

Einzelhandels-/ Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Musik- und Bergstadt Sondershausen

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Sondershausen
Markt 7
99706 Sondershausen

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

Erfurt, 12. März 2019 (Überarbeitung 30. September 2020)

Beschlussfassung durch den Stadtrat der Stadt Sondershausen am 01.10.2020 (Beschluss Nr. SR 158-12/2020)

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Zielsetzung	6
2. Allgemeine Strukturdaten des Handels / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Sondershausen	8
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite	8
2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite	11
3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels	15
4. Standortrahmendaten Sondershausen	22
5. Einzugsgebiet/Nachfragevolumen des Sondershäuser Handels	28
5.1. Regionale Wettbewerbssituation	28
5.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial	30
5.3. Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial	32
6. Einzelhandelsanalyse der Stadt Sondershausen	34
6.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand	34
6.2. Räumliche Angebotsstruktur des Sondershäuser Einzelhandels	36
6.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	39
6.3.1. Sortimentsstruktur Sondershausen	39
6.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich	40
6.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich	41
6.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich	43
6.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Sondershausen	45
6.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung	45
6.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Sondershausen	47
6.5. Bindungsintensität des Sondershäuser Einzelhandels	50
6.6. Stärken-Schwächen-Analyse des Sondershäuser Einzelhandels	52
7. Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Sondershausen	53
7.1. Nachfrageprognose	53
7.2. Entwicklungsrahmen des Sondershäuser Einzelhandels	55
7.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Sondershausen	60
7.3.1. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept	60
7.3.2. Non-Food	65
7.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts	69

8. Zentrenkonzept der Stadt Sondershausen.....	72
8.1. Ziele des Zentrenkonzepts	72
8.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen	73
8.3. Zentren-/ Standortkonzept Sondershausen	79
8.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur.....	79
8.3.2. Zentraler Versorgungsbereich Altstadt	81
8.3.2.1. Standortprofil	81
8.3.2.2. Sondershäuser Wochenmarkt.....	85
8.3.2.3. e-Impact-Check zentraler Versorgungsbereich Altstadt.....	87
8.3.3. Nahversorgungsstandorte.....	90
8.3.4. Sonderlagen.....	94
8.4. Sortimentskonzept Sondershausen.....	106
8.4.1. Begriffsdefinition.....	106
8.4.2. „Sondershäuser Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente.....	108
8.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Sondershausen...	112
8.6. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung	115
9. Schlussbemerkung	118

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Sondershausen	7
Abbildung 2: Veränderung der Bevölkerung der Bundesländer in den Jahren 2013 bis 2040 (in %)	8
Abbildung 3: Altersaufbau Deutschland in den Jahren 1990 bis 2040 (Männer/Frauen)	9
Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2007 bis 2017	9
Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2007 bis 2017	11
Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2002 bis 2017	12
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2003 bis 2018.....	13
Abbildung 8: Top-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2016-2017	13
Abbildung 9: Verteilung der Shoppingcenter in Deutschland nach Lage und Eröffnungszeitraum	14
Abbildung 10: Bevölkerungsverteilung Sondershausen.....	24
Abbildung 11: Altersstruktur Sondershausen im Landesvergleich.....	25
Abbildung 12: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	26
Abbildung 13: Einzelhandelszentralität ausgewählter Orte im regionalen Umfeld von Sondershausen	29
Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Stadt Sondershausen	32
Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m ² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte	35
Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Sondershäuser Einzelhandels.....	35
Abbildung 17: Verkaufsflächenstruktur Sondershausen	39
Abbildung 18: Beispiele für strukturprägende Lebensmittelanbieter in Sondershausen	46
Abbildung 19: Beispiele für Lebensmittelanbieter in dezentralen Ortsteilen von Sondershausen.....	49
Abbildung 20: Sortimentsspezifische Bindungsintensität des Sondershäuser Einzelhandels	51
Abbildung 21: Stärken-Schwächen-Analyse des Sondershäuser Einzelhandels	52
Abbildung 22: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens	55
Abbildung 23: Szenarien der Kaufkraftbindung.....	56
Abbildung 24: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens	57
Abbildung 25: Ziel-Bindungsquoten für Sondershausen (Szenario B).....	58
Abbildung 26: Innerstädtische Leerstandsflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl).....	67
Abbildung 27: Innerstädtische Potenzialflächen zur (Neu-)Bebauung (Auswahl).....	68
Abbildung 28: Innerstädtische Leerstandsflächen in der Galerie am Schlossberg (Auswahl).....	68
Abbildung 29: Städtebauliche Ziele / Standort- und Sortimentskonzept für Sondershausen	72
Abbildung 30: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen	75
Abbildung 31: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen.....	76
Abbildung 32: Modell der Zentrenstruktur von Sondershausen	79
Abbildung 33: Markttag in Sondershausen	85
Abbildung 34: Sortimentsszusammensetzung des Sondershäuser Wochenmarktes	86
Abbildung 35: e-Impact-Factor zentraler Versorgungsbereich Altstadt	87
Abbildung 36: Branchenexposition Einzelhandel für das Jahr 2027 im zVB Altstadt	88
Abbildung 37: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	106
Abbildung 38: Sondershäuser Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	109
Abbildung 39: Prospektive funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Sondershausen	118

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Sondershausen im Vergleich.....	24
Tabelle 2: Pendlerbewegungen/Pendlersaldo von Sondershausen	25
Tabelle 3: Beherbergungen in Sondershausen.....	26
Tabelle 4: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels	31
Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für das Marktgebiet von Sondershausen	33
Tabelle 6: Betriebe und Verkaufsflächen in Sondershausen im Zeitvergleich.....	34
Tabelle 7: Verkaufsflächen und Geschäfte in Sondershausen nach Standortkategorien.....	37
Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich	40
Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich	41
Tabelle 10: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich	43
Tabelle 11: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Sondershausen	45
Tabelle 12: Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen	49
Tabelle 13: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Sondershäuser Einzelhandels nach Bedarfsbereichen	50
Tabelle 14: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Sondershäuser Handels im Jahr 2027	53
Tabelle 15: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels.....	54
Tabelle 16: Entwicklungspotenziale für den Sondershäuser Einzelhandel (Kurzzusammenfassung)	69

Kartenverzeichnis

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2017	10
Karte 2: Lagebeziehungen von Sondershausen im regionalen Kontext.....	22
Karte 3: Raumstruktur Nordthüringen (Ausschnitt)	23
Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Sondershausen inkl. Einzelhandelsumsätze	28
Karte 5: Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels	30
Karte 6: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Sondershausen (Kernstadt).....	36
Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt.....	47
Karte 8: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter	62
Karte 9: Zentren-/ Standortkonzept Sondershausen.....	80
Karte 10: Grundversorgungskonzept Sondershausen	90

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Sondershausen	119
Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen.....	121
Anlage 3: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen	123
Anlage 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich	125

1. Ausgangssituation / Zielsetzung

Die BBE Handelsberatung hat von der Stadtverwaltung Sondershausen den Auftrag zur **Erstellung einer Einzelhandelskonzeption** erhalten. Das Ziel dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzepts – das ein städtebauliches Konzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB darstellt – ist die Erarbeitung einer fachlich determinierten Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Sondershausen. 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 Sondershausen und des Umlandes gesichert bzw. langfristig herausgebildet werden.

Als Träger wichtiger Versorgungsfunktionen nimmt der Einzelhandel in positiver und ggf. auch in negativer Hinsicht maßgeblichen Einfluss auf die **Entwicklungsperspektiven von Sondershausen**, insbesondere auf den Innenstadtbereich. Der Einzelhandel der Stadt Sondershausen ist aktuell durch die Wechselbeziehungen zwischen dem Angebot in der Innenstadt, in Nahversorgungslagen und an dezentralen Standorten geprägt. In Folge weiterer städtebaulicher Entwicklungsprozesse – insbesondere auch auf Grund der demographischen Entwicklung – sind Veränderungen der Funktionen und Angebotsschwerpunkte von Einzelhandelsstandorten zu erwarten.

Folgende wesentliche **Ziele** gilt es, bei der zu erstellenden Einzelhandelskonzeption zu berücksichtigen:

- Die Stadt Sondershausen soll den Einwohnern der Stadt und des Umlandes ein breit gefächertes und attraktives Versorgungsangebot bereitstellen, um die landesplanerisch verankerte Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowohl für die Stadt selbst als auch für den Verflechtungsbereich langfristig zu erfüllen. Es soll ein ausgewogenes Einzelhandelsangebot offeriert werden, welches der Größe des Versorgungsgebietes von Sondershausen entspricht.
- Die Innenstadt von Sondershausen ist als zentraler Einzelhandelsschwerpunkt zu sichern und auszubauen, um im interkommunalen Wettbewerb attraktiv und marktfähig zu bleiben. Dieser Bereich soll 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 minimalem 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 Sondershäuser Einzelhandels. Perspektivisch soll in Sondershausen ein ausgewogenes Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, welches der Größe des Versorgungsgebietes von Sondershausen entspricht. Die Stadt Sondershausen ist in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen; in dem landesplanerisch ausgewiesenen Funktionsraum von Sondershausen leben rd. 40.000 Einwohner.¹ Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes** wird ermittelt, welche flächenseitigen Ansiedlungsspielräume im Sondershäuser Einzelhandel noch gegeben sind, um eine Verbesserung sowohl gesamt- als auch der überörtlichen Versorgungsfunktion zu erreichen.

Im Rahmen der Bearbeitung wird der Fokus auf die Sondershäuser 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 sog. Sonderstandorte bzw. Ergänzungslagen für Sondershausen definiert (Standortkonzept). Diesen Standorten wird dann in einem weiteren Schritt eine sortimentsseitige Funktionszuweisung in Bezug auf den jeweiligen Versorgungsauftrag zugeordnet (Sortimentskonzept). Diese sog. „Sondershäuser Liste“ dient dann auch als Grundlage für weitere Entscheidungen in Bezug auf mögliche Ansiedlungsvorhaben.

¹ Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Tab. 3 (Stand 12/2012).

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wird ermittelt, welche flächenseitigen Einschränkungen sich durch den wachsenden Marktanteil des **e-Commerce** auf den stationären Handel in Sondershausen ergeben werden. In einer Prognoserechnung wird eruiert, mit welchen Flächenrückgängen im stationären Handel in den nächsten zehn Jahren zu rechnen ist. Somit kann seitens der lokalen Akteure in Sondershausen diskutiert werden, welche Maßnahmen ergriffen werden können, um die prognostizierten Auswirkungen zu kompensieren bzw. zu minimieren.

Folgende Abbildung stellt den Prozess bzw. die **wesentlichen Bearbeitungsschritte** des Sondershäuser Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes im Überblick dar:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Sondershausen

Angebotsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse sekundärstatistischer Standortrahmendaten ▪ Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands ▪ Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels 	Jan/Feb 2018
Nachfrageanalyse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abgrenzung des Einzugsgebietes ▪ Berechnung des Nachfragepotenzials ▪ Ermittlung der branchenspezifischen Zentralitäten 	Feb 2018
Einzelhandelsentwicklungs-konzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufkraftprognose für das Jahr 2027 ▪ Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des Einzelhandels ▪ Ermittlung von Ansiedlungspotenzialen 	Mär 2018
Zentrenkonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausarbeitung Zentrenkonzept ▪ Definition der einzelnen Versorgungslagen (zentraler Versorgungsbereich, Nahversorgungslagen, Sonderstandorte) ▪ Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung ▪ Erarbeitung der „Sondershäuser Liste“ 	Apr 2018
e-Impact-Check	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewertung der Widerstandsfähigkeit des Sondershäuser Innenstadthandels gegenüber dem e-Commerce ▪ Berechnung möglicher flächenseitiger Abschmelzungen im Sondershäuser Innenstadthandel 	Apr 2018
Präsentation / öffentliche Diskussion / Überarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation des Konzeptes innerhalb der Verwaltung ▪ Offenlegung des Konzeptes ▪ Prüfung der eingegangenen Stellungnahmen, Überarbeitung und Ergänzung des Konzeptes 	Mai 2018 – Sep 2019
Beschluss	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschluss des Einzelhandels - und Zentrenkonzeptes durch den Stadtrat der Stadt Sondershausen 	Okt 2020

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Das folgende Konzept ist auf eine geordnete und wettbewerbsfähige Positionierung des Einzelhandels von Sondershausen sowie eine aktive, städtebaulich verträgliche Investitionspolitik im Bereich des Handels ausgerichtet. Es dient dem Grundsatz der Sicherung einer nachhaltigen Stadtentwicklung auf Basis der ausgewiesenen landesplanerischen Funktion der Stadt Sondershausen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept kann bei Bedarf jederzeit angepasst bzw. fortgeschrieben werden.

2. Allgemeine Strukturdaten des Handels / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Sondershausen

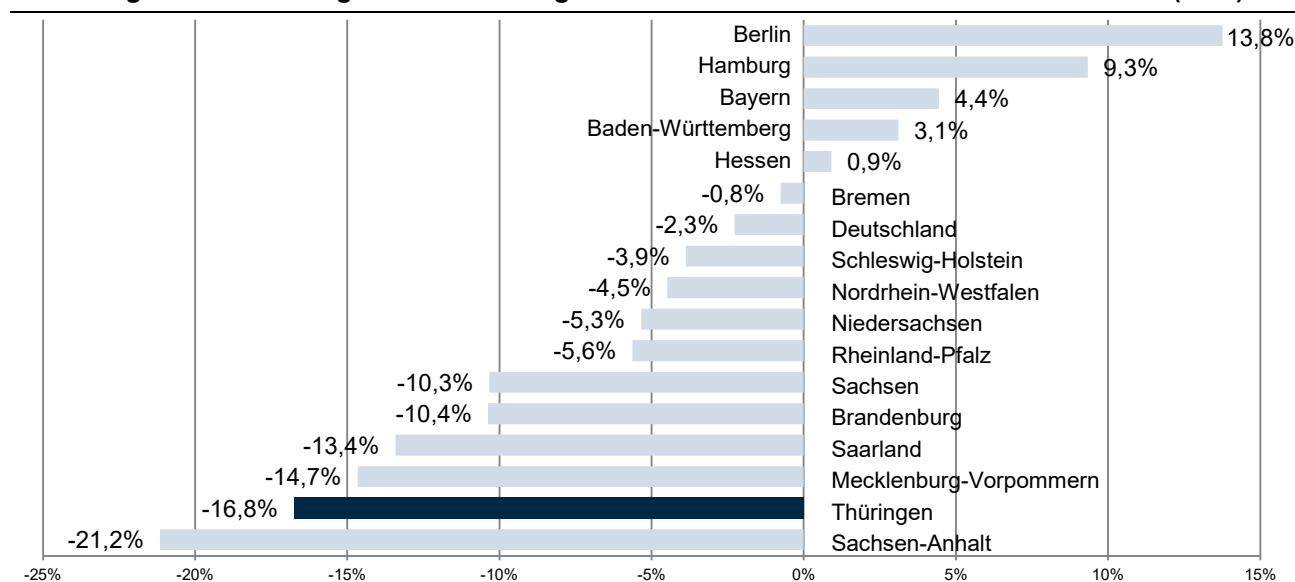
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite

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 0,7 % zugenommen, wobei das Wachstum maßgeblich durch die Migration bedingt war. Die Bevölkerungsentwicklung ist in der Vergangenheit räumlich differenziert verlaufen, wobei alle ostdeutschen Flächenländer einen Bevölkerungsverlust zu verzeichnen hatten. Die höchsten Einwohnerrückgänge waren in Deutschland in den letzten 10 Jahren in Sachsen-Anhalt (-7,9 %), in Thüringen (-6,6 %), in Mecklenburg-Vorpommern und im Saarland (je -4,1 %) zu beobachten.²

Die deutlichen regionalen Unterschiede bleiben auch bei der **zukünftigen Bevölkerungsentwicklung** bestehen. Durch die innerdeutsche Wanderungsbewegung ist im Süden und im Nordwesten Deutschlands, aber auch in vielen Ballungsräumen und in Großstädten in den nächsten 20 bis 30 Jahren mit einem Bevölkerungswachstum zu rechnen. Dieses Wachstum geht vor allem zu Lasten der östlichen, aber auch teilweise der westlichen Gebiete der Republik (z.B. des Saarlands, ländlicher Gebiete aller Bundesländer).

Anhand der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung ist bundesweit mit einer leicht sinkenden Einwohnerzahl zu rechnen. Auf Grund der regional unterschiedlich verlaufenden Entwicklung ist jedoch in den ostdeutschen Flächenländern – so auch in Thüringen – mit einem weiteren Bevölkerungsrückgang zu rechnen.

Abbildung 2: Veränderung der Bevölkerung der Bundesländer in den Jahren 2013 bis 2040 (in %)



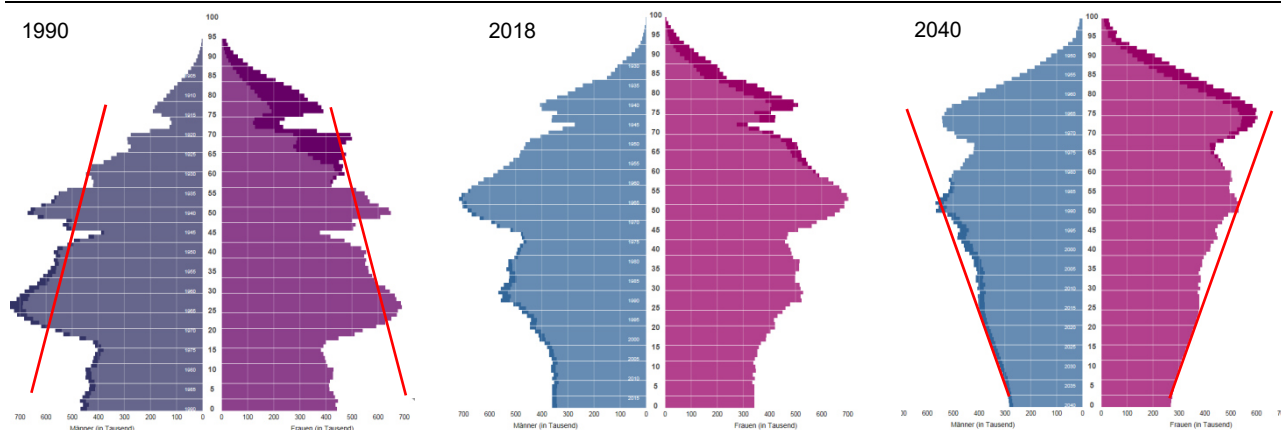
Quelle: Statistisches Bundesamt 2018, Ergebnisse der 13. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2013), Variante 2 (Kontinuität bei stärkerer Zuwanderung)

Weitere Veränderungen ergeben sich bei der Entwicklung der Alters- bzw. Bevölkerungspyramide. Die Lebenserwartung steigt sowohl für Männer als auch für Frauen stetig an. Dieser Trend zeigt sich im **Altersdurchschnitt der Bevölkerung**, wobei sich dieser bis zum Jahr 2040 weiter erhöhen wird und somit – auch bei einer wachsenden Geburtenrate in den letzten Jahren – eine (Über-)Alterung der Bevölkerung bewirkt. Im Jahr 2040 werden ca. 30 % der Einwohner in Deutschland älter als 65 Jahre sein. Dieser Trend wird

2 Quelle: Statistisches Bundesamt 2018, Bevölkerungsstand nach Bundesländern zum 31.12.2007/2017.

verstärkt auch die Bevölkerungsstruktur im Freistaat Thüringen betreffen, da das Durchschnittsalter bereits heute mit 47,0 Jahren deutlich über dem Bundesdurchschnitt von 44,3 Jahren liegt.³

Abbildung 3: Altersaufbau Deutschland in den Jahren 1990 bis 2040 (Männer/Frauen)

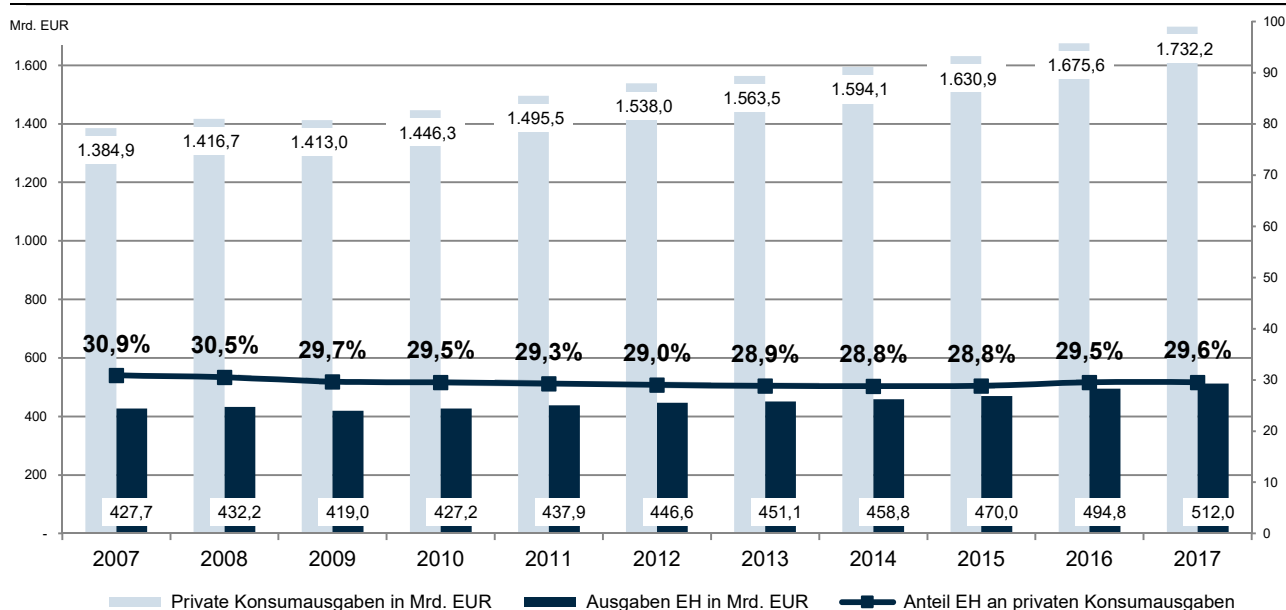


Quelle: Statistisches Bundesamt, Ergebnisse der 13. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2013), Variante 2

Mit der vorstehend beschriebenen Entwicklung gehen Folgen für den Einzelhandel 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. Dies führt zur Notwendigkeit der Einzelhandelsbetriebe, sich an die veränderten Rahmenbedingungen anzupassen.

In den letzten Jahren ist in Deutschland ein leicht **sinkender Ausgabenanteil im Einzelhandel** am Gesamteinkommen zu beobachten. Obwohl das verfügbare Einkommen und die privaten Konsumausgaben – auch im Einzelhandel – in der Vergangenheit stetig gestiegen sind, hat der Anteil des Handels an den Konsumausgaben in der vergangenen Dekade um 1,3 %-Punkte abgenommen und lag im Jahr 2017 bei 29,6 %. Die Einzelhandelsausgaben sind jedoch seit dem Jahr 2007 um 19,7 % auf 512,0 Mrd. EUR gestiegen.

Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2007 bis 2017



Quelle: Statistisches Bundesamt 2018, Statista Hamburg 2018 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

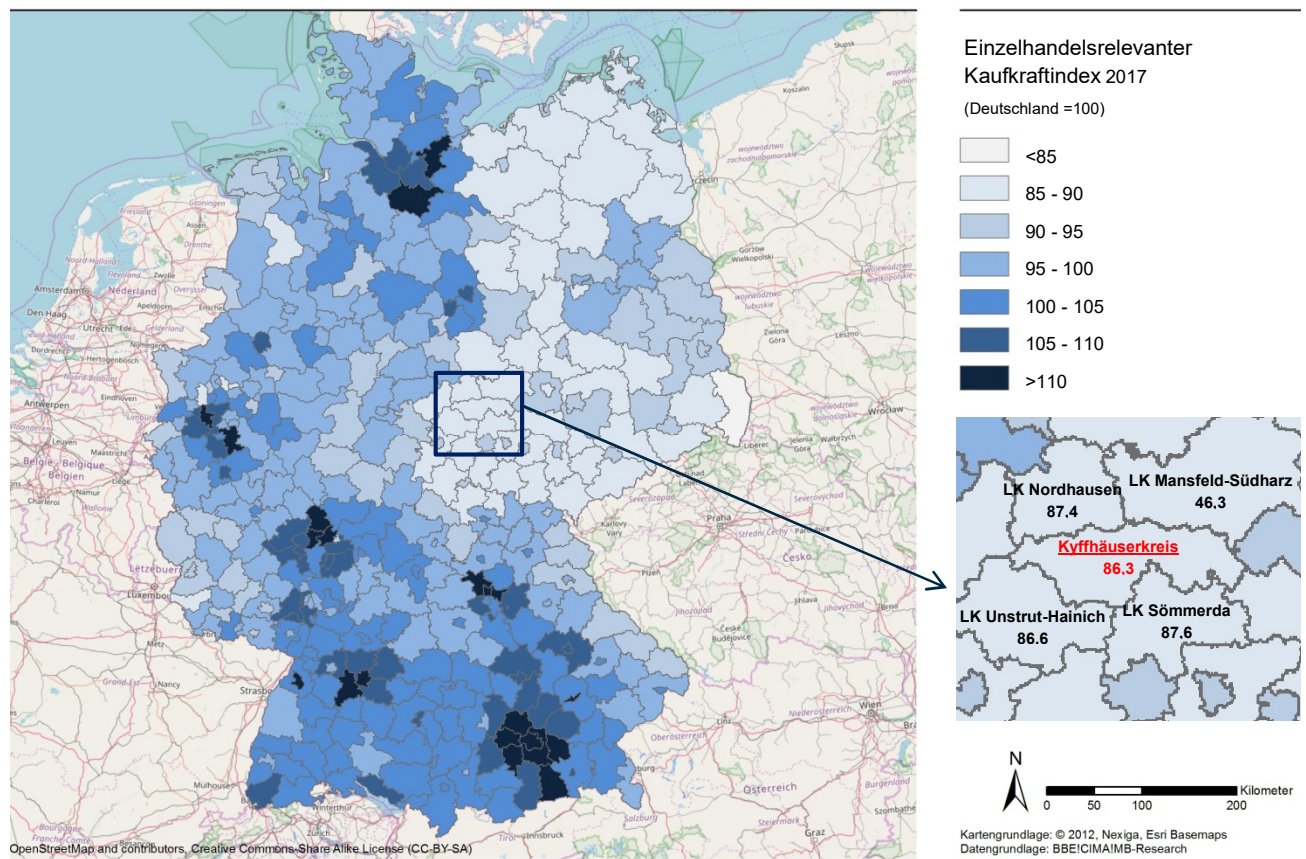
3 Quelle: Statistisches Bundesamt, Durchschnittsalter in den Bundesländern 2016.

Der leicht sinkende 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 (inklusive Online-/ Versandhandel) zur Verfügung stehen.

In der nachfolgenden Karte sind die Kaufkraftindizes 2017 für die Bundesrepublik auf Landkreisebene dargestellt. Dabei gibt der Kaufkraftindex von 100 den Bundesdurchschnitt an. Im Vergleich der einzelnen Landkreise wird deutlich, dass innerhalb von Deutschland deutliche regionale Disparitäten bestehen.

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2017



Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex⁴ beträgt im Freistaat Thüringen 89,4, so dass dem Einzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (100,0) deutlich geringere Nachfragepotenziale je Einwohner zur Verfügung stehen. Dementsprechend bestehen für den Einzelhandel schlechtere Entwicklungschancen. Dies trifft auch für den Raum Sondershausen zu, da die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Kyffhäuserkreis (86,3) und auch in umliegenden Landkreisen unterhalb des bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnittswertes liegt.

4 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017.

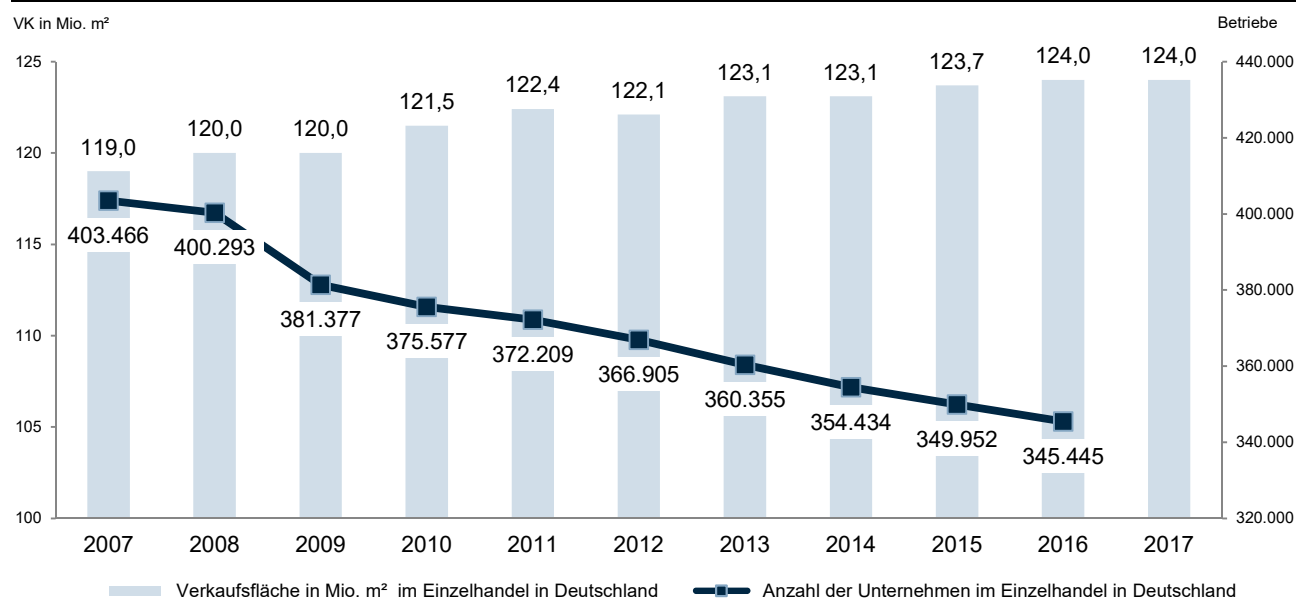
2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite

Im Nachgang zu den kurz beschriebenen Trends auf der Nachfrageseite, welche die Bestimmungsfaktoren für die Umsätze im Einzelhandel und somit für das Angebot darstellen, werden in Folge überblicksartig die wesentlichen Entwicklungstendenzen des Handels in Deutschland aufgeführt.

Die Entwicklung ist in den letzten Jahren durch ein starkes **Verkaufsflächenwachstum** geprägt. Während der Flächenanstieg Anfang der 1990er Jahre vor allem durch den Flächenaufwuchs in den ostdeutschen Bundesländern bestimmt war, ist der Zuwachs der letzten Jahre wesentlich durch die gesamtdeutsche Expansion von Großbetriebsformen wie Lebensmittelmärkten, Non-Food-Fachmärkten und auch Shopping-Centern gekennzeichnet. Die Konzepte dieser Vertriebsformen benötigen dabei durch den technologischen und organisatorischen Wandel, die erhöhten Anforderungen an Präsentations- und Laufflächen oder neue Ladenbaukonzepte größere Flächen. Der Verkaufsflächenzuwachs betrug in den letzten zehn Jahren ca. 5,0 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 Innenstadt- und Nahversorgungslagen sowie Stadtteilzentren Bedeutungsverluste hinnehmen müssen. Davon sind vor allem ostdeutsche Städte betroffen, die z.T. hohe Verkaufsflächenanteile in dezentralen bzw. an autokundenorientierten Standorten aufweisen.

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2007 bis 2017



Quelle: Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) 2018

Die Anzahl der **Einzelhandelsunternehmen** ist in den letzten Jahren bundesweit deutlich rückläufig. Allein in dem Zeitraum zwischen 2006 und 2016 hat sich die Zahl der Einzelhandelsbetriebe deutschlandweit um über 15 % reduziert (vgl. Abb. 5). Als Konsequenz zu dem vorstehend dargestellten Verkaufsflächenwachstum ergeben sich daraus im Mittel größere Betriebseinheiten.

Der bereits seit langem andauernde Strukturwandel im deutschen Einzelhandel vollzieht sich dabei insbesondere zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte. Einen Bedeutungszuwachs konnten andererseits filialierte Einzelhändler sowie Franchisekonzepte und discountorientierte Handelsunternehmen erzielen.

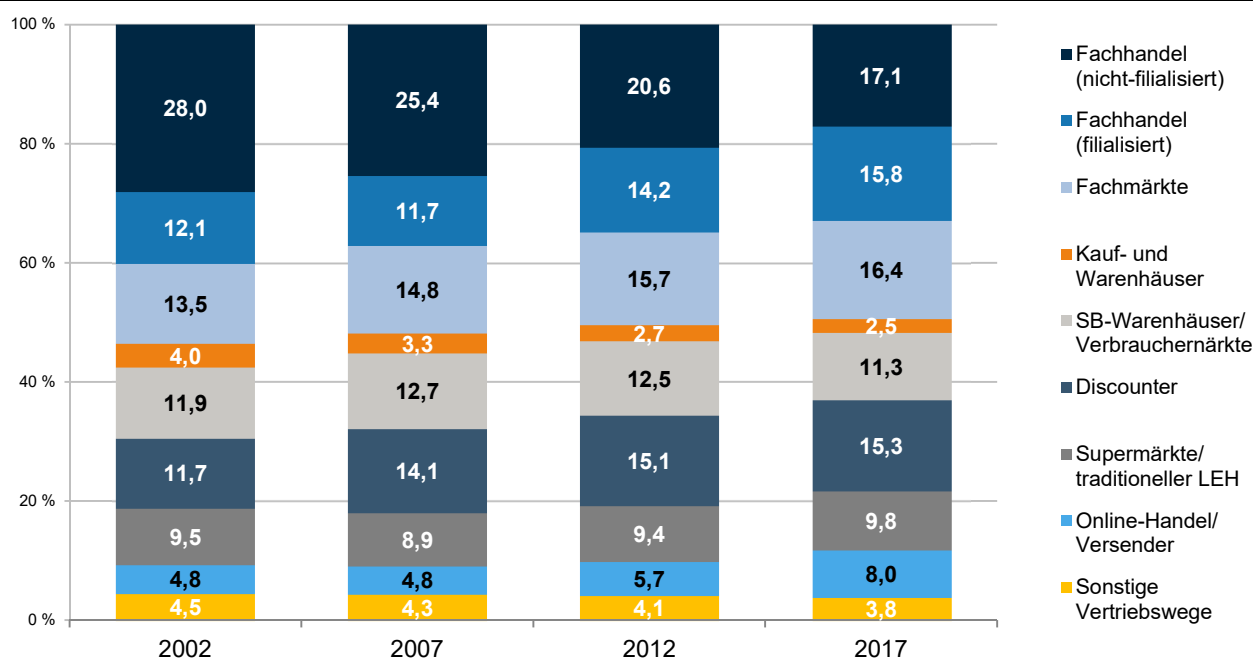
⁵ Anmerkung: Der Verkaufsflächenzuwachs betrug allein im Lebensmittelhandel zwischen 2007 und 2016 rund 2,7 Mio. m² Verkaufsfläche. Quelle: Statista Hamburg 2018, Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2007 bis 2016 nach Betriebsformen.

Die Folge des stetigen Flächenwachstums – dem ein relativ konstanter bzw. nur leicht steigender Einzelhandelsumsatz der letzten Jahre gegenübersteht – wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität**⁶ deutlich. Diese Kennziffer hat sich in den vergangenen 20 Jahren um rd. 11 % vermindert und liegt derzeit bei rd. 3.460 EUR/m² Verkaufsfläche.⁷ Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in 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 deutlich 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.

Die nachstehende Abbildung veranschaulicht die Veränderung der **Marktanteile einzelner Betriebsformen** im 5-Jahres-Rhythmus. Zu den Verlierern gehören insbesondere die traditionellen bzw. nicht-filialisierten Fachgeschäfte, gefolgt von SB-Warenhäusern und Waren-/ Kaufhäusern. Auf diese Betriebsformen entfallen die höchsten Marktanteilsverluste. Wesentlich Marktanteilszuwächse sind dagegen im Versandhandel (inkl. Online-Handel) auszumachen, was auf das Wachstum im Bereich des E-Commerce zurückzuführen ist. Ferner konnten im betrachteten Zeitraum Discounter und Fachmärkte Marktanteile hinzugewinnen. Das Wachstum dieser Vertriebsformen hat sich jedoch in den letzten Jahren abgeschwächt.

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2002 bis 2017



Quelle: Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) 2018

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 Jah-

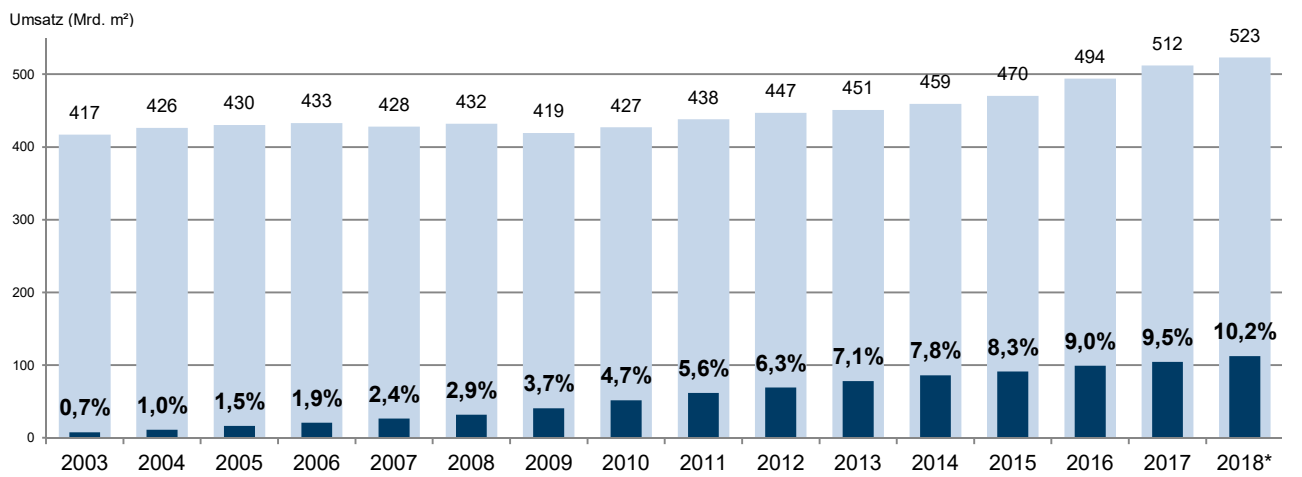
6 Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche.

7 Die Verkaufsflächenproduktivität lag im Jahr 1995 bei 3.900 EUR/m². Dieser Wert hat sich im Jahr 2015 auf rd. 3.460 EUR/m² reduziert. Quelle: Statista Hamburg 2018, Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland.

ren 2006 bis 2016 der Umsatz der Lebensmittelhändler um rd. 26 % anstieg, ging die Anzahl der Verkaufsstellen um rd. 30 % 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.

Nachstehende Abbildung beschreibt den Anteil des **Online-Handels** (B2C-E-Commerce) am Einzelhandelsumsatz in den letzten 15 Jahren. Die Umsatzanteile sind kontinuierlich gestiegen und liegen derzeit bei knapp über 10 %. Für das Jahr 2019 wird ein weiterer Anstieg prognostiziert.

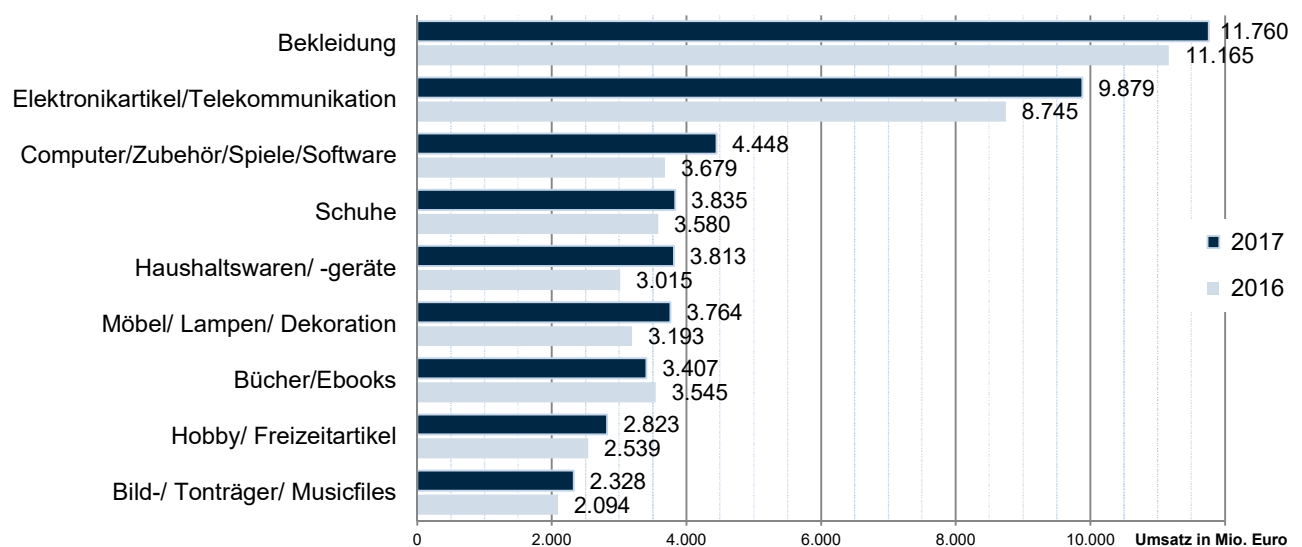
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2003 bis 2018



Quelle: Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) 2018 (* Prognose)

Aktuell existiert bereits für jede Warengruppe ein **Online-Vertrieb**. Den höchsten Umsatz erzielt das Segment Bekleidung. Mit deutlichem Abstand folgen die Branchen Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Bücher und Schuhe. Die durchschnittliche Steigerungsrate der letzten Jahre konnte jedoch nicht in allen Branchen erzielt werden, da bereits partiell Sättigungstendenzen erkennbar sind. So war bspw. in der Branche Bücher (inkl. E-Books) bereits ein Umsatzrückgang zu verzeichnen.

Abbildung 8: Top-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2016-2017



Quelle: Statista Hamburg 2018/ Bearbeitung: BBE Handelsberatung

8 Quelle: Statista Hamburg 2018, Lebensmittelhandel in Deutschland (Dossier).

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 zumindest für Food-Teilsortimente der Online-Handel zunehmend Marktanteile gewinnen wird.⁹

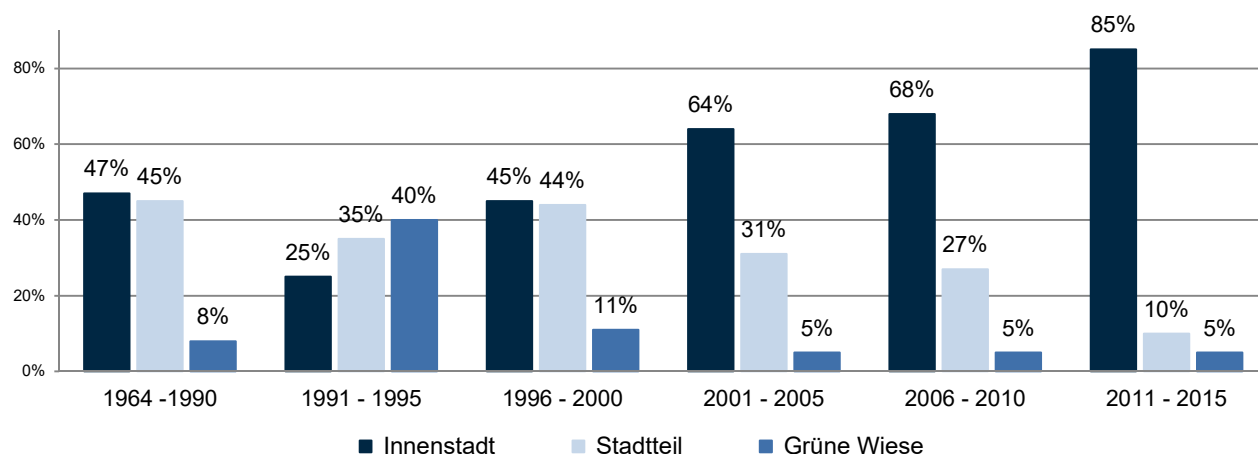
In Bezug auf die Standorte des Einzelhandels ist nach einer gewissen Abkehr von dezentralen Standorten eine verstärkte **Konzentration auf die City bzw. auf integrierte Handelslagen** zu beobachten. Dieser Trend ist einerseits durch die restriktive Landesplanung von Einzelhandelsgroßprojekten an dezentralen Standorten bedingt, andererseits besteht eine Tendenz zur Reurbanisierung.¹⁰

Die Profiteure der ansteigenden (Flächen-) Nachfrage sind die Innenstädte, insbesondere die 1a-Lagen der Groß- und Mittelstädte. Betreiber von vorwiegend alleinstehenden und großflächigen Handelsformaten erobern die City-Lagen durch kleinteiligere City-integrierte Ladenkonzepte zurück. Als Beispiel hierfür können die kleinflächigen City-Konzepte von Lebensmittelfilialisten genannt werden (z.B. REWE-City, Netto-City).

Die wesentlichen Entwicklungspole innerhalb der Städte werden zukünftig die Innenstädte bzw. in größeren Städten auch die Stadtteile sein. Dies zeigt sich bereits derzeit in der spürbaren Konzentration der Einzelhandelsentwicklung, der Flächennachfrage und der effektiven flächenseitigen Ausnutzung von hoch frequentierten Innenstadtlagen.

Als Beispiel ist die Entwicklung von Shoppingcentern aufzuführen, die in den letzten Jahren fast ausschließlich in Innenstädten bzw. in Stadtteillagen entwickelt wurden. Im Gegensatz zu den Jahren zwischen 1991 und 1995, in welchen der überwiegende Anteil von Centern – insbesondere in den ostdeutschen Bundesländern – auf der „Grünen Wiese“ angesiedelt wurde,¹¹ ist aktuell eine Rückkehr dieser Vertriebsform in die Innenstädte zu beobachten.

Abbildung 9: Verteilung der Shoppingcenter in Deutschland nach Lage und Eröffnungszeitraum



Quelle: EHI Handelsdaten 2018/ Bearbeitung: BBE Handelsberatung

9 Experten gehen davon aus, dass der Marktanteil bei Lebensmitteln mittelfristig bei etwa 5 % liegen könnte. vgl. Stumpf (2012): Marktentwicklung im Einzelhandel, S. 32.

10 Mit Reurbanisierung ist die Bevölkerungs- und Beschäftigungszunahme in der Kernstadt zu beschreiben. Die Ursachen sind u.a. Maßnahmen der Stadterneuerung bzw. der Schaffung/Sanierung von Wohnraum, eine attraktivere Innenstadtgestaltung, die Höherbewertung innerstädtischen Lebens oder sich verschlechternde Standortrahmenbedingungen im suburbanen Raum (u.a. Transportaufwand, Abbau von Versorgungseinrichtungen) zu begründen.

11 Beispielhaft sind hier dezentral liegende Shoppingcenter in Chemnitz (Chemnitz-Center), in Leipzig (Paunsdorf-Center) oder in Leuna-Günthersdorf (Nova Eventis) zu nennen.

3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels

Das aktuelle bauplanerische Instrumentarium reicht im Wesentlichen aus, um die Ansiedlung bzw. Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben in Sondershausen in Einklang mit städtebaulichen und raumordnerischen Vorstellungen zu bringen. Es bedarf allerdings eines konsequenten Einsatzes der Instrumente, um dem Ansiedlungsdruck an städtebaulich unerwünschten Standorten rechtlich begründet begegnen zu können.

Zu den Vorschriften, mit denen die Steuerung des Einzelhandels möglich ist, zählen u.a.

- das Baugesetzbuch (BauGB),
- die Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- das Landesentwicklungsprogramm des Freistaats Thüringen¹² und
- der Regionalplan Nordthüringen¹³,

deren wesentliche Inhalte nachfolgend kurz dargestellt werden.¹⁴

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

1. 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. 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.

12 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025.

13 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012.

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

■ 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 Seite 18). Grundsätzlich muss der Gebietscharakter eines Mischgebietes gewahrt bleiben, d.h. es muss eine qualitative und quantitative Durchmischung von Wohnen und nicht wesentlich störendem Gewerbe gewahrt bleiben.

■ 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 lt. § 8 Abs. 2 Nr. 1 BauNVO und im Industriegebiet (GI) lt. § 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 verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und aus dem Warenangebot des Betriebs ableiten.

Bei der Festsetzung der vorstehend beschriebenen Baugebiete, insbesondere 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.¹⁵

2. Einzelhandel im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)

Sofern für ein Vorhabengrundstück kein rechtskräftiger Bebauungsplan (§ 30 BauGB) vorliegt und dieses nicht im sog. Außenbereich (§ 35 BauGB) liegt, richtet sich die Beurteilung der Zulässigkeit des Vorhabens nach § 34 BauGB (sog. unbeplanter Innenbereich).

Folglich ist im Sinne des § 34 Abs. 1 BauGB zunächst zu klären, ob sich das Vorhaben in die nähere Umgebung einfügt. Entspricht die nähere Umgebung nach der Art der baulichen Nutzung einem bestimmten Gebietstyp der BauNVO (§ 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 BauNVO ist das Einfügen in die Eigenart der näheren Umgebung 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.¹⁶

¹⁵ vgl. Urteil BVerwG [4 B 3.13] vom 30.05.2013.

¹⁶ vgl. Urteil BVerwG [4 C 9/77] vom 26.05.1978.

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.

Gemäß § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von Einzelhandelsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden 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.¹⁷ Dies ist u.a. anzunehmen, wenn

- sein Warenangebot Sortimente umfasst, die zu der typischen Versorgungsfunktion des betreffenden zentralen Versorgungsbereiches zählen bzw. wenn die Sortimente bereits von einem „Magnetbetrieb“ angeboten werden, dessen unbeeinträchtigter Bestand maßgebliche Bedeutung für die weitere Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches hat,¹⁸
- eine Unverhältnismäßigkeit der neu geplanten Verkaufsfläche im Vergleich zu der Bestandsfläche im betroffenen zentralen Versorgungsbereich besteht,
- eine Unvertretbarkeit des zu erwartenden Kaufkraftabflusses aus dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten ist,
- der betroffene zentrale Versorgungsbereich bereits Vorschädigungen bzw. deutliche Attraktivitätsmängel (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) besitzt und/oder
- schädliche städtebauliche Auswirkungen, wie z.B. der Leerstand von Geschäften, das Absinken des Versorgungsniveaus oder „Trading-Down-Tendenzen“ zu erwarten sind.

Soweit ein Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche erwarten lässt, ist es bauplanungsrechtlich unzulässig.

3. 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.

17 vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964.05] vom 11.12.2006, bestätigt durch Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

18 vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007 und Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10A 1417/07] vom 06.11.2008.

Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO sind die vorstehenden Auswirkungen in der Regel 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 BauNVO unterwirft Einzelhandelsnutzungen nur dann dem Regelungssystem des § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb¹⁹ 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.

Eine solche atypische Fallgestaltung lässt sich u.a. aus städtebaulichen Besonderheiten ableiten, wenn beispielsweise

- im Einzugsbereich des geplanten Betriebes das entsprechende Warenangebot bisher nur unterdurchschnittlich ausgeprägt war und eine Unterversorgung bestand,
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und die bestehende Zentrenstruktur nicht stört²⁰ oder
- das Vorhaben auf Grund eines außergewöhnlich hohen Nachfragepotenzials im Nahbereich überwiegend von der lokalen Nachfrage getragen wird.

Weiterhin können neben den vorstehend genannten städtebaulichen auch betriebliche Besonderheiten vorliegen, wie z.B.

- die Abweichung des Verhältnisses von Geschossfläche zur Verkaufsfläche, d.h. wenn der Anteil der Verkaufsfläche trotz Überschreitung des Schwellenwertes von 1.200 m² Geschossfläche wesentlich unter 800 m² liegt,
- die Ausrichtung eines Betriebes auf ein schmales Warensortiment (z.B. Baustoffe, Gartenbedarf),
- bei Betrieben mit einer überwiegenden gewerblichen Nutzung (z.B. Büromöbelhandel) oder
- bei Handwerksbetrieben bzw. Handelsbetrieben mit einem hohen Anteil an handwerklichen Dienstleistungen (z.B. Kfz-Teilehandel mit Werkstatt).

Eine vom Antragsteller nachzuweisende atypische Fallgestaltung liegt nur vor, wenn auf Grund der konkreten städtebaulichen Situation oder betrieblicher Besonderheiten das geplante Einzelhandelsvorhaben nicht zu der Art der Betriebe gehört, die von der Vermutungsregel des § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO erfasst werden sollen.

Bei der kommunalen Bauleitplanung kommt den landesrechtlichen Rahmenvorgaben, d.h. den im **Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025** (LEP) formulierten Zielen und Grundsätzen²¹ 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 können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.²²

19 Einzelhandelsbetriebe sind im Sinne von § 11 Abs. 3 Satz 1 + 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten (Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005).

20 vgl. Urteil BVerwG [4 C 54.80] vom 03.02.1984.

21 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Pkt. 2.6.

22 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 Sondershausen relevant sind. Diese werden im aktuellen LEP unter dem 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 standörtliche Konzentration von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten eine leistungsfähige und auf die jeweilige Bevölkerung abgestellte Versorgungsinfrastruktur vorgehalten werden soll. Insbesondere sollen zentrale Orte entsprechend ihrer jeweiligen Zentralitätsstufe ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitstellen, damit die Bevölkerung in den jeweiligen Verflechtungsbereichen mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Daher sind zur Erfüllung der Versorgungsfunktion großflächige Einzelhandelsvorhaben, die i.d.R. einen großen Einzugsbereich besitzen, nur in Ober- und in Mittelzentren zu entwickeln.²³

Gemäß dem formulierten Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Sondershausen grundsätzlich zulässig, da die Stadt als Mittelzentrum²⁴ 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 Einzelhandelsgroßprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht.

Im Landesentwicklungsprogramm wird der Verflechtungsbereich bzw. der sog. mittelzentrale Funktionsraum von Sondershausen²⁵ räumlich definiert, für welchen die Stadt eine Versorgungsfunktion besitzt. In dem ausgewiesenen Verflechtungsbereich leben gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 40.400 Einwohner.²⁶

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

23 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.

24 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Ziel 2.2.9.

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

26 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Tab. 3 (Bevölkerung 12/2012).

- *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).*

Des Weiteren dürfen Einzelhandelsgroßprojekte die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden (Beeinträchtungsverbot). 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 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 definiert. Neben dem bereits erörterten Kongruenzgebot sollten Einzelhandelsgroßprojekte an städtebaulich integrierten Standorten entwickelt werden. Ein Standort ist im Sinne des Integrationsgebots dann als städtebaulich integriert einzustufen, wenn dieser

- 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)²⁷ sowie
- den Gegebenheiten angepasst an den öffentlichen Personennahverkehr und in das Fuß- und Radwegenetz eingebunden ist.

Mit dem Integrationsgebot soll der Einzelhandel insbesondere 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 Nachbargemeinden 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.

²⁷ Als planerisches Gesamtkonzept wird i.S.d. LEP Thüringen dabei u. a. die Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche verstanden.

Dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen ist der **Regionalplan Nordthüringen**²⁸ nachgelagert, in dem die räumliche und strukturelle Entwicklung der relevanten Planungsregion Nordthüringen – 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 Nordthüringen als Planträger auf die eigenständige Ausweisung von Planansätzen zur raumordnerischen Steuerung des Einzelhandels verzichtet,²⁹ so dass neben den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms 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.

Analog der Ausweisung von mittelzentralen Verflechtungsräumen im Landesentwicklungsprogramm werden im Regionalplan ebenfalls Verflechtungsbereiche bzw. sog. Grundversorgungsbereiche ausgewiesen, da höherstufige Zentrale Orte – wie das Mittelzentrum Sondershausen – gleichzeitig auch grundzentrale Funktionen wahrzunehmen haben. Der Grundversorgungsbereich umfasst neben dem Zentralen Ort i.d.R. die Gemeinden des Umlandes, für die der Zentrale Ort die Funktion der Grundversorgung übernimmt.³⁰

28 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012.
Anmerkung: 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 Nordthüringen wurde von der Regionalen Planungsgemeinschaft am 25.03.2015 beschlossen (PV-Beschluss Nr. 10/01/2015) und damit das Änderungsverfahren eingeleitet.

29 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012, Punkt 2.3.

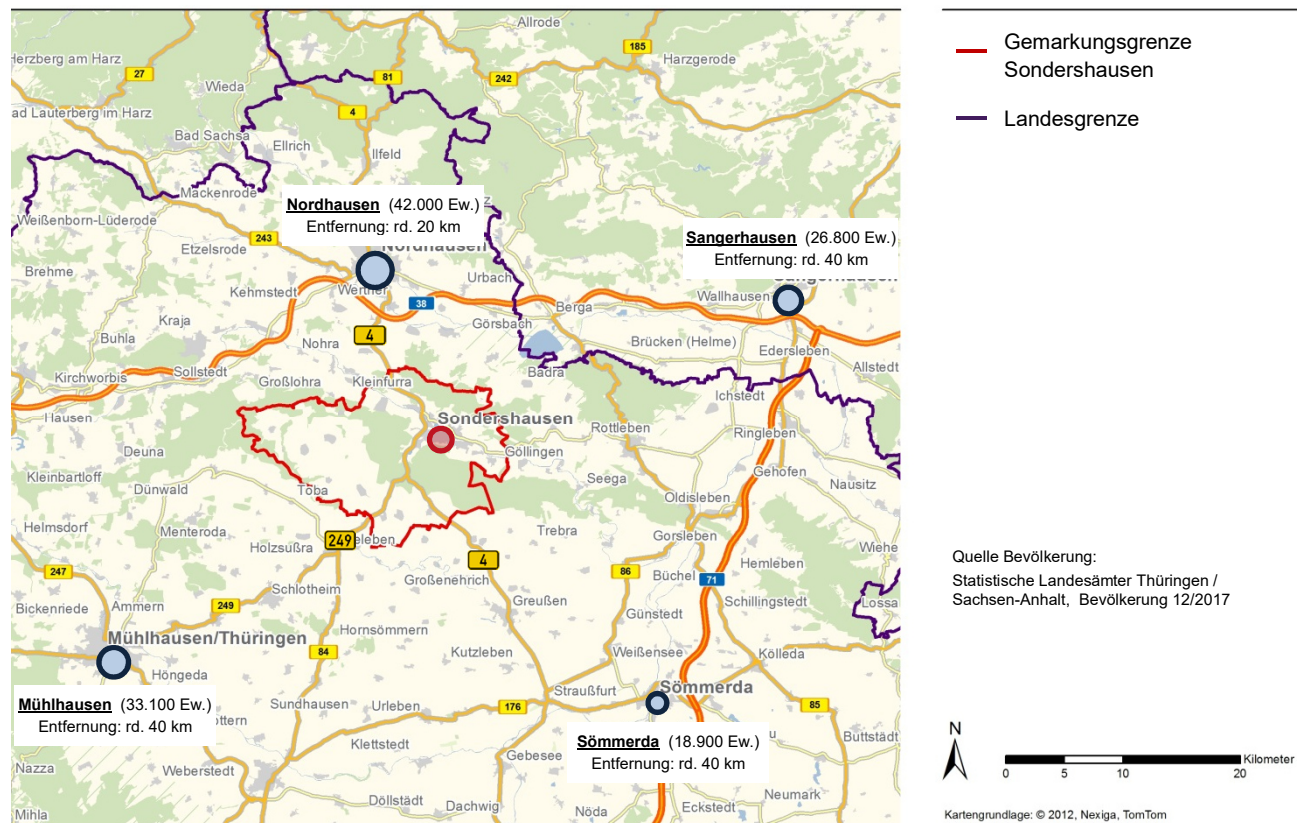
30 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012, Karte 1-1.

4. Standorttrahmendaten Sondershausen

Die Stadt Sondershausen ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im nördlichen Teil des Freistaates Thüringen verortet und liegt unweit der Landesgrenze zu Sachsen-Anhalt. Die Stadt befindet sich im zentralen Bereich des Kyffhäuserkreises und fungiert als Sitz der Landkreisverwaltung. In näherer Umgebung von Sondershausen liegen ausschließlich kleinere Orte, so dass sich die Stadt in einem ländlich geprägten Umfeld befindet. Im weiteren Umland von Sondershausen sind mit Nordhausen, Sangerhausen, Sömmerda und Mühlhausen vergleichbare Mittelstädte vorhanden.

Die naturräumliche Lage von Sondershausen wird durch den Flusslauf der Wipper geprägt, der die gesamte Kernstadt durchzieht. Auf Grund der nördlich und südlich verlaufenden Höhenzüge ist das Umfeld der Kernstadt durch ein bewegtes topografisches Relief gekennzeichnet. Nordöstlich von Sondershausen befindet sich das landschaftlich attraktive Kyffhäusergebirge.

Karte 2: Lagebeziehungen von Sondershausen im regionalen Kontext



Die Stadt Sondershausen besitzt keinen direkten Autobahnanschluss, da die Entfernung zur nördlich verlaufenden Autobahn A 38 circa 15 km beträgt. Die überörtliche **verkehrliche Erreichbarkeit** erfolgt über die Bundesstraßen B 4 und B 249, deren Knotenpunkt südlich der Sondershäuser Kernstadt liegt. Die Bundesstraße B 4 wurde als Ortsumgehungsstraße ausgebaut und stellt einen leistungsfähigen Verkehrsträger dar. Die Trassierung verläuft westlich der Kernstadt, so dass eine zügige Erreichbarkeit aus dem nördlichen und südlichen Umfeld der Stadt besteht. Weiterhin binden verschiedene Landes- und Kreisstraßen Sondershausen an das Umland an, wodurch die Stadt in Summe der bestehenden Verkehrswege gut mit den umliegenden Orten vernetzt ist.

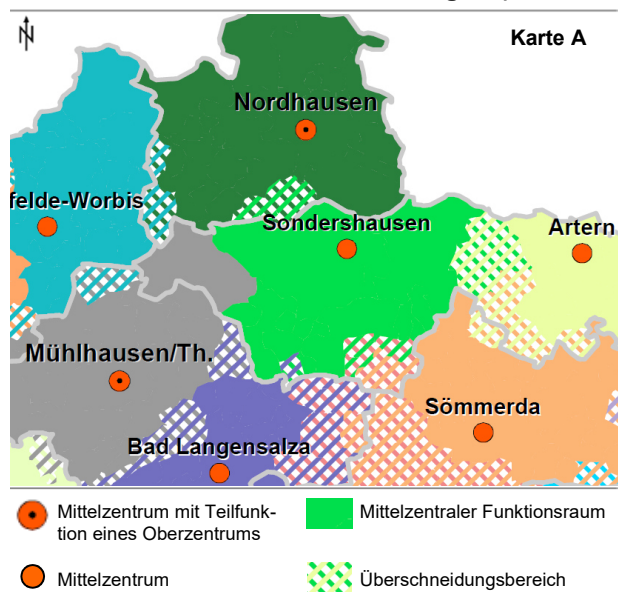
Sondershausen ist an das **Schiennetz** der Deutschen Bahn angebunden und liegt an der Regionalbahnstrecke Erfurt – Nordhausen. Der Bahnhof befindet sich im westlichen Teil der Sondershäuser Kernstadt und ist ca. 1,5 km vom Zentrum entfernt.

Die Erschließung des Stadtgebietes durch den **ÖPNV** erfolgt über fünf Stadtbuslinien, welche die kleinräumige Erreichbarkeit innerhalb der Kernstadt sicherstellen und die Anbindung der peripheren Ortsteile ermöglichen. Als zentraler Umsteigepunkt fungiert der innerstädtisch liegende Busbahnhof, an dem auch die Regionalbuslinien halten. Die Regionalbusse verbinden Sondershausen mit den umliegenden Orten und fahren ebenfalls verschiedene Haltestellen im Sondershäuser Stadtgebiet, aber auch in den peripheren Ortsteilen an.

Die Stadt Sondershausen wird in der **Landesplanung** als Mittelzentrum ausgewiesen.³¹ Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in den Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die regionale Einzelhandelsfunktion zählt.³²

In dem landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich bzw. dem sog. mittelzentralen Funktionsraum von Sondershausen, für welchen die Kreisstadt eine Versorgungsfunktion besitzt, leben gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 40.400 Einwohner.³³ Der Mittelbereich ist nicht radial gleichmäßig um Sondershausen ausgeprägt, da die umliegenden Städte Nordhausen und Sangerhausen (bzw. die Landesgrenze zu Sachsen-Anhalt) diesen limitieren.

Karte 3: Raumstruktur Nordthüringen (Ausschnitt)



Quelle: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Karte 4



Quelle: Regionalplan Nordthüringen 2012, Karte 1-1

In der **Regionalplanung** werden den zentralen Orten sog. Grundversorgungsgebiete zugewiesen, für welche der jeweilige Ort eine flächendeckende qualifizierte Grundversorgung – auch in Bezug auf das Einzelhandelsangebot – zu sichern hat. Der ausgewiesene Grundversorgungsgebiet von Sondershausen³⁴ umfasst neben der Stadt selbst die vormals eigenständigen Gemeinden Badra und Hachelbich, die sich im Jahr 2012 mit weiteren Orten zu der Gemeinde Kyffhäuserland zusammengeschlossen haben. In dem definierten Grundversorgungsgebiet der Stadt Sondershausen wohnen rd. 23.000 Personen.

Die Stadt Sondershausen ist mit knapp 22.000 Einwohnern mit deutlichem Abstand vor Bad Frankenhausen (rd. 8.900 Ew.) und Artern (rd. 5.400 Ew.) die größte Stadt im Kyffhäuserkreis. Die **Bevölkerung** von Sondershausen sank in den letzten zehn Jahren um -10,0 %, wobei der Rückgang geringer als im Mittel des

31 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Z 2.2.9.

32 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Z 2.2.10.

33 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Tab. 3 (Bevölkerung 12/2012).

34 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Nordthüringen, Regionalplan Nordthüringen 2012, Pkt. 1.2.4 (G 1-8).

Landkreises (-11,2 %) ausfiel. In Relation zur landesweiten Bevölkerungsentwicklung (-6,0 %) ist in der gesamten Region ein höherer Bevölkerungsrückgang festzustellen.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Sondershausen im Vergleich

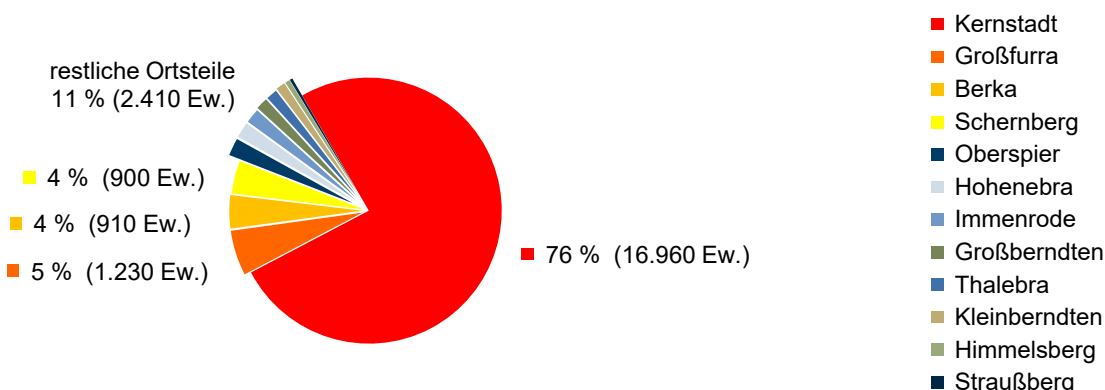
	Einwohner		Veränderung	Einwohner		Veränderung
	2007	2017		2027		
	abs.	abs.	%	abs.	%	
Sondershausen	24.182	21.768	-10,0	18.834	-13,5	
LK Kyffhäuserkreis	85.362	75.818	-11,2	66.555	-12,2	
Freistaat Thüringen	2.289.219	2.151.205	-6,0	1.995.071	-7,3	

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik (TLS), Bevölkerung zum 31.12.2007/2017; Ergebnisse der 1. regionalisierten Bevölkerungsvorausrechnung (1. rBv).

Vor dem Hintergrund der aktuellen demographischen Entwicklung wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl von Sondershausen weiter rückläufig entwickeln. Auf Basis der **Bevölkerungsprognose** des Statistischen Landesamts wird die Einwohnerzahl in Sondershausen in den nächsten zehn Jahren auf ca. 18.800 Personen (-13,5 %) zurückgehen.³⁵ Somit wird der Rückgang im Vergleich zum Kyffhäuserkreis (-12,2 %) und zum Landesdurchschnitt (-7,3 %) höher ausfallen.

Die **Siedlungsstruktur** von Sondershausen ist durch eine baulich größtenteils geschlossene Kernstadt gekennzeichnet, die mit knapp 17.000 Einwohnern den Bevölkerungsschwerpunkt darstellt. Neben der Kernstadt gehören elf räumlich abgesetzte Ortsteile³⁶ zu Sondershausen, die einen dörflich geprägten Siedlungscharakter besitzen. Die einwohnerstärksten Ortsteile sind Großfurra, Berka und Schernberg. Die restlichen Ortsteile verfügen über eine Einwohnerzahl von jeweils unter 500 Personen. Die Einwohnerzahlen der einzelnen Ortsteile liegen zwar relativ niedrig, erreichen jedoch in der Gesamtheit mit rd. 24 % einen hohen Bevölkerungsanteil.

Abbildung 10: Bevölkerungsverteilung Sondershausen



Quelle: Stadtverwaltung Sondershausen, Einwohner zum 31.12.2016

Anmerkung: Die Einwohnerzahl der Stadt Sondershausen entspricht aus melderechtlichen Gründen nicht exakt den Angaben des Thüringer Landesamts für Statistik.

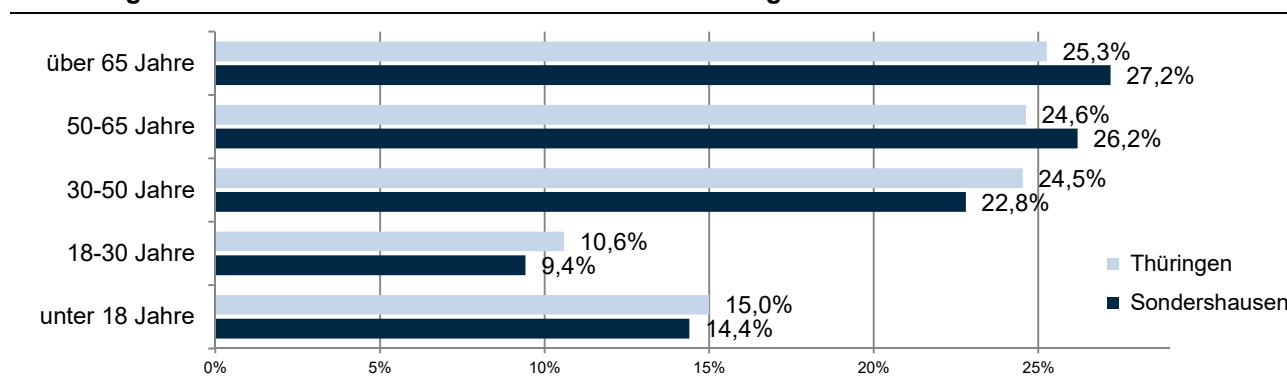
35 Anmerkung: Die vom Thüringer Landesamt für Statistik (TLS) veröffentlichten amtlichen Daten zur Einwohnerentwicklung der Stadt Sondershausen in den Jahren 2015 bis 2017 weichen von den Ergebnissen der 1. regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung (1. rBv) bereits deutlich ab. Gemäß der Bevölkerungsprognose des TLS wurde für Sondershausen für das Jahr 2017 eine Bevölkerungszahl von 21.068 Personen prognostiziert. vgl. Thüringer Landesamt für Statistik, Entwicklung der Bevölkerung ausgewählter Städte Thüringens (Juni 2016), Seite 154. Die tatsächliche Bevölkerung lag jedoch bei 21.768 Einwohnern. Dies entspricht einer Abweichung von rd. 700 Personen.

36 Dies sind die Ortsteile Berka, Großberndten, Großfurra, Himmelsberg, Hohenebra, Immenrode, Kleinberndten, Oberspier, Schernberg, Straußberg und Thalebra.

In der Kernstadt von Sondershausen grenzen an den Innenstadtbereich die ehemals eigenständigen Dörfer Bebra, Jechaburg, Stockhausen und Jecha. Ferner schließen sich die Neubaugebiete Borntal (Entstehung in den 1960er Jahren) und Östertal/Hasenholz (1970er/80er Jahre) südlich bzw. östlich an die Innenstadt an. Diese innenstadtnahen Großwohnsiedlungen verfügen – trotz der hohen Bevölkerungsrückgänge der letzten Jahre – über eine hohe Einwohnerdichte. Von den Rückbaumaßnahmen von Wohneinheiten war insbesondere der Stadtteil Hasenholz/Östertal betroffen, da die Bevölkerung seit dem Jahr 2000 von damals ca. 2.350 Personen um die Hälfte auf ca. 1.210 Personen geschrumpft ist.³⁷

In Bezug auf die **Altersstruktur** ist der hohe Anteil der älteren Bevölkerung (über 65 Jahre) in Sondershausen auffällig, der mit über 27 % der gesamtstädtischen Bevölkerung oberhalb des landesweiten Durchschnitts liegt. Diese Bevölkerungsstruktur zeigt sich auch bei den 50 bis 65-Jährigen und weist somit auf eine Überalterung der Sondershäuser Bevölkerung hin. Dementsprechend fällt der Anteil der jüngeren Einwohner im Landesvergleich geringer aus.

Abbildung 11: Altersstruktur Sondershausen im Landesvergleich



Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2017

Die durchschnittliche **Haushaltsgröße** beträgt in Sondershausen ca. 1,9 Personen pro Haushalt und liegt somit im Rahmen des Landesdurchschnittes von Thüringen (1,9 Personen pro Haushalt).³⁸ Dieser Wert deutet auf eine überwiegende Anzahl von 2-Personen-Haushalten hin.

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 230 Personen besitzt Sondershausen mehr Ein- als Auspendler. Auf Grund der positiven Arbeitsplatzzentralität sind – wenn auch geringe – zusätzliche Kaufkraftpotenziale für die Stadt zu erwarten.

Tabelle 2: Pendlerbewegungen/Pendlersaldo von Sondershausen

	2017
Einpendler / Auspendler	3.902 / 3.677 Personen
Pendlersaldo (abs.)	+225 Personen

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2017

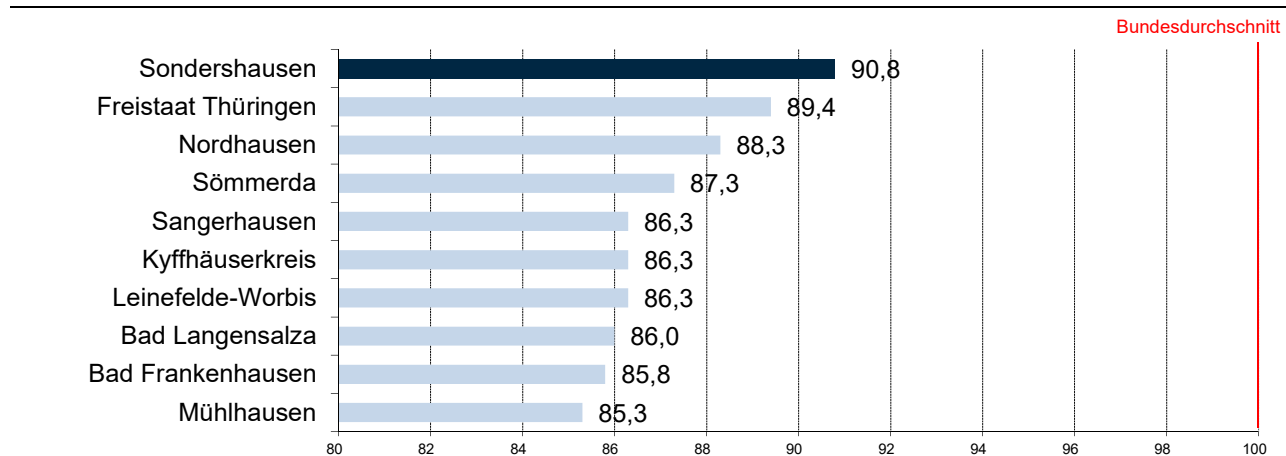
Bei dem vorstehenden Pendlersaldo fällt auf, dass Sondershausen – im Vergleich zu seiner Einwohnerzahl – ein hohes Arbeitsplatzangebot vorhält, was sich in der Einpendlerzahl von ca. 3.900 Personen widerspiegelt. Hierbei ist insbesondere auf die zahlreichen Arbeitsplätze im produzierenden bzw. verarbeitenden Gewerbe zu verweisen, wobei die Unternehmensstruktur meist durch mittelständische Industrie- und Dienstleistungsbetriebe geprägt ist.

³⁷ Stadtverwaltung Sondershausen, Aktualisierung des Integrierten Stadtentwicklungskonzeptes 2011-2020 / Stadtverwaltung Sondershausen, Einwohner zum 31.12.2016 nach Stadtteilen.

³⁸ MB-Research Nürnberg, Soziodemographische Marktdaten 2017.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. einer 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 (inkl. Versand-/ Online-Handel) am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 12: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Sondershausen (90,8) liegt über dem Wert des Freistaats Thüringen (89,4). In Relation zu anderen Mittelstädten fällt das vergleichsweise hohe Kaufniveau von Sondershausen auf, das sich ebenfalls von dem Durchschnittswert des Kyffhäuserkreises (86,3) deutlich abhebt. Im nationalen Vergleich besitzt Sondershausen – wie der Großteil der ostdeutschen Städte – eine geringere Kaufkraft und liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0). Demnach steht dem lokalen Einzelhandel ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

Der **Tourismus** kann für den Einzelhandel eine wichtige Determinante darstellen, da hieraus Umsatzpotenziale für den lokalen Handel resultieren können.³⁹ Im Jahr 2017 konnte Sondershausen fast 119.000 Gästeübernachtungen aufweisen. Die Zahl der Gästeankünfte und auch die Gästeübernachtungen sind in den letzten zehn Jahren deutlich gestiegen, wobei sich die durchschnittliche Aufenthaltsdauer bei knapp 3 Tagen bewegt.

Tabelle 3: Beherbergungen in Sondershausen

	2007	2017	Veränderung
	abs.	abs.	%
Gästeübernachtungen	92.145	118.884	+29
Durchschnittliche Aufenthaltsdauer	2,7 Tage	2,8 Tage	+4

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Statistischer Bericht / Gäste und Übernachtungen in Thüringen 2007/2017

Grundsätzlich liegt die absolute Zahl an Touristen – auch an der Einwohnerzahl von Sondershausen gemessen – auf einem verhältnismäßig hohen Niveau, so dass dem Tourismus als eine Umsatzquelle für den loka-

³⁹ Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus, da ca. 10 % der Ausgaben von Übernachtungsgästen dem Einzelhandel zu Gute kommen. Im Durchschnitt geben Touristen in dem Reisegebiet 11,60 EUR pro Tag im Einzelhandel aus, wobei 3,20 EUR auf den Lebensmitteleinzelhandel und 8,40 EUR auf den sonstigen Einzelhandel entfallen.
Quelle: dwif Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland 2010. Bei 118.884 Gästeübernachtungen ergibt sich ein Nachfragepotenzial von ca. 1,38 Mio. EUR p.a., welches von dem örtlichen Einzelhandel gebunden werden kann. Hiervon entfallen 0,38 Mio. EUR auf den Lebensmittelhandel und 1,00 Mio. EUR auf den sonstigen Einzelhandel.

len Einzelhandel eine gewisse Bedeutung beizumessen ist. Neben den Übernachtungsgästen ist mit weiteren Kaufkraftzuflüssen von Tagestouristen zu rechnen, die aus dem touristischen Angebot in der Stadt (bspw. Freizeitpark Possen, Erlebnisbergwerk, Schlossmuseum) resultieren.

Die Relevanz der Kaufkraftzuflüsse durch Übernachtungsgäste und auch Tagetouristen ist aktuell für Sondershausen als tendenziell gering einzuschätzen, da die vielbesuchten Übernachtungsmöglichkeiten und auch die hoch frequentierten touristischen Ziele der Tagesbesucher nicht in der Kernstadt von Sondershausen verortet sind.⁴⁰

40 Eine hohe Übernachtungszahl wird bspw. für den Ferienpark Feuerkuppe ausgewiesen, der im Ortsteil Straußberg liegt. Ferner besitzt der Freizeitpark Possen eine hohe Zahl an Tagestouristen, wobei auch dieser außerhalb der Kernstadt verortet ist. Durch eine verbesserte Anbindung an die Kernstadt – hier verfolgt die Stadt bspw. das Projekt „Musikwanderweg“, durch das eine Brücke zwischen Possen und der Innenstadt gebildet werden soll – ist eine verstärkte Wirkung für die Sondershäuser Innenstadt zu erwarten. Kaufkraftzuflüsse für die Innenstadt ergeben sich – wenn auch im geringen Rahmen – beispielsweise durch die Bedeutung von Sondershausen als Musikstadt (z.B. Schlossfestspiele, Thüringer Landesmusikakademie).

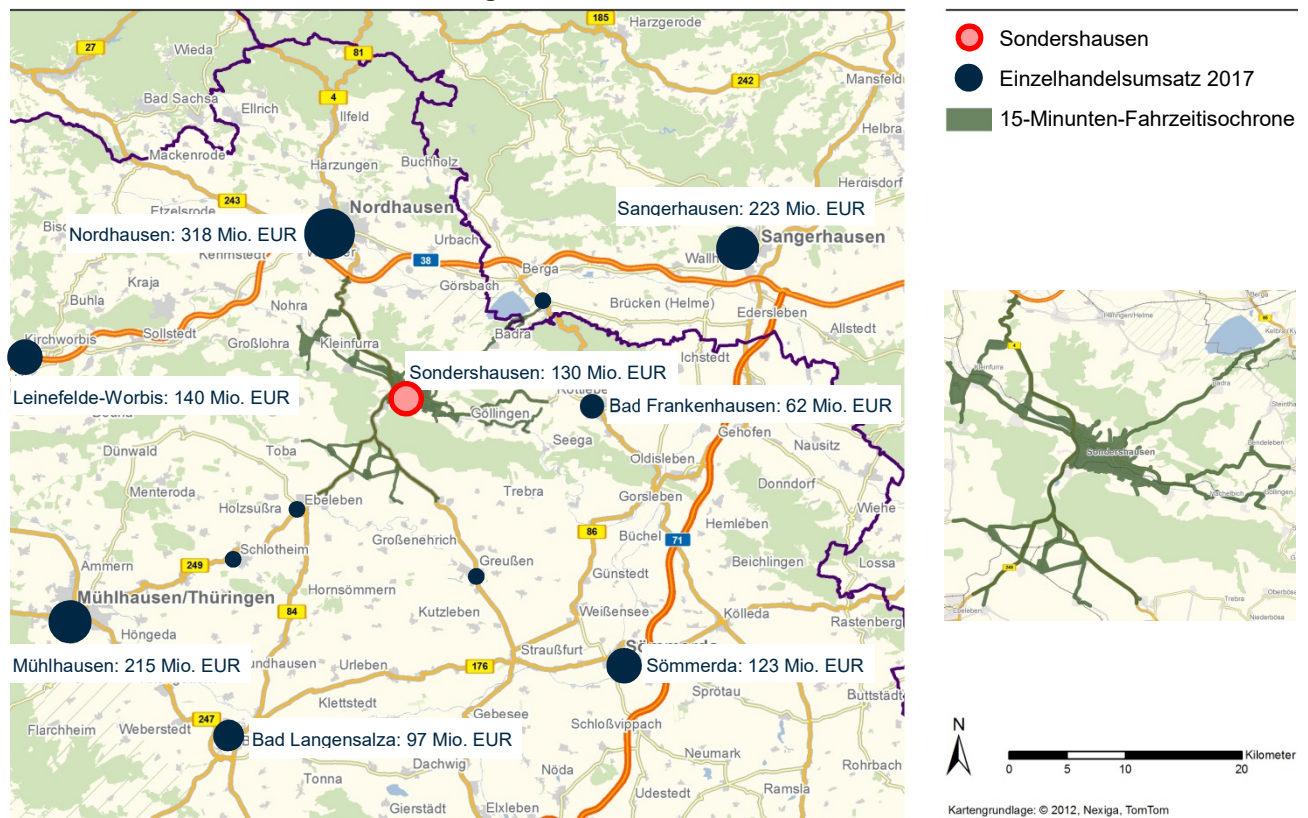
5. Einzugsgebiet/Nachfragevolumen des Sondershäuser Handels

5.1. Regionale Wettbewerbssituation

Als Einzugsgebiet eines Einzelhandelsstandortes wird ein räumlich abgegrenzter geographischer Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote in Anspruch nehmen. Dabei ist von keiner ausschließlichen Einkaufsorientierung zu diesem Standort auszugehen, da sich Verbraucher meist polyorientiert verhalten und zur Deckung der Nachfrage auch konkurrierende Handelsstandorte aufsuchen.

Von besonderer Bedeutung für die **Abgrenzung des Einzugsgebietes** ist neben der Erreichbarkeit (Fahrzeit) vor allem die regionale Konkurrenzsituation zu sehen. Dabei limitieren insbesondere umliegende größere Städte das Einzugsgebiet von Sondershausen und stehen im Wettbewerb mit der Stadt.

Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Sondershausen inkl. Einzelhandelsumsätze



Das überörtliche Marktgebiet des Sondershäuser Einzelhandels wird u.a. durch die **Erreichbarkeit** (Fahrzeitdistanz) eingeschränkt, da für den Verbraucher die Attraktivität von Einzelhandelsstandorten mit zunehmender Distanz und dem damit verbundenen steigenden Zeit- und Kostenaufwand geringer wird. Die relevante Zeit-Distanz-Empfindlichkeit wird wesentlich durch den Warenwert und die Häufigkeit der Nachfrage bestimmt.

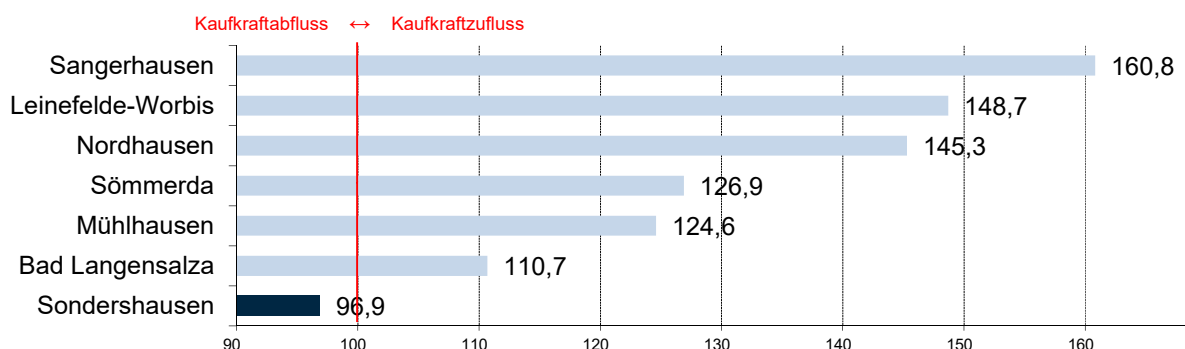
So weisen insbesondere Güter des täglichen Bedarfs (z.B. Lebensmittel, Drogerie-/ Pharmaziewaren) hinsichtlich des niedrigen Warenwerts und der hohen Nachfragefrequenz eine hohe Zeit-Distanz-Empfindlichkeit auf. In Folge nimmt die Nachfrage nach diesen Gütern bereits mit einer leicht ansteigenden Fahrzeitdistanz (i.d.R. bis zu 5 Minuten) deutlich ab. Die Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf von Waren des mittel- oder langfristigen Bedarfs liegt höher. Prinzipiell kann eine durchschnittliche Fahrzeit von ca. 15 Minuten (vgl. Karte 4) veranschlagt werden. Zur Deckung der Nachfrage von langlebigen Gütern (v.a. Möbel/Einrichtungsbedarf) werden auch deutlich höhere Fahrzeiten in Kauf genommen.

Als regionale **Wettbewerbsorte** sind vor allem die größeren Städte in der umliegenden Region wie Nordhausen, Sangerhausen, Sömmerda, Mühlhausen oder Leinefelde-Worbis einzustufen. Diese Städte verfügen über ein flächenseitig attraktives Handelsangebot⁴¹ und strahlen auch auf die Bewohner im weiteren Umfeld von Sondershausen aus. Im näheren Umfeld von Sondershausen sind – mit Ausnahme von Bad Frankenhausen – keine prägenden Handelsstandorte vorhanden. Die kleineren Orte wie Kelbra, Greußen oder Ebeleben verfügen nur über ein eingeschränktes Angebot, das zum größten Teil auf nahversorgungsrelevante Sortimente und somit auf die Grundversorgung der lokalen Bevölkerung ausgerichtet ist. Eine maßgebliche Ausstrahlung des Handelsangebots auf die Konsumenten in Sondershausen ist nicht möglich.⁴²

Als überregionaler Wettbewerbsort ist die Landeshauptstadt Erfurt zu sehen, die bezüglich ihres vollumfassenden und leistungsfähigen Einzelhandelsangebots auch Konsumentenzuflüsse aus Sondershausen auslöst. Hierbei werden jedoch i.d.R. spezielle Versorgungsfahrten, insbesondere zu größeren Einzelhandelsmagneten⁴³ getätigt.

Die vorstehend eingefügte Karte verdeutlicht die generierten Umsätze⁴⁴ in den größeren Städten im regionalen Umfeld von Sondershausen. Die Umsatzwerte stellen jedoch lediglich einen absoluten Wert dar. Deshalb wird zusätzlich die **Einzelhandelszentralität**⁴⁵ untersucht, welche die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen Bevölkerung bzw. deren einzelhandelsrelevanter Kaufkraft darstellt. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität eines Ortes.⁴⁶

Abbildung 13: Einzelhandelszentralität ausgewählter Orte im regionalen Umfeld von Sondershausen



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2017

Die Zentralitätskennziffer von Sondershausen liegt bei rd. 97 und weist somit per Saldo einen Umsatzabfluss auf.⁴⁷ Dies ist aus Sicht des örtlichen Einzelhandels negativ einzuschätzen, da per Saldo Kaufkraft aus Sondershausen abfließt. Folglich kann der lokale Einzelhandel die Bevölkerung von Sondershausen nicht vollumfänglich versorgen, ebenso übt der Sondershäuser Handel nur eine unterdurchschnittliche Strahlkraft auf sein Umland aus.

41 Die Leistungsfähigkeit dieser Städte wird u.a. in der Flächenausstattung deutlich. So verfügt bspw. Nordhausen über eine Verkaufsflächendichte von 2,9 m² VK/Ew., Leinefelde-Worbis von 2,6 m² VK/Ew., Mühlhausen über 2,5 m² VK/Ew. und Sömmerda von 3,5 m² VK/Ew. Quelle: Auswertung publizierter Einzelhandelskonzepte (Leinefelde-Worbis, Mühlhausen), eigene Erhebung BBE Handelsberatung im Rahmen von Marktuntersuchungen (Nordhausen, Sömmerda).

42 Der Einzelhandel in den genannten Orten ist meist durch ein oder mehrere Lebensmittelmärkte geprägt, deren Angebot durch vereinzelt Fachgeschäfte abgerundet wird.

43 Als Angebotsmagneten sind in Erfurt bspw. der verkehrlich gut erreichbare Thüringen Park im Norden der Stadt oder das Einrichtungshaus IKEA zu zählen.

44 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsumsätze 2017 / BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Umsatzberechnungen.

45 Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis der örtlichen Umsatzkennziffer zum einzelhandelsrelevanten Kaufkraftindex. In der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind dabei auch die Ausgabevolumina für den E-Commerce enthalten.

46 Eine Zentralität 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 ein Umsatzabfluss.

47 Anmerkung: Die ausgewählten Zentralitätskennziffern dienen als Orientierungswerte und sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen etc. verfügen.

5.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial

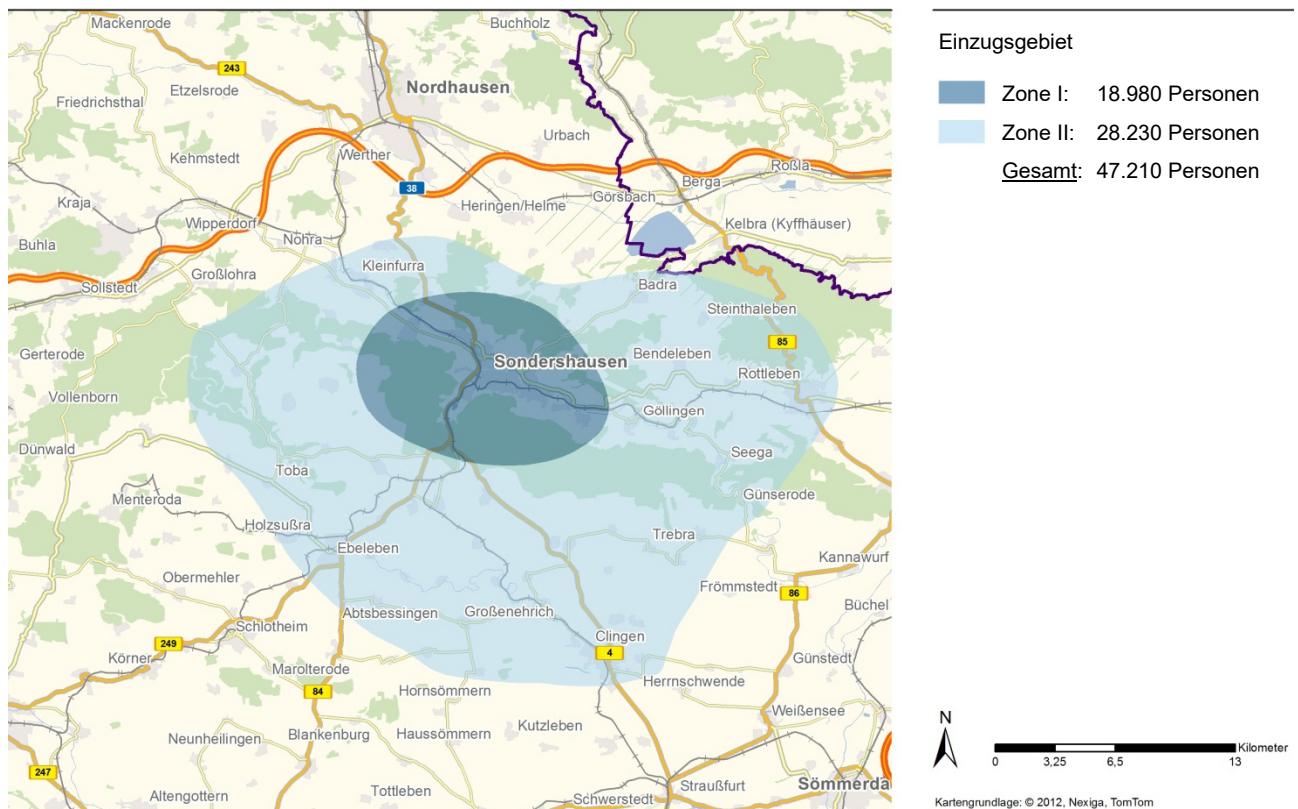
Die Definition des **Einzugsgebietes** des Sondershäuser Einzelhandels bildet die Voraussetzung für die Ermittlung des Nachfragepotenzials. Die nachfolgende Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgt auf Basis eines Gravitationsmodells, welches die Umlandausstrahlung von Städten auf Grundlage unterstellter Wechselwirkungen von Einzelhandelsattraktivität, jeweiliger örtlicher Bevölkerungszahl und räumlicher Entfernung zwischen Wettbewerbsstandorten bestimmt.⁴⁸

Zur Abgrenzung des potenziellen Einzugsgebiets von Sondershausen sind zudem folgende Kriterien eingeflossen:

- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen von Sondershausen (Fahrzeitradius) und die Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf,
- die zentralörtliche bzw. die Verwaltungsfunktion von Sondershausen,
- die Verkehrsanbindung, topografische Besonderheiten bzw. infrastrukturelle Barrieren,
- die regionale Einzelhandelssituation bzw. die Attraktivität regional relevanter Einkaufsziele im Umfeld von Sondershausen (vgl. Punkt 5.1) und
- das Sondershäuser Einzelhandelsangebot und die Marktreichweiten von lokalen Einzelhandelsmagazinen.

Unter besonderer Berücksichtigung der vorstehend dargelegten Kriterien wird das Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels hinsichtlich der Intensität der Kundenbindung zoniert.

Karte 5: Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels



48 vgl. Huff-Modell ("Defining and Estimating a Trading Area").

Das Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels umfasst neben der Stadt selbst die umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Gebiete, aus denen Sondershausen zügig angefahren werden kann.⁴⁹ Der Nahbereich (Zone I) erstreckt sich im Wesentlichen über die Kernstadt und die angrenzenden Ortsteile Großfurra und Berka mit ca. 19.000 Personen.

Innerhalb des überörtlichen Einzugsgebietes liegen die restlichen dezentralen Sondershäuser Ortsteile und neben zahlreichen kleinen Gemeinden auch größere Orte wie Bad Frankenhausen, Kyffhäuserland, Greußen, Clingen, Großenehrich oder Ebeleben. In diesem Bereich (Zone II) leben ca. 28.000 Einwohner.

Folgende Tabelle stellt zusammenfassend das **Konsumentenpotenzial** dar, wobei die Stadt Sondershausen in ihrem Einzugsbereich auf maximal ca. 47.000 Personen zurückgreifen kann.

Tabelle 4: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels

	Einwohner
Sondershausen	21.770
überörtliches Einzugsgebiet	25.440
Gesamt	47.210

Quelle: BBE Handelsberatung (GIS Nexiga, Einwohner zum 31.12.2017)

Auf Grund des interkommunalen Wettbewerbs und der auch in Zukunft differenziert verlaufenden Einzelhandelsentwicklung von Städten stellt das ermittelte Konsumentenpotenzial keinen statischen Wert dar. Somit ist das vorstehend abgegrenzte Einzugsgebiet als modellhafte Abbildung eines Teilraumes zu sehen, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil der Stadt Sondershausen stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen jedoch in der Natur der Sache.

Das aufgezeigte Einzugsgebiet der Stadt Sondershausen endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Die umliegenden Gebiete sind jedoch nicht zum Marktgebiet von Sondershausen zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits verstärkte Einflüsse von Konkurrenzorten (vgl. Karte 4) zu beobachten sind.

Hierbei besitzt insbesondere Nordhausen eine hohe Attraktivität und strahlt auch auf den nördlichen Bereich des Sondershäuser Einzugsgebietes ab. Im östlichen Teil des Einzugsgebiets besitzt die Kleinstadt Bad Frankenhausen ein attraktives Einzelhandelsangebot, so dass aus diesem Bereich lediglich mit einem geringfügigen Kaufkraftzufluss nach Sondershausen zu rechnen ist.

Für den Sondershäuser Einzelhandel ist jedoch mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (d.h. diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren. Diese Erlöse ergeben sich vor allem durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes, wobei diese Streuumsätze aus keinen dauerhaften oder ausgeprägten Einkaufsbeziehungen resultieren. Diese Zuflüsse können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden und ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen von Touristen (vgl. Tab. 3), von Besuchern der Stadt (bspw. Behördengänge [Landratsamt]), aus Pendlerströmen oder von Zufallskunden. Weiterhin ist mit einer zusätzlichen Nachfrage der (temporär) stationierten Soldaten der Karl-Günther-Kaserne zu rechnen. Im Fazit kann somit der lokale Einzelhandel – neben den Verbrauchern in seinem Einzugsgebiet – auf weitere Nachfragepotenziale zurückgreifen.

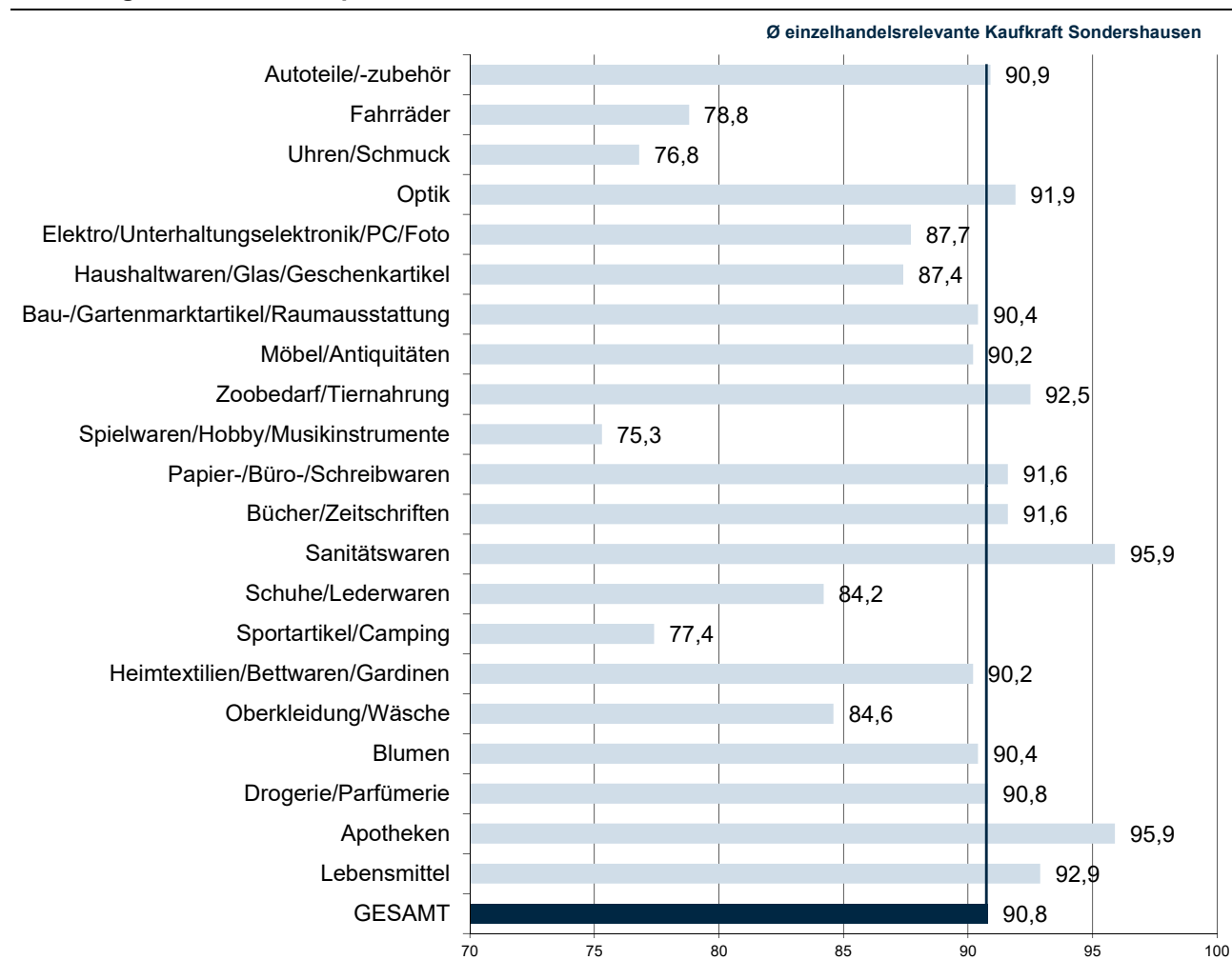
⁴⁹ Das Einzugsgebiet von Sondershausen entspricht im Wesentlichen dem landesplanerisch abgegrenzten mittelzentralen Funktionsraum (vgl. Karte 3A). Innerhalb des Einzugsgebietes sind auch die sog. Überschneidungsbereiche zu den Mittelzentren Artern, Sömmerda und Nordhausen enthalten. In diesen Bereichen liegen u.a. größere Orte wie Bad Frankenhausen, Greußen oder Kleinfurra/Wolkramshausen, so dass die Einwohnerzahl des Einzugsgebiets (ca. 47.200 Personen) über der im LEP ausgewiesenen Einwohner des mittelzentralen Funktionsraums von ca. 40.400 Personen liegt.

5.3. Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen **bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** für die verschiedenen Einzelhandelssortimente bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den Einzelhandel der jeweiligen Branche⁵⁰ ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer**⁵¹ an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt dabei 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. 12). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.⁵²

Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Stadt Sondershausen



50 Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2017 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung

51 Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2017.

52 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 Sondershausen deutlich, da innerhalb der einzelnen Branchen teilweise deutliche Spreizungen bestehen.

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in Sondershausen bzw. in den einzelnen Orten in dem überörtlichen Einzugsgebiet multipliziert, so dass sich das nachfolgende einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen für das Marktgebiet des Sondershäuser Einzelhandels errechnet.⁵³

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für das Marktgebiet von Sondershausen

		Marktpotenzial		
		Sondershausen	Einzugsgebiet	Gesamt
		Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
1	Lebensmittel	47,03	52,44	99,47
2	Apotheken	11,83	12,36	24,19
3	Drogerie/Parfümerie	6,85	7,47	14,32
4	Blumen	1,30	1,55	2,85
Summe kurzfristiger Bedarf		67,01	73,82	140,83
5	Oberkleidung/Wäsche	9,86	10,66	20,52
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	0,95	1,02	1,97
7	Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe	1,71	1,92	3,63
8	Schuhe/Lederwaren	2,23	2,46	4,69
9	Sanitätswaren	1,93	2,02	3,95
10	Bücher/Zeitschriften	2,02	2,20	4,22
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	1,70	1,85	3,55
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	1,56	1,79	3,35
13	Zoobedarf/Tiernahrung	1,07	1,19	2,26
Summe mittelfristiger Bedarf		23,03	25,11	48,14
14	Möbel/Antiquitäten	8,23	8,81	17,04
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung	8,64	10,25	18,89
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	2,16	2,41	4,57
17	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	9,97	10,88	20,85
18	Optik	1,05	1,11	2,16
19	Uhren/Schmuck	1,21	1,26	2,47
20	Fahrräder	0,90	1,01	1,91
21	Autoteile/-zubehör/-reifen	0,99	1,14	2,13
Summe langfristiger Bedarf		33,15	36,87	70,02
Gesamtes Marktpotenzial		123,19	135,80	258,99

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁵³ Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet: Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer je Ort. Die vorstehenden Volumina stellen aggregierte Werte der einzelnen Orte im Einzugsgebiet dar.

6. Einzelhandelsanalyse der Stadt Sondershausen

6.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsflächen im Februar 2018 im Rahmen einer Vollerhebung in Sondershausen aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Branche zugeordnet (vgl. auch Methodik in Anlage 1). Nach der Aufnahme der aktiven Verkaufsflächen erfolgte die Auswertung der primärstatistischen Daten nach räumlichen und sachlichen Kriterien.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung war in Sondershausen (inkl. Ortsteile) ein Bestand von 148 Arbeitsstätten des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von rd. 47.400 m². Folgende Tabelle stellt überblicksartig die Entwicklung der letzten zehn Jahre dar.

Tabelle 6: Betriebe und Verkaufsflächen in Sondershausen im Zeitvergleich

	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte ⁵⁴
	m ²	abs.	m ² /Betrieb	m ² /Einwohner
1998	46.410	304	~150	2,0
2018	47.380	148	~320	2,2

Quelle: GMA, Branchen- und Standortkonzept für den Einzelhandel und des Ladenhandwerk, August 1998
BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen, Februar 2018

In Sondershausen ist – wie im deutschlandweiten Trend (vgl. Abb. 5) – ein Anstieg der Gesamtverkaufsfläche in den vergangenen knapp 20 Jahren zu beobachten. Die Flächenausweitung von ca. 2 % lag jedoch unter der bundesweiten Steigerungsrate, so dass für Sondershausen nur eine geringe Dynamik zu beobachten ist. Die rückläufige Entwicklung der Handelsbetriebe der letzten Jahre geht mit der deutschlandweiten Entwicklung konform, wobei für Sondershausen eine deutliche Abschmelzung von über der Hälfte der Handelsbetriebe festzustellen ist. Dementsprechend hat sich die durchschnittliche Geschäftsgröße in Sondershausen signifikant erhöht.

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** liegt in Sondershausen mit rd. 2,2 m² Verkaufsfläche je Einwohner auf einem konstanten Niveau, da sich dieser Wert in den letzten zwanzig Jahren nicht signifikant verändert hat (vgl. Tab. 6). Die Erhöhung der Flächendichte ist nicht auf einen maßgeblichen Anstieg der Verkaufsfläche zurückzuführen, sondern auf die rückläufige Bevölkerung von Sondershausen in diesen beiden Dekaden.

Die Verkaufsflächenausstattung von Sondershausen befindet sich – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – über dem bundesdeutschen Ausstattungswert⁵⁵ von rd. 1,5 m² Verkaufsfläche pro Einwohner. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Mittelstädte i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte aufweisen, da solche Städte (meist Mittelzentren) auch Versorgungsfunktionen für ihren umliegenden Raum wahrnehmen und somit meist höhere Flächenangebote vorhalten.

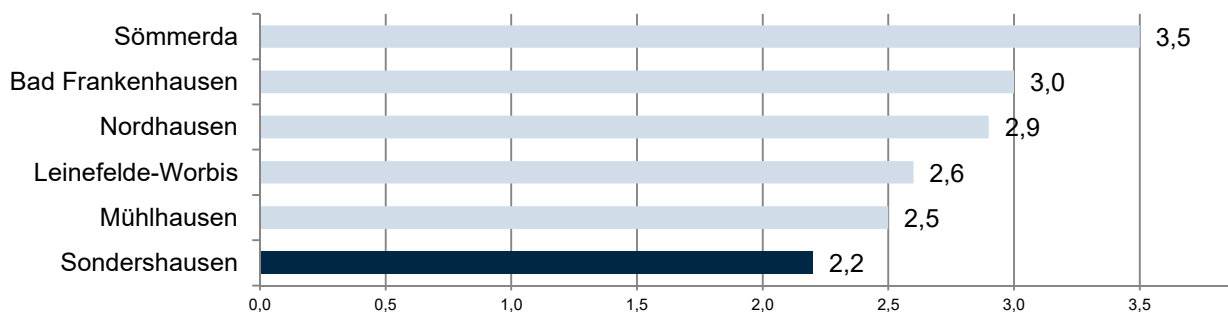
In Relation zu anderen Städten im regionalen Umfeld erreicht Sondershausen einen geringeren Ausstattungsgrad an Verkaufsfläche. Bei der Betrachtung der Verkaufsflächendichte muss jedoch beachtet werden, dass alle erhobenen Bestandsdaten in der Erhebungseinheit Sondershausen zusammengefasst werden. Eventuelle rechnerische Defizite in einer Branche können also durch andere Branchen wieder ausgeglichen werden.

⁵⁴ Die Verkaufsflächendichte errechnet sich aus dem Verhältnis von Verkaufsfläche zu Einwohnern eines Ortes oder einer Region. Bei der Berechnung dieser Kennziffer wurde der Bevölkerungsbestand des jeweiligen Jahres zugrunde gelegt.

⁵⁵ Quelle: Statista Hamburg 2018, Verkaufsfläche je Einwohner im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2004 bis 2015.

Folgende Abbildung stellt diese Kennzahl im Vergleich zu ausgewählten Städten in der Region Nordthüringen dar.⁵⁶

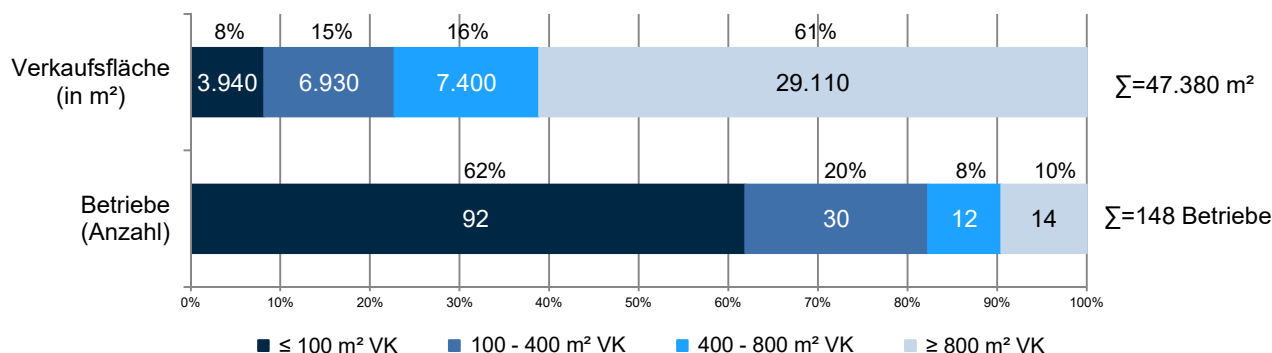
Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte



Quelle: Auswertung publizierter Einzelhandelskonzepte (Leinefelde-Worbis, Mühlhausen) / BBE Handelsberatung, eigene Erhebung im Rahmen von Marktuntersuchungen (Nordhausen, Sömmerda, Bad Frankenhausen).

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 besitzen aus Kundensicht eine höhere Attraktivität. In Bezug auf die Gliederung des Sondershäuser Einzelhandelsbesatzes nach Größenklassen ergibt sich nachfolgendes Bild:

Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Sondershäuser Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Februar 2018

Die Verkaufsflächenstruktur ist in Sondershausen durch überwiegend kleinformatige Einzelhandelsgeschäfte geprägt, da 62 % und somit der Großteil der 148 Handelsbetriebe eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur ca. 43 m² je Ladenlokal. Demgegenüber besitzen die großformatigen Handelsbetriebe (Verkaufsfläche ab 400 m²), die einen Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe von lediglich 18 % haben, mit einer Verkaufsfläche von rd. 36.510 m² einen Anteil von 77 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

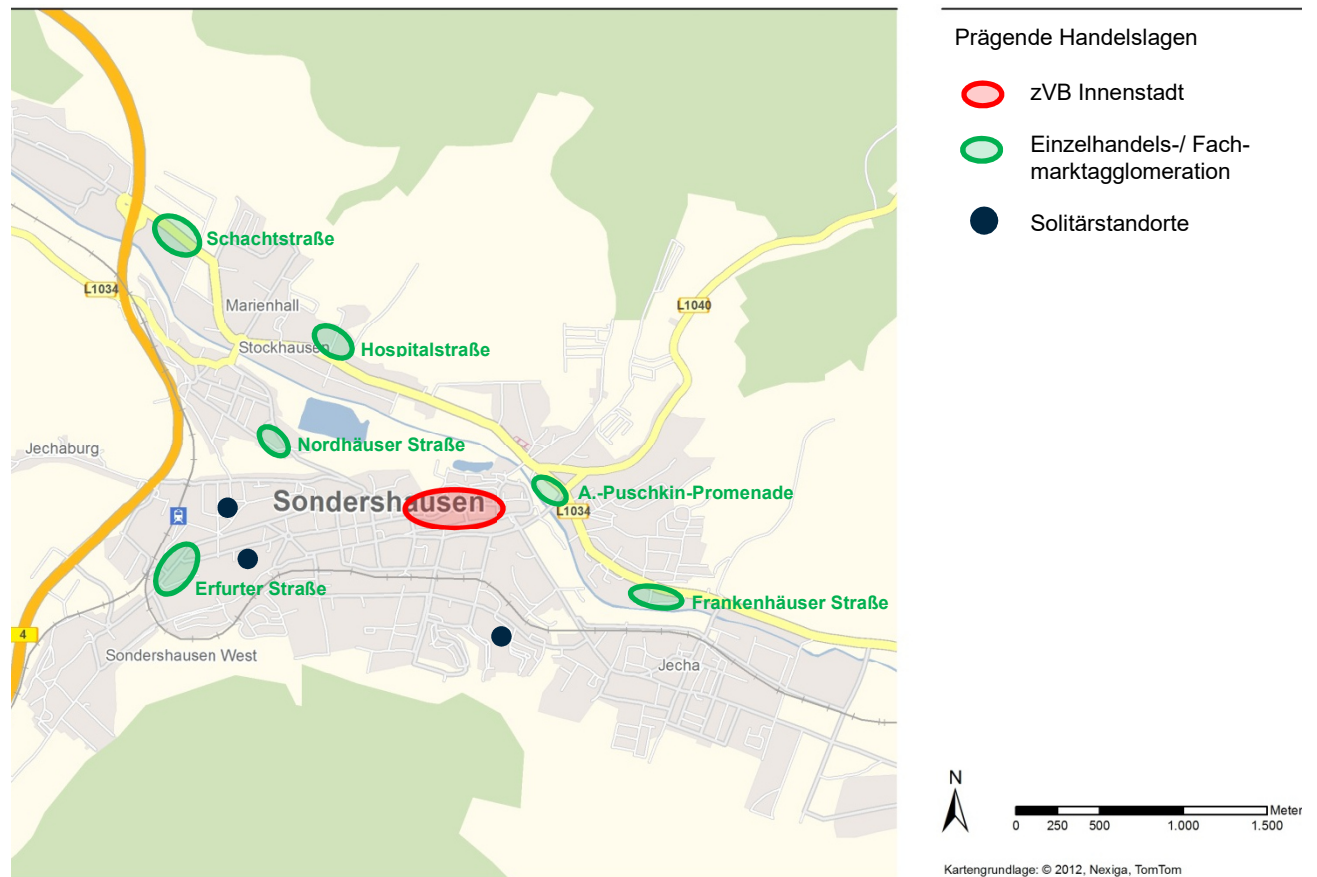
In der Größenklasse zwischen 100 bis 400 m² je Laden vereinen die 30 Betriebe eine Verkaufsfläche von ca. 6.920 m² auf sich. Der Anteil der Geschäfte dieser Betriebsgrößenklasse könnte höher ausfallen, da gerade diese Flächengröße i.d.R. durch attraktive Handelskonzepte – insbesondere der Modebranche – belegt wird, die für eine hohe innerstädtische Angebotsvielfalt und Kundenakzeptanz wichtig sind.

⁵⁶ Die vorstehend ausgewählten Kennziffern der Verkaufsflächendichte dienen lediglich der Orientierung. Die einzelnen Werte sind nicht miteinander vergleichbar, da die Städte über jeweils unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Historien etc. verfügen. Es soll lediglich ein Trend der Flächenausstattung in anderen Städten dargestellt werden.

6.2. Räumliche Angebotsstruktur des Sondershäuser Einzelhandels

Bei der Analyse der **räumlichen Verteilung** des Sondershäuser Einzelhandelsangebots wird eine Untergliederung innerhalb der Kernstadt nach dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich, bestehenden Solitärstandorten und Fachmarkttagglomerationen⁵⁷ vorgenommen. Folgende Karte skizziert die prägenden Einzelhandelsstandorte in der Sondershäuser Kernstadt.

Karte 6: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Sondershausen (Kernstadt)



Den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort stellt die Sondershäuser Altstadt dar, da hier mit über 60 Geschäften ca. 43 % der gesamtstädtischen Betriebe verortet sind. Die Verkaufsfläche umfasst ca. 8.100 m² und nimmt einen Anteil an der gesamtstädtischen Fläche von lediglich rd. 17 % ein. Der Großteil der Handelsbetriebe befindet sich in der innerstädtischen Hauptgeschäftslage, die entlang der Hauptstraße verläuft. Das Einkaufszentrum Galerie am Schlossberg – das den westlichen Abschluss der Hauptgeschäftslage darstellt – fungiert als wichtigster Angebotsmagnet.

Der innerstädtische Einzelhandel ist auf sog. zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert. Größere Magnetbetriebe sind u.a. REWE, Rossmann/dm, diverse Modefilialisten und expert, wobei der Großteil der Magnetbetriebe in der Galerie am Schlossberg etabliert ist. Die durchschnittliche Betriebsgröße je Ladeneinheit liegt mit ca. 130 m²/Geschäft auf einem hohen Niveau, wobei dieser Wert wesentlich durch die großformatigen Ladeneinheiten in der Galerie am Schlossberg getragen wird.⁵⁸

⁵⁷ vgl. Definition in Anlage 2.

⁵⁸ Die durchschnittliche Geschäftsgröße liegt in der Galerie am Schlossberg bei 244 m² je Geschäft, in den übrigen Innenstadtlagen bei ca. 78 m² je Geschäft.

Der Großteil der Verkaufsfläche wurde in Sondershausen in dezentralen Fachmarktlagen entwickelt. Im nordwestlichen Bereich des Kernstadtgebietes befinden sich an der *Schachtstraße* vier fachmarkttypische Anbieter, die im Kernsortiment auf sog. nicht-zentrenrelevante Sortimente ausgerichtet sind. Diese Betriebe (Möbel Strotzer, TTM, Raiffeisen, Therna) wurden funktionsgerecht an einem autokundenorientierten Standort angesiedelt.

An der *Hospitalstraße* ist an einem verkehrlich gut erreichbaren Standort eine kleinere Fachmarkttagglomeration vorhanden. Mit Norma (inkl. Nahrungsmittelhandwerker) und Getränkewelt sind zwei Lebensmittelmärkte angesiedelt, deren Angebot durch einen Raumausstattungsfachmarkt (Home Market) ergänzt wird. Die Verkaufsfläche liegt bei rd. 2.400 m², wobei westlich dieses Bereiches mit dem leerstehenden vormaligen Norma-Markt noch eine Angebotsreserve besteht.

Im Stadtteil Stockhausen ist an der *Nordhäuser Straße* ein Fachmarktzentrum (ca. 2.300 m² VK) verortet. Die überwiegend großformatigen Handelsbetriebe (Aldi, Takko, Deichmann, Pfennigpfeiffer) befinden sich in der Erdgeschosszone des mehretagigen Wohn- und Geschäftshauses, während die Obergeschosse überwiegend einer Büronutzung unterliegen. Der Standort besitzt eine wichtige Nahversorgungsfunktion für den Stadtteil Stockhausen.

Östlich der Innenstadt wurde bereits im Jahr 1996 ein Einkaufszentrum eröffnet, das im Kreuzungsbereich der *Frankenhäuser Straße / Alexander-Puschkin-Promenade* liegt. Der Einzelhandel umfasst ca. 5.900 m² und wird durch Kaufland und zwei Modeanbieter (AWG, ABC Schuhe) geprägt. Weitere kleinere Handelsbetriebe und Komplementärangebote führen zu einer hohen Angebotsvielfalt. Der Standort besitzt eine hohe Kundenakzeptanz, was neben der Attraktivität der drei Magnetanbieter auch aus der guten Lagequalität resultiert.

Im östlichen Kernstadtgebiet befindet sich an der *Frankenhäuser Straße* ein Fachmarktzentrum, das durch OBI und die Anbieter Edeka (inkl. Bäcker), Action und Zoo & Co genutzt wird. Das Angebot umfasst ausschließlich Fachmärkte, wobei an diesem Standort mit ca. 9.600 m² die höchste zusammenhängende Handelsfläche in Sondershausen besteht.

An der *Erfurter Straße* sind diverse Fachmärkte (Lidl, ATU, Hagebau, Dänisches Bettenlager, zzgl. zwei Tankstellen) vorhanden, die in Summe ca. 5.500 m² belegen. Mit Ausnahme von Lidl handelt es sich um Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten.

In Sondershausen sind drei Solitärstandorte vorhanden. Hierbei handelt es sich um zwei Standorte, die mit Lebensmittelmärkten (Edeka [Albert-Kuntz-Straße], tegut [Beethovenstraße], jeweils zzgl. Komplementäre) belegt sind. Ferner befindet sich in der Talstraße ein Möbelfachmarkt (SEMA).

Folgende Übersicht stellt zusammenfassend den Sondershäuser **Einzelhandelsbesatz nach Versorgungslagen** dar.

Tabelle 7: Verkaufsflächen und Geschäfte in Sondershausen nach Standortkategorien

Versorgungslagen	Verkaufsfläche		Anzahl Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
Innenstadt	8.080	17	63	42	~130
Fachmarkttagglomerationen	30.110	63	38	26	~790
Solitärstandorte	5.080	11	7	5	~730
Streulagen	2.170	5	25	17	~90
Ortsteile	1.940	4	15	10	~130
Gesamt	47.380	100	148	100	~320

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Februar 2018

Der vorstehend kurz skizzierte Einzelhandelsbestand wird durch verschiedene, meist kleinteilige Einzelhandelsgeschäfte in kernstädtischen Streulagen⁵⁹ arrondiert. Eine flächenseitige Verdichtung von Handelsbetrieben existiert dabei nicht. Die Geschäfte sind meist in Wohnlagen verortet und sind auf die Versorgung der umliegenden Bevölkerung ausgerichtet. Mit einem Getränkemarkt (Vollguth am Steingraben) und einem Sonderpostenmarkt (Billigland 2000 in der Frankenhäuser Straße) sind lediglich zwei größere Anbieter vorhanden.

In den einzelnen peripheren Ortsteilen ist jeweils ein flächenseitig geringer Einzelhandelsbestand vorhanden, wobei bereits ca. 40 % von der Gesamtverkaufsfläche durch einen Baumarktanbieter in Berka gebunden wird. Das verbleibende Angebot ist fast ausschließlich auf die Nahversorgung der jeweiligen Ortsteile ausgerichtet und wird maßgeblich durch den Lebensmittelhandel, vor allem durch kleinere Lebensmittelgeschäfte und Nahrungsmittelhandwerker belegt.

Im Fazit der vorstehenden Kurzbewertung ist aus städtebaulicher Sicht zu konstatieren, dass in Bezug auf die Verteilung des Handelsbesatzes das Angebot in dezentralen Fachmarktlagen dominiert. Der Besatz in diesen Lagen wird jedoch zum großen Teil durch Betriebe mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten geprägt. Demnach steht dem innerstädtischen Handel zwar ein gewisses, jedoch kein überdimensioniertes Angebot mit zentrenrelevanten Sortimenten an Fachmarktstandorten gegenüber. In Folge sind positive Ausgangsvoraussetzungen für die Weiterentwicklung des Sondershäuser Einzelhandels – insbesondere in der Altstadt – und die Beseitigung von Angebotsdefiziten möglich.

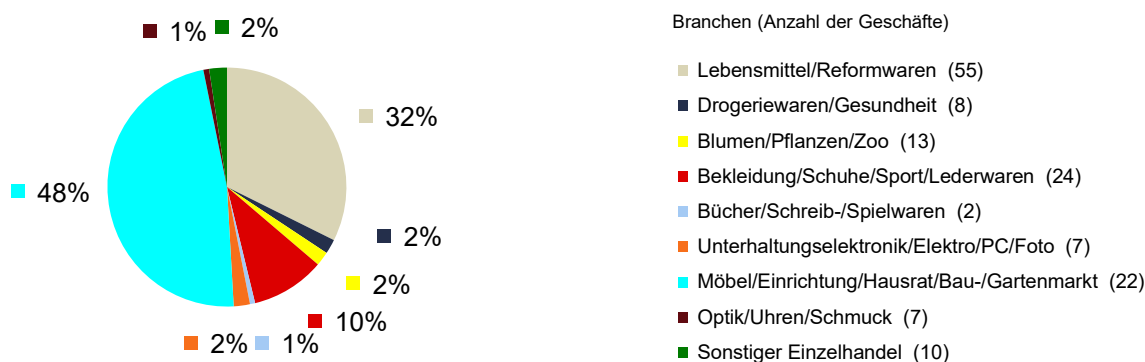
59 Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

6.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

6.3.1. Sortimentsstruktur Sondershausen

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Sondershausen (rd. 47.400 m² VK) werden die einzelnen Betriebsstätten nach ihrem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.⁶⁰ Die lokale Verkaufsflächenstruktur stellt sich aktuell wie folgt dar:

Abbildung 17: Verkaufsflächenstruktur Sondershausen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Februar 2018

Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 22.600 m²) wird in Sondershausen durch die **Einrichtungsbranche** eingenommen, in der neben den drei Möbelanbietern auch die vier Bau- und Gartenmärkte, die beiden Einrichtungsfachmärkte und die sog. Multisortimentsmärkte subsumiert werden. Da es sich bei dieser Marktform um meist größere, fachmarkttypische Ladeneinheiten handelt, weist diese Branche üblicherweise einen verhältnismäßig hohen Flächenanteil aus. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt in diesem Segment bei rd. 1.030 m² je Geschäft und somit deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnitt von rd. 320 m².

Einen weiteren Angebotsschwerpunkt bildet mit ca. 15.300 m² die **Lebensmittelbranche**, in der auch die größte Anzahl der Betriebe vorhanden ist. Einerseits wird diese Branche durch großformatige Lebensmittelmärkte geprägt, andererseits sind auch zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Nahrungsmittelhandwerker) vorhanden.

Weiterhin stellt die **Modebranche**, die als Leitbranche fungiert und wesentlich die Attraktivität einer Stadt mit prägt, mit einer Fläche von rd. 4.700 m² einen wichtigen flächenseitigen Angebotsbaustein dar. Die Angebotsvielfalt innerhalb dieser Branche ist ausbaufähig, da aktuell lediglich 24 Betriebe gezählt wurden.

Die restlichen Branchen erreichen vergleichbar geringe Flächenanteile, stellen jedoch zur Abrundung der vorstehenden Branchen einen wichtigen Faktor dar. Insbesondere ist die Existenz von leistungsfähigen Betrieben in den Branchen Drogeriewaren und Elektrowaren/Unterhaltungselektronik hervorzuheben

Die Sortimentszusammensetzung des Sondershäuser Einzelhandels ist im interkommunalen Vergleich⁶¹ eine übliche, da i.d.R. die beiden flächenintensiven Sortimente der Einrichtungs- und der Lebensmittelbranche – gefolgt von den modischen Sortimenten – grundsätzlich die höchsten Flächenanteile in ähnlich großen Städten einnehmen.

⁶⁰ Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt grundsätzlich nach seiner Hauptwarengruppe. Die in zahlreichen Handelsbetrieben geführten Randsortimente ordnen sich i.d.R. dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Wichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Die einzelnen Randsortimente werden jedoch in Folge bei der Berechnung der sortimentspezifischen Bindungsquoten (vgl. folgende Abb. 20) berücksichtigt.

⁶¹ Eine direkte Vergleichbarkeit von Einzelhandelsstrukturen von Städten ist grundsätzlich nicht möglich, da diese über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen, Einzugsgebiete etc. verfügen.

6.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich

Zur besseren Strukturierung der Flächen werden die einzelnen Branchen in Bedarfsbereiche (nach der Häufigkeit der Nachfrage, vgl. Anlage 1) unterteilt und einer kurzen Analyse unterzogen.

Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich

	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Lebensmittel	15.310	55	~280	0,70
Apotheken	200	5	~40	0,01
Drogerie/Parfümerie	730	3	~240	0,03
Blumen	310	11	~30	0,01
Gesamt	16.550	74	~220	0,75

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Februar 2018

In Sondershausen ist im **Lebensmitteleinzelhandel** aktuell eine Verkaufsfläche von ca. 15.300 m² vorhanden. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte ist im interkommunalen Vergleich mit 0,70 m² pro Einwohner als relativ hoch zu bewerten⁶², so dass ein ausreichendes flächenseitiges Angebot vorhanden ist. Somit kann Sondershausen auch ein attraktives Angebot für seinen Verflechtungsbereich darstellen, da hier lediglich ein eingeschränktes Angebot – insbesondere mit Lebensmittelmärkten – vorhanden ist.

Die aktuelle Angebotsstruktur weist eine für die Stadtgröße ausgewogene Mischung aus den Betriebstypen Verbrauchermarkt, Supermarkt und Discounter (vgl. Betriebstypendefinition in Anlage 3) auf, die alle im Kernstadtgebiet von Sondershausen liegen. Ergänzt werden diese Anbieter durch kleinstrukturierte Lebensmittelanbieter (v.a. Bäcker/Fleischer), SB-Geschäfte und Getränkemärkte.

In Sondershausen sind derzeit fünf **Apotheken** mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 200 m² vorhanden. Auf Basis der Einwohnerzahl von Sondershausen errechnet sich eine sogenannte Apothekendichte von ca. 23 Apotheken je 100.000 Einwohner. Der Sondershäuser Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 24 Apotheken/ 100.000 Ew.) bzw. auch zum Landesdurchschnitt (rd. 26 Apotheken/100.000 Ew.)⁶³ einen üblichen Ausstattungsgrad dar, so dass ein ausreichendes Angebot vorhanden ist. Die Darstellung der einzelnen Apotheken ist unter qualitativen Gesichtspunkten durchgängig als sehr gut zu bewerten.

In der Branche **Drogerie-/ Parfümeriewaren** sind aktuell die beiden Anbieter Rossmann und dm vertreten. Beide Betriebe befinden sich in der Innenstadt, wobei die Flächen der Märkte deutlich unterhalb der jeweiligen Marktzutrittsgröße⁶⁴ liegen. Perspektivisch ist eine Verlagerung von Rossmann in die Galerie am Schlossberg geplant. Die Nachfrage nach diesen Produkten wird ferner auch von Anbietern des Lebensmittelhandels⁶⁵ gedeckt. In der Galerie am Schlossberg existiert eine Fachparfümerie, die im Bereich der Depotkosmetik ein attraktives Parfümerieangebot im gehobenen und spezialisierten Bereich offeriert.

In Sondershausen existiert im Sortimentsbereich **Blumen** ein umfangliches Angebot, das sich auf diverse Blumengeschäfte im gesamten Stadtgebiet verteilt. Das Gesamtangebot ist insbesondere auf Grund der meist leistungsstarken Floristikfachgeschäfte als gut einzustufen.

62 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,55 bis 0,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,44 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

63 Quelle: Statista Hamburg 2018, Apothekendichte in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2016 (Apotheken je 100.000 Einwohner).

64 Die Marktzutrittsgröße liegt bei Drogeriemärkten aktuell bei rd. 700 m².

65 Alle Lebensmittelmärkte führen im Randsortiment Drogeriewaren. Das flächenseitig größte Angebot hält Kaufland vor.

6.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich

Folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die Einzelhandelsausstattung im Segment des mittelfristigen Bedarfsbereichs in Sondershausen und die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte je Branche.

Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich

	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Oberkleidung/Wäsche	3.110	17	~180	0,14
Heimtextilien/Kurzwaren	-	-	-	-
Sportartikel/Camping	210	1	~210	0,01
Schuhe/Lederwaren	1.390	6	~230	0,06
Sanitätswaren	180	3	~60	0,01
Bücher/Zeitschriften	120	1	~120	0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	-	-	-	-
Spielwaren	210	1	~210	0,01
Zoobedarf	620	2	~310	0,03
Gesamt	5.840	31	~190	0,27

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Februar 2018

Das Angebot an **Bekleidung** stellt hinsichtlich seiner Magnetfunktion einen wesentlichen Attraktivitätsfaktor für eine (Innen-)Stadt dar, wobei unter dem Blickwinkel der aktuellen Flächenausstattung von lediglich rd. 0,14 m² Textilverkaufsfläche je Einwohner ein flächenseitiger Ausbau empfehlenswert ist.⁶⁶

In Sondershausen führen derzeit 17 Geschäfte auf rd. 3.100 m² VK dieses Sortiment. Die Textilgeschäfte sind größtenteils in der Sondershäuser Altstadt verortet, wengleich der größte Anbieter und einzige Vollausstatter (AWG) im Kauflandcenter etabliert ist. Das innerstädtische Angebot ist vorwiegend durch inhabergeführte Geschäfte gekennzeichnet, die auf Grund ihrer teilweisen höherwertigen Ausstattung sowie Spezialisierung einen wichtigen Attraktivitätsfaktor für die Sondershäuser Altstadt darstellen. Mit den Anbietern KIK, NKD und Ernstings family sind auch drei Filialisten angesiedelt.

In der Branche **Heimtextilien/Kurzwaren** ist kein Angebot vorhanden. Diese Warengruppen werden jedoch im Randsortiment von Einrichtungsfachmärkten bzw. Baumärkten mit geführt.

In der **Sportbranche** (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) ist derzeit nur ein innerstädtisches Fachgeschäft vorhanden, welches ein attraktives Angebot präsentiert. Das flächenseitige Angebot fällt unter Einbezug der Stadtgröße zu gering aus.

Im Sortiment **Schuhe/Lederwaren** gibt es in Sondershausen sechs Anbieter mit einer Verkaufsfläche von fast 1.400 m². Das Angebot wird durch die attraktiven Märkte von Deichmann, ABC Schuhe, Reno und Arabell geprägt, wobei lediglich zwei der genannten Filialen in der Sondershäuser Innenstadt lokalisiert sind.

⁶⁶ Die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte von rd. 0,14 m² Verkaufsfläche pro Einwohner ist aus gutachterlicher Sichtweise im interkommunalen Vergleich als niedrig einzustufen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt in diesem Segment in vergleichbaren Städten bei ca. 0,25 bis 0,35 m² Verkaufsfläche je Einwohner.
Quelle: Verkaufsflächenerhebungen der BBE Handelsberatung in Städten mit 20.000 bis 40.000 Einwohnern. Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

Somit können die Kopplungsmöglichkeiten zu dem innerstädtischen Textilsortiment nicht vollumfänglich ausgeprägt werden.

Der **Sanitätsfachhandel** (u.a. Sanitätswaren, Hörgeräte) ist mit drei Anbietern 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 Sondershausen bzw. insbesondere den hohen Bevölkerungsanteil älterer Bürger wider (vgl. Abb. 11).

In der Branche **Bücher** ist eine innerstädtische Buchhandlung vorhanden. Dieses Angebot ist als zufriedenstellend zu bewerten, wobei langfristig eine höhere Sortimentstiefe wünschenswert wäre.⁶⁷ Für diese Branche stellt jedoch der Online-Handel eine deutliche Konkurrenz dar, so dass die Entwicklungschancen als eingeschränkt zu bewerten sind.

In der Branche **Papier-/Büro-/Schreibwaren** ist kein Betrieb vorhanden. Dieses Sortiment wird jedoch als Randsortiment in sog. Multisortimentsmärkten und in Lebensmittelmärkten mitgeführt.

Das Angebot in der **Spielwarenbranche** wird derzeit durch ein innerstädtisches Fachgeschäft geprägt, das dieses Marktsegment zum Teil abdeckt. Das eingeschränkte Angebot reflektiert u.a. den geringen Anteil der jüngeren Bevölkerung in Sondershausen (vgl. Abb. 11) und die daraus folgende geringe sortimentspezifische Kaufkraft in dieser Branche (vgl. Abb. 14).

In dem Teilsegment Musikalien/Musikinstrumente ist in Sondershausen kein Anbieter vorhanden. Dies ist insbesondere vor dem Hintergrund relevant, da in Sondershausen das Theater Nordhausen/Lohorchester Sondershausen tätig ist sowie die Kreismusikschule, private Musikschulen und verschiedene musikalische Gruppen angesiedelt sind.

In der **Zoobranche** ist in dem Fachmarktcenter an der Frankenhäuser Straße mit Zoo & Co ein Fachmarkt angesiedelt, der neben einem kleineren Spezialgeschäft für Aquaristik die Nachfrage vor Ort binden kann. Das Teilsegment Tiernahrung wird auch von branchenfremden Anbietern offeriert. So führen insbesondere die Lebensmittelmärkte in Sondershausen diese Warengruppe.

⁶⁷ Dieses Sortiment wird u.a. noch im Randsortiment bei branchenfremden Anbietern geführt.

6.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich

Das Einzelhandelsangebot im Segment des langfristigen Bedarfsbereiches stellt sich für die Stadt Sondershausen wie folgt dar:

Tabelle 10: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich

	Verkaufs- fläche m ²	Einzelhandels- betriebe abs.	Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb	Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner
Möbel/Antiquitäten	6.840	4	~1.710	0,31
Baumarkt/Raumausstattung	13.270	9	~1.470	0,61
Hausrat/Glas/Geschenkartikel	2.510	9	~280	0,11
Elektro/Unterhaltungselektronik	1.050	7	~150	0,05
Optik	280	4	~70	0,01
Uhren/Schmuck	90	3	~30	<0,01
Fahrräder	290	5	~60	0,01
Autoteile/-zubehör	660	2	~330	0,03
Gesamt	24.990	43	~580	1,14

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Februar 2018

In Sondershausen gibt es u.a. zwei mittelständische Möbelhäuser (Strotzer, SEMA) und einen Möbelfachmarkt (Dänisches Bettenlager), so dass in der **Möbelbranche** – für die Stadtgröße – ein attraktives Angebot besteht. Langfristig ist die Ansiedlung eines größeren Vollsortimentshauses in Sondershausen unrealistisch, was auf das geringe Nachfragepotenzial (für diesen Betriebstyp) in Sondershausen bzw. im direkten Umfeld zurückzuführen ist.

In der Branche **Bau-/Gartenmarktartikel und Raumausstattung** besteht ein flächenseitig umfängliches Angebot. Mit OBI und Hagebau sowie TTM und Homemarket sind vier großflächige und attraktive Märkte vorhanden, die funktionsgerecht in autokundenorientierten Lagen des Kernstadtgebietes adressiert sind. In den beiden Baumärkten wird neben verschiedenen Randsortimenten auch ein attraktives Gartenmarktsortiment gezeigt, so dass sich das Angebot auch in diesem Segment flächenseitig und qualitativ attraktiv darstellt.

Neben den genannten vier strukturprägenden Betrieben sind in dieser Branche drei weitere Märkte (MSR Bauzentrum/Raiffeisen/Therma) und kleinere Fachgeschäfte vorhanden. In Summe wird ein sehr gut strukturiertes Angebot präsentiert, was sich auch in der hohen Verkaufsflächendichte von 0,61 m² je Einwohner zeigt.

Das Sortiment **Glas/Porzellan/Keramik/Geschenk- und Hausratartikel** wird vor allem in sog. Non-Food-Discountern geführt (Pfennigpfeiffer, Tedi, Mäc Geiz, Action, Billigland 2000), die ein Multisortiment im unteren Preisbereich anbieten. Diese Betriebe haben i.d.R. einen Sortimentsschwerpunkt bei Haushaltswaren (inkl. Deko-Gegenstände, Geschenkartikel), wobei verschiedene Warengruppen in einer teilweise wechselnden Zusammenstellung geführt werden. Es wird eine hohe Auswahlbreite über zahlreiche Sortimente hinweg gezeigt, wenngleich ein Multisortimentsmarkt gleichzeitig nur eine eingeschränkte Sortimentstiefe besitzt. Mit fünf Non-Food-Discountern ist für die Stadtgröße ein ungewöhnlich breites Angebot vorhanden. Neben diesen beschriebenen Märkten sind vereinzelte weitere Fachgeschäfte vorhanden.

Die Branche **Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC** wird durch einen Elektrofachmarkt geprägt, der in der Innenstadt von Sondershausen in der Galerie am Schlossberg verortet ist. Der Markt stellt einen wichtigen Angebotsmagneten dar und zeigt ein attraktives Vollsortiment. Neben diesem Anbieter sind verschiedene kleinformartige Betriebe, meist Telefonshops vorhanden.

In den Branchen **Optik** und **Uhren/Schmuck** gibt es verschiedene Anbieter, die alle ein attraktiv präsentiertes Sortiment führen. Der Schwerpunkt beider Branchen liegt in der Sondershäuser Altstadt, da mit Ausnahme eines Optikers alle Betriebe hier angesiedelt sind. Die Durchschnittsgröße der Ladenlokale ist gerade im Segment Uhren/Schmuck mit ca. 30 m² je Geschäft relativ niedrig, da die Branche einen geringen spezifischen Flächenbedarf hat.

Die **Fahrradbranche** ist durch fünf mittelständische Anbieter gekennzeichnet, die alle auf einer relativ kleinen Fläche (Durchschnittsgröße = 60 m² je Geschäft) ein serviceorientiertes Angebot zeigen. Grundsätzlich wird in Summe ein attraktives Angebot gezeigt, wobei ein größerer Fahrradmarkt wünschenswert wäre.

In der Branche **Kfz-Zubehör** ist mit ATU ein kompetenter und attraktiver Anbieter vorhanden, der den Großteil der Nachfrage binden kann. Ein weiterer Autoteilemarkt an der Talstraße zeigt nur ein eingeschränktes Angebot. Das Sortiment wird teilweise auch in Autohäusern bzw. Werkstätten mit geführt.

6.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Sondershausen

6.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Sondershausen ist im Sortiment Lebensmittel eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 15.300 m² vorhanden, wodurch sich auf Basis der Bevölkerungszahl eine **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von rd. 0,70 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner errechnet. Aus gutachterlicher Sicht wird somit ein hoher Versorgungsgrad erreicht.⁶⁸ Dieser Wert deutet auf eine gut ausgeprägte Versorgungslage bzw. ein ausreichendes flächenseitiges Angebot hin, wobei die Stadt Sondershausen auch eine Versorgungsfunktion für ihren Verflechtungsbereich übernimmt, so dass ein höheres lokales Angebot die Folge ist. Perspektivisch ist davon auszugehen, dass sich der Wettbewerb durch die weiterhin rückläufige Bevölkerung (vgl. Pkt. 4) und die damit einhergehende sinkende Nachfrage verschärfen wird.

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

Tabelle 11: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Sondershausen

	Region/ Anbieter	Anzahl	Vk.Fl.	Vk.Fl. je	Vk.Fl. je	DICHTE- INDEX ⁶⁹
		Märkte	Gesamt	Objekt	Einwohner	
		abs.	m ²	m ² /Markt	m ² /Einwohner	
	Vergleich Deutschland	16.211	12.500.000	~770	0,151	100
Discounter	Sondershausen (Aldi, Lidl, Norma)	3	2.480	~830	0,114	75
	Vergleich Deutschland	10.870	10.600.000	~980	0,128	100
Supermarkt	Sondershausen (Edeka [2x], REWE, tegut)	4	4.480	~1.120	0,206	161
	Vergleich Deutschland	1.962	9.800.000	~4.990	0,119	100
Verbraucher- markt / SB-Warenhaus	Sondershausen (Kaufland)	1	4.310	~4.310	0,198	166
	Vergleich Deutschland	29.043	32.900.000	~1.130	0,399	100
Gesamt	Sondershausen	8	11.270	~1.410	0,518	130

Quelle: Daten EHI Retail Institute Köln 2015, Definition Betriebstypen: Supermarkt 800 - 2.500 m², Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt) 2.500 bis 5.000 m², SB-Warenhaus (SBW) ab 5.000 m², Discounter entsprechend Angebotsstrategie
Einwohner Deutschland: 82.521.653 Personen / Sondershausen: 21.768 Personen.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von knapp 0,52 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Sondershausen⁷⁰ im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 0,40 m²/Ew.)

68 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,55 bis 0,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

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

70 Die Siedlungsstruktur der Stadt Sondershausen stellt sich im Bundesvergleich als üblich dar, d.h. es ist keine atypische Versorgungssituation vorhanden, die auf eine deutlich veränderte Angebotsstruktur schließen lässt.

ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht (Dichteindex = 130). Dieser resultiert aus dem flächen-
seitig hohen Angebot, wobei Sondershausen als mittelzentraler Ort auch eine Versorgungsfunktion für seine
Umlandgemeinden mit übernimmt. Somit relativiert sich das erhöhte Flächenangebot, da in zahlreichen klei-
neren Orten im Umfeld bzw. im Verflechtungsbereich von Sondershausen (vgl. Karte 3) kein größerer Le-
bensmittelmarkt besteht, so dass für die hier lebende Bevölkerung keine adäquate Versorgung vorhanden
ist.

Bei einer Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen fällt auf, dass das Segment Verbraucher-
markt/SB-Warenhaus in Sondershausen im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten einen hohen
Ausstattungsgrad erzielt (Dichteindex = 166). Dies ist auf die Existenz eines Verbrauchermarktes sowie die
für diese Betriebsform notwendige Verkaufsfläche zurückzuführen, wobei die Fläche von Kaufland nicht als
überdimensioniert zu bewerten ist.

In dem Segment Supermarkt ist ebenfalls in Relation zu bundesdurchschnittlichen Werten eine hohe Ansied-
lungsdichte von vier Märkten vorhanden (Dichteindex = 161). Neben den beiden größeren Supermärkten
von Edeka in der Frankenhäuser Straße und dem innerstädtischen REWE-Markt sind noch zwei weitere
Märkte in wohnsiedlungsintegrierten Lagen ansässig, die hier eine wichtige Nahversorgungsfunktion über-
nehmen. Somit ist – auch in Verbindung mit dem Betriebstyp Verbrauchermarkt – im sog. Vollsortimentsbe-
reich eine hohe Ansiedlungsdichte festzustellen.

Im Bereich Lebensmitteldiscount liegt der Wert der Verkaufsflächendichte mit 75 unterhalb des Bundes-
durchschnitts, obwohl in den Städten der ostdeutschen Bundesländer meist eine überdurchschnittliche Flä-
chendichte zu beobachten ist. Dies ist in Sondershausen nicht der Fall.

Abbildung 18: Beispiele für strukturprägende Lebensmittelanbieter in Sondershausen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Zusammenfassend ist einzuschätzen, dass in Sondershausen bezüglich der **Durchmischung der einzel-**
nen Betriebsformen ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot vorgehalten wird. Die
Struktur des Lebensmittelangebots ist durch eine gute Bandbreite an verschiedenen und konzeptionell un-
terschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot u.a. durch zahlreiche
Nahrungsmittelhandwerker, SB-Geschäfte und Getränkemärkte arrondiert wird.

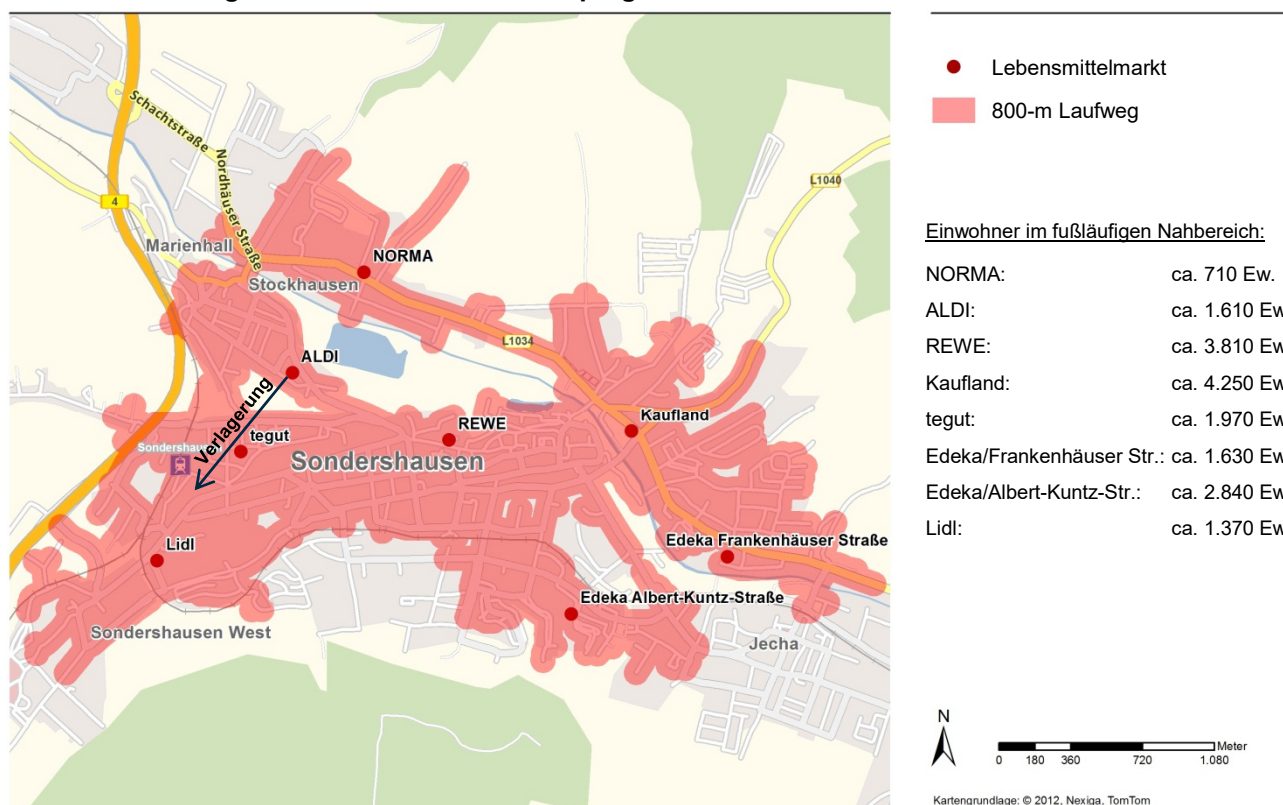
6.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Sondershausen

Die prospektive Einzelhandelsentwicklung in Sondershausen soll sich u.a. auf die möglichst **flächendeckende wohnortnahe Versorgung** der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereichs, insbesondere mit Lebensmitteln fokussieren. Dies ergibt sich vor allem unter der Prämisse des demographischen Wandels und der Zielsetzung, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden bzw. zu minimieren.

Grundsätzlich ist die flächendeckende fußläufige Nahversorgung für die Stadt Sondershausen auf Grund der polyzentrischen Siedlungsstruktur, bestehender Zäsuren, der Topografie der Stadt und den allgemein daraus resultierenden fußläufigen Erreichbarkeithemmnissen nur schwer umzusetzen, so dass eine engmaschige Lebensmittelversorgung für das gesamte Stadtgebiet nicht vollständig installiert werden kann.

Nachstehend werden kartographisch die jeweiligen **fußläufigen Nahbereiche**⁷¹ der bestehenden strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Sondershausen (vgl. Tab. 11) dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt (keine Radien), d.h. es werden auch Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt.

Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt



Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels liegen über das gesamte **Sondershäuser Kernstadtgebiet** verteilt, so dass die einzelnen Lebensmittelmärkte für den Großteil der Bevölkerung der Kernstadt eine fußläufige Nahversorgung anbieten können. Insgesamt wohnen in den Nahbereichen der in der vorstehenden Karte dargestellten Lebensmittelmärkte – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – circa 13.280 Personen. Demnach ist aktuell eine sehr gute wohnortnahe Versorgung des Großteils der kernstädtischen Wohnquartiere möglich, da ca. 78 % der Bewohner der Kernstadt⁷² in ihrem Nahbereich einen Lebensmittelmarkt erreichen können.

71 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Laufweg von rd. 500 bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

72 In der Sondershäuser Kernstadt leben ca. 16.960 Personen (vgl. Abb. 10).

Bezüglich der räumlichen Verteilung der Lebensmittelmärkte ist keine flächenseitige Angebotsverdichtung vorzufinden, da die größeren Lebensmittelanbieter relativ gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt liegen. Im Fazit ist daher eine sehr gute Nahversorgungssituation zu konstatieren, was insbesondere mit Blick auf den hohen Anteil älterer Bevölkerungsgruppen (vgl. Abb. 11) und der teilweise eingeschränkten Mobilität dieser Einwohner wichtig ist.

Naturgemäß sind in der Kernstadt von Sondershausen auch **Wohnbereiche** vorhanden, in deren unmittelbarer Umgebung kein Lebensmittelmarkt verortet ist.⁷³ Hierbei handelt es sich um die Stadtteile Bebra, Jecha und die südliche Kernstadt.

Für die beiden Stadtteile Bebra (ca. 770 Ew.) und Jecha (ca. 1.780 Ew.) ist die jeweils niedrige Mantelbevölkerung und die daraus folgende geringe Nachfrageplattform anzuführen, so dass hier der wirtschaftliche Betrieb eines Lebensmittelmarktes – ohne Kaufkraftzuflüsse von außerhalb dieser Stadtquartiere – nicht möglich ist. Dies zeigt sich in Jecha bspw. auch durch die bereits langjährige Nutzung eines vormaligen Lebensmittelmarktes durch deinen Getränkemarkt⁷⁴, so dass seitens des Lebensmittelhandels keine Nachfrage nach diesem Standortbereich besteht.⁷⁵

Der Bereich der südlichen Kernstadt ist durch eine ansteigende Topografie geprägt; ferner stellt ein hier befindlicher Bahndamm (Nutzung als Fernradweg) eine Zäsur dieses Bereiches dar. Somit ist auch unter Berücksichtigung von betreiberspezifischen Aspekten die zukünftige Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in diesen Gebieten nicht realistisch.

Die in der vorstehenden Karte 7 dargestellte **Nahversorgungsstruktur** wird sich verändern, da in der Erfurter Straße 14 eine Baugenehmigung zur Ansiedlung eines Aldi-Lebensmittelmarktes mit einer Verkaufsfläche von 799 m² erteilt wurde. Hierbei handelt es sich um die Verlagerung des Aldi-Bestandsmarktes aus der Nordhäuser Straße 1. Demnach wird sich an diesem Standort eine Lücke in dem dargestellten Nahversorgungsnetz ergeben.

Des Weiteren möchte die Firma Lidl, die unweit des vorstehend genannten Aldi-Standortes in der Erfurter Straße 33a einen Lebensmittelmarkt betreibt, gemäß Informationen der Stadtverwaltung ebenfalls einen Standortwechsel vornehmen und plant eine Verlagerung dieses Marktes. Durch das Hinzutreten des Aldi-Marktes kann dieser Anbieter die Nahversorgung bei einer Verlagerung von Lidl für den umliegenden Raum übernehmen, wobei sich jedoch grundsätzlich die in Karte 7 dargestellte räumliche Nahversorgungsstruktur perspektivisch verändern wird.

Die nachstehende Tabelle gibt einen zusammenfassenden Überblick über die Standortstruktur der bestehenden **Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen**. Hierbei wird nach siedlungsintegrierten Standorten, teil-siedlungsintegrierten Standorten und nicht-siedlungsintegrierten Standorten⁷⁶ innerhalb der Kernstadt unterschieden. Da in Sondershausen alle strukturprägenden Lebensmittelmärkte in siedlungs- bzw. zumindest in teil-siedlungsintegrierten Lagen verortet sind, übernehmen alle Märkte eine jeweils anteilige verbrauchernahe Versorgung. Je nach Lagequalität variiert dabei der Anteil der Wohnbevölkerung im Nahbereich (vgl. Karte 7).

73 In Sondershausen – wie auch in anderen Städten – sind in den kernstädtischen Randbereichen gering verdichtete Wohngebiete vorhanden, die in unmittelbarer Umgebung über keinen Lebensmittelmarkt verfügen. Die Einwohner müssen somit zur fußläufigen Deckung der Nachfrage längere Laufwege zurücklegen.

74 Hierbei handelt es sich um den Getränkemarkt Vollgut am Steingraben in Jecha.

75 Der vormalige Lebensmittelmarkt verfügt über eine standortgerechte Dimensionierung, eine vorgelagerte Parkplatzanlage und eine gute Erreichbarkeit; ferner sind an dem Standort weitere komplementäre Anbieter (Bäcker, Fleischer, Sparkasse) angesiedelt. Der Funktionsbau ist in einem augenscheinlich guten Zustand. Trotzdem besteht für diesen Standort keine Nachfrage seitens des Lebensmitteleinzelhandels, so dass der Markt bereits langjährig als Getränkemarkt genutzt wird.

76 Siedlungsintegrierte Standorte sind direkt in Wohnsiedlungsgebieten verortet bzw. können sich auch in direkter Randlage zu Wohnquartieren befinden, sofern direkte und barrierefreie fußläufige Beziehungen zu den Wohnbereichen vorhanden sind und Austauschbeziehungen bestehen. Idealerweise sind solche Standorte durch den ÖPNV erreichbar. Diese Standorte weisen – in Bezug zu den örtlichen Verhältnissen bzw. den Siedlungsstrukturen – eine hohe Bevölkerungszahl in ihrem fußläufigen Nahbereich auf (vgl. auch Karte 7).

Teil-siedlungsintegrierte Standorte befinden sich in Randlage zu Wohnsiedlungsbereichen und sind i.d.R. durch Zäsuren (z.B. Hauptverkehrsstraße) von den Wohnbereichen getrennt. Es bestehen keine direkten Austauschbeziehungen bzw. Laufbeziehungen zwischen diesen Standorten.

Nicht-siedlungsintegrierte Standorte liegen außerhalb von Wohnsiedlungsbereichen an dezentralen Standorten und sind vorwiegend auf Autokunden ausgerichtet.

Tabelle 12: Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen

Lebensmittelmärkte	städtebaulicher Lagebereich		
	siedlungsintegriert	teil-siedlungsintegriert	nicht-siedlungsintegriert
Anzahl	3 Märkte ⁷⁷	5 Märkte ⁷⁸	– ⁷⁹
	38 %	62 %	-
Verkaufsfläche	3.060 m ²	8.210 m ²	-
	27 %	73 %	-

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Ungeachtet des hohen Wertes der gesamtstädtischen Lebensmittelfläche variiert die Ausstattung innerhalb des Sondershäuser Stadtgebietes. Dabei weisen die ländlich geprägten, nicht verstädterten **Ortsteile von Sondershausen** kein Angebot an strukturprägenden Lebensmittelmärkten auf. Dies ist mit der geringen Mantelbevölkerung in den einzelnen dezentralen Ortsteilen zu begründen, so dass hieraus ein niedriges Nachfragepotenzial resultiert. Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandel prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt bzw. die Installation eines größeren bzw. filialiserten Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch i.d.R. nicht möglich.⁸⁰

Die Grundversorgung wird in den drei größten Ortsteilen Großfurra (ca. 1.230 Ew.), Berka (ca. 910 Ew.) und Schernberg (ca. 900 Ew.) durch bestehende SB-Geschäfte übernommen. Auf Grund der Einwohnerzahlen ist hier der wirtschaftliche Betrieb von inhabergeführten Lebensmittelgeschäften prinzipiell möglich. Ferner sind auch vereinzelt Nahrungsmittelhandwerker vorhanden, so dass eine Versorgung mit Back- bzw. Fleisch-/Wurstwaren möglich ist. Ferner ist in Kleinberndten ein kleines SB-Geschäft (Landmarkt) vorhanden, das ebenfalls eine anteilige Grundversorgung sichern kann.

Abbildung 19: Beispiele für Lebensmittelanbieter in dezentralen Ortsteilen von Sondershausen


Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Das geringe Nachfragepotenzial bzw. die fehlenden Ertragschancen in den kleineren Ortsteilen zeigen sich auch in den bestehenden Leerständen. So stehen bspw. in den Ortsteilen Immenrode (390 Ew.), Hohenebra (ca. 440 Ew.) oder Oberspier (ca. 480 Ew.) Ladenflächen leer, die vormals durch ein Lebensmittelgeschäft genutzt wurden. Eine Wiederbelegung durch einen Lebensmittelanbieter ist auf Grund der geringen Mantelbevölkerung in den einzelnen peripheren Ortsteilen und auch der weiterhin rückläufigen Einwohnerzahl nicht realistisch.

77 Zu dieser Gebietskategorie gehören Edeka (Albert-Kuntz-Straße), tegut (Beethovenstraße) und REWE (Lohstraße).

78 Zu dieser Gebietskategorie gehören Kaufland (Frankenhäuser Straße), Lidl (Erfurter Straße), Edeka (Frankenhäuser Straße), Norma (Hospitalstraße) und Aldi (Nordhäuser Straße).

79 An dezentralen Standorten bzw. auf der „Grünen Wiese“ sind in Sondershausen keine Lebensmittelmärkte entwickelt worden.

80 Ein Lebensmittelmarkt, dessen übliche Marktzutrittsgröße i.d.R. bei rd. 800 m² liegt, benötigt am Ansiedlungsort ein minimales Konsumentenpotenzial von rd. 3.000 Personen. Dieses Einwohnerpotenzial weist kein einziger peripherer Stadtteil von Sondershausen auf (vgl. Abb. 10).

6.5. Bindungsintensität des Sondershäuser Einzelhandels

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** bzw. die Bindungsintensität stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁸¹ je Sortiment⁸² und dem bestehenden Nachfragevolumen des stationären Einzelhandels in Sondershausen dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Sondershausen getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die berechnete Bindungsintensität ist somit 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, ob bzw. inwieweit **quantitative Angebotslücken** des Sondershäuser Einzelhandels bei der Versorgung der Einwohner der Stadt vorhanden sind. Aus den berechneten Ergebnissen werden unter Berücksichtigung qualitativer Aspekte in der Folge auch generelle Aussagen über Ansiedlungsoptionen getroffen.

Nachstehende Übersicht stellt die Bindungsintensität von Sondershausen nach den Bedarfsbereichen⁸³ zusammenfassend dar.

Tabelle 13: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Sondershäuser Einzelhandels nach Bedarfsbereichen

	Bindungsquote Sondershausen
	%
Kurzfristiger Bedarfsbereich	112
Mittelfristiger Bedarfsbereich	80
Langfristiger Bedarfsbereich	113

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der Umsatz-Kaufkraft-Relation für die Gesamtstadt wurden die einzelnen Branchen nach drei **Bedarfsbereichen** zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können demnach durch andere Branchen innerhalb der Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden umseitig die sortimentspezifischen Bindungsquoten ermittelt und dargestellt.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich weist die Stadt Sondershausen per Saldo einen Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet auf, der vor allem durch das umfängliche und leistungsfähige Angebot der Lebensmittelbranche (118) ausgelöst wird. Die restlichen Branchen (Drogeriewaren, Pharmaziewaren, Blumen) weisen eine zufriedenstellende Umsatzbindung auf, die jedoch im Bereich Drogeriewaren höher ausfallen könnte (vgl. Abb. 20).
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich 80. In diesem Segment generieren lediglich die Branchen Schuhe/Lederwaren und Zoobedarf einen Kaufkraftzufluss nach Sondershausen. In den anderen Branchen kann kein vollumfassendes Angebot offeriert werden, so dass Kaufkraftabflüsse in umliegende Städte oder zum Online-Handel die Folge sind.

81 Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Geschäftes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumeistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumeistung werden aus den Erfahrungen der spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumeistungen 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.

82 Bei dieser Berechnung werden die Umsätze je Sortiment zugrunde gelegt. Führt ein Betrieb mehrere Einzelsortimente, so werden die Erlöse innerhalb dieser Sortimentsgruppe der jeweiligen Branche zugeordnet.

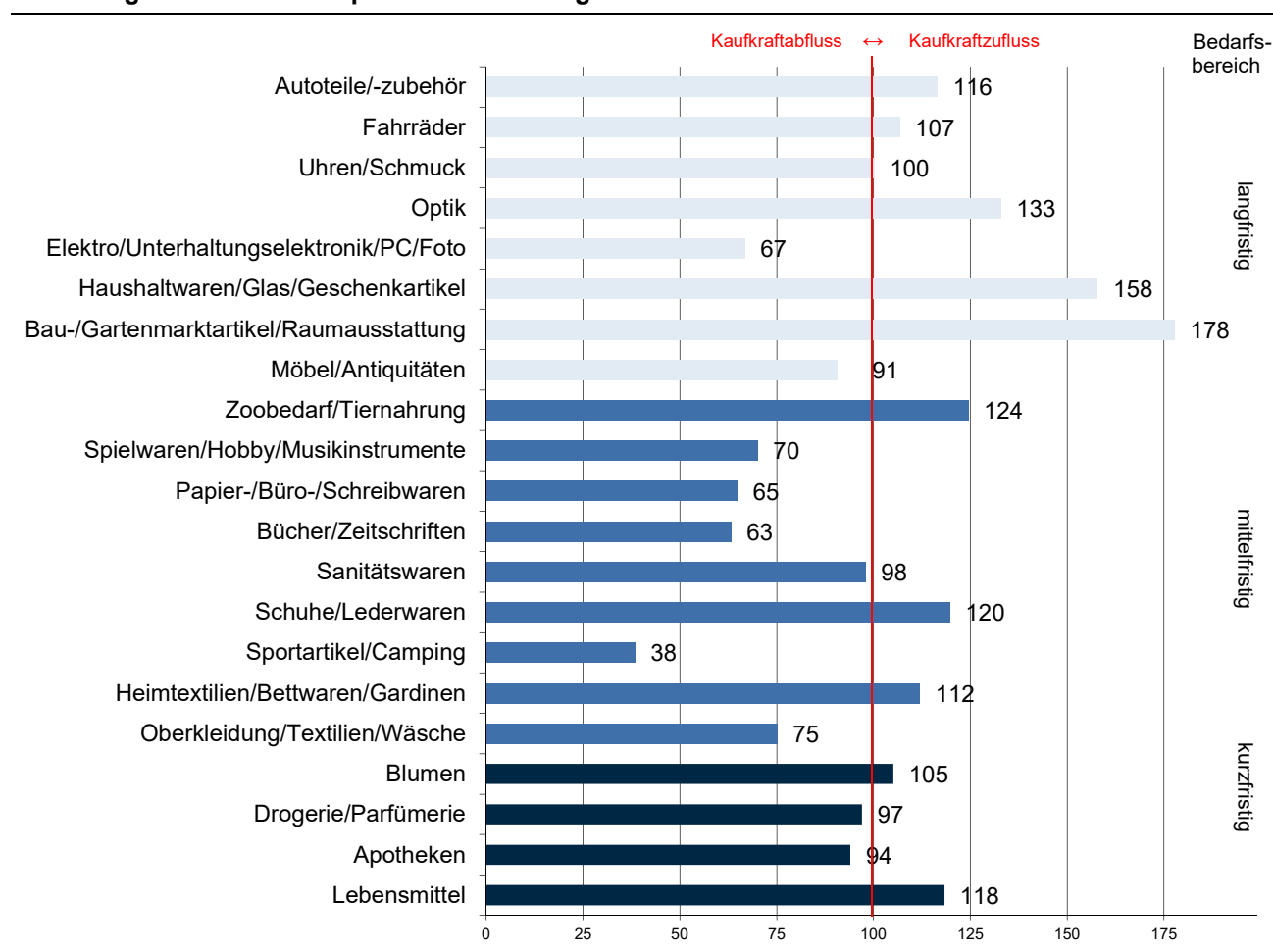
83 Die Bedarfsbereiche wurden nach der Fristigkeit der einzelnen Sortimente eingeteilt (vgl. Anlage 1).

Grundsätzlich kann – gerade in den modischen Sortimenten bzw. auch bei Sportwaren oder Spielwaren – nicht die ganze Breite eines Sortiments dargestellt werden, da der vollständige Abverkauf bezüglich des limitierten Nachfragepotenzials in einer Mittelstadt wie Sondershausen nicht möglich ist. Demzufolge sind Angebotslücken üblich, wobei die Einkäufe i.d.R. in größeren Städten mit einer breiteren Angebotspalette getätigt werden.⁸⁴ Grundsätzlich sind diese Bedarfsbereiche für die Größe von Sondershausen als gut ausgeprägt zu bewerten, wenngleich noch Entwicklungsoptionen bestehen.

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei 113. Mit Ausnahme der Branchen Möbel und Elektrowaren/Unterhaltungselektronik können alle anderen Branchen eine gute bis sehr gute Umsatzbindung erreichen und – teilweise sogar hohe – Umsatzzuflüsse aus dem Umland von Sondershausen erzielen.

Zusammenfassend sind in Sondershausen innerhalb der einzelnen Branchen teilweise große Unterschiede bei den Bindungsquoten zu beobachten. In Summe besteht jedoch – für die Größe der Stadt – ein weitgehend zufriedenstellendes Einzelhandelsangebot, wenngleich sich gewisse Erweiterungsbedarfs abzeichnen.

Abbildung 20: Sortimentsspezifische Bindungsintensität des Sondershäuser Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁸⁴ In diesen Branchen werden bspw. Einkaufsfahrten in umliegende größere Städte wie Erfurt oder Nordhausen unternommen. In den genannten Branchen ist in diesen Städten – im Vergleich zum Sondershäuser Einzelhandel – eine deutlich höhere Angebotsdichte zu verzeichnen, die sich aus zahlreichen verschiedenen Konzepten und Betriebstypen zusammensetzt.

6.6. Stärken-Schwächen-Analyse des Sondershäuser Einzelhandels

Die nachstehende Stärken-Schwächen-Analyse stellt überblicksartig eine kurze zusammenfassende Bewertung des Sondershäuser Einzelhandels dar.

Abbildung 21: Stärken-Schwächen-Analyse des Sondershäuser Einzelhandels

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ mittelzentrale Einstufung von Sondershausen ▪ Verwaltungsfunktion für den Kyffhäuserkreis ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt aus dem regionalen Umfeld ▪ Einzugsgebiet mit rd. 47.000 Personen ▪ hohe Flächenausstattung in einzelnen, vor allem in nicht-zentrenrelevanten Branchen ▪ städtebaulich attraktive Innenstadt ▪ Multifunktionalität der Innenstadt ▪ gute Standortvoraussetzungen der Innenstadt (u.a. gute Anfahrbarkeit, Parkplätze, ÖPNV-Anbindung) ▪ hoher Anteil an Handelsbetrieben im zentralen Versorgungsbereich Altstadt ▪ Existenz eines innerstädtischen Einkaufszentrums als Angebotsmagnet ▪ gute flächenseitige Nahversorgungssituation mit Lebensmitteln in der Sondershäuser Kernstadt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort weist z.T. negative Rahmenbedingungen auf (u.a. Bevölkerungsrückgang, Überalterung) ▪ rückläufige Nachfrage in Sondershausen und in der Region ▪ geringe Sortimentsbreite und -tiefe in einigen, vor allem zentrenrelevanten Branchen ▪ verhältnismäßig geringer Flächenanteil der Altstadt im Verhältnis zum gesamtstädtischen Angebot ▪ die Attraktivität des Innenstadthandels wird zum großen Teil nur durch die Galerie am Schlossberg getragen ▪ geringe Umsatzbindung des Sondershäuser Handels in einigen Branchen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7. Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Sondershausen

7.1. Nachfrageprognose

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Sondershäuser 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 Sondershausen entspricht.

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials zum Prognosehorizont 2027 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** in dem bereits abgegrenzten Einzugsgebiet (vgl. Karte 5). Die Bevölkerungsprognose für die Stadt Sondershausen bzw. die umliegenden Gebiete geht bis zum Jahr 2027 von einem weiteren Einwohnerrückgang aus (vgl. Tab. 1). In dem Marktgebiet des Sondershäuser Einzelhandels wird für das Jahr 2027 folgendes Konsumentenpotenzial unterstellt:

Tabelle 14: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Sondershäuser Handels im Jahr 2027

	Einwohner		Veränderung
	2017	2027	%
	abs.	abs.	
Sondershausen	21.770	19.800	-9,0
Einzugsgebiet	25.440	23.300	-8,4
Gesamt	47.210	43.100	-8,7

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2017; Bevölkerungsschätzung BBE Handelsberatung

Bei der Bevölkerungsprognose für Sondershausen wird nicht gleichlautend den Ergebnissen der 1. regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Thüringer Landesamts für Statistik (TLS) gefolgt. Gemäß der Bevölkerungsprognose des TLS wurde für die Stadt Sondershausen für das Jahr 2017 eine Bevölkerungszahl von 21.068 Personen prognostiziert.⁸⁵ Die tatsächliche Bevölkerung⁸⁶ lag jedoch bei 21.768 Einwohnern, was einer Abweichung von rd. 700 Personen entspricht. Somit ist die Bevölkerung in Sondershausen seit der Erstellung der Prognose im Jahr 2014 deutlich geringer zurückgegangen.

Sollte sich die positivere Bevölkerungsprognose in den nächsten Jahren fortsetzen, wäre im Hinblick auf die aktuell prognostizierten Bevölkerungswerte zum Planungshorizont 2027 mit einer höheren Einwohnerzahl für Sondershausen rechnen. Im Rahmen der vorliegenden Bevölkerungsschätzung wird daher für die Stadt Sondershausen ein Rückgang von lediglich ca. 9 % angenommen.

Für die Prognose des Kaufkraftvolumens werden neben der Bevölkerungsschätzung folgende weitere **Eingangsgrößen** zugrunde gelegt:

- Die einzelhandelsrelevante bzw. die sortimentspezifische Kaufkraft (vgl. Abb. 12/14) wird sich in Sondershausen bzw. in dem Einzugsgebiet in den nächsten Jahren auf einem 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.

⁸⁵ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Entwicklung der Bevölkerung ausgewählter Städte Thüringens (Juni 2016), Seite 154.

⁸⁶ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2017.

- Die Konsumenten verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“. Es ist nicht von extremen Veränderungen des gegenwärtigen Spar- und Ausgabeverhaltens der Bevölkerung auszugehen. Auf Grund der gesamtwirtschaftlichen Lage wird unterstellt, dass die Binnennachfrage nicht wesentlich ansteigen wird.
- Der Anteil der Ausgaben⁸⁷ im Einzelhandel wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen weiter geringfügig 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 nur 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.
- Durch den steigenden Anteil des E-Commerce wird eine weitere Verschiebung innerhalb der Vertriebswege erfolgen, so dass die Bedeutung des stationären Einzelhandels zurückgehen wird.
- Eine Ausweitung des Sondershäuser Marktgebietes ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist insbesondere aus der Abgrenzung des Einzugsgebietes durch umliegende Wettbewerbsstandorte abzuleiten (vgl. Pkt. 5.1). 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 Sondershäuser Einzelhandels. Bis zum Jahr 2027 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Determinanten von einem Rückgang des jährlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens von derzeit rd. 259,0 Mio. EUR (vgl. Tab. 5) auf rd. 241,2 Mio. EUR auszugehen. Dies entspricht einer Verminderung gegenüber der aktuellen einzelhandelsrelevanten Nachfrage von ca. 7 %.

Tabelle 15: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels

	Marktpotenzial ⁸⁸			
	2017	2027	Veränderung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Sondershausen	123,19	114,26	-8,93	-7,2
Einzugsgebiet	135,80	126,93	-8,87	-6,5
Gesamt	258,99	241,19	-17,80	-6,9

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Zuzüglich zu dem vorstehenden Marktpotenzial für das Jahr 2027 sind Nachfragevolumina zu rechnen, die aus sog. Streuumsätzen resultieren. Diese Erlöse ergeben sich bspw. von Durchreisenden, Besuchern der Stadt, Einpendlern oder durch Zufallskunden. Ferner ist mit einer Nachfrage durch Touristen⁸⁹ und durch die temporär in Sondershausen stationierten Soldaten zu rechnen. Demnach wird sich das stationäre Nachfragevolumen insbesondere durch diese beiden zuletzt genannten Faktoren erhöhen.

87 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.

88 Das Marktpotenzial wurde jeweils für die einzelnen Branchen in den jeweiligen Orten des Einzugsgebiets berechnet. Das in der Tabelle ausgewiesene Marktpotenzial stellt somit einen aggregierten Wert dar.

89 Auf Basis des bestehenden Tourismusaufkommens ist für Sondershausen mit einem Kaufkraftzufluss im Einzelhandel von jährlich rd. 1,30 Mio. EUR zu rechnen (vgl. Seite 26).

7.2. Entwicklungsrahmen des Sondershäuser Einzelhandels

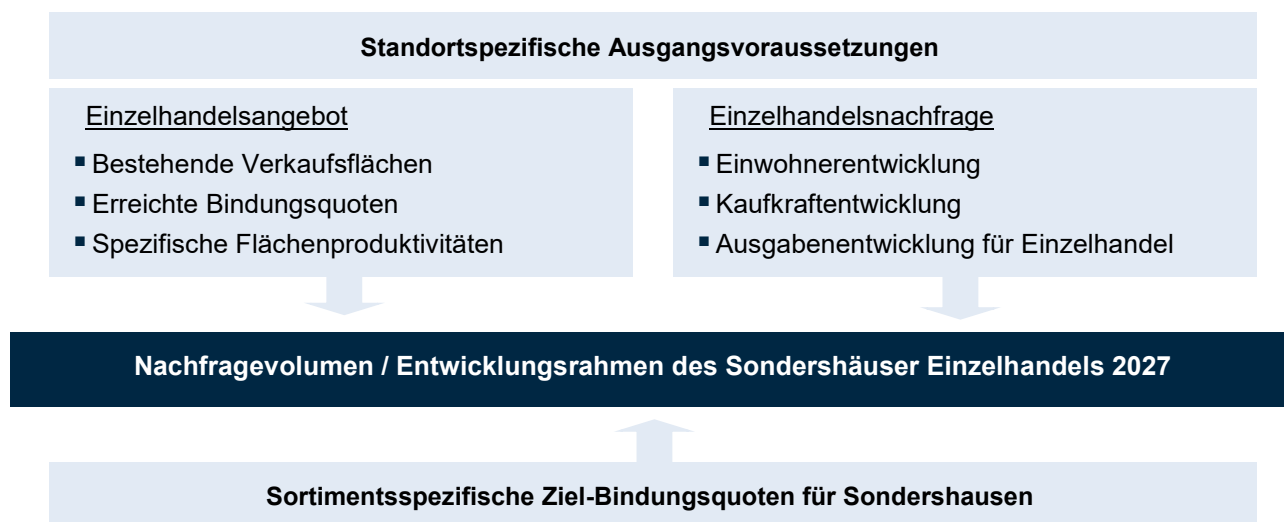
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Sondershäuser Einzelhandel wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2027 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Sondershausen bzw. die erzielten Umsätze je Branche,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Sondershausen bzw. im Einzugsgebiet im Jahr 2027,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung von Sondershausen im Einzugsgebiet.

Die wesentlichen Eingangsparameter für die Modellrechnung sind die aktuellen Bestandsdaten des Einzelhandels, die im Rahmen der Standortanalyse erhoben und ausgewertet wurden (vgl. Pkt. 6). Hierbei sind insbesondere die bestehenden Verkaufsflächen und deren Leistungsfähigkeit sowie die erreichte Bindungsquote (vgl. Abb. 20) je Branche von Bedeutung. Auf Grundlage des zu erwartenden Nachfragevolumens bis zum Jahr 2027 und der branchenspezifischen Ziel-Bindungsquoten im Einzugsgebiet errechnen sich die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für Sondershausen.

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

Abbildung 22: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf für die Stadt Sondershausen wird aus der prognostizierten Nachfrageplattform für das Jahr 2027 (vgl. Tab. 15) und den dann zu erwartenden branchenspezifischen Bindungsquoten⁹⁰ unter Ansetzung einer **Ziel-Kaufkraftbindungsquote** ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilskonzepts⁹¹ errechnet sich unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Flächenproduktivität⁹² die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu erwartenden Nachfragevolumens sichern kann. Unter Berücksichtigung des bestehenden Einzelhandelsangebots wird somit eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

90 Die sortimentspezifische Nachfrage wird für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2027 berechnet. Demgegenüber werden die aktuellen Umsätze der jeweiligen Branchen gestellt, wobei für die Folgejahre ein gleichbleibendes Umsatzniveau unterstellt wird. Somit errechnen sich die im Jahr 2027 zu erwartenden Bindungsquoten, die auf Grund des rückläufigen Nachfragevolumens naturgemäß im Vergleich zu den aktuellen Bindungsquoten höher ausfallen werden (Abb. 20 vs. Abb. 25). Prinzipiell wurde bei der Berechnung unterstellt, dass keine Handelsbetriebe aus dem Markt ausscheiden werden.

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

92 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. Im Szenario A wird unterstellt, dass Sondershausen die lokale Kaufkraft vollständig binden kann und die Versorgungsfunktion im Wesentlichen auf die Einwohner der Stadt abgestellt ist. Im Szenario B wird angenommen, dass die Bedeutung des Sondershäuser Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem angrenzenden Einzugsgebiet binden kann.

Abbildung 23: Szenarien der Kaufkraftbindung

Szenario A

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

Szenario B

Der lokale Einzelhandel wird – wie in Szenario A – die Kaufkraft der Bewohner von Sondershausen vollständig vor Ort binden. Durch die Verbesserung der Angebotsstruktur und des Branchenmix wird Sondershausen seine Marktposition jedoch im Einzugsgebiet ausbauen. Da Sondershausen auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in seinem 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 Sondershäuser Einzelhandels ist u.a. die **zentralörtliche Ausweisung** der Stadt zu beachten, wobei das anzustrebende Angebot mit der landesplanerischen Einstufung korrespondieren sollte. Die Stadt Sondershausen wird in der Landesplanung als Mittelzentrum (vgl. Karte 3) ausgewiesen und hat somit auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in ihrem mittelzentralen Verflechtungsbereich zu übernehmen.

Gemäß dem Thüringer 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 Einzelhandelsfunktion zählt.⁹³ Dieser landesplanerisch definierte Versorgungsauftrag ist bei der Darstellung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten zu berücksichtigen. Prinzipiell ist daher der Stadt Sondershausen eine offensive und zentralitätsstärkende Strategie bei ihrer Einzelhandelsentwicklung zu empfehlen. Dies ist insbesondere im Hinblick auf die teilweise verhältnismäßig niedrige Bindungsintensität in einigen Einzelhandelsbranchen zu sehen (vgl. Abb. 20).

Die vorstehend dargestellte Berechnungsgrundlage der Entwicklungsmöglichkeiten des Sondershäuser Einzelhandels führt zu einer gewissen Überbewertung der Ansiedlungspotenziale, da die vorhandenen Angebotsstrukturen im Einzugsgebiet vorerst unberücksichtigt bleiben. Bei einer späteren qualitativen Bewertung der Ansiedlungsmöglichkeiten werden diese bestehenden Flächen jedoch mit berücksichtigt.

Des Weiteren wird in dem überörtlichen Einzugsgebiet von Sondershausen keine vollständige, sondern lediglich eine anteilige Bindungsquote angenommen, die ferner nach den einzelnen Bedarfsstufen differenziert wird. Demnach werden in den Orten im Einzugsgebiet auch weiterhin Potenziale für eine mögliche Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben bestehen, wobei insbesondere auf eine mögliche Grundversorgung der hier lebenden Bevölkerung geachtet wird.

Die Ziel-Bindungsquoten werden so angesetzt, dass insbesondere keine Beeinträchtigung der umliegenden gleich- oder höherrangigen **zentralen Orte**, d.h. von ausgewiesenen Ober- und Mittelzentren⁹⁴ anzunehmen

⁹³ Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.10.

⁹⁴ Im näheren Umfeld von Sondershausen liegen das Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums Nordhausen und die Mittelzentren Leinefelde-Worbis, Mühlhausen, Bad Langensalza, Sömmerda, Artern und Sangerhausen (Sachsen-Anhalt).

ist. Unter Berücksichtigung des Einzugsgebietes des Sondershäuser Einzelhandels ist im kurzfristigen Bereich eine idealtypische Ziel-Bindungsquote von 110, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von 140 versorgungsstrukturell sinnvoll.

Ebenso wird beachtet, dass die bestehenden Grundzentren im Umfeld von Sondershausen⁹⁵ 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 allgemein tägliche Grundversorgung ihrer jeweiligen Bevölkerung und ihres Verflechtungsbereiches zu übernehmen, wozu auch die Einzelhandelsfunktion zählt.⁹⁶

In der nachstehenden Abbildung werden zusammenfassend die Eingangsparameter, die für die folgende Berechnung des **flächenseitigen Entwicklungsrahmens des Einzelhandels** in Sondershausen bis zum Jahr 2027 relevant sind, überblicksartig dargestellt.

Abbildung 24: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens

	Entwicklungsperspektiven für Sondershausen
Ausgaben im Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> Stagnation bzw. nur geringfügig steigende Ausgaben für den Einzelhandel
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<ul style="list-style-type: none"> marginale Steigerung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Sondershausen und im Einzugsgebiet langfristige Annäherung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft an den Bundesdurchschnitt
Bevölkerungsentwicklung / Entwicklung Marktpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> rückläufige Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet des Sondershäuser Einzelhandels Absinken des Nachfragepotenzials in Sondershausen und im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 15) zusätzliche Impulse für den Einzelhandel u.a. durch Touristen, Einpendler und in Sondershausen stationierte Soldaten
Einzelhandelsbestand Sondershausen	<ul style="list-style-type: none"> flächenseitig gut ausgeprägter Einzelhandelsbestand (rd. 2,2 m² Verkaufsfläche je Einwohner), jedoch überwiegende Fokussierung des Einzelhandels auf die Einrichtungs- und die Lebensmittelbranche geringe gesamtstädtische Angebotsdichte in verschiedenen Sortimenten hoher Einzelhandelsbestand an dezentralen Standorten
Zentralität / Bindungsquote im Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> teilweise bestehen bereits zufriedenstellende bzw. hohe sortimentspezifische Bindungsquoten des Sondershäuser Einzelhandels Sondershausen besitzt in verschiedenen Branchen nur eine geringe Umsatzbindung, so dass sortimentspezifisch eine Erhöhung der Strahlkraft möglich ist
Entwicklungsmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> quantitative Entwicklungsmöglichkeiten des Sondershäuser Einzelhandels in verschiedenen Branchen vorhandene Angebotsreserven (Leerstände) in der Altstadt, überwiegend jedoch nur kleinere Ladeneinheiten verfügbar (Ausnahme Galerie am Schlossberg)

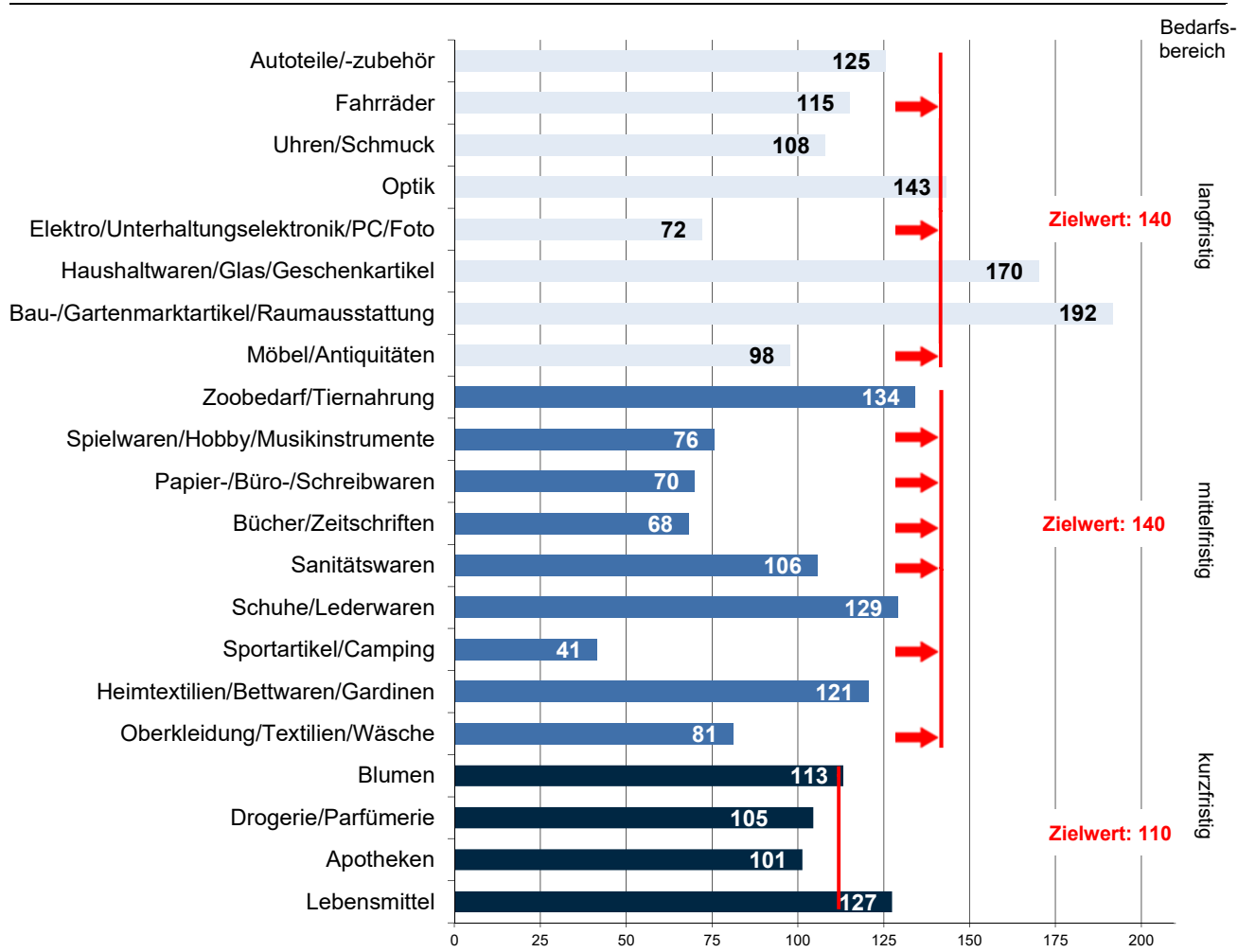
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Im Fazit der vorstehenden Ausführungen wurde der Stadt Sondershausen aus fachgutachterlicher Sicht empfohlen, eine Orientierung an dem Positivszenario (Szenario B) vorzunehmen, um die mittelzentrale Ver-

95 Im Umfeld von Sondershausen liegen die Grundzentren Bad Frankenhausen, Heringen/Helme, Bleicherode, Ebeleben und Greußen.
96 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, G 2.2.12.

sorgungsbedeutung von Sondershausen zu erhalten und branchenspezifisch dynamisch auszubauen. In der folgenden Darstellung werden die zu erwartenden Bindungsquoten der einzelnen Branchen im Jahr 2027⁹⁷ und die empfohlenen **Ziel-Bindungsquoten** für den Sondershäuser Einzelhandel zu diesem Zeitpunkt dargestellt.

Abbildung 25: Ziel-Bindungsquoten für Sondershausen (Szenario B)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Mit Blick auf die Zielwerte und unter Berücksichtigung des rückläufigen Marktpotenzials zeichnen sich in der auf das Jahr 2027 projizierten Bestandssituation in einigen Branchen quantitative Flächenüberhänge ab, da die Zielwerte der Kaufkraftbindung bereits erreicht bzw. überschritten werden. Somit ist für die Stadt Sondershausen – auch unter Berücksichtigung einer anteiligen Kaufkraftbindung in ihrem Einzugsgebiet – in einigen Branchen (bspw. Lebensmittel, Blumen, Baumarktartikel, Haushaltsartikel, Optik) kein zusätzlicher quantitativer Entwicklungsbedarf vorhanden. In anderen Branchen erwächst jedoch ein Erweiterungsbedarf, der unter dem nachfolgenden Punkt einer gesonderten Betrachtung unterzogen wird.

⁹⁷ Bei der Modellrechnung der Bindungsquoten für das Jahr 2027 wird die zu dem Zeitpunkt zu erwartende Kaufkraft in Sondershausen von 114,36 Mio. EUR zugrunde gelegt (vgl. Tab. 15). Auf der anderen Seite werden der Kaufkraft der Stadt Sondershausen die aktuell erzielten Umsätze des Sondershäuser Einzelhandels gegenüber gestellt. Da sich das Marktpotenzial bis zum Jahr 2027 vermindern wird, werden sich die branchenspezifischen Zentralitäten – bei einem unterstellten gleichbleibenden Umsatz – erhöhen. Da jedoch die Bindungsquoten nicht beliebig gesteigert werden können, bedeutet dies auf der anderen Seite, dass sich ggf. unrentable Betriebe vom Markt zurückziehen werden bzw. alle Handelsbetriebe grundsätzlich mit gewissen Umsatzeinbußen zu rechnen haben. Die jährlichen Umsatzrückgänge würden im Durchschnitt knapp 1 % betragen.

Bei der folgenden 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 Bestandhandel in Sondershausen zeigen könnten.

Die folgende Darstellung orientiert sich an dem beschriebenen Szenario B (vgl. Abb. 23). Es wird eine vollständige Kaufkraftbindung (100 %) der lokalen Nachfrage angenommen, während darüber hinaus im überörtlichen Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels eine anteilige Kaufkraftbindungsquote unterstellt wird. Im kurzfristigen Bedarfsbereich wird für die Stadt Sondershausen eine Bindungsquote von 110 % und im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich von 140 angesetzt, um so auch langfristig eine anteilige Versorgung der Bevölkerung im Umfeld von Sondershausen zu gewährleisten. Somit kann auch im gewissen Umfang sichergestellt werden, dass bei Vorhandensein eines optimal ausgeprägten Angebots vor Ort die Kaufkraftabwanderung zum Online-Handel minimiert werden kann.

Die nachstehend ausgewiesenen zusätzlichen Einzelhandelsflächen sind nicht als **starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung** in Sondershausen 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.

Durch eine Abwägung der rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenpotenziale mit dem konkreten Abgleich der avisierten Neu- bzw. Erweiterungsvorhaben, u.a. nach

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

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

Des Weiteren können auch Einzelhandelsvorhaben – die flächenseitig über den dargestellten Ansiedlungspotenzialen liegen – im Einzelfall zur Attraktivierung des gesamtstädtischen Angebots beitragen, sofern diese mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen in Sondershausen übereinstimmen. Dies bedeutet jedoch, dass diese Vorhaben in den stadtentwicklungspolitisch präferierten Lagen, d.h. in der Regel im **zentralen Versorgungsbereich** oder Nahversorgungslagen entwickelt werden. Eine mögliche Verdrängung von bestehenden Angeboten in dezentralen Lagen ist dabei als hinnehmbar zu bewerten.

Vorstehend wurde bereits empfohlen, die zukünftige Einzelhandelsausrichtung am Szenario B anzulehnen und Sondershausen gemäß seiner landesplanerischen Einstufung zu einem leistungsfähigen Versorgungsstandort weiterzuentwickeln. Die folgenden Ausführungen beziehen sich deshalb auf diesen Betrachtungsfall.

7.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Sondershausen

Auf Basis der Erkenntnisse der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 6) und der angesetzten Ziel-Bindungsquoten (vgl. Abb. 25) werden im Folgenden konkrete Nutzungsmöglichkeiten für die **Weiterentwicklung des Sondershäuser 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 Sondershausen umsetzbar sind. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die bereits vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Sondershausen als Einzelhandelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und betriebswirtschaftliche bzw. fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen) berücksichtigt.⁹⁸

Ferner werden bei der Weiterentwicklung des Sondershäuser Einzelhandels auch lagespezifische Aspekte mit beachtet. Grundsätzlich kann bspw. bereits eine ausreichende gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung vorhanden sein, jedoch besteht die Möglichkeit der Fehlallokation von Verkaufsfläche. Dies kann sich bspw. in einer eingeschränkten Betriebstypenvielfalt oder einem unzureichenden Branchenbesatz in der Innenstadt oder in Nahversorgungslagen zeigen. Demgegenüber kann ein überdimensionierter Einzelhandelsbesatz an dezentralen Standorten stehen. Somit ist zwar eine rechnerisch gesamtstädtisch ausgeglichene Angebots- und Nachfragesituation gegeben, der Verkaufsfläche an integrierten Standorten könnte jedoch bspw. ein massives Angebot an dezentral gelegenen Standorten gegenüberstehen.

Nachstehend erfolgt eine Bewertung der einzelnen Branchen. Eine zusammenfassende Darstellung von möglichen Ansiedlungsoptionen wird unter Punkt 7.3.3 eingefügt.

7.3.1. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept

Unter Punkt 6.4 wurde eine Analyse des Lebensmitteleinzelhandels in Sondershausen durchgeführt. Auf Basis des Bestandes an Lebensmittelverkaufsfläche und der zu erwartenden Nachfrage bis zum Jahr 2027 ist zukünftig kein rechnerischer Erweiterungsbedarf in Sondershausen vorhanden. Die Angebotsanalyse zeigt, dass für die Einwohnerzahl von Sondershausen mit rd. 0,70 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner eine **ausreichende Gesamtlebensmittelverkaufsfläche** besteht. Hinsichtlich der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen ist ein – für die Stadtgröße – ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden, wobei als Träger der Lebensmittelversorgung die Betriebstypen Discounter, Supermarkt und Verbrauchermarkt fungieren (vgl. Tab. 11).

Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels befinden sich in siedlungs- bzw. teilsiedlungsintegrierten Lagen der Sondershäuser Kernstadt, so dass eine angemessene Versorgung für die Wohnbevölkerung in dem jeweiligen Umfeld des Marktes erfolgt. Als Magnetanbieter fungieren der Verbrauchermarkt von Kaufland, die Supermärkte von Edeka (2x), REWE und tegut sowie die Discounter Aldi, Lidl und Norma. In Bezug auf die Lage dieser Märkte ist zu konstatieren, dass diese räumlich relativ gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt sind. Somit ergibt sich hieraus kein Änderungsbedarf für eine mögliche Verlagerung von Bestandsmärkten.

In Bezug auf die räumliche Verteilung der beschriebenen Lebensmittelmärkte wird sich eine **Veränderung** ergeben, da die Firma Aldi die Verlagerung ihrer Filiale aus der Nordhäuser Straße an die Erfurter Straße plant. Eine entsprechende Baugenehmigung wurde bereits seitens der zuständigen Genehmigungsbehörde erteilt. Demnach wird sich in dem Bereich Nordhäuser Straße bzw. dem Ortsteil Stockhausen eine Unterversorgung ergeben, während in dem Bereich Erfurter Straße bezüglich des dort bestehenden Lidl-Marktes eine Angebotsmassierung eintreten wird.

Auf Grund dieser Marktverlagerung ist zwingend zu empfehlen, den Standort Nordhäuser Straße wiederum mit einem Lebensmittelmarkt zu belegen. Dieser sichert die Nahversorgung für den Stadtteil Stockhausen ab

⁹⁸ 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.

und übernimmt somit eine wichtige Grundversorgungsfunktion. Da an diesem Standort zudem bereits Bau-recht für einen großflächigen Lebensmittelmarkt besteht, dürfte die Akquisition eines entsprechenden Betrei-bers durchaus möglich sein.

Gemäß Angabe der Stadtverwaltung plant der Lidl-Markt in der Erfurter Straße ebenfalls eine Standortverla-gerung. Dies ist aus betrieblicher Sicht nachvollziehbar, da sich die Standortqualität des Marktes unter be-treiberspezifischen Aspekten suboptimal darstellt. Sollte es tatsächlich zu einer Absiedlung dieses Marktes aus der Erfurter Straße kommen, so wird sich keine Lücke bei der Versorgung in diesem Stadtgebiet erge-ben, da der genehmigte Aldi-Markt die Versorgung in diesem Gebiet dann sicherstellen kann.

Um die **Nahversorgung mit Lebensmitteln** in Sondershausen zu optimieren, wäre eine (Neu-)Ansiedlung von weiteren Lebensmittelmärkten in unterversorgten Gebieten notwendig (vgl. folgende Karte 8). Hierbei handelt es sich um die Stadtteile Bebra und Jecha und die südliche Kernstadt. Bezüglich der Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes⁹⁹ in diesen Gebieten ist folgendes anzumerken:

- Die Einwohnerzahl liegt in Bebra mit ca. 770 Personen definitiv zu gering, so dass die Ansiedlung ei-nes Lebensmittelmarktes nicht realistisch ist. Ferner scheidet dieser Stadtteil für eine Ansiedlung aus, da sich Bebra – bzw. das Gebiet ab dem Kreisverkehr an der Erfurter Straße – in einer Sackgasse befindet. Aus Betreibersicht ist dieser Bereich nicht für die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ge-eignet. Die Versorgung wird weiterhin durch den nordöstlich befindlichen Lidl-Markt bzw. auch den neuen Aldi-Markt dargestellt.
- Der Stadtteil Jecha weist mit ca. 1.780 Personen ebenfalls ein zu geringes Nachfragepotenzial aus, zumal auf Grund der Randlage dieses Stadtteils keine wesentlichen Kundenzuführeffekte aus ande-ren Stadtgebieten zu erwarten sind. Am Steingraben wurde bereits vormals ein Lebensmittelmarkt betrieben, dessen Fläche derzeit durch einen Getränkemarkt nachgenutzt wird.¹⁰⁰ Eine Ansiedlung ei-nes Lebensmittelmarktes ist an diesen Standort bzw. auch an einem Alternativstandort in Jecha nicht empfehlenswert, da für den wirtschaftlichen Betrieb Kaufkraftzuflüsse aus anderen Stadtteilen not-wendig sind und somit dort wiederum bestehende Nahversorgungslagen geschädigt würden.
- Der Teilbereich der südlichen Kernstadt – in dem keine fußläufige Nahversorgung angeboten werden kann – umfasst im Wesentlichen den Bereich um die Cannabichstraße. Das Gebiet ist durch eine an-steigende Topografie geprägt, ferner stellt der ehemalige Bahngleiskörper (jetzige Nutzung als Un-strut-Werra-Fernradweg) eine Zäsur dar. Da hier keine stark verdichtete Wohnbebauung vorzufinden ist, ist auch aus betreiberspezifischen Aspekten die zukünftige Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht realistisch, zumal sich auch fußläufige Wegebeziehungen innerhalb dieses Siedlungsgebietes nur schwer ausbilden lassen. Die Lebensmittelversorgung wird weiterhin vorwiegend durch den nahe-liegenden Edeka-Supermarkt übernommen.
- Nach der Verlagerung des Aldi-Marktes aus dem Stadtteil Stockhausen an die Erfurter Straße ist in diesem Siedlungsgebiet kein Lebensmittelmarkt vorhanden. Um die Nahversorgungsfunktion in die-sem Stadtquartier weiterhin aufrecht zu erhalten, muss die Fläche des Aldi-Marktes nachbelegt wer-den. Bezüglich des rechtskräftigen Bebauungsplans¹⁰¹ ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit maximal 1.150 m² möglich. Da es sich um eine marktgängige Verkaufsfläche für einen Lebensmit-teldiscounter handelt, erscheint die Akquisition eines entsprechenden Betreibers realistisch.

Optimal wäre in diesem Zusammenhang die Verlagerung des Lidl-Marktes, da dieser Betreiber be-züglich seiner suboptimalen Standortqualität einen Ersatzstandort benötigt. Bei einer entsprechenden Verlagerung wäre – im Gegensatz zu einer Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes – von einem verhältnismäßig geringen Flächenaufwuchs auszugehen.

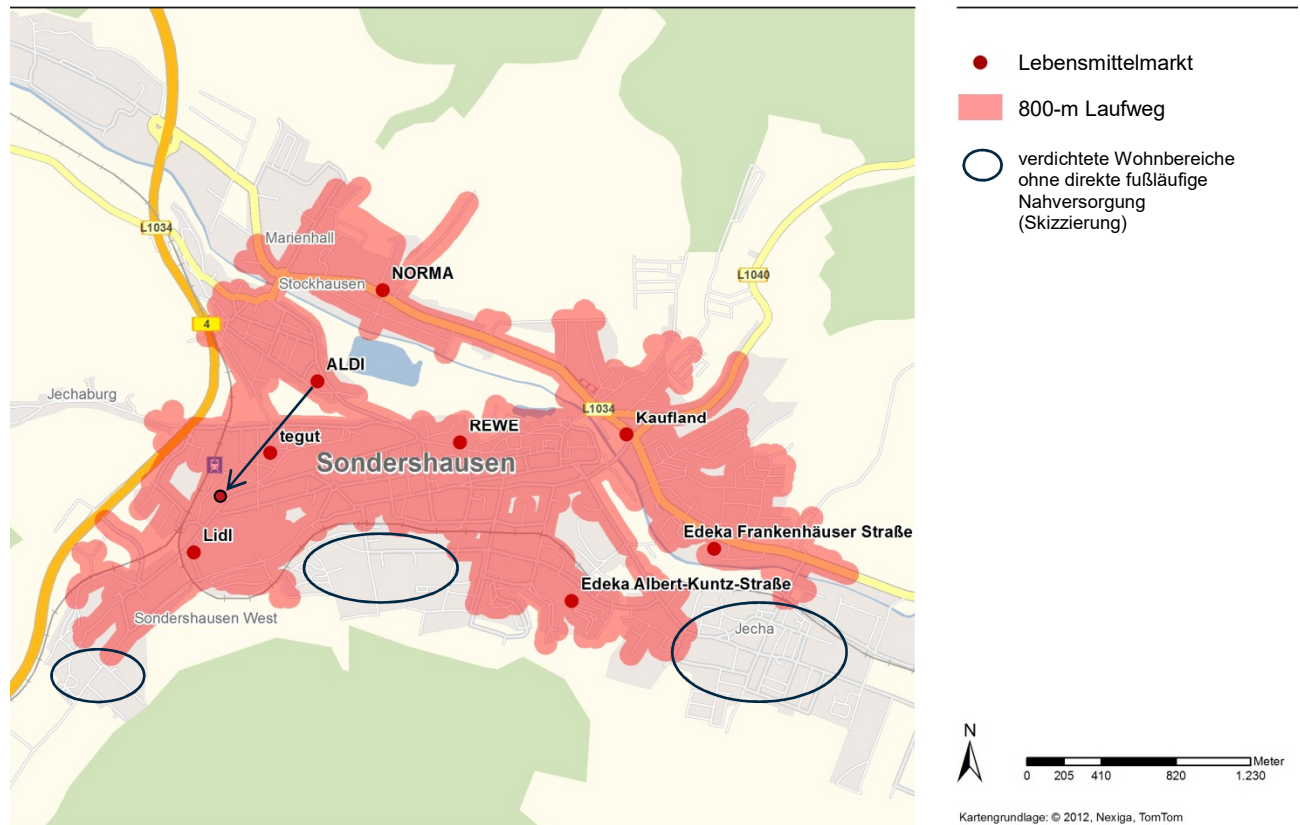
99 Hierunter wird ein Supermarkt oder Discounter verstanden, der eine Verkaufsfläche von ca. 800 m² hat.

100 Der bestehende Markt verfügt über eine standortgerechte Dimensionierung, eine vorgelagerte Parkplatzanlage und über weitere kleinteili-ge Anbieter (Bäcker, Fleischer, Sparkasse). Der Funktionsbau ist in einem augenscheinlich baulich guten Zustand. Trotzdem besteht für diesen Standort keine Nachfrage seitens des Lebensmitteleinzelhandels, so dass der Markt bereits langjährig als Getränkemarkt genutzt wird.

101 vgl. Stadt Sondershausen, Bebauungsplan Nr. 5 „Stockhausen – Fahrschulübungsplatz“, 1. Vereinfachte Änderung.

Nachfolgend werden kartographisch die Gebiete dargestellt, aus denen die Einwohner fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können. Ebenso werden die Siedlungsbereiche markiert, in denen die Bevölkerung einen längeren Fußweg zum Erreichen eines Lebensmittelmarktes in Kauf nehmen muss.

Karte 8: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter



Mit Blick auf die vorstehende Karte wird deutlich, dass – bei einer empfohlenen Wiederbelegung des Aldi-Marktes an der Nordhäuser Straße – eine flächenseitige **Optimierung der Nahversorgungsstruktur in der Kernstadt** durch die weitere Ansiedlung von Lebensmittelmärkten nicht notwendig ist. Modelltheoretisch wäre eine geringe Optimierung der räumlichen Angebotsstruktur zwar möglich, jedoch ist eine Verlagerung von Märkten auf Grund der bereits bestehenden und langfristig eingeführten Angebotsstandorte und der fehlenden Betreiberfügbarkeit bei einer gewünschten Neubelegung nicht realistisch.

Grundsätzlich sollten daher die bestehenden Lebensmittelanbieter – insbesondere in Nahversorgungslagen – gestärkt werden, um das aktuelle Netz an Lebensmittelmärkten zu sichern. Als Maßnahmen sind insbesondere die Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen und eine kundenattraktive Darstellung der jeweiligen Märkte zu nennen.

In Bezug auf die **Angebotsdurchmischung** wurde bereits festgestellt, dass in Sondershausen hinsichtlich der verschiedenen Konzepte und der einzelnen Betriebstypen eine attraktive Angebotsvielfalt besteht. In dem aktuellen Besatz von Sondershausen ist jedoch kein Bio-Markt vorhanden, so dass dieses spezielle Segment derzeit noch nicht abgedeckt wird.

Perspektivisch ist davon auszugehen, dass sich die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln noch weiter verstärken wird. Je nach Betreiberfügbarkeit ist ein Bio-Markt mit einer Verkaufsfläche von ca. 300 bis 500 m² zu empfehlen. Als Standort kommt hierbei eine Lage im zentralen Versorgungsbereich oder an einem siedlungsintegrierten Standort in der Kernstadt in Frage. Eine Ansiedlung an einem dezentralen bzw. autokundenorientierten Standort ist auszuschließen.

Nachstehend wird eine kurze Standorteinschätzung der drei Lebensmittelmärkte vorgenommen, die sich in einer **siedlungsintegrierten Lage** befinden (vgl. Tab. 12) und somit das Grundgerüst der Nahversorgung für Sondershausen darstellen.

- Der innerstädtische REWE-Markt besitzt keine optimalen Standortvoraussetzungen. Dies leitet sich insbesondere aus der Verkaufsfläche ab, die mit knapp 1.300 m² zu niedrig ausfällt. Langfristig ist für diesen Markt eine Fläche von minimal 1.800 m² notwendig, um eine attraktive und vollumfängliche Warenpräsentation an dem Standort umzusetzen. Somit erwächst zur Sicherung dieses Lebensmittelmarktes ein dringender Handlungsbedarf.
- Tegut ist in einem Wohngebiet verortet und zeigt am Standort Beethovenstraße ein attraktives Nahversorgungskonzept. Das Angebot von tegut wird durch einen Bäcker, einen Fleischer, ein Blumengeschäft und eine Poststelle arrondiert, so dass attraktive Nahversorgungsstrukturen bestehen. Der Markt sollte im Bestand unbedingt gesichert werden, auf Betreiberwunsch wäre auch eine maßvolle Erweiterung möglich.
- Der Edeka-Markt in der Albert-Kuntz-Straße kann auf ein hohes Nachfragepotenzial in seinem fußläufigen Nahbereich zurückgreifen, da sich der Markt innerhalb einer hoch verdichteten Großwohnsiedlung befindet. Die Größe des Marktes (ca. 1.100 m² VK) und der baulichen Zustand der Handelsimmobilie stellen sich als suboptimal dar. So ist der Verkaufsraum des Lebensmittelmarktes auf insgesamt sechs Räume aufgeteilt, wobei die Warenpräsentation – trotz der ansprechend gestalteten Verkaufsräume – beengt und unübersichtlich wirkt.

Da zudem die Handelsimmobilie baulich und optisch unattraktiv wirkt, ist ein Ersatzneubau zu empfehlen. Hierbei ist ebenfalls eine Aufwertung der Umfeldstrukturen notwendig, da sich die hier befindlichen, meist leerstehenden Immobilien in einem wenig ansprechenden bzw. zum Teil auch maroden Zustand befinden. Im Rahmen einer Umstrukturierung ist auch der umliegende Bereich des Edeka-Marktes einzubeziehen.

Im Rahmen der Standortsicherung bzw. der Attraktivitätssteigerung von Lebensmittelanbietern ist grundsätzlich auch ggf. eine flächenseitige Erweiterung eines Lebensmittelmarktes – trotz der bestehenden hohen gesamtstädtischen Flächendichte – möglich. Hierbei sollte jedoch prinzipiell auf eine maßvolle bzw. dem Standort angepasste Erweiterung geachtet werden, um keine wesentlichen Kaufkraftumverlagerungen von anderen Nahversorgungsstandorten zu induzieren.

Bei einer möglichen flächenseitigen Erweiterung ist lediglich auf solche Anbieter abzustellen, die in einer siedlungsintegrierten Lage¹⁰² verortet sind und einen wesentlichen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung leisten. Bei bestehenden Standorten in teil-siedlungsintegrierten Lagen ist ein deutlich restriktiverer Umgang hinsichtlich einer Betriebserweiterung zu empfehlen.

In den nicht-verstädterten bzw. den **ländlich geprägten Ortsteilen** von Sondershausen ist kein größerer Lebensmittelmarkt angesiedelt. Aktuell gibt es jedoch in den einwohnerseitig größeren Ortsteilen Großfurra (ca. 1.230 Ew.), Berka (ca. 910 Ew.), Schernberg (ca. 900 Ew.) und auch in Kleinberndten (ca. 260 Ew.) jeweils ein SB-Lebensmittelgeschäft. Diese Anbieter übernehmen eine wichtige Nahversorgungsfunktion, vor allem für die ältere und nicht-mobile Bevölkerung in diesen Ortsteilen. Weiterhin existieren in verschiedenen Ortsteilen auch vereinzelte Nahrungsmittelhandwerker, die eine anteilige Versorgung mit Frischewaren übernehmen.

Grundsätzlich ist bezüglich der limitierten Einwohnerzahlen der wirtschaftliche Betrieb dieser inhabergeführten Lebensmittelgeschäfte schwierig. Somit ist als Ziel die Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen zu nennen, die den erfolgreichen Weiterbetrieb dieser Geschäfte ermöglicht.

Wie bereits dargestellt, ist das Fehlen von größeren Lebensmittelanbietern vor allem auf die verhältnismäßig geringe Mantelbevölkerung in den einzelnen Ortsteilen zurückzuführen, so dass hieraus ein niedriges Nach-

102 vgl. Tab. 11.

fragepotenzial resultiert.¹⁰³ Ferner wird die Lebensmittelversorgung bereits durch naheliegende Lebensmittelmärkte in der Sondershäuser Kernstadt übernommen, so dass auch zukünftig in kleineren Ortsteilen die Ansiedlung eines Lebensmittelanbieters nicht realistisch ist.¹⁰⁴

Des Weiteren ist in der Sondershäuser Kernstadt bereits ein umfangreiches Lebensmittelangebot vorhanden, so dass die Versorgung der Bewohner der kleineren Ortsteile zum großen Teil auch weiterhin hier erfolgen wird. Grundsätzlich sind insbesondere die größeren Lebensmittelmärkte auch aus den peripher liegenden Ortsteilen verkehrlich gut erreichbar und können zügig angefahren werden. Für die ländlich geprägten bzw. kleineren Ortsteile kommen daher zukünftig lediglich Kleinflächenkonzepte bzw. die mobile Versorgung in Frage. Zur Abdeckung der Nachfrage bestehen folgende Alternativen:

- Hofläden/ Direkterzeuger, ggf. mit einem ausgeweiteten Sortiment,
- Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) mit einem erweiterten Lebensmittelsortiment,
- „Tante-Emma-Läden“,
- Mobiler Handel der Nahrungsmittelhandwerker („Bäcker- oder Fleischerwagen“) oder durch „Rollende Supermärkte“,
- Liefer-/ Bestellservice von stationären Lebensmittelmärkten (meist Supermärkte).

103 Als minimale Untergrenze benötigt ein Lebensmittelmarkt von rd. 800 m² Verkaufsfläche i.d.R. eine Einwohnerzahl von 3.000 Personen.
 104 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. Dies zeigen auch die leerstehenden Lebensmittelgeschäfte in Immenrode, Hohenebra oder Oberspier, deren Wiederbelegung durch einen Lebensmittelanbieter auf Grund der geringen Mantelbevölkerung in den einzelnen Ortsteilen nicht realistisch ist.

7.3.2. Non-Food

Auf Grundlage der erfolgten Branchenanalyse (vgl. Pkt. 6.3.2-6.3.4) und der angesetzten Zielwerte hinsichtlich der Umsatzbindung der Stadt Sondershausen (vgl. Abb. 15) errechnet sich in einigen Branchen ein Flächenmehrbedarf. Es ist darauf zu verweisen, dass diese Ansiedlungspotenziale für den Prognosezeitraum von rd. 10 Jahren ermittelt wurden. Da in diesem Zeitraum mit einem rückläufigen Nachfragevolumen zu rechnen ist, liegt die aktuelle Flächennachfrage derzeit naturgemäß höher.

In einigen Branchen ergeben sich geringe bzw. nur marginale Erweiterungsgrößen. Diese reichen i.d.R. nicht aus, um einen neuen Einzelhandelsbetrieb anzusiedeln bzw. rentabel zu betreiben, da die branchenspezifischen Markteintrittsgrößen deutlich höher liegen. Diese Verkaufsflächenpotenziale sind somit als Arrondierungsspielräume für bestehende Einzelhandelsbetriebe bzw. für die Ansiedlung von Spezial- oder Nischenanbietern zu sehen. In der folgenden Diskussion werden lediglich größere Ansiedlungspotenziale ab einer Verkaufsfläche von deutlich über 100 m² ausgewiesen.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich sind keine wesentlichen Flächenerweiterungen notwendig, da gerade im Segment Lebensmittel, Pharmaziewaren und Blumen eine gute Bedarfsabdeckung besteht. Lediglich in dem Teilsegment Bio-Lebensmittel besteht der Bedarf nach einem Bio-Markt, der ausschließlich an einem städtebaulich integrierten Standort angesiedelt werden sollte.

In der Branche **Drogeriewaren** zeigt sich ein gewisser flächenseitiger Erweiterungsbedarf, da bis zum Prognosezeitpunkt 2027 eine höhere Umsatzbindung erreicht werden sollte. Da ferner ein Drogeriemarkt einen wichtigen Einzelhandelsmagneten darstellt, ist die Flächenerweiterung eines innerstädtischen Anbieters zu empfehlen.

Diese Flächenerweiterung wird aktuell bereits umgesetzt, da Rossmann seinen bestehenden Markt aus der Hauptstraße in die Galerie am Schlossberg verlagern und erweitern wird. Bei einer zu erwartenden Verkaufsfläche von ca. 700 m² wird Rossmann einen wichtigen innerstädtischen Magnetbetrieb darstellen.

Im Gegenzug wird der Anbieter die Galerie am Schlossberg Anfang des Jahre 2019 verlassen, wobei für diesen Markt ein Alternativstandort innerhalb der Innenstadt akquiriert werden sollte. Ist dies nicht möglich, so ist eine Verlagerung an einen städtebaulich integrierten Nahversorgungsstandort zu empfehlen.

- Im mittelfristigen Bedarfsbereich zeigt sich in den modischen Sortimenten **Textilien** und **Sport** bis zum Jahr 2027 ein deutlicher rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf.¹⁰⁵ Grundsätzlich ist die Modebranche die wichtigste innerstädtische Leitbranche und trägt wesentlich zur Attraktivitätssteigerung des Zentrums bei. Eine höhere Angebotsvielfalt führt dabei erfahrungsgemäß nicht unbedingt zu einem verstärkten örtlichen Wettbewerb, sondern erzeugt zusätzliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Einzugsgebiet und eine verstärkte Akzeptanz einer Innenstadt. Aus diesem Grund sollte – um eine höhere innerstädtische Angebotsdichte in den modischen Sortimentsbereichen in Sondershausen zu erzielen – die Ansiedlung von Modeanbietern in der Sondershäuser Altstadt deutlich forciert werden.

In den Modebranchen besitzen insbesondere überregional aktive Filialisten eine hohe Anziehungskraft und können wesentlich zur Attraktivierung der Sondershäuser Altstadt beitragen. Ferner kann durch ein verstärktes Angebot auch einer weiteren Kundenabwanderung zum Online-Handel vorgebeugt werden.

Die Ansiedlung von weiteren Modeanbietern ist ausschließlich auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu lenken. In der Sondershäuser Altstadt sind diverse Potenzialflächen – bspw. in Form von Baulücken oder Leerständen – vorhanden, die auch mit attraktiven Modekonzepten genutzt werden können. Als mögliche Ansiedlungsflächen sind neben den meist kleinteiligen Leer-

¹⁰⁵ Der Verkaufsflächenbedarf wird aus der Division der offenen bzw. aus Sondershausen abfließenden Nachfrage und der durchschnittlichen Raumleistung je Branche ermittelt.

standsflächen in der Hauptgeschäftslage auch mögliche zu bebauende Potenzialflächen¹⁰⁶ zu sehen, die derzeit keiner qualifizierten Nutzung unterliegen.

Grundsätzlich sollte versucht werden, 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 vorstehende Einschätzung trifft nicht nur auf die Textilbranche, sondern auch auf die Schuh- bzw. Sportbranche zu, da diese Sortimente eine wichtige Ergänzung zu dem Segment Textilien darstellen und so optimale Kopplungen zwischen den Branchen induziert werden können. Gerade in der Sportbranche errechnet sich ein weiterer zusätzlicher Verkaufsflächenbedarf. Zusammenfassend ist nochmals zu betonen, dass perspektivisch die Ansiedlung von modischen Sortimenten ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Altstadt erfolgen sollte.

In Bezug auf die Erhöhung der innerstädtischen Angebotstiefe sollte auch die Verlagerung von Anbietern aus städtischen Randlagen forciert werden. Da gerade eine Konzentration und die Schaffung einer Angebotsverdichtung hohe Kopplungen induziert, können sowohl einzelne Anbieter als auch die Attraktivität der gesamten Sondershäuser Altstadt von dieser Angebotskonzentration profitieren.

- In der Branche **Sanitätswaren** ergibt sich in den nächsten Jahren eine weitere Nachfrage, was auch auf den hohen Anteil älterer Bevölkerung in Sondershausen zurückzuführen ist (vgl. Abb. 11). Die Angebotsausweitung durch einen weiteren Anbieter ist empfehlenswert.
- Die ausgewiesene Erweiterungsoption in der **Buchbranche** ist als schwer umsetzbar einzustufen, da der Online-Handel hohe Marktanteile in dieser Branche generiert (vgl. Abb. 8) und aktuell im stationären Bucheinzelhandel von stagnierenden Erlösen auszugehen ist. Zukünftig wäre jedoch eine erweiterte Verkaufsfläche in dieser Branche wünschenswert, zumal Sondershausen über eine breite Bildungslandschaft verfügt und als Mittelzentrum auch eine Bildungs-, Kultur und Freizeitfunktion besitzt. Als Ansiedlungsstandort kommt ausschließlich der zentrale innerstädtische Versorgungsbereich in Frage.
- In Sondershausen ist kein Fachgeschäft für **Papier- und Schreibwaren** vorhanden, so dass dieses Sortiment nur im Randsortiment bei anderen Handelsbetrieben (meist in Multisortimentsmärkten oder Lebensmittelmärkten) geführt wird. Demnach ergibt sich auf Grund des Fehlens eines kompetenten Anbieters ein Ansiedlungsbedarf, der im zentralen Versorgungsbereich umgesetzt werden sollte.
- Für die **Spielwarenbranche** ergibt sich unter Einbezug des Einzugsgebietes ein Erweiterungsbedarf an Verkaufsfläche. Hierbei ist jedoch auf die demographische Entwicklung in Sondershausen zu verweisen (vgl. Abb. 14 i.V.m. Abb. 3), so dass sich die Ausgaben in diesem Segment in den nächsten Jahren eher rückläufig entwickeln werden. Trotzdem kann in dieser Branche ein Ansiedlungs- bzw. ein Erweiterungsbedarf gesehen werden, der ausschließlich in der Innenstadt umgesetzt werden sollte. Dies trifft auch für das Teilsegment Musikalien/Musikinstrumente zu, da die Ansiedlung eines Fachanbieters wünschenswert ist.
- Im langfristigen Bedarfsbereich besteht in der **Möbelbranche** ein rechnerischer Flächenbedarf von rd. 3.000 m². Das genannte Flächenpotenzial liegt deutlich unterhalb der Marktzutrittsgröße von potenziellen Betreibern,¹⁰⁷ so dass die Ansiedlung eines Möbelhauses (Vollsortiment) nicht realistisch ist. Grundsätzlich kann die Ansiedlung eines Vollsortimentsmöbelhauses (Wohnkaufhaus) auch hinsichtlich des geringen Einzugsgebiets nicht erfolgversprechend sein. Ferner ist zu beachten, dass im regionalen Umfeld von Sondershausen bereits größere Vollsortimentsanbieter vorhanden sind.

In Sondershausen sind bereits zwei größere Möbelanbieter adressiert, so dass eine anteilige Versorgung der Sondershäuser Konsumenten möglich ist. Perspektivisch ist jedoch die Erweiterung von be-

¹⁰⁶ Beispielhaft sind Baulücken in der Hauptstraße oder das unattraktive Handelsgebäude an der Lohstraße/Ecke Bebrastraße zu nennen.

¹⁰⁷ Die Marktzutrittsgröße für ein Wohnkaufhaus liegt bei minimal 10.000 m².

stehenden Möbelanbietern realisierbar, wobei die Erweiterungsfläche nur auf die Einwohner des Verflechtungsbereiches von Sondershausen abgestellt sein sollte.

- Im Segment Consumer Electronics (**Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ Computer/ Telefonie**) besteht ein rechnerischer Ansiedlungsbedarf, da ein Teil der lokalen Kaufkraft aus Sondershausen abfließt (vgl. Abb. 25). Mit der Erweiterung des innerstädtischen Bestandsbetriebes Herfag könnte eine erhöhte Kaufkraftbindung in Sondershausen erfolgen, was die Akzeptanz von Sondershausen als Einkaufsstadt steigern würde. Als limitierender Faktor ist jedoch in diesem Segment der relativ starke Online-Handel zu sehen.
- Das Marktpotenzial in Sondershausen und im Einzugsgebiet reicht in der **Fahrradbranche** für die Erweiterung eines bestehenden Fachgeschäftes hin zu einem größeren Fahrradmarkt aus. Neben dem Zweiradverkauf sollten eine Werkstatt bzw. Serviceangebote das Sortiment ergänzen.

Für den Großteil der vorstehenden Ansiedlungspotenziale wird eine Entwicklung in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich vorgeschlagen. Folgende **Potenzialflächen** kommen für eine langfristige Belegung mit Einzelhandel hier infrage:

- Nutzung von aktuellem Leerstand, insbesondere von verschiedenen, meist kleinformatischen innerstädtischen Ladenlokalen,
- Umnutzung von innerstädtischen Bestandsobjekten, die mit einer minderwertigen Einzelhandelsnutzung oder mit einzelhandelsfremdem Gewerbe um- bzw. zwischengenutzt sind,
- Bebauung von Potenzial- bzw. Brachflächen, bspw. der Baulücke in der Hauptstraße,
- Umstrukturierung des Einkaufszentrums Galerie am Schlossberg.

Auf Basis des bestehenden innerstädtischen Leerstands ist nicht davon auszugehen, dass alle vorgeschlagenen Entwicklungspotenziale in der Altstadt durch die Nachnutzung von Leerstandsobjekten realisiert werden können. Grundsätzlich stehen in dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt zwar derzeit 10 Ladenlokale mit einer geschätzten Gesamtfläche von ca. 700 m² leer,¹⁰⁸ deren einzelbetriebliche Verkaufsfläche liegt jedoch augenscheinlich zum großen Teil unter 100 m² je Geschäft.¹⁰⁹

Somit sind diese potenziellen Angebotsreserven lediglich zur Umsetzung von kleinformatischen Einzelhandelsbetrieben geeignet, jedoch nicht für die Entwicklung von größeren und leistungsfähigen Konzepten. Als Möglichkeit der Inwertsetzung von kleineren Leerstandsflächen bzw. auch zur Schaffung von größeren Ladeneinheiten ist lediglich die Zusammenlegung von Geschäften in Betracht zu ziehen, wenngleich sich diese Möglichkeit meist hinsichtlich der unterschiedlichen Eigentümer schwierig gestaltet.

Abbildung 26: Innerstädtische Leerstandsflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl)



Hauptstraße

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen



Hauptstraße

108 Angabe ohne Galerie am Schlossberg.

109 Von den Leerständen ist der Großteil der Angebotsflächen sofort nutzbar bzw. die Flächen können augenscheinlich zeitnah hergerichtet werden.

Neben leerstehenden Ladeneinheiten werden derzeit auch Gewerbeeinheiten durch einzelhandelsfremde Nutzungen belegt. Hierbei handelt es sich insbesondere um ein altes Handelsobjekt, das im Kreuzungsbe-
reich der Lohstraße zur Bebrastraße liegt. Neben einer kleinteiligen Nutzung durch Komplementäre steht der
Großteil dieser Fläche leer. Gerade auf Grund der optimalen Lagequalität im Eingangsbereich zur Einkaufs-
sinnenstadt und der guten Sichtbarkeit dieses Objektes ist eine Neubebauung durch ein Wohn- und Ge-
schäftshaus zu empfehlen. Die Erdgeschosszone sollte zwingend durch einen großformatigen Handelsbe-
trieb genutzt werden, wobei die bebaubare Grundfläche von ca. 1.000 m² eine derartige Nutzung zulässt.
Grundsätzlich ist bei einer flächenseitigen Erweiterung des Innenstadthandels neben der Nutzung von Leer-
standsreserven insbesondere eine Bebauung von Brachflächen bzw. Baulücken in Betracht zu ziehen. Der-
zeit existiert in der Hauptstraße eine größere Baulücke, bei deren Bebauung die Erdgeschosszone durch
Handel genutzt werden könnte.

Abbildung 27: Innerstädtische Potenzialflächen zur (Neu-)Bebauung (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Für die Attraktivität der Sondershäuser Innenstadt spielt die Galerie am Schlossberg eine wichtige Rolle. In
diesem Einkaufszentrum wurden überwiegend großformatige Läden entwickelt, die in der angrenzenden
Hauptgeschäftslage nicht vorzufinden sind. Da die Galerie zudem eine Magnetfunktion für die gesamte In-
nenstadt übernimmt, spielt die Funktionsfähigkeit dieses Einkaufszentrums eine überaus wichtige Rolle.
Derzeit ist das Einkaufszentrum nicht optimal aufgestellt. Neben verschiedenen leerstehenden Ladeneinhei-
ten besitzen einzelne Konzepte (bspw. der Supermarkt oder der Drogeriemarkt) zu geringe Verkaufsflächen.
Im Rahmen der derzeitigen Umstrukturierung ist daher anzunehmen, dass eine Optimierung des Angebots-
besatzes erfolgt.¹¹⁰

Abbildung 28: Innerstädtische Leerstandsflächen in der Galerie am Schlossberg (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

¹¹⁰ Im Rahmen der Umstrukturierung wird ein großformatiger Leerstand im Obergeschoss durch Rossmann genutzt.

7.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

Im folgenden Kapitel erfolgt eine zusammenfassende Darstellung der angesprochenen Erweiterungsbedarfe im Sondershäuser Einzelhandel.

Tabelle 16: Entwicklungspotenziale für den Sondershäuser Einzelhandel (Kurzzusammenfassung)

Branche	Betriebstyp	Bemerkung
Lebensmittel	Supermarkt/ Discounter/ SB-Geschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ flächenseitige Arrondierung bestehender Märkte ausschließlich in siedlungsintegrierten Lagen der Kernstadt und in peripher liegenden Ortsteilen von Sondershausen mit dem Ziel der Sicherung der Nahversorgung ▪ Erweiterungen im Rahmen des jeweiligen Betriebstyps (bzw. der hierzu notwendigen Fläche – vgl. Anlage 3) möglich <u>Standort:</u> siedlungsintegrierte Lagen der Kernstadt, periphere Ortsteile von Sondershausen
Lebensmittel	Bio-Supermarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines Bio-Supermarktes, wobei i.d.R. eine Verkaufsfläche zwischen 300 bis 500 m² zu veranschlagen ist ▪ optional ist auch die Ansiedlung eines Bio-Geschäftes (ca. 100 m² VK möglich) <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt / siedlungsintegrierter Standort innerhalb der Kernstadt, möglichst zentrumsnah
Drogeriewaren	Drogeriemarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung eines innerstädtischen Bestandsmarktes, um einen langfristig tragfähigen Drogeriemarkt in der Altstadt zu etablieren ▪ der Drogeriemarkt muss eine Magnetfunktion für die Sondershäuser Innenstadt besitzen, die Verkaufsfläche sollte bei ca. 700 m² VK liegen <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt
Textilien/ Schuhe/ Sport	Fachgeschäfte/ Fachmärkte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung verschiedener Modeanbieter ausschließlich in der Sondershäuser Altstadt, um auf Kopplungen innerhalb der Modebranche zurückgreifen zu können ▪ Fokussierung auf Textil-/ Schuhfilialisten mit hoher Ausstrahlungskraft ▪ Entwicklung möglichst großer Ladenflächen (>200 m² VK) ▪ Etablierung von weiteren Magnetanbietern ▪ Verlagerung von bestehenden Textil- und Schuhanbietern aus städtischen Randlagen ▪ Erweiterung des bestehenden innerstädtischen Sportfachgeschäftes <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt
Sanitätswaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ flächenseitige Erweiterung bzw. Neuansiedlung eines weiteren Fachgeschäftes (Mindestfläche ca. 100 m² VK) <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt / siedlungsintegrierter Standort (Streulage) in der Kernstadt

Bücher/ Papier-/ Büro/ Schreibwaren/ Spielwaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ flächenseitige Erweiterung eines bestehenden Anbieters oder auch Neuansiedlung ▪ Mindestfläche liegt bei ca. 100 m² VK, eine Magnetfunktion kann ein entsprechender Betrieb ab ca. 200 m² VK übernehmen ▪ Aufnahme von Dienstleistungen in das Sortiment (bspw. Lotto, Post) <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt</p>
Möbel	Möbelmarkt/ Spezialanbieter	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung von attraktiven Möbelanbietern, insbesondere Spezialanbietern ▪ Flächenseitige Erweiterung eines bestehenden Möbelanbieters <p><u>Standort:</u> verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort, ideal wäre die Nachnutzung eines Bestandsstandortes oder die Ansiedlung in räumliche Nähe zu bestehenden Handelsstandorten</p>
Consumer Electronics	Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung des bestehenden innerstädtischen Elektromarktes möglich und wünschenswert, da das bestehende Nachfragepotenzial die Ansiedlung eines Elektrofachmarktes bis zu 1.700 m² VK zulässt <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt</p>
Fahrrad	Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung eines bestehenden Anbieters bzw. Ansiedlung eines größeren Fahrradmarktes (Mindestfläche ca. 200 m² VK) ▪ Ergänzung des Sortiments durch Werkstatt und Serviceangebote notwendig <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Altstadt / siedlungsintegrierter Standort (Streulage) in der Kernstadt</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.

Es ist darauf zu verweisen, dass die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe auf einer Steigerung der **Marktbedeutung des Sondershäuser Einzelhandels** im eigenen Stadtgebiet und dem abgegrenzten Einzugsgebiet basieren. Sie gründen sich unter Berücksichtigung der zukünftigen Kaufkraftentwicklung u.a. auf eine gewisse Erhöhung der Marktanteile des Sondershäuser Einzelhandels. Selbige sind raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter und der empfohlenen Neuansiedlungen/ Erweiterungen deutlich unter dem prognostizierten Marktvolumen im dargestellten Einzugsgebiet des Sondershäuser Einzelhandels¹¹¹ liegen. Die dargestellten Flächengrößen sollen vor allem als Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Sondershausen als notwendig bzw. wünschenswert einzustufen sind, um einen dauerhaft abgerundeten Branchenmix für die Konsumenten zu präsentieren.¹¹²

Die dargestellten Erweiterungsoptionen des Sondershäuser Einzelhandels wurden unter Berücksichtigung von Ziel-Bindungsquoten ermittelt. Diese wurden im kurzfristigen Bedarfsbereich mit 110 % angesetzt, um so eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung in Sondershausen und auch im näheren Umfeld zu gewähr-

111 Der abgegrenzte Einzugsbereich des Sondershäuser Einzelhandels liegt innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereichs (inkl. Überschneidungsgebiete) von Sondershausen.

112 Sollten sich Vorhaben, die auf Basis ihrer Dimensionierung eine Ausdehnung des dargestellten Einzugsbereiches erwarten lassen oder sich nach einer ersten Einschätzung nicht in den beschriebenen Entwicklungskorridor einordnen, ist ggf. eine gesonderte Bewertung erforderlich, welche die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen der Region im Detail aufzeigt.

leisten. Bei diesem Wert ergibt sich zum Planungshorizont 2027 eine (modelltheoretisch) zu versorgende Bevölkerung von ca. 21.900 Personen.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich wurde eine erhöhte Bindungsquote von 140 % gewählt (vgl. Abb. 25), so dass auch nach der Umsetzung der vorstehenden Erweiterungs- bzw. Ansiedlungsoptionen eine ausreichende Nachfrage in den jeweiligen Orten im Einzugsgebiet zur örtlichen Bindung besteht. Die rechnerisch zu versorgende Bevölkerung würde ca. 27.900 Personen betragen und somit deutlich unter dem prospektiven Einwohnerpotenzial des Sondershäuser Einzelhandels von 43.100 Personen (vgl. Tab. 14) im Jahr 2027 liegen.

Somit besitzen die umliegenden Orte in dem dargestellten Einzugsgebiet ebenfalls Spielräume zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in allen Bedarfsbereichen, wenngleich sich – mit Ausnahme der Nahversorgung – auf Grund der geringen Bevölkerungszahl gerade in den kleinen Gemeinden im Umfeld von Sondershausen keine dauerhaft tragfähigen Einzelhandelsstrukturen herausbilden können.

Grundsätzlich können die bestehenden Flächen sowie die Erweiterungsverkaufsflächen nur dann wirtschaftlich ausgelastet werden, wenn es der Stadt Sondershausen gelingt, auch weiterhin einen Umsatzzufluss aus dem Einzugsgebiet 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 in der Region (bspw. Erfurt, Nordhausen) und insbesondere zum Online-Handel so gering wie möglich zu halten.

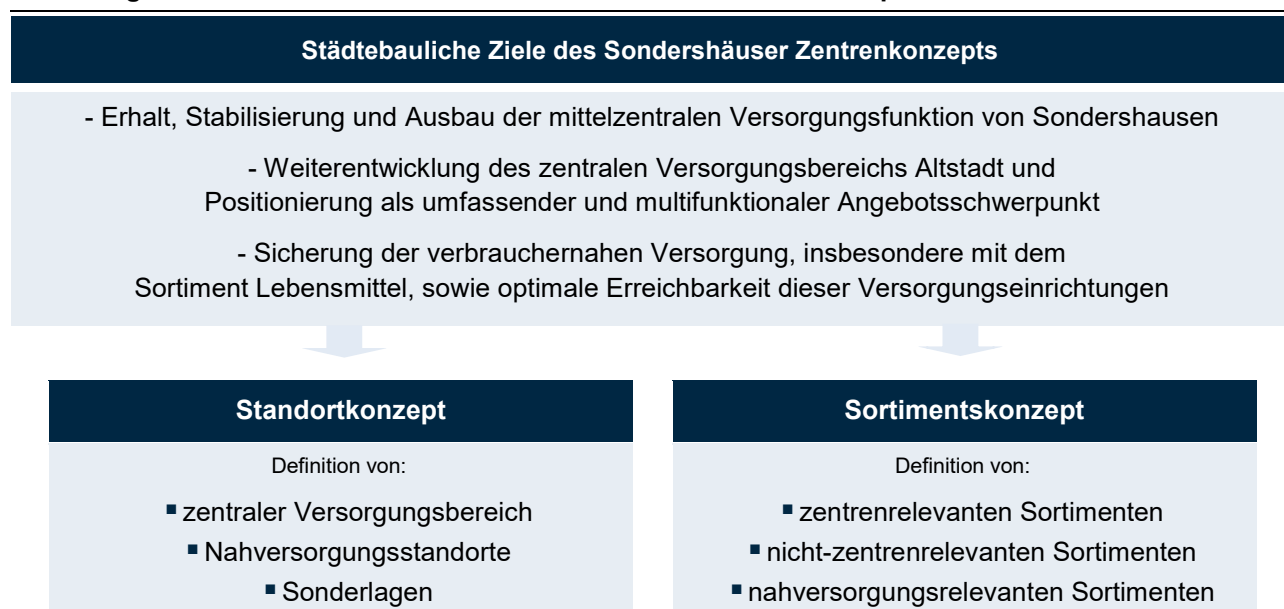
8. Zentrenkonzept der Stadt Sondershausen

8.1. Ziele des Zentrenkonzepts

Mit dem folgenden Zentrenkonzept werden die **städtebaulichen Zielvorstellungen** von Sondershausen zur Einzelhandelsentwicklung dargestellt. Hierzu werden hierarchisch abgestufte Versorgungsbereiche definiert und diesen eine Versorgungsaufgabe zugewiesen. Somit wird im gesamtstädtischen Kontext ein räumlich ausgewogenes und zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsnetz entwickelt, das den lokalen Siedlungsstrukturen von Sondershausen Rechnung trägt.

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

Abbildung 29: Städtebauliche Ziele / Standort- und Sortimentskonzept für Sondershausen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des Sondershäuser Einzelhandels sind die beiden städtebaulich relevanten Punkte Standort- und Sortimentskonzept zu bestimmen.

Im **Standortkonzept** werden die räumlichen Vorstellungen zur Ansiedlung und Weiterentwicklung von Einzelhandelsflächen in Sondershausen definiert. Es werden zentrale Versorgungsbereiche identifiziert und abgegrenzt, die für den Erhalt und die Stabilisierung der Versorgungsfunktion der Stadt Sondershausen wichtig sind. Weiterhin werden Grundversorgungsstandorte und Ergänzungs- bzw. Sonderlagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

Im **Sortimentskonzept** wird ein branchenbezogenes Leitbild für Sondershausen 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 nahversorgungsrelevant einzustufen sind und somit eine wichtige Bedeutung für den jeweiligen Versorgungsbereich besitzen.

8.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Sondershausen ein Zentrenkonzept abgeleitet. Das Zentrenkonzept verfolgt dabei nicht den Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, da die Entwicklung des Handels eine originär privatwirtschaftliche Aufgabe ist. Mit dem Konzept soll vor allem eine räumliche Steuerung des insbesondere großflächigen Einzelhandels hin zu einer geordneten Stadtentwicklung erfolgen.

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 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.¹¹³ 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.¹¹⁴

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden. 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.¹¹⁵ Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Hierarchiestufen bzw. **Typen von Versorgungsbereichen** 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. 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 dem Angebot eines Innenstadtzentrums zurück.
- **Grund- bzw. Nahversorgungszentren (C-Zentren)** offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs und auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch Dienstleistungen und ggf. Gastronomieangebote ergänzt, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Nebenzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst. Meist sind diese Versorgungszentren durch einen

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

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

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

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

Entscheidend ist weiter, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale¹¹⁶ Funktion, d.h. eine Mittelpunktswirkung hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.¹¹⁷ Das weitere Umfeld eines Nahversorgungszentrums sollte dadurch geprägt sein, dass dieser zentrale Versorgungsbereich für einen gewissen räumlichen Bereich das einzige Nahversorgungszentrum darstellt.

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

Hierbei wird grundsätzlich auf die Ausweisung eines sog. B-Zentrums (Stadtteilzentrum) verzichtet, da bezüglich der Stadtgröße von Sondershausen ein derartiges Zentrum nicht vorhanden ist bzw. auf Grund des Fehlens von größeren Stadtbezirken oder -teilen auch nicht entwickelt werden kann. Des Weiteren sollte das begrenzte Nachfragepotenzial in Sondershausen in dem A-Zentrum gebunden und nicht auf weitere Stadtbereiche verteilt werden. Letztlich ist auch die rückläufige Bevölkerungsentwicklung zu beachten, so dass zukünftig mit einer sinkenden Nachfrage und als Folge mit geringeren Umsatzpotenzialen für Sondershausen zu rechnen ist.

Gemäß dem umseitig eingefügten **Anforderungskatalog** wird die später folgende Identifizierung von zentralen Versorgungsbereichen für die Stadt Sondershausen vorgenommen.

116 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).

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

Abbildung 30: 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"> Lage im zentralen Innenstadtbereich Hauptzentrum als größter integrierter Geschäftsbereich 	<ul style="list-style-type: none"> städtebaulich integrierte Lage bzw. siedlungsintegrierter 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 vor allem auf nahversorgungsrelevante Sortimente ggf. Ergänzung durch einzelne Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs
Sortiment	<ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite und -tiefe in allen zentrenrelevanten Branchen 	<ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite nur 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"> minimal 10 Betriebe und minimal 2.000 m² Gesamtverkaufsfläche, davon möglichst ein Lebensmittelanbieter (z.B. Supermarkt, Discounter)
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> in möglichst allen Bereichen 	<ul style="list-style-type: none"> Super-/Verbrauchermarkt/ Discounter (Food) Drogeriemarkt
Betriebstypen	<ul style="list-style-type: none"> alle Betriebstypen 	<ul style="list-style-type: none"> Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Drogeriemarkt, Apotheke
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> v.a. mittleres und gehobenes Niveau 	<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 ca. 100 m bzw. innerhalb eines Gebäudekomplexes
Verkehrerschließung	<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 regionale Versorgungsfunktion gesamt- und überörtliche Mittelpunkts-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> Versorgung für umliegende Wohngebiete/-quartiere vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich Mittelpunkts-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Die vorstehende Aufstellung ortsspezifischer Anforderungskriterien für einen zentralen Versorgungsbereich kann auch bei einer möglichen Fragestellung in Bezug auf die Einstufung eines neu hinzutretenden Handelsstandortes und dessen denkbare Funktion als zentraler Versorgungsbereich zur Beantwortung herangezogen werden.

Nach Abgleich der formulierten Kriterien zur **Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen** mit den lokalen Einzelhandelsstrukturen existiert in der Innenstadt von Sondershausen ein zentraler Versorgungsbereich (A-Zentrum).

In Bezug auf das Vorhandensein von weiteren zentralen Versorgungsbereichen einer niedrigeren Hierarchiestufe ist zu konstatieren, dass in Sondershausen kein Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) identifiziert werden kann. Dies ist auf das Fehlen eines umfänglichen und komprimierten, auf die Nahversorgung fokussierten Angebots zurückzuführen. Dieses ist in den bestehenden Wohnquartieren nicht vorhanden, wenngleich hier auch Betriebe mit sog. nahversorgungsrelevanten Sortimenten etabliert sind.

Ferner erfüllen die bestehenden Einzelhandels- bzw. Fachmarkttagglomeration (vgl. Karte 6) die an ein Nahversorgungszentrum gestellten Anforderungen nicht. So befinden sich die relevanten Einzelhandelsstandorte (Nordhäuser Straße, Hospitalstraße, Frankenhäuser Straße/A.-Puschkin-Promenade, Frankenhäuser Straße) nicht in einer wohnsiedlungsintegrierten Lage innerhalb eines Bebauungszusammenhangs, sondern sind in Randlagen zu bestehenden Wohngebieten angesiedelt. Ferner geht die Sortimentsausrichtung aller Standorte – zum Teil auch deutlich – über eine Nahversorgungsfunktion hinaus, da teilweise umfängliche Angebote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich angesiedelt wurden. Im Fazit kann daher in Sondershausen mit dem Innenstadtzentrum lediglich ein zentraler Versorgungsbereich identifiziert werden.

Die räumliche **Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten¹¹⁸ vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachstehend werden die wesentlichen Abgrenzungskriterien überblicksartig aufgeführt, die in Folge von der BBE bei der räumlichen Abgrenzung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches in Sondershausen berücksichtigt werden.

Abbildung 31: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

	Bestimmungsgrößen
Quantitative Kriterien	Verkaufsflächenbestand, Handelsdichte, Branchenmix, Multifunktionalität durch Dienstleister, Gastronomie etc., öffentliche Nutzungen
Qualitative Kriterien	Ladenstruktur, Ladengestaltung, Werbung, Präsentation
Städtebauliche Kriterien	Bebauungsstruktur, Barrieren, Verkehrsstruktur, Gestaltung öffentlicher Raum (Möblierung, Pflasterung, Begrünung etc.), Stadtbild, Kompaktheit, Architektur, räumliche Zusammenhänge und Wegeverbindungen
Bevölkerung	ausreichende Mantelbevölkerung, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Ortsteil, 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

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

In der Regel ist eine vollumfängliche und flächendeckende Versorgung durch die Einzelhandelsangebote nur im zentralen Versorgungsbereich nicht möglich, da in Innenstädten oft größere Handelsbetriebe auf Grund der kompakten und kleingliedrigen Bebauungsstrukturen oder durch räumliche Begrenzungen nicht etabliert werden können bzw. auch in verdichteten Wohnquartieren eine Nahversorgung notwendig ist. Dies betrifft auch großformatige Einzelhandelsanbieter – vor allem mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten – die in integrierten Lagen oft nicht untergebracht werden können.

Der vorgenannte Fakt trifft auch in Sondershausen zu, so dass der Einzelhandel in dem zentralen Versorgungsbereich durch weitere Versorgungslagen komplettiert wird. Die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in Sondershausen wird dabei ergänzend zu dem Angebot im zentralen Versorgungsbereich durch sog. **Nahversorgungsstandorte** dargestellt. Diese Nahversorgungsstandorte – die sich in städtebaulich integrierten Lagen befinden – decken insbesondere vorhandene räumliche Lücken ab, so dass erst unter Einschluss dieser Standorte eine weitgehend flächendeckende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur im Kernstadtbereich in Sondershausen sichergestellt werden kann.

Diese Standorte sind i.d.R. durch einen Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels (bspw. Discounter, Supermarkt) und teilweise weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Grundversorgung dar. Diese Angebotsstandorte dienen insbesondere der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölkerung bzw. der sog. Grundversorgung.¹¹⁹ Die Ausstattung dieser Nahversorgungsstandorte kann in Bezug auf die Größe bzw. Komplexität schwanken, ist jedoch auf den sog. kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert.

Die Standorteigenschaften eines Nahversorgungsstandortes werden wie folgt definiert:

- räumliche und funktionale Zuordnung zu einem Siedlungsschwerpunkt (bspw. Stadtteil, Wohnquartier),
- wohnsiedlungsintegrierte Lage,¹²⁰
- zentrale und für die Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbare Lage, möglichst barrierefreier Zugang,
- hohe Mantelbevölkerung im unmittelbaren Umfeld (in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen),
- ÖPNV-Anbindung (optional).

Die Nahversorgungsstandorte haben jedoch weder funktional noch städtebaulich einen Zentrencharakter, da diese Standorte i.d.R. durch eine eingeschränkte Angebotsstruktur bzw. geringe Nutzungsdurchmischung geprägt sind, keine sog. Mittelpunktfunktion besitzen und die Komplementärnutzungen (u.a. Dienstleistungen, Gastronomie) nur unzureichend ausgebildet sind. Diese Standorte stellen keinen zentralen Versorgungsbereich im Sinne des BauGB bzw. der BauNVO dar, wenngleich sie einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung leisten. Eine Schutzmöglichkeit dieser sog. Nahversorger durch eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich ist auch aus Gründen eines individuellen Konkurrenzschutzes einzelner Anbieter unzulässig.

Das vorstehende Angebot im zentralen Versorgungsbereich und an Nahversorgungsstandorten wird durch Ergänzungsstandorte bzw. **Sonderlagen** komplettiert, die i.d.R. durch eine Ansiedlung von Fachmärkten oder anderen großformatigen Anbietern gekennzeichnet sind. Die zum Teil auf wenige Branchen des großflächigen Einzelhandels spezialisierten Geschäftslagen sind meist an verkehrsgünstig gelegenen Standorten mit einer großzügig dimensionierten Parkplatzanlage angesiedelt. Diese Lagen sind als nicht-schützenswert im Sinne der Stadtentwicklung einzustufen, da sie meist wegen ihrer dezentralen Lage sowie der fachspezifischen Ausrichtung nur ein eingeschränktes Warensortiment führen und nicht durch andere Nutzungen er-

119 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.

120 Nahversorgungsstandorte können auch in Randlagen zu Wohnsiedlungsgebieten verortet sein, sofern fußläufige Beziehungen zu den Wohnbereichen vorhanden sind und fußläufige Austauschbeziehungen bestehen.

gänzt werden, wenngleich diese Agglomerationen über einen weiten Einzugsbereich verfügen und z.T. eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen.¹²¹ Oft stehen diese Lagen auch in Konkurrenz zu dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich.

Weiterhin bestehen außerhalb der vorstehend beschriebenen Einzelhandelsstandorte i.d.R. verschiedene Streulagen, die größtenteils durch kleinteilige und historisch gewachsene Einzelhandelsanbieter – meist Fachgeschäfte – geprägt sind. Diese Geschäfte verfügen normalerweise über einen geringen Einzugsbereich, der vorwiegend auf ihr fußläufiges Umfeld beschränkt ist.

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

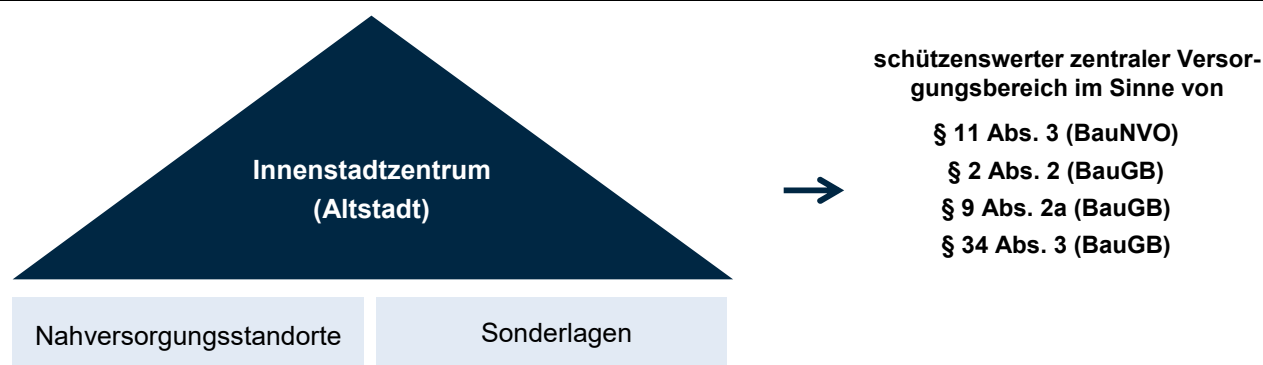
8.3. Zentren-/ Standortkonzept Sondershausen

8.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Die polyzentrische Siedlungsstruktur der Stadt Sondershausen erfordert die Ausgestaltung des Stadtgebietes mit einem abgestuften Netz von Versorgungsbereichen, um den versorgungsstrukturellen Anforderungen an die jeweiligen Siedlungs- bzw. Wohnbereiche gerecht zu werden.

Das künftige **Zentrenleitbild** für die Einzelhandelsentwicklung von Sondershausen beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der Standortrahmenbedingungen erstellt wurde. Der Stadt Sondershausen wird die Ausweisung eines zentralen Versorgungsbereiches empfohlen. Dessen Angebot wird durch zwei Nahversorgungsstandorte und sechs bereits bestehende Sonderlagen komplettiert.

Abbildung 32: Modell der Zentrenstruktur von Sondershausen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der **zentrale Versorgungsbereich Altstadt** soll auch zukünftig den Hauptangebotsschwerpunkt für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten darstellen. Damit soll einer weiteren Streuung des Angebots über das gesamte Sondershäuser Stadtgebiet entgegengewirkt werden. Dies ist insbesondere unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet. Ferner besitzt dieser Bereich diverse Potenzialflächen, so dass die zentrale Einzelhandelsfunktion der Innenstadt verstärkt und zielgerichtet abgerundet werden kann.

Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels auf diesen Bereich soll eine Stärkung der Innenstadt durch die Bündelung des Angebots – auch unter dem Aspekt des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden. Die Sondershäuser Altstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden.

Das Angebot in dem zentralen Versorgungsbereich wird durch die im vorherigen Kapitel beschriebenen **Nahversorgungsstandorte** ergänzt, deren Einzelhandelsbesatz i.d.R. monofunktional auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert sein soll. Die Nahversorgungsstandorte sind durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters gekennzeichnet, dessen Angebot ggf. durch Nahrungsmittelhandwerker, Getränkemärkte oder ähnliche Anbieter ergänzt werden kann. Die Nahversorgungsstandorte befinden sich in für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage und verfügen über eine – für die jeweiligen lokalen Gegebenheiten – hohe Mantelbevölkerung im direkten fußläufigen Umfeld.

Andere Einzelhandelsanbieter außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollten an diesen Standorten nicht angesiedelt werden, um die funktionsteilige Angebotsstruktur zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und diesen Standorten nicht zu unterlaufen.

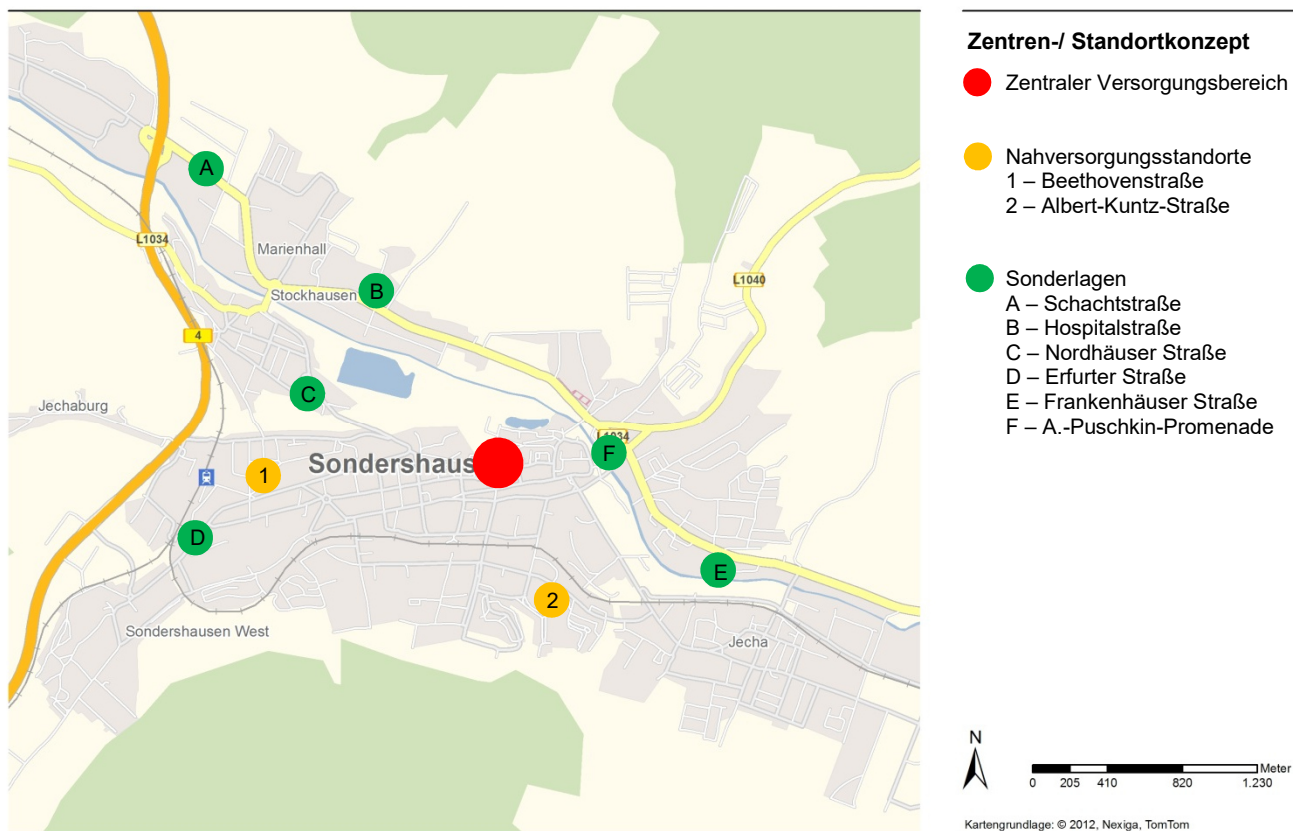
Aktuell konnten bezüglich der vorgenommenen Einstufung dieser Standortkategorie zwei sog. Nahversorgungsstandorte zugeordnet werden. Hierbei handelt es sich um die Standorte Albert-Kuntz-Straße (Edeka) und Beethovenstraße (tegut).

Grundsätzlich erfüllen die Nahversorgungsstandorte nicht die vorstehend 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. Demnach besitzen diese Standorte auch einen gewissen Schutz, der in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formuliert wird.

Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existieren weitere Einzelhandelslagen, die als **Sonderlagen** bzw. Ergänzungsstandorte einzustufen sind. Diese Standorte besitzen insbesondere hinsichtlich der Ausprägung und der Lagequalität nicht die Merkmale von zentralen Versorgungsbereichen. Die Sonderstandorte sind durch eine Agglomeration größerer Einzelhandelsbetriebe – z.T. auch oberhalb der Großflächigkeit – an verkehrsgünstig gelegenen Standorten geprägt, die auch ein gesamt- bzw. überörtliches Einzugsgebiet besitzen können und somit größere Marktgebiete erschließen. Die Betriebe in diesen Lagen sollten eine Ergänzungsfunktion zu den bereits beschriebenen Einzelhandelslagen darstellen und nicht in einer direkten Konkurrenzsituation zu dem zentralen Versorgungsbereich oder zu Nahversorgungsstandorten stehen. Dies ist maßgeblich von der Zentrenrelevanz der geführten Sortimente sowie deren qualitativer Ausprägung abhängig. Derzeit wurden in Sondershausen sechs Sonderlagen identifiziert.

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

Karte 9: Zentren-/ Standortkonzept Sondershausen



Neben den prägenden Versorgungsstandorten sind vereinzelte Handelsbetriebe in Streu- bzw. Solitärlagen verortet. Hierbei handelt es sich überwiegend um kleinere Betriebe, die i.d.R. eine lokale Versorgungsfunktion für ihr jeweiliges räumliches Umfeld übernehmen. Mit einem Möbelmarkt (SEMA [Talstraße]) ist lediglich ein großflächiger Betrieb mit einer gesamt- und auch überörtlichen Versorgungsfunktion vorhanden.


Im Anschluss werden die Beschreibung und die Funktionszuweisung der einzelnen Versorgungsbereiche vorgenommen. Ebenso erfolgt eine räumliche Abgrenzung dieser Bereiche.

8.3.2. Zentraler Versorgungsbereich Altstadt

8.3.2.1. Standortprofil

Nachstehend wird eine Beschreibung des zentralen Versorgungsbereichs eingefügt. Des Weiteren wird die räumliche Abgrenzung dieses Bereiches vorgenommen, ebenso wie die Formulierung zukünftiger Entwicklungsziele.

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Altstadt	
Zentrentyp	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zentrale Lage im Sondershäuser Kernstadtgebiet ▪ der Einkaufsbereich (bzw. die gesamte Innenstadt) wird durch den Flusslauf der Wipper nördlich und östlich limitiert, zudem stellt auch der nördlich liegenden Schlosspark eine Begrenzung dar
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anbindung über die Garten-/ Güntherstraße und die Lohstraße, jedoch nur des westlichen Bereiches der Einkaufsinnenstadt ▪ optimale Verkehrsanbindung des Angebotsmagneten Galerie am Schlossberg gegeben ▪ östlicher Bereich der Einkaufsinnenstadt ist nur über Nebenstraßen anfahrbar, keine direkte Erreichbarkeit von dem lokalen Hauptverkehrsträger Hospitalstraße
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ fußläufige Anbindung über zentrale Bushaltestelle des Stadt- und des Regionalbusverkehrs in der Ulrich-von-Hutten-Straße, ZOB liegt knapp 300 m westlich von der Galerie am Schlossberg entfernt ▪ weitere Bushaltestellen (Lange Straße, Gartenstraße, Planplatz) im Umfeld der Einkaufsinnenstadt
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute Parkmöglichkeiten durch zahlreiche Innenstadtparkplätze, zum großen Teil kostenfrei ▪ wichtigste und größte innerstädtische Parkmöglichkeit ist das Parkhaus in der Galerie am Schlossberg mit ca. 260 Stellplätzen, 1 Stunde Parken kostenfrei ▪ weitere Abstellmöglichkeiten im näheren Umfeld der Einkaufsinnenstadt
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ breitgefächertes Angebot, eine Leitfunktion übernehmen die modischen Sortimente, Lebensmittel, Drogeriewaren und Elektrowaren
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 8.080 m² Verkaufsfläche (rd. 17 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 63 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 43 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur	<p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel/Reformwaren (14) Drogeriewaren/Gesundheit (5) Blumen/Pflanzen/Zoo (4) Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (17) Bücher/Schreib-/Spielwaren (2) Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (3) Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (6) Optik/Uhren/Schmuck (6) Sonstiger Einzelhandel (6)
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ großformatige Anbieter in der Galerie am Schlossberg (u.a. REWE, expert, Rossmann, Reno)

Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, jedoch auch diverse Discountangebote vorhanden
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> 12 überregionale Filialisten belegen rd. 4.740 m² der Verkaufsfläche (rd. 59 % der innerstädtischen Gesamtverkaufsfläche)
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> Finanzdienstleistungen, Gastronomie, konsumnahe Dienstleistungen, Büros, Kulturangebote, medizinische Versorgung, öffentliche Verwaltung 2 Markttag pro Woche (Dienstag/Freitag) auf dem Marktplatz aktuell bestehen in den Erdgeschosszonen über 60 Anbieter (v.a. Dienstleistungen/ Gastronomie/ Büros)
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> Stadt Sondershausen und umliegende Orte mit insgesamt rd. 47.000 Personen
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamstädtische Versorgungsfunktion in allen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren des mittelfristigen Bedarfsbereichs funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Sondershausen Versorgungsfunktion für das regionale Umfeld von Sondershausen
Räumliche Abgrenzung	
Städtebauliche Kurzbewertung	<ul style="list-style-type: none"> die Hauptgeschäftslage umfasst die von der Galerie am Schlossberg abgehende Hauptstraße; im östlichen Bereich der Hauptstraße und auch in der Bebrastraße ist ein ausgedünnter Handelsbesatz zu beobachten westlicher Bereich der Hauptstraße ist als Fußgängerzone ausgewiesen innerhalb der genannten Geschäftslagen besteht eine meist durchgehende heterogene Bebauungsstruktur mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern der Einzelhandel ist straßenbegleitend in den Erdgeschosszonen (Ausnahme Galerie am Schlossberg) angesiedelt, es existiert eine meist durchgängige Schaufensterfront, wobei die Nutzung durch Einzelhandel und durch verschiedene Komplementäre erfolgt der Handel belegt überwiegend kleinformatige Geschäftsflächen (Ausnahme Galerie am Schlossberg), was auf die kleinstrukturierte und kompakte Bebauung der Altstadt zurückzuführen ist die zweigeschossige Galerie am Schlossberg ist ein attraktives Einkaufszentrum mit überwiegend großformatigen Ladeneinheiten, die zum großen Teil durch Filialisten genutzt werden

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ eine städtebauliche Dominante stellt die historischen Bebauung des Marktes und das Sondershäuser Schloß in westlicher Richtung dar ▪ die historischen Altbausubstanzen sind größtenteils aufwendig saniert und in einem optisch guten Zustand ▪ positive Wirkungen ergeben sich durch die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und die ansprechende Stadtmöblierung, gute Aufenthaltsqualität des Altstadtbereiches
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 13 leerstehende Gewerbeeinheiten mit einer geschätzten Leerstandsfläche von rd. 1.000 m² (ohne geplante Rossmann-Fläche in der Galerie am Schlossberg) ▪ die Hälfte der Leerstände weist eine Ladengröße von lediglich ca. 50 m² je Geschäft auf und ist damit für die Ansiedlung von modernen und leistungsfähigen Handelskonzepten zu klein
Potenzialflächen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bebauung von Baulücken (bspw. Hauptstraße) ▪ Nutzung der Potenzialfläche Lohstraße (Neubebauung) und ggf. auch westlich der Bebrastraße ▪ Nutzung von Leerstandsflächen, Zusammenlegung von kleineren Ladeneinheiten ▪ Revitalisierung/Umstrukturierung der Galerie am Schlossberg



Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich

Stärken

- funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Sondershausen
- hohe Anzahl an Einzelhandelsbetrieben
- zahlreiche Komplementärbetriebe, dadurch Funktionsdurchmischung und Multifunktionalität der Innenstadt
- mit der Galerie am Schlossberg besteht ein Einzelhandelsmagnet, der verschiedene Ankerbetriebe beherbergt
- attraktiver Wochenmarkt
- gute Parkplatzsituation im gesamten Innenstadtbereich
- Anbindung der Altstadt an den lokalen und den regionalen ÖPNV gegeben
- städtebaulich attraktive Innenstadt

Schwächen

- Flächenanteil des Innenstadthandels an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche mit ca. 17 % relativ gering
- Erreichbarkeitsdefizite der östlichen Hauptstraße bzw. der Johann-Karl-Wenzel-Straße, keine direkte Anbindung an einen innerörtlichen Hauptverkehrsträger
- nachlassende Frequenz in der östlichen Hauptstraße und der Johann-Karl-Wenzel-Straße, kein Einzelhandelsmagnet in diesem Bereich vorhanden
- diverse Leerstände in der Hauptgeschäftslage, z.T. mit geringer Verkaufsfläche
- Leerstände in der Galerie am Schlossberg
- Steigerungsfähige Kompetenz der Altstadt im wichtigsten innenstadtrelevanten Mode-Segment
- Attraktivität des Innenstadthandels wird maßgeblich von der Galerie am Schlossberg getragen, dadurch Abhängigkeit von der Attraktivität dieses Centers, das allein ca. 56 % der innerstädtischen Verkaufsfläche einnimmt (ohne Leerstandsflächen)

Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Altstadt:

- Positionierung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente und Stärkung der Handelszentralität, vor allem in den zentrenrelevanten Bedarfsbereichen
- Sicherung und Stärkung des bestehenden Einzelhandelsangebots, insbesondere der Magnetbetriebe der Sondershäuser Innenstadt (v.a. des REWE-Marktes, dessen aktuelle Fläche unterhalb der Marktzutrittsgröße liegt, daher flächenseitige Erweiterung des Marktes unbedingt umsetzen)
- Gezielte quantitative und qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots gemäß den möglichen bzw. den relevanten Ansiedlungspotenzialen (vgl. Pkt. 7.3), wenngleich bezüglich der kleinteiligen Bbauungsstrukturen nur limitierte flächenseitige Entwicklungsmöglichkeiten bestehen
- Revitalisierung der Galerie am Schlossberg und Positionierung als Angebotsschwerpunkt für die Altstadt, vollumfänglicher „Schutz“ dieses innerstädtischen Angebotsmagneten
- Inwertsetzung der Potenzialfläche Lohstraße und Belegung mit großformatigem Einzelhandel
- Ansiedlung von weiteren strukturprägenden Magnetbetrieben mit möglichst hoher Ausstrahlungskraft, Ergänzung von bisher fehlenden Angebotsformaten bzw. -konzepten
- Lenkung von möglichen Ansiedlungsbegehren, insbesondere von großflächigen Handelsbetrieben auf die Innenstadt (bei Flächenverfügbarkeit)
- Schließung der Baulücken in der Hauptstraße, Nutzung der Erdgeschosszone durch Einzelhandel
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten (Flächenzusammenlegung), da den zahlreichen kleineren Fachhändlern zu wenige Großflächen gegenüberstehen
- Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen und Innenstadtrandlagen in den Hauptgeschäftsbereich
- Revitalisierung bestehender Leerstände bzw. Inwertsetzung von derzeit nicht vermietbaren Flächen, dabei Beachtung von notwendigen Mindestbetriebsgrößen von Handelsbetrieben, Fokussierung von Ansiedlungen auf die zentrale bzw. östliche Hauptstraße
- Sicherung und Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch qualifizierte und attraktive Komplementärfunktionen und Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Altstadt, insbesondere ist die Weiterentwicklung der Gastronomie wichtig
- Beibehaltung/Sicherung des Frischemarktes auf dem Marktplatz
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit der Altstadt, des guten Parkplatzangebots (auch in Randlagen zur Altstadt) und der ÖPNV-Anbindung des zentralen Versorgungsbereiches

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

8.3.2.2. Sondershäuser Wochenmarkt

Ein attraktiver und frequenzstarker Wochenmarkt kann einen wesentlichen Beitrag zur Aufenthaltsqualität und Lebendigkeit einer Innenstadt leisten. Ein guter Wochenmarkt erhöht die Verweildauer der Innenstadtbewohner und führt zu zusätzlichen Impulsen für ansässige stationäre Einzelhändler, Dienstleister und Gastronomen. Der Wochenmarkt bietet das Potenzial für eine spezialisierte Ergänzung des lokalen Einzelhandelsangebotes und führt meist zu einer **Frequenzsteigerung** für die umliegenden stationären Einzelhandelsgeschäfte. Ein Wochenmarkt steht i.d.R. nicht in direkter Konkurrenzsituation zum Ladeneinzelhandel, sondern dient als funktionale Ergänzung des stationären Handels.

Neben der wirtschaftlichen Bedeutung kommt dem Wochenmarkt auch eine wichtige Funktion als sozialer Treffpunkt und Kommunikationsort zu. Die Kunden schätzen i.d.R. den persönlichen Kontakt zum Markthändler, die fachkompetente Beratung, die Möglichkeit des Probierens, die Atmosphäre des Markteinkaufes oder die Kommunikation mit anderen Besuchern.

In der Stadt Sondershausen wird der Wochenmarkt an zwei Werktagen (dienstags/freitags) jeweils in der Zeit von 8 bis 14 Uhr auf dem eigentlichen **Markt in der Innenstadt** durchgeführt (vgl. Karte auf Seite 81). In Bezug auf den Markttyp handelt es sich um einen Frische- bzw. Regionalmarkt.¹²²

Abbildung 33: Markttag in Sondershausen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der **Standort des Marktes** wurde im zentralen Einkaufsbereich von Sondershausen gewählt. Auf dem Marktplatz bestehen optimale Rahmenbedingungen zum Abhalten des Wochenmarktes. Dies resultiert aus der guten fußläufigen Erreichbarkeit des Marktes über mehrere Zugänge, der Größe des Platzes bzw. der genutzten Fläche, dem attraktiven städtebaulichen Ambiente des Umfelds und dem direkten Anschluss an die innerstädtische Hauptgeschäftslage. Des Weiteren ist der Markt durch eine zentrale Lage innerhalb der Einkaufsinnenstadt geprägt und somit fußläufig aus den umliegenden Wohnquartieren gut zu erreichen. Im Fazit stellen sich somit die Standortqualität und die Erreichbarkeit optimal dar.

Zu den Marktzeiten ist eine erhöhte Frequenz in der Sondershäuser Innenstadt zu beobachten. Die Kundenakzeptanz des Marktes ist augenscheinlich gegeben, da der Wochenmarkt einer guten Frequentierung unterliegt. In Bezug auf die Nachfrage werden insbesondere Frischeartikel und Blumen/Pflanzen (auch saisonal bedingt) verstärkt gekauft.

Die **Ausgestaltung** des Wochenmarktes erfolgt als Rundlauf, wobei der Zugang der meisten Besucher aus der Hauptstraße erfolgt, die abgetrept zum Markt liegt. Auf einer Grundfläche von ca. 1.000 m² präsentieren sich 18 Marktteilnehmer, wobei der Großteil der Marktbesucher über einen Stand¹²³ verfügt. Unter einem qualitativen Blickwinkel sind insbesondere die Marktstände (vor allem der Obst-/Gemüse- und Blumenhändler) als attraktiv zu bewerten, da hierdurch eine ansprechende Marktatmosphäre vermittelt wird.

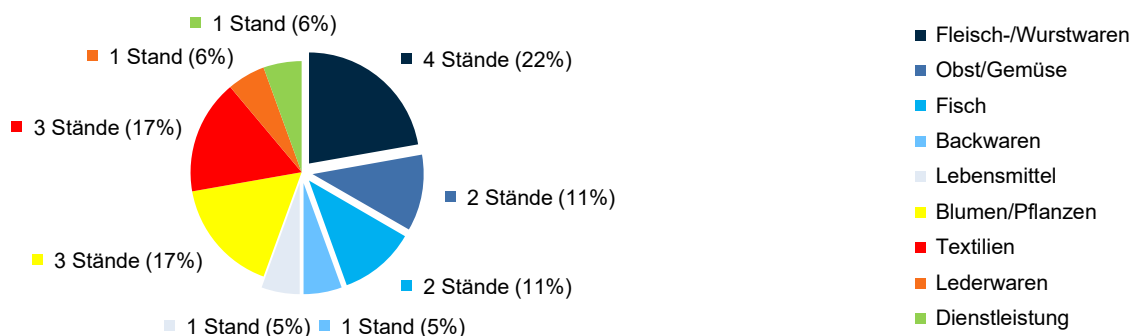
122 Neben einem Frische-, Erzeuger- oder Regionalmarkt, der zum großen Teil Food-Angebote vorhält, existieren Antik- und Trödelmärkte (Non-Food) und Spezialmärkte (Weihnachts-/ Oster-/ Frühlingsmarkt etc.).

123 Zum Zeitpunkt der Besichtigung waren auf dem Markt acht Verkaufsmobile (vorwiegend für Frischewaren) und zehn Marktstände vorhanden.

Der Rundlauf über den Markt erfolgt über eine durchgängig bespielte Fläche, da zwischen den einzelnen Ständen keine größeren Freiflächen bestehen, so dass eine gewisse Kompaktheit und Geschlossenheit gezeigt wird. Die genutzte Fläche ist für die Anzahl bzw. auch die Größe der Marktstände als angemessen zu bewerten.

Im Rahmen eines Besuchs des Sondershäuser Marktes wurde die **Angebotsstruktur** erhoben, die sich wie folgt darstellt:

Abbildung 34: Sortimentszusammensetzung des Sondershäuser Wochenmarktes



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

Der Großteil der Marktstände (10 Stände) ist dem Segment Food zuzuordnen, so dass die Positionierung des Wochenmarktes als richtig zu bewerten ist. In den meisten Food-Segmenten ist ein mehrfaches Angebot vorhanden, wobei aus qualitativer Sicht der Grund- bzw. Basisbedarf abgedeckt wird. Etwaige Spezialitäten bzw. ausgewählte Food-Sortimente (bspw. Käse, Frischmilchprodukte, südländische oder sonstige Spezialitäten) werden nicht angeboten.

Die Ergänzung des Food-Angebots erfolgt durch drei Textilstände, ein Stand mit Lederwaren/Rucksäcken und einem attraktiven Dienstleistungsanbieter (Messerschleiferei mit „Livevorführung“). Somit wird ein umfangreiches Angebot gezeigt, wenngleich grundsätzlich eine Arrondierung bzw. laufende Anpassung möglich ist. In Bezug auf die Grundkonzeption sind u.E. keine wesentlichen Änderungen notwendig.

Aktuell sind in dem Wochenmarkt keine **gastronomischen Angebote** eingebunden (Ausnahme Verkauf von Imbisswaren an den entsprechenden Ständen). Ebenso sind zwei direkt umliegende Gastronomiebetriebe nicht geöffnet. Da die Einbindung gastronomischer Angebote auch einen Attraktivitätsfaktor darstellt, sollte die Entwicklung bestimmter temporärer Angebotsformate geprüft werden. Diese können in Randlagen des Wochenmarktes angesiedelt werden und sollten ggf. auch Verweil- bzw. Ruhemöglichkeiten aufweisen, die derzeit noch nicht vorhanden sind.

Im Fazit ist in Bezug auf die vorstehend kurz analysierten „harten Faktoren“ des Wochenmarktes zu konstatieren, dass der Sondershäuser Markt einen attraktiven Frischemarkt darstellt. Grundsätzlich sind in verschiedenen Belangen Arrondierungspotenziale¹²⁴ vorhanden, wobei die grundsätzliche Ausrichtung des Marktes in Bezug auf Standort, Sortiment und Ausprägung als stimmig einzustufen ist.

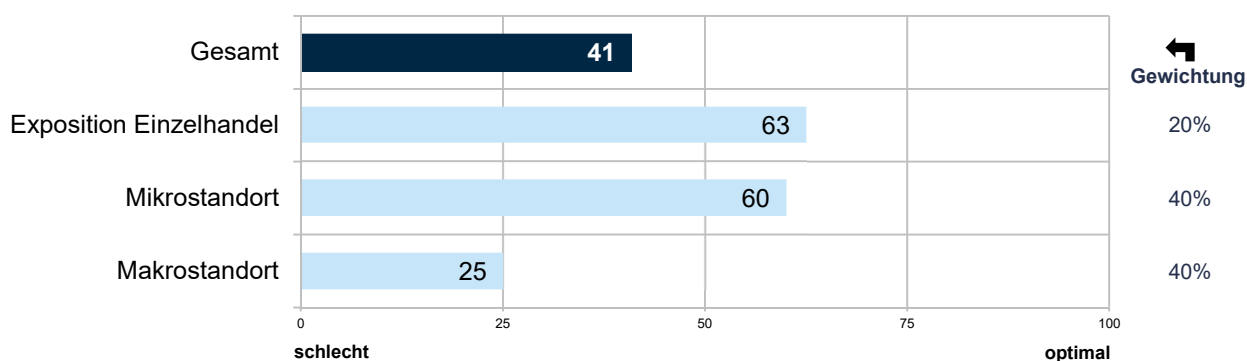
124 Die Evaluation des Wochenmarktes würde den Rahmen eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes als Instrument zur (planungsrechtlichen) Festlegung der künftigen Einzelhandelsentwicklung im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB sprengen. Dementsprechende Gesichtspunkte sollten stattdessen in einem separaten, vom Einzelhandels- und Zentrenkonzept losgelösten Schritt im Rahmen weiterer Maßnahmen zur (Innen-)Stadtentwicklung betrachtet bzw. erarbeitet werden. Grundsätzlich sind Handlungsansätze bei den generellen Themen wie Angebot/Sortiment, Kommunikation/Werbung, Gestaltung des Marktes (inkl. Umfeldgestaltung), Erreichbarkeit sowie Service/Kundenfreundlichkeit zu bearbeiten.

8.3.2.3. e-Impact-Check zentraler Versorgungsbereich Altstadt

Der stationäre Einzelhandel in Deutschland leidet in den letzten Jahren an den zunehmend spürbaren Auswirkungen des e-Commerce, da sich der Marktanteil dieser Vertriebsform stetig erhöht (vgl. Abb. 7) hat und weiter – wenn auch moderater – steigen wird. Da der Gesamtmarkt nur marginal wächst (vgl. Abb. 4) und der e-Commerce den Versandhandel bereits dominiert, geht das weitere Umsatzwachstum insbesondere zu Lasten der Umsätze stationärer Händler. Es ist zu erwarten, dass dies auch langfristig zu einem verringerten Flächenbedarf des stationären Einzelhandels führen wird.

Auf Basis der zu erwartenden branchenspezifischen Marktanteilsentwicklung des e-Commerce lässt sich der zukünftige Verkaufsflächenbedarf einer Stadt bzw. auch einer Einzelhandelslage quantifizieren. Das von der BBE entwickelte e-Impact-Tool bewertet in einem ersten Schritt die Lagequalität bzw. die **Widerstandskraft eines Einzelhandelsstandortes** gegenüber dem Online-Handel. Hierzu werden die relevanten Faktoren Makro- und Mikrostandort sowie die Exposition des Einzelhandels analysiert und zusammenfassend bewertet. Das Ergebnis ist ein Score-Wert (e-impact-Factor), der die Widerstandskraft der untersuchten Einzelhandelslage gegenüber dem Online-Handel aufzeigt.

Abbildung 35: e-Impact-Factor zentraler Versorgungsbereich Altstadt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Der zentrale Versorgungsbereich Altstadt erreicht mit einem **e-impact-Factor von 43** nur einen durchschnittlichen Wert und bietet somit eine eingeschränkte bzw. eher geringe Widerstandskraft gegenüber dem e-Commerce. Die Analyse des Makrostandortes¹²⁵ zeigt, dass Sondershausen mit einem Zielerreichungsgrad von 25 insbesondere bezüglich seiner Stadtgröße keine optimale Widerstandskraft gegenüber dem Online-Handel entfalten kann. Das limitierte Nachfragepotenzial, das aus der relativ geringen Bevölkerungszahl resultiert, bedingt keine vollumfängliche Auswahlvielfalt, so dass verstärkt Online-Angebote nachgefragt werden. Die Einwohnerzahl und die Bevölkerungsdichte sind zu gering, um in größerem Stil in das Suchraster neuer, stationär expandierender Konzepte aus dem Online-Handel zu passen.

Im Hinblick auf die Bewertung der Rahmenfaktoren weist der Mikrostandort¹²⁶ mit einem Durchschnittswert von 60 eine gute Widerstandskraft (Resilienz) gegenüber dem e-Commerce auf. Die Sondershäuser Altstadt besitzt verschiedene Stärken, die vor allem aus der guten lokalen Pkw- und ÖPNV-Erreichbarkeit, dem Parkplatzangebot und den guten Kopplungspotenzialen in der Innenstadt resultieren.

Die Exposition des Einzelhandels¹²⁷ ist mit einem Wert von 63 als durchschnittlich zu bewerten. Der zusammenhängenden Lage des Einzelhandels und der kompakten räumlichen Struktur stehen die geringen Flächengrößen und die somit eingeschränkte Drittverwertbarkeit gegenüber.

125 In die Bewertung des Makrostandortes sind die relevanten Faktoren Einwohnerzahl, Einzelhandelszentralität, Einwohnerprognose, Tourismusintensität, Bevölkerungsdichte und die Öffnungszeiten der lokalen Magnetbetriebe eingeflossen.

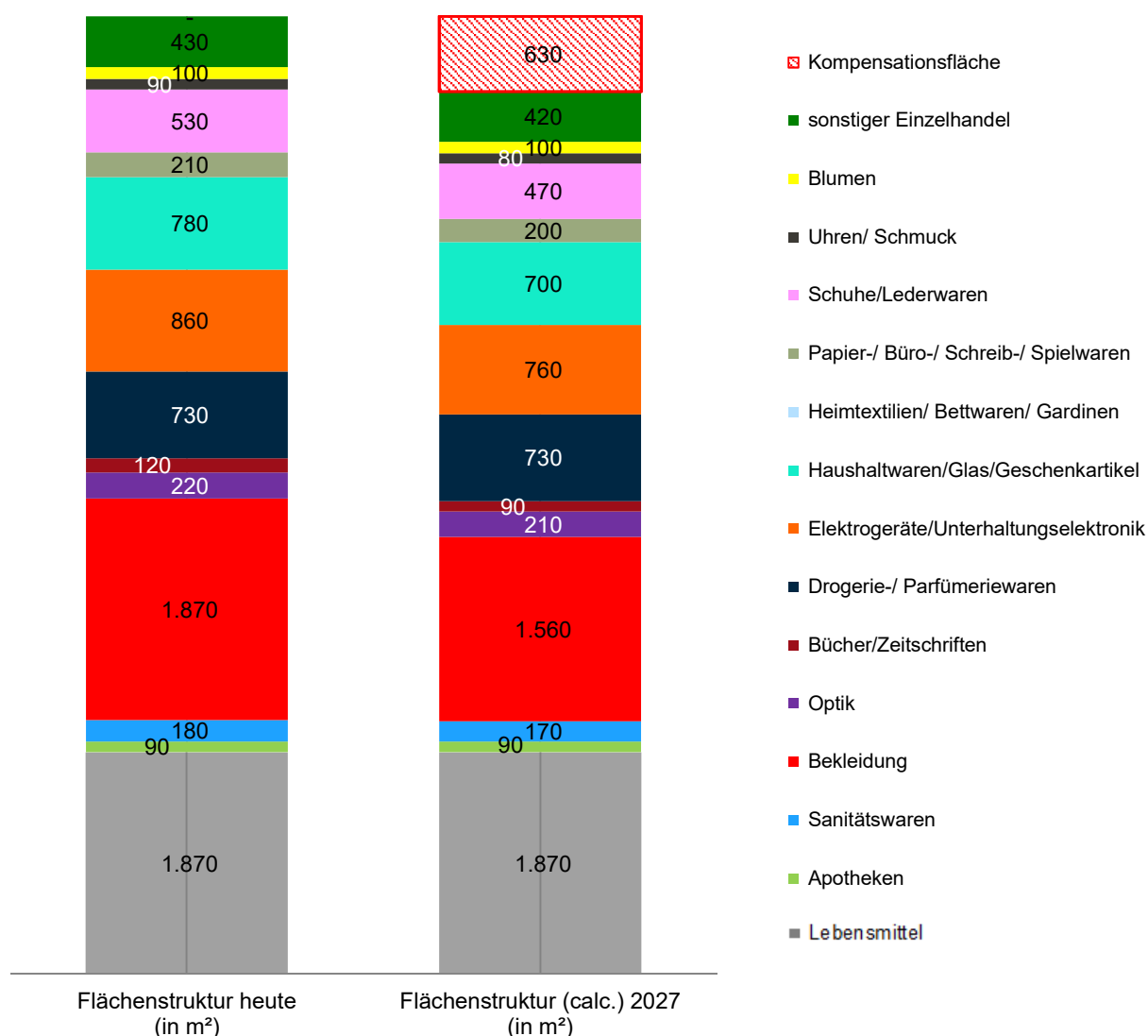
126 In die Bewertung des Mikrostandortes sind die relevanten Faktoren Lage/Frequenzen, Kopplungspotenziale, verkehrliche Erschließung, Parken und der sog. Multichannel-Index eingeflossen.

127 In die Bewertung der Darstellung des Einzelhandels sind die relevanten Faktoren Erschließung, Lage der Einzelhandelsbetriebe zueinander, Drittverwertbarkeit und Flächenzuschnitt der Handelsbetriebe eingeflossen.

Nach der Einstufung der relevanten Standortfaktoren erfolgt eine Bewertung des bestehenden Einzelhandelsangebots in dem zentralen Versorgungsbereich in Verbindung mit den zu erwartenden Marktanteilen¹²⁸ des e-Commerce. Unter Berücksichtigung dieser beiden Eingangsparameter und des vorstehend berechneten e-Impact-Factors (vgl. Abb. 33) kann ermittelt werden, mit welchen **Flächenrückgängen** perspektivisch in der Sondershäuser Innenstadt zu rechnen ist.¹²⁹ Diese Bewertung ist die Basis, um in einem weiteren Schritt zu ermitteln, welche Maßnahmen ergriffen werden können, um die prognostizierten Auswirkungen des Online-Handels zu kompensieren oder zu minimieren.

Naturgemäß kann mit dem Bewertungstool **keine quadratmetergenaue Prognose** erzielt werden. Vielmehr soll das Ergebnis eine Einordnung geben, in welchen Branchen tendenziell eine geringere Flächennachfrage eintreten wird bzw. wie widerstandsfähig die einzelnen innerstädtischen Branchen in Sondershausen sind. Ferner kann aus den Werten abgeleitet werden, an welchen Stellen mittelfristig Handlungsbedarf in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich (zVB) besteht.

Abbildung 36: Branchenexposition Einzelhandel für das Jahr 2027 im zVB Altstadt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

128 Bei der Marktanteilsprognose des e-Commerce am gesamten Einzelhandel wurde das Jahr 2027 angesetzt.

129 Bei dieser Modellrechnung werden die aktuellen Verkaufsflächen in dem zentralen Versorgungsbereich angesetzt.

Auf Basis der Modellrechnung ist zu erwarten, dass der innerstädtische Flächenbedarf im Jahr 2027 um rd. 630 m² unterhalb des derzeitigen Ausstattungswertes (rd. 8.100 m²) liegen wird. Der rechnerische Flächenrückgang beträgt demnach durchschnittlich knapp 8 % gegenüber der aktuell bestehenden Einzelhandelsfläche.

Grundsätzlich ist von einer stabilen Flächennachfrage bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten auszugehen. Größere flächenseitige Abschmelzungen sind jedoch in der Modebranche (Bekleidung/Schuhe) zu prognostizieren, die als Magnetbranche der Sondershäuser Innenstadt fungiert. Die Flächenverschiebung zum Online-Handel hängt hierbei jedoch wesentlich davon ab, ob in Sondershausen eine weitere Angebotsverdichtung und somit eine höhere Auswahlbreite und -tiefe im Modelhandel geschaffen werden kann. Somit kann die Abwanderung von Kunden zum Online-Handel gebremst bzw. vermindert werden.

Ferner ist auch die Schaffung eines möglichst **umfänglichen Gesamtangebots** in der Sondershäuser Einkaufsinnenstadt wichtig, da alle Branchen untereinander Kopplungen und Synergien induzieren. Dies ist gerade unter dem Aspekt relevant, da der Sondershäuser Innenstadthandel auch Kaufkraft aus seinem Verflechtungsbereich mit bindet und für Kunden bei der Wahl eines Einkaufsziels oder eines Vertriebskanals die Angebotssituation eines stationären Handelsstandortes wichtig ist.

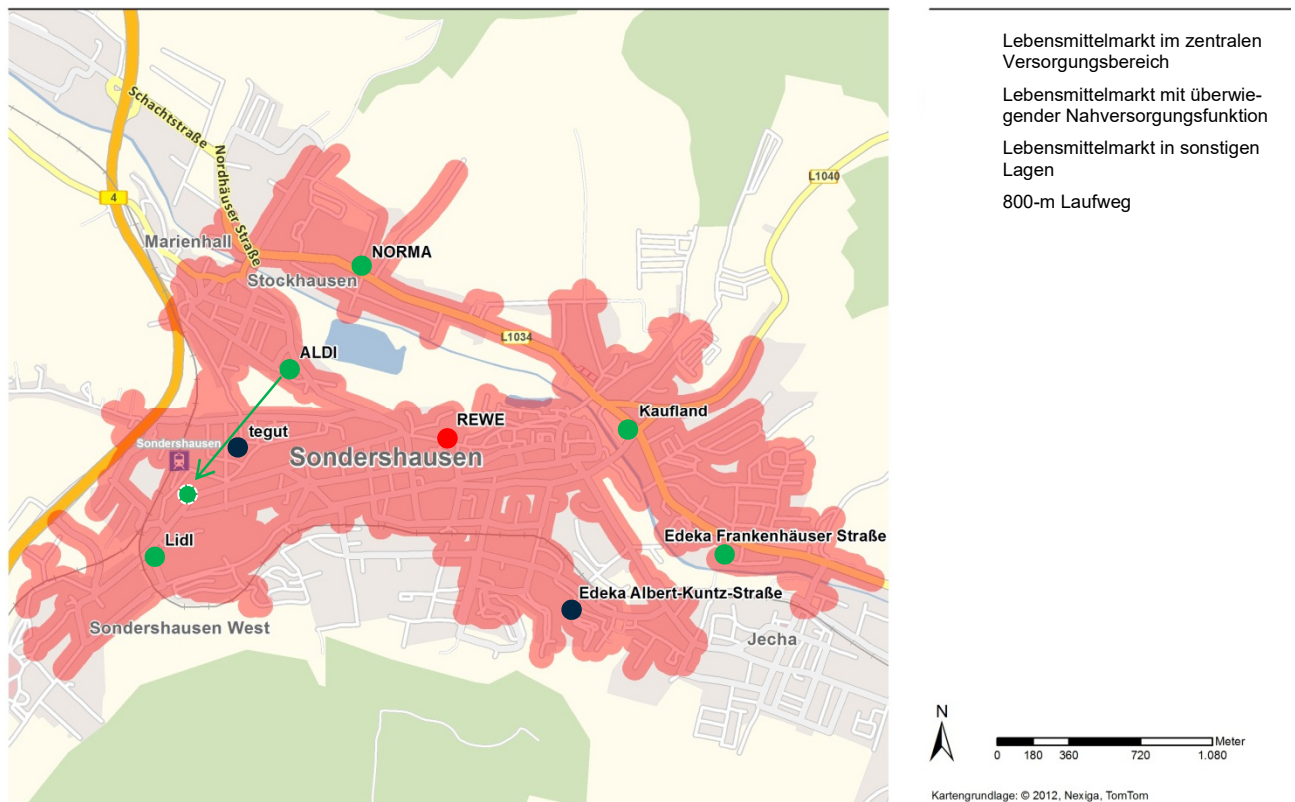
In den anderen Branchen ergeben sich für die Innenstadt relativ geringe Flächenüberhänge, die größtenteils von den bestehenden Betrieben kompensiert werden können. Insbesondere ist zu erwarten, dass durch eine weitere Attraktivitätssteigerung der Konzepte insgesamt die Rückgänge ggf. kompensiert werden können (z.B. durch Stärkung des Online-Auftritts von Sondershäuser Händlern, mehr Service, Optimierungen, Verbesserung der innerstädtischen Angebotsvielfalt etc.).

8.3.3. Nahversorgungsstandorte

Mit der Ausweisung von zwei Nahversorgungsstandorten wird nach der Definition des zentralen Versorgungsbereiches die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelslagen in Sondershausen deutlich. Die bestehenden Nahversorgungsstandorte übernehmen in Bezug auf die handelsseitige Aufgabenzuweisung die Grund- bzw. Nahversorgung mit Lebensmitteln und leisten einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung für ihr jeweiliges Umfeld. Als Merkmal dieser Märkte ist die jeweils wohnsiedlungsintegrierte Lage der beiden Standorte zu sehen.

Als übergeordnetes Ziel ist die Bestandssicherung, d.h. die Schaffung bzw. die Sicherung optimaler Standortvoraussetzungen zu sehen. Hierzu zählen u.a. die Sicherung der Erreichbarkeit der Märkte, die Gewährleistung eines ÖPNV-Anschlusses im Umfeld des jeweiligen Standortes, der möglichst barrierefreie Zugang dieser Märkte aus dem Umfeld, die Schaffung von attraktiven Angebotsstrukturen oder auch eine maßvolle Flächenerweiterung der Betriebe auf jeweils marktkonforme Konzepte.

Karte 10: Grundversorgungskonzept Sondershausen



Neben dem Lebensmittelmarkt in dem zentralen Versorgungsbereich und an den beiden ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten sind fünf Märkte in teil-siedlungsintegrierten Lagen¹³⁰ verortet. Bezüglich der Lagequalität zielen diese Standorte auch verstärkt auf ein autokundenorientiertes Publikum mit ab, wenngleich diese Märkte ebenfalls ein wichtiges Element der Grundversorgung darstellen. Mit Blick auf den weiteren Einzelhandelsbesatz sind diese Standorte nicht monofunktional auf die Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ausgerichtet, sondern besitzen eine darüber hinausgehende Versorgungsfunktion.

130 vgl. auch Tabelle 12.

1. Standortprofil Nahversorgungsstandort Beethovenstraße (tegut)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> wohsiedlungsintegrierter Standort im attraktiven Stadtquartier Franzberg tegut liegt im Bereich der Straßenkreuzung Joseph-Haydn-Straße und Beethovenstraße
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> Standortumfeld ist durch ein- und zweigeschossige, größtenteils freistehende Stadthäuser und z.T. durch Reihenbebauungen geprägt, das gesamte Gebiet (Franzberg) ist ein attraktives Wohnquartier südwestlich des Standortes befindet sich die Franzbergschule im Standortverbund mit tegut liegen ein Bäcker/Fleischer und ein Blumengeschäft sowie eine Poststelle
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> eingeschränkte verkehrliche Anfahrbarkeit des Marktes, da tegut an einer Nebenstraße innerhalb eines Wohngebietes liegt sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> keine direkte ÖPNV-Anbindung, die nächste Bushaltestelle liegt in der Erfurter Straße („Franzberg“), räumliche Nähe zum Hauptbahnhof gegeben
Parken	<ul style="list-style-type: none"> gering dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 40 PP), die sich konzeptkonform vor dem Eingang des Marktes befindet Parkplätze sind ausreichend, da der Markt zum großen Teil auf fußläufige Kundschaft aus dem Umfeld ausgerichtet ist
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ca. 2.000 Personen topografische Höhenunterschiede im Nahbereich des gesamten Wohngebietes Franzberg, dadurch bestehen gewisse Erreichbarkeithemmnisse
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 800 m² / 4 Betriebe
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> tegut, Bäcker/Fleischer, Blumenladen
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das fußläufige Umfeld bzw. das gesamte Wohngebiet Franzberg Versorgungsfunktion auch für den Ortsteil Jechaburg (ca. 310 Ew.)
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots

Lage/Nahbereich



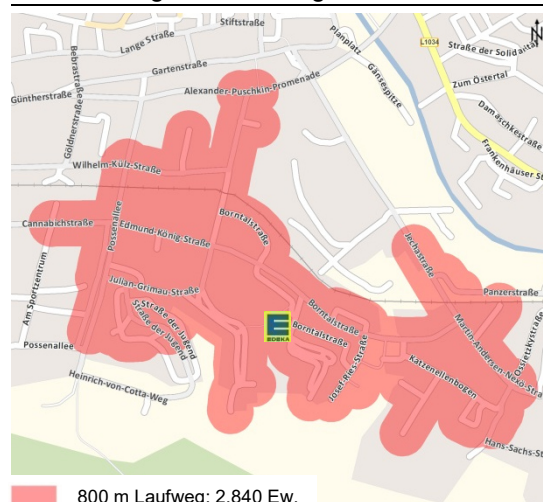
Sonstiges

- bei betrieblicher Notwendigkeit ist eine Erweiterung der tegut-Bestandsfläche zuzulassen, die jedoch dem Einzugsgebiet des Marktes angepasst sein muss

2. Standortprofil Nahversorgungsstandort Albert-Kuntz-Straße (Edeka)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> wohnsiedlungsintegrierter Standort in der Großwohnsiedlung Borntal Edeka liegt südlich der Borntalstraße und ist über die Albert-Kuntz-Straße anfahrbar
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> Standortumfeld ist durch mehretagige Zeilenbauten geprägt, Edeka liegt innerhalb einer hoch-verdichteten Wohnbebauung nördlich des Edeka-Marktes liegen verschiedene ungenutzte Handelsimmobilien („Einkaufszentrum Borntal“), die sich in einem nicht-zeitgemäßen bzw. sanierungsbedürftigen Zustand befinden im Standortverbund mit Edeka befinden sich an einem Zuweg zum Borntalparkplatz ein Blumenladen und ein Imbiss
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> eingeschränkte gesamtörtliche verkehrliche Erreichbarkeit des Marktes, da Edeka an einer innerörtlichen Nebenstraße liegt, zudem zurückversetzte Lage zur Borntalstraße bei leicht ansteigender Topografie sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen Begehbarkeit des Marktes aus allen Laufrichtungen über mehrere Zugänge möglich
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ÖPNV-Anbindung durch zwei Bushaltestellen an der Borntalstraße („Borntal I“/ „Borntal II“)
Parken	<ul style="list-style-type: none"> gering dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 50 PP), die sich konzeptkonform vor dem Eingang des Marktes befindet Parkplätze sind als ausreichend zu bewerten, da Markt zum großen Teil auf fußläufige Kundschaft ausgerichtet ist
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ca. 2.800 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 1.100 m² / 3 Betriebe
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> Edeka, Bäcker, Blumenladen
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das fußläufige Umfeld und die gesamte Großwohnsiedlung Borntal
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots, Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen für einen Lebensmittelmarkt Attraktivierung des Standortes in baulicher Hinsicht zwingend notwendig, Einbezug der brachliegenden Immobilien nördlich des Edeka-Marktes

Lage/Nahbereich



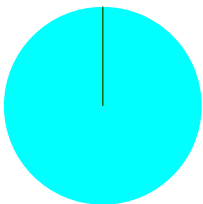
Sonstiges

- Edeka ist auf 6 Räume aufgeteilt und liegt zudem unterhalb der Marktzutrittsgröße für ein Supermarktkonzept, daher ist der Abriss/Neubau des Marktes zu empfehlen
- bei einem möglichen Neubau ist ergänzend zu dem Lebensmittelmarkt die Ansiedlung von kleinformatischen Anbietern mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten zu empfehlen, weiterhin sollten ausgewählte und standortangepasste Komplementärangebote (bspw. Dienstleistungen, Kleingastronomie) das Lebensmittelangebot abrunden
- grundsätzlich bedürfen die Immobilien auch im nördlichen Umfeld von Edeka einer deutlichen Attraktivierung, eine städtebauliche Neuordnung dieses gesamten Bereiches erscheint zwingend notwendig

Quelle: Nexiga Basemaps; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

8.3.4. Sonderlagen

Nachstehend wird eine Bewertung der sechs vorhandenen Sonderlagen des Einzelhandels eingefügt (vgl. Karte 9), die das Angebot in dem zentralen Versorgungsbereich bzw. an den Nahversorgungsstandorten funktionsgerecht arrondieren sollen.

A. Standortprofil Sonderlage Schachtstraße	
Lage	<ul style="list-style-type: none"> nordwestlicher Bereich der Kernstadt, in unmittelbarer Nähe des Kreuzungsbereiches der Schachtstraße mit der Ortsumgehung (B4) die verschiedenen großformatigen Betriebe liegen straßenbegleitend an der Schachtstraße
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> Standort ist durch weitere gewerbegebietstypischen Nutzungen innerhalb des Gewerbegebietes Schachtstraße geprägt mit Ausnahme der vier großformatigen Handelsbetriebe sind keine weiteren Einzelhandelsangebote vorhanden
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, da der Standortbereich direkt von der westlich verlaufenden Bundesstraße B4 über eine separate Abfahrt („Sondershausen-Nord“) anfahrbar ist zügige Erreichbarkeit aus der gesamten Kernstadt, insbesondere über die Hospitalstraße und die Schachtstraße (L 1034) möglich keine fußläufige Erreichbarkeit aus den östlich liegenden Wohnquartieren möglich, da der Standortbereich peripher im westlichen Kernstadtgebiet ohne Anbindung an die Wohnsiedlungsbereiche liegt
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle an der Schachtstraße
Parken	<ul style="list-style-type: none"> betriebseigene Parkplatzanlagen vor den jeweiligen Fachmärkten
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> Möbel, Baumarkt-/ Raumausstattungsartikel
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> Möbel Strotzer, TTM
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 4.500 m² / 4 Betriebe
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (0) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (0) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (4) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> mit TTM ist lediglich ein überregionaler Filialisten vorhanden
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> keine leerstehenden Handelsbetriebe vorhanden
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> gesamstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet eine hohe Magnetwirkung besitzt insbesondere das Möbelhaus Strotzer
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> Versorgungsfunktion mit einem breiten Angebotspektrum an nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, insbesondere mit Möbeln, Baumarkt- und Raumausstattungsartikeln

Entwicklungsziele

- Sicherung und Stärkung des Standortbereiches, der funktionsgerecht auf die Versorgung mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgerichtet ist
- weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, ebenso ein Ausbau der bestehenden Betriebe (bspw. Möbelhaus)
- Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten sollte vermieden werden

Lage



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

B. Standortprofil Sonderlage Hospitalstraße

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dezentraler bzw. autokundenorientierter Standort im nördlichen Kernstadtgebiet ▪ Standortbereich befindet sich im Gewerbegebiet Hospitalstraße und verläuft straßenbegleitend zur Hospitalstraße
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortumfeld ist durch verschiedene Gewerbebetriebe (u.a. autoaffines Gewerbe, Handel) belegt ▪ unattraktiver städtebaulicher Zustand des gesamten Standortbereiches (Ausnahme Norma), da das Gebiet durch nicht-zeitgemäße bzw. sanierungsbedürftige Immobilien belegt ist ▪ südlich des Standortbereiches stellt eine attraktive Wohnanlage (DRK-Seniorenwohnpark) eine prägende Nutzung dar
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes auf Grund der Lage an der hoch frequentierten Hospitalstraße (L 1034) ▪ zügige Anfahbarkeit aus der gesamten Sondershäuser Kernstadt möglich ▪ fußläufige Anbindung aus der nordwestlich liegenden Kleinwohnsiedlung ist möglich, wenngleich die vielbefahrende Hospitalstraße einen unattraktiven Kundenweg bedingt
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV-Anbindung durch eine Bushaltestelle („Zur Windleite“) in der Hospitalstraße, direkt vor dem Gewerbegebiet
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ausreichend dimensionierte Parkplatzanlagen in den beiden Standortbereichen (Norma – Home Market/Getränkewelt), die sich konzeptkonform vor dem Eingang des jeweiligen Marktes befinden
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittel, Raumausstattungsartikel
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Norma, Home Market
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 2.400 m² / 5 Betriebe
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <p style="text-align: center;"> ■ 48% ■ 52% </p> </div> <div style="flex: 2; margin-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (4) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (0) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Norma und Home Market sind überregional agierenden Filialisten und belegen den Großteil der Verkaufsfläche (ca. 82 %)
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mit dem leerstehenden Norma-Markt ist an diesem Standort eine Angebotsreserve vorhanden
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtisches und z.T. auch ein überörtliches Einzugsgebiet (Home Market)
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktion mit Lebensmitteln und Raumausstattungsartikeln ▪ bedingt durch die gute Erreichbarkeit auch überörtliche Versorgungsfunktion mit Raumausstattungsartikeln durch Home Market

Entwicklungsziele

- Sicherung des Betriebes mit nicht-zentrenrelevantem Sortiment an diesem Standort, da dieser funktionsgerecht in einer dezentralen und verkehrlich gut erreichbaren Lage entwickelt wurde
- weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich
- Sicherung des bestehenden Lebensmittelmarktes, da dieser eine Grundversorgung für den nördlichen Kernstadtbereich übernimmt
- Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten sollte vermieden werden

Lage



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

C. Standortprofil Sonderlage Nordhäuser Straße

Lage	<ul style="list-style-type: none"> das Einkaufszentrum befindet sich in südöstlicher Randlage des Stadtteils Stockhausen in Richtung Innenstadt der Standort liegt zwischen der Nordhäuser- und der Parkstraße und bezieht sich auf den Umgriff einer mehrgeschossigen, gemischt genutzten Immobilie 																				
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> westliches Standortumfeld ist durch den verdichteten Siedlungskörper von Stockhausen geprägt nordöstlich des Standortes beginnt der Sondershäuser Schlosspark der südlich des Standortes befindliche Grünstreifen stellt durch seinen topografischen Höhenversatz zum Stadtquartier Franzberg eine Barriere dar im Umfeld sind verschiedene weitere Gewerbenutzungen vorhanden 																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> gute verkehrliche Erreichbarkeit, da sich das Einkaufszentrum direkt an der Nordhäuser Straße befindet durch die bestehende barrierefreie Sichtachse zur Nordhäuser Straße kann eine gute Werbeintensität auf den vorbeilaufenden Verkehr erzielt werden fußläufige Erreichbarkeit aus dem Siedlungsbereich Stockhausen ist über direkte Zugänge aus diesem Gebiet möglich 																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> direkte ÖPNV-Anbindung durch eine Bushaltestelle („Im Loh“) vor dem Einkaufszentrum 																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage an dem Center 																				
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel, Mode 																				
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> Aldi, Takko, Deichmann, Pfennigpfeiffer 																				
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 2.300 m² / 6 Betriebe 																				
Verkaufsflächenstruktur	<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 der Geschäfte</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>3</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>1</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 (3) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (2) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>	Branchen	Anzahl der Geschäfte	Lebensmittel/Reformwaren	3	Drogeriewaren/Gesundheit	0	Blumen/Pflanzen/Zoo	0	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	2	Bücher/Schreib-/Spielwaren	0	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	1	Optik/Uhren/Schmuck	0	Sonstiger Einzelhandel	0
Branchen	Anzahl der Geschäfte																				
Lebensmittel/Reformwaren	3																				
Drogeriewaren/Gesundheit	0																				
Blumen/Pflanzen/Zoo	0																				
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	2																				
Bücher/Schreib-/Spielwaren	0																				
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0																				
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	1																				
Optik/Uhren/Schmuck	0																				
Sonstiger Einzelhandel	0																				
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> überwiegend discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau 																				
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> mit Ausnahme von Bäcker/Fleischer sind lediglich überregional aktive Filialisten vertreten 																				
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand, langjährig stabile Vermietungssituation 																				
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtisches Einzugsgebiet Naheinzugsbereich umfasst vor allem den Stadtteil Stockhausen 																				
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtische Versorgungsfunktion mit einem discountorientierten Angebotsspektrum an nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten wichtiger lokaler Einkaufsort für Lebensmittel und modische Artikel für die Bewohner des Stadtteils Stockhausen 																				

Entwicklungsziele

- Sicherung der Nahversorgungsfunktion dieses Standortes, insbesondere Beibehaltung eines Lebensmittelmarktes
- Ausbau des Einkaufszentrums im Rahmen der bestehenden Gesamtverkaufsfläche vorwiegend mit Waren des kurzfristigen Bedarfsbereiches (bspw. Drogeriewaren), um die Nahversorgung für Stockhausen zu sichern
- Entwicklung des Standortes hin zu einem Nahversorgungszentrum, d.h. der maßgebliche Anteil der Fläche sollte durch Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten belegt werden
- Sicherung der bestehenden Komplementärnutzungen in den Obergeschossen der gemischt genutzten Immobilie

Lage



Sonstiges

- Aldi plant die Verlagerung der in dieser Handelslage befindlichen Filiale in die Erfurter Straße, dies wurde zwischenzeitlich bereits vollzogen. Durch den Rückzug dieses Lebensmittelmarktes ist die fußläufige Nahversorgung für die Bewohner von Stockhausen nicht mehr gegeben; die Akquisition eines neuen Lebensmittelmarktes für diesen Standort ist unbedingt notwendig.
- Optimal ist die Ansiedlung bzw. die Verlagerung des Lidl-Marktes aus der Erfurter Straße, da sich dieser Standort unter Betreiberaspekten und auch unter versorgungsstrukturellen Aspekten suboptimal darstellt. Bei einer möglichen Verlagerung würde sich – im Gegensatz zu einer Neuansiedlung – ein verhältnismäßig geringer gesamtstädtischer Flächenaufwuchs ergeben. Die bauplanungsrechtlichen Voraussetzungen zur Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes sind gegeben.¹³¹

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

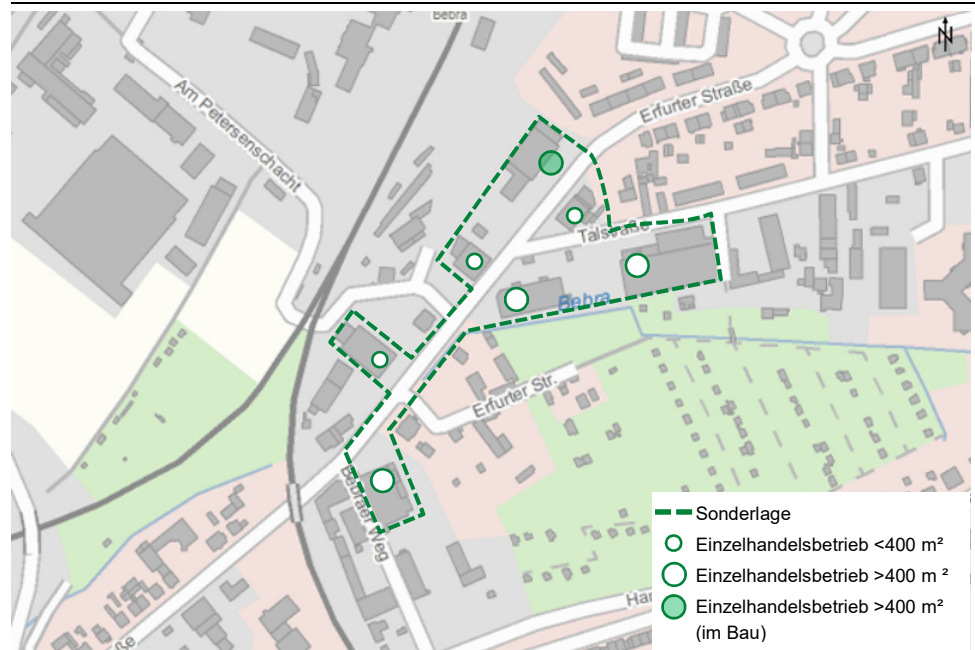
¹³¹ Gemäß dem Bebauungsplan Nr. 5 „Stockhausen – Fahrschulübungsplatz“ (1. Vereinfachte Änderung) der Stadt Sondershausen ist die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes mit maximal 1.150 m² möglich.

D. Standortprofil Sonderlage Erfurter Straße																			
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dezentraler bzw. autokundenorientierter Standort im südwestlichen Kernstadtbereich zwischen der Innenstadt und dem Ortsteil Bebra ▪ der Standortbereich erstreckt sich entlang der Erfurter Straße von der Talstraße bis zur Bahnbrücke 																		
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ das direkte Umfeld dieses Agglomerationsbereiches ist durch Gewerbebetriebe und eine eingesprengte Wohnbebauung gekennzeichnet ▪ der Bereich ist durch die westlich verlaufende Bahnlinie bzw. die hier befindlichen Gewerbenutzungen (u.a. auch des Gewerbegebiets Franzberg) geprägt 																		
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit dieses Standortbereiches durch die unmittelbare Lage an der Erfurter Straße, die als Verbindungsstraße zwischen der Innenstadt und der Bundesstraße B 4 bzw. dem Stadtteil Bebra fungiert ▪ die Nähe zur Bundesstraße B4 bedingt eine gute Zufahrt insbesondere aus dem südlichen liegenden Einzugsgebiet von Sondershausen 																		
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine direkte ÖPNV-Anbindung, wenngleich im näheren Umfeld zwei Bushaltestellen („Franzberg“ / „Erfurter Straße“) vorhanden sind 																		
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ausreichend dimensionierte Parkplatzanlagen vor den jeweiligen großformatigen Märkten 																		
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bau-/ Gartenmarktartikel, Lebensmittel, Kfz-Zubehör 																		
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lidl, Hagebau, Dänisches Bettenlager, ATU 																		
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 5.500 m² / 6 Betriebe 																		
Verkaufsflächenstruktur	<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> <tr><td>Lebensmittel/Reformwaren</td><td>(3)</td></tr> <tr><td>Drogeriewaren/Gesundheit</td><td>(0)</td></tr> <tr><td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td><td>(0)</td></tr> <tr><td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td><td>(0)</td></tr> <tr><td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td><td>(0)</td></tr> <tr><td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td><td>(0)</td></tr> <tr><td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td><td>(2)</td></tr> <tr><td>Optik/Uhren/Schmuck</td><td>(0)</td></tr> <tr><td>Sonstiger Einzelhandel</td><td>(1)</td></tr> </table> </div> <div style="flex: 0.5; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (3) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (0) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (2) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (1) </div> </div>	Lebensmittel/Reformwaren	(3)	Drogeriewaren/Gesundheit	(0)	Blumen/Pflanzen/Zoo	(0)	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	(0)	Bücher/Schreib-/Spielwaren	(0)	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	(0)	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	(2)	Optik/Uhren/Schmuck	(0)	Sonstiger Einzelhandel	(1)
Lebensmittel/Reformwaren	(3)																		
Drogeriewaren/Gesundheit	(0)																		
Blumen/Pflanzen/Zoo	(0)																		
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	(0)																		
Bücher/Schreib-/Spielwaren	(0)																		
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	(0)																		
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	(2)																		
Optik/Uhren/Schmuck	(0)																		
Sonstiger Einzelhandel	(1)																		
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau 																		
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ in diesem Standortbereich sind ausschließlich Filialisten angesiedelt (Ausnahme sind die beiden Tankstellen) 																		
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine leerstehenden Handelsbetriebe vorhanden 																		
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet ▪ Hagebau und ATU können ein regionales Einzugsgebiet erschließen 																		
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtische und auch überörtliche Versorgungsfunktion mit einem breiten und tiefen Angebotsspektrum an langfristigen Bedarfsgütern (v.a. Bau- und Gartenmarktartikel, Möbel, Kfz-Zubehör) ▪ gesamtörtliche Versorgungsfunktion von Lidl mit Lebensmitteln, der Nahbereich von Lidl umfasst die östliche Innenstadt, das Quartier Franzberg und insbesondere den Stadtteil Bebra (für diesen Stadtteil nimmt Lidl – bzw. auch der neu angesiedelte Aldi – eine Grundversorgungsfunktion ein) 																		

Entwicklungsziele

- Sicherung und Stärkung des Standortes, der z.T. funktionsgerecht auf die Versorgung mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgerichtet ist
- weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich
- Sicherung des Aldi-Lebensmittelmarktes, da dieser eine Grundversorgung für die nördlich und östlich angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche übernimmt und ebenfalls eine Versorgungsfunktion für den Stadtteil Bebra sicherstellt
- Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten sollte vermieden werden

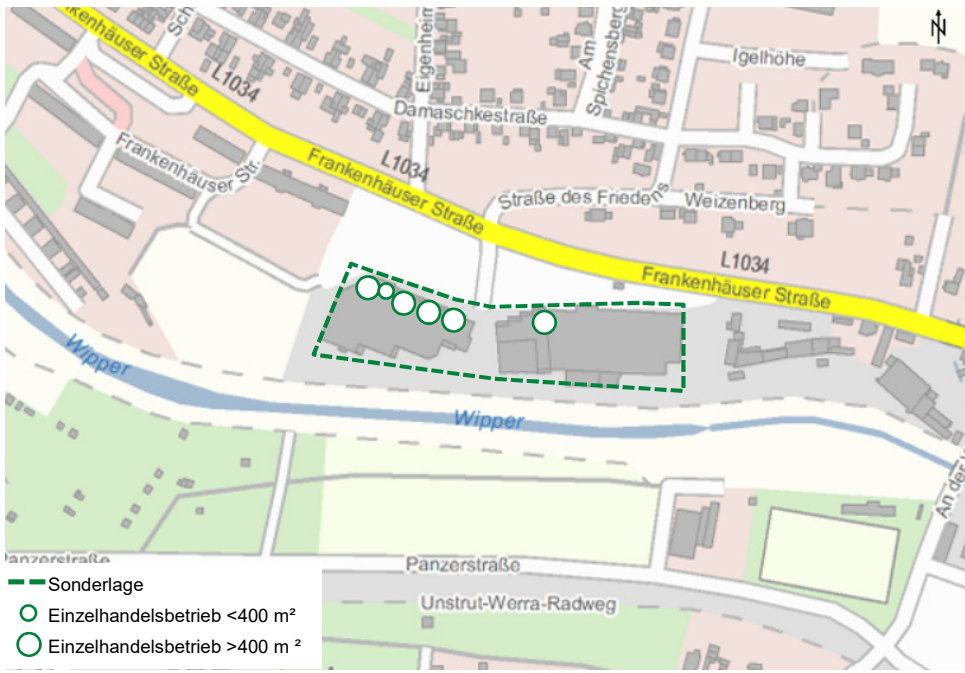
Lage



Sonstiges

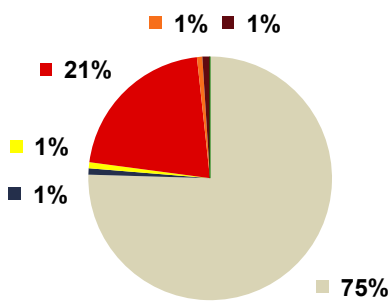
- Aldi hat zwischenzeitlich in der Erfurter Straße 14 eine neue Filiale (ca. 800 m² VK) errichtet. Da Lidl eine Standortverlagerungen seines Marktes aktiv plant, wird perspektivisch der Aldi-Markt allein die Grundversorgung für den umliegenden kernstädtischen Siedlungsbereich übernehmen.
- Im Stadtteil Bebra existiert kein Lebensmittelmarkt, daher kommt dem Aldi-Markt auch eine wichtige Grundversorgungsfunktion für diesen Stadtteil zu.
- Grundsätzlich sollte die Verkaufsfläche des Aldi-Marktes – zur Standort-sicherung – auf ein aktuelles konzeptübliches Maß (ca. 1.000 m² VK) erweitert werden.
- Nach dem zu erwartenden Rückzug des Lidl-Marktes sollte dessen Fläche überplant werden, zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente sollten an diesem Standort nicht zulässig sein.

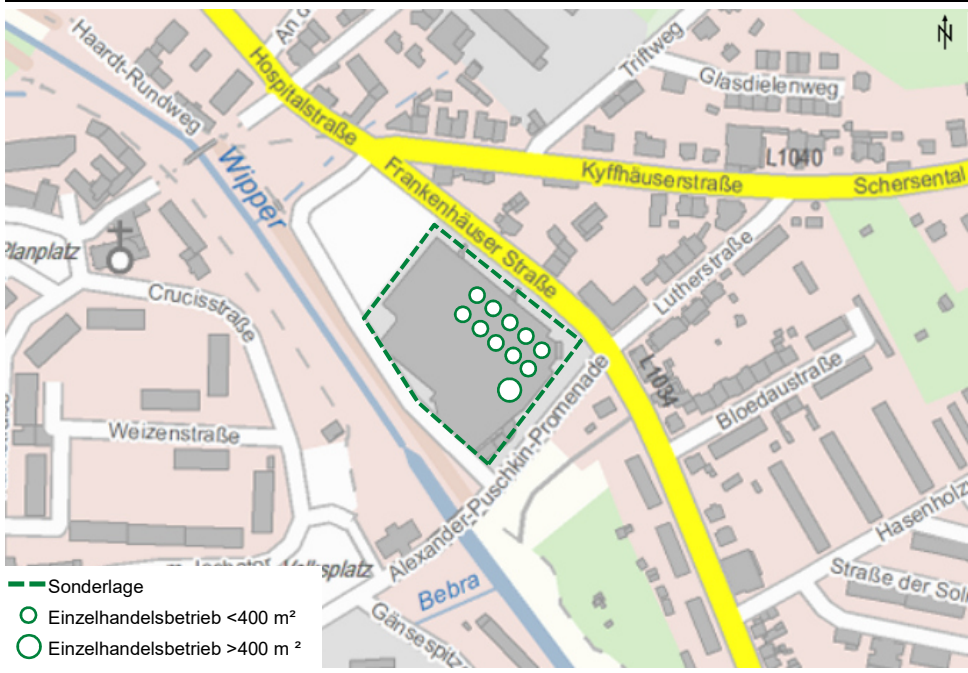
E. Standortprofil Sonderlage Frankenhäuser Straße																					
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ autokundenorientierter Standort im östlichen Kernstadtbereich an der Ausfallstraße nach Bad Frankenhausen ▪ das Fachmarktzentrum liegt südlich der Frankenhäuser Straße und grenzt an den Flusslauf der Wipper, die eine natürliche Zäsur des Standortbereiches darstellt 																				
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ das nördliche und westliche Standortumfeld ist durch eine verdichtete Wohnbebauung geprägt, westlich folgen vereinzelte Gewerbenutzungen ▪ die Wipper stellt eine Barriere zum Stadtteil Jecha dar 																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit durch die unmittelbare Lage an der Frankenhäuser Straße (L 1034) ▪ zügige Anfahrbarkeit aus dem gesamten Kernstadtgebiet und auch dem östlichen Einzugsgebiet von Sondershausen möglich ▪ das Fachmarktcenter kann direkt von der Frankenhäuser Straße angefahren werden und besitzt durch seine barrierefreie Sichtachse eine hohe Werbeintensität auf den vorbeilaufenden Verkehr ▪ der Standort ist fußläufig aus der westlich direkt angrenzenden Wohnsiedlung und dem nördlichen liegenden Siedlungsbereich erreichbar, wengleich dieser Wohnsiedlungsbereich durch eine ansteigende Topografie geprägt ist ▪ die Frankenhäuser Straße erzeugt auf Grund der hohen Verkehrsbelastung eine trennende Wirkung 																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ direkte ÖPNV-Anbindung durch eine Bushaltestelle („Eigenheimstraße“) 																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage vor den beiden Standortbereichen (OBI – Edeka, Action, Zoo & Co), die sich konzeptkonform vor dem Eingang der Märkte befindet 																				
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bau-/ Gartenmarktartikel, Lebensmittel, Zoobedarf 																				
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ OBI, Edeka, Zoo & Co, Action 																				
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 9.600 m² / 6 Betriebe 																				
Verkaufsflächenstruktur	<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>3</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>2</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 (3) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (1) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (0) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (2) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>	Branchen	Anzahl der Geschäfte	Lebensmittel/Reformwaren	3	Drogeriewaren/Gesundheit	0	Blumen/Pflanzen/Zoo	1	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	0	Bücher/Schreib-/Spielwaren	0	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	2	Optik/Uhren/Schmuck	0	Sonstiger Einzelhandel	0
Branchen	Anzahl der Geschäfte																				
Lebensmittel/Reformwaren	3																				
Drogeriewaren/Gesundheit	0																				
Blumen/Pflanzen/Zoo	1																				
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	0																				
Bücher/Schreib-/Spielwaren	0																				
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	0																				
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	2																				
Optik/Uhren/Schmuck	0																				
Sonstiger Einzelhandel	0																				
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ discountorientiertes und mittleres Sortiments- und Preisniveau 																				
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nur überregional agierende Filialisten vorhanden 																				
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Leerstände in dem Fachmarktzentrum vorhanden 																				
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet ▪ OBI besitzt ein regionales Einzugsgebiet, da im weiteren räumlichen Umfeld von Sondershausen kein vergleichbarer Anbieter vorhanden ist, hiervon können auch die anderen Betriebe partizipieren 																				

<p>Einzelhandelsfunktion</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktion mit einem breiten und tiefen Angebotsspektrum an Bau- und Gartenmarktartikeln (ergänzend auch mit Zooartikeln) und mit Lebensmitteln ▪ Nahversorgungsfunktion von Edeka für den östlichen Kernstadtbereich bzw. die naheliegende Großwohnsiedlung Östertal/Hasenholz ▪ OBI ist wichtigster Einkaufsort für Bau-/Gartenmarktartikel in der Region, dadurch zentralitätsbildende Funktion für Sondershausen
<p>Entwicklungsziele</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Stärkung des Standortes, der z.T. funktionsgerecht auf die Versorgung mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgerichtet ist ▪ weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich ▪ Beibehaltung des Edeka-Marktes, da dieser Markt – trotz seiner lediglich teil-siedlungsintegrierten Lage – eine Grundversorgungsfunktion insbesondere für den östlichen Kernstadtbereich übernimmt ▪ Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten sollte vermieden werden
<p>Lage</p>	 <p> --- Sonderlage ○ Einzelhandelsbetrieb <400 m² ○ Einzelhandelsbetrieb >400 m² </p>

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

F. Standortprofil Sonderlage Alexander-Puschkin-Promenade

Lage	<ul style="list-style-type: none"> relativ zentrale Lage innerhalb der Sondershäuser Kernstadt das Einkaufszentrum befindet sich im Kreuzungsbereich der Frankenhäuser Straße und der Alexander-Puschkin-Promenade und somit an einem hochfrequentierten innerörtlichen Standort das Einkaufszentrum strahlt durch die direkte Einsehbarkeit auf die beiden Verkehrsachsen eine hohe Fernwirkung aus
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> das Umfeld ist überwiegend durch Wohnnutzung geprägt, teilweise sind auch eingestreute Kleingewerbebetriebe vorhanden (Mischnutzung) direkt gegenüber des Einkaufszentrums stellt die Agentur für Arbeit, eine prägende Nutzung dar westlich verläuft die Wipper, die eine Zäsur des Standortes zur Innenstadt darstellt
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit durch die unmittelbare Lage an der o.g. Straßenkreuzung, optimale Anfahrbarkeit aus dem gesamten Kernstadtgebiet fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren und aus der Innenstadt über eine die Wipper querende Fußgängerbrücke möglich; im fußläufigen Nahbereich des Standortes wohnen ca. 4.200 Personen
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle („Festplatz“) an der Frankenhäuser Straße
Parken	<ul style="list-style-type: none"> großzügig dimensionierte Parkgarage, aus welcher der Zugang über einen Rollsteig in das aufgeständerte Einkaufszentrum möglich ist weitere Parkplätze sind auf dem angrenzenden Festplatz vorhanden
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel, modische Sortimente
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> Kaufland, AWG, ABC Schuhe
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 5.900 m² / 11 Betriebe
Verkaufsflächenstruktur	 <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel/Reformwaren (4) Drogeriewaren/Gesundheit (1) Blumen/Pflanzen/Zoo (1) Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (3) Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (1) Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0) Optik/Uhren/Schmuck (1) Sonstiger Einzelhandel (0)
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> discountorientiertes bzw. mittleres Sortiments- und Preisniveau
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> die Filialisten belegen mit ca. 5.600 m² knapp 95 % der Verkaufsfläche dieses Einkaufszentrums
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand in dem Einkaufszentrum vorhanden
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtisches und auch überörtliches Einzugsgebiet, vor allem bedingt durch Kaufland und die weiteren großformatigen Betriebe sowie die ausgelösten Agglomerationseffekte
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtische Versorgungsfunktion mit einem breiten und tiefen Lebensmittelsortiment

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ergänzung des Lebensmittelangebots durch modische Sortimente und zahlreiche Komplementäre (auch Dienstleistungen) ▪ das Einkaufszentrum stellt einen wesentlichen Angebotsschwerpunkt innerhalb von Sondershausen dar
<p>Entwicklungsziele</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Stärkung des Standortes bzw. des Lebensmittelangebots ▪ keine Erhöhung der maximal planungsrechtlich zulässigen Verkaufsfläche ▪ Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten sollte vermieden werden
<p>Lage</p>	

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

8.4. Sortimentskonzept Sondershausen

8.4.1. 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 37: 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 des zentralen Versorgungsbereiches
- ziehen viele Besucher an und sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig

nicht-zentrenrelevante Sortimente

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Für die Stärkung der innerstädtischen Versorgung und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität der Stadt Sondershausen 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 Grundversorgung¹³² 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 oft die flächenseitigen Voraussetzungen zur Installation von diesen z.T. großformatigen Anbietern nicht gegeben sind, sollte eine Ansiedlung auch außerhalb dieser Bereiche im Sinne einer wohnungsnahen und möglichst 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 weitgehend 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.

Grundsätzlich sollte eine Ansiedlung dieser Sortimentsgruppe an einem städtebaulich integrierten Standort, idealerweise in innerstädtischer Randlage 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 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.¹³³ 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 auf Grundlage des **tatsächlichen Einzelhandelsbestandes** in Sondershausen. 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 daher 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.¹³⁴ Bei der Darstellung dieser Zielperspektive besteht allerdings die Notwendigkeit, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

132 Unter Grundversorgung wird i.S.d. 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.

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

134 vgl. Urteile BVerwG [4 BN 33.04] vom 10.11.2004, VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/056] vom 30.01.2006.

8.4.2. „Sondershäuser Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im zentralen Versorgungsbereich Altstadt in Sondershausen zu etablieren. Grundsätzlich sollen insbesondere größere Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig nur auf den abgegrenzten zentralen Versorgungsbereich beschränkt werden.

Ferner stellt die Sondershäuser Sortimentsliste ein möglicherweise wichtiges Element für die Festlegung von sog. **Randsortimenten** bei der Ansiedlung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben (bspw. Möbelanbietern, Bau- und Gartenmärkten) dar. Durch eine exakte Definition der Randsortimente nach Warengruppen und deren flächenmäßige Eingrenzung in Bebauungsplänen kann dem Zentrenkonzept der Stadt Sondershausen 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 **Sondershäuser Sortimentsliste** liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Abb. 37) zugrunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandelsstruktur in dem zentralen Versorgungsbereich und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch bestehender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 8.3.2.1). Bei fast allen der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sortimente ist in dem zentralen Versorgungsbereich bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines Randsortiments – vorhanden (vgl. Anlage 4).

Von den Sortimenten, die aktuell nicht in dem zentralen Versorgungsbereich verortet sind, weist ein Sortiment bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 37) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifisch, Kopplungsaffinität) auf. Da dieses Sortiment auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 29) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung der Bestandsstrukturen dienen, wird diese Warengruppe – trotz des **derzeitigen Fehlens** im zentralen Versorgungsbereich – auch als zentrenrelevant definiert. Hierbei handelt es sich um das Sortiment Lederwaren (inkl. Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren).

Bezüglich der genannten Branche ist zu konstatieren, dass sich dieses Sortiment insbesondere auf den Potenzialflächen bzw. in bestehenden Leerständen in der Sondershäuser Altstadt ansiedeln lässt (vgl. Abb. 26/28). Demnach bestehen in dem zentralen Versorgungsbereich in dem genannten Sortiment realistische Ansiedlungschancen, die auch dem Flächenanspruch dieser Branche gerecht werden.

Zusammenfassend kann auf Grundlage der notwendigen Entwicklungsflächen das vorstehende Sortiment im zentralen Versorgungsbereich Altstadt etabliert werden, so dass eine realistische Zielperspektive für die Installation dieses Sortimentes in diesem Bereich besteht. Auf Basis der gutachterlichen Analyse der Einzelhandelssituation und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird für Sondershausen daher folgende Differenzierung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten definiert.¹³⁵

135 Sollte eine Warengruppe nicht in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter dem Punkt 8.4.1 vorzunehmen.

Abbildung 38: Sondershäuser Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente
Sondershäuser Liste (Teil I)¹³⁶

zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ¹³⁷	
<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
▪ Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör	47.54	EH mit elektrischen Haushaltsgeräten
▪ 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

136 Sollte eine Warengruppe nicht in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter dem Punkt 8.4.1 vorzunehmen.

137 Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Klassifikation der Wirtschaftszweige (2008).

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Sondershäuser Liste (Teil II)¹³⁸

nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer /	Bezeichnung nach WZ 2008
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör 	45.32	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör
	45.40	
<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"> ▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten 	47.53	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken
	aus 47.52.3	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel 	47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen EH mit Metall- und Kunststoffwaren
	47.52.1	
<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"> ▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Bettwaren (u.a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken) 	47.59.1	EH mit Wohnmöbeln EH mit Textilien, nur: Matratzen
	aus 47.51	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

138 Sollte eine Warengruppe nicht in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter dem Punkt 8.4.1 vorzunehmen.

8.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Sondershausen

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 29) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Sondershausen definiert. Hiermit wird eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt. Die Ansiedlungsgrundsätze sind auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen dem zentralen Versorgungsbereich, den Nahversorgungsstandorten und den Sonderlagen in Sondershausen abgestimmt.

I. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität, so dass perspektivisch Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt anzusiedeln sind. So kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Sondershäuser Stadtgebiet entgegengewirkt und die Einkaufsinnenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden.

Das Sondershäuser Zentrum kann somit zu dem flächenseitigen Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente in Sondershausen ausgebaut werden. Dies ist für die Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die überörtliche Ausstrahlung der Sondershäuser Altstadt und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Die Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich kann nur gelingen, wenn dieser Handel – unter Berücksichtigung der weiteren Grundsätze II bis IV – in den anderen Lagen außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches beschränkt bzw. auch ausgeschlossen wird. Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Sondershausen zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 8.4.2). Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die nahversorgungsrelevanten Sortimente eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente darstellen (vgl. Abb. 38), für die spezielle konzeptionellen Vorgaben in dem Grundsatz II definiert werden.

II. Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Lebensmittel primär in den zentralen Versorgungsbereich sowie nachgeordnet zur Gewährleistung der Grundversorgung ausschließlich an städtebaulich integrierte Standorte (Nahversorgungsstandorte)

Die Sondershäuser Innenstadt soll perspektivisch über einen angemessenen Besatz an nahversorgungsrelevanten Sortimenten, insbesondere auch an Lebensmittelverkaufsfläche verfügen. Um die Nahversorgung mit Lebensmitteln bzw. ergänzend mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (im Randsortiment) möglichst engmaschig und auch für nicht-mobile Bevölkerungsteile fußläufig zu gestalten, ist nachgeordnet zu dem zentralen Versorgungsbereich die Ansiedlung von Betrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel an städtebaulich integrierten Standorten möglich.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches können ausnahmsweise Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels jedoch nur angesiedelt werden, wenn für diese Anbieter nachweislich im zentralen Versorgungsbereich keine Flächenkapazitäten bestehen oder hier bereits ein gleichartiges Angebot in vorhanden ist.

Die Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist auf städtebaulich integrierte Standorte¹³⁹ in Sondershausen zu lenken. Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Lebensmitteln müssen diese Vorhaben ferner überwiegend der Grundversorgung¹⁴⁰ dienen und eine standortgerechte Dimensionierung besitzen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Sondershäuser Liste“) darf dabei nicht über 10 % liegen und muss dem Hauptsortiment flächen- und umsatzseitig untergeordnet sein.

Die Ansiedlung von diesen Betrieben ist auf Standorte zu konzentrieren, in deren fußläufigem Umfeld eine hohe Mantelbevölkerung¹⁴¹ wohnt; ferner muss eine Ausrichtung des Nahbereiches eines Lebensmittelmarktes auf ein Siedlungsquartier bzw. einen Stadtteil erkennbar sein. Grundsätzlich muss ein Ansiedlungsvorhaben vollumfänglich den im Landesentwicklungsplan Thüringen¹⁴² formulierten Zielen (u.a. Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot, vgl. Ausführungen unter Punkt 3) entsprechen.

Eine solche Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist prinzipiell im Einzelfall im Rahmen einer zu erstellenden Auswirkungsanalyse zu prüfen und abzuwägen. Diese vorstehenden Anforderungskriterien treffen auch bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche von Bestandsbetrieben des Lebensmitteleinzelhandels zu.

III. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches in bestehenden Sonderlagen

Der großflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dient der Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandels. In der Sondershäuser Innenstadt ist die Aufnahmefähigkeit begrenzt, da diese Anbieter für Verkaufs-/ Lager- und Parkierungsflächen einen hohen Flächenverbrauch haben, hohe Lieferverkehre erzeugen und sich meist räumlich nicht in die vorhandene Einzelhandelsstruktur einordnen.

Aus diesem Grund ist die Ansiedlung an verkehrsgünstigen bzw. autokundenorientierten Standorten in Sondershausen prinzipiell zulässig, wobei eine Entwicklung – je nach Ansiedlungsvorhaben – in den bestehenden Sonderlagen zu präferieren ist.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten – bei Flächenverfügbarkeit – auch in den zentralen Versorgungsbereich oder in Randlage hierzu angesiedelt werden, da so eine Angebotsbereicherung dieser städtebaulich integrierten Lage erfolgt. Ebenso ist eine Ansiedlung an den ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten möglich bzw. zu empfehlen.

Bei einer möglichen Ansiedlung oder Verlagerung sollte eine Konzentration von mehreren verschiedenen Anbietern mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten angestrebt werden. Diese räumliche Angebotsbündelung führt aus Kundensicht zu einem attraktiven und komplexen Gesamtangebot („Cluster“), wobei auch betriebliche Kapazitäten (z.B. Parkplatz) gemeinsam genutzt werden können. Grundsätzlich ist zu empfehlen, dass eine Entwicklung dieses Sortiments – sofern möglich – an einem integrierten und möglichst innenstadtnahen Standort erfolgt.

139 Ein Standort ist i.d.R. als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser

- in zentraler und für einen Großteil der lokalen Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbaren Lage befindet,
- in bestehende Bebauungsstrukturen eingebunden ist,
- über eine gute Anbindung (Straße, Fuß- und ggf. Radweg) verfügt,
- im Umfeld einen ortsüblichen ÖPNV-Anschluss besitzt,
- sich räumlich in die örtliche Einzelhandelsstruktur integriert (Einbindung in vorhandene Einzelhandelsstrukturen) und
- ein hohes zu versorgendes Bevölkerungspotenzial (Mantelbevölkerung) in seinem fußläufigen Nahbereich besteht.

140 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.

141 Eine allgemeine Angabe der Einwohnerzahl als Richtlinie ist nicht sinnvoll, da insbesondere auch siedlungsstrukturelle Besonderheiten in Sondershausen – insbesondere die deutlich topografischen Höhenunterschiede innerhalb des Stadtgebietes – berücksichtigt werden müssen.

142 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Punkt 2.6.

Die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist grundsätzlich zulässig, sofern diese langfristig der Standortsicherung dient. Von der Erweiterung sind prinzipiell die zentrenrelevanten Sortimente im Rahmen der zuvor erläuterten Bedingungen ausgeschlossen, da diese perspektivisch in der Sondershäuser Einkaufsinnenstadt anzusiedeln sind.

IV. Zentrenrelevante Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nur begrenzt zulässig

In der Regel führen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment meist Randsortimente¹⁴³, 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 ausgehen, wenn diese eine gewisse Größe und damit Attraktivität erreichen. Grundsätzlich wären negative Auswirkungen anzunehmen, wenn es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb handelt.

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.¹⁴⁴ Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in dem zentralen Versorgungsbereich darstellen.

Um den zentralen Versorgungsbereich vor möglichen negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu schützen und um die Ansiedlungspotenziale hier nicht einzuschränken, sind die zentrenrelevanten Randsortimente auf rd. 10 % der Gesamtverkaufsfläche des jeweiligen Anbieters zu begrenzen. Die Randsortimente müssen grundsätzlich einen direkten und deutlichen Bezug zum Kernsortiment haben.

Prinzipiell ist bei großflächigen Ansiedlungsvorhaben eine Einzelfallprüfung zu empfehlen, da die Ausprägung dieser Sortimente durch den vorstehenden Schwellenwert – gerade bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben – nicht ausreichend ausgedrückt werden kann. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche die Maximalflächen auch unterhalb des vorstehenden Wertes anzusetzen (dies gilt insbesondere bei Möbel- und Baumärkten).

143 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. OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998 und OVG Nordrhein-Westfalen [7B 2023/99] vom 26.01.2000.
Nebensortimente, die i.d.R. einen hohen Flächenanteil einnehmen, sind keine Randsortimente.
vgl. VGH BW [3 S 351/11] vom 04.07.2012.

144 Als Beispiel sind hier die Randsortimentsabteilungen in Baumärkten oder in Möbelhäusern zu nennen.

8.6. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Der Stadt Sondershausen 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.

Dem informellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst kommt keine Außenverbindlichkeit zu. Als Grundlage insbesondere folgender kommunaler und privatwirtschaftlicher Entscheidungen hat es jedoch eine wichtige Bedeutung:

- Verankerung des informellen Konzepts auf der Ebene der Flächennutzungsplanung,
- Aufstellung und Änderung von Bebauungsplänen zur Vermeidung von konzeptwidrigen Entwicklungen,
- Einleitung eines Bebauungsplanverfahrens anlässlich von beantragten konzeptkonformen und auch konzeptwidrigen Einzelhandelsvorhaben,
- 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,
- Übernahme der wesentlichen Aussagen in das Integrierte Stadtentwicklungskonzept,
- Orientierung von Vorhabenträgern, Investoren und Handelsbetrieben, gerade bei geplanten Investitionsentscheidungen.

Im Folgenden werden Maßnahmen zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Sondershausen im Rahmen der Bauleitplanung erläutert:

1. Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches mit zentrenrelevanten Sortimenten auszuschließen, 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. Lebensmitteldiscounter oder Non-Food-Fachmärkte) mit zentrenrelevantem Kernsortiment interessant sind. Eine Grundlage für die Einschätzung sind üblicherweise die Ansiedlungsprofile der gängigen Fachmarktbetreiber.

Vor diesem Hintergrund kommen insbesondere Teilbereiche bspw. entlang hoch frequentierter Hauptverkehrsstraßen (bspw. Erfurter Straße, Frankenhäuser Straße, Hospitalstraße) in Sondershausen in Frage. Für solche potenziellen Standorte gilt es, Bebauungspläne mit dem Ziel aufzustellen, nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen. Das Ziel und der Zweck der Aufstellung eines Bebauungsplans liegt dabei in der Erhaltung und der Weiterentwicklung der Attraktivität und der Funktionsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereiches, der Sicherung der verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung in Sondershausen, der Unterstützung der Innenentwicklung der Stadt und auch die langfristige Gewährleistung der mittelzentralen Versorgungsfunktion.

Ferner sollte auch in Gewerbegebieten grundsätzlich von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden. Hier empfiehlt sich ein planungsrechtlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel, um diese Gebiete vor allem für die Ansiedlung von produzierendem Gewerbe vorzuhalten.

Gewerbegebiete besitzen i.d.R. eine höhere Flächenverfügbarkeit bei günstigeren Grundstückspreisen und bedingen geringere Entwicklungs- und Erstellungskosten einer Einzelhandelsimmobilie als städtebaulich integrierte (Innenstadt-)Standorte. Auf Grund der guten Pkw-Erreichbarkeit und der Agglomerationseffekte zu möglichen bestehenden Anbietern ist eine effizientere und schnelle Positionie-

rung eines neuen Einzelhandelsbetriebes möglich. Aus Sicht der Stadtentwicklung führt dies jedoch zu einer Zersplitterung des Angebots und zu einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte.

Selbige Einschätzung trifft auch für Standorte an Einfall- bzw. Hauptverkehrsstraßen – gerade an Verkehrsknotenpunkten – zu, da diese meist eine gute Pkw-Erreichbarkeit und eine hervorragende Fernwirkung bzw. Einsehbarkeit besitzen. Diese Ansiedlungen in Solitärlagen führen ebenfalls zu einer Zersiedlung des Einzelhandelsangebots und sind für nicht-mobile Bevölkerungsteile schwer erreichbar. In diesen Gebieten empfiehlt sich ebenfalls der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten.

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. Einfache Bebauungspläne können dabei für den gesamten Innenbereich oder für Teile des Innenbereiches aufgestellt werden.

Aus gutachterlicher Sicht sollte bei Nachweis der Notwendigkeit der Aufstellung mehrerer einfacher Bebauungspläne für Teilbereiche des Stadtgebietes der Vorzug gegenüber der Aufstellung nur eines einfachen Bebauungsplans für das gesamte Stadtgebiet gegeben werden. Diese Empfehlung leitet sich daraus ab, dass nicht für alle Stadtbereiche die Notwendigkeit der Aufstellung eines Bebauungsplanes besteht (bspw. bei Wohngebieten). Ferner ist bei der Überplanung von nur einzelnen Teilbereichen eine spätere flexiblere Handhabung möglich, wenn sich in einzelnen Bereichen auf Grund veränderter Standortrahmenbedingungen Veränderungen als notwendig erweisen sollten.

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

Ein wichtiges Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist dabei 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 aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.¹⁴⁵

3. Gemäß den Ansiedlungsvorschlägen im Zentrenkonzept sollten die planungsrechtlichen Voraussetzungen für eine gewünschte Ansiedlung vorbereitet werden. An den Standorten, die für weitere Ansiedlungsvorhaben geplant sind, sollte eine Überarbeitung von möglicherweise bestehenden Bebauungsplänen oder eine Neuaufstellung im Sinne einer Angebotsplanung erfolgen.
4. Es ist grundsätzlich zu prüfen, ob es sich bei Abfragen zum gemeindlichen Einvernehmen i.S.d. § 36 BauGB um Vorhaben handelt, die dem Einzelhandels- und 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 Sondershäuser Zentrenkonzeptes entspricht. In diesem Fall ist zu prüfen, ob zeitnah eine verbindliche Bauleitplanung gemäß § 14 / § 15 BauGB eingeleitet werden sollte.
5. Insofern großflächige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sind diese Gebiete mit ihrem Bestand festzuschreiben bzw. zu überplanen. 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,

145 vgl. Urteil BVerwG vom 26.03.2009 (4 C 21.07): „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.“

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 das Sondershäuser Hauptgeschäftszentrum. Der Bebauungsplan soll der Umsetzung der Maßgaben des Einzelhandelskonzeptes dienen; seine Festsetzungen erfolgen zur Erhaltung und Entwicklung des in dem Konzept definierten zentralen Versorgungsgebietes.

6. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als Grundlage für die Flächennutzungsplanung der Stadt Sondershausen zu sehen:
 - Der zentrale Versorgungsbereich, der i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 2d) BauGB im Flächennutzungsplan dargestellt werden kann, ist in dem Konzept – auch in seiner räumlichen Ausdehnung – eindeutig enthalten und somit für eine Übernahme geeignet.
 - Zur Umsetzung der Ziele des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes kann die Zweckbestimmung der „Nahversorgungsstandorte“ und der „Sonderlagen“ im Flächennutzungsplan konkretisiert werden. Im Hinblick des gesamtstädtischen Bezuges sollten insofern auch sortiments- und verkaufsflächenbezogene Angaben im Flächennutzungsplan ergänzt werden.
 - Darüber hinaus sollten auch für gewerbliche und ggf. auch gemischte Bauflächen, in denen zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche Einzelhandelsnutzungen nicht zugelassen werden sollen, die Nutzungen im Flächennutzungsplan konkretisiert werden. Dies betrifft insbesondere Gewerbegebiete bzw. auch Freiflächen, in denen Einzelhandelsagglomerationen zu befürchten sind.
7. Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu beachten und soll planungsrechtlich umgesetzt werden.

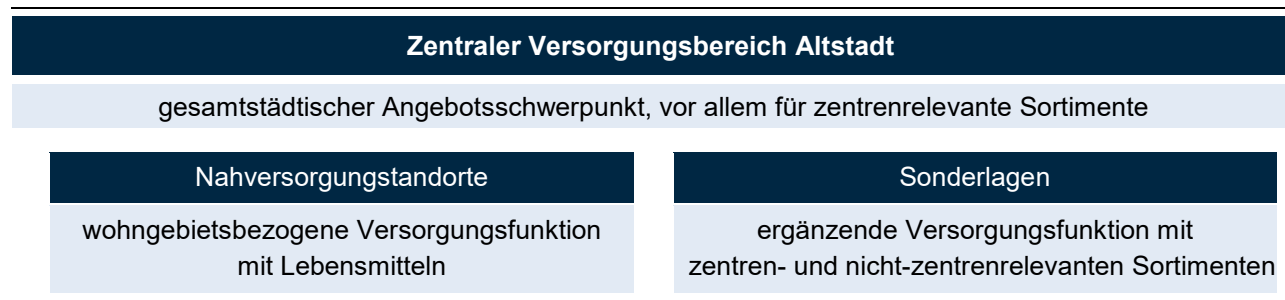
9. Schlussbemerkung

Die Stadt Sondershausen besitzt hinsichtlich ihres Einzelhandelsbestandes und der räumlichen Verteilung eine gute Ausgangsbasis für die weitere Entwicklung. Aktuell ist der innerstädtische Einzelhandelsbesatz bereits gut ausgeprägt, wenngleich dessen flächenseitiger Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche noch zu gering ausfällt.

Grundsätzlich sollte der zentrale Versorgungsbereich Altstadt als umfassender und multifunktionaler Angebotsschwerpunkt weiter ausgebildet werden. Somit kann auch ein wichtiger Beitrag für den Erhalt, die Stabilisierung und den Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Sondershausen geleistet werden. Neben der weiteren Entwicklung der Sondershäuser Altstadt ist die Sicherung der Grundversorgung mit Lebensmitteln insbesondere an wohnsiedlungsintegrierten Standorten von wesentlicher Bedeutung.

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

Abbildung 39: Prospektive funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Sondershausen



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der formulierten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung wurde die vorliegende Einzelhandelskonzeption entwickelt und mit der Verwaltung der Stadt Sondershausen diskutiert und abgestimmt. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Sondershausen gedacht und wird durch den Beschluss des Sondershäuser Stadtrats für die Verwaltung bindend. Zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wird der Stadtratsbeschluss der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept

- formulierten Entwicklungsziele bzw. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Sondershäuser Einzelhandels,
- des abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Altstadt und
- der „Sondershäuser Liste“ zur Sortimentsdefinition

empfohlen. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept kann bei Bedarf jederzeit angepasst bzw. fortgeschrieben werden.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dipl.- oec. Mathias Vlcek
Projektleiter

i.V. Dipl.- Geogr. Eva Hauke

Erfurt, 12. März 2019 (Überarbeitung 30. September 2020)

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Sondershausen

Der gesamte Einzelhandel der Stadt Sondershausen (inkl. der Ortsteile) wurde im Februar 2018 im Rahmen der Erstellung der Einzelhandelskonzeption erfasst. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine aktuelle 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 wurden folgende Maßgaben bzw. Einteilungskriterien bei der Einzelhandelserhebung berücksichtigt:

- Im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Sondershausen 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, Videothek, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, 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 großen Randsortimentsabteilungen (bspw. Verbrauchermärkte) und für Mehrbranchenanbieter (bspw. Sonderpostenmärkte).
- 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.¹⁴⁶

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

¹⁴⁶ vgl. Urteile BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

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

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.

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.
- Die Anbieter befinden sich in einer baulichen Einheit, oft mehrgeschossig.
- Das Einkaufszentrum ist 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: Fressnapf, KIK, Takko, TOYS´R´US, Deichmann, Media-Markt.

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, Designer Outlet Zweibrücken, Wertheim Village.

Kaufhaus

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

Beispiele: P&C, Breuninger, C&A.

Warenhaus

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

Beispiele: Karstadt, Kaufhof.

Anlage 3: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen

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, Geldautomaten).
- Lage i.d.R. an einem wohnungsnahen oder frequenzintensiven Standort.
- Öffnungszeiten bis zu 24 Stunden möglich.

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ mit bis zu 400 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, Markttreff, Ihr Kaufmann, nah & frisch.

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 600 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikeln bei Hard-Discountern (z.B. Aldi), ca. 1.500 bis 2.000 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. 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, teilweise auch 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

- ca. 1.200 bis 2.000 m², i.d.R. meist Konzepte ab 1.800 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil.
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II).
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung.
- Als „City-Supermarkt“ in gut frequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf Verkaufsflächen von 400 bis 800 m².
- Hohe Kompetenz im Frische-Bereich.

Beispiele: REWE (nahkauf), Edeka, Sky, 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. 30 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.

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 Sondershäuser Sortimentsliste

bestehende Angebote im zentralen Versorgungsbereich¹⁴⁷

<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>	
- Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	√
- Blumen, Zimmerpflanzen	√
- Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika,	√
- 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, Handarbeitsbedarf, Bettwaren, 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

147 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.