkaufsinnenstadt, Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Einkaufsinnenstadt

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

Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Pößnecker Stadtgebiet – insbesondere in dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Lagen¹⁰⁵ – entgegengewirkt und die Einkaufsinnenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden.¹⁰⁶

Die Pößnecker Einkaufsinnenstadt soll zum dominierenden flächenseitigen Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente ausgebaut werden. Dies ist für die Stärkung und Qualifizierung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die überörtliche Ausstrahlung des Pößnecker Zentrums, seiner Urbanität und damit für die Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Die Ansiedlung von neuen, insbesondere von großformatigen Handelsbetrieben ist in der Altstadt – sowohl unter den bestehenden standortseitigen Voraussetzungen als auch fehlender größerer Potenzialflächen – tendenziell unrealistisch. Demzufolge müssen in dem Altstadtbereich potenzielle kleinformatige Handels- und Dienstleistungsbetriebe¹⁰⁷ konzentriert werden; daraus ergibt sich im Umkehrschluss ein Ausschluss von kleineren Geschäften im Standortbereich Kaufland-Areal. Mit Blick auf die Flächenverfügbarkeit sowie die Standortvoraussetzungen ist dieser Bereich – sofern in der Altstadt nachweislich keine Flächenpotenziale existieren – für großformatige Handelsbetriebe mit einer fachmarkttypischen Ausrichtung prädestiniert.

Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Pößneck zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 7.5.2). Der vorstehende Grundsatz I trifft sowohl für nicht-großflächige als auch für großflächige Handelsbetriebe¹⁰⁸ zu.

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

105 In Gewerbe- und Industriegebieten – insbesondere im Gewerbegebiet Ost – ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bilden hier lediglich Betriebe, die das sogenannte „Handwerkerprivileg“ erfüllen.

106 vgl. auch Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, Punkt 2.1, G 2-1 + G 2-2.

107 Nicht jede zur Verfügung stehende Gewerbefläche innerhalb der Altstadt muss zwingend durch Einzelhandel genutzt werden, da auch andere zentrentypische Nutzungen (z.B. Dienstleistungen oder Gastronomie) bei einer multifunktionalen Ausrichtung des Zentrums eingestellt werden müssen.

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

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 Pößneck

Die Pößnecker Einkaufsinnenstadt sollte perspektivisch über einen angemessenen Besitz an nahversorgungsrelevanten Sortimenten, speziell auch an Lebensmittelverkaufsfläche verfügen. Dies wird derzeit bereits durch einen großflächigen Verbrauchermarkt abgesichert. Der Markteintritt eines weiteren größeren Lebensmittelmarktes ist auf Grund fehlender Potenzialflächen offensichtlich nicht möglich und auch zukünftig unrealistisch. Daher kommt dem Schutz des bestehenden innerstädtischen Verbrauchermarktes 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 möglichst wohnsiedlungsintegrierte Standorte zu lenken.

Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes (dies betrifft auch die Verlagerung eines Betriebes) ist folglich 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 Grundversorgungsstandorten auszuschließen sind.

Diese formulierte Ausnahmeregelung gilt nicht für Standorte innerhalb von Gewerbe- oder Industriegebieten, in diesen städtebaulich nicht integrierten Lagen ist Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich auszuschließen.¹⁰⁹

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. Pößnecker Einzelhandelskonzeptes als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser

- in zentraler und für einen nicht unwesentlichen Teil der lokalen Wohnbevölkerung in *fußläufig gut erreichbaren Lage* befindet,
- 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.

109 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.

Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Lebensmitteln müssen diese Vorhaben eine standortgerechte Dimensionierung besitzen und überwiegend der Grundversorgung¹¹⁰ dienen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Pößnecker 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.¹¹¹ 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.

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; diese Aussage trifft jedoch nicht für Betriebe in Gewerbegebietslagen zu. Es sind die vorstehend skizzierten Prämissen anzuwenden.

III. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in die bestehenden Ergänzungslagen, 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 Pößnecker Innenstadt ist die Aufnahmefähigkeit größerer Handelsbetriebe begrenzt, da diese Anbieter i.d.R. für Verkaufs-/ Lager- und Parkierungsflächen einen hohen Flächenverbrauch haben, hohe oder ggf. auch störende 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 Pößneck prinzipiell zulässig. Eine Ansiedlung ist hauptsächlich in den beiden definierten Ergänzungslagen zu empfehlen, da so – auch unter Berücksichtigung der gesamtstädtischen Verkehrs- und Lieferströme sowie des aktuellen Angebotsbestands – 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.

110 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.

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

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 auch 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 in zentralen Versorgungsbereichen 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.¹¹² Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in integrierten Lagen darstellen.

Um den Handel speziell 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 Pößnecker Einkaufsinnenstadt auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche – maximal auf 800 m² Verkaufsfläche – des jeweiligen Betriebes zu begrenzen.

Die Randsortimente müssen grundsätzlich einen direkten und deutlichen funktionalen Bezug zum Kernsortiment haben.¹¹³ 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; in einem solchen Fall könnte auf Grund der kleinteiligen Angebotsstrukturen in der Pößnecker Altstadt eine Gefährdung eintreten.

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.

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

113 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.

Abschließend erfolgt überblicksartig eine zusammenfassende Darstellung der empfohlenen **Steuerungsmechanismen** zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in Pößneck.

Abbildung 36: Übersicht der Steuerungsempfehlungen im Einzelhandel

		zentraler Versorgungsbereich	Grundversorgungsstandort	Ergänzungslage	sonstige integrierte Standorte
nahversorgungsrelevantes Kernsortiment	großflächig	✓	✓ ¹¹⁴	✗	✗
	nicht-großflächig	✓	✓	✗	✗
zentrenrelevantes Kernsortiment	großflächig	✓	✗	✗	✗
	nicht-großflächig	✓	✗	✗	✗
nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment	großflächig	✓	✗	✓ ¹¹⁵	✓
	nicht-großflächig	✓	✓	✓	✓

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

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

7.7. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Der Stadt Pößneck 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 Pößneck 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, 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. Handlungsanleitungen¹¹⁶ 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 Saalfelder Straße, der östlichen Neustädter Straße oder entlang der nördlichen Ortsumgehungsstraße (B281) 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.

¹¹⁶ 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 Pößneck ist jedoch kein derartiger zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereich geplant.

3. Ein wichtiges Instrument der Feinsteuerung 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.¹¹⁷ Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, beispielsweise in bestimmten Baugebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen oder nur nahversorgungsrelevanten Handel ausnahmsweise zuzulassen.¹¹⁸ 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. 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 je-

117 „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.

118 Werden in Bebauungsplänen sortimentsbezogene Festlegungen zur Art der baulichen Einzelhandelsnutzung getroffen, ist diesen Festsetzungen die in dem vorliegenden Konzept erarbeitete Pößnecker 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.

doch zu einer Zersplitterung des Angebots und zu einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte; dies wird in Pößneck insbesondere im Fall des Gewerbegebietes Ost und der hier bestehenden hohen Angebotsmasse an Handelsfläche sichtbar.

Grundsätzlich sollte in Gewerbegebieten – 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 ausdrücklich das Gewerbegebiet Ost; aber auch andere Gewerbegebiete bzw. einzelne Gewerbestandorte in Pößneck.

5. Bestehende Bebauungspläne sollten daraufhin geprüft werden, inwieweit eine Ausweitung oder Umnutzung der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig möglich ist. Sofern rechtliche bzw. bauplanungsseitige Möglichkeiten bestehen, sollte eine weitere Verkaufsflächenerhöhung mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden.

Die vorstehende Maßgabe trifft für den Bebauungsplan „Gewerbe- und Industriegebiet Pößneck-Ost Teil I und Teil II“ zu. In den textlichen Festsetzungen sind keine Beschränkungen zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben enthalten. Es ist eine Änderung des Bebauungsplans zu empfehlen; dieser sollte an die Ziele bzw. die Grundsätze des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes angepasst werden.

6. Insofern großflächige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sollten diese Gebiete ggf. mit ihrem Bestand festgeschrieben bzw. überplant werden. Dies trifft beispielsweise für den Netto-Markt an der Mühlstraße, den Lidl-Markt in der Neustädter Straße, den Sonderpreis Baumarkt in der Saalfelder Straße oder den Hammer-Markt in der Lohstraße zu. 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 Bebauungsplanes müssen (auch) der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dienen, hierunter fällt die Pößnecker Einkaufsinnenstadt. Der Bebauungsplan soll der Umsetzung der Maßgaben des Zentrenkonzeptes 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.
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 Pößneck auswirken.

8. Zusammenfassung

Die Stadt Pößneck ist im Ostthüringer Raum verortet und wird in der Landesplanung als **Mittelzentrum** ausgewiesen. Pößneck ist mit ca. 11.700 Einwohnern die größte Stadt im Saale-Orla-Kreis. In der näheren Umgebung von Pößneck befinden sich maßgeblich kleinere Kommunen mit einer ländlich geprägten Siedlungsstruktur.

Die soziodemographischen **Rahmendaten** (Einwohnerentwicklung, -prognose, Altersstruktur, Kaufkraft etc.) von Pößneck weisen im Vergleich mit den landesweiten Strukturdaten aus Handelssicht teilweise schlechtere Rahmenbedingungen auf; für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung lassen sich hieraus keine substantiellen nachfragerrelevanten Impulse ableiten. Positiv stellt sich für Pößneck jedoch die hohe Arbeitsplatz-zentralität – sichtbar in der hohen Einpendlerquote – dar.

Der aktuelle **Einzelhandelsbestand** beträgt rd. 35.200 m² Verkaufsfläche; mit einer Verkaufsflächendichte von 3,0 m² je Einwohner zeigt sich ein – im Bundesvergleich – überdurchschnittlicher Flächenwert. Mit Blick auf umliegende Städte in der Region verfügt Pößneck über eine hohe Flächenausstattung, die vor allem durch die flächenintensiven Betriebe der Branche Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung und den Lebensmittelhandel getragen wird. Die Handelsfläche ist in Pößneck in den letzten 10 Jahren leicht um 5 % angestiegen. Im Gegenzug ist die Betriebsanzahl abgeschmolzen; es haben sich meist kleinere innerstädtische Läden abgesiedelt.

Die gesamtstädtische Flächendichte relativiert sich, da in dem **mittelzentralen Verflechtungsbereich** von Pößneck laut Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 35.900 Einwohner leben. Mit Ausnahme von Neustadt an der Orla (Grundzentrum) ist in dem Funktionsraum kein weiterer zentraler Ort ausgewiesen; in allen anderen Kommunen existiert nur ein geringes flächenseitiges Handelsangebot, das auf vereinzelte Angebote der Grundversorgung fokussiert. Pößneck übernimmt demnach nicht nur eine Versorgungsfunktion für die lokalen Verbraucher, sondern auch für den Großteil der Bewohner seines Verflechtungsbereiches; die stadtübergreifende Ausstrahlung des Handels zeigt sich in der Flächendichte (ca. 3,0 m²/Ew.) der Stadt.

Die **Verkausflächenstruktur** in Pößneck basiert überwiegend auf kleinformatigen Einzelhandelsgeschäften, da 69 % und somit der Großteil der örtlichen Handelsbetriebe eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweist. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse rd. 40 m² je Ladenlokal. Demgegenüber besitzen die großformatigen Handelsbetriebe (Verkausfläche ab 400 m²) mit einer gemessenen Verkaufsfläche von rd. 28.100 m² einen Anteil von 79 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche; dies bedingt – im arbeitsteiligen Zusammenspiel mit den kleineren Handelsbetrieben – dennoch eine hohe Strahlkraft des lokalen Handels.

Auf Grund des gut ausgeprägten Handelsbesatzes ergibt sich in vielen Branchen eine hohe **Zentralität** (Umsatz-Kaufkraft-Relation), die auf einen Kunden- und Kaufkraftzufluss aus der umliegenden Region nach Pößneck hinweist. Der Pößnecker Handel erreicht in fast allen Branchen eine hohe Eigenversorgungsquote für die Stadt und kann zusätzlich eine anteilige Versorgungsfunktion für die Einwohner des Verflechtungsbereiches übernehmen.

Der **innerstädtische Handelsbesatz** ist in Pößneck mit ca. 8.500 m² flächenseitig gut ausgeprägt und besitzt mit einem Anteil von rd. 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein hohes versorgungsstrukturelles Gewicht, zumal hier der Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente besteht. Der Bereich setzt sich aus dem Handel in der historischen und städtebaulich attraktiven Pößnecker Altstadt zusammen; hierzu gruppieren sich zahlreiche Komplementärangebote, so dass dieser Bereich – für die kleinstädtischen Verhältnisse – eine hohe Multifunktionalität besitzt. Westlich an die Altstadt grenzt ein innerstädtischer Fachmarktstandort, der maßgeblich zur Zentralität und Ausstrahlungskraft der Innenstadt beiträgt.

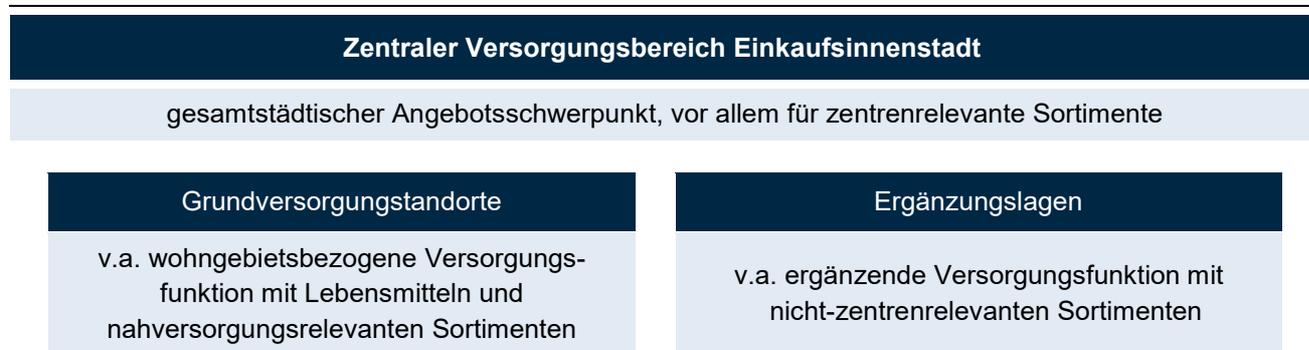
Der flächenseitige Angebotsschwerpunkt befindet sich in Pößneck im **Gewerbegebiet Ost**; mit einer Verkaufsfläche von ca. 18.100 m² ist hier der Großteil der Verkaufsfläche verortet. Das Angebot ist einerseits funktionsgerecht auf Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Handel ausgerichtet; es existieren jedoch auch zahlreiche Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten, die in Konkurrenz zum Innenstadthandel stehen.

Pößneck verfügt über eine **gut strukturierte Lebensmittelversorgung**, die sich aus einem Verbrauchermarkt, einem Supermarkt und vier Discountern zusammensetzt; Getränkemarkte und zahlreiche kleinformatige Anbieter arrondieren dieses Angebot. Der Großteil der kernstädtischen Bevölkerung kann im fußläufigen Nahbereich einen Lebensmittelmarkt erreichen.

Pößneck sollte perspektivisch seine **handelsseitige Versorgungsfunktion** stabilisieren und weiter maßvoll ausbauen. Die Pößnecker 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 Pößnecker 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 Pößneck stellt zusammenfassend folgende Abbildung dar, welche die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelsstandorte verdeutlicht.

Abbildung 37: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Pößneck (Zielperspektive)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der formulierten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung wurde die vorliegende Einzelhandelskonzeption entwickelt und mit der Verwaltung von Pößneck 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 Pößnecker Stadtrats für die Verwaltung bindend. Zur Umsetzung der Einzelhandelskonzeption wird der Beschluss der

- Steuerungsgrundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Handels,
- des strukturprägenden Versorgungsstandorte des Handels und deren Funktionszuweisung und
- der „Pößnecker Liste“ zur Sortimentsdefinition

empfohlen.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Mathias Vlcek

Projektleiter

Erfurt, 26. Januar 2022

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots

Der gesamte Einzelhandel in Pößneck wurde im Juni 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 Pößneck 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.¹¹⁹

¹¹⁹ 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 Handelsbetriebstypen

Ambulanter Handel

- nicht ortsgebundene Verkaufsstände bzw. Verkaufsfahrzeuge mit wechselnden Standorten

Beispiele: Verkaufswagen für Backwaren, Fleischwaren oder Fisch, Verkaufsstände für Obst und Gemüse, Tiefkühlheimdienst, Rollende Supermärkte

Cash & Carry (C&C)

- Großhandelsbetrieb für gewerbliche Kunden, meist zur Selbstabholung
- Betrieb umfasst neben einem umfangreichen Lebensmittelangebot eine zusätzliche Non-Food-Abteilung

Beispiele: Metro, Selgros, Edeka C+C

Einkaufspassage

- geschlossene bauliche Ladeneinheit, meist mit verschiedenen Einzelhandelsgeschäften, Ergänzung durch Dienstleistungsbetriebe und Gastronomieanbieter möglich
- kein vollumfängliches Einzelhandelsangebot und begrenzte Gesamtverkaufsfläche
- Standorte sind meist Citylagen oder Lagen in Nebengeschäftszentren

Einkaufszentrum

- großflächige räumliche Konzentration zahlreicher Einzelhandelsgeschäfte verschiedener Branchen sowie Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch diverse Gastronomie- und Dienstleistungsanbieter
- Anbieter befinden sich in einer baulichen Einheit, oft mehrgeschossig
- Einkaufszentrum ist i.d.R. durch einen oder mehrere Magnet- oder Ankermieter (Kauf-/Warenhaus, Fach-/Verbrauchermarkt, SB-Warenhaus) geprägt
- großes Angebot an Kundenparkplätzen
- einheitliches Marketing, zentrale Verwaltung und Management

Fachgeschäft

- branchenspezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit unterschiedlichen Verkaufsflächengrößen
- Lage meist in Innenstadt- oder Stadtteillagen
- hohe Sortimentstiefe
- umfangreiche Beratung und Kundenservice, vorwiegend nach dem Bedienungsprinzip

Fachmarkt

- spezialisierter, oft großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment mit discountorientierter Preispolitik
- Dominanz des Selbstbedienungsprinzips, aber auch teilweise mit Beratung und Service, häufig knappe Personalbesetzung
- Lage vorwiegend außerhalb zentraler Einkaufsbereiche
- gute Pkw-Erreichbarkeit, vorwiegend an Ausfallstraßen oder in Gewerbe- und Sondergebieten gelegen

Beispiele: KIK, Takko, Deichmann, Reno, Spielmax, Media-Markt, Medimax, Saturn, Fressnapf, Zoo & Co., OBI, toom, Hagebau, Jysk

Fachmarktzentrum/Fachmarkttagglomeration

- großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte diverser Branchen
- oft in Kombination mit einem Lebensmittel-Verbrauchermarkt/Discounter/Supermarkt
- dezentrale bzw. periphere Lage bei sehr guter Erreichbarkeit
- großes Angebot an Kundenparkplätzen

Factory Outlet Center

- Konzentration von Einzelhandelsbetrieben meist mit dem Schwerpunkt Mode in einem Center
- Verkauf erfolgt durch den Hersteller direkt an den Endverbraucher unter Ausschluss des Großhandels
- dezentrale, verkehrsgünstige Lage, meist in der Nähe von Autobahnen bzw. überregionalen Verkehrsachsen
- großes Angebot von Kundenparkplätzen

Beispiele: Ingolstadt Village, The Style Outlets Halle Leipzig, Designer Outlet Berlin, Wertheim Village

Kaufhaus

- großflächiges Einzelhandelsfachgeschäft mit breiten, tiefen und branchengebundenen Sortimenten (häufig Textilien), oft auf mehreren Ebenen
- Verkauf erfolgt vorwiegend in Kundenvorwahl
- Standorte meist in zentraler Innenstadt oder in Einkaufszentren

Beispiele: P&C, Breuninger, C&A, H&M

Warenhaus

- großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem Sortiment, welches fast alle Branchen umfasst, der Sortimentsschwerpunkt liegt auf modischen Sortimenten
- Einzelhandelsangebot wird durch Dienstleistungen und Gastronomie ergänzt
- Verkauf erfolgt vorwiegend in Kundenvorwahl
- meist in zentraler Innenstadtlage oder in Einkaufszentren

Beispiele: Karstadt, Kaufhof

Anlage 3: 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 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich

zentrenrelevante Sortimente gemäß Pößnecker Sortimentsliste	bestehende Angebote im zentralen Versorgungsbereich ¹²⁰
<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	√
- Sanitätswaren, 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

¹²⁰ 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 Pößneck	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 Pößneck	22
Abbildung 12: Altersstruktur Pößneck im Landesvergleich.....	23
Abbildung 13: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	24
Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Pößneck.....	25
Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m ² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte	27
Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Pößnecker Einzelhandels.....	28
Abbildung 17: Innenstadt von Pößneck.....	31
Abbildung 18: Agglomerationsstandorte im Gewerbegebiet Ost	32
Abbildung 19: Branchenstruktur Pößneck.....	34
Abbildung 20: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Pößneck (Auswahl).....	38
Abbildung 21: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten von Pößneck.....	42
Abbildung 22: Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Pößneck	43
Abbildung 23: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens.....	46
Abbildung 24: Szenarien der Kaufkraftbindung für Pößneck	47
Abbildung 25: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens	48
Abbildung 26: Ziel-Bindungsquoten für Pößneck (Szenario B).....	49
Abbildung 27: Innerstädtische Leerstandsflächen – sofort nutzbar (Auswahl)	62
Abbildung 28: Innerstädtische Leerstandsflächen – sanierungsbedürftig (Auswahl)	62
Abbildung 29: Innerstädtische Potenzialflächen	63
Abbildung 30: Städtebauliche Ziele und Standort-/ Sortimentskonzept für Pößneck	65
Abbildung 31: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen	68
Abbildung 32: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen.....	70
Abbildung 33: Modell der Zentrenstruktur von Pößneck	73
Abbildung 34: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	93
Abbildung 35: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Pößneck.....	96
Abbildung 36: Übersicht der Steuerungsempfehlungen im Einzelhandel	103
Abbildung 37: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Pößneck (Zielperspektive)	109

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Pößneck im Vergleich	22
Tabelle 2: Pendlersaldo von Pößneck.....	23
Tabelle 3: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Pößneck	26
Tabelle 4: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Pößneck	27
Tabelle 5: Verkaufsflächen und Geschäfte in Pößneck nach Standortkategorien.....	33
Tabelle 6: Strukturdaten des Einzelhandels in Pößneck.....	36
Tabelle 7: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Pößneck	37
Tabelle 8: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Pößnecker Einzelhandels nach Bedarfsbereichen	41
Tabelle 9: Konsumentenpotenzial für den Pößnecker Handel im Jahr 2030.....	44
Tabelle 10: Prospektive Entwicklung des Marktpotenzials in Pößneck	45
Tabelle 11: Entwicklungspotenziale für den Pößnecker Einzelhandel (Zusammenfassung)	60

Kartenverzeichnis

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2020	8
Karte 2: Lagebeziehungen von Pößneck im regionalen Kontext	20
Karte 3: Raumstruktur Ostthüringen (Ausschnitt).....	21
Karte 4: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Pößneck	29
Karte 5: Angebotsnetz und fußläufige Nahbereiche der Pößnecker Lebensmittelmärkte	39
Karte 6: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter (Ziel-Konzept)	56
Karte 7: Zentren- und Standortkonzept Pößneck.....	74

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots	110
Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen.....	112
Anlage 3: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH).....	114
Anlage 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich	116