

Einzelhandels-/ Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Schmölln

Auftraggeber:

Stadt Schmölln

Markt 1

04626 Schmölln

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Silvia Horn

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 · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Zielsetzung	7
2. Allgemeine Strukturdaten des Einzelhandels / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Schmölln	9
2.1. Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite	9
2.2. Strukturdaten der Angebotsseite	12
3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels	16
4. Makrostandort Schmölln	22
5. Auswertung der Befragung von Konsumenten und Gewerbetreibenden	26
5.1. Konsumentenbefragung	26
5.2. Befragung der Schmöllner Gewerbetreibenden	34
6. Einzugsgebiet und Nachfragevolumen des Schmöllner Einzelhandels.....	42
6.1. Regionale Wettbewerbssituation	42
6.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial	44
6.3. Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial	46
7. Einzelhandelsanalyse der Stadt Schmölln	48
7.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand	48
7.2. Räumliche Angebotsstruktur des Schmöllner Einzelhandels	50
7.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	52
7.3.1. Sortimentsstruktur Schmölln	52
7.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich.....	53
7.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich	54
7.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich	56
7.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Schmölln	58
7.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung	58
7.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Schmölln.....	60
7.5. Bindungsintensität des Schmöllner Einzelhandels.....	62
7.6. Stärken-Schwächen-Analyse des Schmöllner Einzelhandels	64
7.7. Einzelhandelsanalyse Gößnitz	65

8. Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Schmöllner Einzelhandel.....	68
8.1. Nachfrageprognose	68
8.2. Entwicklungsrahmen des Schmöllner Einzelhandels	70
8.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Schmölln	76
8.3.1. Lebensmittel (Nahversorgungskonzept)	76
8.3.2. Non-Food	80
8.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts	84
8.3.4. Bewertung von Potenzialstandorten	87
9. Zentrenkonzept der Stadt Schmölln.....	94
9.1. Ziele des Zentrenkonzepts	94
9.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen	95
9.3. Zentren-/ Standortkonzept Schmölln	100
9.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur.....	100
9.3.2. Zentraler Versorgungsbereich Altstadt	102
9.3.2.1. Standortprofil	102
9.3.2.2. e-Impact-Check zentraler Versorgungsbereich Altstadt.....	105
9.3.3. Nahversorgungsstandorte.....	108
9.3.4. Sonderlagen.....	112
9.4. Sortimentskonzept Schmölln	116
9.4.1. Begriffsdefinition.....	116
9.4.2. „Schmöllner Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	118
9.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Schmölln	121
9.6. Umsetzung des Konzeptes im Rahmen der Bauleitplanung	124
10. Schlussbemerkung	126

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Schmölln.....	8
Abbildung 2: Veränderung der Bevölkerung der Bundesländer in den Jahren 2014 bis 2040 (in %)	9
Abbildung 3: Altersaufbau Deutschland in den Jahren 1990 bis 2040	10
Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen.....	10
Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2004 bis 2014	12
Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen in den Jahren 2007 bis 2014	13
Abbildung 7: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland (in %)	14
Abbildung 8: Top-Warengruppen im Onlinehandel und Umsatzentwicklung in den Jahren 2014-2015	14
Abbildung 9: Verteilung der Shoppingcenter in Deutschland nach Lage und Eröffnungszeitraum	15
Abbildung 10: Altersstruktur Schmölln im Landesvergleich	24
Abbildung 11: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	25
Abbildung 12: Soziodemographische Merkmale der befragten Personen	26
Abbildung 13: Wohnort der befragten Konsumenten (n=562)	27
Abbildung 14: Besuchshäufigkeit der Konsumenten in Schmölln (n=565)	27
Abbildung 15: Besuchsgründe der Stadt Schmölln (n=566, Mehrfachnennungen möglich).....	28
Abbildung 16: Magnetbranchen des lokalen Einzelhandels (n=561, Mehrfachnennungen möglich)	28
Abbildung 17: Aufenthaltsdauer in der Schmöllner Innenstadt (n=557).....	28
Abbildung 18: Verkehrsmittelwahl zum Einkauf in Schmölln (n=561, Mehrfachnennungen möglich)	29
Abbildung 19: Benotung der Parkplatzsituation in Schmölln (n=496)	29
Abbildung 20: Einkaufsziele im täglichen Bedarf (n=560, Mehrfachnennungen möglich)	30
Abbildung 21: Einkaufsziele im mittelfristigen Bedarf (n=562, Mehrfachnennungen möglich)	30
Abbildung 22: Einkaufsziele im langfristigen Bedarf (n=564, Mehrfachnennungen möglich)	31
Abbildung 23: Ansiedlungsbedarfe im Einzelhandel (n=565, Mehrfachnennungen möglich).....	31
Abbildung 24: Ansiedlungswünsche für Schmölln allgemein (n=569, Mehrfachnennungen möglich).....	32
Abbildung 25: Weiterempfehlungsquote des Schmöllner Einzelhandelsangebots (n=549)	33
Abbildung 26: Branchenzugehörigkeit der retournierten Fragebögen (n=60).....	34
Abbildung 27: Benotung/Bewertung der Attraktivität von Schmölln (n=59)	34
Abbildung 28: Verkehrsmittelwahl zum Einkauf in Schmölln (n=59, Mehrfachnennungen möglich)	35
Abbildung 29: Benotung der Parkplatzsituation in Schmölln (n=55)	35
Abbildung 30: Zufriedenheit der Kunden mit dem Schmöllner Einzelhandel (n=54)	36
Abbildung 31: Einkaufsziele außerhalb von Schmölln (n=58, Mehrfachnennungen möglich).....	36
Abbildung 32: Aufenthaltsdauer in der Schmöllner Innenstadt (n=59).....	36
Abbildung 33: Einschätzung der Umsatzentwicklung des Einzelhandels allgemein (n=59/58).....	37
Abbildung 34: Einzugsgebiet der Schmöllner Unternehmen (n=58, Mehrfachnennungen möglich)	37
Abbildung 35: Branchenspezifische Beurteilung des Warenangebots von Schmölln (n=57)	38
Abbildung 36: Bewertung der Attraktivität des Schmöllner Innenstadthandels (n=58)	39
Abbildung 37: Magnetbranchen des Schmöllner Einzelhandels (n=58, Mehrfachnennungen möglich).....	39
Abbildung 38: Ansiedlungsbedarfe im Schmöllner Einzelhandel (n=57 Mehrfachnennungen möglich).....	40
Abbildung 39: Einzelhandelszentralitäten ausgewählter Städte im regionalen Umfeld von Schmölln	43

Abbildung 40: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Schmölln	46
Abbildung 41: Verkaufsflächendichte (m ² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte	48
Abbildung 42: Betriebsgrößenklassen des Schmöllner Einzelhandels	49
Abbildung 43: Verkaufsflächenstruktur Schmölln.....	52
Abbildung 44: Beispiele für strukturprägende Lebensmittelanbieter in Schmölln	59
Abbildung 45: Branchenspezifische Bindungsintensität des Schmöllner Einzelhandels	63
Abbildung 46: Stärken-Schwächen-Analyse des Schmöllner Einzelhandels.....	64
Abbildung 47: Verkaufsflächenstruktur Gößnitz	66
Abbildung 48: Einzelhandelsstandorte in Gößnitz (Auswahl)	67
Abbildung 49: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens.....	70
Abbildung 50: Szenarien der Kaufkraftbindung	71
Abbildung 51: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens	72
Abbildung 52: Aktuelle und Ziel-Bindungsquoten für Schmölln (Szenario B)	73
Abbildung 53: Innerstädtische Potenzialflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl).....	83
Abbildung 54: Potenzialflächen in Lagen außerhalb der Innenstadt (Auswahl).....	83
Abbildung 55: Städtebauliche Ziele sowie Standort- und Sortimentskonzept Schmölln.....	94
Abbildung 56: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen	96
Abbildung 57: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen.....	97
Abbildung 58: Modell der Zentrenstruktur von Schmölln	100
Abbildung 59: e-Impact-Faktor zentraler Versorgungsbereich Altstadt	105
Abbildung 60: Branchenexposition für das Jahr 2025 des Einzelhandels im zVB Altstadt.....	106
Abbildung 61: Funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Schmölln	126

Kartenverzeichnis

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2015	11
Karte 2: Lagebeziehungen von Schmölln im regionalen Kontext	22
Karte 3: Raumstruktur Ostthüringen (Ausschnitt).....	23
Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Schmölln inkl. generierter Umsätze.....	42
Karte 5: Zonierung des Einzugsgebiets von Schmölln.....	44
Karte 6: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Schmölln.....	50
Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Schmölln	60
Karte 8: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Gößnitz.....	66
Karte 9: Prospektive Nahversorgungsstruktur bei Verlagerung des Aldi-Marktes	77
Karte 10: Potenzialflächen für Einzelhandelsansiedlungen in Schmölln	87
Karte 11: Zentren-/ Standortkonzept Schmölln	101
Karte 12: Nahversorgungsstruktur bei Verlagerung des Aldi-Marktes an die Crimmitschauer Straße.....	108

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Schmölln im Vergleich	23
Tabelle 2: Pendlerbewegungen/Pendlersaldo von Schmölln.....	24
Tabelle 3: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet von Schmölln.....	45
Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für das Marktgebiet von Schmölln.....	47
Tabelle 5: Betriebe und Verkaufsflächen in Schmölln im Zeitvergleich	48
Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Schmölln nach Lagen.....	51
Tabelle 7: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich	53
Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich	54
Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich	56
Tabelle 10: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Schmölln	58
Tabelle 11: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Schmöllner Einzelhandels nach Bedarfsbereichen.....	62
Tabelle 12: Betriebe und Verkaufsflächen in Gößnitz im Vergleich mit Schmölln	65
Tabelle 13: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Schmöllner Einzelhandels im Jahr 2025	68
Tabelle 14: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Schmöllner Einzelhandels	69
Tabelle 15: Rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf in Schmölln bis zum Jahr 2025.....	74
Tabelle 16: Entwicklungspotenziale für den Schmöllner Einzelhandel (Kurzzusammenfassung).....	84
Tabelle 17: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	116
Tabelle 18: Schmöllner Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	119

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Fragebogen zur Konsumentenbefragung in Schmölln und Umgebung.....	127
Anlage 2: Fragebogen zur Unternehmerbefragung in Schmölln.....	129
Anlage 3: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Schmölln.....	134
Anlage 4: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen	136
Anlage 5: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen.....	138
Anlage 6: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich Altstadt	140

1. Ausgangssituation / Zielsetzung

Die Stadt Schmölln hat die BBE Handelsberatung GmbH im Mai 2016 mit der Erstellung eines **Einzelhandels- und Zentrenkonzepts** beauftragt. Ziel dieses städtebaulichen Entwicklungskonzepts ist es, eine fachliche Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Schmölln zu erarbeiten. Damit entsteht Transparenz und Sicherheit für Investoren, aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf gerichtet, dass zukunftsfähige und attraktive Einzelhandelsstrukturen, die ein attraktives Angebot für die Einwohner und die Besucher der Stadt Schmölln darstellen, gesichert bzw. herausgebildet werden.

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

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

- Schmölln soll den Einwohnern der Stadt und seinem mittelzentralen Verflechtungsbereich ein breit gefächertes Versorgungsangebot bereitstellen, wobei die Innenstadt als Angebotsschwerpunkt – insbesondere für die sog. zentrenrelevanten Sortimente – gefestigt und ausgebaut werden soll.
- Die Grundversorgungseinrichtungen sollen in integrierter Lage sowohl fußläufig als auch mit dem ÖPNV erreichbar angesiedelt werden. Die Abdeckung der notwendigen Bedürfnisse des periodischen Nachfragebereichs soll für die Wohnbevölkerung mit einem minimalem Zeit- und Kostenaufwand verbunden sein.

Die Erstellung des Einzelhandels- bzw. Zentrenkonzeptes ist in verschiedenen Teilschritten erfolgt. Zur Absicherung der Datenbasis und der Verifizierung der Bearbeitungsergebnisse wurde eine **Befragung von Konsumenten und von Gewerbetreibenden** durchgeführt. Hierbei konnten insbesondere Einkaufspräferenzen, Konsumentenströme und das Einzugsgebiet des Schmöllner Einzelhandels erkannt werden.

Bei der Erstellung des **gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts** liegt der Fokus auf der umfassenden Bewertung der Bestandsstrukturen und den derzeit erzielten Bindungsquoten des Schmöllner Einzelhandels. Perspektivisch soll in Schmölln ein ausgewogenes Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, welches der Größe des Versorgungsgebietes von Schmölln entspricht. Die Stadt Schmölln ist dabei mit Gößnitz in der Landesplanung als funktionsteiliges Mittelzentrum ausgewiesen, wobei in dem landesplanerisch ausgewiesenen Funktionsraum von Schmölln/Gößnitz rd. 25.500 Einwohner leben.

Im Rahmen der Bearbeitung wird ein Fokus auf die Schmöllner Innenstadt und die bestehende Nahversorgungssituation gelegt. Nach der Ermittlung von möglichen Entwicklungsperspektiven (Einzelhandelskonzept) wird das **Zentrenkonzept** für die Stadt aufgestellt. Hierbei werden einerseits zentrale Versorgungsbereiche, aber auch Nahversorgungslagen und sog. Sonderstandorte bzw. Ergänzungslagen für Schmölln definiert (Standortkonzept). Diesen Standorten wird dann in einem weiteren Schritt eine sortimentsseitige Funktionszuweisung in Bezug auf den jeweiligen Versorgungsauftrag zugeordnet (Sortimentskonzept). Diese sog. „Schmöllner Liste“ ist dann auch Grundlage für weitere Entscheidungen in Bezug auf mögliche Ansiedlungsvorhaben.

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes wird ermittelt, welche flächenseitigen Einschränkungen sich durch den wachsenden Marktanteil des **e-Commerce** auf den stationären Handel in Schmölln ergeben werden. Im Rahmen des von der BBE entwickelten e-Impact-Checks wird dabei die Widerstandskraft des lokalen Einzelhandels in Schmölln untersucht. Es wird in einer Prognoserechnung ermittelt, mit welchen Flächenrückgängen im stationären Handel in den nächsten zehn Jahren zu rechnen ist. Somit kann seitens

der lokalen Akteure in Schmölln eruiert werden, welche Maßnahmen ergriffen werden können, um die prognostizierten Auswirkungen zu kompensieren bzw. zu minimieren.

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes erfolgt auch eine ergebnisoffene **Prüfung eines Einzelhandelsvorhabens am Standort „Am Kemnitzgrund“**. Hierbei werden insbesondere die städtebaulichen Auswirkungen des Planvorhabens untersucht. Ferner erfolgt eine Einordnung des Vorhabens in die aufgestellten Entwicklungsziele des Schmöllner Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Folgende Abbildung stellt den Prozess bzw. die wesentlichen Bearbeitungsschritte des Schmöllner Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes überblicksartig dar:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Schmölln

Angebotsanalyse	- Analyse sekundärstatistischer Standortrahmendaten - Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands - Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels	Mai 2016
Nachfrageanalyse	- Abgrenzung des Einzugsgebietes - Berechnung des Nachfragepotenzials - Ermittlung der branchenspezifischen Zentralitäten	Jun. 2016
Haushaltsbefragung/ Befragung der Gewerbetreibenden	- Erarbeitung Befragungsbogen und Abstimmung mit der Stadtverwaltung - Durchführung der Befragung - Auswertung der Befragungsergebnisse	Jun. - Jul. 2016
Einzelhandelsentwick- lungskonzept	- Kaufkraftprognose für das Jahr 2025 - Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des Einzelhandels - Ermittlung von Ansiedlungspotenzialen	Jul. 2016
Zentrenkonzept	- Ausarbeitung Zentrenkonzept - Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche - Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung	Aug. 2016
e-Impact-Check	- Bewertung der Widerstandsfähigkeit des Schmöllner Einzelhandels gegenüber dem e-Commerce - Berechnung möglicher flächenseitiger Abschmelzungen im Schmöllner Einzelhandel	Aug. 2016
Präsentation / öffentliche Diskussion / Überarbeitung	- Öffentliche Präsentation des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes - Offenlegung des Konzeptes - Einarbeitung der eingegangenen Stellungnahmen in das Konzept	Aug. - Nov. 2016

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Das folgende Konzept ist auf eine geordnete und wettbewerbsfähige Positionierung des Einzelhandels von Schmölln 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 Schmölln.

2. Allgemeine Strukturdaten des Einzelhandels / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Schmölln

Die Entwicklungstrends im deutschen Einzelhandel werden von übergeordneten Entwicklungen maßgeblich beeinflusst. Hierbei werden Trends auf der Nachfrageseite und der Angebotsseite unterschieden.

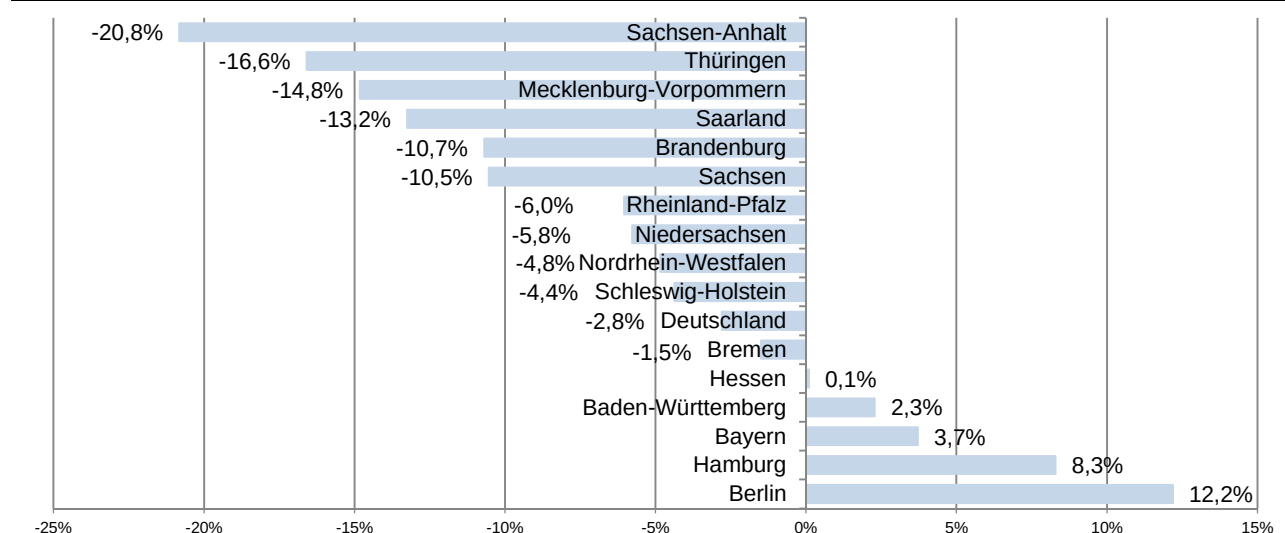
2.1. Entwicklungstrends auf der Nachfrageseite

Die Nachfrageseite wird im Wesentlichen durch die **demographische Entwicklung** und die dem Einzelhandel zufließenden Kaufkraftvolumina bestimmt. Der Zensus im Jahr 2011 hat deutlich gezeigt, dass die Bevölkerung in Deutschland – über die letzten Jahre betrachtet – abnimmt. Dies hat nicht nur nachhaltige Auswirkungen auf die Sozialsysteme, sondern auch auf den Einzelhandel, da dessen Existenz wesentlich von einer ausreichenden und kaufkräftigen Anzahl potenzieller Kunden abhängt.

Die Bevölkerungsentwicklung ist in Deutschland in der Vergangenheit räumlich differenziert verlaufen, wobei die regionalen Unterschiede auch zukünftig bestehen bleiben. Durch die innerdeutsche Wanderungsbewegung ist im Süden und im Nordwesten Deutschlands, aber auch in vielen Ballungsräumen in den nächsten 20 bis 30 Jahren mit einem Bevölkerungswachstum zu rechnen. Dieses Wachstum geht vor allem zulasten der östlichen, aber auch teilweise zulasten der westlichen Gebiete der Republik (z.B. des Saarlands, ländlicher Gebiete aller Bundesländer). Dieser Trend war bereits bei Betrachtung der Bevölkerungsentwicklung in den letzten Jahren zu beobachten, da sich die Einwohnerzahlen insbesondere in ostdeutschen Flächenländern deutlich vermindert haben.

Anhand der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung ist bundesweit mit einer rückläufigen Einwohnerzahl und demnach auch mit einem sinkenden Nachfragepotenzial im Einzelhandel zu rechnen. Dabei sind vorwiegend in den ostdeutschen Flächenländern – so auch in Thüringen mit minus 16,6 % bis zum Jahr 2040 – die höchsten Bevölkerungsrückgänge zu erwarten.

Abbildung 2: Veränderung der Bevölkerung der Bundesländer in den Jahren 2014 bis 2040 (in %)

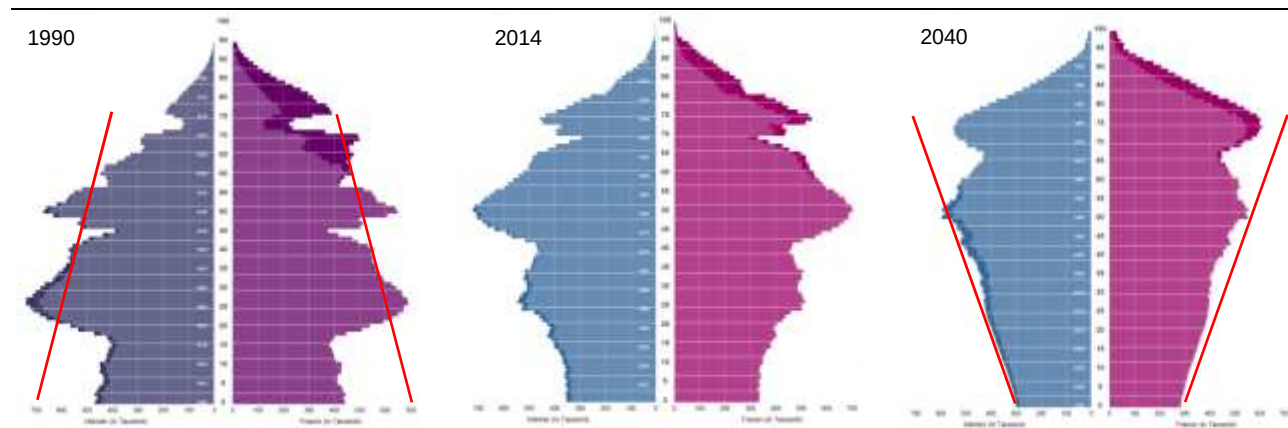


Quelle: Statistisches Bundesamt, Ergebnisse der 13. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (2015), Variante 2

Weitere Veränderungen ergeben sich bei der Entwicklung der Alters- bzw. Bevölkerungspyramide. Die Lebenserwartungen steigen sowohl für Männer als auch für Frauen stetig an. Die Geburtenanzahl (Geburtenrate) ist dagegen in den letzten Jahren rückläufig und führt zu einem anteiligen Rückgang jüngerer Menschen. Der vorstehende Trend zeigt sich im **Altersdurchschnitt der Bevölkerung**, welcher bis zum Jahr 2040

konstant zunehmen wird und somit eine (Über-)Alterung der Bevölkerung bewirkt. Bis dahin werden ca. 30 % der Bevölkerung in Deutschland älter als 65 Jahre sein.

Abbildung 3: Altersaufbau Deutschland in den Jahren 1990 bis 2040

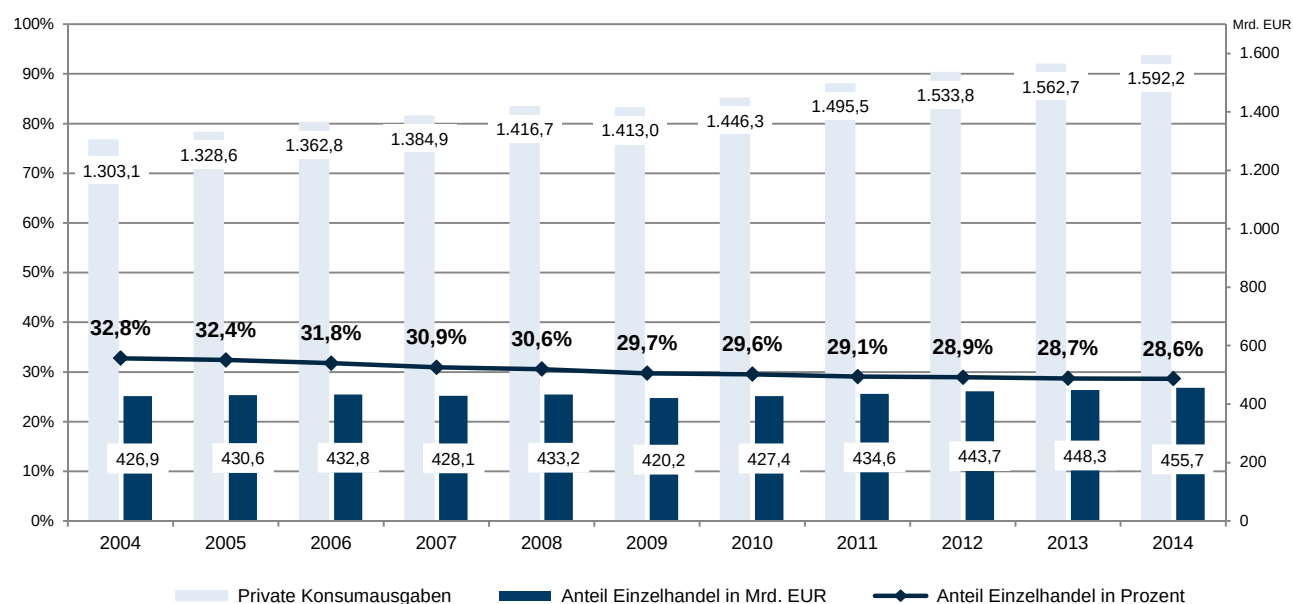


Quelle: Statistisches Bundesamt, Ergebnisse der 13. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (2015), Variante 2

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

Zu dem perspektivisch rückläufigen Marktvolumen auf Grund des Rückgangs der Konsumentenanzahl kommt zudem ein **sinkender Anteil der Ausgaben im Einzelhandel** am verfügbaren Gesamteinkommen der Deutschen hinzu. Obwohl die privaten Konsumausgaben wie auch das verfügbare Einkommen in den letzten Jahren stetig gestiegen sind, hat der Anteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen in der vergangenen Dekade abgenommen und lag im Jahr 2014 bei 28,6 %.

Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels am verfügbaren Einkommen



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

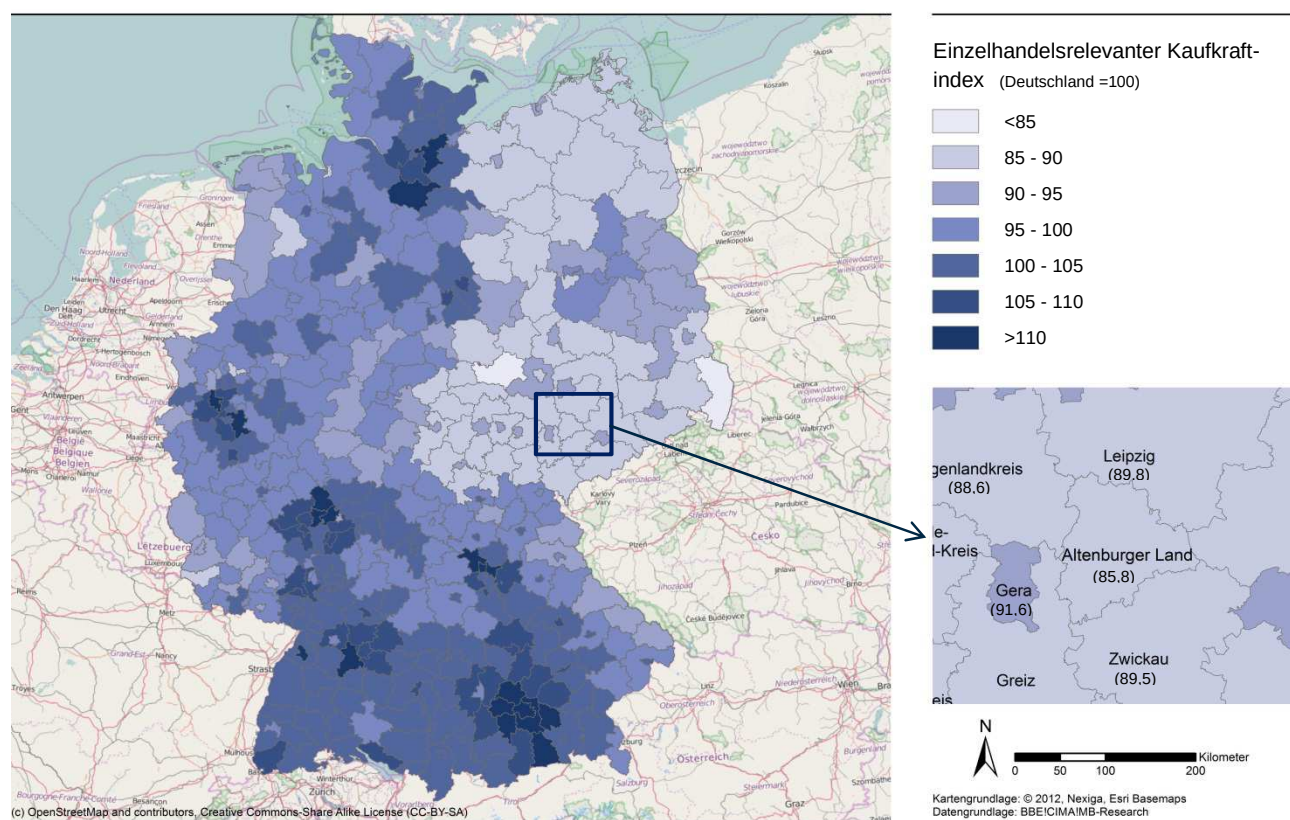
Der sinkende Anteil der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch ist in der zunehmend veränderten Mittelverwendung zu sehen. Insbesondere für die Bereiche Verkehr/Nachrichtenübermittlung, Wohnen,

Energie/Wasser/Strom/Brennstoffe und für übrige Verwendungszwecke (z.B. Gesundheits- und Altersvorsorge, Reisen) wird tendenziell mehr Geld ausgegeben.

Eine weitere Größe, die nachfrageseitig für den Einzelhandel eine 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 Versandhandel) zur Verfügung stehen.

In der nachfolgenden Karte sind die Kaufkraftindizes 2015 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 2015



Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex¹ beträgt im Freistaat Thüringen 89,0, 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.

1 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015.

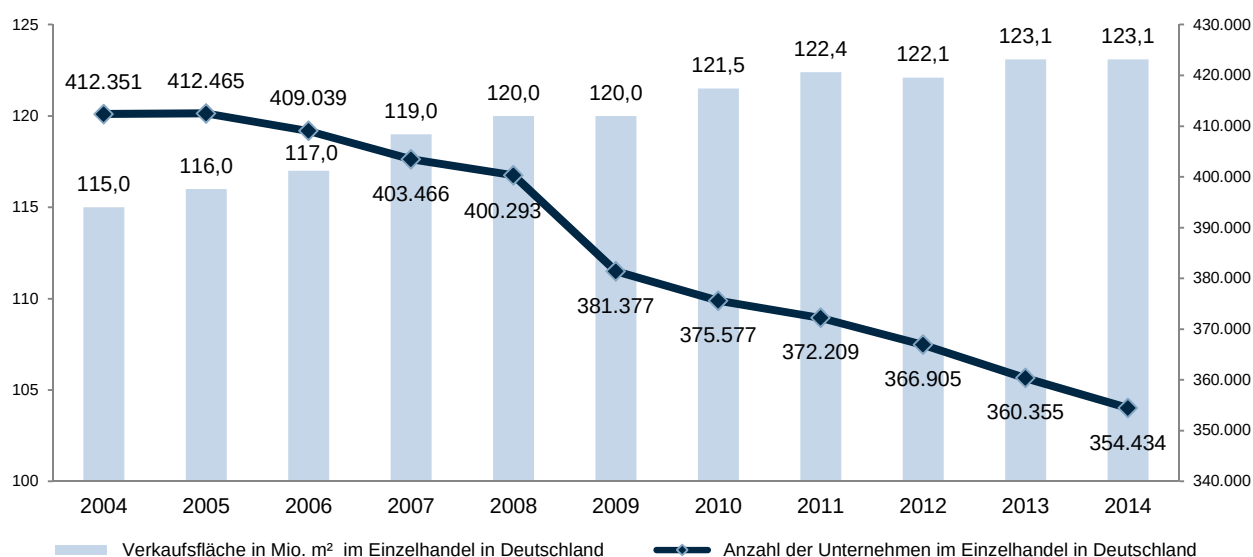
2.2. Strukturdaten der Angebotsseite

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 Einzelhandels in Deutschland aufgeführt.

Die Entwicklung des Einzelhandels ist in den letzten Jahren durch ein starkes **Verkaufsflächenwachstum** geprägt. Während das Flächenwachstum Anfang der 1990er Jahre vor allem durch die Entwicklung 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 rund 8,1 Mio. m² Verkaufsfläche.²

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 2004 bis 2014



Quelle: Statista Hamburg / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Die Anzahl der **Einzelhandelsunternehmen** ist in den letzten Jahren bundesweit deutlich rückläufig. Allein in dem Zeitraum zwischen 2004 und 2014 hat sich die Zahl der Einzelhandelsbetriebe deutschlandweit um über 14 % 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.

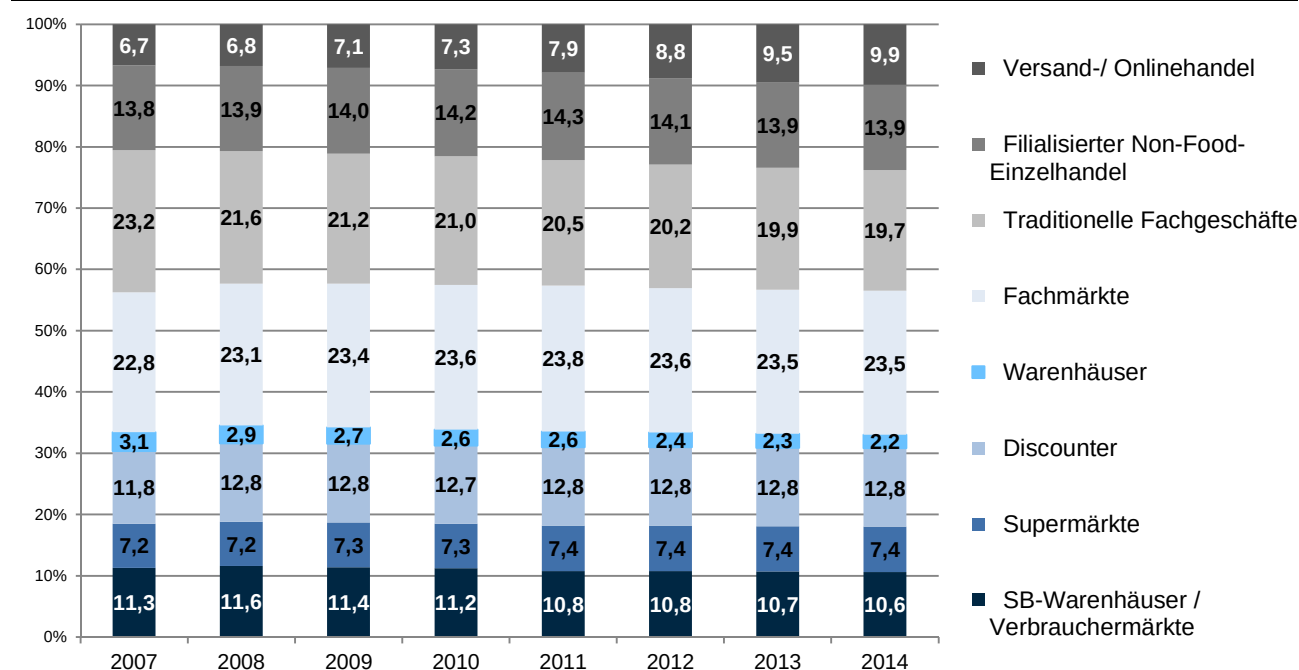
² Anmerkung: Der Verkaufsflächenzuwachs betrug allein im Lebensmittelhandel zwischen 2009 und 2013 rund 1,7 Mio. m² Verkaufsfläche (Quelle: Statista Hamburg).

Die Folge des stetigen Flächenwachstums, dem ein relativ konstanter Einzelhandelsumsatz der letzten Jahre gegenübersteht, wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität**³ deutlich. Diese Kennziffer hat sich in den vergangenen knapp 20 Jahren um rd. 15 % vermindert und liegt derzeit bei rd. 3.320 EUR/m² Verkaufsfläche.⁴ Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in vielen Branchen 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 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 nachfolgende Abbildung veranschaulicht die Veränderung der **Marktanteile einzelner Betriebsformen**. Zu den Verlierern gehören die (traditionellen) Fachgeschäfte, gefolgt von SB-Warenhäusern und Waren-/Kaufhäusern. Auf diese Betriebsformen entfallen die höchsten Marktanteilsverluste. Die höchsten Marktanteilszuwächse im Zeitraum 2007 bis 2014 sind im Versandhandel (inkl. Online-Handel) auszumachen. Dies ist vor allem auf das Wachstum im Bereich des E-Commerce zurückzuführen, der die Marktanteilsverluste des klassischen Versandhandels überkompensiert. Ferner konnten im betrachteten Zeitraum Discounter und Fachmärkte Marktanteile hinzugewinnen. Das Wachstum dieser Vertriebsformen hat sich jedoch in den letzten Jahren deutlich abgeschwächt.

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen in den Jahren 2007 bis 2014



Quelle: Statista Hamburg / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

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-

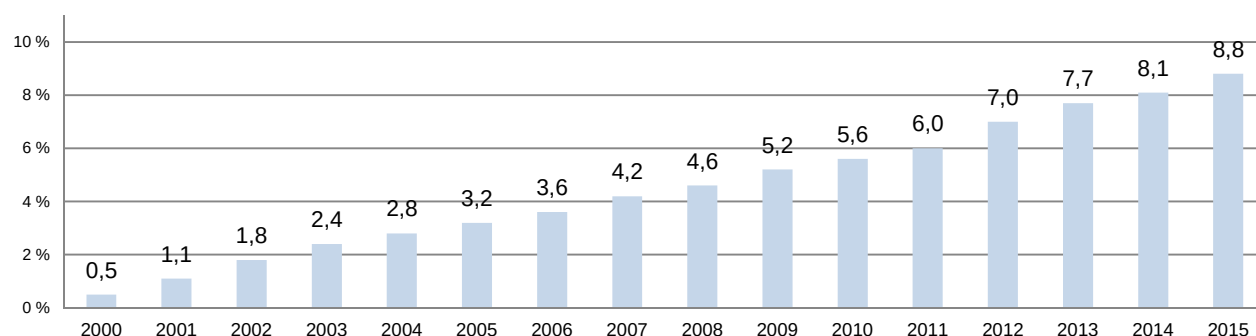
³ Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche.

⁴ Die Verkaufsflächenproduktivität lag im Jahr 1995 bei 3.900 EUR/m². Dieser Wert hat sich im Jahr 2014 auf rd. 3.320 EUR/m² reduziert (Quelle: Statista Hamburg).

ren 2005 bis 2015 der Umsatz der Lebensmittelhändler um rd. 25 % anstieg, ging die Anzahl der Verkaufsstellen um rd. 31 % zurück.⁵ 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 10 Handelsunternehmen über 80 % des Umsatzes in diesem Segment erbringen.

Nachstehende Abbildung beschreibt den Anteil des **Online-Handels** (B2C-E-Commerce) am Einzelhandelsumsatz im Zeitraum 2000 bis 2015. Die Umsatzanteile sind in den letzten Jahren kontinuierlich gestiegen und liegen derzeit bei rd. 8,8 %. Für das Jahr 2016 wird ein weiterer Anstieg auf knapp 10 % prognostiziert.

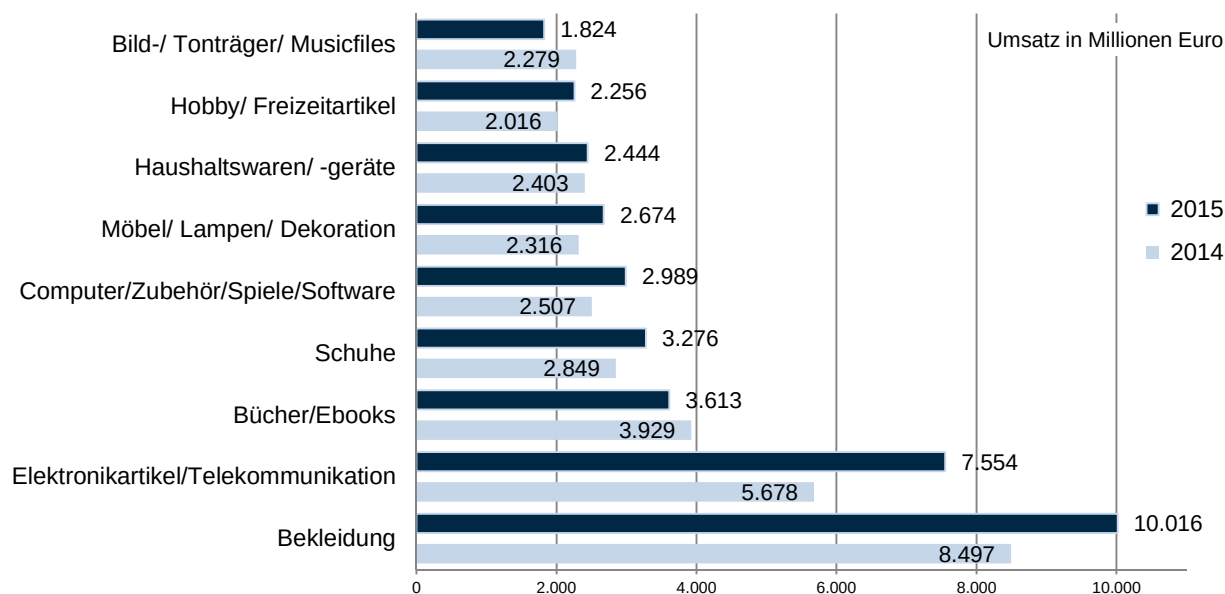
Abbildung 7: Anteil des B2C-E-Commerce am Einzelhandelsumsatz in Deutschland (in %)



Quelle: EHI Handelsdaten 2014 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Aktuell existiert bereits für jede Warengruppe ein Online-Vertrieb. Den höchsten Umsatz erzielt das Segment Bekleidung. Mit deutlichem Abstand folgen die Branche Elektroartikel/ Unterhaltungselektronik, Bücher und Schuhe. Die durchschnittliche Steigerungsrate des letzten Jahres konnte jedoch nicht in allen Branchen erzielt werden, da bereits partiell Sättigungstendenzen erkennbar sind. So war bspw. in den Branchen Bücher oder Bild-/ Tonträger ein deutlicher Rückgang zu verzeichnen, die Haushaltswarenbranche stagnierte.

Abbildung 8: Top-Warengruppen im Onlinehandel und Umsatzentwicklung in den Jahren 2014-2015



Quelle: Statista Hamburg / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

5 vgl. Statista Hamburg.

Bisher spielt der Online-Handel bei dem ausgabenstärksten Sortiment Lebensmittel, in dem rd. 37 % der jährlichen Ausgaben getätigt werden, nur eine Nebenrolle. Allerdings ist davon auszugehen, dass zumindest für Teilsortimente der Online-Handel im Segment Food zunehmend Marktanteile gewinnen wird.⁶

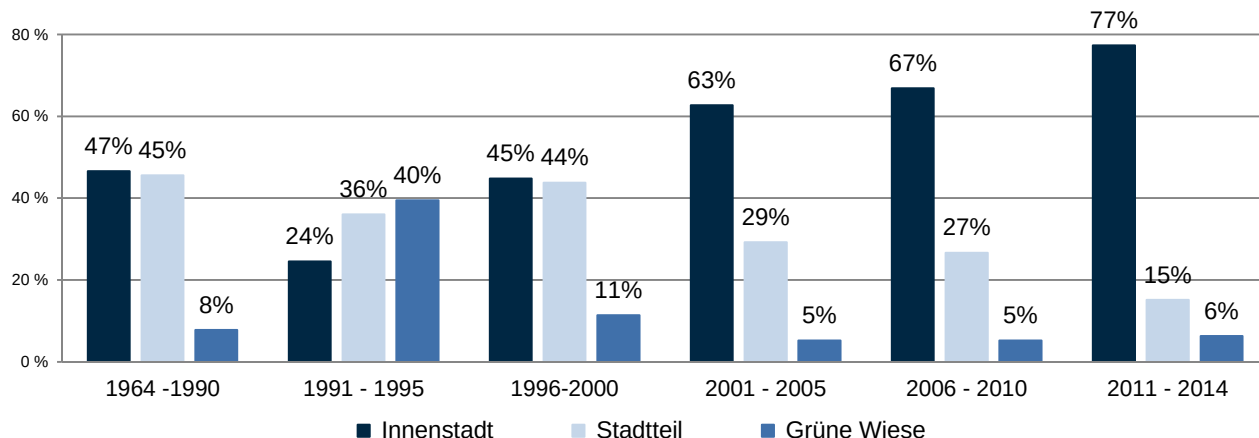
In Bezug auf die Standorte des Einzelhandels ist nach einer gewissen Abkehr von dezentralen Standorten eine verstärkte **Konzentration auf die City bzw. auf integrierte Handelslagen** zu beobachten. Dieser Trend ist einerseits durch die restriktive Landesplanung von Einzelhandelsgroßprojekten an dezentralen Standorten bedingt, andererseits besteht eine Tendenz zur Reurbanisierung.⁷

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 auch 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,⁸ 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 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

Eine Ausnahme der vorstehenden lagespezifischen Entwicklung bilden die sog. **FOCs** (Factory Outlet Center), die i.d.R. an dezentralen bzw. autokundenorientierten Standorten angesiedelt werden.⁹ Aktuell bestehen in Deutschland 13 FOC mit einer Fläche von rd. 192.000 m². Die Bedeutung dieser Vertriebsform könnte in den Folgejahren steigen, da aktuell 17 Planungen mit einer Gesamtfläche von rd. 195.000 m² vorliegen.

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

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

8 Beispielhaft sind hier dezentral liegende Shoppingcenter in Chemnitz (Chemnitz-Center), Leipzig (Paunsdorf-Center) oder Günthersdorf (Nova Eventis) zu nennen, die auch teilweise auf Konsumenten in Schmölln ausstrahlen.

9 Die einzige Ausnahme bildet das im Jahr 2014 eröffnete City-Outlet in Bad Münstereifel, das in der Innenstadt entwickelt wurde.

3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels

Das aktuelle bauplanerische Instrumentarium reicht im Wesentlichen aus, um die Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben 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) und
- das Landesentwicklungsprogramm des Freistaats Thüringen,

deren wesentliche Inhalte nachfolgend kurz dargestellt werden.¹⁰

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.

¹⁰ 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. 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.¹¹

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.¹²

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

¹² 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.¹³ 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,¹⁴
- 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 tendenziell einer Bebauung nicht zugänglich ist. Sollten solche Betriebe gemäß § 35 Abs. 2 BauGB im Einzelfall zugelassen werden, dann nur, wenn ihre Ausführung oder Benutzung öffentliche Belange nicht beeinträchtigt und die Erschließung gesichert ist. Die Ansiedlung erfordert dabei die Aufstellung eines Bebauungsplanes.

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.

¹³ 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.

¹⁴ 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 Einzelhandelsbetrieb¹⁵ 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 bspw.

- 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 stört¹⁶ 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 Grundsätzen eine wesentliche Bedeutung zu. 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.¹⁷

¹⁵ 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).

¹⁶ vgl. Urteil BVerwG [4 C 54.80] vom 03.02.1984.

¹⁷ 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 die Ziele und Grundsätze dargestellt, welche für die Entwicklung des Einzelhandels in Schmölln relevant sind. Diese werden im aktuellen LEP unter dem Punkt 2.6 beschrieben und richten sich an den raumordnerischen Prinzipien Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot 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.¹⁸

Gemäß dem formulierten Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Schmölln grundsätzlich zulässig, da die Stadt (funktionsteilig mit Gößnitz) als Mittelzentrum¹⁹ 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.

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

- *Grundsatz 2.6.3: Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch eine Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden (Beeinträchtigungsverbot).*

18 Gemäß 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.

19 vgl. Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Ziel 2.2.9.

Des Weiteren dürfen Einzelhandelsgroßprojekte die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden (Beeinträchtigungsverbot). Gegen das Beeinträchtigungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch ein Vorhaben der zentralörtliche Versorgungskern, andere zentrale Orte oder die Versorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen negativ tangiert werden. Diese 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 Beeinträchtigungsverbot bezieht sich nicht nur auf Neuansiedlungen, sondern ebenfalls auf Erweiterungen oder Änderungen von bestehenden Einzelhandelsgroßprojekten. Dies ist gerade unter dem Aspekt des teilweise gegebenen Revitalisierungsbedarfs bestehender Einzelhandelsgroßprojekte zu sehen.

- *Grundsatz 2.6.4: Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen (Integrationsgebot).*

In dem vorstehendem Grundsatz werden die Ansiedlungsprämissen für den Einzelhandel 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)²⁰ 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.

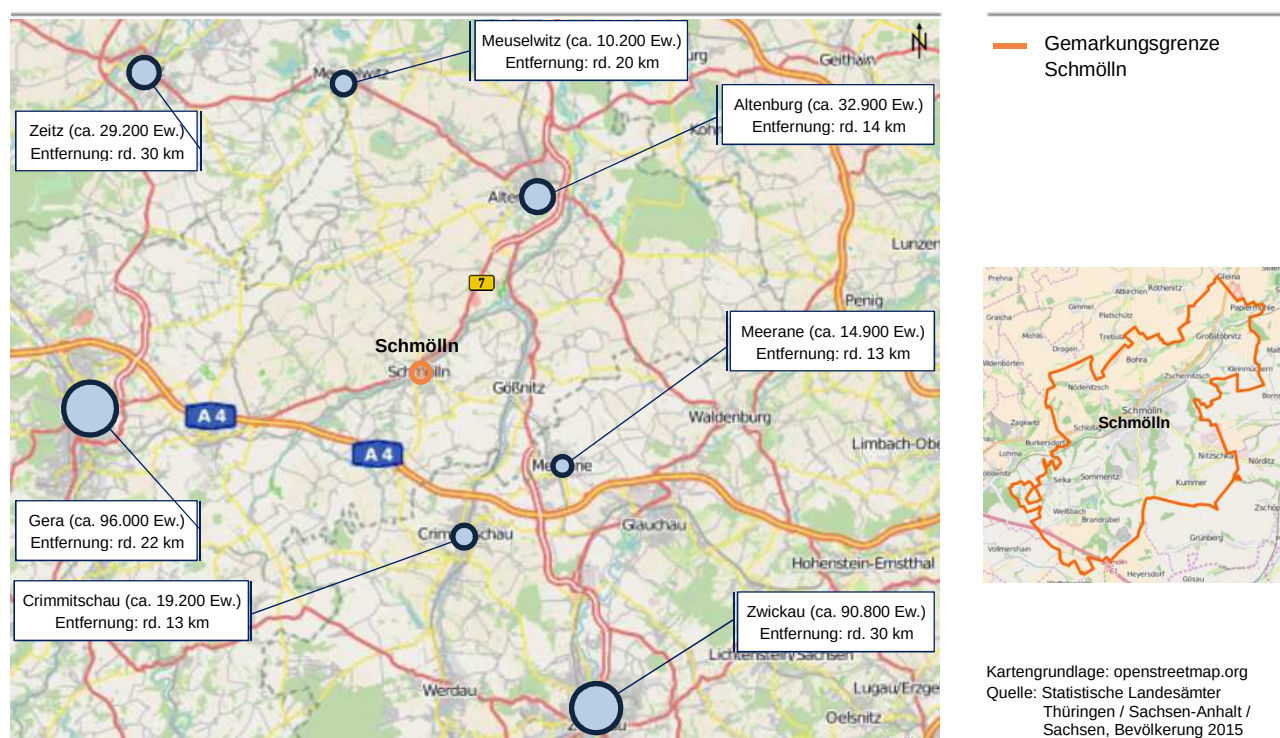
20 Als planerisches Gesamtkonzept wird i.S.d. LEP Thüringen dabei u. a. die Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche verstanden.

4. Makrostandort Schmölln

Im Folgenden werden einzelhandelsrelevante Rahmendaten dargestellt, die zur Beurteilung der Einzelhandelsituation in Schmölln und somit zur Erstellung des Einzelhandels-/ Zentrenkonzeptes notwendig sind.

Die Stadt Schmölln (ca. 11.400 Ew.) befindet sich in Bezug auf ihre **geographische Lage** im östlichen Bereich des Freistaats Thüringen im Landkreis Altenburger Land. Die Lage von Schmölln ist durch die räumliche Nähe zu den naheliegenden Bundesländern Sachsen und Sachsen-Anhalt geprägt. Im direkten Umfeld von Schmölln befinden sich – mit Ausnahme der Kleinstadt Gößnitz – lediglich kleinere Gemeinden, so dass Schmölln in einem ländlich geprägten Umfeld verortet ist.

Karte 2: Lagebeziehungen von Schmölln im regionalen Kontext



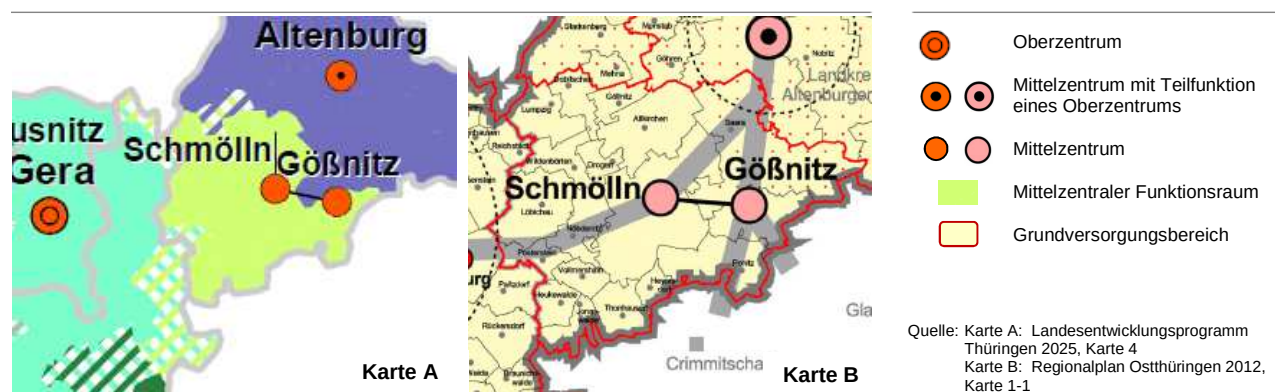
Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Schmölln erfolgt über die Autobahn A 4, deren Trassierung durch das südliche Gemarkungsgebiet der Stadt verläuft. Schmölln ist über zwei Anschlussstellen dieser Autobahn anfahrbar. Die regionale Erreichbarkeit von Schmölln wird durch die Bundesstraße B 7 gewährleistet, die direkt durch die Schmöllner Kernstadt führt. Weiterhin ist Schmölln durch verschiedene Landes- und Kreisstraßen mit den umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Orten vernetzt. Angesichts der beschriebenen Straßenverbindungen ist Schmölln somit durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt.

Der innerörtliche **ÖPNV** wird in Schmölln über eine Stadtbuslinie sichergestellt, die im stündlichen Takt innerhalb des Kernstadtgebietes und in das Industriegebiet Nitzschka verkehrt. Weiterhin erfolgt die Erschließung des Stadtgebietes über Regionalbuslinien der THÜSAC Personennahverkehrsgesellschaft, die verschiedene Haltestellen innerhalb von Schmölln und den Ortsteilen anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit angrenzender Orte sichern.

Die Stadt Schmölln ist an das **Schienennetz** der Deutschen Bahn angebunden und liegt an der Regionalbahnstrecke Gera – Gößnitz. Der Schmöllner Bahnhof befindet sich in zentraler Lage in der Schmöllner Kernstadt und ist lediglich gut 200 m von der Hauptgeschäftslage (Markt) entfernt. Am Bahnhofsvorplatz halten auch die Busse des Regionalverkehrs, so dass der Bahnhof als Umsteigepunkt des öffentlichen Personenverkehrs fungiert.

Die Stadt Schmöln wird in der **Landesplanung** gemeinsam mit Gößnitz als Mittelzentrum ausgewiesen.²¹ Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunfts-fähig weiterentwickelt werden, wozu auch die regionale Einzelhandelsfunktion zählt.²² Im landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich von Schmöln/Gößnitz, für welchen die beiden Städte eine Versor-gungsfunktion besitzen, leben gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 25.500 Einwohner.²³

Karte 3: Raumstruktur Ostthüringen (Ausschnitt)



In der **Regionalplanung** werden den zentralen Orten sog. Grundversorgungsbereiche zugewiesen, für welche der jeweilige Ort eine flächendeckende qualifizierte Grundversorgung zu sichern hat. Im ausgewiesenen Grundversorgungsbereich²⁴ des gemeinsamen Mittelzentrums Schmöln/Gößnitz wohnen aktuell rd. 23.450 Personen, so dass die beiden Städte für diese Einwohner eine Grundversorgung – auch in Bezug auf den Einzelhandel – übernehmen sollen.

Schmöln ist mit rd. 11.400 Einwohnern nach der Kreisstadt Altenburg (rd. 32.900 Ew.) die zweitgrößte Stadt im Landkreis Altenburger Land. Die **Bevölkerung** (zensusbereinigt) der Stadt sank in den letzten zehn Jahren um 9,7 %, der Rückgang war aber geringer als im Mittel des Landkreises (-13,2 %).

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Schmöln im Vergleich

	Einwohner		Veränderung	Einwohner	
	2005	2015		2025	
	abs.	abs.	%	abs.	%
Schmöln	12.576	11.361	-9,7	10.146	-10,7
LK Altenburger Land	106.365	92.344	-13,2	81.370	-11,9
Freistaat Thüringen	2.334.575	2.170.714	-7,0	2.024.365	-6,7

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2005/2015; Ergebnisse der 1. regionalisierten Bevölkerungsvorausbe-rechnung (1. rBv).

Vor dem Hintergrund der aktuellen demographischen Entwicklung wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl von Schmöln weiter rückläufig entwickeln. Auf Basis von aktuellen Vorausberechnungen des Statistischen Landesamts wird die **prognostizierte Einwohnerzahl** im Jahr 2025 bei ca. 10.100 Personen (-10,7 %) lie-

21 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.9.

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

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

24 Zum Grundversorgungsbereich Schmöln/Gößnitz zählen neben den beiden Städten selbst die Gemeinden Altkirchen, Dobitschen, Drogen, Göllnitz, Heukewalde, Heyersdorf, Jonaswalde, Löbichau, Lumpzig, Nöbdenitz, Ponitz, Posterstein, Saara, Thonhausen, Vollmershain und Wildenbörten (vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, Pkt. 1.2.5).

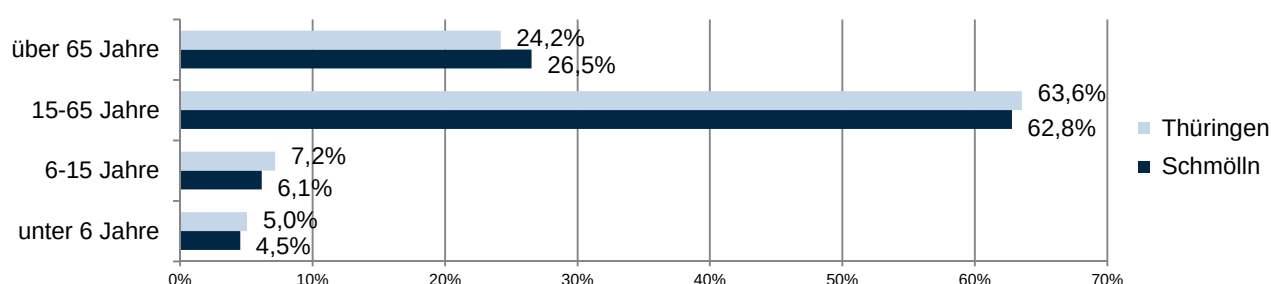
gen. Somit ist der Rückgang in etwa mit der Entwicklung im Landkreis Altenburger Land (-11,9 %) vergleichbar.

Die **Siedlungsstruktur** von Schmölln ist durch eine größtenteils geschlossene Kernstadt gekennzeichnet, die mit einem Bevölkerungsanteil von rd. 79 % der gesamtstädtischen Einwohner den Siedlungsschwerpunkt darstellt. Weiterhin zählen insgesamt 13 Ortsteile zur Stadt Schmölln, die räumlich von der Kernstadt abgesetzt sind. Alle Ortsteile besitzen einen dörflich geprägten Charakter. Die größten Ortsteile sind Großstörnitz (552 Ew.), Weißbach (326 Ew.) und Zschernitz (275 Ew.).²⁵

Die durchschnittliche **Haushaltsgröße** beträgt in Schmölln ca. 1,8 Personen pro Haushalt und liegt somit geringfügig unter dem Landesdurchschnitt von Thüringen (1,9 Personen pro Haushalt).²⁶ Dieser Wert deutet auf eine im Landesvergleich leicht höhere Anzahl von Single-Haushalten.

In Bezug auf die **Altersstruktur** ist der hohe Anteil der älteren Bevölkerung (über 65 Jahre) auffällig, der mit 26,5 % über dem landesweiten Durchschnitt (24,2 %) liegt. Die Bevölkerungsgruppe der unter 15-Jährigen liegt demgegenüber unter dem Durchschnittswert des Freistaats Thüringen. Die Altersstruktur in Schmölln weist somit tendenziell auf eine gewisse Überalterung der Bevölkerung hin.

Abbildung 10: Altersstruktur Schmölln im Landesvergleich



Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2015

Für die Stadt Schmölln bzw. den Arbeitsamtsbezirk Altenburger Land stellt sich eine im Vergleich zum Landesmittel unterdurchschnittliche Beschäftigungssituation dar. Die **Arbeitslosenquote**²⁷ lag im Jahresdurchschnitt 2015 mit 10,4 % über dem Durchschnittswert des Landes Thüringen (7,4 %) sowie dem Bundesdurchschnitt (6,4 %), so dass von strukturellen Problemen auf dem Arbeitsmarkt auszugehen ist.

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 630 Personen besitzt Schmölln mehr Ein- als Auspendler. Auf Grund der positiven Arbeitsplatzzentralität sind zusätzliche Kaufkraftpotenziale für die Stadt zu erwarten.

Tabelle 2: Pendlerbewegungen/Pendlersaldo von Schmölln

2015	
Einpendler / Auspendler	3.288 / 2.658 Personen
Pendlersaldo (abs.)	+630 Personen

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2015

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Diese 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 von

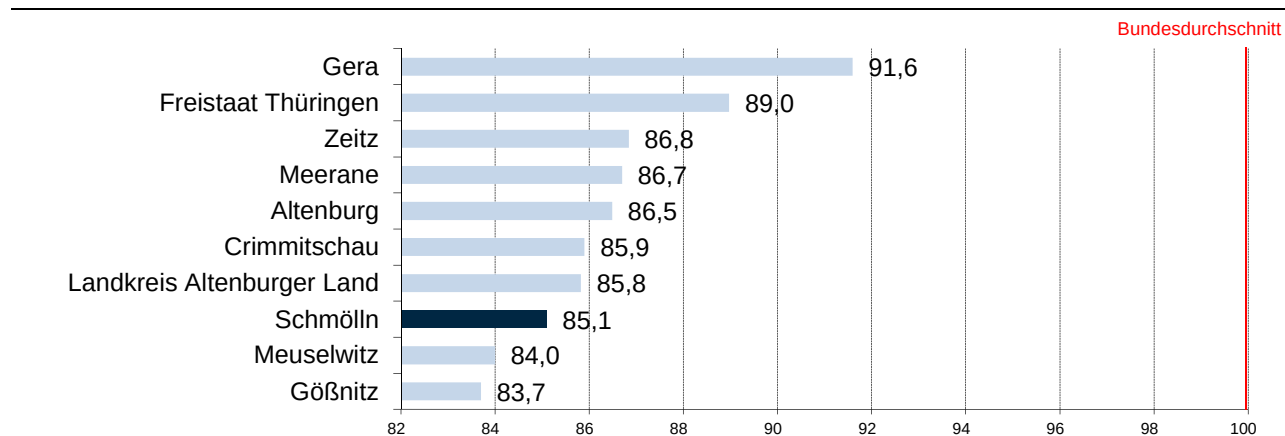
²⁵ Amtsblatt Schmölln Nr. 02/2016, Einwohnerentwicklung der Stadt Schmölln 2015.

²⁶ MB-Research Nürnberg, Soziodemographische Marktdaten 2015.

²⁷ Bundesagentur für Arbeit, Arbeitslosenquoten im Jahresdurchschnitt 2015.

einzelhandelsfremden Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel (inkl. Versand-/ Online-Handel) am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 11: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2015

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Schmölln (85,1) liegt unter dem Wert des Freistaats Thüringen (89,0) und des umliegenden Landkreises Altenburger Land (85,8). Im nationalen Vergleich besitzt Schmölln – wie der Großteil der ostdeutschen Städte – eine deutlich geringere Kaufkraft und liegt unter dem bundesdeutschen Durchschnitt (100,0). Demnach steht dem lokalen Einzelhandel ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung.

5. Auswertung der Befragung von Konsumenten und Gewerbetreibenden

5.1. Konsumentenbefragung

Im Rahmen der Erstellung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes wurde eine Haushaltsbefragung durchgeführt. Auf Basis der Aussagen der Konsumenten u.a. zu ausgewählten Attraktivitätsfaktoren, zum Einkaufsverhalten und zu Einkaufszielen lassen sich bspw. Rückschlüsse auf mögliche Einzelhandelsentwicklungen, zum Einzugsgebiet oder zu Kundenwünschen ableiten. Der Befragungsbogen wurde vorab mit der Stadt Schmölln abgestimmt.

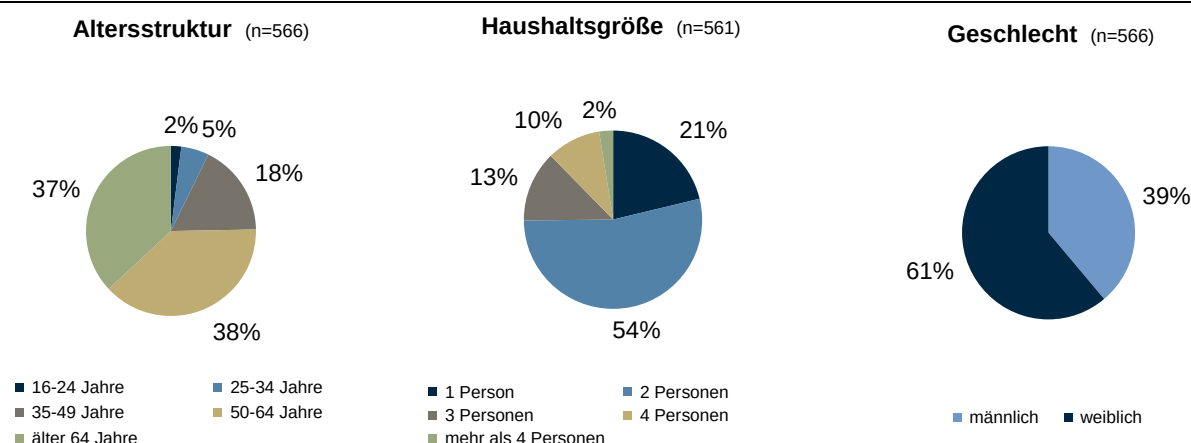
Im Rahmen der **Konsumentenbefragung** wurden im Juni 2016 insgesamt 569 Personen befragt. Da die Aussagefähigkeit bei einem Stichprobenverfahren nicht vom Verhältnis zwischen Grundgesamtheit und der in der Befragung erfassten Teilmenge abhängt, sondern vielmehr von der absoluten Zahl der durchgeführten Interviews, ist bei rd. 570 befragten Personen von einer hohen Repräsentativität der Ergebnisse auszugehen.

Die Erhebung erfolgte einerseits im Rahmen einer telefonischen Haushaltsbefragung, in der 300 Personen interviewt wurden.²⁸ Die räumliche Auswahl der Probanden erfolgte nach der Einwohnerverteilung im Einzugsgebiet, d.h. es wurden neben Haushalten in Schmölln auch Konsumenten aus Gößnitz und den Gemeinden im Umfeld von Schmölln befragt. Die Auswahl der befragten Personen in den jeweiligen Orten erfolgte nach Zufallsprinzip.

Um die Befragungs- bzw. Datenbasis zu erweitern, wurde im regelmäßig erscheinenden Amtsblatt der Stadt Schmölln der Befragungsbogen in der Ausgabe vom 11. Juni 2016 mit der Bitte um Rücksendung beigelegt. Die in Folge 269 retournierten Befragungsbögen wurden dann zusammen mit der telefonischen Befragung ausgewertet.

Nachstehend werden die **soziodemographischen Daten** der befragten Konsumenten zusammenfassend dargestellt. Es wird deutlich, dass eine Durchmischung innerhalb der einzelnen demographischen Kategorien besteht. Somit werden in der Befragung die soziodemographischen Gegebenheiten in Schmölln (z.B. Altersstruktur, Haushaltgröße [Seite 27]) in etwa widerspiegelt.

Abbildung 12: Soziodemographische Merkmale der befragten Personen

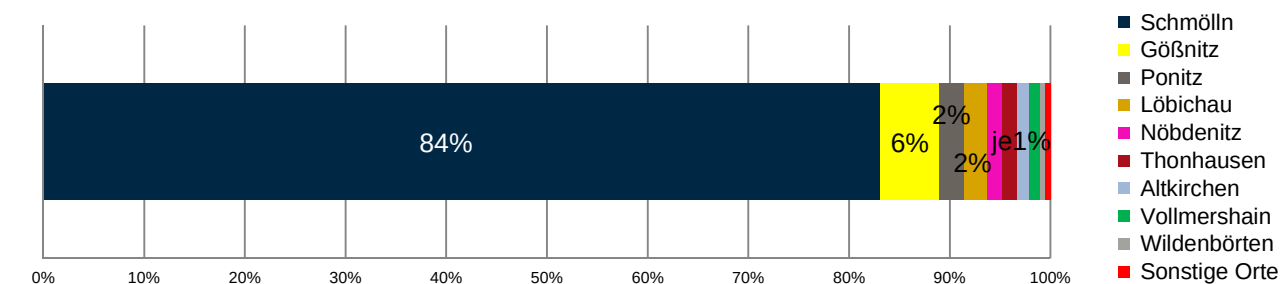


Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

²⁸ Die telefonische Befragung wurde nicht von der BBE Handelsberatung durchgeführt, sondern erfolgte über ein spezialisiertes Marktforschungsunternehmen.

Die meisten der **befragten Personen** (474 Personen) stammten aus Schmölln. Das entspricht 4,2 % der aktuellen Bevölkerung von Schmölln, so dass die Befragungsergebnisse – auch unter Berücksichtigung der demographischen Merkmale der befragten Personen – als repräsentativ einzustufen sind.

Abbildung 13: Wohnort der befragten Konsumenten (n=562)

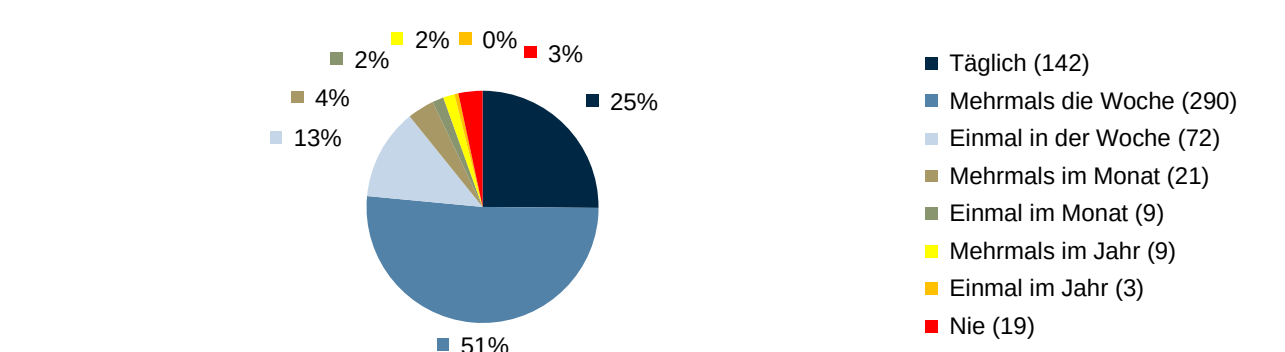


Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Die nachstehende Darstellung der Befragungsergebnisse folgt der Fragenreihenfolge des Erhebungsbogens (vgl. Anlage 1). Hinsichtlich der **Besuchshäufigkeit** der Konsumenten in Schmölln zum Einkauf oder für andere Erledigungen ist festzuhalten, dass der Großteil der Konsumenten die Stadt bzw. den lokalen Einzelhandel mehrmals in der Woche aufsucht. Ferner gab ein Viertel der Befragten sogar an, die Stadt täglich zum Einkauf aufzusuchen.

Die befragten Personen, die Schmölln eher selten bzw. nie aufsuchen, wohnen zum größten Teil außerhalb der Stadt.²⁹ Somit bestehen gewisse Potenziale hinsichtlich einer verstärkten Bindung von Konsumenten aus dem Umfeld von Schmölln.

Abbildung 14: Besuchshäufigkeit der Konsumenten in Schmölln (n=565)



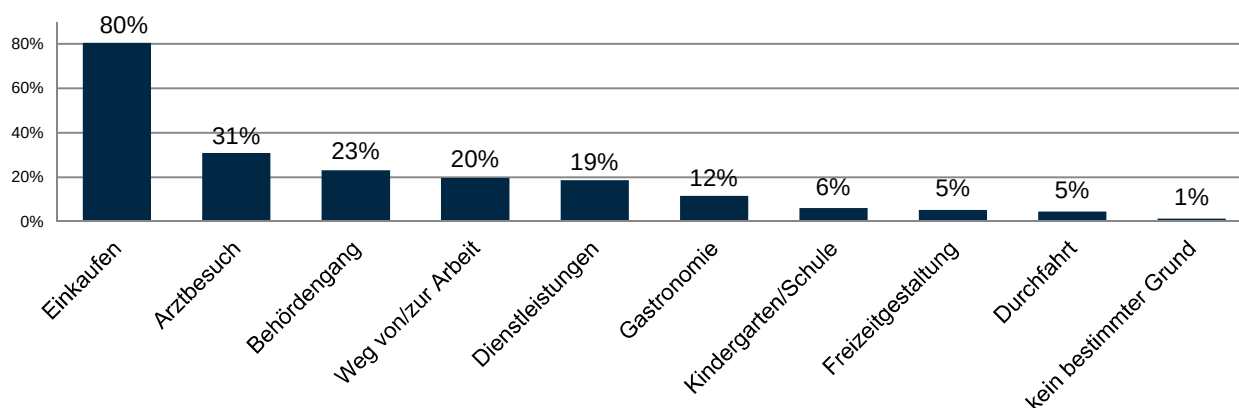
Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Als häufigster **Besuchsgrund** der Stadt Schmölln wurde der Einzelhandel erwähnt, so dass der überwiegende Teil der Passanten demnach zum Einkauf in Schmölln unterwegs ist. Neben dem Einkauf spielen mit deutlichem Abstand ein Arztbesuch, Behördengänge oder die Nachfrage nach Dienstleistungen eine wichtige Rolle.

Ferner ist als Besuchsgrund auch der Einkauf auf dem Arbeitsweg wichtig, da so Konsumenten in der Stadt gebunden werden und ihre Einkäufe vor Ort erledigen. Für diese Kunden sind insbesondere gute Anfahrts- und Parkmöglichkeiten an der jeweiligen Einkaufsstätte wichtig.

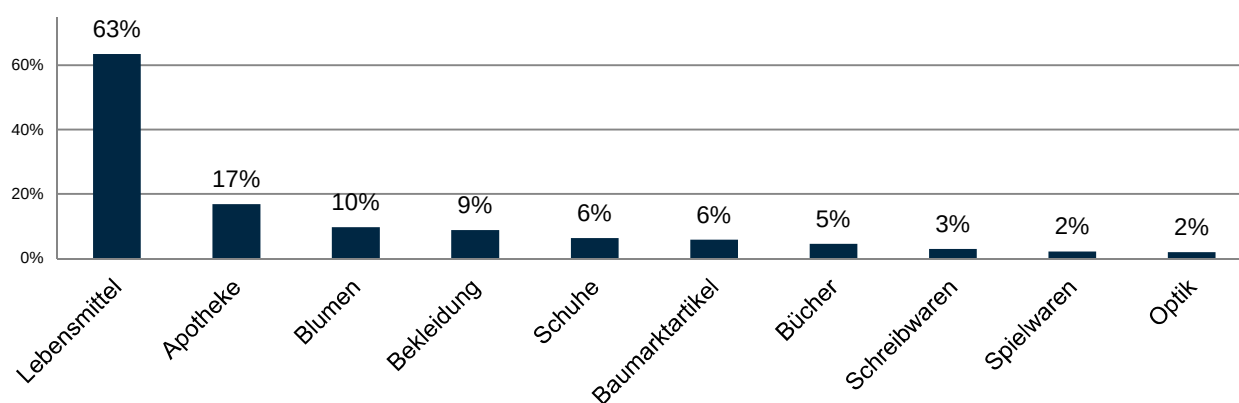
Als niedrig ist der Anteil der Besucher einzuschätzen, welche die ortsansässige Gastronomie besuchen. Demnach könnte in diesem Segment ein Angebotsdefizit bestehen.

²⁹ Die Aussage resultiert aus möglichen Kreuzauswertungen der Befragung in Bezug auf die demographischen Daten.

Abbildung 15: Besuchsgründe der Stadt Schmölln (n=566, Mehrfachnennungen möglich)


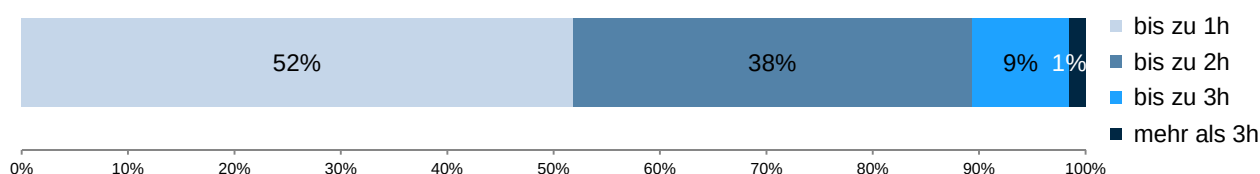
Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

In Bezug auf den Besuchsgrund Einzelhandel wurde gefragt, welche Waren meistens in Schmölln eingekauft werden. Diese Frage macht die **Magnetbranchen** des Schmöllner Einzelhandels sichtbar, die eine besonders hohe Anziehungskraft auf die Verbraucher erzielen. Hierbei wurde seitens der Konsumenten klar die Lebensmittelbranche benannt. Mit deutlichem Abstand folgen die Branchen Apotheke und Blumen, die modischen Branchen sowie die Baumarktbranche.

Abbildung 16: Magnetbranchen des lokalen Einzelhandels (n=561, Mehrfachnennungen möglich)


Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Neben der Frage nach der Besuchshäufigkeit (vgl. Abb. 14) wurde in Folge die **Aufenthaltsdauer in der Schmöllner Innenstadt** erfragt. Prinzipiell ist davon auszugehen, dass mit steigender Aufenthaltsdauer höhere Ausgaben im Handel und auch in der Gastronomie verbunden sind. Die Voraussetzungen für eine hohe Aufenthaltsdauer sind u.a. ein breites Handelsangebot, attraktive gastronomische Einrichtungen und eine hohe Aufenthaltsqualität der Innenstadt.

Abbildung 17: Aufenthaltsdauer in der Schmöllner Innenstadt (n=557)


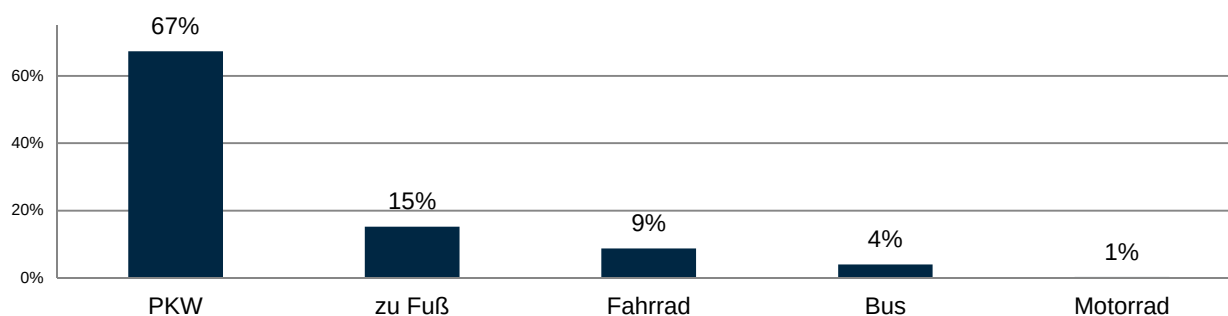
Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Über die Hälfte der befragten Personen gab an, weniger als eine Stunde in der Innenstadt zu verweilen. Somit ist der größte Teil der Passanten in der Schmöllner Innenstadt als Kurzzeitbesucher einzustufen. Ein nicht unerheblicher Teil der Konsumenten besucht die Innenstadt jedoch bis zu zwei Stunden, so dass sich unter Berücksichtigung des kleinstädtischen Charakters von Schmölln eine zufriedenstellende Aufenthaltsdauer ergibt.

Hinsichtlich der **Verkehrsmittelwahl** wird deutlich, dass der Großteil der Konsumenten zum Einkauf einen Pkw benutzt (67 %). Für diese Personengruppe spielen die verkehrliche Erreichbarkeit und die Parkmöglichkeiten im unmittelbaren Umfeld von Einzelhandelsgeschäften eine wichtige Rolle bei der Entscheidung, Schmölln zum Einkauf zu besuchen.

Mit rd. 15 % der Konsumenten erreicht eine Vielzahl der Befragten ihren Einkaufsort zu Fuß bzw. zu rd. 9 % mit dem Fahrrad. Bei dieser Personengruppe wird schätzungsweise ein hoher Anteil der befragten Personen im Zentrum bzw. in Zentrumsnähe wohnen und hier auch seine Einkäufe tätigen. Einen vergleichsweise niedrigen Anteil weist der ÖPNV aus, der traditionell eine untergeordnete Rolle beim Erreichen eines Einkaufsziels spielt.

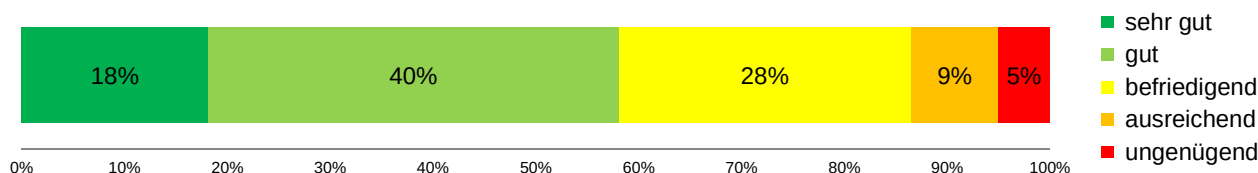
Abbildung 18: Verkehrsmittelwahl zum Einkauf in Schmölln (n=561, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Da der Großteil der Konsumenten einen PKW zum Einkaufen benutzt, wurde bei der Befragung eine Bewertung der **Parkplatzsituation** in Schmölln abgefordert. Die Durchschnittsnote³⁰ fiel dabei mit **2,4** gut aus, so dass der Großteil der Kunden mit der Parkplatzsituation in Schmölln zufrieden ist. Insbesondere ist wichtig, dass mit rd. 18 % der befragten Kunden ein großer Teil das Parkplatzangebot als sehr gut empfindet.

Abbildung 19: Benotung der Parkplatzsituation in Schmölln (n=496)



Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

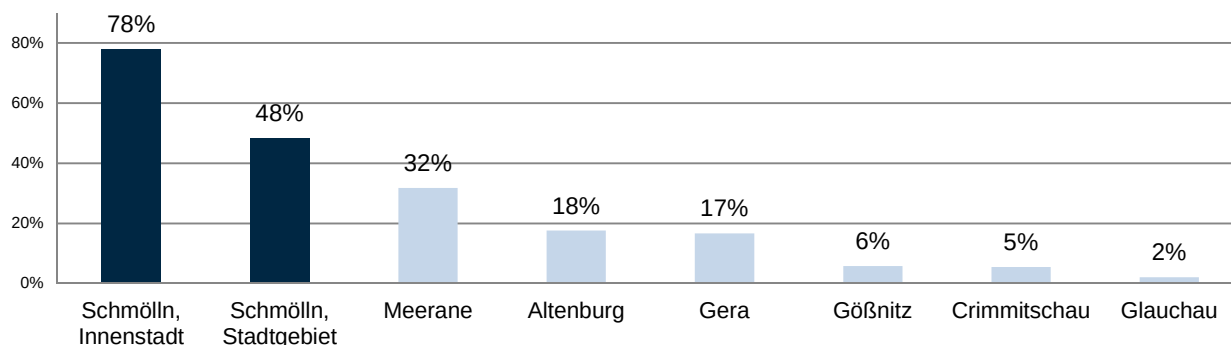
Nach der Abfrage der Standortrahmenbedingungen für den Einzelhandel erfolgt die Ermittlung der **Einkaufsströme**, d.h. wo die befragten Personen größtenteils einkaufen. Hierbei erfolgt eine Untergliederung nach einzelnen Bedarfsbereichen.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich, der die Waren des täglichen Bedarfs wie Lebensmittel, Drogeriewaren, Apotheke oder Blumen umfasst, werden die Einkäufe der befragten Personen größtenteils wohnortnah in Schmölln, vorwiegend in der Schmöllner Innenstadt, erledigt. Deutliche Kaufkraftverflechtungen bestehen

30 Die Benotung erfolgt gemäß folgendem Notensystem: 1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = ungenügend.

jedoch insbesondere nach Meerane sowie nach Altenburg und Gera.³¹ Hierbei tendieren vor allem die Einwohner aus dem Umfeld der Stadt Schmölln größtenteils zu diesen Orten und nicht nach Schmölln.

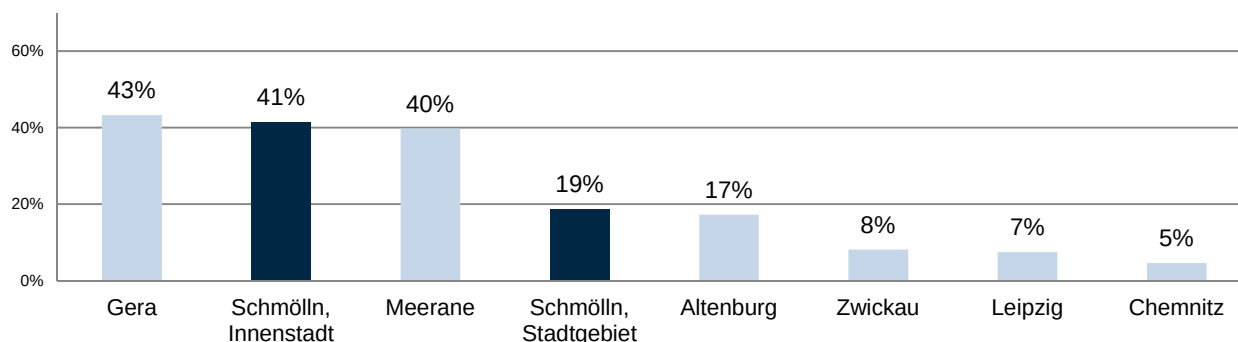
Abbildung 20: Einkaufsziele im täglichen Bedarf (n=560, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016³²

Im Segment des mittelfristigen Bedarfsbereichs (v.a. Textilien, Schuhe, Sport, Bücher, Schreib-, Spielwaren, Zoo) sind starke Kundenverflechtung nach Gera und Meerane vorhanden. Die Kaufkraftabflüsse in diese beiden Städte werden insbesondere durch das leistungsfähige innerstädtische Angebot der Geraer Innenstadt³³ und die Fachmarkttagglomeration im Gewerbegebiet von Meerane³⁴ erzeugt. Weitere Kaufkraftabflüsse sind auch in die naheliegende Kreisstadt Altenburg zu verzeichnen.

Abbildung 21: Einkaufsziele im mittelfristigen Bedarf (n=562, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Im langfristigen Bedarfsbereich (v.a. Baumarktartikel, Möbel, Haushaltswaren, Elektronik, Optik, Uhren/Schmuck, Fahrräder, Autozubehör) sind die Einkaufspräferenzen der befragten Verbraucher eindeutig auf Meerane ausgerichtet, was auf das bereits dargestellte leistungsfähige Angebot in Gewerbegebiet der Stadt zurückzuführen ist. Darüber hinaus spielt neben Gera auch Altenburg als Einkaufsziel eine wichtige Rolle. In Bezug auf Altenburg wird auch der dezentrale Standort Windischleuba (u.a. Möbel Schröter, OBI, Intersport, ATU) häufig aufgesucht.

31 Die Kaufkraftabflüsse werden bspw. durch die leistungsfähige Fachmarkttagglomeration im Gewerbegebiet in Meerane (A4 Center) oder durch das Globus SB-Warenhaus in Gera induziert. Ferner fließt die Kaufkraft im Segment Drogeriewaren komplett an andere Standorte ab, wobei gemäß den Angaben der Konsumenten Drogeriewaren in Meerane, Gera und Altenburg eingekauft werden.

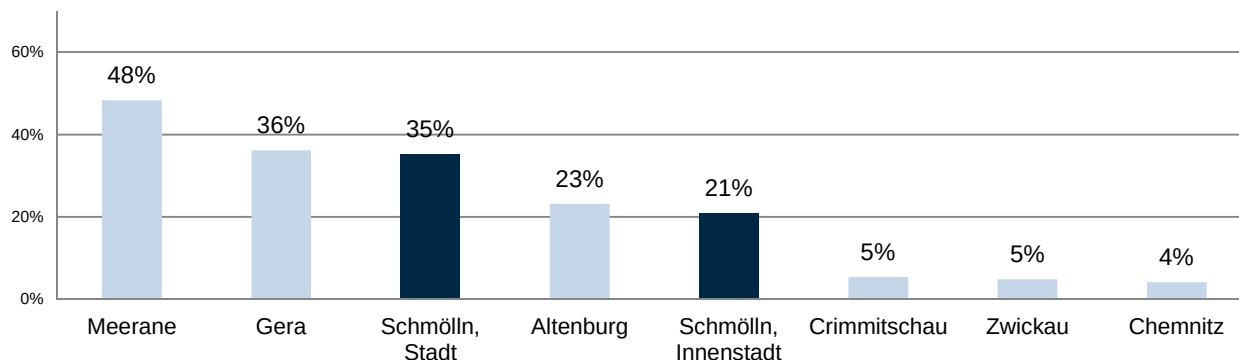
32 Unter der Bezeichnung „Schmölln, Stadtgebiet“ sind die Einkaufslagen außerhalb der Schmöllner Innenstadt zu verstehen.

33 In Gera sind als Handelsmagneten insbesondere die Gera-Arcaden und das Elster Forum (inkl. Galerie Kaufhof) zu sehen.

34 In dem verkehrlich sehr gut erreichbaren A4 Center im Gewerbegebiet von Meerane sind u.a. Kaufland, Aldi, Getränkewelt, dm, Fressnapf, Mode Kress, AWG, Ernstings family, Takko, KIK, Deichmann, Mayers Schuhe, Intersport, Pfennigpfeiffer, Media Markt, OBI, Dehner und das Dänisches Bettenlager angesiedelt.

Als Angebotsstandort in Schmölln wird in diesem Segment als Nachfragestandort meist der Baumarkt Leiermann genannt. Die Angebote in der Schmöllner Innenstadt spielen aus Konsumentensicht in diesem Bereich eine eher geringe Rolle.

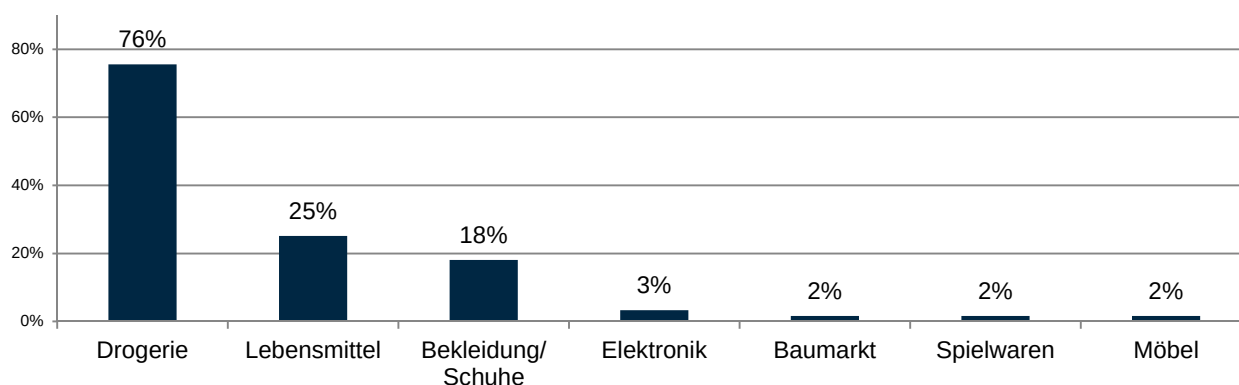
Abbildung 22: Einkaufsziele im langfristigen Bedarf (n=564, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Nach der Frage zu den Einkaufsbeziehungen wurden die befragten Konsumenten aufgefordert, mögliche **Ansiedlungsbedarfe** für den Schmöllner Einzelhandel zu nennen. Hierzu äußerten über drei Viertel der befragten Personen den Wunsch nach einem Drogeriemarkt.³⁵ Weiterhin wird ein verstärktes Angebot im Segment Lebensmittel³⁶ und in den modischen Branchen gewünscht. Die weiteren Branchen spielen eine untergeordnete Rolle.³⁷

Abbildung 23: Ansiedlungsbedarfe im Einzelhandel (n=565, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Im Rahmen der vorstehenden Frage wurden auch weitere Angaben zu Wünschen in Bezug auf das **Angebot in Schmölln allgemein** bzw. Anregungen gemacht. Das wesentliche Defizit wird seitens der Konsumenten im Segment Gastronomie gesehen. Insgesamt haben sich 15 % der befragten Personen für mehr gastronomische Angebote ausgesprochen, weitere 5 % wünschen sich mehr Kleingastronomie (Cafés/ Fast-Food-Restaurants) sowie 3 % mehr Entertainment-Möglichkeiten.

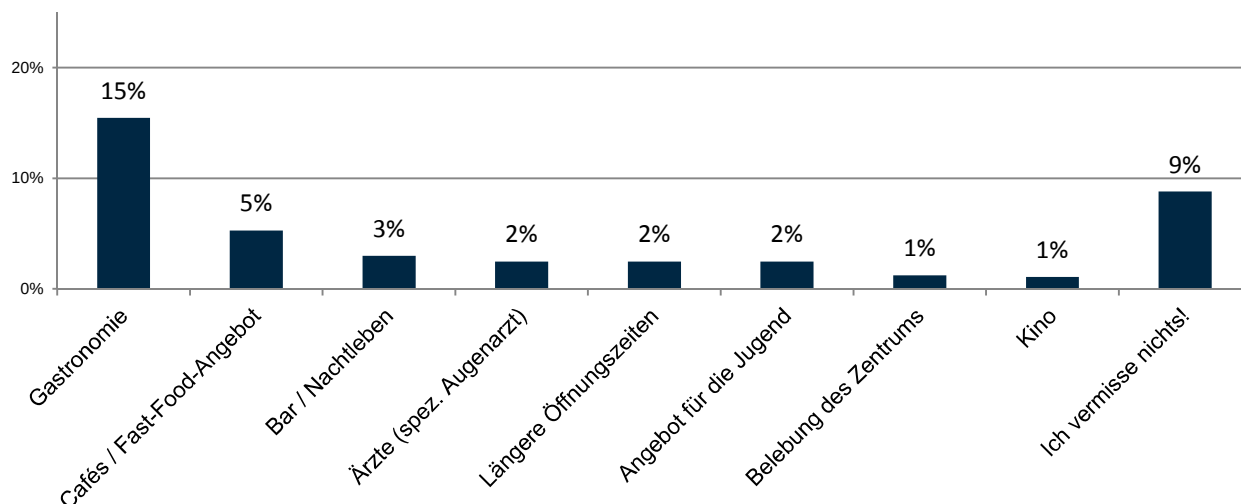
35 Der auffällig hohe Befragungswert im Fall der Drogerie resultiert offenbar aus der Absiedlung dieses Sortiments in den letzten Jahren und der derzeitigen öffentlichen Diskussion um die Wiederansiedlung eines Drogeriemarktes im Schmölln.

36 Der Wunsch nach mehr Verkaufsfläche im Lebensmittelhandel resultiert u.E. größtenteils aus der Schließung des Penny-Marktes in der Sommeritzer Straße und dem Wegfall der wohnortnahen Versorgung in diesem verdichteten Quartier.

37 Es wurde noch zahlreiche Einzelmeinungen geäußert, die jedoch nicht repräsentativ sind.

Auffällig ist die relativ hohe Zahl der Personen (9 %), die sich zu den Ansiedlungswünschen nicht geäußert hat und demnach mit dem Angebot in Schmölln prinzipiell zufrieden ist. Die nachstehende Tabelle fasst die Ansiedlungswünsche zusammen.

Abbildung 24: Ansiedlungswünsche für Schmölln allgemein (n=569, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

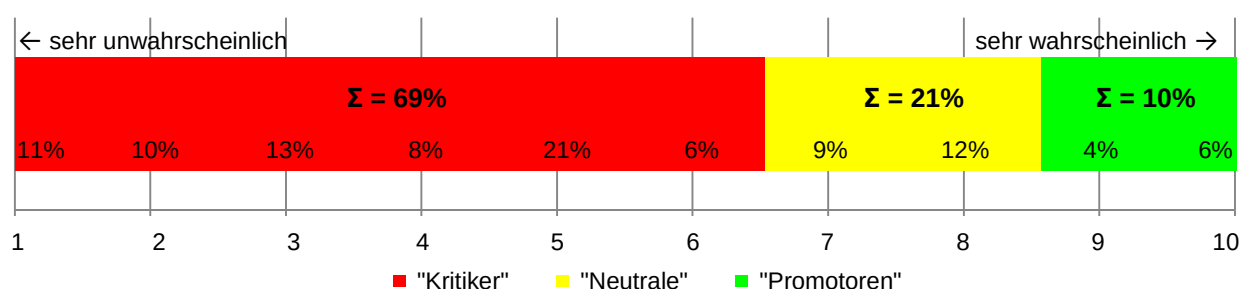
Neben den in der vorstehenden Abbildung zusammengefassten Meinungen gab es diverse weitere Anregungen, die sich in folgende Komplexe zusammenfassen lassen:

- Einzelhandel
 - Wunsch nach der Nutzung des Gewerbegebietes „Heimstätte“ als Einzelhandelsstandort
 - Ablehnung der Nutzung des Gewerbegebietes „Heimstätte“ aus Angst vor Bedeutungsverlust der Innenstadt
 - verstärkter Wunsch, bereits vorhandenen Leerstand in der Innenstadt zu nutzen und den Einzelhandel hier zu zentralisieren
- Gastronomie
 - Verstärkter Wunsch nach konkreten gastronomischen Einrichtungen, die internationale Küche anbieten
 - hauptsächliche Nennungen von griechischer, italienischer und chinesischer Küche
- Öffnungszeiten
 - Wunsch nach einheitlichen Öffnungszeiten
 - längere Öffnungszeiten, auch am Wochenende
- Veranstaltungen/Jugend/Aktionen
 - Gastronomie/Bars für Jugendliche
 - mehr Angebote für Jugendliche
 - mehr Veranstaltungen (Feste, Konzerte, Tanz)

Zum Abschluss der Befragung wurde ermittelt, wie hoch die Wahrscheinlichkeit der **Weiterempfehlung des Schmöllner Einzelhandels** durch seine Kunden ist. Hierzu wurde die sog. Netto-Empfeherquote (Net Promoter Score) ermittelt, welche die Wahrscheinlichkeit angibt, ob die eigenen Kunden der Stadt Schmölln diese als Einkaufsort weiterempfehlen würden.³⁸

Die Frage wird dabei auf einer Skala von 1 (sehr unwahrscheinlich) bis 10 (sehr wahrscheinlich) beantwortet. Diejenigen Kunden, die mit 9 oder 10 antworten, werden als sog. "Promotoren" angesehen. Als "Kritiker" werden die Befragten eingestuft, die eine Bewertung zwischen 1 bis 6 abgeben. Die Kunden, die das Einzelhandelsangebot mit 7 oder 8 benoten, gelten als "Neutrale" bzw. „Passive Kunden“. Zur Berechnung der Netto-Empfeherquote wird der prozentuale Anteil der Kritiker vom Anteil der Promotoren subtrahiert.

Abbildung 25: Weiterempfehlungsquote des Schmöllner Einzelhandelsangebots (n=549)



Quelle: Auswertung der Konsumentenbefragung, Juni 2016

Aus der Befragung der Schmöllner Konsumenten ergibt sich eine negative Netto-Empfeherquote. Die Anzahl der „Promotoren“ (10 %) liegt deutlich unterhalb der Anzahl der „Kritiker“ (69 %), so dass die Weiterempfehlungsquote der Schmöllner Kunden für den Einzelhandel der Stadt negativ ausfällt. Demnach ist die Wahrscheinlichkeit, dass lokale Kunden „ihren“ Einzelhandel an Freunde oder Bekannte weiterempfehlen, sehr gering.

³⁸ Im Einzelhandel und auch in der Dienstleistungs- und Gastronomiebranche resultiert ein hoher Umsatzanteil aus der Empfehlung von Freunden oder Bekannten. Ebenso können durch Empfehlungen Neukunden generiert werden.

5.2. Befragung der Schmöllner Gewerbetreibenden

Neben der Konsumentenbefragung fand im Mai/Juni 2016 eine Befragung der Schmöllner Gewerbetreibenden statt. Hierzu wurde in Abstimmung mit der Stadtverwaltung ein Fragebogen (vgl. Anlage 2) erarbeitet, der von Mitarbeitern der Verwaltung in Schmölln verteilt wurde. Die Auswertung der retournierten Befragungsbögen erfolgte von der BBE Handelsberatung. Im Rahmen der Befragung sollten u.a. die bestehenden Einkaufsbeziehungen in Schmölln und die zukünftigen Entwicklungschancen der Stadt als Einkaufsstandort untersucht werden. Ferner sollten die Befragten ihre Vorstellungen und Anregungen zur zukünftigen Entwicklung Schmöllns äußern.

An der Befragung nahmen insgesamt **60 Betriebe** teil, was unter Berücksichtigung der Gesamtgewerbetreibenden in Schmölln einen hohen Anteil darstellt. Um eine möglichst breite Datenbasis zu erhalten, wurden nicht nur Einzelhandelsbetriebe, sondern auch andere Gewerbetreibende befragt. Somit wird eine gewisse Streubreite aller lokalen Akteure in Schmölln erreicht.

Abbildung 26: Branchenzugehörigkeit der retournierten Fragebögen (n=60)

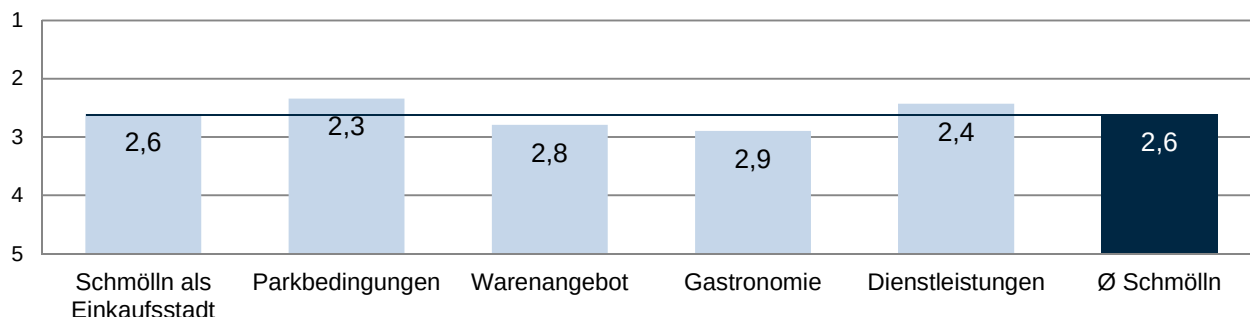


Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Bei der Bewertung der **Attraktivität von Schmölln** in bestimmten Punkten wurde eine Durchschnittsnote³⁹ von 2,6 erreicht. Somit ist aus Sicht der Gewerbetreibenden eine befriedigende bis gute Attraktivität der Stadt gegeben. Insbesondere haben die Parkbedingungen und das Dienstleistungsangebot eine positive Bewertung erhalten. Das Warenangebot des Handels und das gastronomische Angebot weisen dagegen tendenziell auf eine geringere Attraktivität hin.

Betrachtet man ausschließlich die Antworten der Einzelhändler, so ergibt sich ebenfalls eine Durchschnittsnote von 2,6. Bei den einzelnen Antworten gab es nur marginale Abweichungen. Die handelsrelevante Frage nach der Attraktivität von Schmölln als Einkaufsstadt und das lokale Warenangebot wurde von den Händlern mit der gleichen Note bewertet wie von den Gesamtbefragten.

Abbildung 27: Benotung/Bewertung der Attraktivität von Schmölln (n=59)



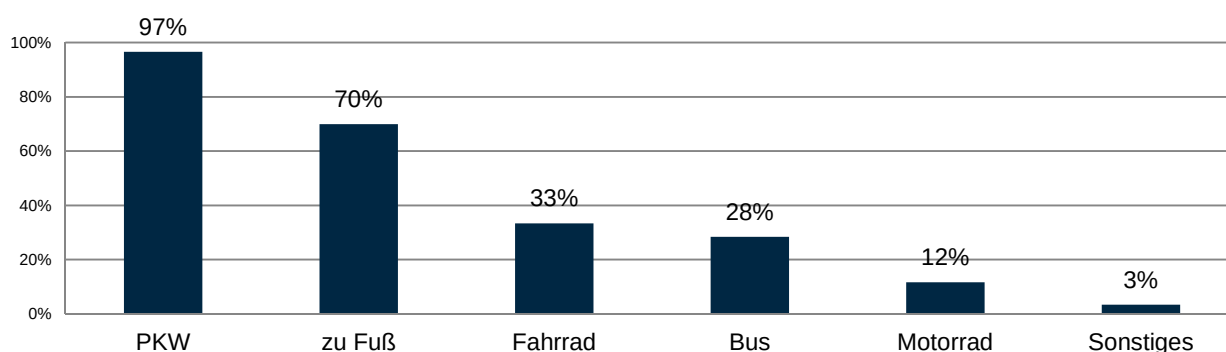
Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

³⁹ Die Benotung erfolgt gemäß folgendem Notensystem: 1 = sehr gut / 2 = gut / 3 = befriedigend / 4 = ausreichend / 5 = ungenügend.

Bei der Kundenbefragung in Bezug auf die **Verkehrsmittelwahl** hat sich gezeigt, dass der Großteil der Konsumenten zum Einkauf einen Pkw benutzt (67 %, vgl. Abb. 18). Dieser Wert wird laut Meinung der Gewerbetreibenden sogar überschritten, da diese angeben, dass fast alle Kunden (97 %) mit dem Pkw zum Einkauf kommen.

Weiterhin kommt ein großer Teil der Kundschaft (70 %) auch zu Fuß zum Einkauf, wobei dieser Wert deutlich über der Äußerung der Konsumenten (15 %) liegt. Nach Einschätzung der befragten Unternehmer benutzen ferner rund ein Drittel ihrer Kunden ein Fahrrad bzw. kommen mit dem Bus zum Einkauf. Wie dargestellt, weichen die Ergebnisse teilweise deutlich von den Angaben der Kunden ab (vgl. Abb. 18).

Abbildung 28: Verkehrsmittelwahl zum Einkauf in Schmölln (n=59, Mehrfachnennungen möglich)

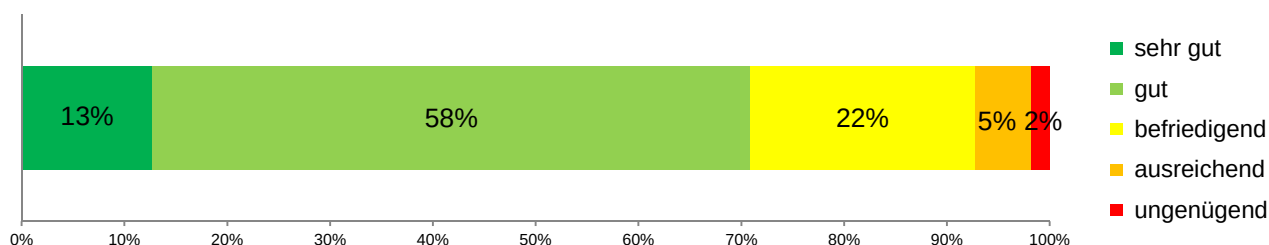


Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Bei der vorstehend ausgewerteten Kundenbefragung wurde die **Parkplatzsituation** mit einer Durchschnittsnote⁴⁰ von 2,4 bewertet (vgl. Abb. 19). Dieser Wert korrespondiert in etwa mit der Angabe der Unternehmer, welche die Parkplatzsituation mit **2,3** eingestuft haben. Grundsätzlich sind demnach gute Voraussetzungen für motorisierte Kunden in Schmölln vorhanden, da 71 % der Befragten die Parkplatzsituation mit gut bzw. sehr gut eingestuft haben.

Auf Nachfrage haben die Gewerbetreibenden die hohe Anzahl der Parkplätze und insbesondere die Gebührenfreiheit gelobt. Ferner wurde positiv das Parkdeck von Kaufland erwähnt, so dass gute Parkmöglichkeiten beim Einkauf von Lebensmitteln in der Innenstadt gegeben sind. Als negativ monierten die Unternehmer die geringe Anzahl der Parkplätze in Marktnähe (10 Äußerungen).

Abbildung 29: Benotung der Parkplatzsituation in Schmölln (n=55)



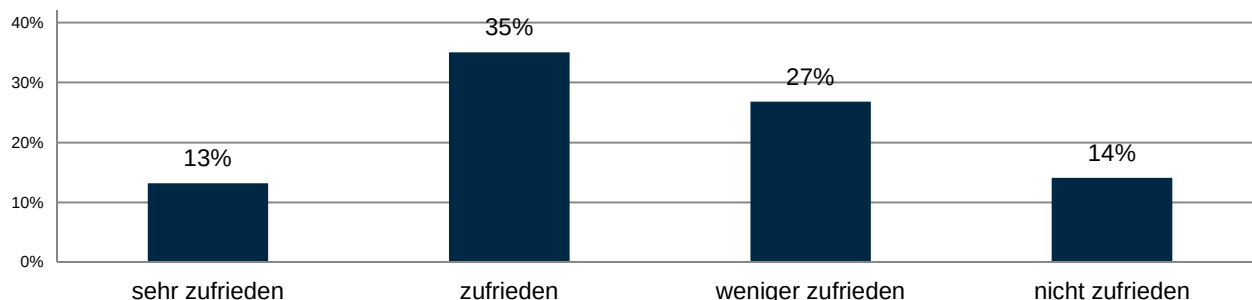
Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Auf die Frage nach der Einstufung der **Kundenzufriedenheit** mit dem Schmöllner Einzelhandel haben die Unternehmer dem lokalen Einzelhandel aus Kundensicht ein durchschnittliches Zeugnis ausgestellt. Der Großteil der Kundschaft ist laut Ansicht der Gewerbetreibenden mit dem Einzelhandel zufrieden, während jeweils nur ein geringer Teil der Konsumenten sehr zufrieden bzw. nicht zufrieden ist.

40 Die Benotung erfolgt gemäß folgendem Notensystem: 1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = ungenügend.

Demnach bestehen gute Ausgangsvoraussetzungen für den lokalen Handel, da dieser von einer gewissen Kundenzufriedenheit profitieren kann. Grundsätzlich sind jedoch noch Verbesserungspotenziale vorhanden, was aus den Anteilen der weniger (27 %) bzw. der unzufriedenen Kunden (14 %) resultiert.

Abbildung 30: Zufriedenheit der Kunden mit dem Schmöllner Einzelhandel (n=54)

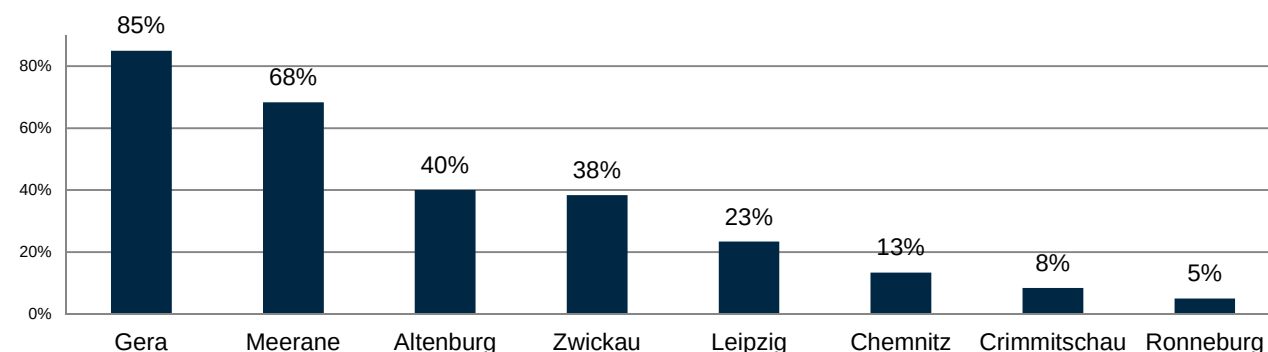


Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Die Unternehmer wurden nach den **Hauptkonkurrenten der Einkaufsstadt Schmölln** befragt. Hierbei wurde eindeutig auf Gera und Meerane verwiesen. Diese Angabe stimmt mit den Äußerungen der Kundenbefragung überein, da auch hier – insbesondere im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich (vgl. Abb. 21/22) – die meisten Nennungen auf diese beiden Städte entfielen.

Ferner sind auch Altenburg und Zwickau eine direkte Konkurrenz für den Schmöllner Einzelhandel. Die überregionalen Handelsstandorte Leipzig und Chemnitz werden trotz ihrer relativ hohen Entfernung ebenfalls von Schmöllner Kunden angefahren.

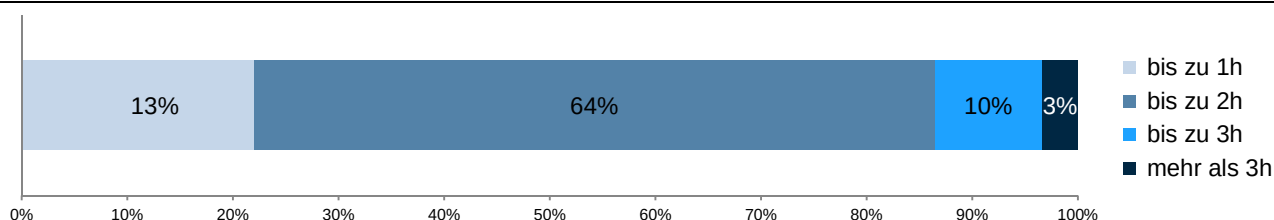
Abbildung 31: Einkaufsziele außerhalb von Schmölln (n=58, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Mit der Frage nach der **Aufenthaltsdauer in der Schmöllner Innenstadt** sollte ermittelt werden, ob sich die Kunden aus Sicht der Gewerbetreibenden eher zu Kurzaufenthalten in der Innenstadt befinden oder diese über einen längeren Zeitraum besuchen. Hierbei ist auch relevant, dass mit einer steigenden Aufenthaltsdauer auch höhere Ausgaben im Handel und auch in der Gastronomie einhergehen.

Abbildung 32: Aufenthaltsdauer in der Schmöllner Innenstadt (n=59)



Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

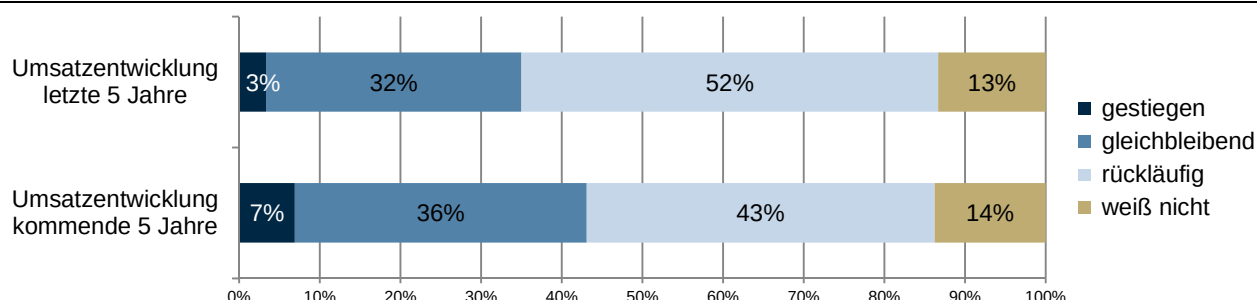
Der Großteil der Kundschaft hält sich laut Einschätzung der Schmöllner Unternehmer bis zu zwei Stunden in der Innenstadt auf. Als positiv ist insbesondere die Bewertung der längeren Aufenthalte von bis zu drei Stunden zu werten, die nach Einschätzung der Gewerbetreibenden einen Anteil von 10 % ausmachen.

Die vorstehende Einschätzung der Gewerbetreibenden zur Aufenthaltsdauer ihrer Kunden korrespondiert nicht mit deren Angaben. Die Auswertung der Konsumentenbefragung hat gezeigt, dass diese überwiegend (52 %) zu Kurzzeitbesuchen (bis zu einer Stunde) neigen. Ferner gaben nur 38 % der Konsumenten an, bis zu zwei Stunden in der Schmöllner Innenstadt zu verweilen (vgl. Abb. 17).

Zur Einschätzung der **Ertragskraft des Einzelhandels** wurde gefragt, wie die Unternehmer die Umsatzentwicklung des Schmöllner Einzelhandels allgemein in den letzten fünf Jahren einschätzen. Der Großteil der Befragten geht dabei von rückläufigen Umsätzen aus. Bei Analyse der statischen Angaben zum Einzelhandelsumsatz der Stadt Schmölln ist jedoch zu konstatieren, dass sich der Einzelhandelsumsatz in den letzten fünf Jahren mit durchschnittlich rd. 4 % p.a. erhöht hat⁴¹, so dass der „gefühlte“ Umsatzrückgang tatsächlich gesamtstädtisch nicht belegbar ist.

Für die nächsten Jahre gehen die befragten Unternehmer – im Vergleich zu der abgelaufenen Periode – von leicht optimistischeren Prognosen aus, wenngleich ein großer Teil der Befragten die Handelserlöse als weiter rückläufig einstuft.

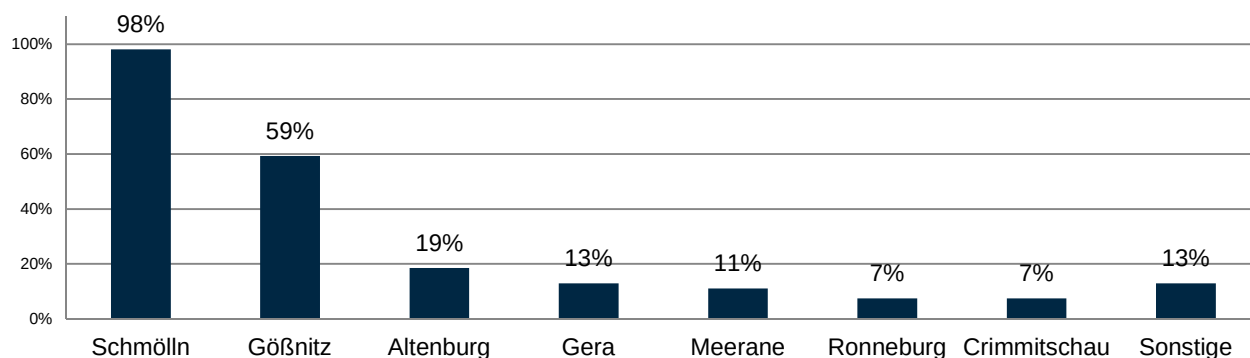
Abbildung 33: Einschätzung der Umsatzentwicklung des Einzelhandels allgemein (n=59/58)



Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Die folgende Frage nach dem **Marktgebiet der befragten Unternehmer** dient auch der Verifizierung des später definierten Einzugsgebiets des Schmöllner Einzelhandels (vgl. Pkt. 6.2). Der Großteil der Kundschaft stammt naturgemäß aus der Stadt Schmölln. Starke Einkaufsverflechtungen bestehen auch zur Nachbarstadt Gößnitz, die knapp 60 % der Gewerbetreibenden die Stadt zu ihrem Einzugsgebiet zählen. Somit umfasst der Haupteinzugsbereich diese beiden Orte sowie die ländlichen Gemeinden um Schmölln.

Abbildung 34: Einzugsgebiet der Schmöllner Unternehmen (n=58, Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

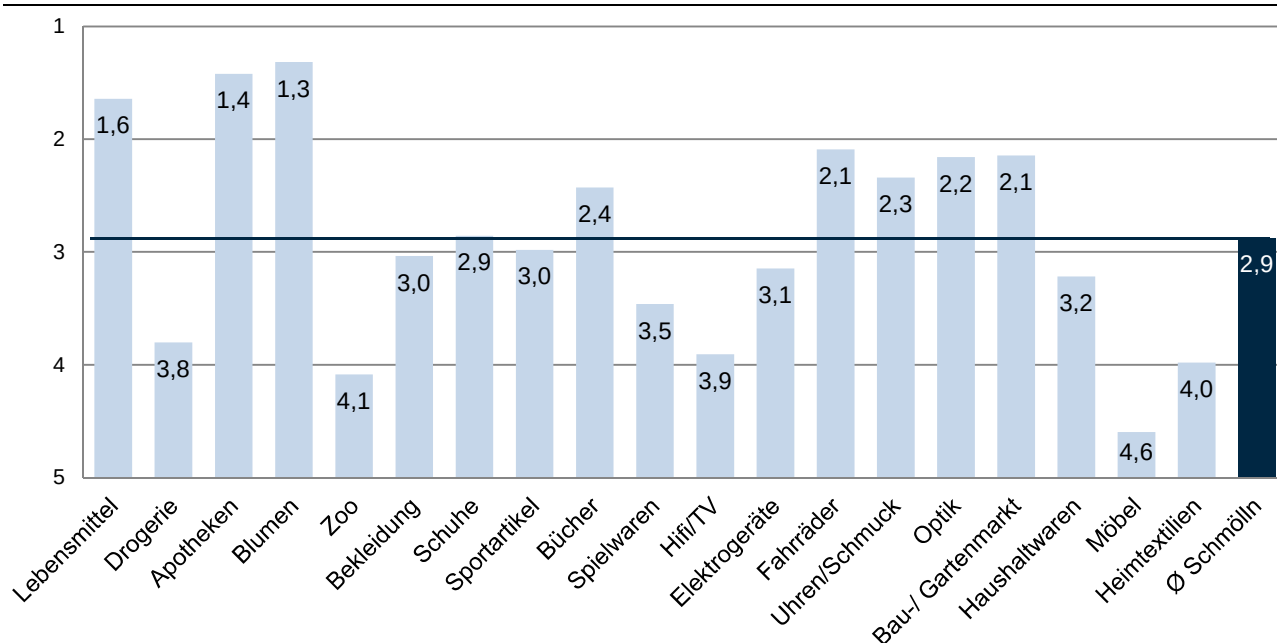
41 Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2005 / 2015

Weitere Kundenverflechtungen bestehen u.a. auch nach Altenburg, wobei Schmölln hierbei von der verkehrsgünstigen Lage zwischen der Kreisstadt und der Autobahn bzw. Gera profitieren kann. Die restlichen Orte führten befragten Unternehmen zwar als Marktgebiet auf, jedoch kamen diese Nennungen überwiegend von Nicht-Einzelhändlern.

Eine zentrale Frage, die für die spätere Ermittlung von möglichen weiteren Ansiedlungspotenzialen relevant ist, betrifft die **Einschätzung des Warenangebots** in den jeweiligen Einzelhandelsbranchen. Dabei haben die Gewerbetreibenden nach dem Schulnotensystem⁴² die jeweiligen Sortimente einzeln bewertet.

Im Gesamtmaßstab wurde ein Durchschnittswert von 2,9 erzielt, so dass das Warenangebot als befriedigend einzustufen ist. Die zusammengefasste Bewertung der einzelnen Branchen entspricht dabei fast der eingangs bereits abgefragten Benotung des Warenangebots, wo ein Durchschnittswert von 2,8 angegeben wurde (vgl. Abb. 27). Demnach spiegelt die Einzelbewertung der Branchen den „gefühlten“ Wert des gesamten Warenangebots wider und ist als plausibel zu beurteilen.

Abbildung 35: Branchenspezifische Beurteilung des Warenangebots von Schmölln (n=57)



Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Es wird deutlich, dass insbesondere in den Branchen Drogerie, Zoo, Spielwaren, Consumer Electronics, Möbel und Heimtextilien teilweise Defizite in Bezug auf das Warenangebot in Schmölln gesehen werden. Demzufolge ist bei der späteren Analyse des Einzelhandelsangebots speziell auf die Ausprägung dieser Branchen zu achten.

Auf der anderen Seite wird das Angebot in den nahversorgungsrelevanten Branchen Lebensmittel, Apotheke und Blumen sowie von Fahrrädern, Bau-/Gartenmarktartikeln, Optik und Uhren/Schmuck als positiv eingestuft, da die Benotung durchweg mit gut bzw. sehr erfolgt ist. Diese Branchen zählen somit zu den Magnetbranchen des Schmöllner Einzelhandels und besitzen eine hohe Kundenakzeptanz.

Nach der Benotung des branchenspezifischen Einzelhandelsangebots wurde eine Bewertung der **Attraktivität des Schmöllner Innenstadthandels** abgefragt. Die zusammengefasste Bewertung der einzelnen Faktoren liegt bei 2,6, so dass eine gute Bewertung der Attraktivität des Handelsangebots erfolgt ist.

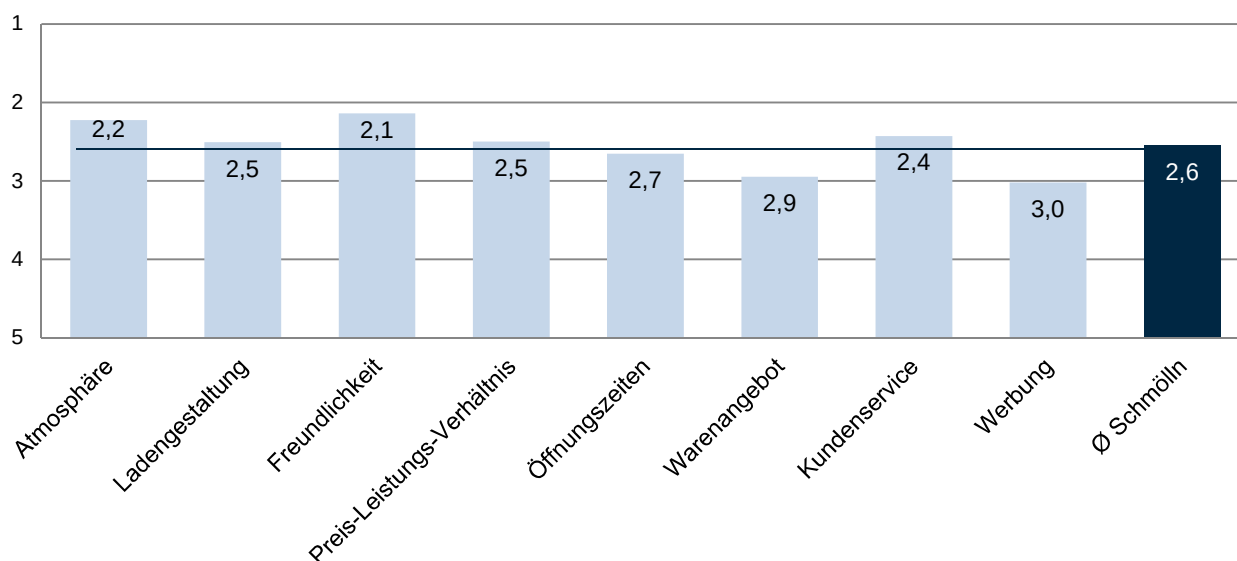
Die zusammengefasste Benotung der Einzelfaktoren entspricht dem Gesamtbild des Schmöllner Innenstadthandels, da hier der Faktor „Schmölln als Einkaufsstadt“ eingangs ebenfalls mit 2,6 bewertet wurde (vgl.

42 Die Benotung erfolgt gemäß folgendem Notensystem: 1 = sehr gut / 2 = gut / 3 = befriedigend / 4 = ausreichend / 5 = ungenügend.

Abb. 27). Demnach spiegelt sich in der Einzelbewertung der Gesamteindruck des Schmöllner Einzelhandels wider.

Als durchweg positive Faktoren sind die Einkaufsatmosphäre der Innenstadt, die Freundlichkeit des Personals und der Kundenservice zu sehen. Aus Sicht der Gewerbetreibenden bestehen Defizite u.a. bei den Öffnungszeiten, dem Warenangebot und der Werbung des innerstädtischen Handels. Somit werden an dieser Stelle die Stärken, aber auch die Entwicklungspotenziale des Innenstadthandels deutlich.

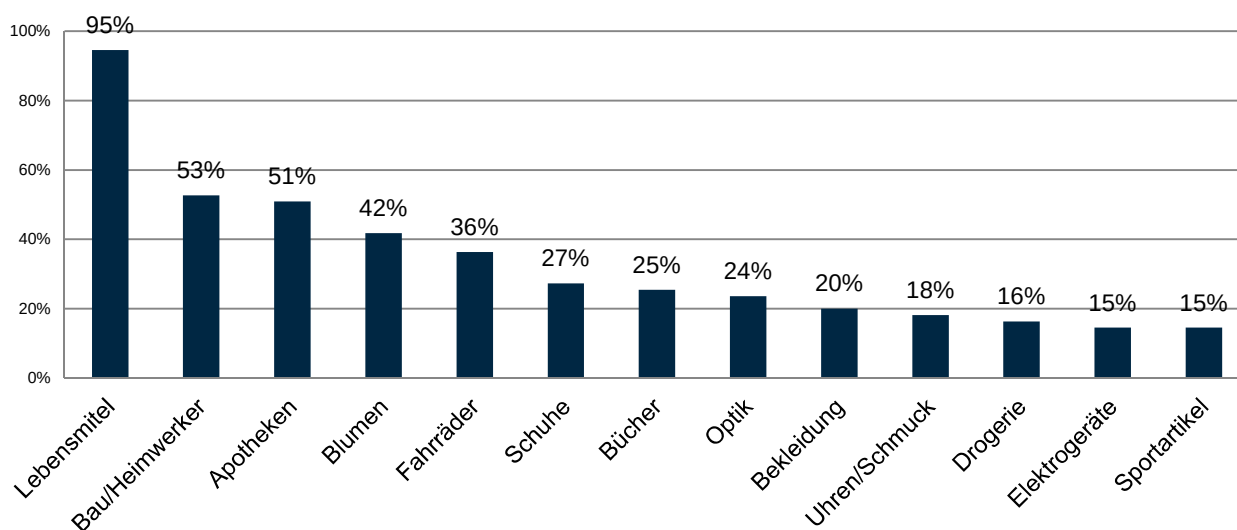
Abbildung 36: Bewertung der Attraktivität des Schmöllner Innenstadthandels (n=58)



Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Nachfolgend wurden die Einzelhandelsbranchen ermittelt, die aus Sicht der Unternehmer als **Magnetbranchen für Schmölln** fungieren. Hierbei wurde seitens der Gewerbetreibenden eindeutig die Lebensmittelbranche benannt, deren Sortiment die höchste Anziehungskraft auf die Verbraucher erreicht. Weiterhin erzielen die Branchen Apotheke und Blumen und die Baumarktbranche eine hohe Magnetwirkung.

Abbildung 37: Magnetbranchen des Schmöllner Einzelhandels (n=58, Mehrfachnennungen möglich)

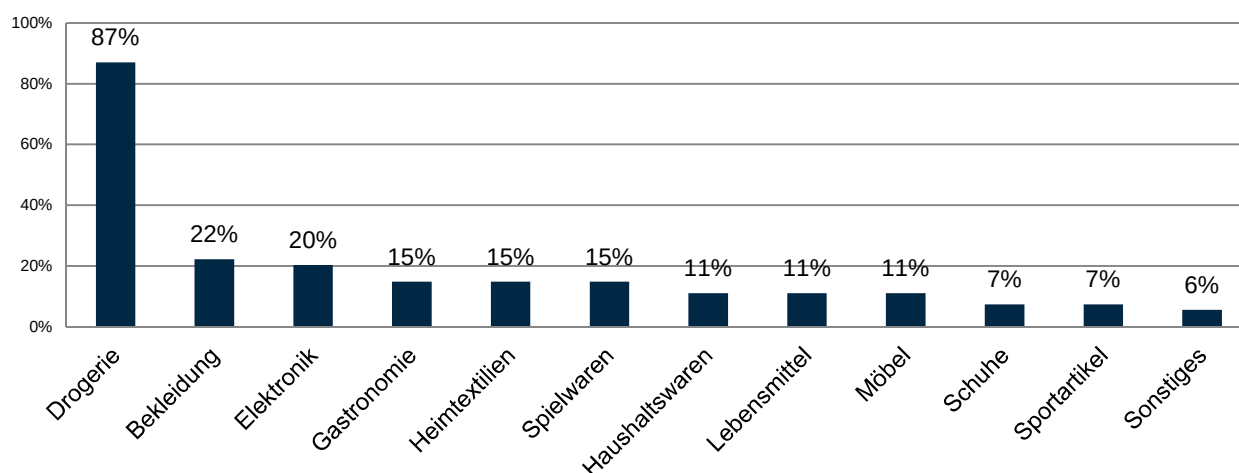


Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Den Abschluss der Befragung bildeten verschiedene offene Fragen, um mögliche Verbesserungen bzw. Maßnahmen zur Attraktivierung des Einzelhandels aus Sicht der Gewerbetreibenden zu ermitteln. Hierzu wurde gefragt, in welchen Branchen die Unternehmer **Ansiedlungsbedarfe** sehen.

Die Gewerbetreibenden nannten mehrheitlich notwendige Ansiedlungen in den Branchen Drogerie⁴³, Bekleidung und Consumer Electronics. Auffällig ist auch der Wunsch nach einer verbesserten Gastronomie, so dass in diesem Segment ebenfalls Ansiedlungspotenziale bestehen.

Abbildung 38: Ansiedlungsbedarfe im Schmöllner Einzelhandel (n=57 Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: Auswertung der Befragung der Gewerbetreibenden in Schmölln, Juni 2016

Die Angaben der Unternehmer korrespondieren mit den Ergebnissen der Kundenbefragung (vgl. Abb. 23). Hier wurde ebenfalls der Wunsch insbesondere nach den Branchen Drogerie, Bekleidung und Elektronik geäußert. Ferner wünschte sich auch ein großer Teil der befragten Konsumenten eine besser ausgeprägte Gastronomie (vgl. Abb. 24).

In einer weiteren offenen Frage wurde ermittelt, welche Maßnahmen aus Sicht der Gewerbetreibenden zur **Verbesserung des Standortumfelds** des jeweiligen Betriebes notwendig sind. Die Antworten, die hierauf gegeben wurden, lassen sich in folgende Komplexe zusammenfassen:

- Verbesserung der Begrünung und intensivere Pflege der Grünanlagen
- Ansiedlung von derzeit unterrepräsentierten Branchen in Schmölln
- Verbesserung der Straßenbeleuchtung, insbesondere am Markt
- Verbesserte Stadtmöblierung (bspw. Sitzbänke, Wegweiser)
- Ansiedlung von Einzelhandel in Gewerbegebietslagen
- Sonstige Maßnahmen (bspw. Ansiedlung Augenarzt, Erhöhung Lohnniveau)

Auf die Frage, welche **Unterstützung die Stadt Schmölln dem lokalen Einzelhandel** zukommen lassen kann, wurden zahlreiche verschiedene Antworten gegeben, die sich unter den folgenden Themenkomplexen⁴⁴ zusammenfassen lassen:

- Stadtentwicklung
 - Stärkung des innerstädtischen Handels, Belebung der Innenstadt, Ansiedlung von Handel im Zentrum, Förderung von Neugründungen

⁴³ Der auffällig hohe Befragungswert im Fall der Drogerie ist offenbar der derzeitigen öffentlichen Diskussion um die Wiederansiedlung eines Drogeriemarktes im Schmölln geschuldet.

⁴⁴ Anmerkung: Die verschiedenen Einzelmeinungen wurden an dieser Stelle nicht aufgeführt.

- Aufbau eines Stadtmarketings, Aktionen/Veranstaltungen auf dem Marktplatz
- Verzicht der Ansiedlung von Handel auf der Grünen Wiese
- Abbau Leerstand, Revitalisierung von Leerstandsobjekten
- Zusammenarbeit Stadtverwaltung und Einzelhandel
- Erreichbarkeit/Parken/ÖPNV
 - Mehr innerstädtische Parkplätze, insbesondere auf dem Markt, kulantere Gestaltung der Parkzeiten
 - Keine Behinderung der Lieferanten
 - Bessere Taktfrequenz der Busse
- Werbung
 - Gemeinsamer Werbeauftritt, bspw. im Stadtanzeiger, im Stadtraum oder darüber hinaus
 - Bessere Werbung im Stadtraum und auch außerhalb von Schmölln, bspw. durch Wegweiser
- Sonstiges
 - Einkauf der lokalen Bevölkerung in Schmölln
 - Stärkere Unterstützung des lokalen Einzelhandels

Zum Schluss wurde die Fragen nach **Wünschen oder Anregungen** bezüglich des Einzelhandels gestellt. Die verschiedenen Wünsche lassen sich wie folgt zusammenfassen:

- Einheitliche und verbesserte Öffnungszeiten
- Verbesserung Gastronomie, touristische und kulturelle Angebote
- Ansiedlung eines Drogeriemarktes
- Errichtung des Drogeriemarktes und von Aldi am Standort Heimstätte
- Verbesserte Online-Auftritte des Handels in Zusammenarbeit mit der Stadt und Digitalisierung
- Keine Billiganbieter

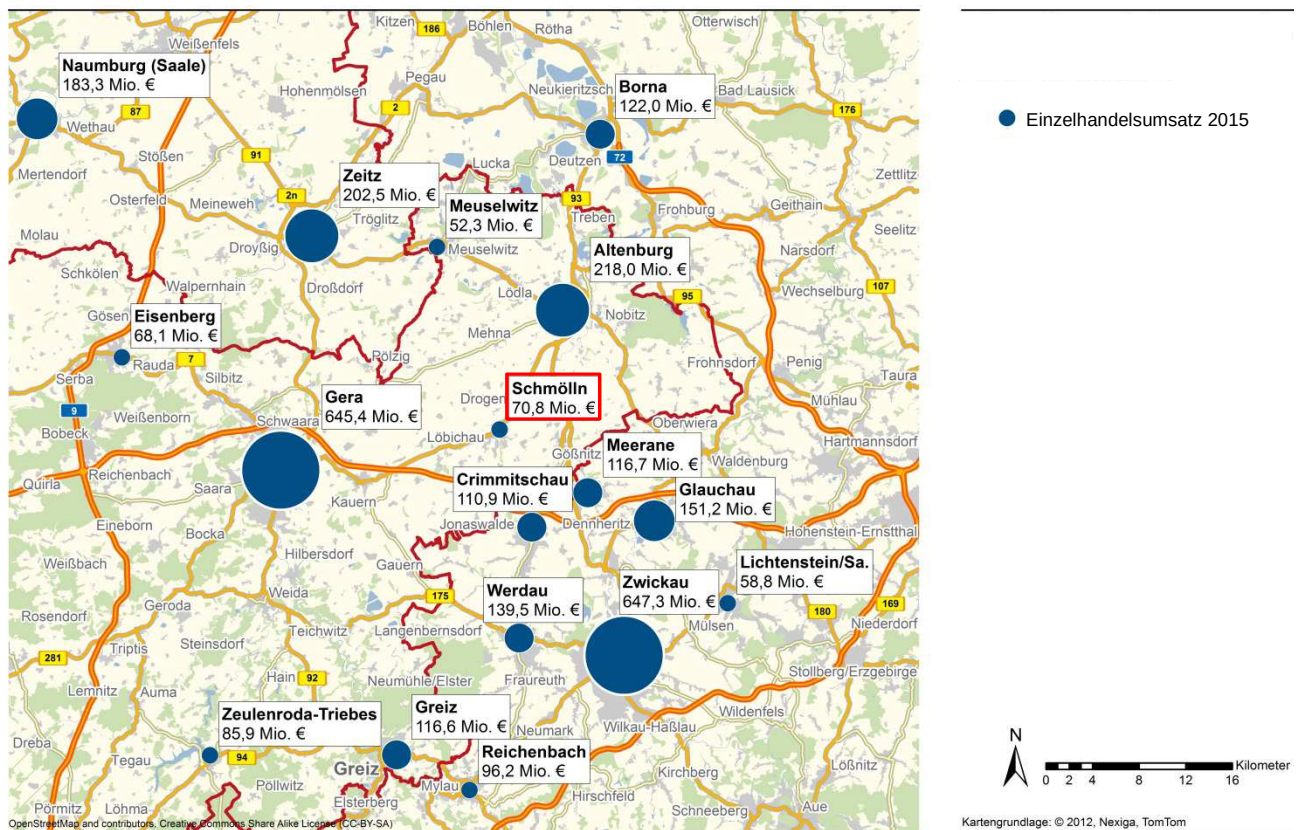
6. Einzugsgebiet und Nachfragevolumen des Schmöllner Einzelhandels

6.1. Regionale Wettbewerbssituation

Als Einzugsgebiet wird ein räumlich abgegrenzter Bereich definiert, aus dem Konsumenten regelmäßig Versorgungsangebote eines Ortes 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 Standorte aufsuchen.

Von besonderer Bedeutung für die Abgrenzung des Einzugsgebietes von Schmölln ist vor allem die **regionale Konkurrenzsituation**. Dabei limitieren insbesondere umliegende Städte, aber auch überregionale Einzelhandelsstandorte das Einzugsgebiet von Schmölln und stehen im Wettbewerb mit der Stadt.

Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Schmölln inkl. generierter Umsätze



Als überregionale Wettbewerbsstandorte sind die größeren Städte Gera und Zwickau, aber auch die Großstädte Chemnitz (EH-Umsatz 1.435 Mio. EUR)⁴⁵ und Leipzig (EH-Umsatz 3.066 Mio. EUR) einzustufen. Die regionalen Wettbewerbsstandorte, die das Einzugsgebiet von Schmölln beschränkten und mit der Stadt im direkten Wettbewerb stehen, sind vor allem Altenburg⁴⁶ und Meerane. Hierbei strahlt insbesondere Meerane auf die Konsumenten in Schmölln aus, was auf eine überdurchschnittlich attraktive und sehr gut erreichbare

⁴⁵ Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2015

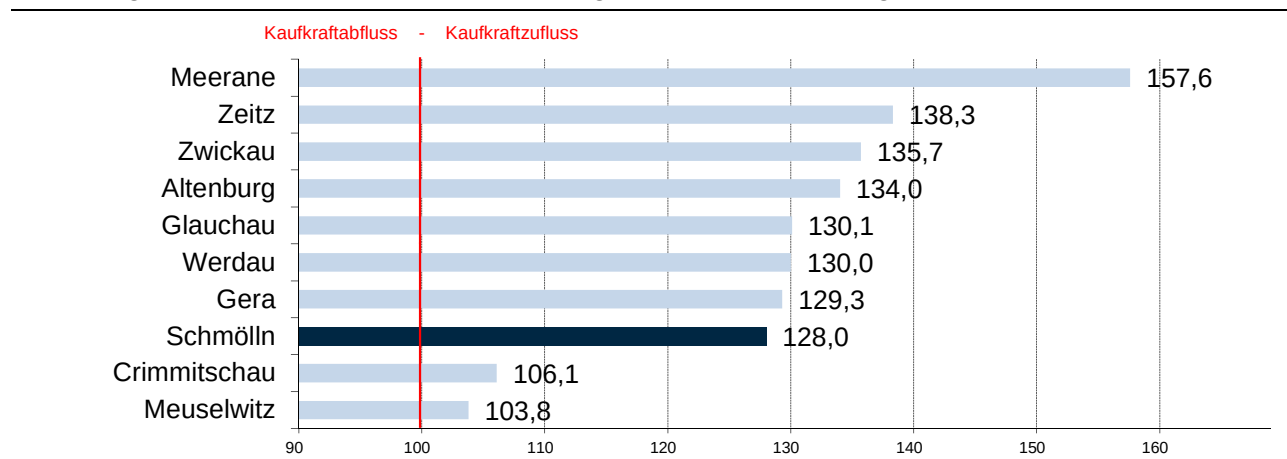
⁴⁶ Hierbei handelt es sich neben dem Altenburger Einzelhandelsangebot auch um die Fachmarkttagglomerationen in Windischleuba und in Nobitz.

Fachmarkttagglomeration⁴⁷ zurückzuführen ist. Die vorstehende Einschätzung wird auch durch die Ergebnisse der Kundenbefragung (vgl. Pkt. 5) bestätigt.

Die anderen, in Karte 4 dargestellten Orte im Umfeld von Schmöln, übernehmen vor allem eine Versorgungsfunktion für ihre jeweiligen lokalen Konsumenten und ihren Nahbereich.

Die vorstehende Karte verdeutlicht die generierten Umsätze in der jeweiligen Stadt im regionalen Umfeld von Schmöln. Die Umsatzwerte stellen jedoch lediglich einen absoluten Wert dar. Deshalb wird zusätzlich die **Einzelhandelszentralität**⁴⁸ untersucht, welche die Bindung der Einzelhandelsumsätze vor Ort unter Berücksichtigung der lokalen einzelhandelsrelevanten 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.⁴⁹

Abbildung 39: Einzelhandelszentralitäten ausgewählter Städte im regionalen Umfeld von Schmöln



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2015⁵⁰

Die Zentralitätskennziffer von Schmöln liegt bei rd. 128 und weist somit per Saldo einen Umsatzzufluss auf. Dies ist aus Sicht des örtlichen Einzelhandels positiv einzuschätzen, da per Saldo Kaufkraft nach Schmöln fließt. Folglich versorgt der lokale Einzelhandel einen Teil seines Umlandes mit.

Im direkten Umfeld von Schmöln besitzt insbesondere die Stadt Meerane (ca. 14.900 Ew.) eine hohe Kaufkraftbindung und rekrutiert auch einen großen Teil ihres Umsatzes von auswärtigen Kunden. Der Einzelhandel in den anderen umliegenden Städten (bspw. Gera oder Altenburg) kann ebenfalls hohe Zentralitätswerte induzieren und strahlt auf sein jeweiliges Umland aus.

47 In einer Fachmarkttagglomeration in Meerane (A4 Center), die sich südwestlich der Kernstadt in einer dezentralen Gewerbegebietslage befindet, sind u.a. die Anbieter Kaufland, Aldi, Getränkewelt, dm, Fressnapf, Mode Kress, AWG, Ernstings family, Takko, KIK, Deichmann, Mayers Schuhe, Intersport, Pfennigpfeiffer, Media Markt, OBI, Dehner und Dänisches Bettenlager angesiedelt. Die Gesamtverkaufsfläche dieser Handelsagglomeration beträgt rd. 31.000 m².

48 Die Zentralität errechnet sich aus dem Verhältnis des örtlichen Einzelhandelsumsatzes zur einzelhandelsrelevanten Kaufkraft. In der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft sind dabei auch die Ausgabevolumina für den E-Commerce enthalten.

49 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.

50 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.

6.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial

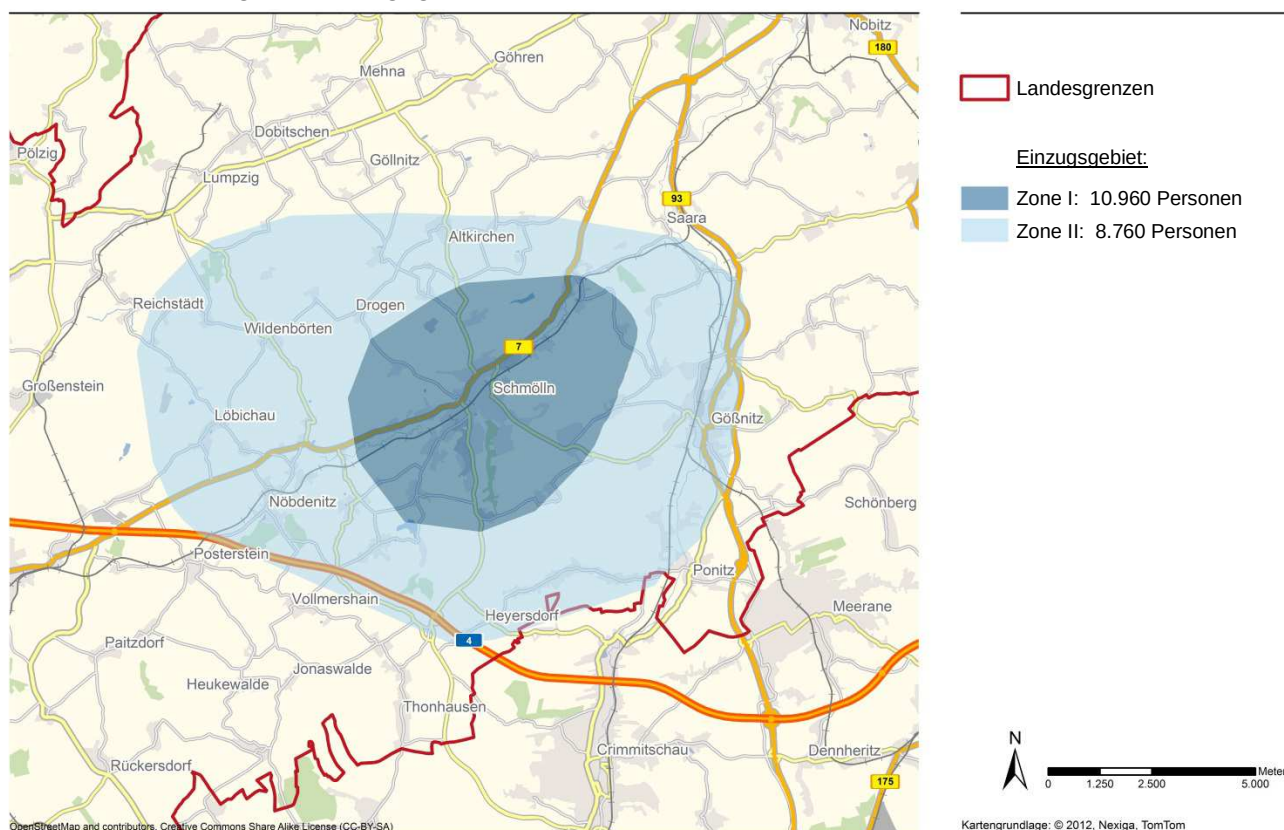
Die Definition des **Einzugsgebietes** des Schmöllner Einzelhandels bildet die Voraussetzung für die Ermittlung des Nachfragepotenzials. Die nachfolgende Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgt nach einem Gravitationsmodell, welches die Umlandausstrahlung von Städten auf Grundlage unterstellter Wechselwirkungen von Einzelhandelsattraktivität, jeweiliger örtlicher Bevölkerungszahl und räumlicher Entfernung zwischen Wettbewerbsstandorten bestimmt.

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

- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen von Schmölln (Fahrzeitradius),
- die zentralörtliche Funktion von Schmölln,
- die Verkehrsanbindung, topographische Besonderheiten bzw. infrastrukturelle Barrieren,
- die Ergebnisse der Befragung der Gewerbetreibenden nach ihrem Einzugsgebiet (vgl. Abb. 34) bzw. der Kunden nach Einkaufsalternativen außerhalb von Schmölln (vgl. Abb. 20-22),
- die regionale Einzelhandelssituation (vgl. Karte 4 bzw. Abb. 39) und
- das Schmöllner Einzelhandelsangebot und die Marktreichweiten von lokalen Einzelhandelsmagneten.

Unter besonderer Berücksichtigung der vorstehend dargelegten Kriterien wird nachfolgend das Einzugsgebiet von Schmölln zoniert.

Karte 5: Zonierung des Einzugsgebiets von Schmölln



Das Naheinzugsgebiet (Zone I) umfasst das Stadtgebiet von Schmölln inklusive der meisten Schmöllner Ortsteile. Aus diesem Bereich sind die bestehenden Einzelhandelsstandorte in Schmölln in einer kurzen Zeit- und Wegedistanz zu erreichen.

Das erweiterte Einzugsgebiet (Zone II) der Stadt Schmölln bilden die umliegenden Orte, aus denen Schmölln innerhalb von circa zehn Minuten erreicht werden kann. Diesen Bereich limitieren vor allem die leistungsfähigen Einzelhandelsstandorte wie Meerane, Altenburg und Gera, da der Einzelhandel in diesen Orten auf die Konsumenten in Schmölln bzw. dem Umfeld der Stadt ausstrahlt. Die Bindungsintensität des Schmöllner Einzelhandels wird hier – auch in Zukunft – nur geringe Werte erreichen.

Folgende Tabelle stellt zusammenfassend das **Konsumentenpotenzial** dar, wobei die Stadt Schmölln in ihrem Einzugsbereich auf maximal knapp 20.000 Personen zurückgreifen kann.

Tabelle 3: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet von Schmölln

	Einwohner
Zone I	10.960
Zone II	8.760
Gesamt	19.720

Quelle: BBE Handelsberatung (GIS Nexiga)

Auf Grund des interkommunalen Wettbewerbs sowie 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 Schmölln stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet der Stadt Schmölln endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Die umliegenden Gebiete sind jedoch nicht zum Marktgebiet von Schmölln zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits verstärkte Einflüsse von Konkurrenzstandorten (vgl. Karte 4) zu beobachten sind.

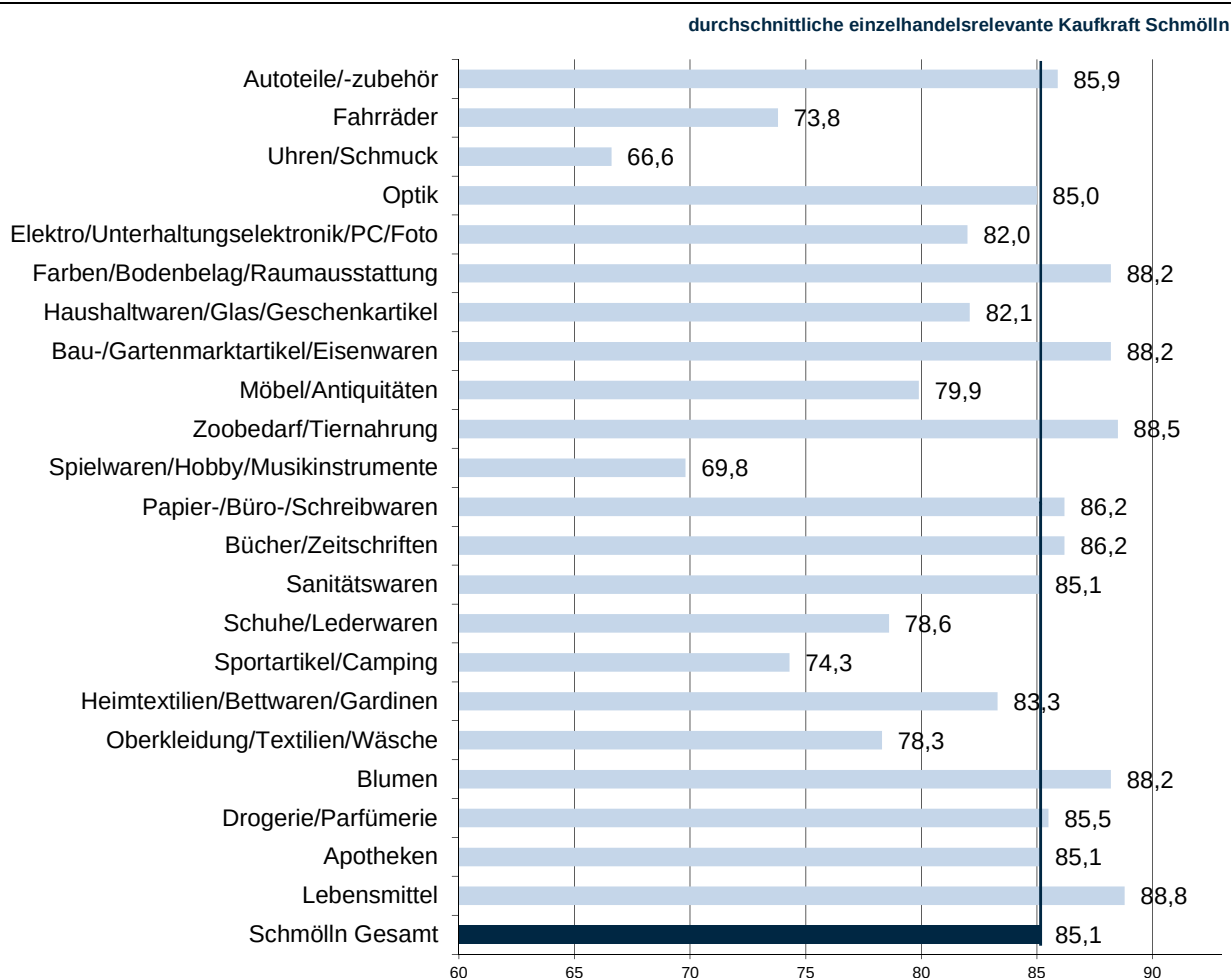
Für den Schmöllner Einzelhandel ist jedoch mit weiteren Umsatzpotenzialen zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** (d.h. diffuse Umsätze ohne direkten Ortsbezug) resultieren. Diese Erlöse ergeben sich vor allem durch Kunden von außerhalb des Einzugsgebietes, wobei diese Streuumsätze aus keinen dauerhaften oder ausgeprägten Einkaufsbeziehungen resultieren. Diese Erlöse können hinsichtlich der Herkunft nicht genau lokalisiert werden und ergeben sich bspw. aus sporadischen Einkäufen von Reisenden, aus Pendlerströmen oder von Zufallskunden.

6.3. 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 Branche⁵¹ ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffer**⁵² an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentsspezifische 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 einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 11). Durch die sortimentsspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.⁵³

Abbildung 40: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Schmölln



Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2015 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

51 Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2015 / Ergänzungen und Berechnungen der BBE Handelsberatung.

52 Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2015.

53 Hinsichtlich der unterschiedlichen demographischen und auch einkommensseitigen Determinanten weichen die sortimentsspezifischen Kaufkraftkennziffern teilweise deutlich von der durchschnittlichen Kaufkraft einer Stadt oder einer Region ab. Dies wird auch in Schmölln deutlich, da innerhalb der einzelnen Branchen teilweise deutliche Spreizungen bestehen.

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** der einzelnen Orte in dem abgegrenzten Einzugsgebiet multipliziert, so dass sich das nachfolgende einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen für das Marktgebiet des Schmöllner Einzelhandels errechnet.⁵⁴

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für das Marktgebiet von Schmölln

		Marktpotenzial		
		Zone I	Zone II	Gesamt
		Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
1	Lebensmittel	22,46	17,90	40,36
2	Apotheken	5,06	4,01	9,07
3	Drogerie/Parfümerie	3,19	2,51	5,70
4	Blumen	0,62	0,51	1,13
	Summe kurzfristiger Bedarf	31,33	24,93	56,26
5	Oberkleidung/Wäsche	4,53	3,53	8,06
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	0,83	0,64	1,47
7	Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe	0,80	0,61	1,41
8	Schuhe/Lederwaren	1,04	0,81	1,85
9	Sanitätswaren	0,81	0,64	1,45
10	Bücher/Zeitschriften	0,95	0,76	1,71
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	0,84	0,67	1,51
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	0,73	0,57	1,30
13	Zoobedarf/Tiernahrung	0,50	0,40	0,90
	Summe mittelfristiger Bedarf	11,03	8,63	19,66
14	Möbel/Antiquitäten	3,14	2,43	5,57
15	Baumarktartikel/Eisenwaren	3,83	3,15	6,98
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	1,01	0,80	1,81
17	Farben/Bodenbelag/Raumausstattung	0,77	0,64	1,41
18	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	4,89	3,84	8,73
19	Optik	0,49	0,40	0,89
20	Uhren/Schmuck	0,54	0,41	0,95
21	Fahrräder	0,31	0,24	0,55
22	Autoteile/-zubehör/-reifen	0,47	0,36	0,83
	Summe langfristiger Bedarf	15,45	12,27	27,72
Gesamtes Marktpotenzial		57,81	45,83	103,64

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁵⁴ 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.

7. Einzelhandelsanalyse der Stadt Schmölln

7.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsflächen im Mai 2016 im Rahmen einer Vollerhebung in Schmölln aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Branche zugeordnet (vgl. auch Methodik in Anlage 3). Nach der Aufnahme der aktiven Verkaufsflächen⁵⁵ erfolgte die Auswertung der primärstatistischen Daten nach räumlichen und sachlichen Kriterien.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung war in Schmölln ein Bestand von 92 Arbeitsstätten des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von rd. 19.200 m². Folgende Tabelle fasst überblicksartig die Entwicklung der letzten fünf Jahre zusammen.

Tabelle 5: Betriebe und Verkaufsflächen in Schmölln im Zeitvergleich

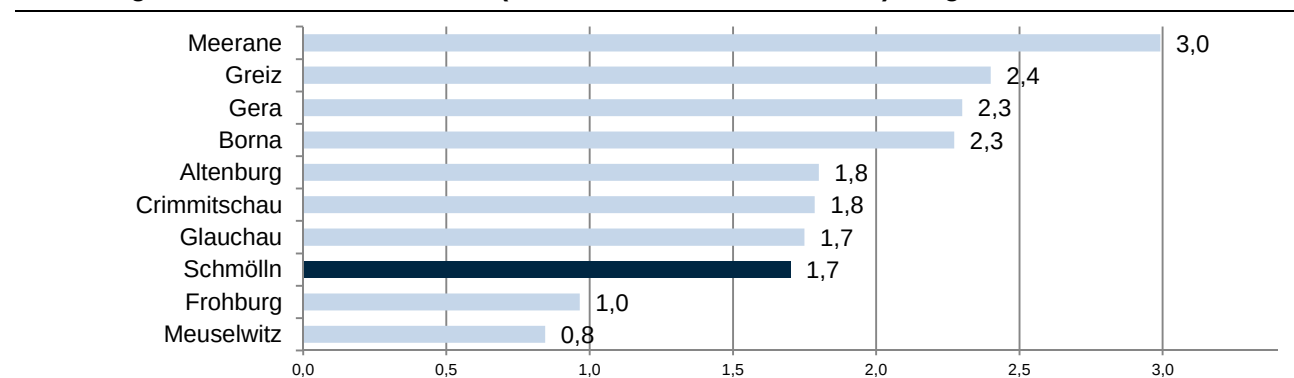
	Verkaufsfläche	Betriebe	Ø Betriebsgröße	Verkaufsflächendichte ⁵⁶
	m ²	abs.	m ² /Betrieb	m ² /Einwohner
2011	19.810			1,6
2016	19.160	92	~210	1,7

Quelle: Industrie- und Handelskammer Ostthüringen zu Gera, Großflächiger Einzelhandel in der Region Ostthüringen 2011, BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

In Schmölln ist – entgegen dem deutschlandweiten Trend (vgl. Abb. 5) – die Gesamtverkaufsfläche in den letzten fünf Jahren geringfügig um rd. 3 % abgeschmolzen. Neben verschiedenen kleineren Handelsbetrieben haben sich auch großformatige Anbieter⁵⁷ vom Standort Schmölln zurückgezogen.⁵⁸

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** liegt in Schmölln mit rd. 1,7 m² Verkaufsfläche je Einwohner auf einem konstanten Niveau, da sich dieser Wert in den letzten Jahren nicht signifikant verändert hat. Folgende Übersicht stellt diese Kennzahl im Vergleich mit ausgewählten Städten dar.⁵⁹

Abbildung 41: Verkaufsflächendichte (m² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen und Berechnungen

⁵⁵ Auftragsgemäß ist keine Erhebung des bestehenden Leerstandes in Schmölln erfolgt.

⁵⁶ 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.

⁵⁷ Beispielhaft sind hier die Absiedlungen von Penny (Sommeritzer Straße) und von Rossmann (Markt) zu nennen.

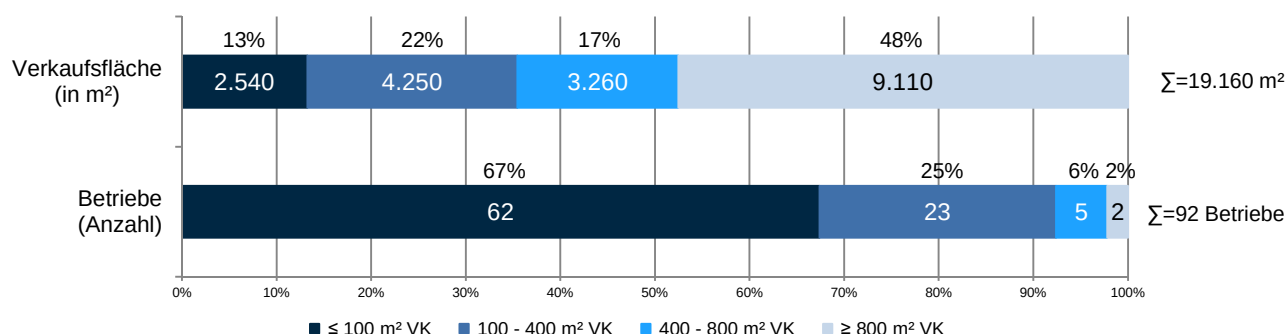
⁵⁸ Die Anzahl der Handelsbetriebe ist in Schmölln ebenfalls – wie im Bundesdurchschnitt (vgl. Abb. 5) – zurückgegangen. Eine zahlenmäßige Auswertung ist nicht möglich, da die Anzahl der im Jahr 2011 vorhandenen 147 Einzelhandelsbetriebe (Quelle: IHK Ostthüringen zu Gera, Großflächiger Einzelhandel in der Region Ostthüringen 2011, Pkt. 3.3) zu hoch bzw. nicht plausibel erscheint.

⁵⁹ 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.

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung von Schmölln ist – unabhängig von einer branchenspezifischen Betrachtung – mit dem bundesdeutschen Ausstattungswert von rd. 1,5 m² Verkaufsfläche pro Einwohner vergleichbar. In Relation zu anderen Orten im regionalen Umfeld erreicht Schmölln einen geringeren Ausstattungsgrad. Bei der Betrachtung der Verkaufsflächendichte muss beachtet werden, dass alle erhobenen Bestandsdaten in der Erhebungseinheit Schmölln zusammengefasst werden. Eventuelle rechnerische Defizite in einer Branche können also durch andere Branchen wieder ausgeglichen werden.

Die **Größenstruktur des Einzelhandels** bzw. der einzelnen Ladengeschäfte ist ein 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 Schmöllner Einzelhandelsbesatzes nach Größenklassen ergibt sich folgendes Bild:

Abbildung 42: Betriebsgrößenklassen des Schmöllner Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

Die Verkaufsflächenstruktur ist in Schmölln durch überwiegend kleinformatige Einzelhandelsgeschäfte geprägt, da 67 % und somit der Großteil der 92 Einzelhandelsgeschäfte eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur ca. 40 m² je Laden.

Demgegenüber besitzen die großformatigen Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche ab 400 m², die einen Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe von lediglich rd. 8 % haben, mit einer Verkaufsfläche von rd. 12.370 m² einen Anteil von rd. 65 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

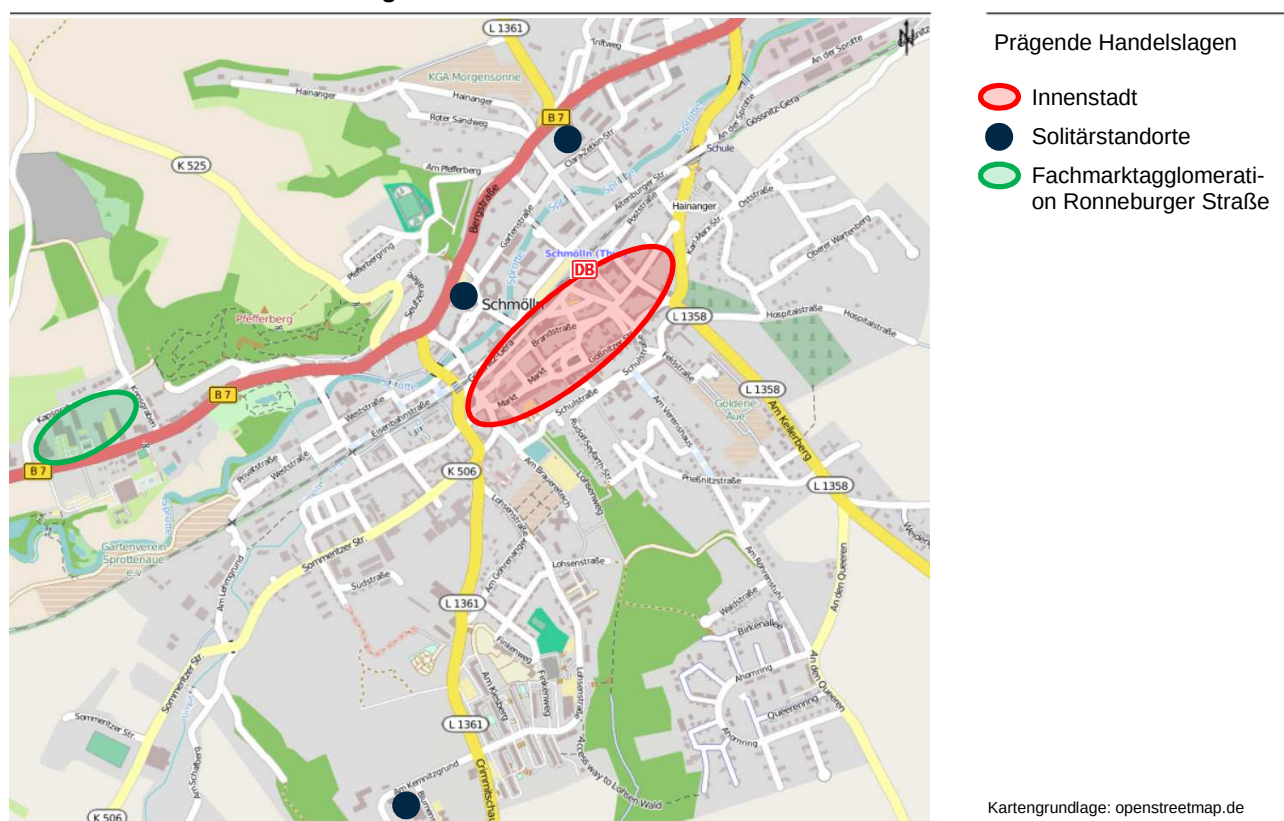
In der Größenklasse zwischen 100 bis 400 m² je Laden vereinen die 23 Betriebe eine Verkaufsfläche von knapp 4.300 m² der gesamtstädtischen Fläche auf sich. Der Anteil der Geschäfte dieser Betriebsgrößenklasse könnte höher ausfallen, da gerade diese Flächengröße i.d.R. durch attraktive Handelskonzepte – insbesondere der Modebranche – belegt wird.

7.2. Räumliche Angebotsstruktur des Schmöllner Einzelhandels

In Bezug auf die **räumliche Verteilung** des Schmöllner Einzelhandelsangebots wird eine Untergliederung nach der Innenstadt, der Fachmarkttagglomeration⁶⁰ an der Ronneburger Straße und innerörtlichen Solitärstandorten vorgenommen. Das Angebot in innerstädtischen Streulagen und in den peripheren Ortsteilen spielt flächenseitig eine untergeordnete Rolle.

Folgende Karte skizziert die prägenden Einzelhandelsangebote in Schmölln.

Karte 6: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Schmölln



Die mit Abstand meisten Handelsbetriebe haben ihren Standort in der Schmöllner Innenstadt. Das Angebot, das rd. 6.700 m² Verkaufsfläche umfasst, befindet sich maßgeblich in der innerstädtischen Hauptgeschäftslage am Markt bzw. in direkt angrenzenden Lagen. Mit Ausnahme von Kaufland (rd. 3.000 m²) ist das Angebot ausschließlich durch kleinteilige Fachgeschäfte geprägt, was auf die bestehenden kompakten Bebauungsstrukturen der Innenstadt zurückzuführen ist. Der Einzelhandel ist auf sog. zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert. In Bahnhofsnähe sind weitere Handelsbetriebe adressiert, wobei nur geringe fußläufige Austauschbeziehungen zum Hauptgeschäftsbereich existieren.

Im Vergleich zu anderen Thüringer Kleinstädten stellt die innerstädtische Bestandssituation eine städtebauliche Besonderheit dar. Dies resultiert aus folgenden Gegebenheiten:

- Direkt am Markt befindet sich mit Kaufland ein großformatiger Lebensmittelmarkt, der eine – aus Kundensicht – hochattraktive Lebensmittelversorgung anbietet und für eine hohe Grundfrequenz sorgt. Der Markt ist in die innerstädtischen Bebauungsstrukturen implementiert und trägt maßgeblich zur Funktionsfähigkeit der Innenstadt bei.

- Die Parkplatzsituation ist in Schmölln als sehr gut zu bewerten, da u.a. direkt am Markt, im betriebs-eigenen Parkdeck von Kaufland und dem Parkplatz am Brauereiteich sehr gute Pkw-Abstellmöglichkeiten bestehen. Dies wird auch in der Befragung der Konsumenten und Gewerbetreibenden bestätigt.
- In Schmölln sind derzeit nur zwei größere Handelsbetriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten⁶¹ (Ausnahme nahversorgungsrelevante Sortimente) in einer dezentralen bzw. autokundenorientierten Lage entwickelt worden. Demnach steht dem Innenstadthandel kein überdimensioniertes Angebot an dezentralen Standorten (wie bspw. in Meerane) gegenüber, so dass positive Ausgangsvoraussetzungen für die Weiterentwicklung des Schmöllner Einzelhandels – insbesondere in der Innenstadt – bestehen.

In Schmölln sind drei Solitärstandorte vorhanden. Hierbei handelt es sich um zwei Standorte in der Bergstraße (Aldi/ Netto) und den peripheren Standort Kemnitzgrund (Leitermann). Bezüglich des Besatzes mit großformatigen Handelsbetrieben nimmt diese Standortkategorie mit rd. 8.100 m² einen hohen Flächenanteil von rd. 42 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein.

In der Fachmarkttagglomeration (FMA) an der Ronneburger Straße ist eine Verkaufsfläche von rd. 2.100 m² vorhanden. Diese wird vor allem durch fachmarkttypische Angebotsformate (Lidl, Getränkemarkt Huster/Donat, NKD, K&K Schuhe, Fahrrad Gerth) belegt. Im Standortverbund zum Getränkemarkt Donat befindet sich mit dem ehemaligen, derzeit leerstehenden Lidl-Markt noch eine Angebotsreserve.

Der vorstehend kurz skizzierte Einzelhandelsbestand wird durch verschiedene, meist kleinteilige Einzelhandelsgeschäfte in Streulagen⁶² arrondiert. Eine gewisse, wenn auch geringe Verdichtung von Handelsbetrieben ist an der Sommeritzer Straße und an der Altenburger Straße zu beobachten.

In drei peripheren Ortsteilen sind weitere Einzelhandelsanbieter vorhanden. Als größte Anbieter fungieren dabei der Landhandel in der Thomas-Müntzer-Siedlung und der KSN Baufachmarkt in Nitzschka.⁶³

Folgende Übersicht stellt zusammenfassend den Einzelhandelsbesatz der Stadt Schmölln nach Versorgungslagen dar.

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Schmölln nach Lagen

Versorgungslagen	Verkaufsfläche		Anzahl Geschäfte		Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb
	m ²	%	abs.	%	
Innenstadt (gesamt)	6.730	35	58	63	~120
Solitärstandorte	8.120	42	5	5	~1.620
FMA Ronneburger Straße	2.140	11	7	8	~310
Innerstädtische Streulagen	1.270	7	18	20	~70
Ortsteile	900	5	4	4	~220
Gesamt	19.160	100	92	100	~210

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

⁶¹ Hierbei handelt es sich um einen Textil- und einen Schuhfachmarkt in der Fachmarkttagglomeration an der Ronneburger Straße.

⁶² Als Streulagen sind als nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

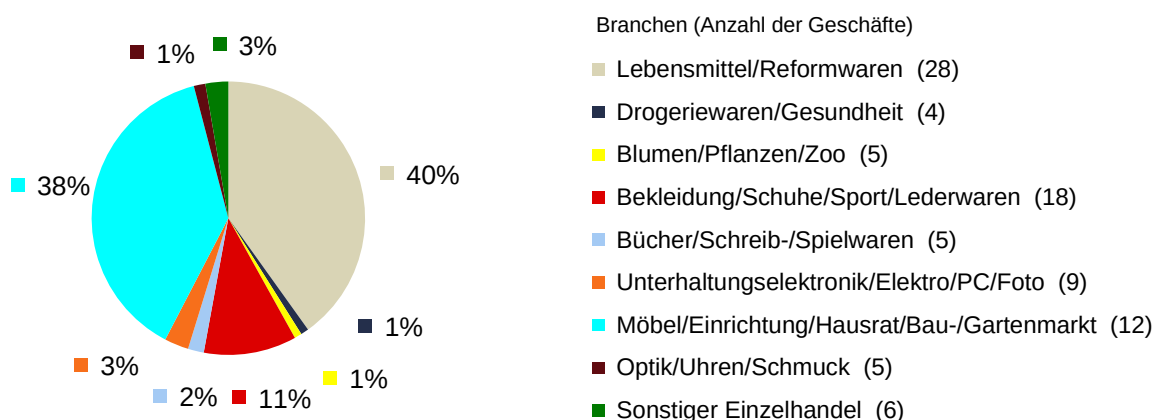
⁶³ Bei der Verkaufsfläche des Baufachmarktes KSN wurden lediglich die Innenflächen berücksichtigt. Die Freiflächen, die mit Baustoffen belegt sind, flossen nicht in die Verkaufsflächenenerhebung ein.

7.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

7.3.1. Sortimentsstruktur Schmölln

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Schmölln (rd. 19.160 m² VK) werden die einzelnen Betriebsstätten je nach Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Branche zugeordnet.⁶⁴ Es ist in Schmölln aktuell folgende Verkaufsflächenstruktur vorhanden:

Abbildung 43: Verkaufsflächenstruktur Schmölln



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 7.700 m²) wird in Schmölln durch die **Lebensmittelbranche** eingenommen, in der auch mit Abstand die größte Anzahl der Betriebe vorhanden ist. Einerseits wird diese Branche durch großformatige Lebensmittelmärkte geprägt, andererseits gibt es auch zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Nahrungsmittelhandwerker).

Einen weiteren Angebotsschwerpunkt bildet mit rd. 7.300 m² die **Einrichtungsbranche**, die durch den Baumarkt Leiterrmann geprägt ist. Weitere, meist kleinteilige Betriebe ergänzen dieses Angebot, so dass für die Stadtgröße eine attraktive Auswahlvielfalt vorhanden ist.

Weiterhin stellt die **Modebranche**, die als Leitbranche fungiert und wesentlich die Attraktivität einer Stadt mit prägt, mit rd. 2.100 m² einen wichtigen flächenseitigen Angebotsbaustein dar. In der Branche existiert mit 18 Geschäften für die örtlichen Verhältnisse eine hohe Vielfalt.

Die restlichen Branchen erreichen zwar nur vergleichbar geringe Flächenanteile, stellen jedoch zur Abrundung der vorstehenden Branchen einen wichtigen Faktor dar.

Die Sortimentszusammensetzung von Schmölln ist im interkommunalen Vergleich⁶⁵ eine Übliche, da i.d.R. die beiden flächenintensiven Sortimente der Lebensmittel und der Einrichtungsbranche – gefolgt von den modischen Sortimenten – grundsätzlich die höchsten Flächenanteile in ähnlich großen Städten einnehmen.

⁶⁴ 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 Gewichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Als Beispiele sind der Kaufland-Verbrauchermarkt bzw. der Leiterrmann-Baumarkt in Schmölln zu nennen. Die Randsortimente besitzen dabei i.d.R. eine Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments.

⁶⁵ Eine direkte Vergleichbarkeit von Einzelhandelsstrukturen von Städten ist grundsätzlich nicht möglich, da diese über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen, Einzugsgebiete etc. verfügen.

7.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich

Zur besseren Strukturierung der Flächen werden die einzelnen Branchen in Bedarfsbereiche (nach der Häufigkeit der Nachfrage, vgl. Anlage 3) unterteilt und einer kurzen Analyse unterzogen.

Tabelle 7: 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	7.690	28	~270	0,68
Apotheken	110	3	~40	0,01
Drogerie/Parfümerie	70	1	~70	0,01
Blumen	170	5	~30	0,01
Gesamt	8.040	37	~220	0,71

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

In Schmölln ist im **Lebensmitteleinzelhandel** aktuell eine Verkaufsfläche von ca. 7.700 m² vorhanden. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte ist im interkommunalen Vergleich mit rd. 0,68 m² pro Einwohner als relativ hoch zu bewerten⁶⁶, so dass ein ausreichendes flächenseitiges Angebot vorhanden ist. In dieser Branche hat sich bereits im Jahr 2015 eine Flächenreduktion von rd. 600 m² ergeben, da sich der Penny-Markt in der Sommeritzer Straße abgesiedelt hat.

Die aktuelle Angebotsstruktur weist eine für die Stadtgröße ausgewogene Mischung aus den Betriebstypen Verbrauchermarkt und Discounter (vgl. Betriebstypendefinition in Anlage 4) auf, die im Kernstadtgebiet von Schmölln liegen. Ergänzt werden diese Anbieter durch kleinstrukturierte Lebensmittelanbieter (v.a. Bäcker/Fleischer) und Getränkemärkte.

In Schmölln sind derzeit drei **Apotheken** mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 100 m² vorhanden. Auf Basis der Einwohnerzahl von Schmölln errechnet sich eine sogenannte Apothekendichte von ca. 3.800 Einwohnern pro Apotheke. Dieser Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 3.900 Ew. pro Apotheke)⁶⁷ bzw. auch zum Landesdurchschnitt (rd. 3.800 Ew. pro Apotheke) einen guten bzw. üblichen Ausstattungsgrad dar, so dass Schmölln ein ausreichendes Angebot besitzt. Die Darstellung der einzelnen Apotheken ist unter qualitativen Gesichtspunkten durchgängig als sehr gut zu bewerten.

In der Branche **Drogerie-/ Parfümeriewaren** ist seit der Absiedlung von Schlecker (2012) und Rossmann (2014) kein Angebot mehr in Schmölln vorhanden. Die Nachfrage nach diesen Produkten wird von Anbietern des lokalen Lebensmittelhandels⁶⁸ und in Drogeriemärkten außerhalb von Schmölln (bspw. in Gera, Altenburg, Meerane) gedeckt. In der Schmöllner Innenstadt existiert eine Fachparfümerie, die im Bereich der Depotkosmetik ein attraktives Parfümerieangebot im gehobenen und spezialisierten Bereich führt.

In Schmölln existiert im Sortimentsbereich **Blumen** ein aktuelles Flächenangebot von rd. 170 m². Das Angebot verteilt sich auf diverse, vor allem kleinere Blumengeschäfte (Ø Betriebsgröße = 30 m²/Geschäft), die über die gesamte Stadt verstreut liegen. Das Gesamtangebot ist insbesondere auf Grund der meist leistungsstarken Floristikfachgeschäfte als gut einzustufen.

66 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. 0,42 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

67 Quelle: ABDA - Bundesvereinigung, Deutscher Apothekerverbände, Die Apotheke - Zahlen, Daten, Fakten 2015.

68 Alle Lebensmittelmärkte in Schmölln führen im Randsortiment Drogeriewaren. Das größte Angebot ist im Kaufland-Verbrauchermarkt vorhanden, dessen Drogeriewarenabteilung knapp 300 m² umfasst.

7.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich

Nachstehend erfolgt eine Kurzeinschätzung des Angebots im sog. mittelfristigen Bedarfsbereich. Grundsätzlich ist bei der Bewertung zu beachten, dass es sich bei Schmölln um eine Kleinstadt handelt, so dass naturgemäß bezüglich des geringeren Nachfragepotenzials auch für den Einzelhandel gewisse flächenseitige Entwicklungsgrenzen gesetzt sind.

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

Tabelle 8: 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	1.270	11	~120	0,11
Heimtextilien/Kurzwaren	140	3	~50	0,01
Sportartikel/Camping	150	1	~150	0,01
Schuhe/Lederwaren	530	3	~180	0,05
Sanitätswaren	140	2	~70	0,01
Bücher/Zeitschriften	100	2	~50	0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	140	2	~70	0,01
Spielwaren	120	1	~120	0,01
Zoobedarf	0	0	-	0,00
Gesamt	2.590	25	~100	0,22

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

Das Angebot an **Bekleidung** stellt hinsichtlich seiner Magnetfunktion einen wesentlichen Attraktivitätsfaktor für eine (Innen-)Stadt dar. In Schmölln führen derzeit 11 Geschäfte auf rd. 1.300 m² VK dieses Sortiment. Die Textilgeschäfte sind mit Ausnahme eines Textilfachmarktes (NKD in der Ronneburger Straße) in der Schmöllner Innenstadt verortet, so dass hier funktionsgerecht der Angebotsschwerpunkt vorhanden ist. Das innerstädtische Angebot ist dabei durch inhabergeführte Geschäfte gekennzeichnet, die auf Grund ihrer meist höherwertigen Ausstattung sowie Spezialisierung einen wichtigen Attraktivitätsfaktor für die Schmöllner Innenstadt darstellen. Die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte von rd. 0,1 m² Verkaufsfläche pro Einwohner ist im interkommunalen Vergleich⁶⁹ als niedrig einzustufen.

Die Branche **Heimtextilien/Kurzwaren** wird durch drei Fachgeschäfte repräsentiert. Das Gesamtangebot ist als gut einzustufen, da die Geschäfte ein spezialisiertes und gut sortiertes Sortiment anbieten. Weiterhin bietet der Baumarkt Leitermann in seinem Randsortiment ein attraktives Sortiment mit Heimtextilien bzw. Raumausstattungsartikeln an.

In der **Sportbranche** (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) ist derzeit ein Fachgeschäft vorhanden, welches ein – für die Stadtgröße – attraktives Angebot präsentiert. Der Betrieb befindet sich in einer Innenstadtrandlage in Nähe des Schmöllner Bahnhofs.

69 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt im Sortiment Bekleidung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,20 bis 0,30 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

Im Sortiment **Schuhe/Lederwaren** gibt es in Schmölln drei Anbieter mit einer Verkaufsfläche von über 500 m². Als Magnetbetrieb fungiert der attraktive K&K-Schuhmarkt in der Fachmarkttagglomeration an der Ronneburger Straße. Dieses Angebot wird durch zwei weitere Unternehmen arrondiert, wobei das Schuhfachgeschäft Schuh Mann einen Magnetbetrieb für die Schmöllner Innenstadt darstellt. Somit können u.a. auch Kopplungsmöglichkeiten zu dem innerstädtischen Textilsortiment erzeugt werden.

Der **Sanitätsfachhandel** ist mit zwei leistungsstarken Anbietern vertreten, die für die Stadtgröße ein sehr gutes Angebot präsentieren und auch eine Umlandversorgung übernehmen. Diese kleine, jedoch gut ausgeprägte Branche spiegelt auch die demographische Entwicklung von Schmölln bzw. insbesondere den hohen Bevölkerungsanteil älterer Bürger wider (vgl. Abb. 10).

Die Branche **Bücher** wird durch eine innerstädtische Buchhandlung und einen Presse-/ Zeitschriftenladen geprägt. Dieses Angebot ist als zufriedenstellend zu bewerten, wobei eine höhere Sortimentstiefe wünschenswert wäre. Für diese Branche stellt jedoch der Online-Handel eine deutliche Konkurrenz dar, so dass die Entwicklungschancen als eingeschränkt zu bewerten sind.

Die Branche **Papier-/Büro-/Schreibwaren** wird durch zwei innerstädtische Fachgeschäfte auf insgesamt ca. 140 m² dargestellt. Weiterhin werden diese Warengruppen auch als Randsortimente in Lebensmittelmärkten geführt.

In der **Spielwarenbranche** ist derzeit ein Fachgeschäft vorhanden, dass dieses Marktsegment zum Teil abdeckt. Die Entwicklungsmöglichkeiten sind als eingeschränkt zu bewerten, was insbesondere auf die demographische Entwicklung und die daraus folgende geringe Kaufkraft speziell in dieser Branche (vgl. Abb. 40) zurückzuführen ist.

In der **Zoobranche** ist derzeit kein spezielles Angebot vorhanden. Das Teilsegment Tiernahrung wird von branchenfremden Anbietern offeriert. So führen die Lebensmittelmärkte in Schmölln, der Landhandel in der Thomas-Müntzer-Siedlung und insbesondere der Baumarkt Leitermann diese Warengruppen.

7.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich

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

Tabelle 9: 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	0	0	-	0,00
Baumarktartikel/Eisenwaren	7.020	6	~1.200	0,62
Glas/Geschenkartikel/Hausrat	320	6	~50	0,03
Farben/Beläge/Raumausstattung	0	0	-	0,00
Elektro/Unterhaltungselektronik	550	9	~60	0,05
Optik	210	3	~70	0,02
Uhren/Schmuck	50	2	~30	0,00
Fahrräder	290	3	~95	0,03
Autoteile/-zubehör	90	1	~90	0,01
Gesamt	8.530	30	~280	0,76

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai 2016

In Schmölln gibt es kein Angebot in der **Möbelbranche**. Demnach fließt die gesamte Kaufkraft an andere Standorte.⁷⁰

In der Branche **Bau-/Gartenmarktartikel/Eisenwaren** ist derzeit mit einer Filiale des Baumarktes Leitermann ein attraktives Angebot vorhanden. Der Baumarkt ist in autokundenorientierter Lage im Gewerbegebiet Am Kemnitzgrund adressiert. In dem Baumarkt wird neben verschiedenen, teilweise flächenseitig gut ausgeprägten Randsortimenten⁷¹ auch ein umfängliches Gartenmarktsortiment angeboten, so dass sich der Markt unter einem qualitativen Blickwinkel flächenseitig und qualitativ als attraktiv darstellt.

Neben dem Leitermann-Baumarkt sind in dieser Branche zahlreiche kleinere Fachgeschäfte und ein weiterer, jedoch deutlich kleinerer Baumarkt (vorwiegend mit Baustoffen) sowie ein sog. Landhandel vorhanden. In Summe wird ein gut strukturiertes Angebot präsentiert.

Das Sortiment **Glas/Porzellan/Geschenk- und Hausratartikel** wird durch verschiedene innerstädtische Fachgeschäfte dargestellt. Als flächenseitig größter Anbieter fungiert ein sog. „Non-Food-Discounter“ (Mr. Billig), der ein Multisortiment im unteren Preisbereich führt. Ferner hat der Baumarkt Leitermann diese Warengruppen im Randsortiment.

Die Branche **Farbe/Lacke/Tapeten/Bodenbelag** ist in Schmölln nicht vertreten. Das Sortiment wird zum Teil von den Anbietern der Baumarktbranche mit abgedeckt.

Die Branche **Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC** wird durch drei Elektrofachgeschäfte geprägt, so dass für die Ortsgröße ein ausreichendes Angebot besteht. Grundsätzlich sind jedoch die Ver-

⁷⁰ Das Nachfragevolumen in Schmölln fällt auf Grund der relativ geringen Einwohnerzahl zu gering aus und reicht nicht für eine Ansiedlung eines Möbelhauses.

⁷¹ In dem Leitermann-Baumarkt werden neben Bau- und Gartenmarktartikeln u.a. folgende Randsortimente geführt: Zoobedarf/Tiernahrung (ca. 200 m²), Heimtextilien (ca. 300 m²) und Haushaltswaren/Schreibwaren/Dekoartikel (rd. 300 m²).

kaufsf lächen relativ klein dimensioniert, so dass Präsentationsflächen für die meist großvolumigen Geräte bzw. eine gewisse Auswahltiefe fehlen. Das Angebot wird durch weitere Fachgeschäfte (Foto, Computer) und verschiedene Telefonshops ergänzt. Diese Geschäfte bieten auch diverse Serviceleistungen mit an.

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 Schmöllner Innenstadt. 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 drei mittelständische Anbieter gekennzeichnet, die eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 300 m² belegen. Neben einem innerstädtischen Fahrradgeschäft sind am Kapsgraben und im Ortsteil Großstöbnitz weitere Unternehmen vorhanden. Die Angebotsvielfalt ist hinsichtlich der bestehenden Geschäfte als gut zu bewerten, wenngleich ein größerer Fahrradfachmarkt ein vielfältigeres Angebot offerieren könnte.

Die Branche **Kfz-Zubehör** ist in Schmölln durch einen Anbieter vertreten, da eine Autowerkstatt dieses Sortiment mit anbietet. Diese Waren werden auch teilweise als Randsortiment in Autohäusern bzw. Werkstätten mit geführt.

7.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Schmölln

7.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Schmölln ist im Sortiment Lebensmittel eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 7.700 m² vorhanden. Auf Basis der Bevölkerungszahl errechnet sich aktuell eine **Verkaufsflächendichte** von rd. 0,68 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner. Aus gutachterlicher Sicht wird damit ein hoher Versorgungsgrad erreicht.⁷² Dieser Wert deutet auf eine gut ausgeprägte Versorgungslage bzw. ein ausreichendes flächenseitiges Angebot hin. Ferner lässt sich aus dem relativ hohen Ausstattungsgrad eine angespannte Wettbewerbssituation ableiten. Der Wettbewerb wird sich dabei u.a. durch die weiter rückläufige Bevölkerung (vgl. Pkt. 4) und die damit einhergehende sinkende Nachfrage weiter verschärfen.

Um einen gesamtstädtischen Überblick über die größeren und für die Versorgung maßgeblich relevanten Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird nachstehend die sog. **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Schmölln ermittelt. Dabei werden nur die sog. strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Verbrauchermärkte/SB-Warenhäuser, Supermärkte, Discounter) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemarkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialgeschäfte) werden hier nicht betrachtet.

Folgende Tabelle beschreibt die Dichtewerte für Schmölln in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen.

Tabelle 10: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Schmölln

	Region/ Anbieter	Anzahl Märkte abs.	Vk.Fl. Gesamt m ²	Vk.Fl. je Objekt m ² /Markt	Vk.Fl. je Einwohner m ² /Einwohner	DICHTE- INDEX
Discounter	Vergleich Deutschland	16.211	12.500.000	~770	0,153	100
	Schmölln (Aldi, Lidl, Netto)	3	2.290	~760	0,202	132
Supermarkt	Vergleich Deutschland	10.870	10.600.000	~980	0,130	100
	Schmölln keine Anbieter	-	-	-	0,000	0
Verbrauchermarkt / SBW	Vergleich Deutschland	1.962	9.800.000	~4.990	0,120	100
	Schmölln (Kaufland)	1	3.000	~3.000	0,264	221
Gesamt	Vergleich Deutschland	29.043	32.900.000	~1.130	0,403	100
	Schmölln	4	5.290	~1.320	0,466	116

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: 81.770.944 Personen / Schmölln: 11.361 Personen.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von 0,47 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Schmölln⁷³ im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 0,40 m²/Ew.) ein leicht überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht (Dichteindex = 116) erreicht. Dieser resultiert aus dem flächenseitig hohen Angebot, wobei Schmölln als mittelzentraler Ort auch eine Versorgungsfunktion für seine Um-

⁷² Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,55 bis 0,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

⁷³ Die Siedlungsstruktur der Stadt Schmölln stellt sich im Bundesvergleich als üblich dar, d.h. es ist keine atypische Versorgungssituation vorhanden, die auf eine veränderte Angebotsstruktur schließen lässt.

landgemeinden mit übernimmt. Somit relativiert sich das erhöhte Flächenangebot, da in zahlreichen kleineren Orten im Umfeld bzw. im Grundversorgungsbereich von Schmölln (vgl. Karte 3B) kein Lebensmittelangebot 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 Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus in Schmölln im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten einen hohen Ausstattungsgrad erzielt (Dichteindex = 221). Dies ist auf die Existenz der Kaufland-Filiale sowie die für diese Betriebsform notwendige Verkaufsfläche zurückzuführen. Demgegenüber ist in Schmölln kein weiterer Vollsortimenter (d.h. ein Supermarkt⁷⁴) vorhanden, so dass sich dieser Dichtewert relativiert. Im Fazit ist daher nicht von einem Überbesatz im sog. Vollsortimentsbereich auszugehen, da das Fehlen eines Supermarktes durch den Verbrauchermarkt Kaufland kompensiert wird.

Im Bereich der Lebensmitteldiscounter existiert eine verhältnismäßig hohe Ansiedlungsdichte, da der Wert der Verkaufsflächendichte rd. 32 % über dem Bundesdurchschnitt liegt. Bezüglich der bereits dargestellten Versorgungsfunktion von Schmölln für sein Umfeld ist jedoch nicht von einem signifikanten Überbesatz auszugehen. Ferner leisten zwei Discounter (Aldi, Netto) einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung, da beide Märkte in einer integrierten Lage verortet sind.⁷⁵

Abbildung 44: Beispiele für strukturprägende Lebensmittelanbieter in Schmölln



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit ist zu konstatieren, dass bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** ein ausgewogenes Versorgungsangebot für Schmölln besteht. Die Struktur des Lebensmittelangebots ist – für die örtlichen Verhältnisse – durch eine verhältnismäßig gute Bandbreite an Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot insbesondere durch zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker und verschiedene Getränkemärkte arrondiert wird. Die vorstehende Einschätzung wird durch die Ergebnisse der Konsumentenbefragung und der Befragung der Gewerbetreibenden untermauert, da beide Gruppen übereinstimmend den Lebensmittelhandel als Magnetbranche für Schmölln angeben (vgl. Abb. 16/37).

⁷⁴ In Schmölln war vormals in der Lohsenerstraße ein Supermarkt (Extra) mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.200 m² ansässig. Der Markt ist jedoch bereits langjährig geschlossen und wird derzeit nicht durch Einzelhandel genutzt.

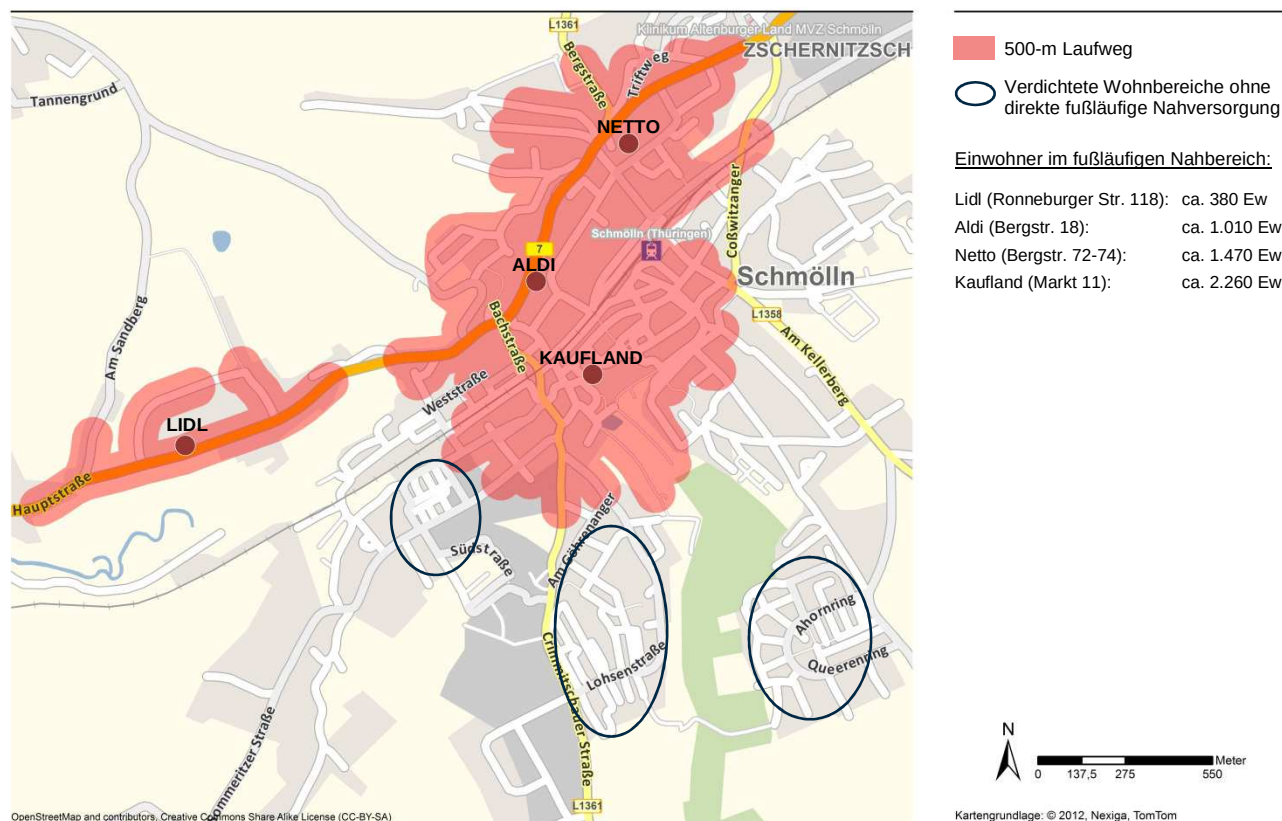
⁷⁵ Der Discounter Lidl befindet sich an einem autokundenorientierten Standort, der als städtebaulich nicht-integriert einzustufen ist. Da im direkten Umfeld des Lidl-Marktes keine Wohnbebauung vorhanden ist, besitzt der Markt keine Nahversorgungsfunktion.

7.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Schmölln

Die weitere Einzelhandelsentwicklung in Schmölln soll sich u.a. auf die 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 dem allgemeinen Ziel, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden bzw. zu minimieren.

Nachstehend werden kartographisch die jeweiligen **fußläufigen Nahbereiche**⁷⁶ der bestehenden strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Schmölln (vgl. Tab. 10) dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt, d.h. es werden auch Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt.

Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Schmölln



Der größte Lebensmittelmarkt (Kaufland) befindet sich direkt in der Schmöllner Hauptgeschäftslage am Markt und stellt somit eine hervorragende fußläufige Versorgung der in der Innenstadt lebenden Bevölkerung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten sicher. Gleichzeitig fungiert Kaufland als Magnetanbieter der Innenstadt.

Die Lebensmitteldiscounter Aldi und Netto befinden sich in integrierter Lage an der Bergstraße, die als Bundesstraße ausgewiesen ist und als Hauptdurchfahrtsstraße von Schmölln fungiert. Die Standorte sind aus dem Umfeld fußläufig gut erreichbar und in die umliegende Wohnbebauung eingebettet. Beide Märkte übernehmen somit eine wichtige Nahversorgungsfunktion für ihr Wohnumfeld. Insbesondere kann der Netto-Markt auf das verdichtete Siedlungsgebiet „Robert-Koch-Viertel“ zurückgreifen. Bezüglich des geringen räumlichen Abstands beider Standorte von nur rd. 600 m besteht eine Einzugsgebietsüberlagerung.

Der Lidl-Markt liegt dezentral am westlichen Ortsausgang an der Bundesstraße B 7 (Ronneburger Straße) und besitzt kein signifikantes Einwohnerpotenzial in seinem Nahbereich. Da ferner keine fußläufigen Aus-

⁷⁶ Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelanbietern ab 400 m² Verkaufsfläche ein Laufweg von rd. 500 bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

tauschbeziehungen zu den innerörtlichen Wohnsiedlungsbereichen bestehen, ist der Markt auf motorisierte Kundschaft ausgerichtet.

In der räumlichen Darstellung der minimalen fußläufigen Einzugsbereiche von rd. 500 m (vgl. Karte 7) wird deutlich, dass der Großteil der Einwohner in der Kernstadt von Schmölln derzeit adäquat versorgt wird. Eine **Unterversorgung** besteht jedoch im südlichen Stadtraum, da in dem hoch verdichteten Wohnsiedlungsgebiet Heimstätte kein Lebensmittelanbieter vorhanden ist. Ein vormals hier bestehender Extra-Supermarkt in der Lohsenerstraße (rd. 1.200 m² VK) ist bereits langjährig geschlossen.

In diesem verdichteten Wohngebiet, das aus überwiegend fünfgeschossigen Zeilenbauten besteht, leben derzeit rd. 1.000 Personen, so dass es sich um das größte Wohnquartier in Schmölln handelt. Das Fehlen eines Lebensmittelmarktes ist auch unter dem Aspekt zu sehen, dass für die Bewohner auf Grund der topographischen Höhenunterschiede zur Innenstadt gewisse Erreichbarkeitshemmnisse bestehen.

In einem weiteren Wohnsiedlungsgebiet, das zwischen dem Kummerschen Weg und dem Lohsenwald liegt, ist ebenfalls keine Nahversorgung vorhanden. Die Siedlungsstruktur ist durch eine meist ein- bis zweigeschossige Bebauung und freistehende Stadthäuser geprägt, so dass im Verhältnis zum Siedlungsgebiet Heimstätte eine deutlich geringere Bevölkerungsverdichtung besteht.

Im westlichen Stadtraum müssen die Einwohner seit der im Jahr 2015 erfolgten Schließung des Penny-Marktes in der Sommeritzer Straße größere Laufwege in Kauf nehmen, da in diesem Gebiet kein Lebensmittelmarkt vorhanden ist. Der nächst liegende Lebensmitteleanbieter ist Kaufland am Schmöllner Markt. Der Abbau der verbrauchernahen Versorgung ist als negativ zu werten, da Penny für die verdichteten Wohnsiedlungsbereiche an der Friedrich-Naumann-Straße eine optimale Nahversorgung angeboten hatte.

In Schmölln sind weitere, meist nur gering verdichtete Wohngebiete in städtischen Randbereichen vorhanden, die in unmittelbarer Umgebung über keinen Lebensmittelmarkt verfügen. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete nicht zu konstatieren, da die Einwohner lediglich geringfügig höhere Laufwege⁷⁷ zur fußläufigen Deckung der Nachfrage in Kauf nehmen müssen.

In den durchgängig ländlich geprägten, nicht verstädterten **Ortsteilen von Schmölln** ist kein Angebot an strukturprägenden Lebensmittelmärkten vorhanden. Die einzelnen dezentralen Ortsteile verfügen über eine zu geringe Mantelbevölkerung und damit über ein niedriges Nachfragepotenzial. Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandel prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt bzw. die Installation eines größeren Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch i.d.R. nicht möglich.

77 Bei der Darstellung wurde der engere fußläufige Nahbereich von rd. 500 m abgebildet. Bei der Darstellung des erweiterten Nahbereichs, wobei die kritische Zeit-Wege-Schwelle bei ca. 800 m liegt, ist aus fast allen verdichteten Wohnsiedlungsgebieten ein Lebensmittelmarkt erreichbar.

7.5. Bindungsintensität des Schmöllner Einzelhandels

Die Umsatz-Kaufkraft-Relation bzw. die Bindungsintensität stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁷⁸ und dem bestehenden Nachfragevolumen des stationären Einzelhandels dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Schmölln 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 Schmöllner 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 Schmölln nach den Bedarfsbereichen⁷⁹ zusammenfassend dar.

Tabelle 11: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Schmöllner Einzelhandels nach Bedarfsbereichen

	Bindungsintensität Schmölln
	%
Kurzfristiger Bedarfsbereich	118
Mittelfristiger Bedarfsbereich	73
Langfristiger Bedarfsbereich	88

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der Umsatz-Kaufkraft-Relation für die Gesamtstadt bzw. die Bedarfsbereiche wurden alle Branchen zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können demnach durch andere Branchen innerhalb der Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden umseitig die branchenspezifischen Bindungsquoten ermittelt und dargestellt.

- Im gesamten kurzfristigen Bedarfsbereich weist die Stadt Schmölln per Saldo einen Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet auf, der vor allem aus dem umfänglichen Angebot der Lebensmittelbranche (136) generiert wird. Dies ist u.a. auf die meist leistungsstarken Anbieter im Lebensmittelsektor zurückzuführen. In der Branche Pharmaziewaren [110] und Blumen [106]) kann ebenfalls ein Umsatzzufluss generiert werden, der jedoch geringer ausfällt (vgl. folgende Abb. 45).
In der Drogeriewarenbranche fließt der Großteil der Kaufkraft aus Schmölln ab bzw. wird von lokalen branchenfremden Anbietern (bspw. in Lebensmittelmärkten) gebunden. Somit ergibt sich branchenspezifisch eine geringe Zentralität.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich rd. 73. In diesem Segment generiert lediglich die Branche Sanitätswaren einen Kaufkraftzufluss nach Schmölln. In den anderen Branchen kann kein umfangreiches Angebot offeriert werden, so dass Kaufkraftabflüsse in umliegende Städte die Folge sind (vgl. auch Pkt. 5).

⁷⁸ Die Bewertung des Umsatzes (Brutto-Jahresumsatz) jedes einzelnen Geschäftes erfolgt auf Grundlage der ortstypischen Raumleistung, die mit der Verkaufsfläche des jeweiligen Betriebes multipliziert wird. Die Kennwerte der Raumleistung werden aus den Erfahrungen der spezialisierten BBE-Branchenberater abgeleitet. Ferner werden diese Raumleistungen auch mit der aktuellen Handelsliteratur oder mit Veröffentlichungen von Großbetriebsformen abgeglichen. Durch die Vor-Ort-Begehung jedes einzelnen Geschäftes werden in die Umsatzbewertung ebenfalls qualitative Aspekte, die Wettbewerbsfähigkeit der einzelnen Anbieter oder mikroräumliche bzw. lageseitige Standortbedingungen berücksichtigt.

⁷⁹ Die Bedarfsbereiche wurden nach der Fristigkeit der einzelnen Sortimente eingeteilt (vgl. Anlage 3).

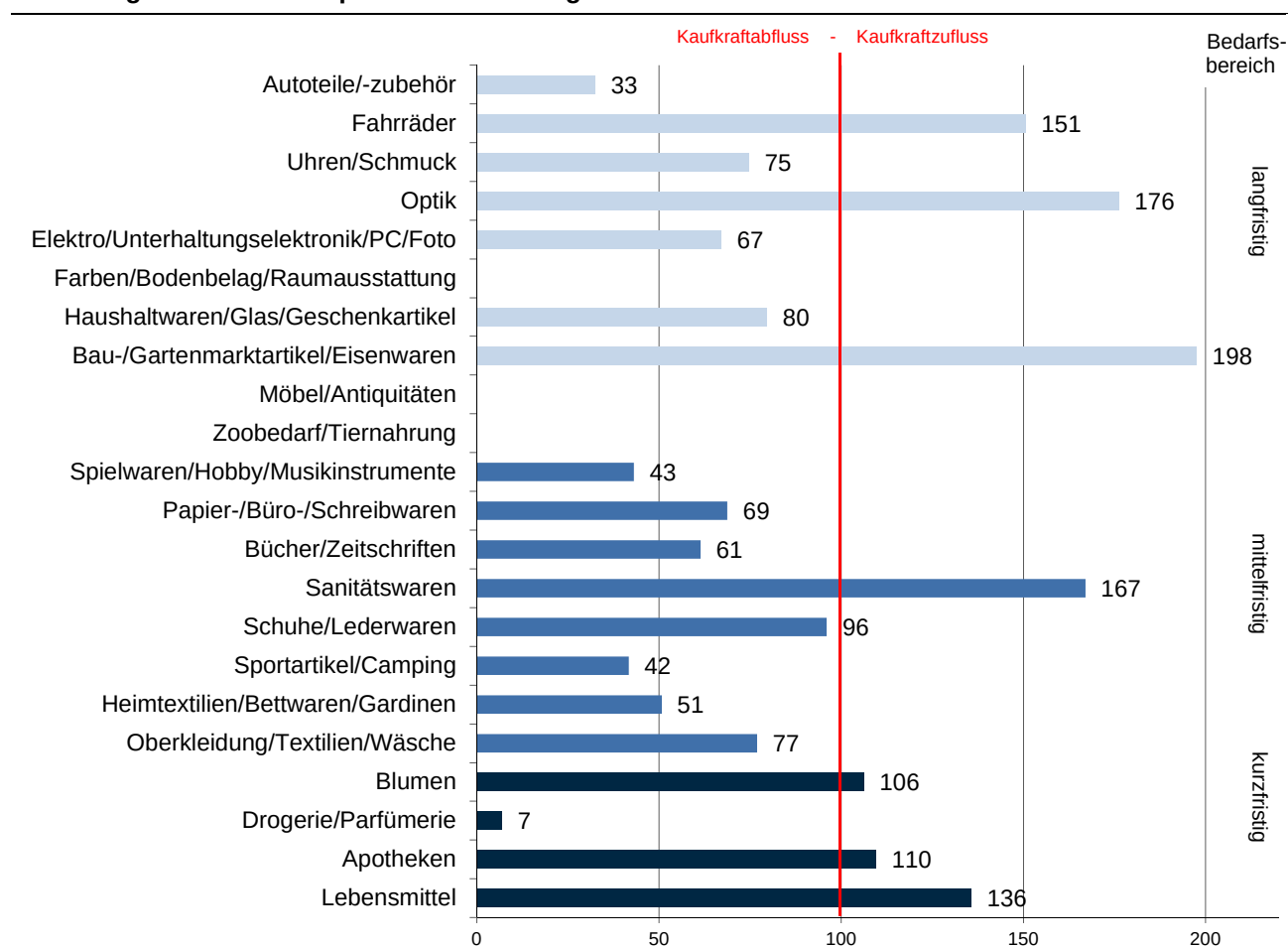
Grundsätzlich kann – gerade in den modischen Sortimenten – nicht die ganze Breite eines Sortiments dargestellt werden, da der vollständige Abverkauf bezüglich des limitierten Nachfragepotenzials in einer Kleinstadt wie Schmölln nicht möglich ist. Demzufolge sind Angebotslücken üblich, wobei die Einkäufe i.d.R. in größeren Städten mit einer breiteren Angebotspalette getätigt werden. Grundsätzlich ist dieser Bedarfsbereich für die Größe der Stadt Schmölln jedoch als gut ausgeprägt zu bewerten, wenngleich noch Entwicklungsoptionen bestehen.⁸⁰

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei 88. Als Magnetbranchen sind in diesem Segment die Sortimente Baumarktartikel, Optik und Fahrräder einzustufen, in denen per Saldo ein Kaufkraftzufluss nach Schmölln besteht.

Zusammenfassend sind in Schmölln innerhalb der einzelnen Branchen teilweise große Unterschiede bei den Bindungsquoten vorhanden. In Summe besteht jedoch – für die Größe der Stadt – ein weitgehend zufriedenstellendes Einzelhandelsangebot. Die Einschätzung spiegelt sich auch bei der Befragung der Gewerbetreibenden wider, da die Benotung der Attraktivität der Einkaufsstadt Schmölln mit 2,6 erfolgte (vgl. Abb. 27).

Nachstehende Übersicht stellt die Bindungsintensität der einzelnen Branchen in Schmölln dar. Die Berechnung der Bindungsquote spiegelt sich auch in den Befragungsergebnissen wider, da gerade Branchen mit einer geringen Zentralität bei der Befragung der Gewerbetreibenden ebenfalls schlecht benotet wurden (vgl. Abb. 35). Dies ist bspw. bei den Branchen Drogeriewaren, Zoo oder Möbel der Fall.

Abbildung 45: Branchenspezifische Bindungsintensität des Schmöllner Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

80 In der Zoobranche besteht kein Angebot. Die Kaufkraft fließt z.T. ab bzw. wird vor Ort von branchenfremden Anbietern gebunden. So verfügt der Baumarkt Leitermann bzw. die Firma Landhandel über entsprechende Angebote im Randsortiment.

7.6. Stärken-Schwächen-Analyse des Schmöllner Einzelhandels

Die nachstehende Stärken-Schwächen-Analyse stellt eine zusammenfassende Bewertung des Schmöllner Einzelhandels dar.

Abbildung 46: Stärken-Schwächen-Analyse des Schmöllner Einzelhandels

Stärken	Schwächen
▪ mittelzentrale Einstufung von Schmölln ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt aus dem regionalen Umfeld ▪ bestehende Einzelhandelszentralität von Schmölln ▪ leistungsstarkes Einzelhandelsangebot in verschiedenen Branchen, diverse Einzelhandelsmagneten ▪ hoher Flächenanteil der Innenstadt im Verhältnis zum gesamtstädtischen Angebot, dadurch gute Weiterentwicklungsmöglichkeiten ▪ städtebaulich attraktive Innenstadt (insbesondere Markt) ▪ Multifunktionalität der Innenstadt ▪ gute Standortvoraussetzungen der Innenstadt (u.a. gute Anfahbarkeit, ausreichende Parkplätze, ÖPNV-Anbindung) ▪ sehr gute Nahversorgungssituation in der Schmöllner Kernstadt	▪ Makrostandort weist z.T. negative Rahmenbedingungen auf (u.a. Bevölkerungsrückgang, geringe Kaufkraft, Überalterung) ▪ rückläufige Nachfrage in Schmölln und Umgebung ▪ vereinzelter Leerstand in der Innenstadt ▪ geringe Sortimentsbreite und -tiefe in einigen Branchen (Sortimentslücken) ▪ überwiegend klein strukturierter Einzelhandel, Einzelhandel kann sich nicht vollumfassend präsentieren ▪ keine innerstädtischen Potenzialflächen zur Ansiedlung von großformatigen Handelsbetrieben

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7.7. Einzelhandelsanalyse Gößnitz

Im Zusammenhang mit der weiteren Entwicklung des Schmöllner Einzelhandels wird auch der Handelsbestand in der Nachbarstadt Gößnitz betrachtet. Dies ergibt sich aus der Maßgabe, da Schmölln gemeinsam mit Gößnitz als funktionsteiliges Mittelzentrum ausgewiesen ist (vgl. Karte 3). Gemäß der Regionalplanung sollen dabei zwischen beiden Städten die **Ausgestaltung der interkommunalen Kooperation** berücksichtigt werden.⁸¹

Zwischen beiden Städten besteht ein im Jahr 2002 abgeschlossener raumordnerischer Vertrag, welcher der engen kommunalen Zusammenarbeit dient. Schmölln und Gößnitz haben u.a. auch eine Kooperation bei den Versorgungs- und Dienstleistungseinrichtungen vereinbart, insbesondere um eine angemessene Funktionsteiligkeit zwischen den zwei Städten zu schaffen. Beide Städte sollen sich dabei zum Vorteil des gemeinsamen Versorgungsbereiches zu einem attraktiven Wohn-, Arbeits- und Versorgungsstandort entwickeln. Demzufolge ist bei der Weiterentwicklung des Schmöllner Einzelhandels auch der Bestand in Gößnitz zu beachten.

Aktuell ist in Gößnitz ein Angebot von 28 Handelsbetrieben zu verzeichnen, die über eine **Verkaufsfläche** von rd. 4.100 m² verfügen. Die einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte liegt in Gößnitz (3.511 Einwohner) bei knapp 1,2 m² Verkaufsfläche je Einwohner und demnach unterhalb der Flächenausstattung von Schmölln.

Tabelle 12: Betriebe und Verkaufsflächen in Gößnitz im Vergleich mit Schmölln

	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb	Verkaufsflächendichte ⁸² m ² /Einwohner
Gößnitz	4.140	28	~150	1,2
Schmölln	19.160	92	~210	1,7

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Mai/Juni 2016

In Bezug auf die **Größenstruktur** stellt sich der Gößnitzer Einzelhandel im Vergleich zu Schmölln kleinteiliger dar, was aus der durchschnittlichen Betriebsgröße von rd. 150 m² je Geschäft abzulesen ist. Derzeit sind in Gößnitz lediglich drei größere Handelsbetriebe vorhanden, wobei es sich um ein Möbelhaus (Möbel Meyer) und zwei Lebensmitteldiscounter (Netto, Penny) handelt. Die restlichen Betriebe besitzen – mit Ausnahme eines Getränkemarktes – durchgängig eine Verkaufsfläche von unter 100 m².

In Bezug auf die **räumliche Verteilung** des Gößnitzer Einzelhandels ist zu konstatieren, dass dieser mit Ausnahme eines Möbelhauses durchweg im Innenstadtbereich verortet ist. Eine gewisse Verdichtung ist dabei entlang der Mittelstraße bzw. am Neumarkt zu beobachten, wenngleich hier keine zusammenhängende Geschäftslage vorhanden ist. Weiterhin sind in der Bahnhofstraße, am Markt und in der Zwickauer Straße weitere vereinzelte Geschäfte in Streulagen vorhanden.

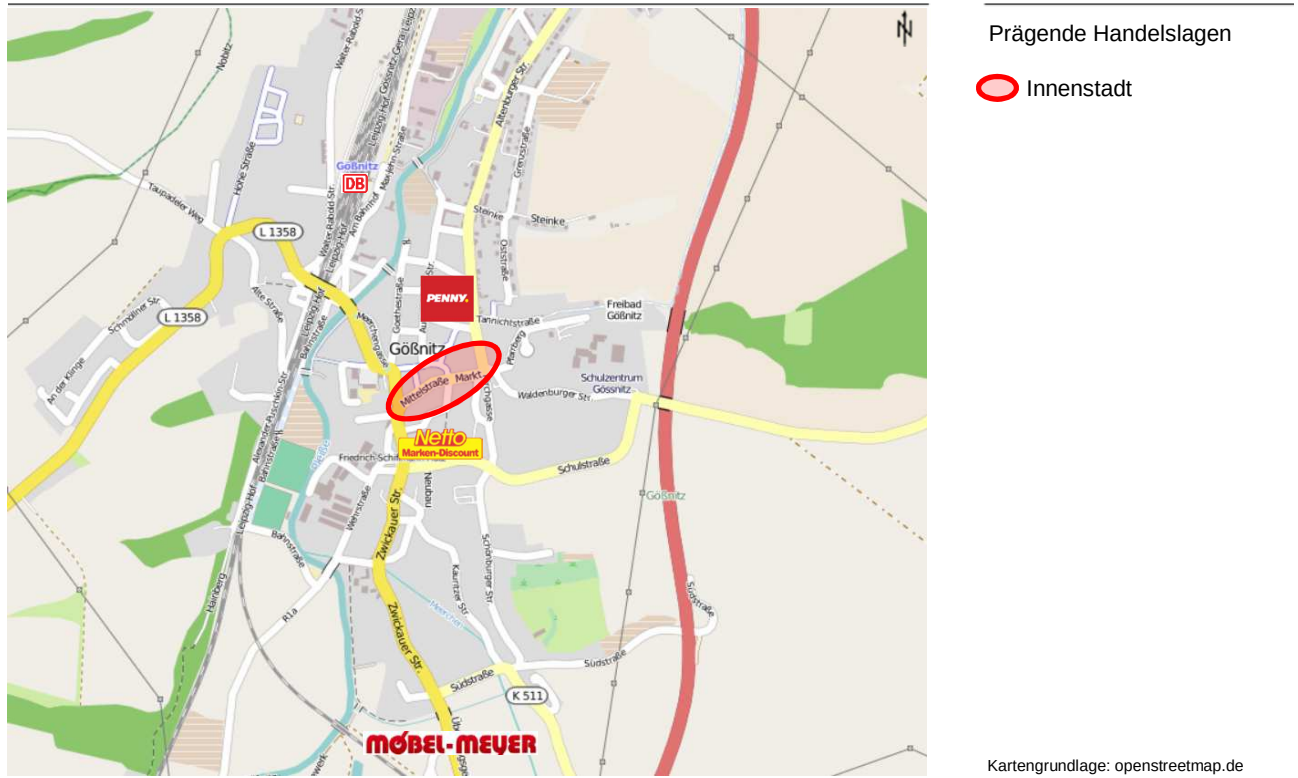
Im gesamten Innenstadtbereich von Gößnitz gibt es verstärkt Leerstände, so dass eine wirtschaftliche Auslastung der bestehenden Verkaufsflächen nicht möglich ist. Dies resultiert einerseits aus der niedrigen Einwohnerzahl von Gößnitz, so dass der Ansiedlung von Einzelhandel bezüglich des geringen Nachfragepotenzials deutliche Grenzen gesetzt sind. Andererseits strahlt der Einzelhandel von Meerane, insbesondere die Fachmarktagglomeration im Gewerbegebiet Südwest der Stadt, auch auf die Konsumenten in Gößnitz aus. Diese liegt lediglich circa sechs Kilometer von Gößnitz entfernt und besitzt eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit. Des Weiteren umfasst das Handelsangebot allein in dieser Fachmarktagglomeration rd. 31.000 m² und hat somit eine hohe Strahlkraft.

⁸¹ vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, G 1-15.

⁸² 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.

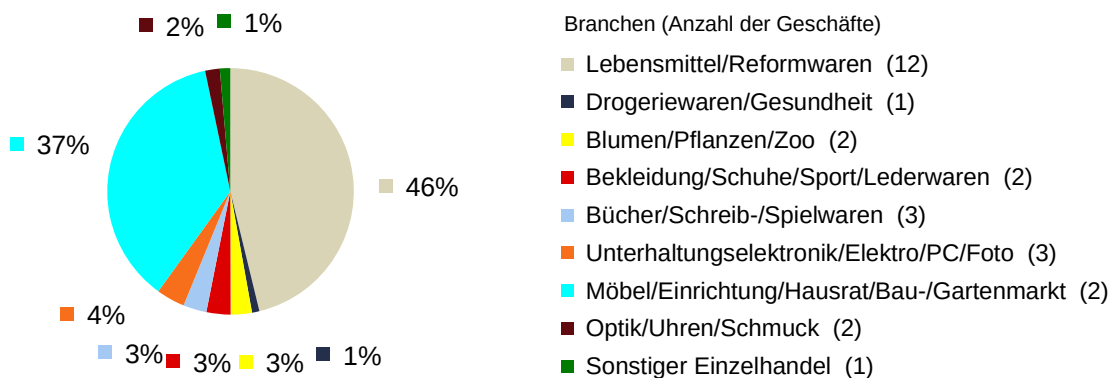
Folgende Karte skizziert die prägenden Einzelhandelsangebote in Gößnitz.

Karte 8: Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Gößnitz



Auf Grundlage der Erhebung des Handelsbestandes in Gößnitz erfolgt nachstehend die Darstellung der **Sortimentsstruktur**. Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 1.920 m²) wird in Gößnitz durch die Lebensmittelbranche eingenommen, da mit Netto (rd. 740 m² VK), Penny (rd. 720 m² VK) und einem Getränkemarkt (rd. 200 m² VK) verschiedene großformatige Handelsbetriebe vorhanden sind. Weitere Nahrungsmittelhandwerker ergänzen das Angebot der genannten Märkte, so dass in Summe ein attraktives Nahversorgungsangebot vor Ort besteht. Die Verkaufsflächendichte von rd. 0,55 m² Lebensmittelverkaufsfläche weist auf ein flächenseitig gut ausgeprägtes Angebot hin.

Abbildung 47: Verkaufsflächenstruktur Gößnitz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, Juni 2016

Einen hohen Flächenanteil nimmt die Einrichtungsbranche (rd. 37 %) ein, was auf die Existenz eines mittelständischen Möbelanbieters (Möbel Meyer mit rd. 1.500 m² VK) zurückzuführen ist. Das Möbelhaus ist südlich der Gößnitzer Kernstadt an einem dezentralen bzw. gut erreichbaren Standort etabliert.

Die restlichen Branchen erreichen geringe Flächenanteile bzw. sind flächenseitig nur schwach ausgeprägt. Grundsätzlich wird für die Bewohner der Kleinstadt jedoch ein gewisses Grundversorgungsangebot bereitgestellt, was einen wichtigen Beitrag für die wohnortnahe Versorgung in Gößnitz leistet.

Abbildung 48: Einzelhandelsstandorte in Gößnitz (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

8. Einzelhandelsentwicklungskonzept für den Schmöllner Einzelhandel

8.1. Nachfrageprognose

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Schmöllner Einzelhandel wird unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsstrukturen eruiert, welche branchenspezifischen Ansiedlungspotenziale für die Stadt bestehen. Dabei sollen bestehende Kaufkraftabflüsse abgebaut und ein attraktives und ausgewogenes sowie zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, das der Größe des Versorgungsgebietes der Stadt Schmölln entspricht.

Zur Berechnung des Nachfragepotenzials zum Prognosehorizont 2025 fließen verschiedene Determinanten ein, für die fundierte Prognosen bzw. Annahmen zugrunde gelegt werden. Ein wesentlicher Faktor, der Einfluss auf die zukünftige Einzelhandelsnachfrage nimmt, ist die **Bevölkerungsentwicklung** in dem bereits abgegrenzten Einzugsgebiet (vgl. Karte 5). Die Bevölkerungsprognose für die Stadt Schmölln bzw. den umliegenden Bereich geht bis zum Jahr 2025 von einem weiteren Einwohnerrückgang aus (vgl. Tab. 1). Für das Marktgebiet wird für das Jahr 2025 folgendes Konsumentenpotenzial unterstellt:

Tabelle 13: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Schmöllner Einzelhandels im Jahr 2025

	Einwohner		Veränderung
	2015	2025	%
Schmölln	11.361	10.150	-10,7
Einzugsgebiet	8.359	7.390	-11,6
Gesamt	19.720	17.540	-11,1

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2005/2015; Ergebnisse der 1. regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung (1. rBv.)

Für die Prognose des Kaufkraftvolumens werden neben der Bevölkerungsprognose folgende weitere **Eingangsgroßen** zugrunde gelegt:

- Die einzelhandelsrelevante bzw. die sortimentspezifische Kaufkraft (vgl. Abb. 11/39) wird sich in Schmölln bzw. dem Einzugsgebiet in den nächsten Jahren auf einem gleichbleibenden Niveau bewegen bzw. nur leicht ansteigen. Dies ist aus der Entwicklung der Vergangenheit und der arbeitsmarktpolitischen Situation (u.a. Beschäftigungsverhältnisse, Lohnniveau, Arbeitslosenquote) abzuleiten.
- 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 Ausgaben⁸³ im Einzelhandel wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen weiter geringfügig vermindern. Dies ist durch den 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.

83 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.

- Die realen Ausgaben im Einzelhandel werden sich nur äußerst 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 Schmöllner Marktgebietes ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist insbesondere aus der Abgrenzung des Einzugsgebietes durch umliegende Wettbewerbsstandorte abzuleiten (vgl. Pkt. 6.1). 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 Schmöllner Einzelhandels. Bis zum Jahr 2025 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Determinanten von einem Rückgang des jährlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens auf rd. 94,0 Mio. EUR auszugehen.

Tabelle 14: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Schmöllner Einzelhandels

	Marktpotenzial ⁸⁴			
	2015	2025	Veränderung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Schmölln	59,93	54,61	-5,32	-8,9
Einzugsgebiet	43,71	39,42	-4,29	-9,8
Gesamt	103,64	94,03	-9,61	-9,3

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Zuzüglich zu dem vorstehenden Marktpotenzial für das Jahr 2025 sind Nachfragevolumina zu rechnen, die aus sog. Streuumsätzen resultieren. Diese Erlöse ergeben sich bspw. von Einpendlern (vgl. Tab. 2), Besuchern der Stadt oder durch Zufallskunden. Auf Grund der relativ geringen Bedeutung dieser Streuumsätze werden diese für die folgenden Berechnungen von Erweiterungspotenzialen jedoch nicht berücksichtigt.

⁸⁴ 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.

8.2. Entwicklungsrahmen des Schmöllner Einzelhandels

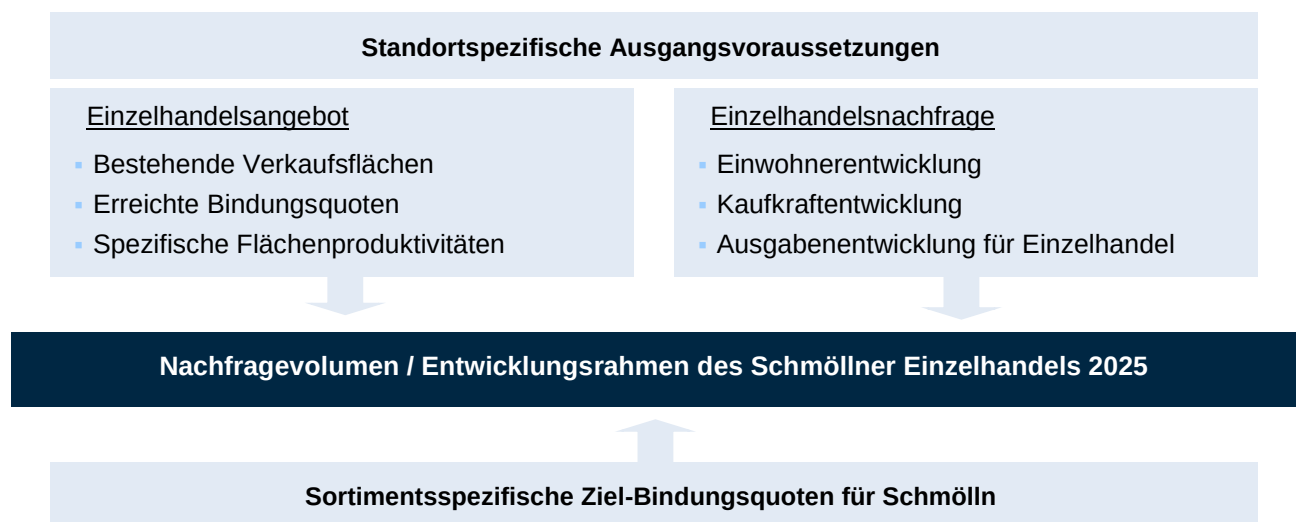
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Schmöllner Einzelhandel wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2025 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Schmölln,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Schmölln bzw. im Einzugsgebiet,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung von Schmölln 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. 7). Hierbei sind insbesondere die bestehenden Verkaufsflächen und deren Leistungsfähigkeit sowie die erreichte Bindungsquote (vgl. Abb. 45) je Branche von Bedeutung. Auf Grundlage des zu erwartenden Nachfragevolumens bis zum Jahr 2025 und der branchenspezifischen Ziel-Bindungsquoten im Einzugsgebiet errechnen sich die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für Schmölln.

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

Abbildung 49: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf wird aus dem prognostizierten Nachfragevolumen für das Jahr 2025 (vgl. Tab. 14) unter Beachtung einer **Ziel-Kaufkraftbindungsquote** des Schmöllner Einzelhandels in seinem Marktgebiet ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilskonzepts⁸⁵ errechnet sich unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Flächenproduktivität⁸⁶ die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu erwartenden Nachfragevolumens sichern kann. Somit wird eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

Für die folgende Modellrechnung wird in zwei Szenarien unterschieden. Im Szenario A wird unterstellt, dass Schmölln 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 Schmöllner

⁸⁵ Bei dem sog. Marktanteilskonzept wird das relevante Nachfragevolumen im Einzugsgebiet der möglichen Kaufkraftabschöpfung eines Vorhabens (= Marktanteil) gegenübergestellt.

⁸⁶ Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung genannt) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche. Die Produktivität wird dabei für den Prognosezeitraum als konstant angenommen.

Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem angrenzenden Einzugsgebiet binden kann.

Abbildung 50: Szenarien der Kaufkraftbindung

Szenario A

Der lokale Einzelhandel wird zukünftig die Kaufkraft der Bewohner von Schmölln vollständig vor Ort binden. Wesentliche Kaufkraftzuflüsse aus dem dargestellten Einzugsgebiet werden jedoch nicht induziert. Es wird in den Branchen, die derzeit einen Kaufkraftabfluss aus Schmölln aufweisen (vgl. Abb. 45), eine Ziel-Bindungsquote von 100 angesetzt.

Szenario B

Der lokale Einzelhandel wird – wie in Szenario A – die Kaufkraft der Bewohner von Schmölln vollständig vor Ort binden. Durch die Verbesserung der Angebotsstruktur und des Branchenmix wird Schmölln seine Marktposition jedoch im Einzugsgebiet ausbauen. Da Schmölln auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in seinem mittelfentralen Verflechtungsbereich übernehmen soll, wird eine verstärkte Kaufkraftbindung unterstellt. Es wird – differenziert nach Bedarfsbereichen – eine erhöhte Ziel-Bindungsquote angesetzt. Hierbei wird das bestehende Angebot in Gößnitz berücksichtigt.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Gemäß dem 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.⁸⁷ Dieser landesplanerisch definierte Versorgungsauftrag ist bei der Darstellung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten zu berücksichtigen. Prinzipiell ist daher der Stadt Schmölln 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. 45).

Die vorstehend dargestellte Berechnungsgrundlage der Entwicklungsmöglichkeiten des Schmöllner 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 – insbesondere in der Stadt Gößnitz – jedoch mit berücksichtigt.

Des Weiteren wird in dem überörtlichen Einzugsgebiet von Schmölln 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 Mittelzentren,⁸⁸ anzunehmen ist. Unter Berücksichtigung des Einzugsgebietes des Schmöllner Einzelhandels ist im kurzfristigen Bereich eine Ziel-Bindungsquote von 110, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von 140 versorgungsstrukturell sinnvoll.

⁸⁷ Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.10.

⁸⁸ Im Umfeld von Schmölln liegen das Oberzentrum Gera, das Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums Altenburg und die Mittelzentren Crimmitschau, Glauchau (Sachsen) und Zeitz (Sachsen-Anhalt).

Ebenso wird beachtet, dass die bestehenden Grundzentren im Umfeld von Schmölln⁸⁹ 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.⁹⁰

In der nachstehenden Abbildung werden zusammenfassend die Eingangsparameter, die für die folgende Berechnung des **flächenseitigen Entwicklungsrahmens des Einzelhandels** in Schmölln bis zum Jahr 2025 relevant sind, überblicksartig dargestellt.

Abbildung 51: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens

	Entwicklungsperspektiven für Schmölln
Ausgaben im Einzelhandel	▪ Stagnation bzw. nur geringfügig steigende Ausgaben für den Einzelhandel
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	▪ marginale Steigerung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Schmölln und im Einzugsgebiet ▪ nur langfristige Annäherung der Kaufkraft an den Bundesdurchschnitt
Bevölkerungsentwicklung / Entwicklung Marktpotenzial	▪ rückläufige Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet des Schmöllner Einzelhandels ▪ keine zusätzlichen Impulse für den Einzelhandel ▪ Absinken des Nachfragepotenzials in Schmölln und im Einzugsgebiet
Einzelhandelsbestand Schmölln	▪ flächenseitig durchschnittlich ausgeprägter Einzelhandelsbestand (rd. 1,6 m² Verkaufsfläche je Einwohner) ▪ geringe Leerstände in der Innenstadt, überwiegend nur kleinere Ladeneinheiten verfügbar ▪ Leerstände im sonstigen Stadtgebiet teilweise für Einzelhandel nicht nutzbar ▪ in einigen Branchen bestehen Kaufkraftabflüsse aus Schmölln
Zentralität / Bindungsquote im Einzugsgebiet	▪ Schmölln besitzt eine hohe Einzelhandelszentralität von 128,0 und strahlt somit auf die Konsumenten im Umfeld aus ▪ teilweise zufriedenstellende bzw. hohe sortimentsspezifische Zentralitäten des Schmöllner Einzelhandels ▪ nur geringfügige Steigerung der Bindungsquoten in ausgewählten Branchen in den nächsten Jahren möglich
Entwicklungsmöglichkeiten	▪ geringe quantitative Entwicklungsmöglichkeiten des Schmöllner Einzelhandels, insbesondere unter dem Blickwinkel der demographischen Entwicklung ▪ Entwicklungspotenziale bestehen nur in ausgewählten Branchen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

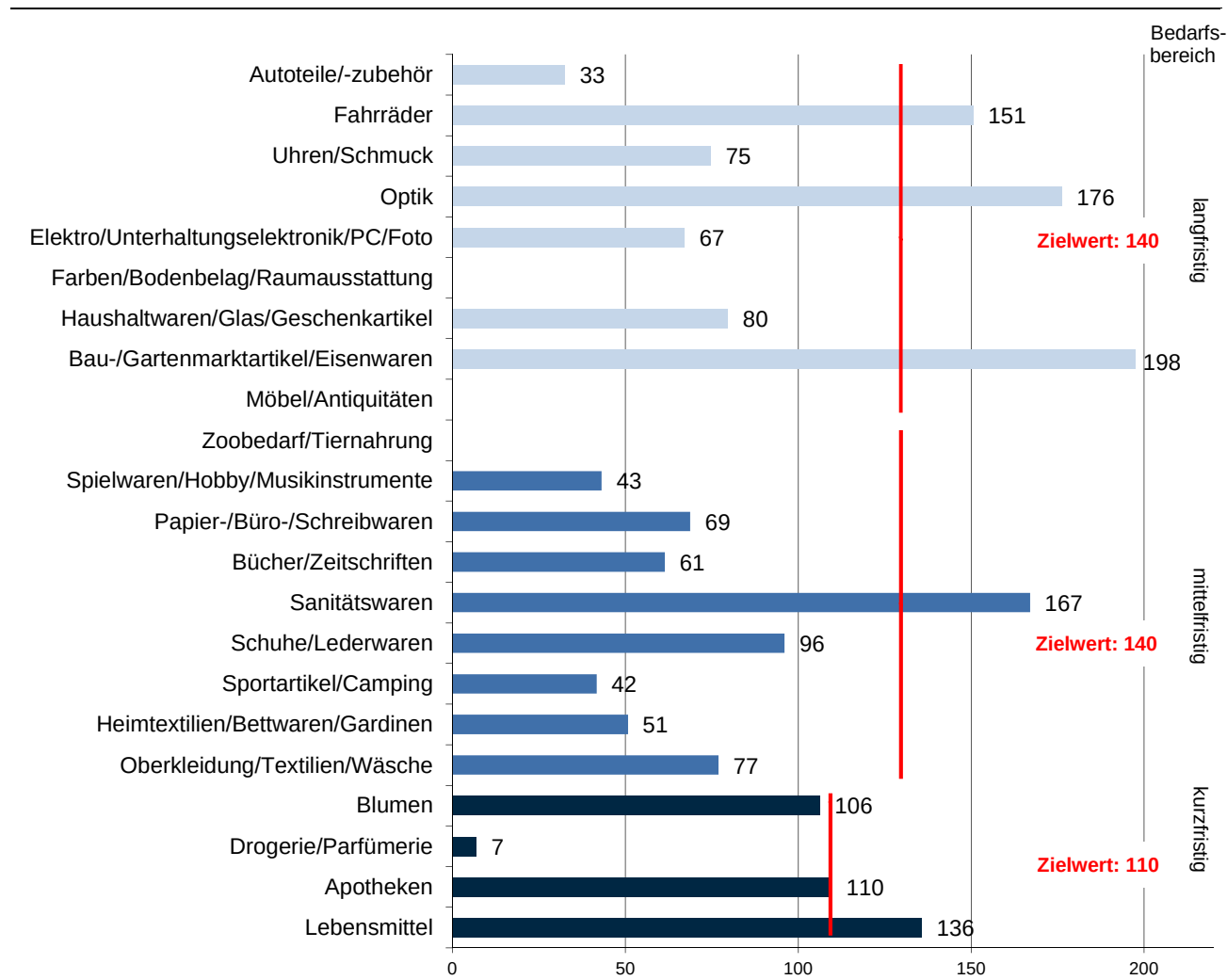
Im Fazit der vorstehenden Ausführungen wird der Stadt Schmölln aus fachgutachterlicher Sichtweise empfohlen, eine Orientierung an dem Positivszenario (Szenario B) vorzunehmen, um die mittelzentrale Versor-

89 Im direkten Umfeld von Schmölln befinden sich die Grundzentren Ronneburg und Meerane.

90 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, G 2.2.12.

gungsbedeutung von Schmölln zu erhalten und branchenspezifisch dynamisch auszubauen. In der folgenden Darstellung werden die bereits erreichten bzw. aktuellen Bindungsquoten der einzelnen Branchen und die **Ziel-Bindungsquoten** für das Jahr 2025 für den Schmöllner Einzelhandel dargestellt.

Abbildung 52: Aktuelle und Ziel-Bindungsquoten für Schmölln (Szenario B)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Mit Blick auf die Zielwerte und unter Berücksichtigung des rückläufigen Marktpotenzials zeichnen sich in der Bestandssituation in einigen Branchen quantitative Flächenüberhänge ab, da bereits die Zielwerte erreicht bzw. überschritten werden. Somit ist für die Stadt Schmölln – auch unter Berücksichtigung einer anteiligen Kaufkraftbindung in ihrem Einzugsgebiet – in einigen Branchen (bspw. Lebensmittel, Sanitätswaren, Bau-marktartikel, Optik, Fahrräder) kein zusätzlicher quantitativer Entwicklungsbedarf vorhanden. In anderen Branchen erwächst jedoch ein Erweiterungsbedarf, der nachfolgend einer gesonderten Betrachtung unterzogen wird.

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 jedoch bei Ansiedlungsvorhaben, die deutlich über dem berechneten Erweiterungsbedarf liegen, in einer Einzelfallentscheidung abzuwägen, welche Auswirkungen sich auf den Bestandshandel in Schmölln zeigen könnten.

Die nachstehend angegebenen Größenordnungen sind als erste bzw. grobe Orientierungswerte für eine tragfähige und geeignete Erweiterung des Schmöllner Verkaufsflächenbestandes zu sehen. Bei der Berechnung wurden noch keine möglichen Betreiberkonzepte oder sonstigen standort- oder fachspezifische Erfordernisse berücksichtigt. Diese werden unter dem folgenden Punkt 8.3 angesprochen.

In der nachstehenden Darstellung wird zwischen den beiden beschriebenen Szenarien (vgl. Abb. 50) unterschieden. In beiden Fällen wird für Schmölln eine vollständige Kaufkraftbindung (100 %) der lokalen Nachfrage angenommen, während im Szenario B darüber hinaus im überörtlichen Einzugsgebiet des Schmöllner Einzelhandels eine anteilige Kaufkraftbindungsquote unterstellt wird. Diese wird im kurzfristigen Bedarfsbereich mit 110 % angesetzt, um so eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung im Umfeld zu gewährleisten bzw. das dort vorhandene Angebot zu ergänzen. In den mittel- und langfristigen Bedarfsbereichen wird eine für ein Mittelzentrum idealtypische Ziel-Bindungsquote von ca. 140 % angelegt, die ferner auch dem zu versorgendem Gebiet, d.h. dem Verflechtungsbereich von Schmölln in etwa entspricht.

Unter Berücksichtigung der jeweils zugrunde gelegten Bindungsquoten ergibt sich folgender **rechnerisch ermittelter Verkaufsflächenmehrbedarf** für Schmölln. 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.

Tabelle 15: Rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf in Schmölln bis zum Jahr 2025

	Szenario A	Szenario B
	m ²	m ²
Drogerie	610	680
Textilien	200	640
Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	100	190
Schuhe/Lederwaren	-	110
Sport	110	180
Bücher	70	150
Papier-/Büro-/Schreibwaren	40	110
Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	90	160
Zoobedarf/Tiernahrung	160	220
Möbel	1.500	2.100
Haushaltwaren/Glas/Porzellan/Geschenke	60	210
Farben/Bodenbelag/Raumausstattung	240	340
Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	270	570
Autoteile/-zubehör	180	250

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die berechneten zusätzlichen Flächen sind nicht als **starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung** 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 und
- dem quantitativen Bestand und der qualitativen Ausprägung der lokalen Bestandsbetriebe

können 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 Schmölln übereinstimmen. Dies bedeutet jedoch, dass diese Vorhaben in den stadtentwicklungspolitisch präferierten Lagen, d.h. in der Regel in zentralen Versorgungsbereichen oder Nahversorgungslagen entwickelt werden.

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

8.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Schmölln

Auf Basis der Erkenntnisse der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 7) und des vorstehenden rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenmehrbedarfs (vgl. Tab. 15) werden im Folgenden konkrete Nutzungsmöglichkeiten erarbeitet, da die vorangegangene Ermittlung der mittelfristig tragfähigen Verkaufsflächenspielflächen lediglich einen ersten Orientierungsrahmen für die quantitative Flächenentwicklung in Schmölln bis zum Jahr 2025 darstellt.

Die nachstehenden Ansiedlungsvorschläge beziehen sich auf Nutzungen, die auf Grundlage der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen und der prospektiven Entwicklung der Nachfrage in Schmölln umsetzbar sind. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die bereits vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Schmölln als Einzelhandelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und betriebswirtschaftliche bzw. fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen⁹¹) berücksichtigt.⁹²

Ferner werden bei der Weiterentwicklung des Schmöllner 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, nicht-integrierten Standorten stehen. Somit ist zwar eine rechnerisch gesamtstädtisch ausgeglichene Angebots- und Nachfragesituation gegeben, der Verkaufsfläche an integrierten Standorten würde jedoch bspw. ein massives Angebot an dezentralen bzw. peripher gelegenen Standorten gegenüberstehen.

Nachfolgend erfolgt eine Bewertung der einzelnen Branchen. Eine zusammenfassende Darstellung von möglichen Ansiedlungsoptionen wird unter Punkt 8.3.3 eingefügt.

8.3.1. Lebensmittel (Nahversorgungskonzept)

Unter Punkt 7.4 wurde eine Analyse des Lebensmitteleinzelhandels in Schmölln durchgeführt. Auf Basis des Bestandes und der zu erwartenden Nachfrage bis zum Jahr 2025 werden im Folgenden Empfehlungen zur Weiterentwicklung der flächendeckenden Nahversorgung im Segment Lebensmittel in Schmölln erarbeitet. Mit dem vorliegenden Nahversorgungskonzept wird insbesondere dem Ziel der **Sicherung einer qualitativ hochwertigen Nahversorgung** in der Schmöllner Innenstadt und in verdichteten Wohnsiedlungsbereichen entsprochen.

Grundsätzlich ist auf Basis des quantitativen Bestandes an Lebensmittelverkaufsfläche (rd. 7.700 m²) aktuell bzw. auch zukünftig kein rechnerischer Erweiterungsbedarf in Schmölln vorhanden. Die Angebotsanalyse zeigt, dass für die Stadtgröße mit rd. 0,68 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 Verbrauchermärkte und Discounter fungieren (vgl. Einteilung der Betriebstypen in Anlage 4).

Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels befinden sich mit Ausnahme von Lidl in integrierten innerstädtischen Lagen, so dass eine angemessene Versorgung für die Wohnbevölkerung in dem

91 Der Abgleich der rechnerisch ermittelten Ansiedlungspotenziale mit der jeweiligen notwendigen Mindestbetriebsgröße ist im Einzelhandel von großer Bedeutung. Ein Einzelhandelsgeschäft benötigt branchenspezifisch eine gewisse Mindestgröße, um das jeweilige Sortiment umfassend, d.h. mit einer hohen Sortimentsbreite und –tiefe, präsentieren zu können. Können bspw. Warengruppen in einem Geschäft auf Grund fehlender räumlicher Gegebenheiten nicht angeboten werden, so ist mit einer sinkenden Kundenakzeptanz und in Folge mit geringen Erlösen zu rechnen. Solche Geschäfte sind dann i.d.R. von Abschmelzungen bedroht.

92 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.

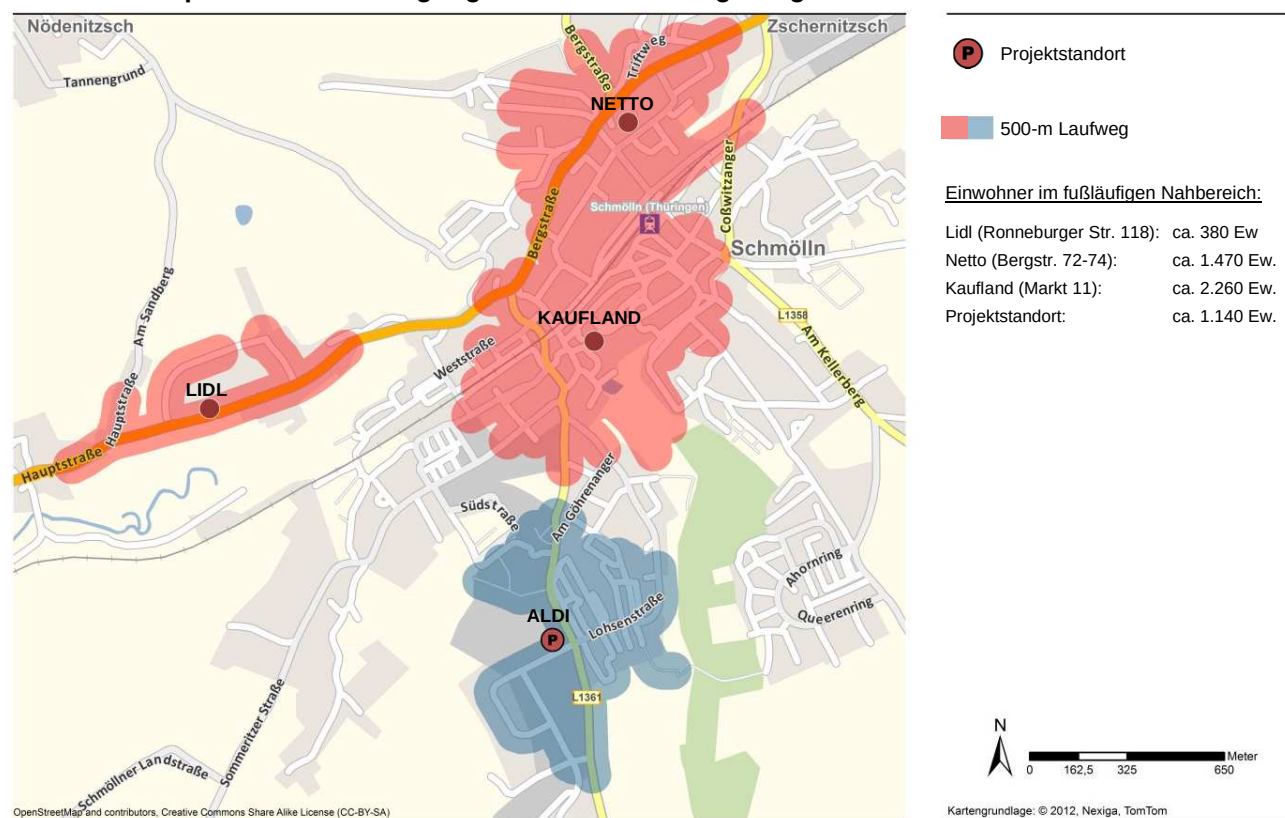
jeweiligen Umfeld des Marktes erfolgt. Als wesentlicher Magnetanbieter fungiert dabei der Verbrauchermarkt von Kaufland, der direkt am Schmöllner Markt verortet ist.

Um die Versorgung zu optimieren, wäre eine (Neu-)Ansiedlung von weiteren Lebensmittelmärkten in den unterversorgten Gebieten notwendig (vgl. Karte 7). Dies ist auf Grund des aktuellen Besatzes an Lebensmittelverkaufsfläche nicht realistisch, zumal bereits bestehende Überkapazitäten durch den Rückzug von Penny deutlich wurden. Demzufolge wird die Nahversorgung in diesen Bereichen perspektivisch lediglich durch kleinere Lebensmittelanbieter, i.d.R. durch Nahrungsmittelhandwerker oder auch kleinere Lebensmittelgeschäfte möglich sein.

Eine **Optimierung der Nahversorgungsstruktur** ist ggf. durch ein Projektvorhaben möglich. Hierbei soll laut Angaben der Stadtverwaltung Schmölln der bestehende Aldi-Markt aus der Bergstraße an den Standort Crimmitschauer Straße / Am Kemnitzgrund verlagert werden. Der geäußerte Verlagerungsbedarf von Aldi resultiert dabei u.E. aus den suboptimalen Standortbedingungen des derzeitigen Marktes (u.a. eingeschränkte Anfahrbarkeit, kurze Einfahrt auf den Parkplatz, schlechte Fernwirkung des Marktes, geringe Parkplatzanzahl) und den nicht-gegebenen flächenseitigen Erweiterungsmöglichkeiten am Standort.

Das Angebot des Aldi-Marktes soll u.a. durch den Werksverkauf der Fa. Wolf ergänzt werden. Dieser befindet sich derzeit in dem Fabrikgebäude der Firma am Standort Am Lindenhof⁹³ und soll perspektivisch ausgelagert werden. Im Fall der Verlagerung des Fabrikverkaufs ist zu konstatieren, dass dieser eine optimale Nahversorgung mit Frischewaren für die Wohnsiedlung Heimstätte darstellen kann, da derzeit in dem gesamten Quartier keine Lebensmittel angeboten werden. Der gleiche Fakt trifft auch für die Verlagerung von Aldi zu, da somit eine attraktive und umfassende Nahversorgung des Wohngebietes erfolgen wird.

Karte 9: Prospektive Nahversorgungsstruktur bei Verlagerung des Aldi-Marktes



93 Anmerkung: Der Fabrikverkauf der Fa. Wolf unterliegt einer hohen Kundenakzeptanz, was ebenfalls in der Frequentierung dieser Verkaufsstelle deutlich wird. Perspektivisch ist eine Verlagerung der Frequenzen aus dieser Gewerbegebietslage möglich, zumal die Bewohner des Wohnquartiers Heimstätte diesen Markt dann fußläufig erreichen können.

Mit der Verlagerung des bestehenden Aldi-Lebensmittelmarktes wird eine **Veränderung der räumlichen Nahversorgungsstruktur** einhergehen.⁹⁴ Für das umliegende Gebiet des derzeitigen Standortes an der Bergstraße ist dabei kein wesentlicher Abbau der wohnortnahen Versorgung zu erwarten, da dieser Bereich größtenteils durch die in fußläufiger Entfernung befindlichen Lebensmittelmärkte von Netto und Kaufland mitversorgt wird. In kleinen Gebieten östlich der Bergstraße werden Konsumenten lediglich geringfügig höhere Laufwege⁹⁵ zur fußläufigen Deckung der Nachfrage in Kauf nehmen müssen, wobei eine tatsächliche Unterversorgung für diese Gebiete nicht eintreten wird (vgl. Karte 7/9).

Auf der anderen Seite wird für das größte Wohngebiet in Schmölln bzw. den südlichen Kernstadtbereich eine attraktive Nahversorgung etabliert. Aktuell ist dieses Gebiet unterversorgt, da überhaupt keine Lebensmittelangebote vorhanden sind.⁹⁶ Ferner kann auch eine Versorgung für die südlichen peripheren Ortsteile von Schmölln sichergestellt werden, da sich der Projektstandort an der Einfallstraße in die Schmöllner Kernstadt befindet.

Im Fazit ist für das vorstehend beschriebene Verlagerungsvorhaben festzuhalten, dass unter versorgungsstruktureller Sicht deutliche Vorteile bei der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung zu erwarten sind. Einerseits ergibt sich eine Entflechtung des bestehenden innerstädtischen Lebensmittelangebots entlang der Bundesstraße B 7, da die hier befindlichen Lebensmittelmärkte Kaufland, Aldi und Netto eine signifikante Überlagerung ihrer fußläufigen Einzugsgebiete aufweisen. Auf der anderen Seite wird mit dem neuen Standort die Nahversorgung in einem derzeit unterversorgten Gebiet sichergestellt. Ferner ist bei einer Neupositionierung des Aldi-Marktes von einer langfristigen Standortsicherung des Betreibers in Schmölln auszugehen.

In dem Lebensmittelbesatz von Schmölln ist aktuell kein **Bio-Markt** vorhanden. Das Sortiment wird zwar auf Kleinflächen in den bestehenden Lebensmittelmärkten abgedeckt, die Auswahlbreite und -tiefe dieser Anbieter sind aber eingeschränkt zu werten. Perspektivisch ist davon auszugehen, dass die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln grundsätzlich weiter steigen wird. Somit kann durch die Existenz eines solchen Marktes auch ein gewisses Alleinstellungsmerkmal einer Stadt erzeugt werden. Bezüglich der Stadtgröße von Schmölln ist die Ansiedlung eines Filialanbieters nicht realistisch. Grundsätzlich kann jedoch ein entsprechendes Konzept von einem mittelständischen Lebensmittelanbieter ab einer Verkaufsfläche von rd. 150 m² umgesetzt werden. Als Standort kommt hierbei eine Lage im zentralen Versorgungsbereich oder an einem siedlungsintegrierten Standort in der Kernstadt in Frage.

In den nicht-verstädterten bzw. den **ländlich geprägten Ortsteilen** von Schmölln, ist kein größerer Lebensmittelmarkt angesiedelt. Dies ist vor allem auf die verhältnismäßig geringe Mantelbevölkerung in den einzelnen Schmöllner Ortsteilen zurückzuführen, so dass hieraus ein niedriges Nachfragepotenzial resultiert.⁹⁷ Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandel prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt bzw. die Installation eines größeren Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch zukünftig nicht möglich.⁹⁸

Ferner ist in der Kernstadt von Schmölln ein umfängliches Lebensmittelangebot vorhanden, so dass die Versorgung perspektivisch hier weiterhin erfolgen wird. So sind insbesondere die Lebensmitteldiscounter in Schmölln verkehrlich sehr gut erreichbar und können durch ihre Lage an der Bundesstraße B 7 zügig ange-

94 Es ist zu unterstellen, dass eine Nachbelegung des Aldi-Marktes durch einen anderen Lebensmittelmarkt nicht erfolgen wird. Dies resultiert aus den suboptimalen Standortbedingungen, der bereits hohe Ansiedlungsdichte im Lebensmittelbereich und dem Fehlen von potenziellen Betreibern. Bezüglich der Nachnutzung würde lediglich ein Lebensmitteldiscounter in Frage kommen, da die Verkaufsfläche für die Ansiedlung eines Supermarkts zu niedrig ausfällt. Die Marktzutrittsgröße liegt bei Supermärkten bei minimal 1.500 m² VK und somit deutlich über der Aldi-Bestandsfläche von rd. 740 m².

95 Bei der Darstellung wurde der engere fußläufige Nahbereich von rd. 500 m abgebildet. Bei der Darstellung des erweiterten Nahbereichs, wobei die kritische Zeit-Wege-Schwelle bei ca. 800 m liegt, ist aus fast allen verdichteten Wohnsiedlungsgebieten ein Lebensmittelmarkt erreichbar.

96 In dem Wohnquartier „Heimstätte“ ist derzeit kein Lebensmittelmarkt bzw. auch sonstiger Lebensmittelanbieter vorhanden. Eine wohnortnahe Versorgung ist nicht vorhanden. Der nächst gelegene Anbieter ist eine Fleischerei in der Lohsenstraße / Am Göhrenanger.

97 Als minimale Untergrenze benötigt ein Lebensmittelmarkt i.d.R. eine Einwohnerzahl von 3.000 Personen.

98 Die ländlichen Ortsteile von Schmölln haben mit Ausnahme von Großstöbnitz (rd. 550 Personen) und Weißbach (rd. 330 Ew.) durchgängig eine Einwohnerzahl von unter 300 Personen.

fahren werden. Für die peripheren Ortsteile kommen daher 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 Sortiment,
- „Tante-Emma-Läden“,
- Mobiler Handel der Nahrungsmittelhandwerker („Bäcker- oder Fleischerwagen“) oder durch „Rollende Supermärkte“.

Um eine möglichst engmaschige, wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung mit Lebensmitteln weiter zu gewährleisten, sollte der **aktuelle Bestand an Lebensmittelmärkten** in integrierten Lagen gesichert werden. Grundsätzlich sollten für diese Bestandsmärkte optimale Standortvoraussetzungen geschaffen werden, wobei auch ggf. eine mögliche flächenseitige Erweiterung zur Optimierung der Präsentationsflächen in Betracht zu ziehen ist. Hierbei sollte jedoch prinzipiell auf eine maßvolle bzw. dem Standort angepasste Erweiterung geachtet werden, um keine wesentlichen Kaufkraftverlagerung von anderen Nahversorgungsstandorten zu induzieren.

Bei einer möglichen flächenseitigen Erweiterung ist lediglich auf solche Anbieter abzustellen, die in einer siedlungs- bzw. auch teil-siedlungsintegrierten Lage verortet sind und einen wesentlichen Beitrag zur wohnortnahe Versorgung leisten. Bei bestehenden Standorten in nicht-siedlungsintegrierten Lagen ist ein deutlich restriktiver Umgang hinsichtlich einer Betriebserweiterung zu empfehlen.

8.3.2. Non-Food

Nach dem Lebensmittelhandel werden in Folge auf Basis der erfolgten Branchenanalyse (vgl. Pkt. 7.3.2-7.3.4) und des rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenmehrbedarfs (vgl. Tab. 15) mögliche Erweiterungsoptionen für den Einzelhandel mit Non-Food-Sortimenten ausgearbeitet bzw. diskutiert.

- In der Branche **Drogeriewaren** ist seit der erfolgten Absiedlung von Schlecker (2012) und von Rossmann (2014) kein Angebot in Form eines Drogeriemarktes vorhanden, so dass die Nachfrage in umliegende Städte abfließt bzw. teilweise von branchenfremden Anbietern gebunden wird. Ferner ist auch in den Orten im Umfeld von Schmölln (bspw. Gößnitz) bzw. im Einzugsgebiet der Stadt kein entsprechender Markt vorhanden.

Demnach bestehen grundsätzlich Ansiedlungschancen für einen Drogeriemarkt, wobei der rechnerische Verkaufsflächenbedarf zwischen 600 bis 700 m² (vgl. Tab. 15) in etwa der aktuellen Marktzutrittsgröße von Drogeriemärkten entspricht.

Als Ansiedlungsstandort sollte der zentrale Versorgungsbereich in Schmölln oder ein in Randlage zu diesem Bereich befindlicher Standort gewählt werden. Sollte hier die Entwicklung einer entsprechenden Fläche nachweisbar nicht möglich sein, so ist die Ansiedlung an einem Alternativstandort in Schmölln zu prüfen.

Die ermittelte bzw. empfohlene Ansiedlung eines Drogeriemarktes wird durch die Ergebnisse der Kundenbefragung und der Befragung der Gewerbetreibenden gestützt. Bei der Kundenbefragung äußerten 76 % der befragten Personen den Wunsch nach einem Drogeriemarkt. Die Zahl der Gewerbetreibenden, welche die Ansiedlung eines Drogeriemarktes wünschten, lag bei 87 % der befragten Unternehmer (vgl. Abb. 23/38).

- In den modischen Sortimenten **Textilien, Schuhe/Lederwaren** und **Sport** errechnet sich bis zum Jahr 2025 ein Verkaufsflächenmehrbedarf. 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 Einzugsgebiet⁹⁹ und eine verstärkte Akzeptanz der Innenstadt. Aus diesem Grund sollte – um eine höhere innerstädtische Angebotsdichte in den modischen Sortimentsbereichen zu erzielen – die Ansiedlung von Modeanbietern in der Schmöllner Innenstadt deutlich forciert werden.

In der Innenstadt sind weitere Verkaufsflächen bzw. die Revitalisierung von Leerstandsflächen empfehlenswert, wobei insbesondere überregionale Filialisten eine hohe Anziehungskraft auf die Konsumenten besitzen und wesentlich zur Attraktivierung beitragen können. Als mögliche Ansiedlungsflächen sind neben den meist kleinteiligen Leerstandsflächen in der Hauptgeschäftslage auch mögliche zu bebauende Potenzialflächen¹⁰⁰ 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.

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. Zusammenfassend ist zu betonen, dass perspektivisch die Ansiedlung von modischen Sortimenten ausschließlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt erfolgen sollte.

Die vorstehende Einschätzung zu weiteren Ansiedlungsoptionen in der Modebranche wird durch die Meinungen der befragten Kunden und Unternehmer untersetzt. Beide Branchen wurden jeweils bei

99 Gemäß den Ergebnissen der Kundenbefragung fließt derzeit die Kaufkraft in diesem Segment zum großen Teil nach Meerane und Gera ab (vgl. Pkt. 5).

100 Beispielhaft sind hier die Baulücken an der Mittelstraße (Ecke Brandstraße) oder am Amtplatz (in Richtung Markt) zu nennen.

der Befragung nach zusätzlichen Ansiedlungsbedarfen erwähnt, wobei die Nennung des Modesortiments an zweiter (Unternehmer, vgl. Abb. 38) bzw. dritter Rangstelle (Kunden, vgl. Abb. 23) erfolgte.

- In der Branche **Heimtextilien** ergibt sich ein rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf von rd. 190 m² (vgl. Tab. 15). Da dieses Sortiment jedoch bereits als Randsortiment im Baumarkt Leitermann in Schmölln bzw. auch im Umfeld von Schmölln (u.a. Möbelhäuser, Einrichtungsfachmärkte) geführt wird, relativiert sich dieser Verkaufsflächenbedarf. Theoretisch wäre die Ansiedlung eines Heimtextilienfachmarkts möglich, wobei die Marktzutrittsgröße eines solchen Marktes deutlich über dem berechneten Flächenbedarf liegt. Perspektivisch ist die Erweiterung eines bestehenden Anbieters möglich bzw. empfehlenswert, um eine höhere Kaufkraftbindung vor Ort zu erreichen.

Die Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters wird durch die Aussagen in der Befragung der Gewerbetreibenden untermauert, da insgesamt 15 % der Nennungen auf die Ansiedlung eines entsprechenden Heimtextilienanbieters hingewiesen haben (vgl. Abb. 38).

- Für die **Buchbranche** ergibt sich eine Erweiterungsfläche von rd. 150 m². Hierbei wäre die Option der Verlagerung und Vergrößerung der bereits existierenden Buchhandlung mit einer erweiterten Verkaufsfläche zu sehen. Aktuell ist jedoch im stationären Bucheinzelhandel von stagnierenden bzw. sinkenden Erlösen auszugehen, da der Online-Handel bereits hohe Marktanteile bindet. Zukünftig wäre jedoch eine erweiterte Verkaufsfläche in dieser Branche wünschenswert.
- In der Branche **Papier-/Büro-/Schreibwaren** besteht ein rechnerischer Arrondierungsbedarf. Dieser ermittelte Zusatzbedarf relativiert sich jedoch, da ein Teil der Nachfrage nach diesen Waren auch von branchenfremden Anbietern (v.a. Lebensmitteleinzelhandel) abgedeckt wird. Somit ist die flächenseitige Erweiterung eines Bestandsanbieters zu empfehlen.
- Für die **Spielwarenbranche** ergibt sich unter Einbezug des Einzugsgebietes ein Erweiterungsbedarf an Verkaufsfläche. Bei der Kundenbefragung wurde ebenfalls der Wunsch nach einem Fachanbieter geäußert. Hierbei ist jedoch die demographische Entwicklung in Schmölln zu beachten (vgl. Abb. 10), so dass die Ausgaben in diesem Segment in den nächsten Jahren eher rückläufig entwickeln werden.

Laut den Befragungsergebnissen wünscht sich ein Teil der befragten Personen bzw. Unternehmen ein verstärktes Spielwarengesamtes (vgl. Abb. 23/38). Somit werden die rechnerischen Ergebnisse durch die Befragung untermauert. Ferner wird die Spielwarenbranche tendenziell eher negativ bewertet (Durchschnittsnote 3,5, vgl. Abb. 35), so dass eine Attraktivierung und flächenseitige Erweiterung in diesem Sortiment empfehlenswert ist.

- In der **Zoobranche** errechnet sich ein Flächenbedarf von über 200 m², da derzeit kein relevanter Zoo-Anbieter in Schmölln vorhanden ist. Derzeit ist in Schmölln lediglich die Warengruppe Tiernahrung vertreten, wobei dieses Sortiment in allen Lebensmittelmärkten und im Baumarkt Leitermann offeriert wird. Grundsätzlich ist die Ansiedlung eines entsprechenden Fachgeschäftes möglich, wobei die Marktzutrittsgröße bei rd. 150 m² liegt. Als Standort für ein neues Geschäft sollte der zentrale Versorgungsbereich oder eine Nahversorgungslage genutzt werden.

Der vorstehende Ansiedlungsbedarf wird durch die Befragungsergebnisse unterlegt, da die Unternehmer diese Branche schlecht bewertet haben. Die Durchschnittsnote von 4,1 (vgl. Abb. 35) resultiert dabei aus dem Nichtvorhandensein eines entsprechenden Fachanbieters.

- In der **Möbelbranche** besteht ein Flächenbedarf von rd. 2.000 m² (vgl. Tab. 15). Das genannte Flächenpotenzial liegt jedoch deutlich unterhalb der Marktzutrittsgröße von potenziellen Betreibern, so dass die Ansiedlung eines Möbelhauses nicht realistisch ist. Ferner besteht bereits in Gößnitz bereits einer kleinerer Möbelmarkt (vgl. Pkt. 7.7), so dass eine teilweise Versorgung auch der Schmöllner Konsumenten möglich ist.

Grundsätzlich kann die Ansiedlung eines Möbelhauses (Vollsortiment) hinsichtlich des geringen Einzugsgebiets nicht erfolgversprechend sein. Ferner ist zu beachten, dass im regionalen Umfeld von Schmölln (bspw. Gera, Altenburg, Chemnitz) bereits verschiedene Vollsortimentsanbieter vorhanden

sind. Realisierbar ist jedoch die Ansiedlung von Spezialanbietern (bspw. Küchenstudio, Möbelmitnahme-/ Möbelfachmarkt), wobei die Entwicklungsfläche nur auf die Einwohner von Schmölln abgestellt sein sollte. Als Standort sollte eine integrierte Lage mit einer guten Verkehrsanbindung gewählt werden. Die Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters (bspw. Möbelfachmarkt) würde dem bestehenden Möbelanbieter in Gößnitz nicht schädigen, da für beide Betriebe ein hohes Nachfragepotenzial von rd. 5,6 Mio. EUR (vgl. Tab. 4) zur Verfügung steht. Dieses kann zum heutigen Zeitpunkt nicht vor Ort gebunden werden, so dass ein großer Teil der Möbelkaufkraft in andere Städte abfließt.

Bei einer Ansiedlung eines Möbelmarktes würde den Konsumentenwünschen entsprochen, da bei der Kundenbefragung und der Befragung der Gewerbetreibenden jeweils der Wunsch nach der Ansiedlung eines entsprechenden Anbieters geäußert wurde (vgl. Abb. 23/38).

- Der Flächenbedarf in der Branche **Haushaltwaren** (inkl. Glas/Porzellan/Geschenkartikel) liegt in dem geringen Angebot in Schmölln begründet. Zur vollständigen Deckung der Nachfrage wäre bspw. auch die Ansiedlung eines sog. Non-Food-Discounters möglich. Ein entsprechender Fachmarkt würde ein Multisortiment in diesem Segment anbieten, dass neben Haushaltwaren auch weitere Warengruppen im Randsortiment beinhaltet. Als Mindestverkaufsfläche sind rd. 300 m² zu veranschlagen.

Die Ansiedlung eines entsprechenden Haushaltwarenanbieters wird auch bei der Befragung der Gewerbetreibenden deutlich, da sich insgesamt 11 % der befragten Unternehmer die Ansiedlung eines entsprechenden Geschäftes wünschen (vgl. Abb. 38).

- Der Flächenbedarf in der Branche **Farben/Bodenbelag/Raumausstattung** relativiert sich, da dieses Sortiment bereits im Baumarkt Leitermann sowie auch in umliegenden Baumärkten in der Region geführt wird.
- Im Segment Consumer Electronics (**Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ Computer/ Telefontelefonie**) besteht ein rechnerischer Ansiedlungsbedarf für fast 600 m² Verkaufsfläche. Hiermit würde sich eine erhöhte Ausstrahlung in diesem Sortiment ergeben, was die Akzeptanz von Schmölln als Einkaufsstadt steigern würde. Der Wunsch nach einem bereiteren Angebot wird auch bei der Auswertung der Befragungen, insbesondere bei der Befragung der Gewerbetreibenden deutlich (vgl. Abb. 38). Diese Personengruppe hat ebenfalls das aktuelle Angebot relativ schlecht bewertet (vgl. Abb. 35).

Die Ansiedlung eines entsprechenden Fachmarktes ist jedoch unter Berücksichtigung der starken Konkurrenz im regionalen Umfeld und der Attraktivität der bestehenden Märkte (bspw. Meerane, Gera, Altenburg) nicht realistisch, so dass eine vollständige Kaufkraftbindung in Schmölln auch zukünftig nicht möglich sein wird. Wünschenswert wäre jedoch die Erweiterung eines bestehenden Anbieters auf eine marktübliche Flächengröße von minimal 300 m².

- Das Marktpotenzial in Schmölln und dem Einzugsgebiet reicht in der Branche **Autoteile/ -zubehör** für die Ansiedlung eines kleineren Autoteilemarktes aus, wobei eine Werkstatt bzw. Serviceangebote das Sortiment ergänzen sollten. Die Entwicklung sollte an einem dezentralen Standort bei gleichzeitig guter verkehrlicher Erreichbarkeit erfolgen. Ideal wäre ein Standort in einer bereits existierenden Fachmarktlage.

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

- Nutzung von aktuellem Leerstand, insbesondere von verschiedenen, meist kleinformatischen innerstädtischen Ladenlokalen,
- Bebauung von Potenzial- bzw. Brachflächen, bspw. der Baulücken an der Mittelstraße (Ecke Brandstraße) oder am Amtsplatz (in Richtung Markt) und Belegung mit Einzelhandel,
- Umnutzung von Bestandsobjekten, die mit einer minderwertigen Einzelhandelsnutzung oder mit einzelhandelsfremden Gewerbe um- bzw. zwischengenutzt sind.

Auf Basis des bestehenden Leerstands¹⁰¹ ist davon auszugehen, dass nicht alle vorgeschlagenen Entwicklungspotenziale in der Innenstadt realisiert werden können. Grundsätzlich stehen derzeit zwar 12 Ladenlokale im Schmöllner Hauptgeschäftsbereich leer, deren augenscheinliche Verkaufsfläche liegt jedoch zum großen Teil deutlich unter 100 m². Somit sind diese Läden lediglich zur Umsetzung von kleinformatigen Vorhaben, nicht jedoch für die Entwicklung von größeren und leistungsfähigen Konzepten geeignet. Als Möglichkeit der Inwertsetzung von kleineren Leerstandsflächen bzw. auch der Schaffung von größeren Ladeneinheiten ist die Zusammenlegung von Geschäften in Betracht zu ziehen, wenngleich sich diese Möglichkeit meist hinsichtlich der unterschiedlichen Eigentümer als schwierig gestaltet.

Grundsätzlich ist bei einer flächenseitigen Erweiterung des Innenstadthandels neben der Nutzung von Leerstandesreserven auch eine Bebauung von Brachflächen bzw. Baulücken in Betracht zu ziehen. Derzeit existieren drei solcher Potenzialflächen, bei deren Bebauung die Erdgeschosszonen durch Handel genutzt werden könnten.

Abbildung 53: Innerstädtische Potenzialflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Außerhalb der Schmöllner Innenstadt bestehen diverse Leerstände, die vor allem durch Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten belegt werden könnten.¹⁰² Hierbei handelt es sich bspw. um leerstehende Ladeneinheiten, die vormals durch großformatige Handelsbetriebe belegt wurden. Grundsätzlich ist an solchen Standorten meist eine Nutzung mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu empfehlen, auch um ggf. den Flächenneuverbrauch bei Einzelhandelsneuansiedlungen in Schmölln zu limitieren. Für eine Nutzung mit sog. zentrenrelevanten Sortimenten sollten lediglich Objekte in einer städtebaulich integrierten Lage genutzt werden, zudem ist zwingend der Nachweis notwendig, dass keine innerstädtischen Potenzialflächen vorhanden sind.

Abbildung 54: Potenzialflächen in Lagen außerhalb der Innenstadt (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

¹⁰¹ Zum Zeitpunkt der Bestandserhebung (Mai 2016) wurde in Schmölln im zentralen Versorgungsberiech ein Leerstand von 12 Ladeneinheiten gezählt. Die geschätzte Leerstandsfläche liegt bei ca. 850 m². Der Großteil der leerstehenden Flächen (8 Gewerbeeinheiten) besitzt eine Verkaufsfläche unter 100 m². Lediglich 4 Gewerbeeinheiten besitzen eine Verkaufsfläche von über 100 m².

¹⁰² Anmerkung: Eine konkrete Nutzung der Leerstandsflächen ist aus den jeweiligen Standort- und Objektgegebenheiten abzuleiten.

8.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

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

Tabelle 16: Entwicklungspotenziale für den Schmöllner Einzelhandel (Kurzzusammenfassung)

Branche	VK-Fläche	Betriebstyp	Bemerkung
Drogerie	~650 m ²	Drogeriemarkt	- Ansiedlung im Standortverbund mit einem Lebensmittelmärkte, um auf Kopplungen innerhalb der beiden Branchen zurückzugreifen <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich, bei fehlender Flächenverfügbarkeit auch Nahversorgungsstandorte
Textilien/ Schuhe		Fachgeschäfte/ Fachmärkte	- Ansiedlung verschiedener Modeanbieter ausschließlich in der Schmöllner 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 <u>Standort:</u> ausschließlich zentraler Versorgungsbereich Altstadt
Zoobedarf/ Tierfutter	~150 m ²	Fachgeschäft	- Kein Zooanbieter vorhanden - hoher Wettbewerbsdruck bei Tiernahrung durch branchenfremde Anbieter <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich, bei fehlender Flächenverfügbarkeit auch Nahversorgungsstandorte
Möbel	~800 m ²	Möbelfachmarkt	- Ansiedlung eines qualifizierten und attraktiven Möbelfachmarktes - Verkaufsfläche kann bei einem leistungsfähigem Konzept auch höher ausfallen, da städtebauliche Gründe bezüglich der Charakteristika der nicht-zentrenrelevanten Sortimente i.d.R. keine Rolle spielen - Möglichkeit besteht auch in der Ansiedlung eines Spezialanbieters (bspw. Küchenstudio) <u>Standort:</u> verkehrsgünstiger Standort, ideal wäre die Nachnutzung eines Bestandsstandortes und die räumliche Nähe zu bestehenden Handelsstandorten
Haushaltwaren	~300 m ²	Fachmarkt	- Ansiedlung eines sog. Non-Food-Discounters, der als gesamtstädtischer Magnet im Segment Haushaltwaren fungiert <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich

Consumer Electronics	~300 m ²	Fachgeschäft	▪ Ansiedlung eines leistungsfähigen Fachgeschäftes oder auch kleineren Fachmarktes ▪ Ergänzung des Sortiments durch Werkstatt und Serviceangebote notwendig ▪ <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich
Autoteile/-zubehör	~250 m ²	Fachmarkt	▪ Ergänzung des Sortiments durch Werkstatt und Serviceangebote notwendig ▪ Verkaufsfläche kann bei einem leistungsfähigem Konzept auch höher ausfallen, da städtebauliche Gründe bezüglich der Charakteristika der nicht-zentrenrelevanten Sortimente keine Rolle spielen ▪ <u>Standort:</u> verkehrsgünstiger Standort im gesamten Stadtgebiet, wobei eine Nähe zu bestehenden Fachmarktstandorten optimal wäre
Heimtextilien, Buchhandel, Papier-/Büro-/Schreibwaren, Spielwaren		Arrondierungsbedarfe	▪ Ergänzung bzw. maßvolle flächenseitige Erweiterungen von bestehenden Anbietern, ggf. auch Verlagerung und Erweiterung von Bestandsgeschäften ▪ <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anmerkung: Bei vorstehenden quantitativen Entwicklungspotenzialen wurden mögliche Abschmelzungen von leistungsschwachen oder sog. Grenzertragsbetrieben nicht berücksichtigt. Naturgemäß würden sich demzufolge höhere Ansiedlungspotenziale ergeben. Die dargestellten Verkaufsfläche sind Circa-Angaben und naturgemäß nicht quadratmetergenau umsetzbar.

Es ist darauf zu verweisen, dass die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe auf einer Steigerung der **Marktbedeutung des Schmöllner 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 Schmöllner Einzelhandels. Selbige sind raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter und der empfohlenen Neuansiedlungen deutlich unter dem prognostizierten Marktvolumen im dargestellten Kerneinzugsgebiet der Schmöllner Einzelhandels (Zone I + II)¹⁰³ liegen. Die dargestellten Flächengrößen sollen vor allem als Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Schmölln als notwendig bzw. wünschenswert einzustufen sind, um einen abgerundeten Branchenmix für die Konsumenten zu präsentieren.¹⁰⁴

Die berechneten Ansiedlungsbedarfe innerhalb der einzelnen Branchen werden durch die **Befragungsergebnisse** unterlegt. So haben die Kunden und auch die Unternehmer jeweils die vorstehend genannten Sortimente bei der Frage nach möglichen Ansiedlungsbedarfen erwähnt (vgl. Abb. 23/38). Ferner fällt die Branchenbewertung der befragten Gewerbetreibenden in den Branchen, in denen ein Ansiedlungs- oder flächenseitiger Arrondierungsbedarf besteht, tendenziell niedriger aus (vgl. Abb. 35).

Die dargestellten Erweiterungsoptionen des Schmöllner Einzelhandels wurden unter Berücksichtigung von Ziel-Bindungsquoten ermittelt. Diese wurden im kurzfristigen Bedarfsbereich mit 110 % angesetzt, um so eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung in Schmölln und auch im näheren Umfeld zu gewährleisten. Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich wurde eine erhöhte Bindungsquote von 140 % gewählt, so dass auch nach der Umsetzung der vorstehenden Erweiterungs- bzw. Ansiedlungsoptionen eine Nachfrage in den

103 Der abgegrenzte Kerneinzugsbereich von Schmölln (Zone I + II) liegt innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich von Schmölln.

104 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, sind ggf. gesonderte Stellungnahmen erforderlich, welche die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Wirkungen des Vorhabens auf die Versorgungsstrukturen der Region im Detail aufzeigen.

jeweiligen Orten im Einzugsgebiet zur örtlichen Bindung besteht. Somit wurde berücksichtigt, dass insbesondere die zum gemeinsamen Mittelzentrum zählende Stadt Gößnitz und andere zentrale Orte ausreichend Spielräume zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben entfalten können.

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

Die beschriebene flächenseitige Ausweitung des lokalen Einzelangebots deutet auf eine zielgerichtete **Erhöhung der Einzelhandelsattraktivität** von Schmölln hin. Auf Grund der empfohlenen Standortlagen würde damit insbesondere eine wesentliche Steigerung der Einkaufsinnenstadt, aber auch von Nahversorgungslagen einhergehen. Demnach könnte vor allem der innerstädtische Verkaufsflächenanteil, der aktuell bei rd. 36 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche liegt (vgl. Tab. 6), weiter erhöht werden.

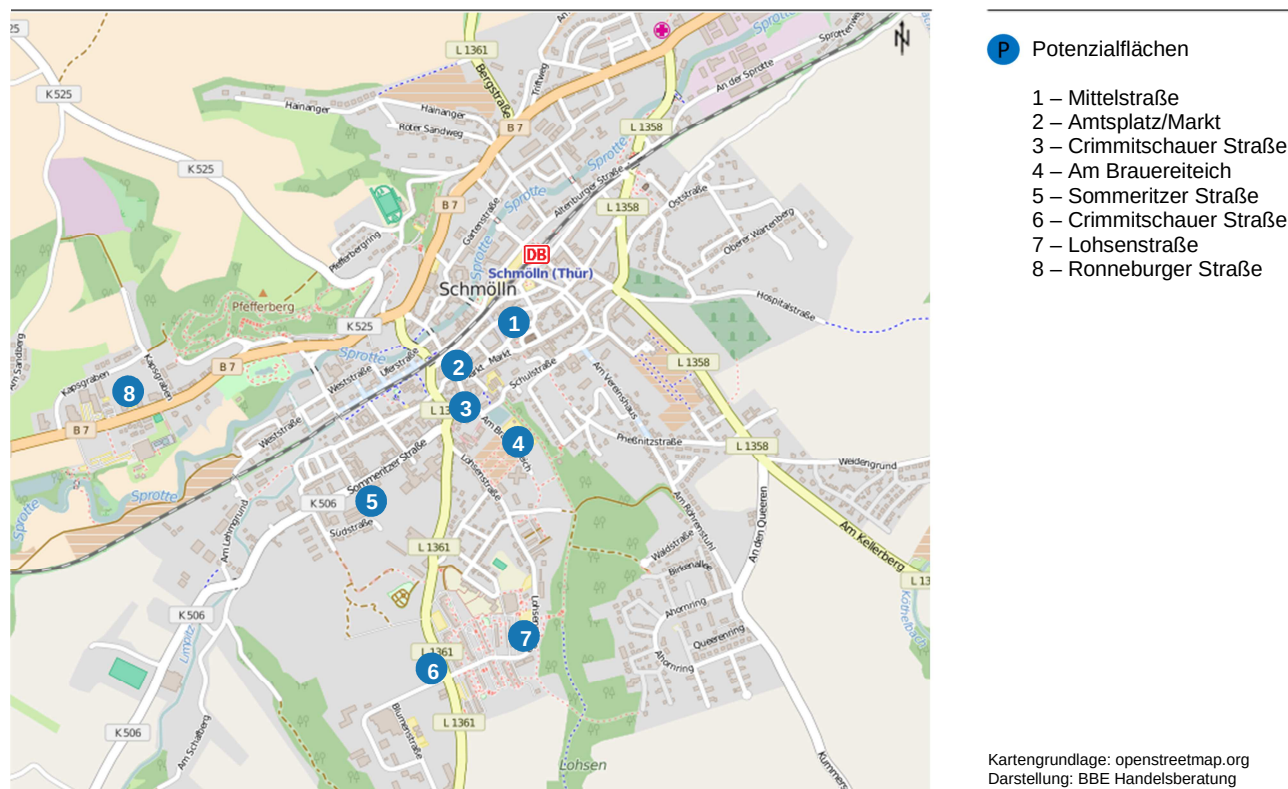
8.3.4. Bewertung von Potenzialstandorten

Laut Angabe der Stadtverwaltung Schmölln besteht aktuell eine konkrete Anfrage zu einer Einzelhandelsansiedlung an dem Standort Crimmitschauer Straße / Am Kemnitzgrund. Hier soll ein Lebensmittelmarkt, ein Drogeriemarkt und der Werksverkauf des Schmöllner Fleisch- und Wurstwarenproduzenten Wolf¹⁰⁵ angesiedelt werden. Das geplante Vorhaben ordnet sich in die Ziele des Einzelhandelskonzeptes ein, da für das Sortiment Drogeriewaren ein Ansiedlungsbedarf besteht. Bei einer Verlagerung des Aldi-Markts ist von einer Verbesserung der Nahversorgungsstrukturen in Schmölln auszugehen (vgl. Pkt. 8.3.1).

In Bezug auf den Standort ist festzuhalten, dass es sich um eine Lage außerhalb der Einkaufsinnenstadt von Schmölln handelt. Da der Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten jedoch primär in den zentralen Versorgungsbereich gelenkt werden soll, ist eine Prüfung von **möglichen innerstädtischen Potenzialflächen** bzw. anderen Alternativflächen notwendig. Hierbei ist insbesondere auf den großformatigen Drogeriemarkt abzustellen, da für solche Ansiedlungsvorhaben in verdichteten Kernstadtbereichen meist nur eine begrenzte Flächenverfügbarkeit besteht.¹⁰⁶

Nachstehend wird eine kartographische Übersicht eingefügt, welche möglichen bzw. auch verfügbaren Ansiedlungsstandorte in Frage kommen.¹⁰⁷

Karte 10: Potenzialflächen für Einzelhandelsansiedlungen in Schmölln



In Folge wird eine Prüfung der einzelnen Standorte vorgenommen, um einen realisierbaren Projektstandort zu ermitteln. Es werden dabei jeweils die städtebaulichen Gegebenheiten der Standorte und eine mögliche betreiberseitige Eignung zur Etablierung eines Drogeriemarktes untersucht. Somit wird sichergestellt, dass

¹⁰⁵ Bei dem Fabrikverkauf der Firma Wolf handelt es sich um eine Standortverlagerung, da diese Verkaufseinrichtung aus den Räumen des derzeitigen Produktionsgebäudes ausgelagert werden soll.

¹⁰⁶ Für den Aldi-Markt sind keine weiteren Standortalternativen in städtebaulich-integrierter Lage in Schmölln vorhanden, die auch aus Betreiberseite für die Ansiedlung eines entsprechenden Lebensmittelmarktes geeignet wären.

¹⁰⁷ Die Prüfung erfolgt lediglich für Standorte, die aus betreiberspezifischer Sicht und aus städtebaulicher Sicht eine gewisse Wahrscheinlichkeit der Realisierung haben.

ein möglicher Standort auch durch den Handel belegt werden kann und das Ansiedlungsvorhaben umsetzbar ist. Bei der Prüfung von Potenzialflächen im Zentrum ist vorwegzuschicken, dass keine derzeit bestehende Leerstandsfläche die benötigte Flächengröße abbilden kann.

Mittelstraße/Brandstraße (1)

Städtebauliche Bewertung

- Integrierte Lage im zentralen Versorgungsbereich, wenngleich Standort eine Nebengeschäftslage ist.
- Gute fußläufige Anbindung an die umliegenden Wohnsiedlungsbereiche, ÖPNV-Anbindung über Stadtbus.
- Positive Auswirkungen auf den Innenstadthandel, Kopplungen zu anderen Sortimenten.
- Ansiedlung eines weiteren innerstädtischen Handelsmagneten, Erhöhung der Versorgungskompetenz der Schmöllner Innenstadt.
- Inwertsetzung und qualifizierte Nutzung einer Brachfläche, dadurch Attraktivierung der Innenstadt.

Betreiberspezifische Bewertung

- Standort (Freifläche) besitzt keine Sichtachse zu anderen innerstädtischen Handelsmagneten, liegt in einer Nebengeschäftslage.
- Geschätzte Grundfläche beträgt 500 bis 600 m² und ist für einen Drogeriemarkt¹⁰⁸ deutlich zu klein.
- Potenzialstandort kann nur in Verbindung mit der nebenliegenden Immobilie des ehem. C-Marktes bzw. der ehem. Bank (denkmalgeschützt) genutzt werden (Zusammenlegung der Flächen), dadurch hohe Entwicklungskosten, die nicht durch eine marktübliche Miete gedeckt werden können.
- Unterschiedliche Eigentümer, äußerst komplizierte Projektentwicklung.

Fazit: Trotz der innerstädtischen Lage scheidet die Ansiedlung des Drogeriemarktes aus, da insbesondere keine ausreichende Verkaufsfläche zu einem akzeptablen Marktpreis entwickelt werden kann.

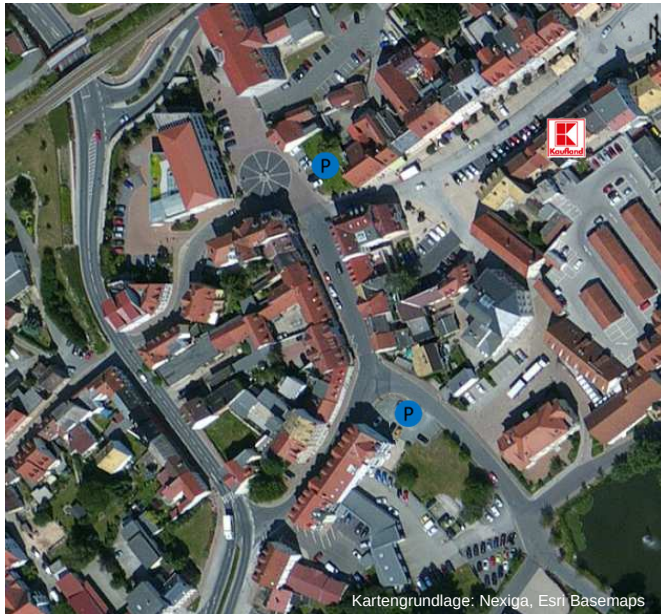


Amtsplatz/Markt und Crimmitschauer Straße/Am Brauereiteich (2/3)

Die beiden Potenzialflächen besitzen in Bezug auf ihre Lage fast identische Standortvoraussetzungen. Es handelt sich um Freiflächen, die im innerstädtischen Geschäftsbereich verortet sind. Beide Standorte sind unter städtebaulichen Aspekten zur Ansiedlung eines Drogeriemarktes geeignet. Insbesondere sind positive Kopplungseffekte für den Innenstadthandel zu erwarten. Die Grundfläche am Standort Amtsplatz/Markt beträgt geschätzt ca. 400 m², in der Crimmitschauer Straße/Am Brauereiteich ca. 500 m².

Fazit: Unter Berücksichtigung der notwendigen Geschäftsfläche scheidet die Ansiedlung eines Drogeriemarktes bezüglich der zu geringen Fläche definitiv aus.

108 Für einen Drogeriemarkt wird eine ebenerdige Gesamtfläche von rd. 800 bis 900 m² (Verkaufsfläche, Büro, Sozialräume, Lager, Laufwege etc.) benötigt.



Am Brauereiteich (4)

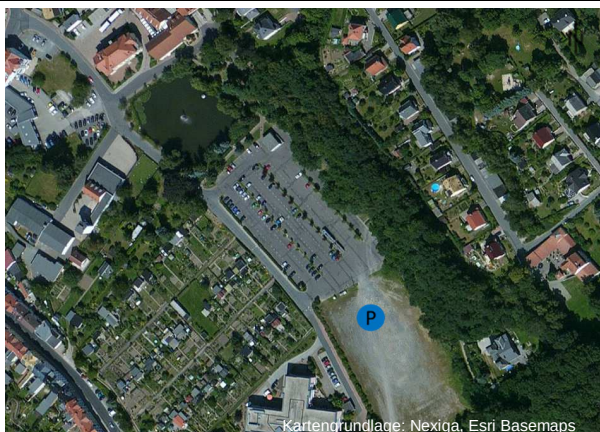
Städtebauliche Bewertung

- Innenstadtrandlage, keine Austauschbeziehungen zur Hauptgeschäftslage, keine Handelslage.
- Standort kann keine Kopplungsbeziehungen zum Innenstadthandel aufnehmen, da unattraktive Wegebeziehung zur Hauptgeschäftslage.
- Keine funktionale Anbindung des Standortes an die direkte Innenstadt

Betreiberspezifische Bewertung

- Grundfläche reicht für die Ansiedlung eines markt-konformen Drogeriemarktes aus.
- Standort befindet sich jedoch in einer Sackgasse, keine Handelslage.
- Induzierter Verkehr könnte von der Zufahrtsstraße vermutlich nicht aufgenommen werden.
- Keine Sichtachse, keine Austauschbeziehungen zu anderen Handelsbetrieben, keine Fernwirkung des Standortes.

Fazit: Trotz der ausreichenden Grundfläche kommt eine Ansiedlung aus städtebaulicher und betreiberspezifischer Sicht nicht in Frage, da es sich um einen Solitärstandort in Innenstadtrandlage handelt. Es bestehen keinerlei Austauschbeziehungen bzw. Kopplungen zur Hauptgeschäftslage am Markt. Der Standort lässt sich nicht als Handelslage entwickeln.



Sommeritzer Straße (5)

Städtebauliche Bewertung

- Standort fungiert als Nahversorgungsstandort, da integrierte Lage in einem Wohnquartier.
- Die Versorgungslage war bereits langjährig am Markt etabliert.
- Penny hat sich von dem Standort im Jahr 2015 abgesiedelt, Funktionsverlust des Standortes.
- Drogeriemarkt kann Nahversorgungsfunktion übernehmen.
- Keine Kopplungsbeziehungen zur Innenstadt, keine fußläufigen Austauschbeziehungen, keine ÖPNV-Anbindung.

Betreiberspezifische Bewertung

- Standort befindet sich in der „2. Reihe“, keine Fernwirkung bzw. Einsehbarkeit des Marktes.
- Fehlende Kopplungen zu weiteren Handelsanbietern, insbesondere zu einem Lebensmittelmarkt.
- Grundfläche reicht für die Ansiedlung eines marktkonformen Drogeriemarktes aus, da Penny ca. 600 m² belegt hatte.
- Volle Verfügbarkeit des Standortes ist nicht gegeben, da das DRK den Großteil der Penny-Fläche bzw. auch die beiden OG für eine Wohnanlage für Betreutes Wohnen angemietet hat.

Fazit: Trotz der ausreichenden Verkaufsfläche ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes unter Betreiberaspekten nicht realistisch. Da grundsätzlich die Flächenverfügbarkeit nicht gegeben ist, scheidet diese Lage als Potenzialstandort aus.



Crimmitschauer Straße/Am Kemnitzgrund (6)

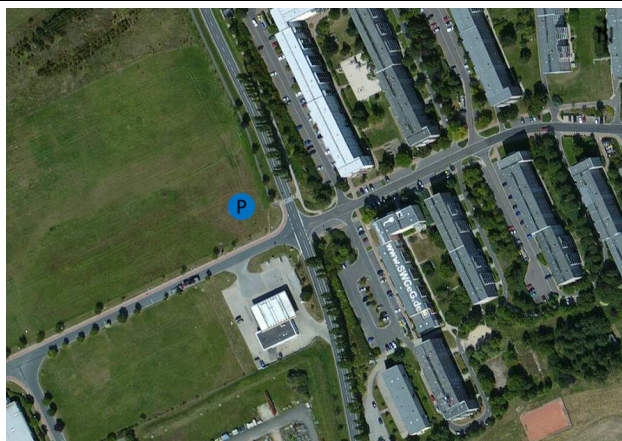
Städtebauliche Bewertung

- Neuentwicklung eines Standortes außerhalb der Innenstadt.
- Projektstandort ist nicht-siedlungsintegriert.
- Direkte fußläufige Erreichbarkeit aus dem östlichen Wohnsiedlungsbereichen, ÖPNV-Anschluss über Stadtbus.
- Belegung des Standorts mit einem Lebensmittelmarkt stellt einen Nahversorger für das derzeit nicht-versorgte Wohnquartier Heimstätte dar.
- Drogeriemarkt kann das Lebensmittelangebot zielgerichtet abrunden, dadurch auch Aufwertung des Wohngebietes.

Betreiberspezifische Bewertung

- Optimale Standortvoraussetzungen (gesamstädtische Erreichbarkeit, sehr gute Anfahrbarkeit, Fernwirkung etc.), andererseits auch hohes Nachfragepotenzial im fußläufigen Einzugsbereich.
- Ausreichende Grundfläche vorhanden.
- Durch Neubebauung können attraktive Konzepte präsentiert werden.
- Gute Kopplungsmöglichkeiten innerhalb der einzelnen nahversorgungsrelevanten Sortimente.

Fazit: Aus Betreibersicht sind am Standort optimale Entwicklungsmöglichkeiten vorhanden. Unter städtebaulichen Blickwinkel ist zu konstatieren, dass ein neuer Handelsstandort eröffnet wird, der in einer nicht-siedlungsintegrierten Lage verortet ist. Durch die Randlage zum Wohnquartier Heimstätte kann jedoch eine Nahversorgung für die hier ansässige Bevölkerung dargestellt werden.



Lohsenstraße (7)

Bei der Potenzialfläche handelt es sich um einen ehemaligen Extra-Markt (ca. 1.200 m² VK), der bereits langjährig geschlossen ist. Eine Wiederbelegung dieses Standorts mit einem Lebensmittel- oder Drogeriemarkt ist nicht realistisch. Dies ergibt sich aus der Standortqualität (u.a. keine direkte Anbindung an eine Verkehrsachse, limitiertes Einwohnerpotenzial im Nahbereich, keine gesamtörtliche Ausstrahlung), so dass eine Revitalisierung dieses Objektes ausscheidet. Ferner ist die Flächenverfügbarkeit nicht gegeben, da der Standort einer Gewerbenutzung unterliegt.

In dem gegenüberliegenden sechsgeschossigen Zeilenbau sind im Erdgeschoss als Funktionsunterlagerung zur Wohnnutzung verschiedene kleinteilige Gewerbeeinheiten vorhanden. Diese können ggf. zusammengelegt werden, so dass eine Fläche von rd. 700 m² entstehen könnte. Auf Grund der Standortqualität des Mikrostandortes (s.o.) kommt eine Entwicklung dieser Fläche u.E. nicht in Betracht, zumal auch die objektseitige Eignung (vor allem bezüglich des bandförmigen Zuschnitts der Fläche bei einer zu geringen Breite von lediglich max. 12 m, geringe Deckenhöhe, zahlreiche statisch bedingte Stützen auf der Fläche) nicht gegeben ist.

Fazit: Der Standort des vormaligen Extra-Marktes ist nicht für eine Handelsnutzung geeignet und ist ferner auf Grund einer derzeitigen Belegung durch einen Gewerbebetrieb nicht verfügbar.



Ronneburger Straße (8)

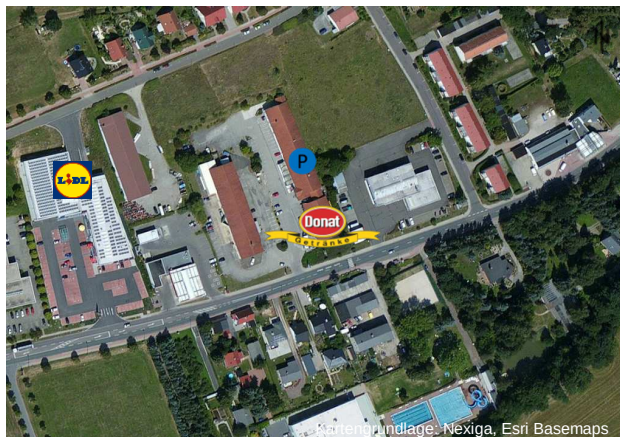
Städtebauliche Bewertung

- Der Potenzialstandort ist der ehem. Lidl-Markt, der sich im Standortverbund mit Getränke Donat nördlich der Ronneburger Straße befindet.
- Dezentraler Standort am westlichen Ortsausgang der Schmöllner Kernstadt, autokundenorientierte Lage in einem Gewerbegebiet.
- Keine funktionale Anbindung an den Innenstadt-handel.
- Keine Nahversorgungsfunktion des Standortes, da nicht-siedlungsintegrierte Lage.
- Bei Ansiedlung wird die Attraktivität der Fachmarkttagglomeration weiter verstärkt.

Betreiberspezifische Bewertung

- Lage in der „2. Reihe“ hinter Getränke Donat, aus Betreibersicht suboptimaler Standort.
- Keine unmittelbaren Kopplungen am Mikrostandort, da kein Lebensmittelmarkt vorhanden ist.
- Standort stellt keine optimalen Voraussetzungen dar, wenngleich die Leerstandsfläche des Lidl-Marktes objektseitig auch für einen Drogeriemarkt sehr gut geeignet ist.
- Standort ist einseitig auf Pkw-Kunden ausgerichtet, keine fußläufige Kundschaft vorhanden.

Fazit: Der Projektstandort sollte aus städtebaulichen Gründen nicht weiterentwickelt werden, da bei einer Ansiedlung diese dezentrale Einkaufslage gestärkt würde. Ferner besitzt der Standort keine Nahversorgungsfunktion.



Die vorstehende Prüfung der Potenzialstandorte 1 bis 4 (vgl. Karte 10) hat ergeben, dass eine Ansiedlung eines Drogeriemarktes mit einer konzeptkonformen Verkaufsfläche von rd. 650 m² in der Schmöllner Innenstadt nicht möglich ist. Einerseits existiert keine innerstädtische Leerstandsfläche in dieser Dimension. Andererseits ist die Bebauung einer innerstädtischen Potenzialfläche zwar grundsätzlich möglich, jedoch kann die notwendige Geschäftsgröße für einen Drogeriemarkt nicht dargestellt werden.¹⁰⁹ Somit ist die Ansiedlung eines Drogeriemarktes in der Schmöllner Innenstadt nicht umsetzbar.

Außerhalb der Schmöllner Innenstadt scheidet eine Entwicklung an den Standorten Sommeritzer Straße (5) und Lohsenstraße (7) insbesondere bezüglich der nicht-gegebenen Flächenverfügbarkeit aus. Es verbleiben lediglich die beiden Standorte Ronneburger Straße (8) und Crimmitschauer Straße/Am Kemnitzgrund (6).

Bei einer möglichen Ansiedlung wäre die Standortentscheidung zugunsten des Standortes Crimmitschauer Straße zu treffen, was insbesondere aus der zu erwartenden Nahversorgungsfunktion für das Wohngebiet

¹⁰⁹ Die Betreiber von Drogeriemarkten belegen i.d.R. nur konzeptkonforme Flächen, da nur so eine optimale Darstellung des Sortimentes und eine hohe Leistungsfähigkeit möglich sind.

Heimstätte resultiert. Ferner ist dieser Standort – trotz seiner nicht-wohnsiedlungsintegrierten Lage¹¹⁰ – fußläufig aus diesem Wohnquartier erreichbar und besitzt eine ÖPNV-Anbindung an den Stadtbuss. Dem gegenüber ist die Fachmarkttagglomeration an der Ronneburger Straße ausschließlich auf motorisierte Kunden ausgerichtet und besitzt keine Nahversorgungsfunktion. Bei einer Ansiedlung an diesem Standort wäre von einer städtebaulich nicht wünschenswerten Stärkung dieser dezentralen Handelslage auszugehen.

In Bezug auf die **absatzwirtschaftlichen Auswirkungen** bei Ansiedlung eines Drogeriemarktes ist standortunabhängig zu konstatieren, dass sich die Umsätze eines entsprechenden Marktes zu überwiegenen Teilen aus der Kaufkraftrückholung rekrutieren werden. Dies ergibt sich aus dem Fakt, da derzeit in Schmölln kein vergleichbarer Drogeriemarkt vorhanden ist und die Kaufkraft in andere Städte abfließt.¹¹¹ Demnach resultiert der größte Teil des Umsatzes aus der legitimen Eigenbindung der Kaufkraft vor Ort, was zu einer Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Schmölln führt.

Ein Teil der Erlöse des Drogeriemarktes wird sich zu Lasten der Randsortimentsabteilungen der bestehenden Lebensmittelmärkte ergeben, da diese derzeit die Versorgung mit Drogeriewaren teilweise mit übernehmen. Da die Drogeriewarenabteilung eines Lebensmittelmärktes generell nur einen anteiligen Umsatz von dem Gesamterlösen ausmacht, ist bei einem möglichen partiellen Umsatzverlust dieser Randsortimentsabteilung grundsätzlich nicht von einer Existenzgefährdung eines Lebensmittelmärktes auszugehen.

Die Mehrerlöse des zu verlagernden Aldi-Lebensmittelmärktes werden zu Lasten der bestehenden örtlichen Lebensmittelanbieter generiert. Da es sich bei der geplanten Verlagerung nicht um eine Neuansiedlung, sondern um die Erweiterung¹¹² eines bereits langjährig bestehenden Lebensmittelmärktes handelt, werden lediglich die auf der zusätzlichen Verkaufsfläche erzielten Umsätze anderen Lebensmittelanbietern entzogen. Hierbei sind auf Grund des discountorientierten Konzeptes von Aldi vor allem andere Lebensmitteldiscounter betroffen. Bezüglich der – im Verhältnis zur gesamtstädtischen Lebensmittelverkaufsfläche¹¹³ – avisierten Erweiterungsfläche und der zu erwartenden geringen Mehrumsätze¹¹⁴ sind primär keine schädlichen Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen im lokalen Lebensmitteleinzelhandel zu erwarten.

Im Fazit sind auf Grundlage einer ersten Einschätzung bei Umsetzung der beiden Projektvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf die Bestandsstrukturen des Schmöllner Einzelhandels ersichtlich. Mögliche raumordnerische Auswirkungen sind ebenfalls nicht zu erwarten, zumal der Einzugsbereich der geplanten Betriebe innerhalb des Verflechtungsbereichs der Stadt Schmölln liegt. Die vorstehenden Aussagen müssen bei einer möglichen Ansiedlung der beiden Märkte flächen- und standortbezogen im Rahmen einer Auswirkungsanalyse bewertet werden.

110 Direkt im Wohngebiet Heimstätte bzw. auch östlich der Crimmitschauer Straße bestehen keine Potenzialflächen, die für die Ansiedlung der relevanten Handelsbetriebe geeignet wären.

111 Diese Tatsache wurde auch im Rahmen der Konsumentenbefragung deutlich, da die befragten Personen angaben, Drogeriewaren vor allem in Meerane, Gera oder Altenburg einzukaufen.

112 Mit der erweiterten Verkaufsfläche sollen die Kundenattraktivität (z.B. breite Gänge, übersichtliche Produktpräsentation, niedrige Regalhöhen, weniger überbaute Bereiche) und die innerbetrieblichen Abläufe für die Mitarbeiter in der Filiale optimiert bzw. verbessert werden. Ein wesentlicher Umsatzzuwachs wird seitens des Betreibers Aldi nicht erwartet, da die Artikelanzahl bei Food und Non-Food vor und nach der Erweiterung nahezu unverändert bleibt. Es vergrößern sich vor allem die Präsentationsflächen bzw. die Stellflächen für die Waren, da größere Mengen je Artikel im Verkaufsraum bereitgestellt werden. Dies betrifft vor allem Waren mit einem langen Mindesthaltbarkeitsdatum (bspw. Konserven, Nahrungsmittel, Kaffee/Tee, Getränke, Drogeriewaren), so dass diese Artikel seltener angeliefert werden müssen und in Folge der Aufwand für die Warenbestückung geringer ausfällt. Da somit immer mehr Produkte in großen Gebinden bzw. ohne zeit- und arbeitsintensive Umladungen und Regalbestückungen auf Paletten oder Rollcontainern in den Markt gebracht werden können, führt dies zur Einsparung von Logistik- und Personalkosten. Die dazu erforderlichen Gangbreiten führen zusammen mit den entsprechenden „Regalmeter“ pro Produkt auch bei fast gleichbleibenden Artikelzahlen zu deutlich höheren Anforderungen an die Verkaufsfläche.

113 Auf Basis der derzeitigen Aldi-Verkaufsfläche von rd. 740 m² würde sich bei Umsetzung des aktuellen Konzeptes, welches rd. 1.000 m² umfasst, eine Flächenerhöhung von rd. 260 m² errechnen.

114 Der Umsatz eines Lebensmittelmärktes entwickelt sich mit einer ansteigenden Verkaufsfläche nicht proportional zur Fläche mit. Grundsätzlich sinkt die Flächen- bzw. Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche) ab. Dies ist durch die neuen Konzepte der Lebensmittelfilialisten bedingt, die höhere Gangbreiten, niedrigere Regalhöhen und großzügigere Laufwege bei einer fast gleichbleibenden Artikelanzahl anbieten. Somit sinkt die Warendichte je Quadratmeter und in Folge auch die Raumleistung (Umsatz je Quadratmeter). Aus diesem Grund ist lediglich mit einer leicht steigenden Gesamtumsatzleistung eines entsprechenden Lebensmittelmärktes zu rechnen.

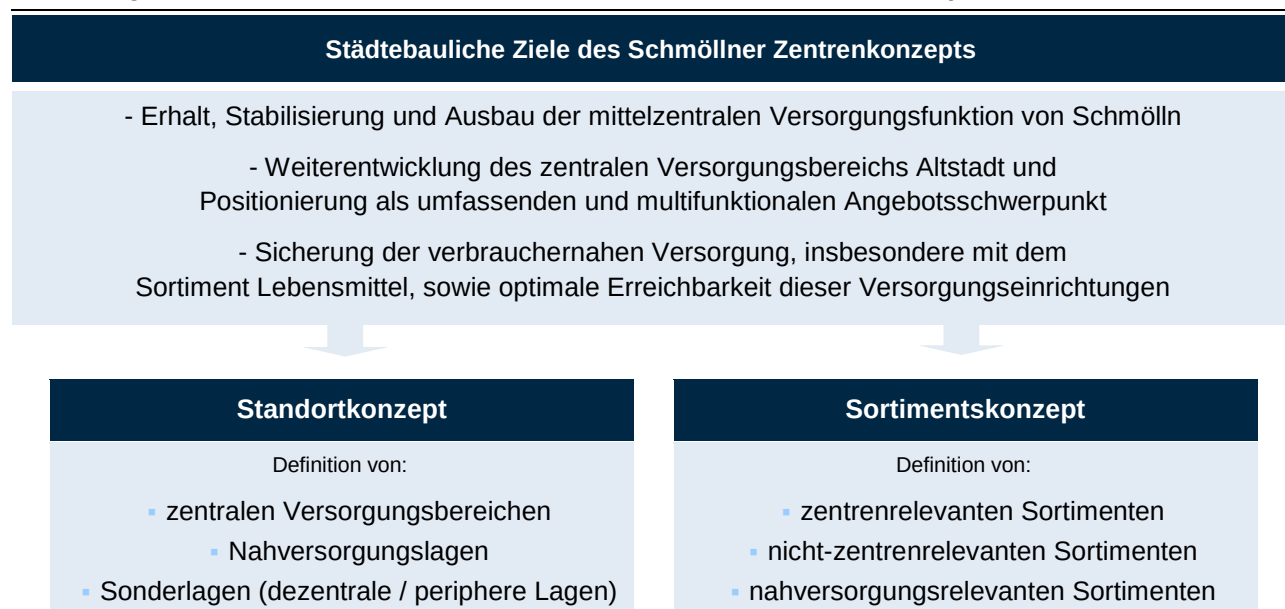
9. Zentrenkonzept der Stadt Schmölln

9.1. Ziele des Zentrenkonzepts

Mit dem folgenden Zentrenkonzept werden die städtebaulichen Zielvorstellungen von Schmölln 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 Schmölln Rechnung trägt.

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

Abbildung 55: Städtebauliche Ziele sowie Standort- und Sortimentskonzept Schmölln



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des 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 Schmölln definiert. Es werden zentrale Versorgungsbereiche identifiziert und abgegrenzt, die für den Erhalt und die Stabilisierung der Versorgungsfunktion der Stadt Schmölln wichtig sind. Weiterhin werden Grund- bzw. Nahversorgungsstandorte und Ergänzungs-/ Sonderlagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

Im **Sortimentskonzept** wird ein branchenbezogenes Leitbild für Schmölln 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.

9.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Schmölln ein Zentrenkonzept abgeleitet. Das vorliegende Konzept 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.

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.¹¹⁵ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe oder sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Einzelhandelsfunktion ergänzen. Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – insbesondere für den ÖPNV und für Radfahrer – verkehrsgünstig angebunden. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereiches setzt i.d.R. eine städtebaulich integrierte Lage voraus.¹¹⁶

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, welches die Versorgung des Gemeindegebietes 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.¹¹⁷

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 „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren. Diese Versorgungsbereiche müssen

¹¹⁵ vgl. Urteil BVerwG [4 C 7.07] vom 11.10.2007.

¹¹⁶ vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

¹¹⁷ vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

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 zentrale¹¹⁸ Funktion, d.h. eine Mittelpunkt Funktion hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.¹¹⁹ 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 Schmölln 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 verzichtet, da bezüglich der Stadtgröße von Schmölln ein derartiges Zentrum nicht vorhanden ist bzw. auf Grund des Fehlens von größeren Stadtbezirken oder -teilen auch nicht entwickelt werden kann. Gemäß dem folgenden **Anforderungskatalog** wird die später folgende Identifizierung von zentralen Versorgungsbereichen vorgenommen.

Abbildung 56: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen

	Innenstadtzentrum (A-Zentrum)	Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)
Einzugsgebiet	gesamtstädtisch sowie überörtlich	Wohnquartier, min. 3.000 Einwohner
Lage	- Lage im zentralen Innenstadtbereich - Hauptzentrum als größter integrierter Geschäftsbereich	städtebaulich integrierte Lage bzw. siedlungsintegrierter Standort
Branchenmix	alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs	- Konzentration auf nahversorgungsrelevante Sortimente - ggf. Ergänzung durch Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs
Sortiment	hohe Sortimentsbreite und -tiefe in allen zentrenrelevanten Branchen	hohe Sortimentsbreite nur bei Lebensmitteln bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten
Mindeststandard für eine funktionsfähige Versorgungsstruktur	gesamtstädtischer Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe	minimal 6 Betriebe und minimal 1.500 m² Gesamtverkaufsfläche, davon möglichst ein Lebensmittelanbieter (z.B. Super-/ Verbrauchermarkt, Discounter)
Einzelhandelsmagneten	in möglichst allen Bereichen	- Super-/Verbrauchermarkt/ Discounter (Food) - Drogeriemarkt
Betriebstypen	alle Betriebstypen	Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Drogeriemarkt, Apotheke
Sortimentsniveau	v.a. mittleres und gehobenes Niveau	mittleres bzw. auch Discountniveau

118 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).

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

Komplementär-nutzungen	finanz-, personal-, konsumorientierte Dienstleister, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter, öffentliche Verwaltung	wünschenswert wären: finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/ Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, (Klein-)Gastronomie
Räumliche Ausdehnung	entsprechend den räumlichen Gegebenheiten	funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von ca. 200 m bzw. innerhalb eines Gebäudekomplexes
Verkehrserschließung	- Parkraumkonzept - zentrale ÖPNV-Haltestelle - Fußgänger- oder verkehrsberuhigte Zone	- Pkw-Stellplätze - Anbindung an ÖPNV - Fuß-/Fahrradweganbindung
Versorgungsfunktion	- gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion - gesamt- und überörtliche Mittelpunkts-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion	- Versorgung für umliegende Wohngebiete/-quartiere im kurzfristigen Bedarfsbereich - Mittelpunkts-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Ferner kann die vorstehende Aufstellung auch bei einer möglichen Fragestellung in Bezug für eine Einstufung eines neu hinzutretenden Handelsstandortes und dessen denkbare Funktion als zentraler Versorgungsbereich zur Beantwortung herangezogen werden.

Die räumliche **Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten¹²⁰ vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Umseitig werden die wesentlichen Abgrenzungskriterien überblicksartig aufgeführt, die in Folge bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Schmölln berücksichtigt werden.

Abbildung 57: 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	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

¹²⁰ Anmerkung: Ein 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 in zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich, da bspw. in Innenstädten oft größere Handelsbetriebe auf Grund der kompakten und kleingliedrigen Bebauungsstrukturen oder durch räumliche Begrenzungen nicht untergebracht werden können. Dies betrifft vor allem großformatige Einzelhandelsanbieter, auch mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten.

Der vorliegende Fakt trifft auch in Schmölln zu, so dass der Einzelhandel im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich durch **weitere Versorgungslagen** komplettiert wird. Die wohnortnahe Versorgung der Bevölkerung in Schmölln wird dabei ergänzend zu dem Angebot im zentralen Versorgungsbereich durch sog. Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierten Lagen dargestellt. Diese Nahversorgungsstandorte decken insbesondere vorhandene räumliche Lücken ab, so dass erst unter Einschluss dieser Standorte eine flächendeckende wohnungsnahe Grundversorgungsstruktur in Schmölln 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 Nahversorgung dar. Die Ausstattung dieser Nahversorgungsstandorte kann in Bezug auf die Größe bzw. Komplexität erheblich schwanken, ist jedoch auf den sog. kurzfristigen Bedarfsbereich bzw. auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert. Diese Angebotsstandorte dienen überwiegend der Grundversorgung.¹²¹

Die Nahversorgungsstandorte befinden sich in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage, verfügen – in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen – über eine hohe Mantelbevölkerung im unmittelbaren Umfeld und sind räumlich und funktional einem Siedlungsschwerpunkt zugeordnet. Die Standorte zeichnen sich i.d.R. durch eine siedlungsintegrierte Lage¹²² aus, sind fußläufig gut erreichbar und dienen insbesondere der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölkerung. Idealerweise besteht eine ÖPNV-Anbindung.

Die Nahversorgungsstandorte haben jedoch weder funktional noch städtebaulich einen Zentrencharakter, da diese Standorte durch eine eingeschränkte Angebotsstruktur bzw. geringe Nutzungsdurchmischung geprägt sind, keine sog. Mittelpunkt Funktion 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.¹²³ 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 großformatigen Fachmärkten oder anderen großformatigen Anbietern in meist dezentraler Lage gekennzeichnet sind. Die zum Teil auf wenige Branchen des großflächigen Einzelhandels spezialisierten Geschäftslagen sind meist außerhalb von Wohnquartieren 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 isolierten und dezentralen Lage sowie der fachspezifischen Ausrichtung nur ein eingeschränktes Warensortiment führen und nicht durch andere Nutzungen ergänzt werden, wenngleich diese Agglomerationen über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.¹²⁴

121 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.)

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

123 Der Sicherung der Nahversorgung, auch unter qualitativen Aspekten, kommt eine wesentliche Bedeutung zu. Des halb sollte Schmölln die Erhaltung und Entwicklung einer ausgewogenen Verteilung der Nahversorgungsstandorte durch eine verbindliche Bauleitplanung sichern.

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

Weiterhin bestehen außerhalb der vorstehend beschriebenen Einzelhandelsstandorte i.d.R. verschiedene Streulagen¹²⁵, 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.

¹²⁵ Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind. Beispielhaft sind hier die Einzelhandelsnische an der Sommeritzer Straße oder an der Altenburger Straße zu nennen.

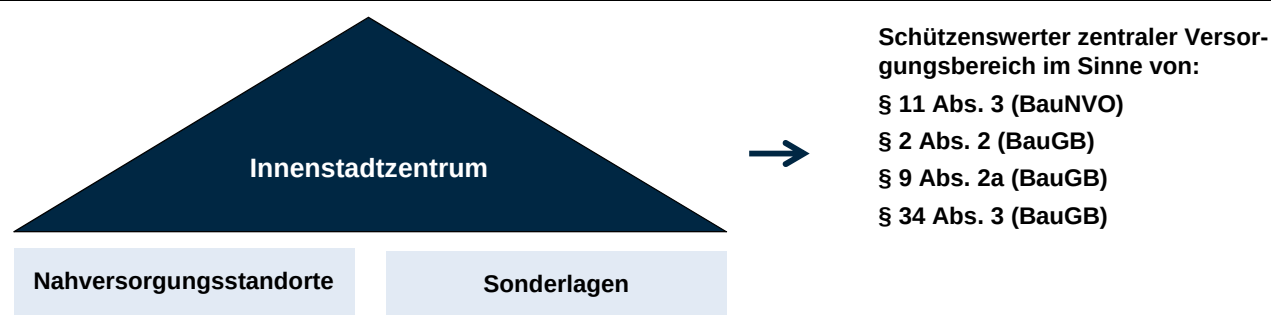
9.3. Zentren-/ Standortkonzept Schmölln

9.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Die Siedlungsstruktur der Stadt Schmölln 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 Schmölln beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der Standortrahmenbedingungen erstellt wurde. Der Stadt Schmölln wird die Ausweisung eines **zentralen Versorgungsbereiches** empfohlen. Dieser zentrale Versorgungsbereich wird durch Nahversorgungsstandorte und Sonderlagen ergänzt, die nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches besitzen.

Abbildung 58: Modell der Zentrenstruktur von Schmölln



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Auf Grund der relativ geringen Gesamtbevölkerungszahl von Schmölln und der daraus erwachsenden Notwendigkeit der Angebotskonzentration des Einzelhandels in der Schmöllner Innenstadt wird auf die Ausweisung von Nahversorgungszentren verzichtet. Aktuell ist ein derartiger zentraler Versorgungsbereich auch nicht vorhanden. Die Entwicklung eines Nahversorgungszentrums ist versorgungsstrukturell langfristig nicht zu empfehlen, da die langfristige Funktionsfähigkeit solcher Bereiche in kleineren Städten meist auf Grund des limitierten gesamtstädtischen Bevölkerungspotenzials nicht gegeben ist.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum soll zukünftig den Angebotsschwerpunkt für den Einzelhandel insbesondere mit zentrenrelevanten Sortimenten darstellen. Damit soll einer breiten Streuung des Angebots über das gesamte Schmöllner Stadtgebiet entgegengewirkt werden. Dies ist insbesondere unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig und flächenseitig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet.

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

Das Angebot in dem innerstädtischen 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 dabei durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters gekennzeichnet, dessen Angebot ggf. durch Nahrungsmittelhandwerker, Getränkemärkte oder ähnliche Anbieter ergänzt wird. Die Nahversorgungsstandorte befinden sich in für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage und verfügen über eine gewisse Mantelbevölkerung im direkten fußläufigen Umfeld.

Andere Einzelhandelsanbieter außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente (v.a. des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs) sollen an diesen Standorten nicht angesiedelt werden, um die funktionsteilige

Angebotsstruktur zwischen dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich und diesen Standorten nicht zu unterlaufen.

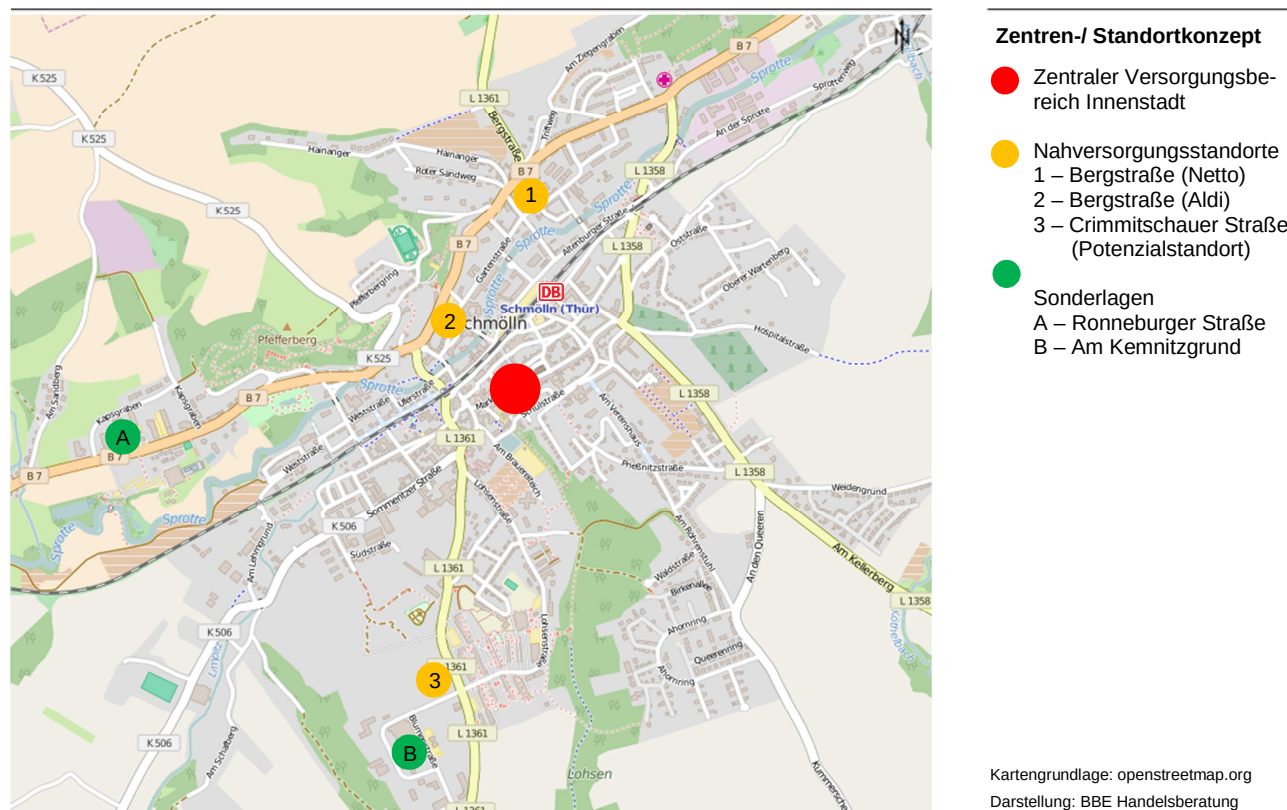
Grundsätzlich erfüllen die Nahversorgungsstandorte nicht die vorstehend beschriebenen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, stellen jedoch hinsichtlich ihrer städtebaulich integrierten Lage einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung, insbesondere mit dem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

Aktuell konnten bezüglich der vorstehenden Beschreibung insgesamt zwei Nahversorgungsstandorte identifiziert werden. Hierbei handelt es sich um die beiden Standorte von Aldi und Netto in der Bergstraße.

Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existieren noch 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 i.d.R. durch größere Einzelhandelsbetriebe an dezentralen und 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 den zentralen Versorgungsbereichen oder zu Nahversorgungsstandorten stehen. Dies ist maßgeblich von der Zentrenrelevanz der geführten Sortimente sowie deren qualitativer Ausprägung abhängig. Derzeit sind in Schmölln zwei Sonderlagen vorhanden, die sich in der Ronneburger Straße (Fachmarkttagglomeration) und Am Kemnitzgrund (Leitermann) befinden.

Folgende Karte stellt das Standortstrukturkonzept für den Schmöllner Einzelhandel überblicksartig dar.

Karte 11: Zentren-/ Standortkonzept Schmölln



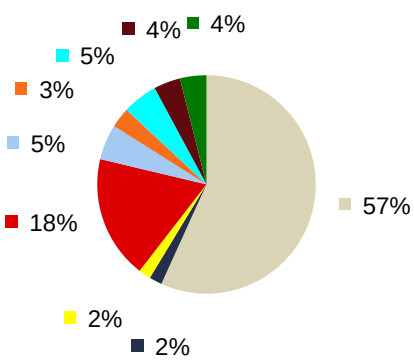
Im Anschluss werden die Beschreibung und die Funktionszuweisung der einzelnen Versorgungsbereiche vorgenommen. Ebenso erfolgt eine räumliche Abgrenzung dieser Bereiche.

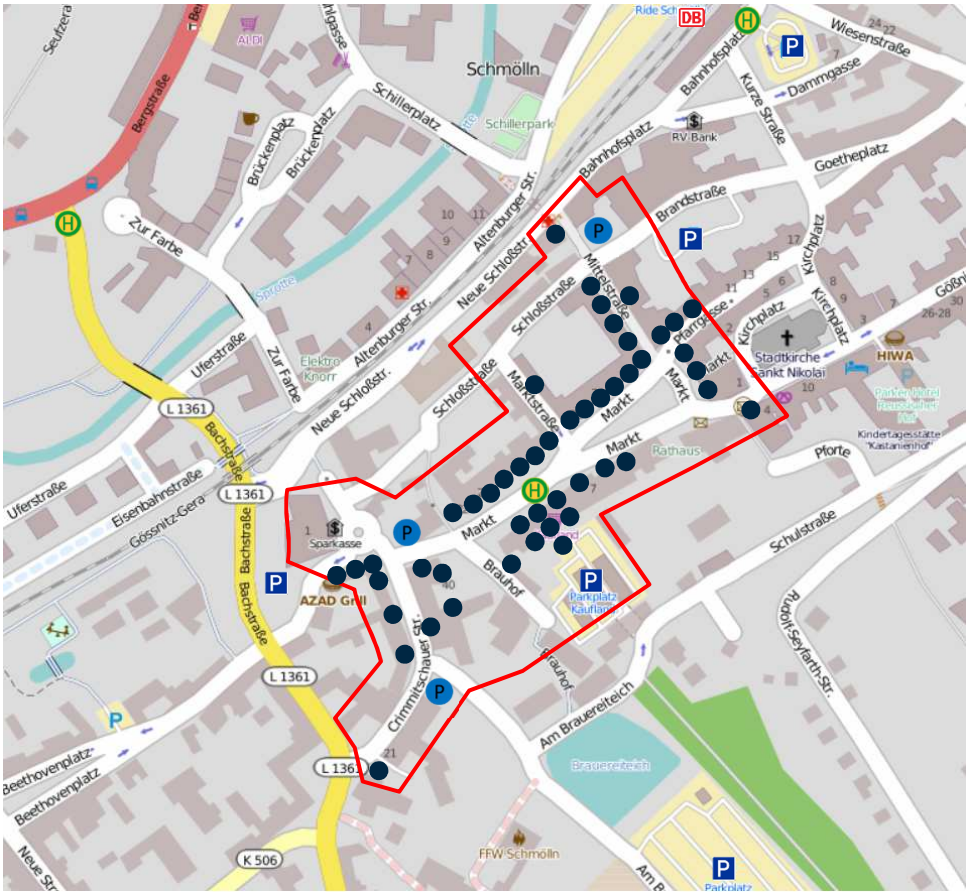
9.3.2. Zentraler Versorgungsbereich Altstadt

9.3.2.1. Standortprofil

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

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Altstadt

Zentrentyp	- Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum
Lage	- zentrale Lage im Schmöllner Kernstadtgebiet - Hauptgeschäftslage umfasst den Schmöllner Marktplatz, die angrenzenden Straßen (u.a. Crimmitschauer Straße, Marktstraße, Mittelstraße) sind als Nebengeschäftslage einzustufen
Erreichbarkeit	- gute verkehrliche Anbindung über die westlich verlaufenden Bachstraße (L 1361) - der nördlich der Innenstadt befindliche Bahngleiskörper stellt eine Zäsur für die Anfahrbarkeit von dem innerörtlichen Hauptdurchfahrtsträger (Bundesstraße B 7) durch Schmölln dar
ÖPNV	- Bushaltestelle direkt auf dem Markt, somit optimale ÖPNV-Anbindung - Bahnhof (inkl. ZOB) ist rd. 200 m vom Markt entfernt
Parken	- gute Parkmöglichkeiten auf dem Markt (ca. 40 ausgewiesene Stellplätze) und in angrenzenden Straßenzügen - betriebseigenes Parkhaus von Kaufland am Marktplatz (ca. 120 Stellplätze) - Parken ist grundsätzlich kostenfrei, jedoch zeitlimitiert - nicht-zeitbegrenzter Parkplatz am Brauereiteich
Leitbranchen	- Lebensmittel - modische Sortimente
Einzelhandelsmagneten	- Kaufland
Aktive VK-Fläche	- ca. 6.100 m ² (rd. 33 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	- 49 Einzelhandelsgeschäfte (52 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur	 Branchen (Anzahl der Geschäfte) - Lebensmittel/Reformwaren (11) - Drogeriewaren/Gesundheit (2) - Blumen/Pflanzen/Zoo (3) - Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (12) - Bücher/Schreib-/Spielwaren (4) - Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (4) - Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (6) - Optik/Uhren/Schmuck (4) - Sonstiger Einzelhandel (3)
Sortimentsniveau	- überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau - mit Kaufland ist auch ein Discountangebot vorhanden

Filialisierungsgrad	- 5 überregionale Filialisten belegen rd. 3.400 m ² der Verkaufsfläche (rd. 56 % der Gesamtverkaufsfläche)
Komplementärangebote	- Finanzdienstleistungen, Büronutzungen, Gastronomie, konsumnahe Dienstleistungen, medizinische Versorgung, öffentliche Verwaltung, Wohnfunktion
Einzugsgebiet	- Stadt Schmölln und umliegende Orte mit insgesamt rd. 20.000 Personen
Einzelhandelsfunktion	- gesamtstädtische Versorgungsfunktion - funktionaler und flächenseitiger Einzelhandelsschwerpunkt von Schmölln - Versorgungsfunktion für das räumliche Umfeld von Schmölln
Räumliche Abgrenzung	 — Zentraler Versorgungsbereich ● Einzelhandelsbetrieb P Potenzialfläche Neubebauung
Städtebauliche Bewertung	- Hauptgeschäftsbereich umfasst den umbauten Schmöllner Markt, das Rathaus und die spätgotische Stadtkirche stellen die bauliche Dominanten der Altstadt dar - durchgehende heterogene Bebauungsstruktur durch mehrgeschossige Wohn- und Geschäftshäuser, meist Fachwerkhäuser - die historischen Bausubstanzen sind größtenteils aufwendig saniert und in einem optisch guten Zustand - positive Wirkung durch die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und durch die Stadtmöblierung - deutlich limitierte flächenseitige Entwicklungsmöglichkeiten des Innenstadtzentrums, da das Flächenangebot hinsichtlich der kleinteiligen, historisch geprägten Baustruktur eingeschränkt ist
Leerstand	- 12 leerstehende Gewerbeeinheiten mit einer geschätzten Leerstandsfläche von rd. 850 m ²

	- in der Hauptgeschäftslage (Markt) besteht kein struktureller Leerstand - viele Läden sind augenscheinlich sofort nutzbar - nur 4 Leerstandsflächen besitzen eine Verkaufsfläche von über 100 m ² , so dass ein Großteil der Läden über eine zu geringe Verkaufsfläche verfügt und marktübliche Konzepte langfristig nicht darstellbar sind
Potenzialflächen	- 3 Potenzialflächen (Baulücken), die für eine Bebauung und eine Nutzung durch Einzelhandel möglich sind - Schaffung möglichst großer Gewerbeeinheiten, um optimale Standortbedingungen zu schaffen - Einzelhandel sollte lediglich in den Erdgeschosszonen entwickelt werden

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 Schmöllner Innenstadt
- Gezielte quantitative und qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots gemäß den möglichen bzw. relevanten Ansiedlungspotenzialen (vgl. Pkt. 8.3.3), wenngleich bezüglich der kleinteiligen Bebauungsstrukturen nur geringe flächenseitige Entwicklungsmöglichkeiten bestehen
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten (Flächenzusammenlegung), da den zahlreichen kleineren Fachhändlern zu wenige Großflächen (Ausnahme Kaufland) gegenüberstehen
- Ansiedlung von weiteren strukturprägenden Magnetbetrieben mit möglichst hoher Ausstrahlungskraft, Ergänzung von bisher fehlenden Angebotsformen bzw. -konzepten
- 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
- Weitere Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch qualifizierte und attraktive Komplementärfunktionen und Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Altstadt, insbesondere ist die Weiterentwicklung der Gastronomie wichtig
- Erhalt und Sicherung des Parkplatzangebots (auch in Randlagen) und der ÖPNV-Anbindung des zentralen Versorgungsbereiches,

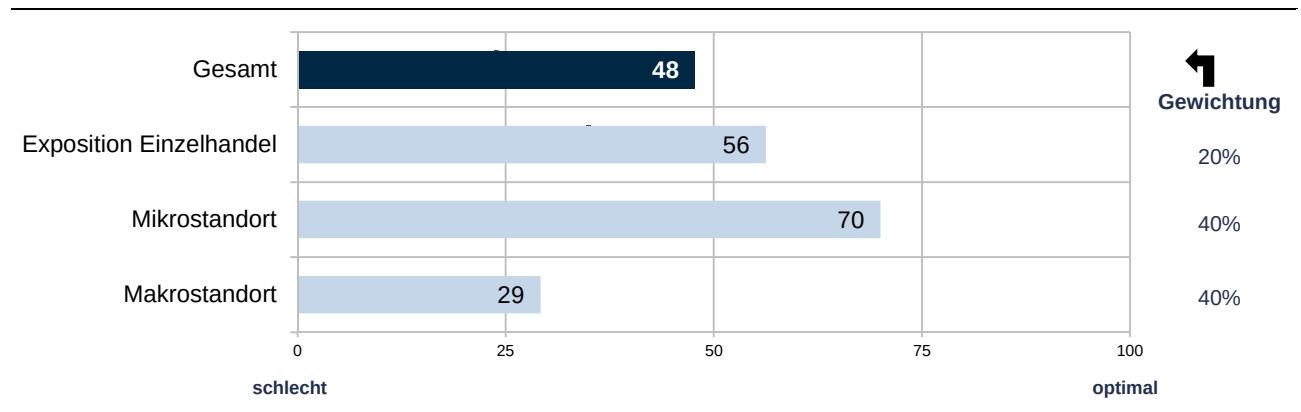


9.3.2.2. e-Impact-Check zentraler Versorgungsbereich Altstadt

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). Da der Gesamtmarkt nicht wesentlich wächst und 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 59: e-Impact-Faktor zentraler Versorgungsbereich Altstadt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Der zentrale Versorgungsbereich Altstadt erreicht mit einem **e-impact-Faktor von 48** nur einen durchschnittlichen Wert und bietet somit eine eingeschränkte bzw. eher geringe Widerstandskraft gegenüber dem e-Commerce. Die Analyse des Makrostandortes¹²⁶ zeigt, dass Schmölln mit einem Zielerreichungsgrad von 29 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 fallen.

Im Hinblick auf die Bewertung der Rahmenfaktoren weist der Mikrostandort¹²⁷ mit einem Durchschnittswert von 70 eine gute Widerstandskraft (Resilienz) gegenüber dem e-Commerce auf. Die Schmöllner 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 Einzelhandels¹²⁸ ist mit einem Wert von 56 als durchschnittlich zu bewerten. Der zusammenhängenden Lage des Einzelhandels um den Markt und der kompakten räumlichen Struktur stehen die geringen Flächengrößen und die somit eingeschränkte Drittverwertbarkeit gegenüber.

¹²⁶ In die Bewertung des Makrostandortes sind die relevanten Faktoren Einwohnerzahl, Einzelhandelszentralität, Einwohnerprognose, Tourismusintensität, Bevölkerungsdichte und die Öffnungszeiten der lokalen Magnetbetriebe eingeflossen.

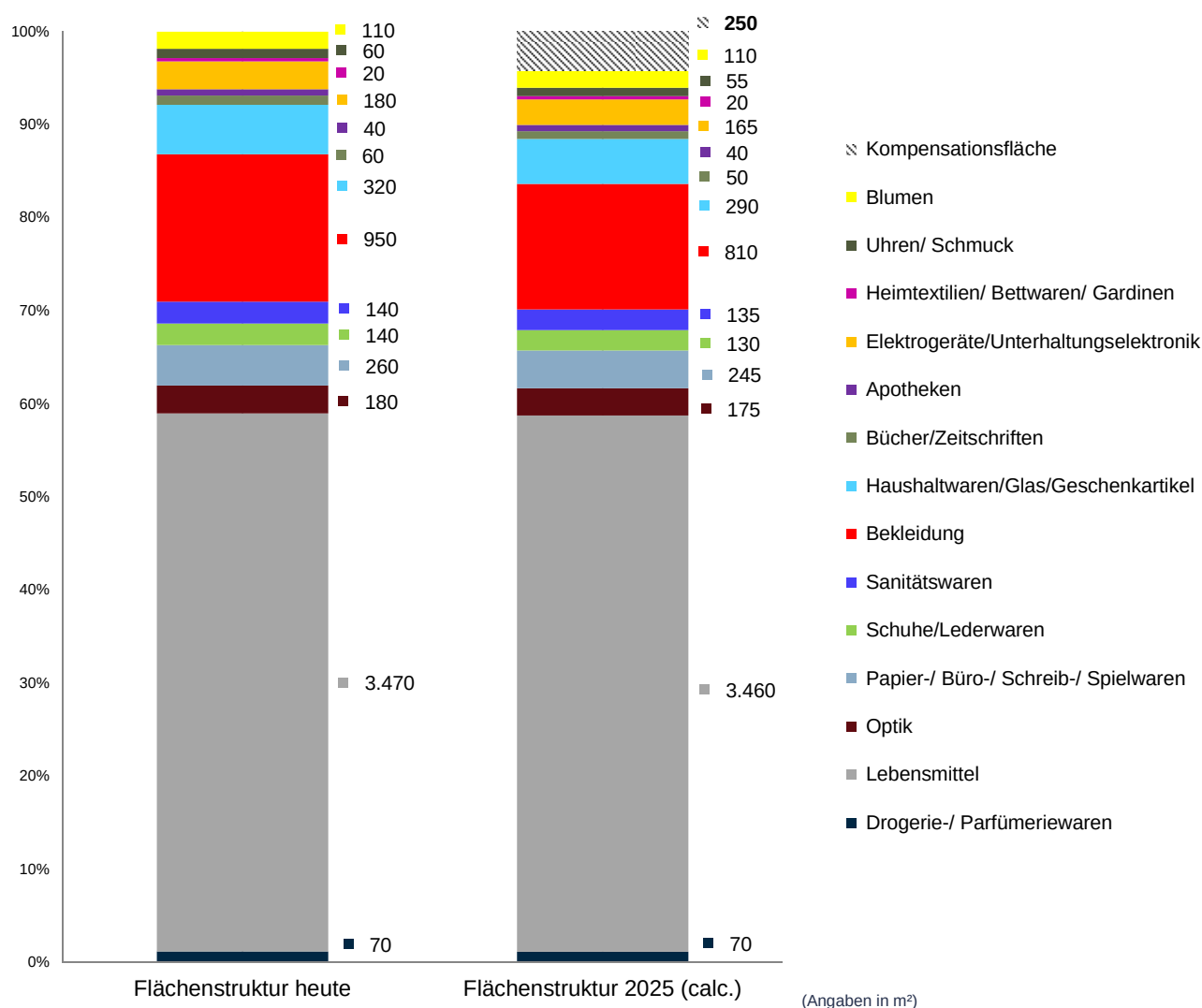
¹²⁷ In die Bewertung des Mikrostandortes sind die relevanten Faktoren Lage/Frequenzen, Kopplungspotenziale, verkehrliche Erschließung, Parken und der sog. Multichannel-Index eingeflossen.

¹²⁸ 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 Marktanteilen¹²⁹ des e-Commerce. Unter Berücksichtigung dieser beiden Eingangsparameter und des e-Impact-Factors (vgl. Abb. 59) kann ermittelt werden, mit welchen **Flächenrückgängen** perspektivisch in der Schmöllner Innenstadt zu rechnen ist.¹³⁰ 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 dabei 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 Schmölln sind. Ferner kann aus den Werten abgeleitet werden, an welchen Stellen mittelfristig Handlungsbedarf in dem zentralen Versorgungsbereich (zVB) besteht.

Abbildung 60: Branchenexposition für das Jahr 2025 des Einzelhandels im zVB Altstadt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

¹²⁹ Bei der Marktanteilsprognose des e-Commerce am gesamten Einzelhandel wurde das Jahr 2025 angesetzt.

¹³⁰ Bei dieser Modellrechnung wurden die aktuellen Standortrahmendaten (gerade in Bezug auf die Einwohnerzahl) unterstellt.

Auf Grund der Modellrechnung ist zu erwarten, dass der innerstädtischen Flächenbedarf im Jahr 2025 um rd. 250 m² unterhalb des derzeitigen Ausstattungswertes (rd. 6.100 m²) liegen wird. Der rechnerische Flächenrückgang beträgt demnach durchschnittlich rd. 4 % gegenüber der bestehenden Einzelhandelsfläche und fällt relativ niedrig aus.

Grundsätzlich ist von einer stabilen Flächennachfrage bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten auszugehen. Größere flächenseitige Abschnmelzungen sind lediglich in der Textilbranche (-15 %) zu prognostizieren. Die Flächenverschiebung zum Online-Handel hängt hierbei jedoch wesentlich davon ab, ob in Schmölln eine Angebotsverdichtung und somit eine höhere Auswahlbreite und -tiefe im Textilhandel geschaffen werden kann. Somit kann die Abwanderung von Kunden zum Online-Handel gebremst bzw. vermindert werden.

In den anderen Branchen ergeben sich 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 marginalen Rückgänge ggf. kompensiert werden (z.B. durch Stärkung des Online-Auftritts von Händlern, mehr Service, Optimierungen, Verbesserung der innerstädtischen Angebotsvielfalt etc.).

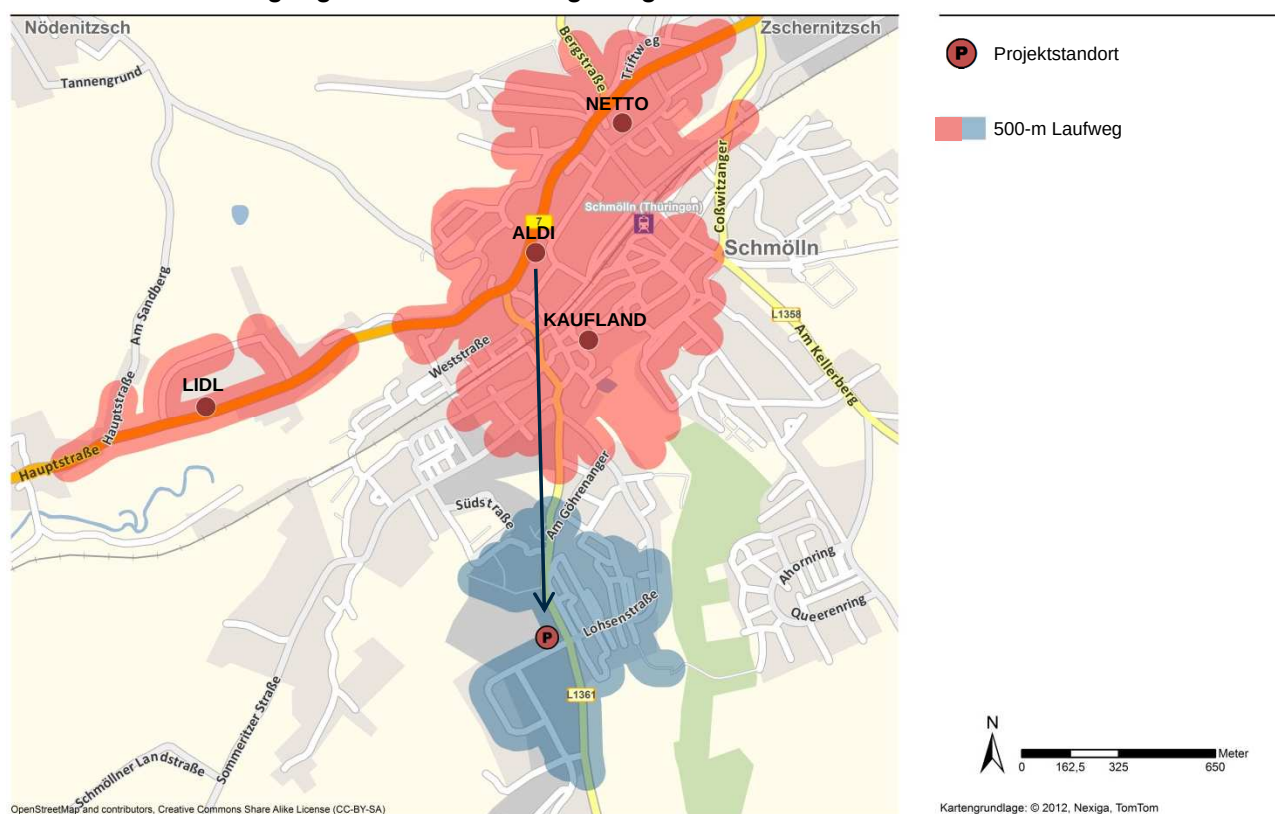
9.3.3. Nahversorgungsstandorte

Mit der Ausweisung von zwei Nahversorgungsstandorten wird die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelslagen in Schmölln deutlich. Die bestehenden Nahversorgungsstandorte übernehmen in Bezug auf die handelsseitige Aufgabenzuweisung die Grund- bzw. Nahversorgung und leisten einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung in Schmölln.

Als übergeordnetes Ziel ist die Bestandssicherung, d.h. die Schaffung/Sicherung optimaler Standortvoraussetzungen oder ggf. auch die maßvolle Flächenerweiterung dieser Anbieter auf marktgängige Konzepte zu sehen.

Sofern an dem Projektstandort Crimmitschauer Straße die Ansiedlung des Aldi-Lebensmittelmarktes erfolgen sollte, wird der Bestandsstandort in der Bergstraße seine Nahversorgungsfunktion verlieren (vgl. Pkt. 8.3.1). Eine Nachbelegung des Aldi-Standortes durch einen Lebensmittel- oder auch einen Drogeriemarkt ist aus der bereits beschriebenen suboptimalen Standortqualität nicht realistisch, da der Standort nicht mehr den betreiberspezifischen Anforderungen dieser Betriebstypen entspricht. Ferner weist der Lebensmittelhandel in Schmölln bereits eine hohe Flächendichte auf, so dass ein Hinzutreten eines weiteren Lebensmittelmarktes nicht anzunehmen ist. Der Standort kann und sollte jedoch für die Ansiedlung von sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten genutzt werden.¹³¹

Karte 12: Nahversorgungsstruktur bei Verlagerung des Aldi-Marktes an die Crimmitschauer Straße



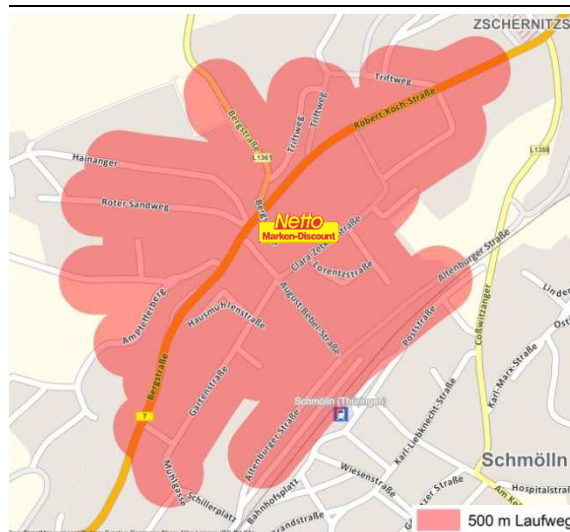
Nachstehend werden die Standortprofile der einzelnen Nahversorgungsstandorte überblicksartig dargestellt.

¹³¹ vgl. Tab. 16.

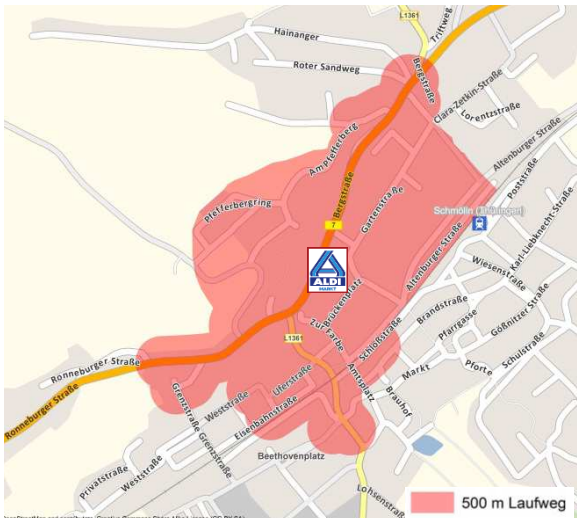
1. Standortprofil Nahversorgungsstandort Bergstraße (Netto)

Lage	- siedlungsintegrierte Lage im nördlichen Kernstadtbereich, an die verdichtete Wohnbebauung im Umfeld angrenzend - Standort ist durch eine gute Fernwirkung geprägt, wenngleich die Lebensmittelmärkte höhenversetzt zur Bergstraße liegen - Fernwirkung wird durch einen Pylon verstärkt
Umfeldnutzungen	- das unmittelbare Umfeld ist überwiegend durch eine Wohnnutzung gekennzeichnet - östlich des Nahversorgungsstandortes liegen verschiedene Gewerbehallen
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit (auch überörtlich) durch Lage an der Bergstraße (B 7) - Anfahrbarkeit auch aus der südlich angrenzenden Wohnbebauung über eine zweite Zufahrt (C.-Zetkin-Straße) möglich - fußläufige Erreichbarkeit des Standortes problemlos möglich
ÖPNV	- direkter ÖPNV-Anschluss (Stadtbus) durch Bushaltestelle („Schmiede“) vor dem Netto-Markt in der Bergstraße
Parken	- ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage, die sich zentral zwischen dem Lebensmittel- und dem Getränkemarkt befindet
Einwohner Nahbereich	- ca. 1.470 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	- ca. 1.280 m ² (3 Geschäfte)
Einzelhandelsbesatz	- Lebensmitteldiscounter, Getränkemarkt (beide Netto), Bäcker
Einzelhandelsfunktion	- Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das fußläufige Umfeld - gesamtstädtische Ausstrahlung
Entwicklungsziele	- Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots
Sonstiges	- am Netto-Markt steht eine Ladeneinheit leer, die vormals durch einen Drogeriemarkt von Schlecker belegt war

Lage/Nahbereich/Foto

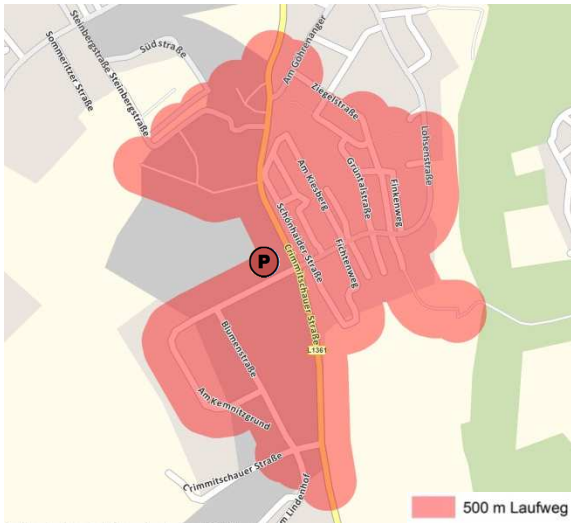


2. Standortprofil Nahversorgungsstandort Bergstraße (Aldi)

Lage	- siedlungsintegrierte Lage im zentralen Kernstadtbereich, an die verdichtete Wohnbebauung im Umfeld angrenzend - Standort ist durch eine eingeschränkte Fernwirkung geprägt, da dieser zurückversetzt von der Bergstraße liegt, ferner bestehen topographische Unterschiede zur Bergstraße
Umfeldnutzungen	- das unmittelbare Umfeld ist überwiegend durch eine Wohnnutzung gekennzeichnet
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit (auch überörtlich) durch Lage an der Bergstraße (B 7) - Anfahrbarkeit bzw. fußläufige Erreichbarkeit auch aus der südlich angrenzenden Wohnbebauung über eine zweite Zufahrt aus der Mühlgasse möglich
ÖPNV	- ÖPNV-Anschluss (Stadtbus) durch Bushaltestelle („Bergstraße“) westlich des Aldi-Markts in der Bergstraße
Parken	- gering dimensionierte Parkplatzanlage
Einwohner Nahbereich	- ca. 1.010 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	- ca. 740 m ²
Einzelhandelsbesatz	- Lebensmitteldiscounter
Einzelhandelsfunktion	- Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das fußläufige Umfeld - gesamtstädtische Ausstrahlung
Entwicklungsziele	- Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots, bei geplanter Aldi-Verlagerung Belegung des Standortes mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel
Sonstiges	- Verlagerung des Aldi-Marktes ist zu befürworten, da sich die Standort- und die Objektqualität für Aldi suboptimal ¹³² darstellt
Lage/Nahbereich/Foto	 

132 Aus Betreibersicht ist das Grundstück zu klein, da eine Erweiterung der Verkaufsfläche und der Parkplatzanlage (geringe Parkplatzanzahl, beengte Parkraumsituation) notwendig sind. Bezüglich der direkt angrenzenden Umfeldbebauung bestehen keine Erweiterungsmöglichkeiten. Die Standortqualität ist in Bezug auf die verkehrliche Erreichbarkeit (keine Linksabbiegemöglichkeit aus nördlicher Richtung, Ausfahrt nur in südliche Richtung möglich) und die Einsehbarkeit/Fernwirkung (höhenversetzte Lage des Marktes zur Bergstraße) nicht optimal.

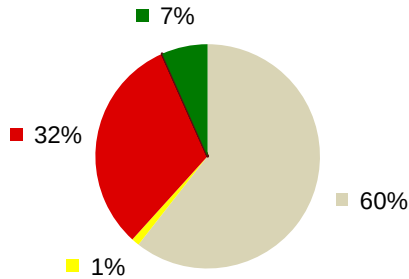
3. Standortprofil Nahversorgungsstandort Crimmitschauer Straße (Potenzialstandort)

Lage	- Lage im südlichen Kernstadtbereich in Randlage zu dem hoch verdichteten Wohnquartier „Heimstätte“ - Standort befindet sich an der Straßenkreuzung Crimmitschauer Straße / Am Kemnitzgrund - Standort ist durch eine sehr gute Fernwirkung und Einsehbarkeit geprägt, da eine direkte Sichtachse zur Crimmitschauer Straße besteht
Umfeldnutzungen	- das Projektareal wird derzeit wie das nördliche und westliche Umfeld landwirtschaftlich genutzt - südlich liegt eine Tankstelle (Shell) - östlich schließt sich das Wohngebiet „Heimstätte“ an
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit (auch überörtlich) durch Lage an der Crimmitschauer Straße (Ausfallstraße in Richtung Autobahn) - fußläufige Erreichbarkeit aus der westlich angrenzenden Wohnbebauung direkt möglich (Zugang über einen Fußgängerüberweg)
ÖPNV	- ÖPNV-Anschluss durch Bushaltestelle an der Lohsenstraße („Heimstätte“)
Parken	- ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage erscheint auf Grund der Größe des Projektareals möglich
Einwohner Nahbereich	- ca. 1.140 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	- geschätzt ca. 1.900 m ² (3 Geschäfte)
Einzelhandelsbesatz	- Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt, Werksverkauf Wolf (geplant)
Einzelhandelsfunktion	- Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das fußläufige Umfeld - gesamtstädtische Ausstrahlung
Entwicklungsziele	- Entwicklung eines leistungsfähigen Nahversorgungsstandortes mit einem Lebensmittelmarkt und einem Drogeriemarkt als Ankerbetriebe
Sonstiges	- Ansiedlung nur von nahversorgungsrelevanten Sortimenten
Lage/Nahbereich/Foto	 

9.3.4. Sonderlagen

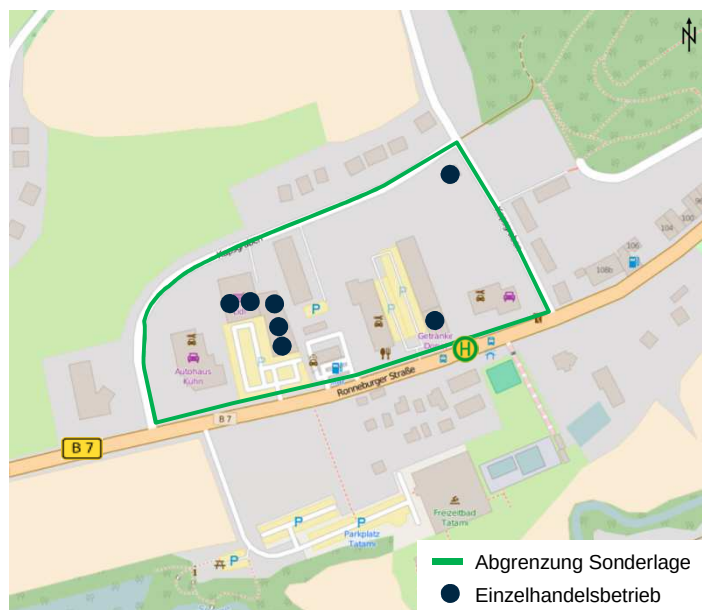
Nachstehend wird eine Bewertung der beiden vorhandenen Sonderlagen des Einzelhandels eingefügt (vgl. Karte 11), die das Angebot im zentralen Versorgungsbereich bzw. auch an Nahversorgungsstandorten arrondieren sollen.

A. Sonderlage Ronneburger Straße (Fachmarkttagglomeration)

Lage	- dezentraler Standort am westlichen Ortsausgang der Schmöllner Kernstadt - autokundenorientierte Lage in einem Gewerbegebiet - die Fachmarkttagglomeration umfasst ein kleineres Fachmarktzentrum, einen Getränkemarkt und einen Fahrradmarkt - die Bebauung ist durch funktionale, fachmarkttypische Gebäudestrukturen ohne besondere architektonische/städtebauliche Qualitäten geprägt
Umfeldnutzung	- im Umfeld liegen diverse Gewerbebetriebe, meist mit autoaffinem bzw. dienstleistungsnahen Gewerbe - südlich der Ronneburger Straße liegt das Freizeitbad Tatami
Erreichbarkeit	- sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, da die Ronneburger Straße (B 7) die Hauptdurchfahrtsstraße durch Schmölln und eine Verbindungsstraße zur Autobahn A 4 darstellt - hohe Fahrzeugfrequenz am Standort und direkte Sichtachse des Fachmarktstandortes auf den vorbeilaufenden Verkehr
ÖPNV	- ÖPNV-Anschluss über eine Regionalbushaltestelle, kein Anschluss an den Stadtbus
Parken	- sehr gute Parkmöglichkeiten durch betriebseigene, großzügig dimensionierte Parkplatzanlage vor der Fachmarkttagglomeration bzw. den einzelnen Fachmärkten
Leitbranchen	- Lebensmittel, Textilien, Schuhe
Einzelhandelsmagneten	- Lidl, NKD, K&K Schuhe, Fahrrad Gerth
Aktive VK-Fläche	- ca. 2.140 m ² (rd. 12 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	- 7 Einzelhandelsbetrieb (8 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur	Branchen (Anzahl der Betriebe) - Lebensmittel/Reformwaren (4) - Drogeriewaren/Gesundheit (0) - Blumen/Pflanzen/Zoo (1) - Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (2) - Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) - Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) - Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0) - Optik/Uhren/Schmuck (0) - Sonstiger Einzelhandel (1) 
Sortimentsniveau	- unteres Sortiments- und Preisniveau
Filialisierungsgrad	- Filialisten belegen 92 % der Verkaufsfläche

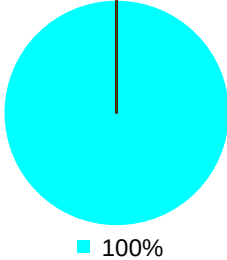
Leerstand	- ein Leerstand (vormaliger Lidl-Markt, der im Standortverbund mit Getränkemarkt Donat liegt)
Komplementär-angebote	- am Standort ist größtenteils autoaffines Gewerbe (u.a. Autohandel, Werkstatt, Tankstelle) vorhanden - keine weiteren arrondierenden Angebote (bspw. Dienstleistungen)
Einzugsgebiet	- gesamtörtliches und auch überörtliches Einzugsgebiet
Einzelhandelsfunktion	- gesamt- und überörtliche Versorgung mit Gütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs
Entwicklungsziele	- Beibehaltung des flächenseitigen „Status quo“ dieser Handelsagglomeration in Bezug auf zentrenrelevante Sortimente - keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten - Ansiedlung von Verkaufsfläche mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zulässig

Fotos / Lage



Quelle: Kartengrundlage openstreemap.org, Bearbeitung: BBE Handelsberatung

B. Sonderlage Am Kemnitzgrund (Baumarkt)

Lage	- dezentraler Standort am südlichen Ortsausgang der Schmöllner Kernstadt - autokundenorientierte Lage in einem Gewerbegebiet - die Sonderlage besteht lediglich aus dem Leitemann Baumarkt
Umfeldnutzung	- in der Umgebung liegen diverse Gewerbebetriebe, meist mit autoaffinem und mit produzierendem Gewerbe - im weiteren Umfeld des Standortes erfolgt der Übergang zur offenen Landschaft
Erreichbarkeit	- gute verkehrliche Erreichbarkeit, da Standort westlich des Autobahnzubringers (Crimmitschauer Straße) liegt - leicht eingeschränkte Anfahrbarkeit, da Standort zurückversetzt zur hoch frequentierten Crimmitschauer Straße verortet ist - eingeschränkte Sichtachse des Baumarktes zur Crimmitschauer Straße
ÖPNV	- ÖPNV-Anschluss über den Stadtbus
Parken	- konzeptkonforme Parkmöglichkeiten durch betriebseigene Parkplatzanlage direkt vor dem Eingang zum Baumarkt
Leitbranchen	- Bau-/ Gartenmarktartikel
Einzelhandelsmagneten	- Leitemann
Aktive VK-Fläche	- ca. 6.100 m ² (rd. 33 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Anzahl Geschäfte	- 1 Einzelhandelsbetrieb (1 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe)
Verkaufsflächenstruktur	Branchen (Anzahl der Betriebe) - 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 (1) - Optik/Uhren/Schmuck (0) - Sonstiger Einzelhandel (0)  ■ 100%
Sortimentsniveau	- mittleres Sortiments- und Preisniveau
Filialisierungsgrad	- Leitemann ist ein regionaler Filialist
Leerstand	- kein Leerstand
Komplementärangebote	- keine arrondierenden Angebote (bspw. Dienstleistungen) vorhanden, im Standortverbund befindet sich lediglich ein Reifendienst
Einzugsgebiet	- gesamtörtliches und auch überörtliches Einzugsgebiet
Einzelhandelsfunktion	- gesamt- und überörtliche Versorgung mit Gütern des überwiegend langfristigen Bedarfsbereichs - Leitemann führt auch zahlreiche Randsortimente (u.a. Heimtextilien, Zoobedarf, Fahrräder, Haushaltwaren)

Entwicklungsziele

- Standort dient der Ansiedlung von nicht-zentrenrelevanten Sortimenten
- keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten
- keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter Sortimente

Fotos / Lage



Quelle: Kartengrundlage openstreemap.org, Bearbeitung: BBE Handelsberatung

9.4. Sortimentskonzept Schmölln

9.4.1. 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.

Bei der Definition ist grundsätzlich auf eine **ortstypische Sortimentsliste** abzustellen, die sich auf die ortspezifischen 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.

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

Tabelle 17: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Beurteilungskriterien zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

<u>zentrenrelevante Sortimente</u>
■ geringer spezifischer Flächenanspruch ■ 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 Struktur des zentralen Versorgungsbereiches ■ ziehen viele Besucher an und sind für einen attraktiven Branchenmix notwendig
<u>nicht-zentrenrelevante Sortimente</u>
■ 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

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.

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 gilt es für Schmölln, diejenigen Sortimente im 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 Grundversorgung¹³⁴ dienen (v.a. Lebensmittel) und durch eine häufige Konsumentennachfrage gekennzeichnet sind. Auf diese Warengruppen treffen auch die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Da in zentralen Versorgungsbereichen - insbesondere in den Innenstädten von Klein- oder Mittelstädten - oft die flächenseitigen Voraussetzungen zur Installation von diesen z.T. großformatigen Anbietern nicht gegeben sind, sollte ggf. eine Ansiedlung auch außerhalb dieser Bereiche im Sinne einer wohnungsnahen Bedarfsabdeckung möglich sein.

Eine Ansiedlung außerhalb des 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“).

Die nachfolgende Herleitung der Sortimentsliste erfolgt auf Grundlage des **tatsächlichen Einzelhandelsbestandes** in Schmölln. Dabei sind insbesondere die gesamtstädtische Einzelhandelsstruktur und der aktuelle sortimentsspezifische Bestand von Anbietern im 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 bei Fehlen in einem zentralen Versorgungsbereich – 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.¹³⁵ Bei der Darstellung dieser Zielperspektive ist es allerdings regelmäßig notwendig, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

134 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.)

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

9.4.2. „Schmöllner Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Ein Ziel des Sortimentskonzepts ist es, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im zentralen Versorgungsbereich Altstadt in Schmölln zu etablieren. Die ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte sollen dagegen nachgelagert zur Altstadt vorwiegend auf die wohnortnahe Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ausgerichtet werden. 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 Schmöllner 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 Schmölln 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 Schmöllner Sortimentsliste liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Tab. 17) zugrunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandelsstruktur des zentralen Versorgungsbereiches und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch bestehender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 9.3.2). Dabei ist bei den meisten der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sortimente bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines Randsortiments – im zentralen Versorgungsbereich vorhanden (vgl. Anlage 6).

Von den Sortimenten, die aktuell nicht im zentralen Versorgungsbereich verortet sind, weisen einige Sortimente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Tab. 17) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifika, Kopplungsaffinität) auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 55) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung der Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengruppen – trotz des derzeitigen Nichtvorhandenseins im zentralen Versorgungsbereich – auch als zentrenrelevant definiert.¹³⁶

Die Ausprägung der zentrenrelevanten Sortimente im Versorgungsbereich Altstadt sollte in den Folgejahren noch intensiviert werden. Dies soll auch durch Neuansiedlungen insbesondere auf den bestehenden Potenzialflächen (v.a. auf den Leerstandsflächen bzw. durch die Bebauung von Baulücken, vgl. auch Seite 82/83) geschehen, die sich für die Belegung mit zentrenrelevanten Sortimenten eignen. Da sich die genannten zentrenrelevanten Sortimente grundsätzlich in Fachgeschäften ansiedeln lassen, ist eine Integration dieser Sortimente in die bestehenden Einzelhandelsstrukturen im zentralen Versorgungsbereich bzw. in die hier vorhandenen Angebotsreserven möglich (vgl. Pkt. 9.3.2.1).

Auf Basis der gutachterlichen Analyse der Einzelhandelssituation und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird für Schmölln folgende Differenzierung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten definiert.

¹³⁶ Dies sind die Sortimente Antiquitäten/ Kunstgegenstände, Musikinstrumente/ Musikaalien, Sportartikel/ -schuhe, /bekleidung und Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel (vgl. Anlage 6).

Tabelle 18: Schmöllner Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Schmöllner Liste (Teil I)

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	EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
	47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten
- Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Bettwaren, Gardinen	47.51 aus 47.53	EH mit Textilien, nicht: Matratzen EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, nur: Vorhänge und Gardinen
- Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	47.72.2	EH mit Lederwaren und Reisegepäck
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger	47.59.3 47.42	EH mit Musikinstrumenten und Musikalien EH mit bespielten Ton- und Bildträgern
- Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung	47.71	EH mit Bekleidung

- Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	47.62.2	EH mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
- Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	47.74	EH mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
- Schuhe	47.72.1	EH mit Schuhen
- Spielwaren, Bastelartikel	47.65	EH mit Spielwaren
- 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
- Uhren, Schmuck	47.77	EH mit Uhren und Schmuck
- 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
- Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör	47.76.2	EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nicht: EH mit Futtermitteln für Haustiere

Schmöllner Liste (Teil II)

Nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008	
- Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör	45.32 45.40	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör
- 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
- Boote, Zubehör	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote
- Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel	aus 47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software, nur: Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel
- Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten	47.53 aus 47.52.3	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken
- Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel	47.76.1 47.52.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen EH mit Metall- und Kunststoffwaren
- Leuchten, Lampen	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten
- Möbel, Küchen, Büromöbel, Matratzen	47.59.1 aus 47.51	EH mit Wohnmöbeln EH mit Textilien, nur: Matratzen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

9.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Schmölln

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 55) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Schmölln definiert. Hiermit wird eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt. Die Ansiedlungsgrundsätze sind dabei auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen dem zentralen Versorgungsbereich, den Nahversorgungsstandorten und den Sonderlagen in Schmölln 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 ausschließlich in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt anzusiedeln sind. So kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Schmöllner Stadtgebiet entgegengewirkt und die Einkaufsinnenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Die Schmöllner Einkaufsinnenstadt kann somit weiterhin als flächenseitiger Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente in Schmölln fungieren. Dies ist für die Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die überörtlichen Ausstrahlung der Schmöllner Altstadt und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Schmölln zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 9.4.2).

II. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten vorrangig in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt sowie nachgeordnet zur Gewährleistung der Nahversorgung an Nahversorgungsstandorte

Um die Nahversorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs in den einzelnen Versorgungsräumen jeweils verbrauchernah und auch für nicht-mobile Bevölkerungsteile fußläufig zu gestalten, ist die Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten – nachgelagert zu dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt – ausnahmsweise auch an Nahversorgungsstandorten¹³⁸ zulässig. Zur Bestimmung der Nahversorgungsrelevanz der einzelnen Sortimente liegt die „Schmöllner Liste“¹³⁹ zugrunde.

Außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt sind ausnahmsweise Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten zulässig, wenn für diese Anbieter nachweislich in dem zentralen Versorgungsbereich keine Flächenkapazitäten bestehen. Die Ansiedlung von diesen Betrieben ist dabei auf Standorte zu konzentrieren, in deren fußläufigem Umfeld eine hohe Mantelbevölkerung wohnt.¹⁴⁰ Die Einzelhandelsbetriebe müssen ferner überwiegend der Grundversorgung dienen und eine standortgerechte Dimensionierung besitzen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Schmöllner Liste“) darf dabei bei Lebensmittelmärkten nicht über 10 % liegen und muss dem Hauptsortiment flächen- und umsatzseitig deutlich untergeordnet sein.

Eine solche Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist prinzipiell im Einzelfall im Rahmen einer zu erstellenden Auswirkungsanalyse zu prüfen und abzuwägen, wobei negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt generell ausgeschlossen werden müssen.

¹³⁸ vgl. Einstufung bzw. Definition von Nahversorgungsstandorten unter Punkt 9.2.

¹³⁹ siehe Festlegung der nahversorgungsrelevanten Sortimente in der „Schmöllner Liste“ unter Punkt 9.4.2.

¹⁴⁰ Eine allgemeine Angabe der Einwohnerzahl als Richtlinie ist nicht sinnvoll, da insbesondere auch siedlungsstrukturelle Besonderheiten berücksichtigt werden müssen. Als grober Richtwert sollte jedoch eine Einwohnerzahl im 500 m-Laufweg von rd. 1.000 Personen bzw. im 800 m-Laufweg von rd. 1.500 Personen erreicht werden.

Die vorstehenden Anforderungskriterien treffen auch bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche von Bestandsbetrieben des Lebensmitteleinzelhandels zu. Die Erweiterung von Lebensmittelmärkten ist nur bei Märkten an städtebaulich integrierten Standorten zuzulassen.

III. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in bestehende Sonderlagen

Der großflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dient der Ergänzung des innerstädtischen Einzelhandels. In der Innenstadt bzw. auch an Nahversorgungsstandorten ist die Aufnahmefähigkeit i.d.R. 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 prinzipiell zulässig, wobei eine Entwicklung in den beiden bestehenden Sonderlagen zu präferieren ist. 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.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten bei Flächenverfügbarkeit auch in den zentralen Versorgungsbereichen oder in Randlage hierzu angesiedelt werden, da so eine Angebotsbereicherung dieser städtebaulich integrierten Lagen erfolgt. Ebenso ist eine Ansiedlung an den Nahversorgungsstandorten möglich bzw. zu empfehlen. Prinzipiell sollte bei nicht-gegebener Flächenverfügbarkeit in den vorstehend beschriebenen Lagen die Ansiedlung in bestehenden Sonderlagen (z.B. Ronneburger Straße, Am Kemnitzgrund) erfolgen.

Die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist grundsätzlich zulässig, sofern dies langfristig der Standortsicherung dient. Von der Erweiterung sind prinzipiell die zentrenrelevanten Sortimente im Rahmen der zuvor erläuterten Bedingungen ausgeschlossen, da diese perspektivisch in der Schmöllner 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 Randsortimente¹⁴¹, 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.

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.¹⁴² Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen darstellen.

Um die zentralen Versorgungsbereiche bzw. auch Standorte, die der verbrauchernahen Versorgung dienen, vor möglichen negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu schützen und um die Ansiedlungspotenzia-

¹⁴¹ 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).

¹⁴² Als Beispiel sind hier die Randsortimentsabteilungen in Baumärkten zu nennen.

le 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 eine Einzelfallprüfung zu empfehlen, da die Ausprägung dieser Sortimente durch den vorstehenden Schwellenwert nicht ausreichend ausgedrückt werden kann. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, zum Schutz des zentralen Versorgungsbereiches die Maximalflächen auch unterhalb des vorstehenden Wertes anzusetzen.

9.6. Umsetzung des Konzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

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

1. Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche 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. 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. Ronneburger Straße) oder in Gewerbegebieten in Schmölln in Frage. Für solche potenziellen Standorte gilt es, Bebauungspläne mit dem Ziel aufzustellen, nur bestimmte Arten von Einzelhandelsbetrieben zuzulassen bzw. auszuschließen, um den Erhalt zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, zu sichern.

Insbesondere sollte 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 Pkw-Erreichbarkeit und Agglomerationseffekten zu möglichen bestehenden Anbietern ist eine effizientere und schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebes möglich. Aus Sicht der Stadtentwicklung führt dies jedoch zu einer Zersplitterung des Angebots und zu einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte.

Selbige Einschätzung trifft auch für Standorte an Einfall- bzw. Hauptverkehrsstraßen 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 gemäß § 34 Abs. 1 und 2 BauGB 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 für Schmölln die 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 ergibt sich daraus, 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 genannten Nutzungsarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können¹⁴³.

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. Insofern großflächige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sind diese Gebiete mit ihrem Bestand festzuschreiben bzw. zu überplanen.
5. 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.

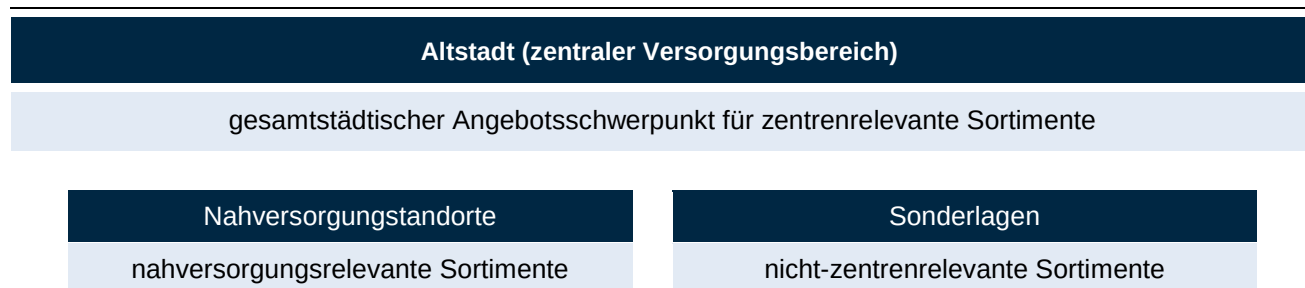
143 vgl. Urteil BVerwG vom 26.03.2009 (4 C 21.07): „Die Stärkung der Zentren durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in Stadtbezirks- und Ortsteilzentren ist ein Ziel, das den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann. Der Gemeinde ist es gestattet, „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.“

10. Schlussbemerkung

Die Stadt Schmölln besitzt hinsichtlich ihres Einzelhandelsbestandes sowie der räumlichen Verteilung eine sehr gute Ausgangsbasis für die weitere Entwicklung. Aktuell ist insbesondere der innerstädtische Einzelhandelsbesatz bereits gut ausgeprägt, so dass für das Ziel der Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt und der Positionierung als umfassenden und multifunktionalen Angebotsschwerpunkt gute Voraussetzungen gegeben sind. Somit kann ein wichtiger Beitrag für den Erhalt, die Stabilisierung und den Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Schmölln geleistet werden. Neben der weiteren Entwicklung der Schmöllner Altstadt ist die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung insbesondere mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten von Bedeutung.

Die Zentren- und Standortgliederung für Schmölln stellt zusammenfassend folgende Abbildung dar, in der die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelsstandorte in Schmölln deutlich wird.

Abbildung 61: Funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Schmölln



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der vorstehenden Ziele wurde das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept entwickelt und mit der Verwaltung der Stadt Schmölln diskutiert und abgestimmt. Die Ergebnisse wurden auch durch eine Befragung der Schmöllner Konsumenten und Gewerbetreibenden verifiziert. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Schmölln gedacht und wird durch den Beschluss des Schmöllner Stadtrats für die Verwaltung bindend.

Zur Umsetzung des vorgeschlagenen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes empfiehlt die BBE Handelsberatung folgende Vorgehensweise:

1. Stadtratsbeschluss der im Einzelhandels- und Zentrenkonzept formulierten Entwicklungsziele bzw. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels.
2. Stadtratsbeschluss des im Einzelhandels- und Zentrenkonzept abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Altstadt, um eine zielgerichtete Entwicklung in diesem Bereich zu ermöglichen.
3. Stadtratsbeschluss der „Schmöllner Liste“ zur Sortimentsdefinition.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Dipl.- oec. Mathias Vlcek

Projektleiter

Erfurt, 24. November 2016

i.V. Dr. Martin Kattner

Anlage 1: Fragebogen zur Konsumentenbefragung in Schmöln und Umgebung

BEFRAGUNG ZUM EINKAUFsverHALTEN IN SCHMÖLN

Sehr geehrte Damen und Herren. Wir führen im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes für Schmöln eine Befragung zum Einkaufsverhalten durch. Würden Sie uns dazu bitte kurz einige Fragen beantworten? Die Auswertung erfolgt anonym, ebenso wie der Datenschutz selbstverständlich strengstens beachtet wird.

1. **Wie oft kommen Sie für gewöhnlich nach Schmöln um einzukaufen oder Erledigungen zu tätigen? (1 Antwort!)**

(1) ☐ Täglich	(5) ☐ Einmal im Monat
(2) ☐ Mehrmals in der Woche	(6) ☐ Mehrmals im Jahr
(3) ☐ Einmal in der Woche	(7) ☐ Einmal im Jahr
(4) ☐ Mehrmals im Monat	(8) ☐ nie (weiter mit Frage 6)

2. **Aus welchem Grund besuchen Sie für gewöhnlich Schmöln? (Mehrfachnennungen möglich!)**

(1) ☐ Einkaufen und zwar meistens wegen folgenden Waren: _____ _____ _____	(5) ☐ Weg von/zur Arbeit (6) ☐ Wohnort (7) ☐ Durchfahrt (8) ☐ Kita/Kindergarten/Schule (9) ☐ Behörde/öffentliche Einrichtungen (10) ☐ kein bestimmter Grund (11) ☐ Sonstiges, und zwar: _____ _____
(2) ☐ Arztbesuch (3) ☐ Dienstleistungen (4) ☐ Gastronomie	

3. **Wie viel Zeit wenden Sie für gewöhnlich zum Einkaufen in Schmöln auf?**

(1) ☐ bis zu 1 Stunde	(4) ☐ länger als 3 Stunden
(2) ☐ bis zu 2 Stunden	(5) ☐ k. A./weiß nicht
(3) ☐ bis zu 3 Stunden	

4. **Welches Verkehrsmittel nutzen Sie in der Regel um nach Schmöln, vor allen um in die Innenstadt zu kommen (Hauptverkehrsmittel)?**

(1) ☐ Bus	(4) ☐ Fahrrad
(2) ☐ Motorrad/ Krad	(5) ☐ zu Fuß
(3) ☐ PKW	(6) ☐ Sonstiges: _____

5. **Wie bewerten Sie im Allgemeinen die Parksituation in der Innenstadt von Schmöln?**

Sehr gut ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr schlecht 1 2 3 4 5
--

6. **In welchen Orten kaufen Sie hauptsächlich Waren für den täglichen Bedarf ein (z.B. Lebensmittel, Drogeriewaren, Apotheke, Blumen)? (Mehrfachnennungen möglich!)**

(1) ☐ Schmöln (wo in der Regel: _____; _____ _____)	(3) ☐ Crimmitschau (4) ☐ Meerane (5) ☐ Gößnitz (6) ☐ Gera (7) ☐ sonstige Orte, nämlich: _____ _____
(2) ☐ Altenburg	

7. In welchen Orten kaufen Sie hauptsächlich Waren für den **mittelfristigen Bedarf** ein (z.B. Textilien, Schuhe, Bücher, Spielwaren, Schreibwaren, Sportwaren)? *(Mehrfachnennungen möglich!)*
- (1) ☐ Schmölln (wo in der Regel: _____) (3) ☐ Crimmitschau
 _____ (4) ☐ Meerane
 _____ (5) ☐ Gößnitz
 _____ (6) ☐ Gera
 _____) (7) ☐ sonstige Orte, nämlich: _____
- (2) ☐ Altenburg _____
8. In welchen Orten kaufen Sie hauptsächlich Waren für den **längerfristigen Bedarf** ein (z.B. Baumarktartikel, Möbel, Elektronik, Optik, Uhren, Schmuck)? *(Mehrfachnennungen möglich!)*
- (1) ☐ Schmölln (wo in der Regel: _____) (3) ☐ Crimmitschau
 _____ (4) ☐ Meerane
 _____ (5) ☐ Gößnitz
 _____ (6) ☐ Gera
 _____) (7) ☐ sonstige Orte, nämlich: _____
- (2) ☐ Altenburg _____
9. Welches konkrete Angebot vermissen Sie in Schmölln am meisten? (Branche/ Geschäft/ Gastronomie/ Sonstiges; *Mehrfachnennungen möglich*)
 Haben Sie Wünsche oder Anregungen bezüglich des Einzelhandels in Schmölln?
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
- _____
10. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Schmölln als Einkaufsort einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen werden?
- Sehr unwahrscheinlich ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐ sehr wahrscheinlich
- 1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
- Nun noch einige statistische Angaben:
11. Wo wohnen Sie? Ort: _____
12. In welchem Jahr sind Sie geboren? _____
13. Wie viele Personen (Sie mitgezählt) leben in Ihrem Haushalt? _____
14. Geschlecht? ☐ weiblich ☐ männlich

VIELEN DANK FÜR IHRE UNTERSTÜTZUNG!

Anlage 2: Fragebogen zur Unternehmerbefragung in Schmölln

Unternehmerbefragung in Schmölln (Bitte in Druckschrift ausfüllen)

Die Angaben dieses Fragebogens unterliegen dem **Datenschutz** und dem **Betriebsgeheimnis**; die erhobenen Daten werden nur in Gesamtwerten zusammengefasst, so dass **kein Rückschluss auf einzelne Unternehmen möglich ist**. Die Fragebögen werden nach der Auswertung vernichtet.

1. Bitte bewerten Sie die folgenden Fragen nach dem Schulnotensystem: (Bitte die Frage bewerten und die Benotung ins Kästchen eintragen: 1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = ungenügend)		
		Bewertung
1. Wie bewerten Sie Schmölln insgesamt als Einkaufsstadt?		☐
2. Wie bewerten Sie die Parkbedingungen in Schmölln?		☐
3. Wie bewerten Sie das Warenangebot insgesamt in Schmölln?		☐
4. Wie bewerten Sie das gastronomische Angebot in der Stadt?		☐
5. Wie bewerten Sie das Dienstleistungsangebot in der Stadt?		☐
2. Mit welchem Verkehrsmittel kommen Ihre Kunden größtenteils zum Einkauf in Ihr Geschäft? (Zutreffendes bitte ankreuzen)	PKW Bus Motorrad Fahrrad zu Fuß Sonstige:	☐ ☐ ☐ ☐ ☐ ☐
3. Wie bewerten Sie die Parkplatzsituation in Schmölln? (Bitte die Frage bewerten und die Benotung ins Kästchen eintragen: 1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = ungenügend)		
Begründung:		☐
4. Was schätzen Sie: Wie viele Kunden sind mit dem Einzelhandel in Schmölln mehr oder weniger zufrieden?		
..... % sind sehr zufrieden mit dem Einzelhandelsangebot in Schmölln.		
..... % sind zufrieden mit dem Einzelhandelsangebot in Schmölln.		
..... % sind weniger zufrieden mit dem Einzelhandelsangebot in Schmölln.		
..... % sind nicht zufrieden mit dem Einzelhandelsangebot in Schmölln.		
4. Wo kaufen Kunden außerhalb von Schmölln ein? Welche Städte stellen die Hauptkonkurrenz für den Schmöllner Einzelhandel dar?		
.....		
.....		
5. Was schätzen Sie, wie lange halten sich Ihre Kunden in der Schmöllner Innenstadt zum Einkauf auf? (Zutreffendes bitte ankreuzen)	weniger als 1 Stunde bis 2 Stunden bis 3 Stunden mehr als 3 Stunden weiß nicht	☐ ☐ ☐ ☐ ☐

6. Wie schätzen Sie ganz allgemein die Umsatzentwicklung des Schmöllner Einzelhandels in den letzten 5 Jahren ein? <i>(Zutreffendes bitte ankreuzen)</i>	Der Umsatz ist gestiegen ☐ Der Umsatz ist gleich geblieben ☐ Der Umsatz hat abgenommen ☐ weiß nicht ☐																																						
7. Wie wird sich Ihrer Meinung nach der Umsatz des Schmöllner Einzelhandels in den nächsten 5 Jahren entwickeln? <i>(Zutreffendes bitte ankreuzen)</i>	Der Umsatz wird zunehmen ☐ Der Umsatz wird gleich bleiben ☐ Der Umsatz wird abnehmen ☐ weiß nicht ☐																																						
8. Welche Orte bzw. Bereiche zählen zum Einzugsgebiet Ihres Betriebes?																																							
9. Wie beurteilen Sie das Einzelhandelsangebot in Schmölln bei folgenden Warengruppen? <i>(Bitte die Frage bewerten und die Benotung ins Kästchen eintragen: 1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = ungenügend)</i>	<table> <tr><td>Lebensmittel</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Drogerie- und Parfümerieartikel</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Apotheken</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Blumen</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Zoo</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Bekleidung, Wäsche</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Schuhe, Lederwaren</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Sportartikel/-bekleidung</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Bücher, Papier- und Schreibwaren</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Spielwaren</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Hifi/TV/Video/CDs/Foto/Computer</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Elektrogeräte, Leuchten</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Fahrräder</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Uhren, Schmuck</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Optik</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Glas, Porzellan, Hausrat</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Heimtextilien, Bettwaren</td><td>☐</td></tr> </table>	Lebensmittel	☐	Drogerie- und Parfümerieartikel	☐	Apotheken	☐	Blumen	☐	Zoo	☐	Bekleidung, Wäsche	☐	Schuhe, Lederwaren	☐	Sportartikel/-bekleidung	☐	Bücher, Papier- und Schreibwaren	☐	Spielwaren	☐	Hifi/TV/Video/CDs/Foto/Computer	☐	Elektrogeräte, Leuchten	☐	Fahrräder	☐	Uhren, Schmuck	☐	Optik	☐	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	☐	Glas, Porzellan, Hausrat	☐	Möbel, Einrichtungsbedarf	☐	Heimtextilien, Bettwaren	☐
Lebensmittel	☐																																						
Drogerie- und Parfümerieartikel	☐																																						
Apotheken	☐																																						
Blumen	☐																																						
Zoo	☐																																						
Bekleidung, Wäsche	☐																																						
Schuhe, Lederwaren	☐																																						
Sportartikel/-bekleidung	☐																																						
Bücher, Papier- und Schreibwaren	☐																																						
Spielwaren	☐																																						
Hifi/TV/Video/CDs/Foto/Computer	☐																																						
Elektrogeräte, Leuchten	☐																																						
Fahrräder	☐																																						
Uhren, Schmuck	☐																																						
Optik	☐																																						
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	☐																																						
Glas, Porzellan, Hausrat	☐																																						
Möbel, Einrichtungsbedarf	☐																																						
Heimtextilien, Bettwaren	☐																																						
10. Wie beurteilen Sie die folgenden Punkte beim Einzelhandelsangebot in der Schmöllner Innenstadt ? <i>(Bitte die Frage bewerten und die Benotung ins Kästchen eintragen: 1 = sehr gut 2 = gut 3 = befriedigend 4 = ausreichend 5 = ungenügend)</i>	<table> <tr><td>Einkaufsatmosphäre der Innenstadt</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Ladengestaltung, Auftritt der Geschäfte</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Freundlichkeit des Personals</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Preis-Leistungs-Verhältnis</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Ladenöffnungszeiten der Innenstadthändler</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Warenangebot in der Innenstadt</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Kundenservice/-Dienst</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Werbung des innerstädtischen Einzelhandels</td><td>☐</td></tr> </table>	Einkaufsatmosphäre der Innenstadt	☐	Ladengestaltung, Auftritt der Geschäfte	☐	Freundlichkeit des Personals	☐	Preis-Leistungs-Verhältnis	☐	Ladenöffnungszeiten der Innenstadthändler	☐	Warenangebot in der Innenstadt	☐	Kundenservice/-Dienst	☐	Werbung des innerstädtischen Einzelhandels	☐																						
Einkaufsatmosphäre der Innenstadt	☐																																						
Ladengestaltung, Auftritt der Geschäfte	☐																																						
Freundlichkeit des Personals	☐																																						
Preis-Leistungs-Verhältnis	☐																																						
Ladenöffnungszeiten der Innenstadthändler	☐																																						
Warenangebot in der Innenstadt	☐																																						
Kundenservice/-Dienst	☐																																						
Werbung des innerstädtischen Einzelhandels	☐																																						
11. Wie wahrscheinlich ist es, dass Sie Schmölln als Einkaufsort einem Freund oder Kollegen weiterempfehlen werden?	<table> <tr> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> <td>☐</td> </tr> <tr> <td>1</td> <td>2</td> <td>3</td> <td>4</td> <td>5</td> <td>6</td> <td>7</td> <td>8</td> <td>9</td> <td>10</td> </tr> <tr> <td colspan="5">sehr unwahrscheinlich.....</td> <td colspan="5">sehr wahrscheinlich</td> </tr> </table>	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	sehr unwahrscheinlich.....					sehr wahrscheinlich												
☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐																														
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10																														
sehr unwahrscheinlich.....					sehr wahrscheinlich																																		

12. Welche Einzelhandelsbranchen sind die Magnetbranchen für Schmöln, die eine hohe Anziehungskraft für die Kundschaft besitzen? <i>(Zutreffendes bitte ankreuzen)</i>	<table border="0"> <tr><td>Lebensmittel</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Drogerie- und Parfümerieartikel</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Apotheken</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Blumen</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Zoo</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Bekleidung, Wäsche</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Schuhe, Lederwaren</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Sportartikel/ -bekleidung</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Bücher, Papier- und Schreibwaren</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Spielwaren</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Hifi/TV/Video/CDs/Foto/Computer</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Elektrogeräte, Leuchten</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Fahrräder</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Uhren, Schmuck</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Optik</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Glas, Porzellan, Hausrat</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Möbel, Einrichtungsbedarf</td><td>☐</td></tr> <tr><td>Heimtextilien, Bettwaren</td><td>☐</td></tr> <tr><td colspan="2">Sonstige:.....</td></tr> </table>	Lebensmittel	☐	Drogerie- und Parfümerieartikel	☐	Apotheken	☐	Blumen	☐	Zoo	☐	Bekleidung, Wäsche	☐	Schuhe, Lederwaren	☐	Sportartikel/ -bekleidung	☐	Bücher, Papier- und Schreibwaren	☐	Spielwaren	☐	Hifi/TV/Video/CDs/Foto/Computer	☐	Elektrogeräte, Leuchten	☐	Fahrräder	☐	Uhren, Schmuck	☐	Optik	☐	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	☐	Glas, Porzellan, Hausrat	☐	Möbel, Einrichtungsbedarf	☐	Heimtextilien, Bettwaren	☐	Sonstige:.....	
Lebensmittel	☐																																								
Drogerie- und Parfümerieartikel	☐																																								
Apotheken	☐																																								
Blumen	☐																																								
Zoo	☐																																								
Bekleidung, Wäsche	☐																																								
Schuhe, Lederwaren	☐																																								
Sportartikel/ -bekleidung	☐																																								
Bücher, Papier- und Schreibwaren	☐																																								
Spielwaren	☐																																								
Hifi/TV/Video/CDs/Foto/Computer	☐																																								
Elektrogeräte, Leuchten	☐																																								
Fahrräder	☐																																								
Uhren, Schmuck	☐																																								
Optik	☐																																								
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	☐																																								
Glas, Porzellan, Hausrat	☐																																								
Möbel, Einrichtungsbedarf	☐																																								
Heimtextilien, Bettwaren	☐																																								
Sonstige:.....																																									
13. In welchen Branchen besteht ein zusätzlicher Ansiedlungsbedarf in der Stadt Schmöln? Welche Branchen vermissen Sie?																																									
14. Gibt es Ihrer Meinung nach die Notwendigkeit, das Standortumfeld Ihres Betriebes attraktiver zu machen? Wenn ja, welche Maßnahmen halten Sie konkret für erforderlich?																																									

15. Haben Sie konkrete Vorschläge, wie die Stadt Schmölln den lokalen Einzelhandel unterstützen kann?	
16. Haben Sie sonstige Wünsche oder Anregungen bezüglich des Einzelhandels in Schmölln?	
17. Branchenzuordnung: Welchen Sortiments-/ Branchenschwerpunkt hat Ihr Betrieb?	

Wir danken Ihnen sehr für Ihre Mitarbeit!

15. Haben Sie konkrete Vorschläge, wie die Stadt Schmöln den lokalen Einzelhandel unterstützen kann?	
16. Haben Sie sonstige Wünsche oder Anregungen bezüglich des Einzelhandels in Schmöln?	
17. Branchenzuordnung: Welchen Sortiments-/Branchenschwerpunkt hat Ihr Betrieb?	

Wir danken Ihnen sehr für Ihre Mitarbeit!

Anlage 3: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Schmöln

Der gesamte Einzelhandel der Stadt Schmöln (inkl. der Ortsteile) wurde im Mai 2016 im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes erfasst. 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 Schmöln 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 Tankstellen, Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulantem 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.
- 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.¹⁴⁴

Umseitige Tabelle stellt die erhobenen Branchen und die Einteilung nach der Häufigkeit der Nachfrage dar:

¹⁴⁴ 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	
12	Spielwaren (inkl. Hobby- /Bastelbedarf, Musikinstrumente/ Musikalien)	langfristig
13	Zoobedarf/Tiernahrung	
14	Möbel/Antiquitäten (inkl. Küchen- und Matratzenstudios)	
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Eisenwaren	
16	Haushaltwaren/Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	
17	Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag/Raumausstattung	
18	Elektrogeräte/Leuchten/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	
19	Optik	
20	Uhren/Schmuck	
21	Fahrräder/Fahrradzubehör	
22	Autoteile/-zubehör	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anlage 4: 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 üblich.

Lebensmittel-SB-Markt

- „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: Edeka-Nachbarschaftsläden (nah & gut), REWE (Nahkauf), Um's Eck, Markttreff.

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 400 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ca. 800 Artikel bei Hard-Discountern (bspw. Aldi), ca. 1.700 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto).
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 13 % (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 Netto-Filialen) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.

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

Supermarkt

- Circa 400 bis 2.000 m², neue Konzepte auch bis zu 3.000 m² Verkaufsfläche.
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, ab 800 m² Verkaufsfläche bereits ebenfalls Non-Food-Anteil.
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 5 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: Tengelmann, tegut, REWE, Edeka, Kaiser's, Sky, 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 60 %.
- 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 5: 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/Fachmarktagglomeration

- 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 6: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich Altstadt

zentrenrelevante Sortimente

Bestehende Angebote im zentralen Versorgungsbereich Altstadt¹⁴⁵

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen

145 Es sind auch Angebote erfasst, die im Randsortiment geführt werden.