

Einzelhandels-/ Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzept für die Stadt Greiz im Vogtland – Fortschreibung

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Greiz
Markt 12
07973 Greiz

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtleitung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: (0361) 77 80 660

Fax: (0361) 77 80 612

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Köln · Leipzig · Münster · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

1. Ausgangssituation / Zielsetzung	6
2. Allgemeine Strukturdaten des Einzelhandels / Rahmenbedingungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Greiz	8
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite	8
2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite	11
3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels	15
4. Makrostandort Greiz	22
5. Einzugsgebiet und Nachfragevolumen des Greizer Einzelhandels	28
5.1. Regionale Wettbewerbssituation	28
5.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial	30
5.3. Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial	32
6. Einzelhandelsanalyse der Stadt Greiz	34
6.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand	34
6.2. Räumliche Angebotsstruktur des Greizer Einzelhandels	37
6.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung	40
6.3.1. Sortimentsstruktur Greiz	40
6.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich.....	41
6.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich	42
6.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich	44
6.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Greiz.....	46
6.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung	46
6.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Greiz	48
6.5. Bindungsintensität des Greizer Einzelhandels	51
6.6. Stärken-Schwächen-Analyse des Greizer Einzelhandels	53
7. Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Greiz.....	54
7.1. Nachfrageprognose	54
7.2. Entwicklungsrahmen des Greizer Einzelhandels	56
7.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Greiz	62
7.3.1. Lebensmittel (Food)	62
7.3.2. Non-Food	66
7.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts	70

8. Zentrenkonzept der Stadt Greiz	72
8.1. Ziele des Zentrenkonzepts	72
8.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen	73
8.3. Zentren-/ Standortkonzept Greiz	78
8.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur.....	78
8.3.2. Zentraler Versorgungsbereich Altstadt	81
8.3.2.1. Standortprofil	81
8.3.2.2. e-Impact-Check zentraler Versorgungsbereich Altstadt.....	88
8.3.3. Zentraler Versorgungsbereich Spectrum-Center.....	91
8.3.4. Nahversorgungsstandorte.....	94
8.3.5. Sonderlagen.....	98
8.3.6. Bewertung von Potenzialstandorten/Ansiedlungsvorhaben	104
8.4. Sortimentskonzept Greiz	118
8.4.1. Begriffsdefinition.....	118
8.4.2. „Greizer Liste“ zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	120
8.5. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Greiz	124
8.6. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung	128
9. Schlussbemerkung	131

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Greiz	7
Abbildung 2: Veränderung der Bevölkerung der Bundesländer in den Jahren 2013 bis 2040 (in %)	8
Abbildung 3: Altersaufbau Deutschland in den Jahren 1990 bis 2040 (Männer/Frauen)	9
Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2007 bis 2017	9
Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel von 2007 bis 2017	11
Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen in den Jahren 2006 bis 2016	12
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2003 bis 2018.....	13
Abbildung 8: Top-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2016-2017	13
Abbildung 9: Verteilung der Shoppingcenter in Deutschland nach Lage und Eröffnungszeitraum	14
Abbildung 10: Bevölkerungsverteilung Greiz	25
Abbildung 11: Altersstruktur Greiz im Landesvergleich	26
Abbildung 12: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern.....	27
Abbildung 13: Einzelhandelszentralitäten ausgewählter Städte im regionalen Umfeld von Greiz.....	29
Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Stadt Greiz.....	32
Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m ² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte	35
Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Greizer Einzelhandels	36
Abbildung 17: Verkaufsflächenstruktur Greiz	40
Abbildung 18: Beispiele für strukturprägende Lebensmittelanbieter in Greiz	47
Abbildung 19: Sortimentsspezifische Bindungsintensität des Greizer Einzelhandels.....	52
Abbildung 20: Stärken-Schwächen-Analyse des Greizer Einzelhandels.....	53
Abbildung 21: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens.....	56
Abbildung 22: Szenarien der Kaufkraftbindung.....	57
Abbildung 23: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens	58
Abbildung 24: Ziel-Bindungsquoten für Greiz (Szenario B)	59
Abbildung 25: Innerstädtische Leerstandsflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl).....	68
Abbildung 26: Einzelhandelsfremde Nutzungen von Gewerbeflächen in der Altstadt (Auswahl).....	69
Abbildung 27: Innerstädtische Potenzialflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl).....	69
Abbildung 28: Städtebauliche Ziele / Standort- und Sortimentskonzept für Greiz	72
Abbildung 29: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen	75
Abbildung 30: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen.....	76
Abbildung 31: Modell der Zentrenstruktur von Greiz.....	78
Abbildung 32: Kurzübersicht zur möglichen Bebauung des Potenzialstandortes Marstall-Areal	85
Abbildung 33: e-Impact-Faktor zentraler Versorgungsbereich Altstadt	88
Abbildung 34: Branchenexposition für das Jahr 2025 des Einzelhandels im zVB Altstadt.....	89
Abbildung 35: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente	118
Abbildung 36: Greizer Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	121
Abbildung 37: Funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Greiz (Zielperspektive).....	131

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Greiz im Vergleich	24
Tabelle 2: Pendlerbewegungen/Pendlersaldo von Greiz	26
Tabelle 3: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels	31
Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für das Marktgebiet des Greizer Handels	33
Tabelle 5: Betriebe und Verkaufsflächen in Greiz im Zeitvergleich	34
Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Greiz nach Lagen	38
Tabelle 7: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich	41
Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich	42
Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich	44
Tabelle 10: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Greiz	46
Tabelle 11: Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen	49
Tabelle 12: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Greizer Einzelhandels nach Bedarfsbereichen	51
Tabelle 13: Konsumentenpotenzial für das Marktgebiet des Greizer Einzelhandels im Jahr 2025	54
Tabelle 14: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels	55
Tabelle 15: Rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf in Greiz bis zum Jahr 2025 (Circa-Werte)	60
Tabelle 16: Entwicklungspotenziale für den Greizer Einzelhandel (Kurzzusammenfassung)	70
Tabelle 17: Möglicher Branchenmix des Marstall-Areals	86

Kartenverzeichnis

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2017	10
Karte 2: Lagebeziehungen von Greiz im regionalen Kontext	22
Karte 3: Raumstruktur Ostthüringen (Ausschnitt)	23
Karte 4: Wettbewerbsstandorte im regionalen Umfeld von Greiz inkl. generierter Umsätze	28
Karte 5: Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels	30
Karte 6: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Greiz	37
Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt Greiz	48
Karte 8: Abdeckung des Greizer Stadtgebietes mit Lebensmittelmärkten	50
Karte 9: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt	63
Karte 10: Zentren-/ Standortkonzept Greiz	80
Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt inkl. Potenzialstandorte	84
Karte 12: Grundversorgungskonzept Greiz	94
Karte 13: Lage der potenziellen Projektvorhaben in der Greizer Kernstadt (Skizzierung)	105

Anlageverzeichnis

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots in Greiz	132
Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen	134
Anlage 3: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen	136
Anlage 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten in zentralen Versorgungsbereichen	138

1. Ausgangssituation / Zielsetzung

Die BBE Handelsberatung hat im Jahr 2009 für die Stadt Greiz ein Einzelhandelskonzept¹ erstellt, das vom Greizer Stadtrat als strategische und planerische Grundlage zur weiteren **Einzelhandelsentwicklung der Stadt** beschlossen wurde. In den vergangenen Jahren haben sich sowohl die nachfrageseitigen als auch die angebotsseitigen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel verändert. Vor diesem Hintergrund erwächst die Notwendigkeit der Anpassung des konzeptionellen Handlungsrahmens zur gesamtstädtischen Einzelhandels- und Standortsteuerung. Die BBE Handelsberatung wurde dementsprechend von der Stadtverwaltung Greiz mit der Fortschreibung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes der Stadt Greiz beauftragt.

Das Ziel dieses Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes – das als städtebauliches Konzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB beschlossen werden soll – ist die Erarbeitung einer fachlich determinierten Grundlage für den planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Greiz. Somit entsteht Transparenz und Sicherheit für Investoren, aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf gerichtet, dass zukunftsfähige und attraktive Einzelhandelsstrukturen für die Einwohner der Stadt Greiz und des Umlandes gesichert bzw. langfristig herausgebildet werden.

Als Träger wichtiger Versorgungsfunktionen nimmt der Einzelhandel in positiver sowie auch negativer Hinsicht maßgeblichen Einfluss auf die **Entwicklungsperspektiven von Greiz**, insbesondere auf den Innenstadtbereich. Der Einzelhandel der Stadt Greiz ist aktuell durch die Wechselbeziehungen zwischen dem Angebot in der Innenstadt, in Nahversorgungslagen und zum geringen Teil an dezentralen Standorten 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 zu berücksichtigen:

- Die Stadt Greiz soll den Einwohnern der Stadt und des Umlandes ein breit gefächertes und attraktives Versorgungsangebot bereitstellen, um die landesplanerisch verankerte Versorgungsfunktion als Mittelzentrum sowohl für die Stadt selbst als auch für den Verflechtungsbereich langfristig zu erfüllen. Es soll ein ausgewogenes Einzelhandelsangebot offeriert werden, welches der Größe des Versorgungsgebietes von Greiz entspricht.
- Die Innenstadt von Greiz bzw. das ausgewiesene Hauptzentrum Altstadt ist als zentraler Einzelhandelschwerpunkt zu sichern und auszubauen, um im interkommunalen Wettbewerb attraktiv und marktfähig zu bleiben. Dieser Bereich soll als Angebotsschwerpunkt für sog. zentrenrelevante Sortimente gefestigt werden.
- Die Grundversorgungseinrichtungen sollen in integrierter Lage sowie fußläufig und mit dem ÖPNV erreichbar angesiedelt werden. Die Abdeckung der notwendigen Bedürfnisse des periodischen Nachfragebereichs soll für die Wohnbevölkerung möglichst engmaschig und mit einem minimalem Zeit- und Kostenaufwand verbunden sein.

Bei der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes liegt der Fokus auf der umfassenden Bewertung der Bestandsstrukturen und den derzeit erzielten Bindungsquoten des Greizer Einzelhandels. Perspektivisch soll in Greiz ein ausgewogenes Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, welches der Größe des Versorgungsgebietes von Greiz entspricht. Die Stadt Greiz ist in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen; in dem landesplanerisch ausgewiesenen Funktionsraum von Greiz leben rd. 33.000 Einwohner. Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes** wird ermittelt, welche flächenseitigen Ansiedlungsspielräume im Greizer Einzelhandel noch gegeben sind, um eine Verbesserung der gesamt- und auch überörtlichen Versorgungsfunktion zu erreichen.

1 vgl. BBE Handelsberatung, Einzelhandelskonzept der Stadt Greiz im Vogtland (22.06.2009).

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

Aktuell sieht sich die Stadt Greiz mit verschiedenen **Ansiedlungs- bzw. Projektvorhaben** konfrontiert, die vor allem aus der dynamischen Einzelhandelsentwicklung und der veränderten Nachfrage resultieren. Hierbei sind insbesondere im Lebensmitteleinzelhandel deutliche Veränderungen bei den Angebotskonzepten zu beobachten, wobei sich mögliche Umstrukturierungen auch auf die bestehenden Handelsstrukturen maßgeblich auswirken können. Hierzu erfolgt im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes bereits eine erste Einschätzung zu den möglichen Auswirkungen von einzelnen Projektvorhaben.

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

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts Greiz

Angebotsanalyse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse sekundärstatistischer Standortrahmendaten ▪ Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands ▪ Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels 	Sep./Okt. 2017
Nachfrageanalyse	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Abgrenzung des Einzugsgebietes ▪ Berechnung des Nachfragepotenzials ▪ Ermittlung der branchenspezifischen Zentralitäten 	Okt. 2017
Einzelhandelsentwicklungskonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufkraftprognose für das Jahr 2025 ▪ Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des Einzelhandels ▪ Ermittlung von Ansiedlungspotenzialen 	Nov. 2017
Zentrenkonzept	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausarbeitung Zentrenkonzept ▪ Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ▪ Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung 	Dez. 2017/ Jan. 2018
e-Impact-Check	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bewertung der Widerstandsfähigkeit des Greizer Innenstadthandels gegenüber dem e-Commerce ▪ Berechnung möglicher flächenseitiger Abschmelzungen im Greizer Innenstadthandel 	Jan. 2018
Präsentation / öffentliche Diskussion / Überarbeitung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beteiligung der betroffenen TÖB und des Bau-, Umwelt-, Verkehrs- und Wirtschaftsausschusses des Stadtrates der Stadt Greiz ▪ Öffentliche Präsentation des Einzelhandels-/Zentrenkonzeptes ▪ Offenlegung des Konzeptes ▪ Prüfung der eingegangenen Stellungnahmen, Überarbeitung und Ergänzung des Konzeptes 	Feb. 2018 - Jan. 2019
Beschluss	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschluss des Einzelhandels - und Zentrenkonzeptes durch den Stadtrat der Stadt Greiz 	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

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

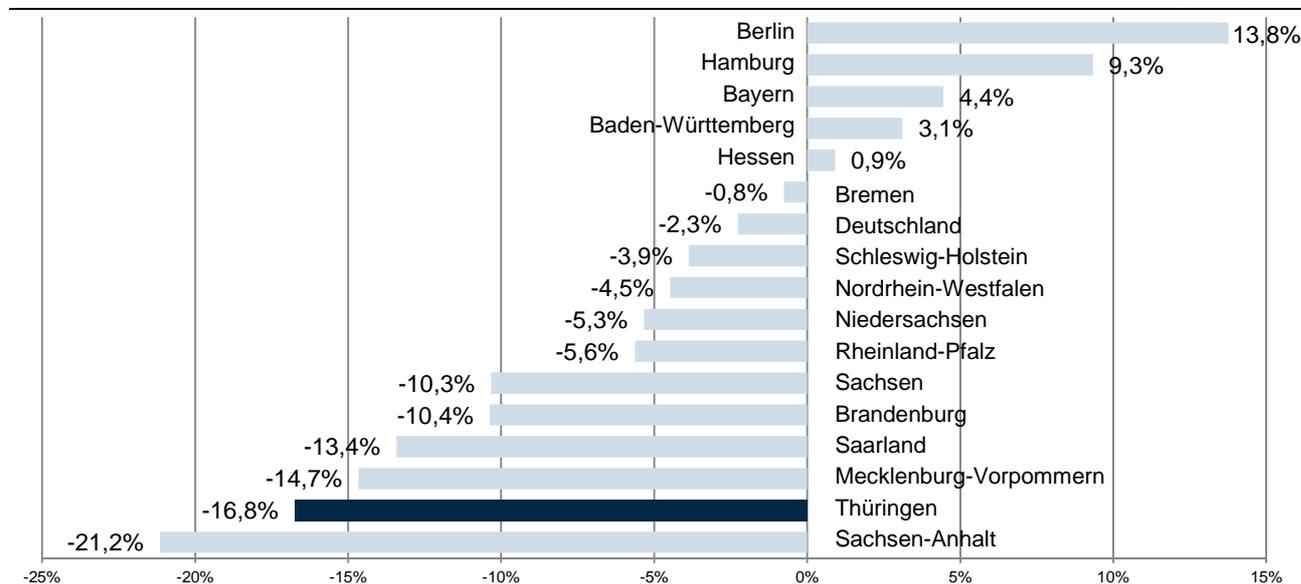
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite

Der deutsche Einzelhandel wird maßgeblich von übergeordneten Entwicklungstrends beeinflusst. Die Nachfrageseite wird im Wesentlichen durch die **demographische Entwicklung** und die dem Einzelhandel zufließenden Kaufkraftvolumina bestimmt. Die Bevölkerung hat dabei in den letzten 10 Jahren in Deutschland nur geringfügig um 0,7 % zugenommen, wobei das Wachstum maßgeblich durch die Migration bedingt war. Die Bevölkerungsentwicklung ist in der Vergangenheit räumlich differenziert verlaufen, wobei alle ostdeutschen Flächenländer einen Bevölkerungsverlust zu verzeichnen hatten. Die höchsten Einwohnerrückgänge waren in Deutschland in Sachsen-Anhalt (-7,9 %), in Thüringen (-6,6 %), in Mecklenburg-Vorpommern und im Saarland (je -4,1 %) zu beobachten.²

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

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

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



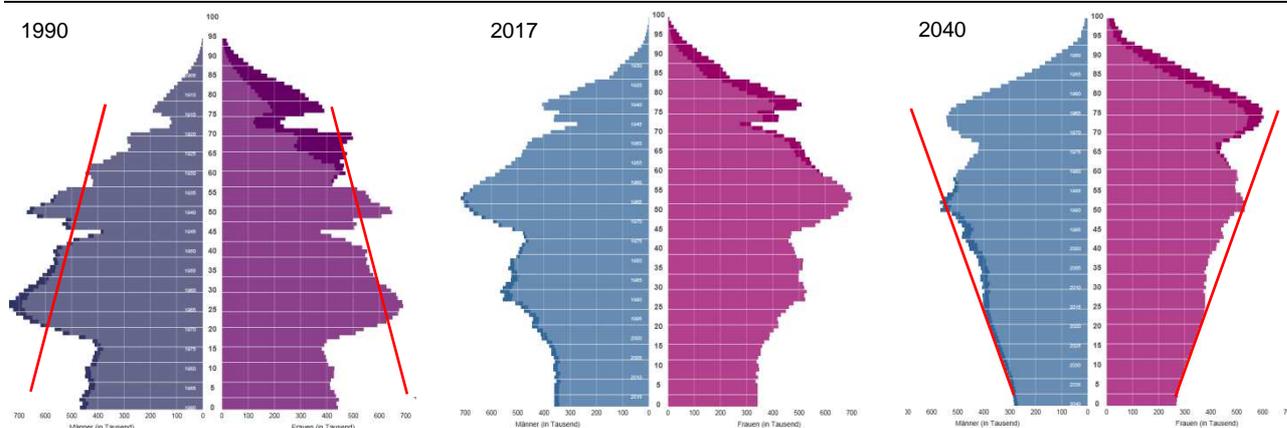
Quelle: Statistisches Bundesamt 2018, Ergebnisse der 13. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2013), Variante 2 (Kontinuität bei stärkerer Zuwanderung)

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

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

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

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

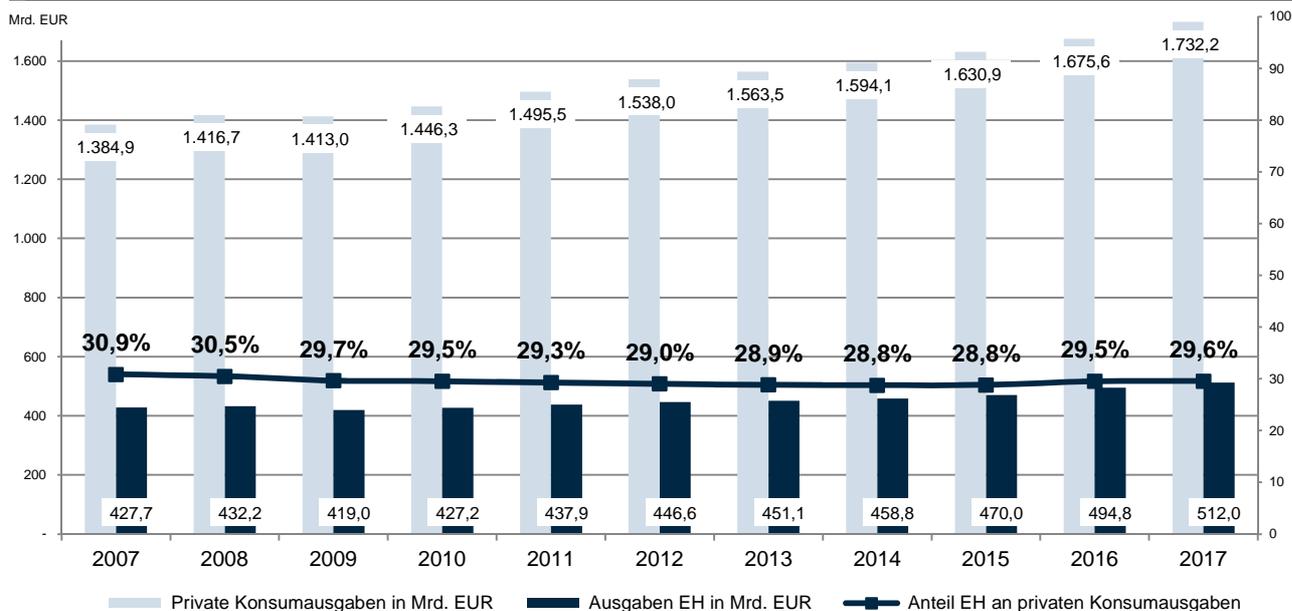


Quelle: Statistisches Bundesamt, Ergebnisse der 13. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2013), Variante 2

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

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

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



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

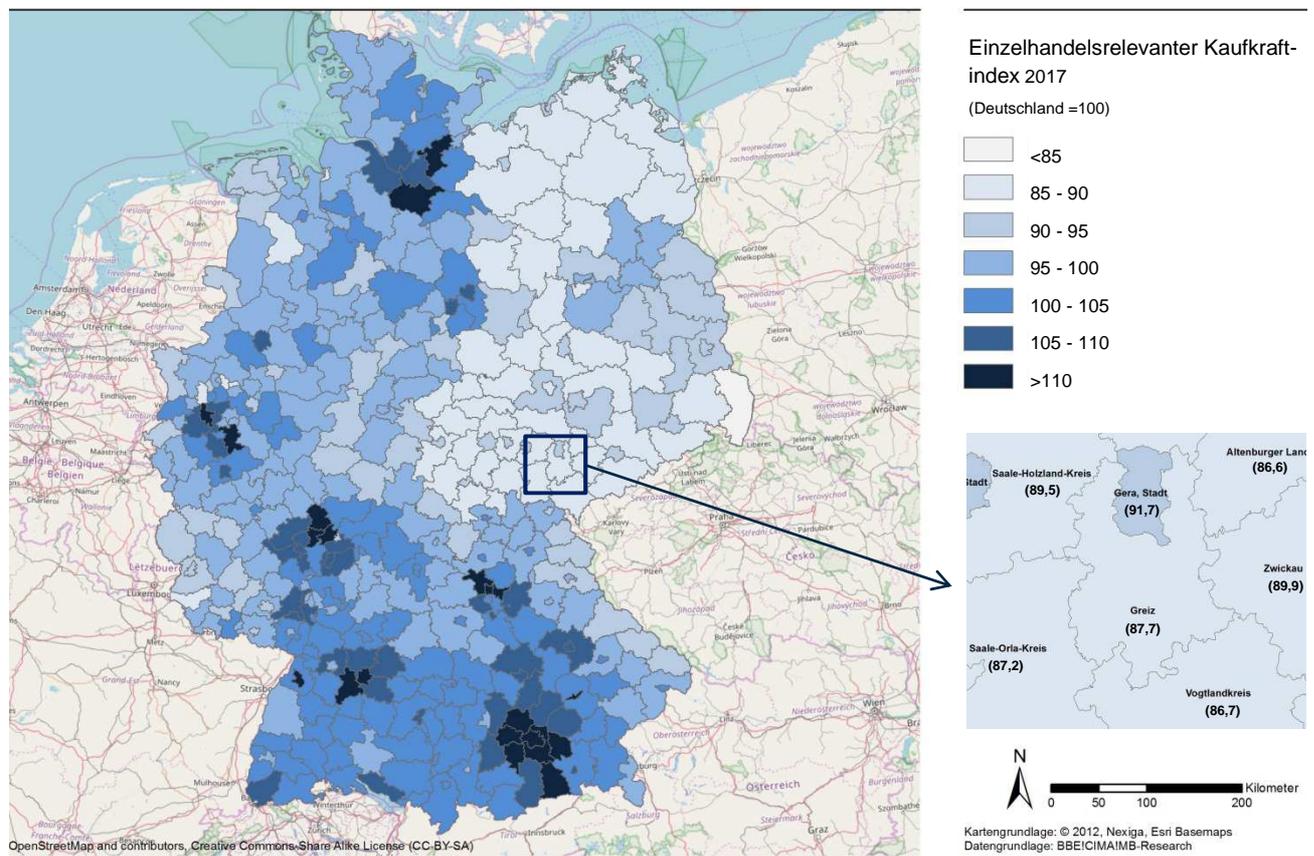
3 Quelle: Statistisches Bundesamt, Durchschnittsalter in den Bundesländern 2016.

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

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

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

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2017



Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex⁴ beträgt im Freistaat Thüringen 89,4, so dass dem Einzelhandel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (100,0) deutlich geringere Nachfragepotenziale je Einwohner zur Verfügung stehen. Dementsprechend bestehen für den Einzelhandel schlechtere Entwicklungschancen. Dies trifft auch für den Raum Greiz zu, da die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dem gleichnamigen Landkreis (87,7) und auch in umliegenden Landkreisen unterhalb des bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnittswertes liegt.

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

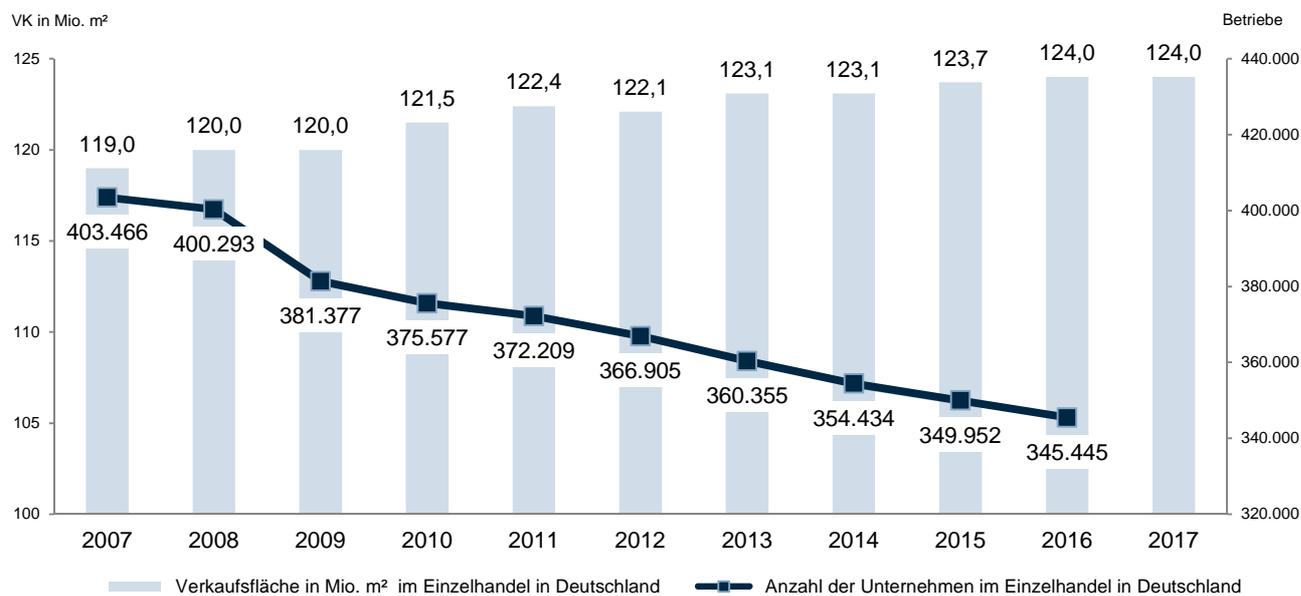
2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite

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

Die Entwicklung ist in den letzten Jahren durch ein starkes **Verkaufsflächenwachstum** geprägt. Während der Flächenanstieg Anfang der 1990er Jahre vor allem durch den Flächenaufwuchs in den ostdeutschen Bundesländern bestimmt war, ist der Zuwachs der letzten Jahre wesentlich durch die gesamtdeutsche Expansion von Großbetriebsformen wie Lebensmittelmärkten, Non-Food-Fachmärkten und auch Shopping-Centern gekennzeichnet. Die Konzepte dieser Vertriebsformen benötigen dabei durch den technologischen und organisatorischen Wandel, die erhöhten Anforderungen an Präsentations- und Laufflächen oder neue Ladenbaukonzepte größere Flächen. Der Verkaufsflächenzuwachs betrug in den letzten zehn Jahren ca. 5,0 Mio. m² Verkaufsfläche.⁵

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

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



Quelle: Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE) 2018

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

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

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

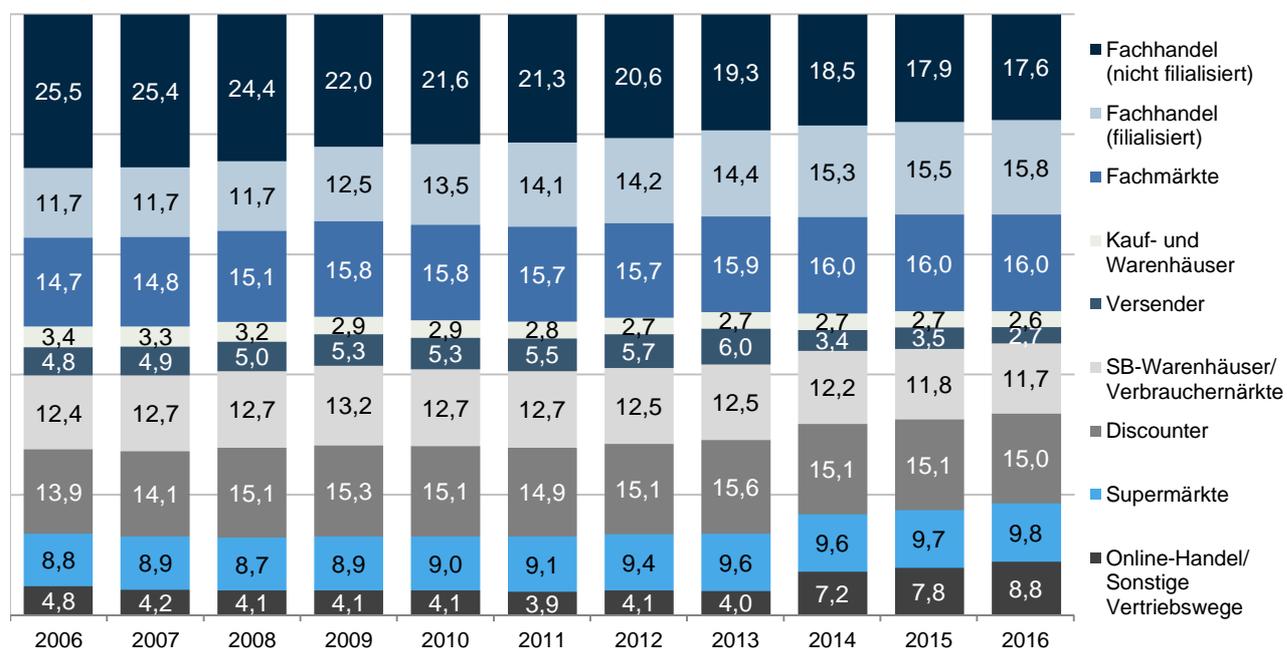
Die Folge des stetigen Flächenwachstums, dem ein relativ konstanter bzw. nur leicht steigender Einzelhandelsumsatz der letzten Jahre gegenübersteht, wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität**⁶ deutlich. Diese Kennziffer hat sich in den vergangenen 20 Jahren um rd. 11 % vermindert und liegt derzeit bei rd.

3.460 EUR/m² Verkaufsfläche.⁷ Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in vielen 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 sind in den letzten 10 Jahren 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 2006 bis 2016



Quelle: Hauptverband des deutschen Einzelhandels (HDE)

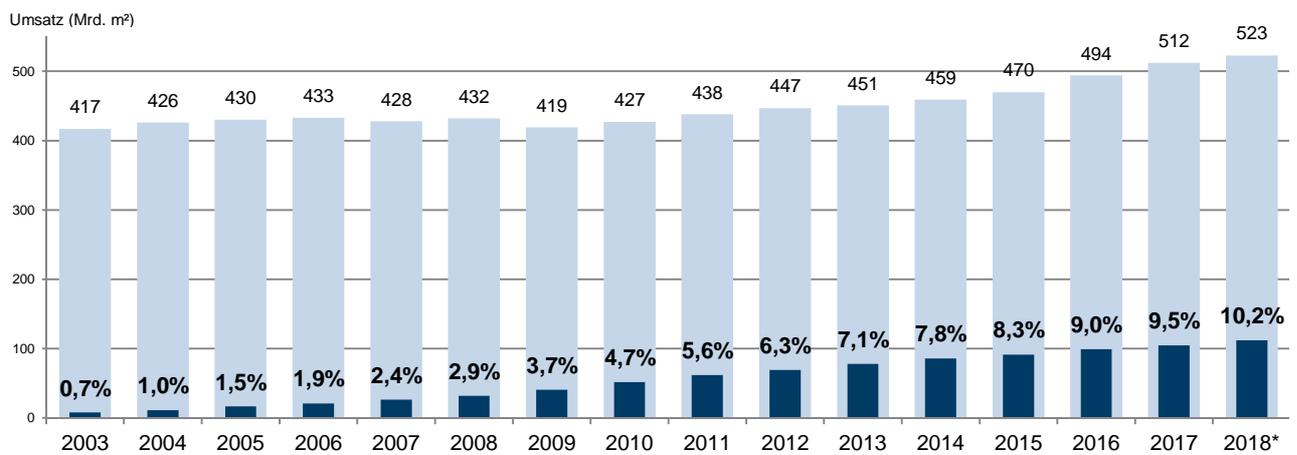
Neben der Marktanteilsverschiebung bei den Betriebstypen und einem stetigen Anstieg des E-Commerce-Umsatzes ist der deutsche Einzelhandel ferner durch einen fortschreitenden **Konzentrationsprozess** gekennzeichnet, da sich der Umsatz auf wenige bundesweit agierende Unternehmen konzentriert. Besonders

6 Die Verkaufsflächenproduktivität (auch Raumleistung) eines Einzelhandelsbetriebes bezeichnet den Umsatz pro m² Verkaufsfläche.
7 Die Verkaufsflächenproduktivität lag im Jahr 1995 bei 3.900 EUR/m². Dieser Wert hat sich im Jahr 2015 auf rd. 3.460 EUR/m² reduziert.
Quelle: Statista Hamburg 2017, Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2009 bis 2015.

stark ist dieser Trend im Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten. Während im Zeitraum zwischen den Jahren 2006 bis 2016 der Umsatz der Lebensmittelhändler um rd. 26 % anstieg, ging die Anzahl der Verkaufsstellen um rd. 30 % zurück.⁸ Derzeit erzielen im Lebensmittelhandel weniger als 1 % der Unternehmen mehr als zwei Drittel des Branchenumsatzes. Der gleiche Trend ist im Non-Food-Handel zu beobachten, da lediglich zehn Handelsunternehmen über 80 % des Umsatzes in diesem Segment erbringen.

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

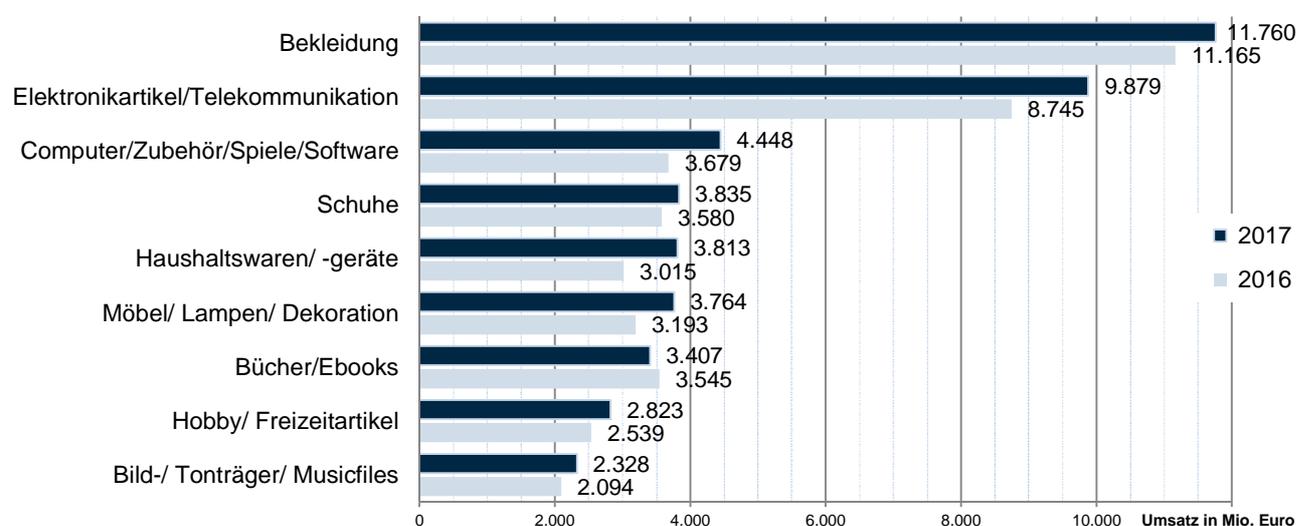
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2003 bis 2018



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

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

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



Quelle: Statista Hamburg 2018/ Bearbeitung: BBE Handelsberatung

8 Quelle: Statista Hamburg 2017, Lebensmittelhandel in Deutschland (Dossier).

Bisher spielt der Online-Handel bei dem ausgabenstärksten Sortiment Lebensmittel, in dem knapp über 37 % der jährlichen Ausgaben getätigt werden, nur eine Nebenrolle. Allerdings ist davon auszugehen, dass zumindest für Food-Teilsortimente der Online-Handel zunehmend Marktanteile gewinnen wird.⁹

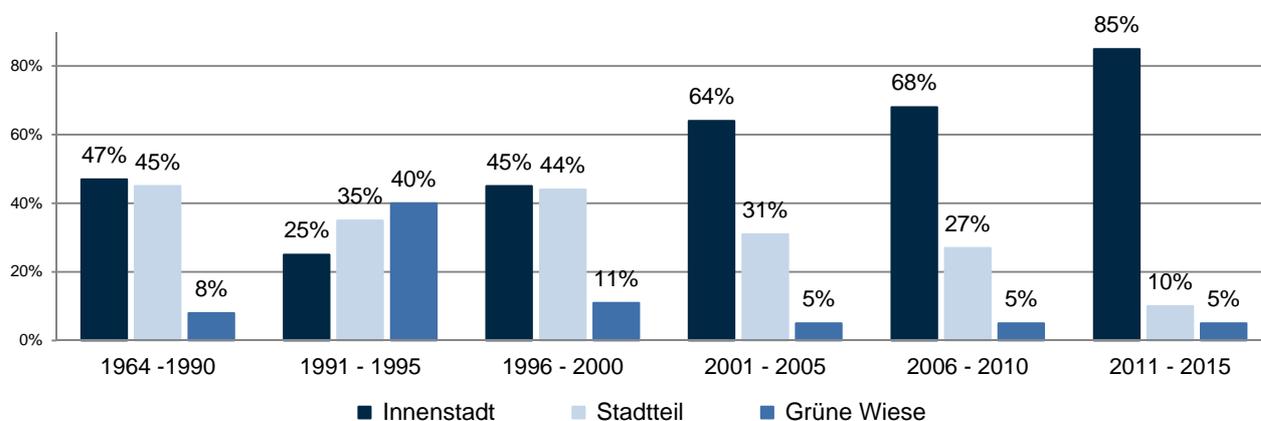
In Bezug auf die Standorte des Einzelhandels ist nach einer gewissen Abkehr von dezentralen Standorten eine verstärkte **Konzentration auf die City bzw. auf integrierte Handelslagen** zu beobachten. Dieser Trend ist einerseits durch die restriktive Landesplanung von Einzelhandelsgroßprojekten an dezentralen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

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

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

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

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



Quelle: EHI Handelsdaten 2017/ 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.¹² Aktuell bestehen in Deutschland 14 FOC mit einer Fläche von rd. 208.000 m².¹³ Die Bedeutung dieser Vertriebsform könnte in den Folgejahren steigen, da aktuell 18 Planungen mit einer Gesamtfläche von rd. 200.000 m² vorliegen. In Thüringen und im angrenzenden Freistaat Sachsen existiert kein derartiges FOC, auch keine Planung.

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

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

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

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

13 Quelle: Statista Hamburg 2017, Verkaufsfläche der bestehenden Outlet-Center in Deutschland 2017.

3. Rechtsrahmen zur planungsrechtlichen Zulässigkeit des Einzelhandels

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

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

- das Baugesetzbuch (BauGB),
- die Baunutzungsverordnung (BauNVO),
- das Landesentwicklungsprogramm des Freistaats Thüringen¹⁴ und
- der Regionalplan Ostthüringen¹⁵,

deren wesentliche Inhalte nachfolgend kurz dargestellt werden.¹⁶

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.

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

15 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012.

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

■ Mischgebiete (§ 6 BauNVO)

In Mischgebieten (MI) sind Einzelhandelsbetriebe gemäß § 6 Abs. 2 Nr. 3 BauNVO zulässig, sofern diese Betriebe das Wohnen nicht wesentlich stören. Daher sind hier selbst großflächige Einzelhandelsbetriebe zulässig, wobei es bei einer Geschossfläche von über 1.200 m² darauf ankommt, ob die Regelvermutung von § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO widerlegt werden kann (vgl. auch Seite 18). Grundsätzlich muss der Gebietscharakter eines Mischgebietes gewahrt bleiben, d.h. es muss eine qualitative und quantitative Durchmischung von Wohnen und nicht wesentlich störendem Gewerbe gewahrt bleiben.

■ Kerngebiete (§ 7 BauNVO)

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

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

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

Bei der Festsetzung der vorstehend beschriebenen Baugebiete, insbesondere von Mischgebieten und Gewerbegebieten, ist eine Einschränkung bzw. auch ein völliger Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben möglich. Im Rahmen ihres planerischen Ermessens darf eine Gemeinde steuern, ob und in welchem Umfang sie Teile des Gemeindegebiets zur Unterbringung von Einzelhandelsbetrieben zur Verfügung stellt. Voraussetzung ist, dass städtebauliche Gründe gemäß § 1 Abs. 3 BauGB vorliegen, die sich aus der jeweiligen konkreten Planungssituation ergeben und die Abweichung von der typisierten Baugebietszusammensetzung nach der Baunutzungsverordnung rechtfertigen.¹⁷

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.¹⁸

¹⁷ vgl. Urteil BVerwG [4 B 3.13] vom 30.05.2013.

¹⁸ 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.¹⁹ 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,²⁰
- eine Unverhältnismäßigkeit der neu geplanten Verkaufsfläche im Vergleich zu der Bestandsfläche im betroffenen zentralen Versorgungsbereich besteht,
- eine Unvertretbarkeit des zu erwartenden Kaufkraftabflusses aus dem betroffenen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten ist,
- der betroffene zentrale Versorgungsbereich bereits Vorschädigungen bzw. deutliche Attraktivitätsmängel (z.B. geringe städtebauliche Qualität, niedrige Aufenthaltsqualität des Stadtraums, geringe Einzelhandelsdichte, Ladenleerstände, unattraktives Angebot) besitzt und/oder
- schädliche städtebauliche Auswirkungen, wie z.B. der Leerstand von Geschäften, das Absinken des Versorgungsniveaus oder „Trading-Down-Tendenzen“ zu erwarten sind.

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

3. Einzelhandel im Außenbereich (§ 35 BauGB)

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

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

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

19 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.
20 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 Einzelhandelsbetrieb²¹ handelt. Beide Kriterien – das Merkmal der Großflächigkeit und das Überschreiten der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche – müssen erfüllt sein, damit ein Einzelhandelsvorhaben nur in einem Kern- oder Sondergebiet zulässig ist.

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

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

- im Einzugsbereich des geplanten Betriebes das entsprechende Warenangebot bisher nur unterdurchschnittlich ausgeprägt war und eine Unterversorgung bestand,
- der Betrieb in zentraler und für die Wohnbevölkerung gut erreichbarer Lage (städtebaulich integriert) errichtet werden soll und die bestehende Zentrenstruktur nicht stört²² 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 Grundsätzen²³ eine wesentliche Bedeutung zu. Das Landesentwicklungsprogramm beinhaltet textliche und zeichnerische Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung für den Gesamttraum Thüringen. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen zu berücksichtigen sind, d.h. diese können nicht abgewogen werden. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.²⁴

21 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).

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

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

24 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

Den Zielen und Grundsätzen liegt folgende Leitvorstellung zugrunde:

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

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

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

In der Begründung dieses Ziels wird auf die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse verwiesen, wobei vor allem durch die standörtliche Konzentration von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten eine leistungsfähige und auf die jeweilige Bevölkerung abgestellte Versorgungsinfrastruktur vorgehalten werden soll. Insbesondere sollen zentrale Orte entsprechend ihrer jeweiligen Zentralitätsstufe ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitstellen, damit die Bevölkerung in den jeweiligen Verflechtungsbereichen mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Daher sind zur Erfüllung der Versorgungsfunktion großflächige Einzelhandelsvorhaben, die i. d. R. einen großen Einzugsbereich besitzen, nur in Ober- und in Mittelzentren zu entwickeln.²⁵

Gemäß dem formulierten Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Greiz grundsätzlich zulässig, da die Stadt als Mittelzentrum²⁶ ausgewiesen ist.

- *Grundsatz 2.6.2: Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen (Kongruenzgebot). Als räumlicher Maßstab gelten insbesondere die mittelzentralen Funktionsräume.*

Mit dem sog. Kongruenzgebot soll erreicht werden, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in Bezug auf den Umfang ihrer Verkaufsfläche und ihres Warensortiments an der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Einzugsbereich des zentralen Ortes orientieren. Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot besteht, wenn der betriebliche Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und somit das geplante Einzelhandelsgroßprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht.

Im Landesentwicklungsprogramm wird der Verflechtungsbereich bzw. der sog. mittelzentrale Funktionsraum von Greiz²⁷ räumlich definiert, für welchen die Stadt eine Versorgungsfunktion besitzt. In dem ausgewiesenen Verflechtungsbereich leben gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 33.400 Einwohner.²⁸

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

25 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.

26 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Ziel 2.2.9.

27 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Karte 4.

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

- *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).*

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)²⁹ 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.

²⁹ Als planerisches Gesamtkonzept wird i.S.d. LEP Thüringen dabei u. a. die Bestimmung zentraler Versorgungsbereiche verstanden.

Dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen ist der **Regionalplan Ostthüringen**³⁰ nachgelagert, in dem die räumliche und strukturelle Entwicklung der relevanten Planungsregion Ostthüringen – ergänzend und regional ausformend zum Landesentwicklungsprogramm – dargestellt wird. Der Regionalplan stellt ein Bindeglied zwischen der landesweiten Planung und der Kommunalplanung dar.

Der Regionalplan wird aus dem Landesentwicklungsprogramm abgeleitet. Zur Vermeidung von Doppelregelungen zur Landesplanung hat die Planungsgemeinschaft Ostthüringen als Planträger auf die eigenständige Ausweisung von Planansätzen zur raumordnerischen Steuerung des Einzelhandels verzichtet,³¹ so dass neben den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms keine weiteren Maßgaben für die Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben auf regionaler Ebene relevant sind. Demnach sind im Sinne des Regionalplans die bereits vorstehend dargestellten Ziele und Grundsätze des Landesentwicklungsprogramms (u.a. Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot, Integrationsgebot) einzuhalten.

Analog der Ausweisung von mittelzentralen Verflechtungsräumen im Landesentwicklungsprogramm werden im Regionalplan ebenfalls Verflechtungsbereiche bzw. sog. Grundversorgungsbereiche ausgewiesen, da höherstufige Zentrale Orte – wie das Mittelzentrum Greiz – gleichzeitig auch grundzentrale Funktionen wahrzunehmen haben. Der Grundversorgungsbereich umfasst neben dem Zentralen Ort i.d.R. die Gemeinden des Umlandes, für die der Zentrale Ort die Funktion der Grundversorgung übernimmt.³²

30 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012.
Anmerkung: Durch die Änderung der Landesplanung – was mit dem neuen Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 im Jahr 2014 erfolgt ist – muss der Regionalplan gemäß § 5 Abs. 6 Satz 3 ThürLPIG den neuen Zielen des Landesentwicklungsprogrammes angepasst werden. Die Änderung des Regionalplanes Ostthüringen wurde von der Regionalen Planungsgemeinschaft am 20.03.2015 beschlossen (Beschluss PLV 04/01/15) und damit das Änderungsverfahren eingeleitet.

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

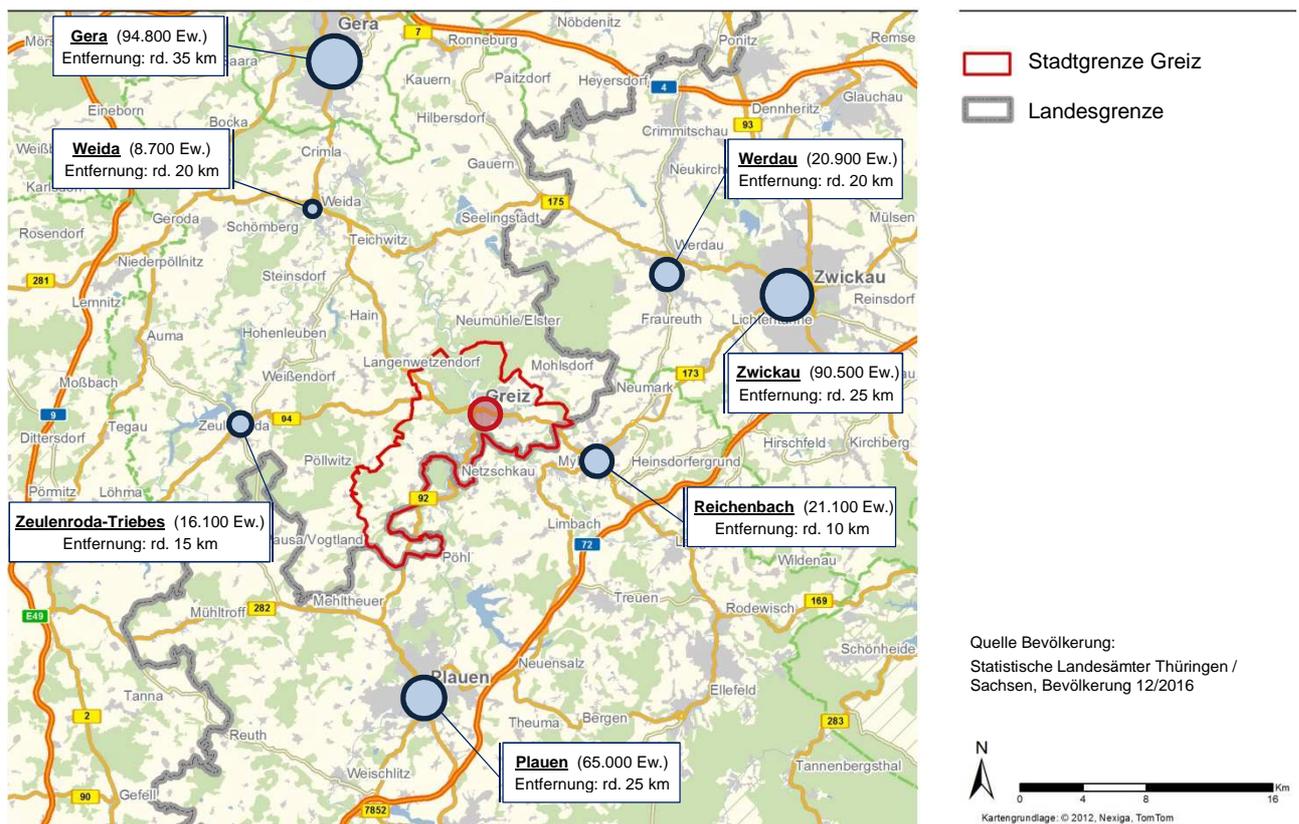
32 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, Karte 1-1.

4. Makrostandort Greiz

Die Stadt Greiz ist hinsichtlich ihrer **geographischen Lage** im östlichen Bereich des Freistaats Thüringen verortet. Die Stadt befindet sich in südöstlicher Randlage im Landkreis Greiz und fungiert als Sitz der Landkreisverwaltung. Die Lage von Greiz ist durch die Nähe zum Freistaat Sachsen geprägt, wobei die südliche bzw. östliche Stadtgrenze der Stadt gleichzeitig die Landesgrenze darstellt. Die Entfernung zu den angrenzenden sächsischen Städten Reichbach, Netzschkau und Elsterberg beträgt jeweils lediglich rd. 10 km. Im direkten Umfeld von Greiz befinden sich – mit Ausnahme der vorstehend genannten Orte sowie Zeulenroda-Triebes – lediglich kleinere Gemeinden, so dass sich Greiz in einem ländlich geprägten Umfeld befindet.

Naturräumlich liegt Greiz im thüringischen Vogtland. Die Siedlungsstruktur der Kernstadt wird durch den Flusslauf der Weißen Elster geprägt. Auf Grund zahlreicher Höhenzüge und Seitentäler der Weißen Elster ist das Stadtgebiet durch ein bewegtes topographisches Relief gekennzeichnet, so dass gewisse Erreichbarkeithemmnisse – gerade in Bezug auf fußläufige Verknüpfungen von Siedlungsquartieren – innerhalb der Kernstadt bestehen.

Karte 2: Lagebeziehungen von Greiz im regionalen Kontext



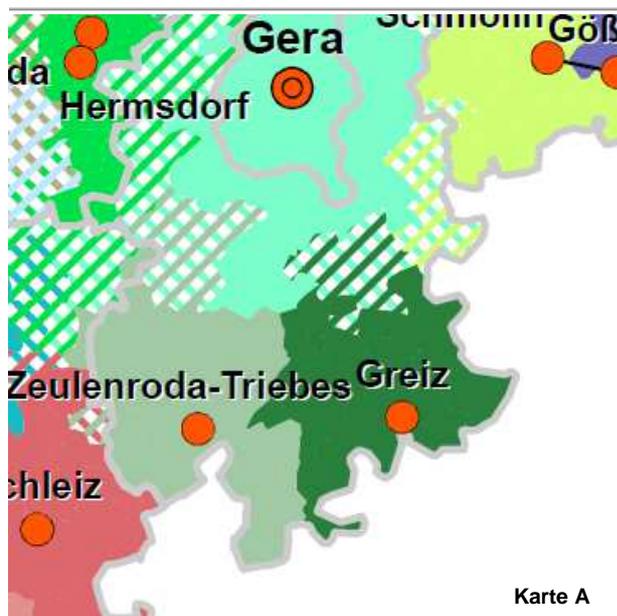
Greiz liegt im Dreieck der Autobahnen A 4, A 9 und A 72, besitzt jedoch keinen direkten Anschluss an das Autobahnnetz. Die nächstliegende Anschlussstelle an die Autobahn A 72 liegt rd. 14 km südöstlich von Greiz entfernt. Die regionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Greiz erfolgt über die Bundesstraßen B 92 und B 94, deren Trassierungen durch das Kernstadtgebiet verlaufen. Der Kreuzungspunkt beider Fernstraßen liegt unweit des Greizer Stadtzentrums, so dass gerade für diesen zentralen Bereich eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit zu konstatieren ist. Weiterhin ist die Greizer Kernstadt durch verschiedene Landes- und Kreisstraßen mit den umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Orten und auch den peripheren Ortsteilen vernetzt. Angesichts der beschriebenen Straßenverbindungen ist Greiz somit durch eine gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt.

Die Stadt Greiz ist an das **Schienennetz** der Deutschen Bahn angebunden und liegt an der Regionalbahnstrecke Gera – Elsterberg/Plauen. Der Bahnhof befindet sich in der Greizer Neustadt und ist ca. 500 m vom Zentrum entfernt. Am Bahnhofsvorplatz halten auch die Busse des Stadt- und des Regionalverkehrs, so dass der Bahnhof als Umsteigepunkt des öffentlichen Personenverkehrs fungiert.

Der innerörtliche **ÖPNV** wird in Greiz über verschiedene Stadtbuslinien sichergestellt, die auch eine Anbindung der peripheren Ortsteile an die Kernstadt³³ gewährleisten. Als Umsteigepunkt und ÖPNV-Knoten fungieren der Bahnhof mit dem Zentralen Omnibusbahnhof (ZOB) und eine zentrale Haltestelle direkt in der Greizer Altstadt. Demnach besteht eine optimale Busanbindung des Greizer Zentrums. Weiterhin erfolgt die Erschließung des Stadtgebietes über Regionalbuslinien der PRG (Personen- und Reiseverkehrs GmbH Greiz), die verschiedene Haltestellen innerhalb von Greiz und den peripheren Ortsteilen anfahren und darüber hinaus die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten sichern.

Die Stadt Greiz wird in der **Landesplanung** als Mittelzentrum ausgewiesen.³⁴ Gemäß dem Thüringer Landesentwicklungsprogramm sollen in den Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die regionale Einzelhandelsfunktion zählt.³⁵ In dem landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich bzw. dem sog. mittelzentralen Funktionsraum von Greiz, für welchen die Kreisstadt eine Versorgungsfunktion besitzt, leben gemäß Angabe im Landesentwicklungsprogramm rd. 33.400 Einwohner.³⁶

Karte 3: Raumstruktur Ostthüringen (Ausschnitt)



- Oberzentrum
- Mittelzentrum
- Mittelzentraler Funktionsraum
- Überschneidungsbereich

Quelle: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Karte 4



- Grundzentrum
- Mittelzentrum
- Grundversorgungsgebiet
- Überlappender Bereich

Quelle: Regionalplan Ostthüringen 2012, Karte 1-1

In der **Regionalplanung** werden den zentralen Orten sog. Grundversorgungsgebiete zugewiesen, für welche der jeweilige Ort eine flächendeckende qualifizierte Grundversorgung – auch in Bezug auf das Einzelhandelsangebot – zu sichern hat. Der ausgewiesene Grundversorgungsgebiet von Greiz umfasst neben

33 Zur Greizer Kernstadt zählen die Innenstadt, die innenstadtnahen Ortsteile (u.a. Alt-Pohlitz, Irchwitz) und das DDR-Neubaugebiet Pohlitz (vgl. folgende Abb. 10).
 34 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.9.
 35 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.10.
 36 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Tab. 3.

der Stadt selbst die Gemeinde Neumühle/Elster und Gemeinden des überlappenden Grundversorgungsbereiches mit Zeulenroda-Triebes.³⁷ Hierzu zählen Langenwetzendorf (inkl. der eingemeindeten Orte Hain, Lunzig, Neugernsdorf) und Kühdorf sowie die Gemeinde Vogtländisches Oberland, die jedoch Ende des Jahres 2012 aufgelöst und nach Greiz bzw. Zeulenroda-Triebes eingegliedert wurde. In dem ausgewiesenen Grundversorgungsbereich der Stadt Greiz wohnen rd. 25.660 Personen, wobei in dem mit dem Mittelzentrum Zeulenroda-Triebes überlappenden Bereich rd. 4.320 Personen³⁸ leben.

Die Stadt Greiz ist mit rd. 21.000 Einwohnern vor Zeulenroda-Triebes (rd. 16.100 Ew.) und vor Weida (rd. 8.700 Ew.) die größte Stadt im Landkreis Greiz. Die **Bevölkerung** (zensuskorrigiert) der Stadt sank in den letzten knapp zehn Jahren um -10,5 %, wobei der Rückgang geringfügig geringer als im Mittel des Landkreises (-12,8 %) ausfiel. In Relation zur landesweiten Bevölkerungsentwicklung (-6,6 %) ist ein deutlich höherer Bevölkerungsrückgang in der gesamten Region festzustellen.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung Greiz im Vergleich

	Einwohner		Veränderung
	2006	2016	%
	abs.	abs.	
Greiz	23.368	20.920	-10,5
Landkreis Greiz	114.384	99.717	-12,8
Freistaat Thüringen	2.311.140	2.158.128	-6,6

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik (TLS), Bevölkerung zum 31.12.2006/2016

Vor dem Hintergrund der aktuellen demographischen Entwicklung wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl von Greiz weiter rückläufig entwickeln. Auf Basis von Vorausberechnungen des Statistischen Landesamts wird die **prognostizierte Einwohnerzahl** im Jahr 2025 bei ca. 17.600 Personen (-15,8 %) liegen. Somit wird der Rückgang im Vergleich zum Landkreis Greiz (-11,3 %) und zum Landesdurchschnitt (-6,2 %) höher ausfallen.

Die Bertelsmann Stiftung schätzt die Einwohnerzahl von Greiz im Jahr 2025 auf 17.860 Personen³⁹, was einem Rückgang von -14,9 % entspricht. Somit besteht zwischen beiden Prognosen eine geringe Abweichung, wobei die grundsätzliche Tendenz jedoch auf eine sinkende Bevölkerung zeigt.

Die vom Thüringer Landesamt für Statistik veröffentlichten amtlichen Daten zur Einwohnerentwicklung der Stadt Greiz in den Jahren 2015 und 2016 weichen von den Ergebnissen der 1. regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung (1. rBv) deutlich ab. Zum Stichtag 31.12.2016 betrug die Abweichung bereits 528 Einwohner (20.920 Ew. vs. 20.392 Ew.)⁴⁰.

Eine Ursache der Abweichung sind die gegenüber der 1. rBv deutlich positiveren realen Entwicklungen der Geburtenzahl und des Wanderungssaldos. Da die 1. rBv allein im Zeitraum 2015 bis 2025 einen Wanderungsverlust für Greiz von 634 Personen ausweist, tatsächlich aber in den Jahren 2014, 2015 und 2016 ein Wanderungsgewinn von 276 Personen eintrat, ist vor allem eine Korrektur der Wanderungsprognose geboten. Selbst bei vorsichtiger bzw. defensiver Betrachtung der Wanderungsdaten (insbesondere in Würdigung

37 Laut Angaben im Regionalplan Ostthüringen ist die Ausweisung eines überlappenden Grundversorgungsbereiches zwischen den Mittelzentren Greiz und Zeulenroda-Triebes erforderlich, da aufgrund der Lage und Abgrenzung der Gemeinden die alleinige Zuordnung zu einem Zentralen Ort nicht möglich ist. Die Einwohner in den Gemeinden zwischen den beiden Mittelzentren orientieren sich sowohl nach Greiz als auch nach Zeulenroda-Triebes. Mit der Entscheidung zur Ausweisung eines überlappenden Grundversorgungsbereiches trägt der Plangeber den raumstrukturellen Besonderheiten der Siedlungsstruktur Rechnung. vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Ostthüringen, Regionalplan Ostthüringen 2012, G 1-17 Begründung.

38 Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2016.

39 Quelle: Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Kommune.

40 Gemäß der Bevölkerungsprognose des TLS wurde für das Jahr 2016 eine Bevölkerungszahl von 20.392 Personen prognostiziert. Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Entwicklung der Bevölkerung ausgewählter Städte Thüringens (Juni 2016), Seite 64). Die tatsächliche Bevölkerung lag jedoch im Dezember 2016 bei 20.920 Einwohnern (vgl. Tab. 1).

der nicht absehbaren Entwicklung der Zahl der Migranten) ist eine Korrektur der in der 1. rBv für 2025 ausgewiesenen Einwohnerzahl der Stadt Greiz von 17.617 auf ca. 18.400 Personen legitim.

Die Fortsetzung des positiven Langzeittrends der Stadt Greiz beim Wanderungssaldo scheint gerade vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Bedeutung der Stadt realistisch. Wenn auch in den kommenden Jahren einzelne Perioden mit negativem Saldo nicht ausgeschlossen sind, wird letztlich das breite Wohnungs- und Arbeitsplatzangebot sowie die umfassende naturräumliche und infrastrukturelle Ausstattung der Stadt eine insgesamt positive Wanderungsbilanz mit sich bringen. Insbesondere die sich seit Jahren stetig verbessernde Arbeitsmarktsituation (weitgehend stabiles Arbeitsplatzangebot bei andauernd rückläufiger Arbeitslosenzahl) stützt die Aussicht auf eine weiterhin positivere Entwicklung des Wanderungssaldos.

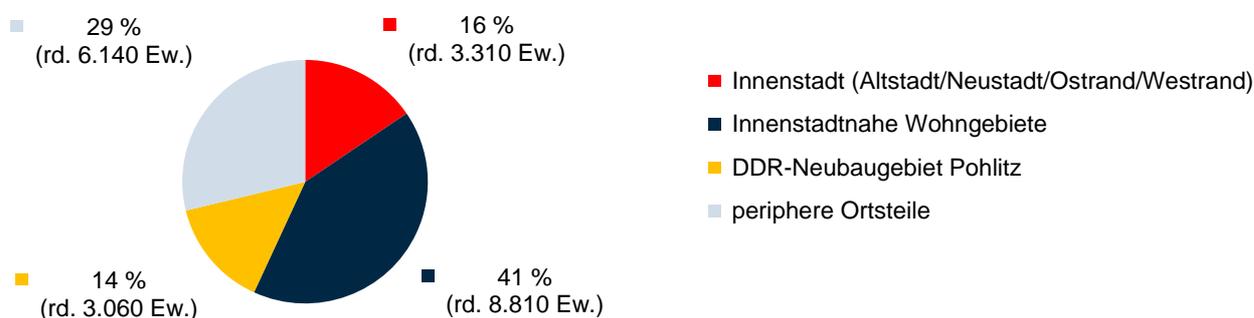
Die **Siedlungsstruktur** von Greiz ist durch eine baulich größtenteils geschlossene Innenstadt gekennzeichnet, die durch den Flusslauf der Weißen Elster in die Altstadt (rd. 920 Ew.) und die Neustadt (rd. 1.320 Ew.) sowie den sog. Ost- und Westrand (rd. 1.070 Ew.) separiert wird. Diese innerstädtischen Stadtteile sind durch eine überwiegende Mischnutzung (v.a. Wohnen, Handel, Kleingewerbe, Dienstleistungen, Kultur) gekennzeichnet und beherbergen ca. 16 % der gesamtstädtischen Bevölkerung. In den letzten Jahren war tendenziell in der Innenstadt eine differenzierte Bevölkerungsentwicklung zu beobachten, da dem Rückgang in der Altstadt ein Bevölkerungszuwachs in der Neustadt gegenüberstand.⁴¹

Die sog. innenstadtnahen Wohngebiete grenzen jeweils an die Alt- bzw. Neustadt an. Eine größere Verdichtung ist in den Wohngebieten Grüne Linde (rd. 2.030 Ew.), Raunerstraße (rd. 1.600 Ew.), Alt-Pohlitz (rd. 1.350 Ew.) und Irchwitz (rd. 800 Ew.) vorhanden, die zum Teil topographisch höhenversetzt südlich und nördlich des Aubachtals liegen.

Einen Bevölkerungsschwerpunkt stellt das hoch verdichtete DDR-Neubaugebiet Pohlitz im Norden von Greiz dar, in dem Ende des Jahres 2016 noch ca. 3.060 Personen lebten. Dieser Stadtteil ist besonders von dem Bevölkerungsrückgang sowie den Rückbaumaßnahmen von Wohneinheiten betroffen, da die Bevölkerung innerhalb der letzten 10 Jahre um knapp 27 % abgenommen hat. Perspektivisch ist hier mit einer weiter rückläufigen Bevölkerung zu rechnen.

Ein großer Teil der Einwohner von Greiz wohnt in den einzelnen dezentralen Ortsteilen, die sich räumlich abgesetzt von der Kernstadt in peripherer Lage befinden. Die Einwohnerzahlen der einzelnen Ortsteile – die durchgängig einen dörflichen Siedlungscharakter besitzen – liegen zwar relativ niedrig, erreichen jedoch in der Gesamtheit mit rd. 29 % einen hohen Bevölkerungsanteil.⁴²

Abbildung 10: Bevölkerungsverteilung Greiz



Quelle: Stadtverwaltung Greiz, Einwohner zum 31.12.2016

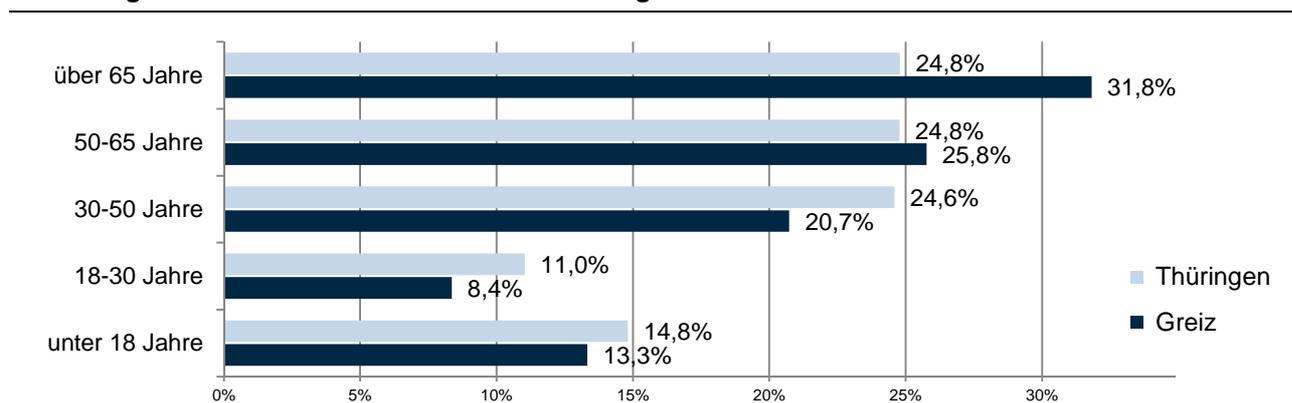
Anmerkung: Die Einwohnerzahl der Stadt Greiz entspricht aus melderechtlichen Gründen nicht exakt den Angaben des Thüringer Landesamts für Statistik.

41 vgl. Stadt Greiz, Innenstadtkonzept Greiz, Abb. 2.

42 Die einwohnerseitig größten Ortsteile sind Obergrochlitz (ca. 880 Ew.), Schönfeld (ca. 810 Ew.), Gommla (ca. 550 Ew.), Sachwitz/ Dölau/ Rothenthal (ca. 750 Ew.) und Reinsdorf-Waltersdorf (ca. 480 Ew.). Alle restlichen peripheren Ortsteile haben unter 400 Einwohner.

In Bezug auf die **Altersstruktur** ist der hohe Anteil der älteren Bevölkerung (über 65 Jahre) auffällig, der mit fast einem Drittel (31,8 %) der gesamtstädtischen Bevölkerung deutlich über dem landesweiten Durchschnitt (24,8 %) liegt. Die Bevölkerungsgruppe der unter 18-Jährigen und auch der 18 bis 30 Jährigen liegt demgegenüber unter dem Durchschnittswert des Freistaats Thüringen. Die Altersstruktur in Greiz weist somit auf eine Überalterung der Bevölkerung hin.

Abbildung 11: Altersstruktur Greiz im Landesvergleich



Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2016

Die durchschnittliche **Haushaltsgröße** beträgt in Greiz ca. 1,7 Personen pro Haushalt und liegt somit geringfügig unter dem Landesdurchschnitt von Thüringen (1,9 Personen pro Haushalt).⁴³ Dieser Wert deutet auf eine im Landesvergleich leicht höhere Anzahl von Single-Haushalten hin.

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem negativen Pendlersaldo von ca. 600 Personen besitzt Greiz mehr Aus- als Einpendler. Auf Grund der negativen Arbeitsplatzzentralität sind keine zusätzlichen Kaufkraftpotenziale für die Stadt zu erwarten.

Tabelle 2: Pendlerbewegungen/Pendlersaldo von Greiz

	2017
Einpendler / Auspendler	3.251 / 3.862 Personen
Pendlersaldo (abs.)	-611 Personen

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

Bei dem vorstehenden negativen Pendlersaldo fällt auf, dass Greiz dennoch ein regional beachtliches Arbeitsplatzangebot vorhält, was sich nicht nur in der Einpendlerzahl von knapp 3.300 Personen widerspiegelt, sondern auch in der Zahl von ca. 6.400 sozialversicherungspflichtig Beschäftigten⁴⁴ am Arbeitsort Greiz. Hierbei ist insbesondere auf die zahlreichen Arbeitsplätze in den mittelständisch geprägten Gewerbe- und Dienstleistungsbetrieben zu verweisen.

Für den Arbeitsamtsbezirk Landkreis Greiz stellt sich eine im Vergleich zum Landesmittel in etwa vergleichbare Beschäftigungssituation dar. Die **Arbeitslosenquote** lag Ende des Jahres 2017 mit 5,2 % unter dem Durchschnittswert des Freistaats Thüringen (5,6 %) bzw. dem Bundesdurchschnitt (5,3 %). Gerade in den letzten Jahren hat sich die Beschäftigungslage in dem Arbeitsamtsbezirk verbessert, da die Arbeitslosenquote im Dezember 2016 noch bei 6,1 % bzw. im Jahr zuvor bei 6,9 % lag.⁴⁵

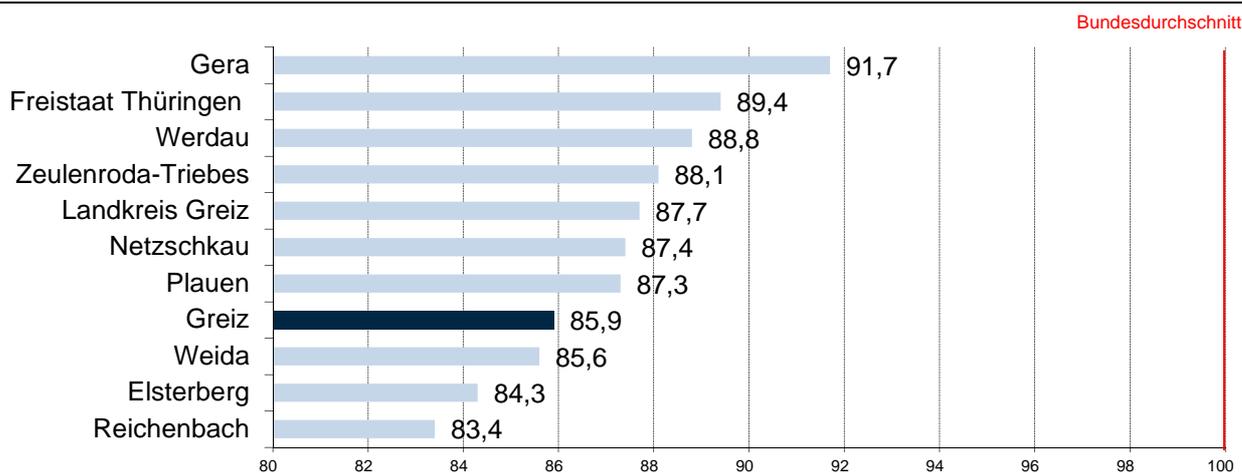
⁴³ Quelle: MB-Research Nürnberg, Soziodemographische Marktdaten 2017.

⁴⁴ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte zum 30.06.2017.

⁴⁵ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Arbeitslosenquoten im Dezember 2015, 2016 und 2017.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** wird durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt. Die Kennziffer gibt unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. einer Region das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel (inkl. Versand-/ Online-Handel) am Wohnort verfügbar ist.

Abbildung 12: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2017

Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex von Greiz (85,9) liegt unter dem Kaufkraftwert des Freistaats Thüringen (89,4) und des Landkreises Greiz (87,7). Der Kaufkraftindex in umliegenden Städten bewegt sich in etwa auf gleicher Höhe, so dass die gesamte Region durch ein verhältnismäßig niedriges Kaufkraftniveau geprägt ist.

Im nationalen Vergleich besitzt Greiz – 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.

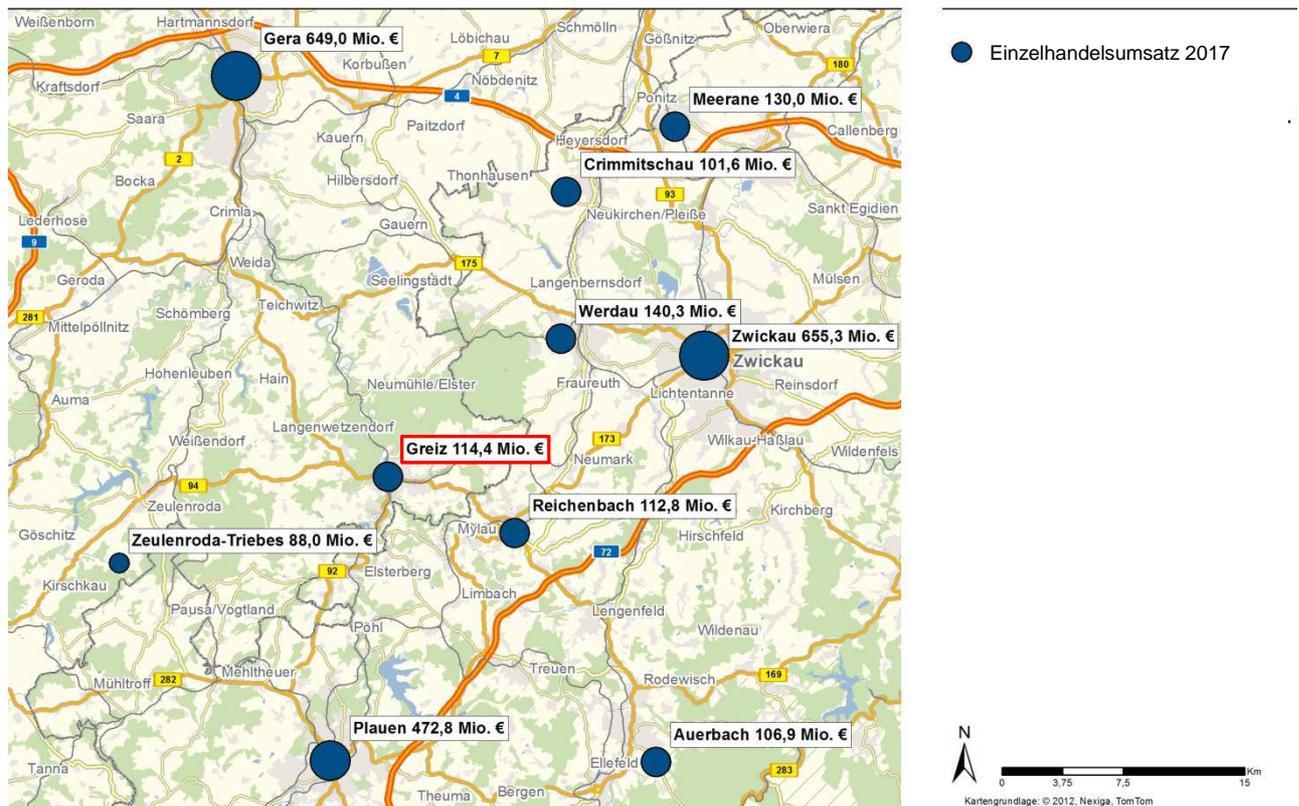
5. Einzugsgebiet und Nachfragevolumen des Greizer Einzelhandels

5.1. 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 Handelsstandorte aufsuchen.

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

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



Als überregionale Wettbewerbsorte sind vor allem die größeren Städte Gera und Zwickau, aber auch Plauen einzustufen. Die genannten Städte verfügen über ein flächenseitig attraktives innerstädtisches Handelsangebot, das durch verschiedene – meist dezentrale – Handelsstandorte ergänzt wird.⁴⁶ Die hohe Strahlkraft dieser Städte wird auch anhand der Einzelhandelsausstattung deutlich, da die Verkaufsflächendichte in Gera mit 2,3 m², in Zwickau mit 2,9 m² und in Plauen mit 3,0 m² je Einwohner über dem Wert vergleichbarer großer Städte liegt.⁴⁷

Die regionalen Wettbewerbsorte, die das Einzugsgebiet von Greiz (ca. 2,0 m² VK je Ew.) beschränken und mit der Stadt im interkommunalen Wettbewerb stehen, sind vor allem Reichenbach (ca. 1,9 m² VK je Ew.), Zeulenroda-Triebes (ca. 1,6 m² VK je Ew.) und Werdau (ca. 2,3 m² VK je Ew.). Das Angebot dieser Städte

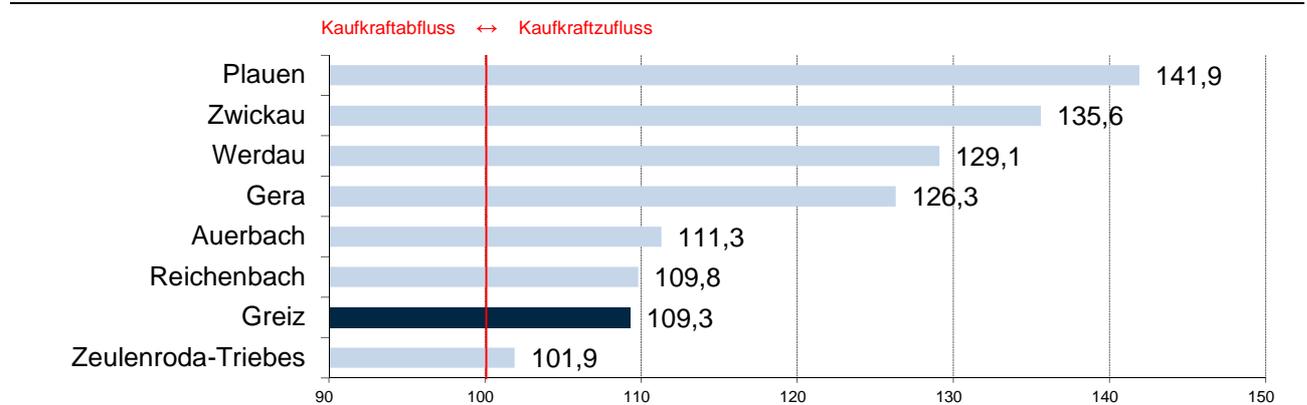
46 Beispielhaft ist in Zwickau die Fachmarkttagglomeration an der Oskar-Arnold-Straße („Glück-auf Center“) oder in Plauen der sog. „Plauen Park“ zu benennen.

47 Die Verkaufsflächendichten der einzelnen Städte wurden aus den jeweiligen Einzelhandelskonzepten übernommen.

ist jedoch vordringlich auf die Versorgung der lokalen Bevölkerung bzw. des näheren Umlandes ausgerichtet und kann keine maßgeblichen Konsumentenabflüsse aus der Stadt Greiz bewirken.

Die vorstehende Karte verdeutlicht die generierten Umsätze in den größeren Städten im regionalen Umfeld von Greiz. 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 Bevölkerung bzw. deren einzelhandelsrelevanter Kaufkraft darstellt. So können Aussagen über die Fähigkeit eines Ortes getroffen werden, die Kaufkraft seiner Bewohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden. Die Zentralität ist somit ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität eines Ortes.⁴⁹

Abbildung 13: Einzelhandelszentralitäten ausgewählter Städte im regionalen Umfeld von Greiz



Quelle: MB-Research Nürnberg, Zentralitätskennziffern 2017⁵⁰

Die Zentralitätskennziffer von Greiz liegt bei rd. 109 und weist somit per Saldo einen Umsatzzufluss auf. Dies ist aus Sicht des örtlichen Einzelhandels positiv einzuschätzen, da per Saldo Kaufkraft nach Greiz fließt. Folglich versorgt der lokale Einzelhandel einen Teil seines Umlandes mit.

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.

5.2. Einzugsgebiet / Konsumentenpotenzial

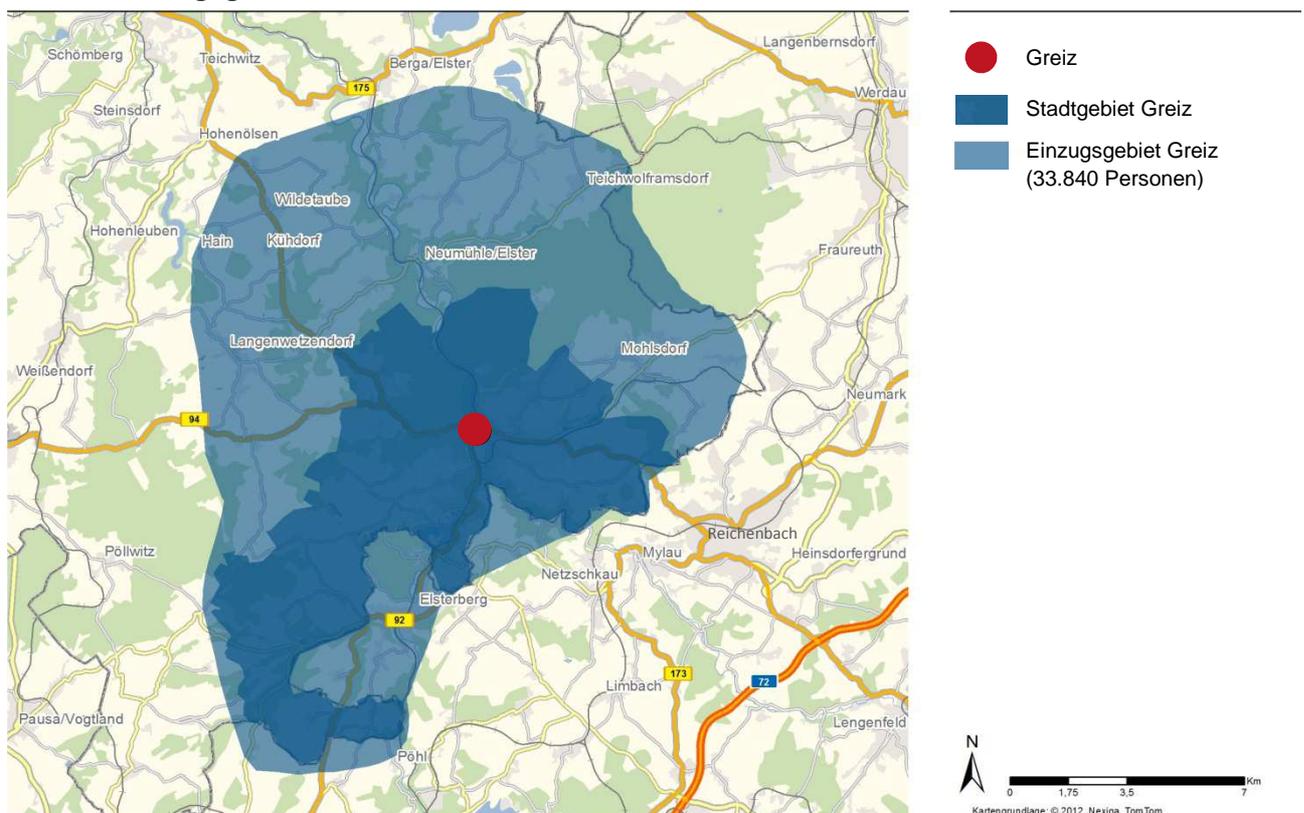
Die Definition des **Einzugsgebietes** des Greizer Einzelhandels bildet die Voraussetzung für die Ermittlung des Nachfragepotenzials. Die nachfolgende Abgrenzung des Einzugsgebietes erfolgt auf Basis eines Gravitationsmodells, welches die Umlandausstrahlung von Städten auf Grundlage unterstellter Wechselwirkungen von Einzelhandelsattraktivität, jeweiliger örtlicher Bevölkerungszahl und räumlicher Entfernung zwischen Wettbewerbsstandorten bestimmt.⁵¹

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

- die Zeit- und Wegedistanzen zum Erreichen von Greiz (Fahrzeitradius) und die Bereitschaft der Konsumenten zur „Raumüberwindung“ beim Einkauf,⁵²
- die zentralörtliche bzw. die Verwaltungsfunktion von Greiz,
- die Verkehrsanbindung, topographische Besonderheiten bzw. infrastrukturelle Barrieren,
- die regionale Einzelhandelssituation bzw. die Attraktivität regional relevanter Einkaufsziele im Umfeld von Greiz (vgl. Karte 4 bzw. Abb. 13) und
- das Greizer Einzelhandelsangebot und die Marktreichweiten von lokalen Einzelhandelsmagneten.

Unter besonderer Berücksichtigung der vorstehend dargelegten Kriterien wird nachfolgend das Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels zoniert.

Karte 5: Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels



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

52 Während beispielsweise bei Artikeln des täglichen Bedarfs (bspw. Lebensmittel, Drogeriewaren) das Kriterium der räumlichen Nähe des Einkaufszieles gegenüber dem Kriterium der Attraktivität wichtiger ist, dominiert bei Artikeln des längerfristigen oder gehobenen Bedarfs (z.B. Bekleidung, Schuhe, Elektrogeräte, Möbel) das Kriterium der (vermuteten) Attraktivität. So wird zum Einkauf von Lebensmitteln i.d.R. eine Fahrzeit von 5 bis 10 Minuten in Kauf genommen, während für den Einkauf von Möbeln Fahrzeiten von über 30 Minuten üblich sind.

Das Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels umfasst neben der Stadt Greiz die umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Gebiete, aus denen Greiz innerhalb von maximal 15 Autominuten erreicht werden kann.⁵³ Diesen Bereich limitieren vor allem umliegende Einzelhandelsstandorte wie Zeulenroda-Triebes, Plauen und insbesondere die naheliegende Stadt Reichenbach. Im nördlichen Bereich von Greiz strahlt auch bereits die Stadt Gera mit ihrem umfangreichen Einzelhandelsangebot auf die Kleinstadt Weida bzw. die hier befindlichen ländlichen Bereiche aus.

Folgende Tabelle stellt zusammenfassend das **Konsumentenpotenzial** dar, wobei die Stadt Greiz in ihrem Einzugsbereich auf maximal ca. 34.000 Personen zurückgreifen kann.

Tabelle 3: Konsumentenpotenzial im Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels

	Einwohner
Greiz	20.920
Überörtliches Einzugsgebiet	12.920
Gesamt	33.840

Quelle: BBE Handelsberatung (GIS Nexiga, Einwohner zum 31.12.2016)

Auf Grund des interkommunalen Wettbewerbs und der auch in Zukunft differenziert verlaufenden Einzelhandelsentwicklung von Städten stellt das ermittelte Konsumentenpotenzial keinen statischen Wert dar. Somit ist das vorstehend abgegrenzte Einzugsgebiet als modellhafte Abbildung eines Teilraumes zu sehen, aus dem potenziell der wesentliche Kundenanteil der Stadt Greiz stammt. Mögliche diffuse Zuflüsse von außerhalb liegen in der Natur der Sache. Das aufgezeigte Einzugsgebiet der Stadt Greiz endet deshalb nicht punktgenau an der dargestellten Grenze. Die umliegenden Gebiete sind jedoch nicht zum Marktgebiet von Greiz zu zählen, da die Verflechtungsintensität deutlich nachlässt und bereits verstärkte Einflüsse von Konkurrenzorten (vgl. Karte 4) zu beobachten sind.

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

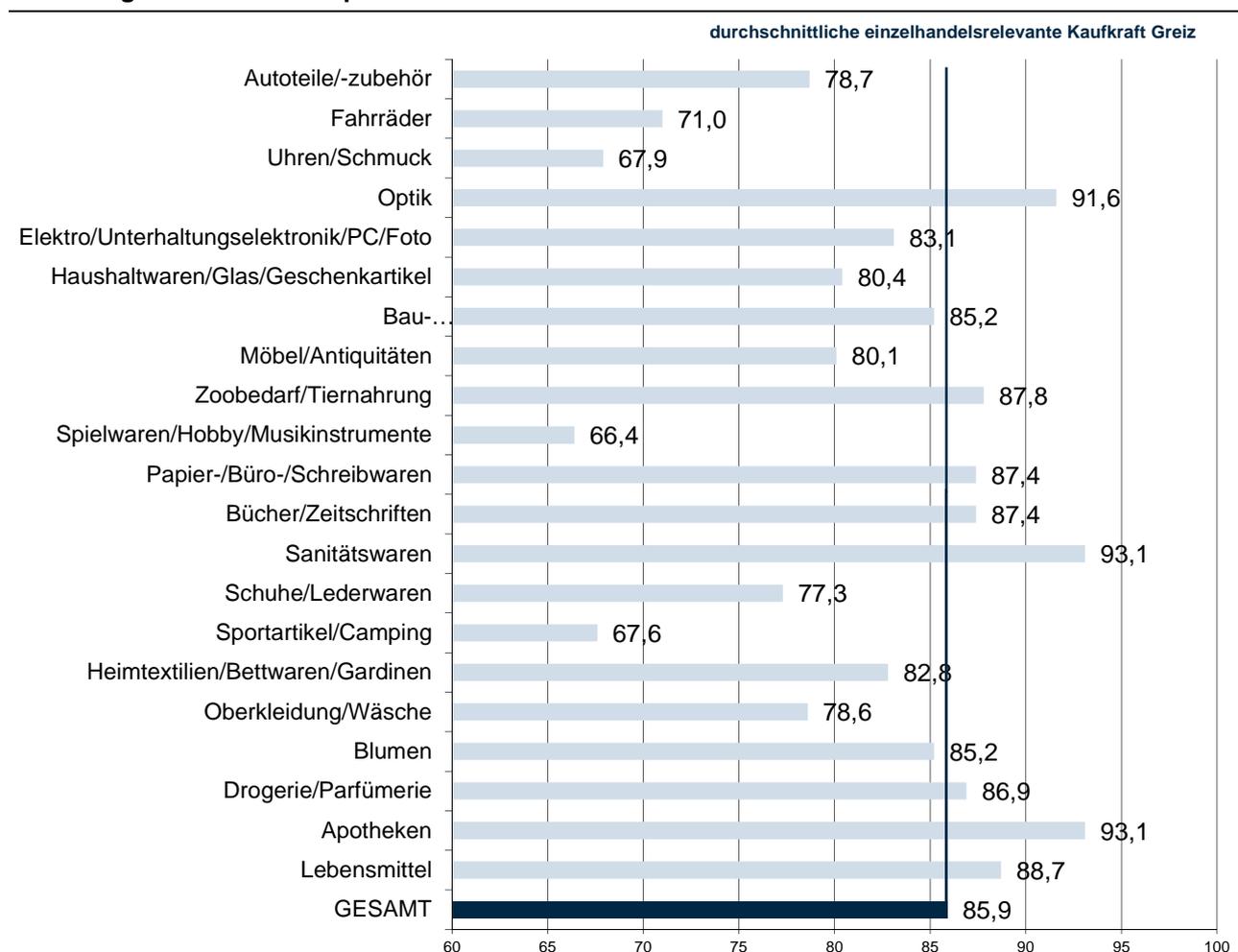
⁵³ Das Einzugsgebiet von Greiz entspricht im Wesentlichen dem landesplanerisch abgegrenzten mittelzentralen Funktionsraum (vgl. Karte 3A). Das Einzugsgebiet überschreitet jedoch diesen definierten Verflechtungsbereich, da der Greizer Einzelhandel zu der südlich liegenden Kleinstadt Elsterberg bereits langjährig Kundenbeziehungen aufgebaut hat. Dies resultiert einerseits aus der guten verkehrlichen Anbindung dieser sächsischen Kleinstadt über die Bundesstraße B 92 nach Greiz; andererseits ist in Elsterberg lediglich ein eingeschränktes Angebot im Einzelhandel vorhanden, dass vordringlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert. Demnach decken die Bewohner ihre Nachfrage im Einzelhandel auch in Greiz.

5.3. Einzelhandelsrelevantes Marktpotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen **bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** für die verschiedenen Einzelhandelssortimente bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabevolumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den Einzelhandel der jeweiligen Branche⁵⁴ ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer**⁵⁵ an die lokalen Verhältnisse im Einzugsgebiet angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt dabei die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 12). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.⁵⁶

Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für die Stadt Greiz



Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina 2017 / Bearbeitung: BBE Handelsberatung

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

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

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

Die beiden vorstehenden Determinanten werden mit dem **Einwohnerpotenzial** in Greiz bzw. in den einzelnen Orten in dem abgegrenzten Einzugsgebiet multipliziert, so dass sich das nachfolgende einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen für das Marktgebiet des Greizer Einzelhandels errechnet.⁵⁷

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial für das Marktgebiet des Greizer Handels

		Marktpotenzial		
		Greiz	Einzugsgebiet	Gesamt
		Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR
1	Lebensmittel	42,96	27,22	70,18
2	Apotheken	10,98	6,41	17,39
3	Drogerie/Parfümerie	6,27	3,87	10,14
4	Blumen	1,18	0,81	1,99
Summe kurzfristiger Bedarf		61,39	38,31	99,70
5	Oberkleidung/Wäsche	8,76	5,48	14,24
6	Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen	0,83	0,53	1,36
7	Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe	1,43	0,97	2,40
8	Schuhe/Lederwaren	1,96	1,26	3,22
9	Sanitätswaren	1,79	1,04	2,83
10	Bücher/Zeitschriften	1,85	1,15	3,00
11	Papier-/Büro-/Schreibwaren	1,55	0,97	2,52
12	Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	1,32	0,91	2,23
13	Zoobedarf/Tiernahrung	0,97	0,62	1,59
Summe mittelfristiger Bedarf		20,46	12,93	33,39
14	Möbel/Antiquitäten	6,99	4,50	11,49
15	Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung	7,79	5,35	13,14
16	Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	1,90	1,24	3,14
17	Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	9,04	5,63	14,67
18	Optik	1,00	0,59	1,59
19	Uhren/Schmuck	1,02	0,64	1,66
20	Fahrräder	0,77	0,52	1,29
21	Autoteile/-zubehör/-reifen	0,82	0,58	1,40
Summe langfristiger Bedarf		29,33	19,05	48,38
Gesamtes Marktpotenzial		111,18	70,29	181,47

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁵⁷ Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet: Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer je Ort. Die vorstehenden Volumina stellen aggregierte Werte der einzelnen Orte im Einzugsgebiet dar.

6. Einzelhandelsanalyse der Stadt Greiz

6.1. Gesamtstädtischer Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsflächen im September 2017 im Rahmen einer Vollerhebung in Greiz aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Branche zugeordnet (vgl. auch Methodik in Anlage 1). Nach der Aufnahme der aktiven Verkaufsflächen erfolgte die Auswertung der primärstatistischen Daten nach räumlichen und sachlichen Kriterien.

Zum Zeitpunkt der Einzelhandelserhebung war in Greiz (inkl. Ortsteile) ein Bestand von 198 Arbeitsstätten des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks vorhanden. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von rd. 41.700 m². Folgende Tabelle fasst überblicksartig die Entwicklung der letzten Jahre zusammen.

Tabelle 5: Betriebe und Verkaufsflächen in Greiz im Zeitvergleich

	Verkaufsfläche m ²	Betriebe abs.	Ø Betriebsgröße m ² /Betrieb	Verkaufsflächendichte ⁵⁸ m ² /Einwohner
1995	38.480	311	~120	1,3
2008	46.460	256	~180	2,0
2011	45.800			2,1
2017	41.740	198	~210	2,0

Quelle: Städtebaulicher Rahmenplan der Kommunalentwicklung Baden-Württemberg (1995)
BBE Handelsberatung, Einzelhandelskonzept der Stadt Greiz im Vogtland (2008)
IHK Ostthüringen zu Gera, Großflächiger Einzelhandel in der Region Ostthüringen 2011
BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen September 2017

In Greiz ist – entgegen dem deutschlandweiten Trend (vgl. Abb. 5) – die Gesamtverkaufsfläche in den letzten knapp 10 Jahren um rd. 10 % abgeschmolzen. Die gleiche rückläufige Entwicklung ist bei den Handelsbetrieben zu beobachten, deren Anzahl sich (per Saldo) um 23 % vermindert hat.

In Bezug auf die o.g. **Veränderungen** ist in der Greizer Altstadt (d.h. dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt) im Vergleich zum Jahr 2008 eine Abschmelzung von insgesamt 23 Ladengeschäften mit einer Verkaufsfläche von rd. 1.650 m² zu beobachten.⁵⁹ Der Großteil des Angebotsrückgangs ist auf die Umstrukturierung der Altstadt-Galerie zurückzuführen, da hier allein durch die Entmietung von 12 Geschäftseinheiten knapp über 800 m² Verkaufsfläche vom Markt genommen wurden.⁶⁰ Ein Teil der Betriebe hat sich hierbei in andere innenstädtische Geschäftslagen verlagert. Nach der Revitalisierung der Altstadt-Galerie ist mit der Wiederansiedlung von Handelsbetrieben zu rechnen.

In der Greizer Altstadt haben sich weiterhin verschiedene nicht-konkurrenzfähige bzw. nicht-tragfähige Geschäfte abgesiedelt. Hierbei handelt es sich größtenteils um Betriebe, die kleine Flächen (unter 100 m² VK) genutzt hatten. Mit dem sog. Tiefpreismarkt – der auf knapp 400 m² in der 1. Etage des vormaligen Kaufhauses Storg angesiedelt war – hat sich lediglich ein größerer Betrieb aus der Altstadt zurückgezogen.

Eine weitere Angebotsabschmelzung ist im DDR-Neubaugebiet Pohlitz zu beobachten. Neben der Schließung des Plus-Marktes in der Gerhart-Hauptmann-Straße 40 (rd. 700 m² VK) stehen an dem Einzelhandels-

58 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.

59 Den 41 Betriebsschließungen standen 18 Neueröffnungen (inkl. Verlagerungen von Bestandsbetrieben) gegenüber. Ein Grund für einen Teil der Betriebsaufgaben war das Hochwasser im Jahr 2013 und die daraufhin nicht wieder erfolgte Inbetriebnahme einiger Geschäfte.

60 Anmerkung: Die Verkaufsfläche wurde zum Zeitpunkt der Flächenerhebung umstrukturiert. Das vormalig bestehende kleingliedrige Flächenkonzept wird nicht weiter verfolgt, stattdessen werden augenscheinlich wenige großformatige Läden installiert.

standort Gerhart-Hauptmann-Straße 30⁶¹ zahlreiche Teilflächen leer. Eine größere Fläche, die vormals durch KIK genutzt wurde, belegt derzeit ein Multisortimentsmarkt (Tedi). Im Vergleich zum Jahr haben sich insgesamt sieben Betriebe aus diesem Gebiet zurückgezogen, was u.a. auf die deutlich rückläufige Bevölkerung und das gesunkene Nachfragepotenzial zurückzuführen ist.

Der Großteil der Betriebsschließungen ist im sonstigen Stadtgebiet, d.h. außerhalb der vorstehend kurz beschriebenen Lagen erfolgt.⁶² Hier haben sich vor allem Geschäfte in Neben- bzw. Streulagen abgesiedelt, deren Standortqualität sich aus Betreibersicht nicht optimal dargestellt hat. Grundsätzlich handelt es sich überwiegend um Anbieter auf kleineren Flächen (unter 100 m² VK).⁶³

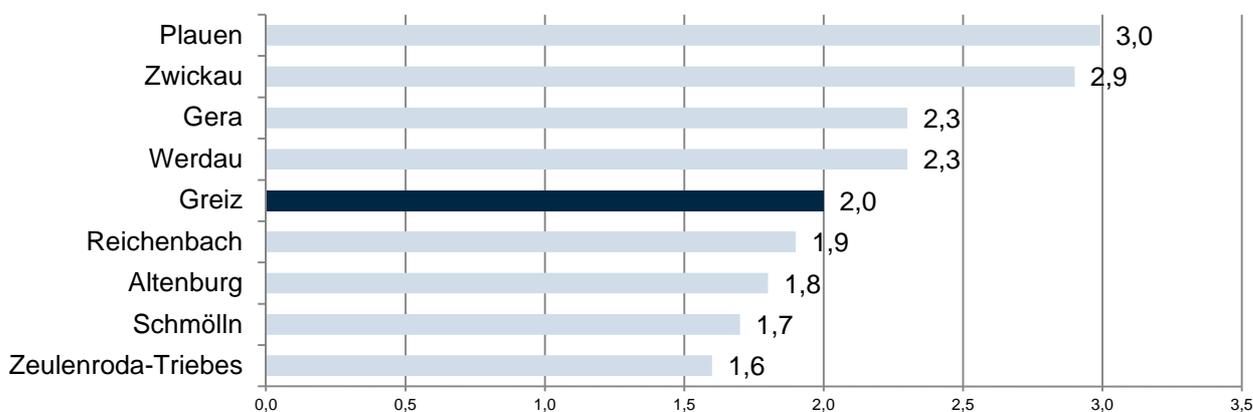
In den dezentralen Greizer Ortsteilen haben in den letzten knapp 10 Jahren insgesamt acht Einzelhandelsbetriebe geschlossen. Dies ist insbesondere auf das geringe Nachfragepotenzial in den jeweiligen Ortsteilen zurückzuführen, so dass dem langfristig rentablen Geschäftsbetrieb gewisse Grenzen gesetzt sind.

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** liegt in Greiz mit rd. 2,0 m² Verkaufsfläche je Einwohner auf einem konstanten Niveau, da sich dieser Wert in den letzten Jahren nicht signifikant verändert hat (vgl. Tab. 5). Die Verkaufsflächenausstattung von Greiz befindet sich – unabhängig einer branchenspezifischen Betrachtung – über dem bundesdeutschen Ausstattungswert⁶⁴ von rd. 1,5 m² Verkaufsfläche pro Einwohner.

Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass Mittelstädte i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte aufweisen, da solche Städte (meist Mittelzentren) auch Versorgungsfunktionen für ihren umliegenden Raum wahrnehmen und somit meist höhere Flächenangebote vorhalten.

Folgende Übersicht stellt diese Kennzahl im Vergleich zu ausgewählten Städten in Ostthüringen bzw. im angrenzenden Bundesland Sachsen dar.⁶⁵

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



Quelle: Einzelhandels-/ Zentrenkonzepte der aufgeführten Städte

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

61 Hierbei handelt es sich um ein zweigeschossiges Geschäftshaus, das straßenbegleitend zur Gerhart-Hauptmann-Straße liegt. Für eine Einzelhandelsnutzung sind Flächen in einer Passage und an den Außenfronten der Geschäftsimmobilie vorhanden.

62 Im sonstigen Stadtgebiet von Greiz bzw. in kernstädtischen Streulagen wurden insgesamt 30 Geschäfte geschlossen. Demgegenüber wurde lediglich 5 Geschäfte neu eröffnet.

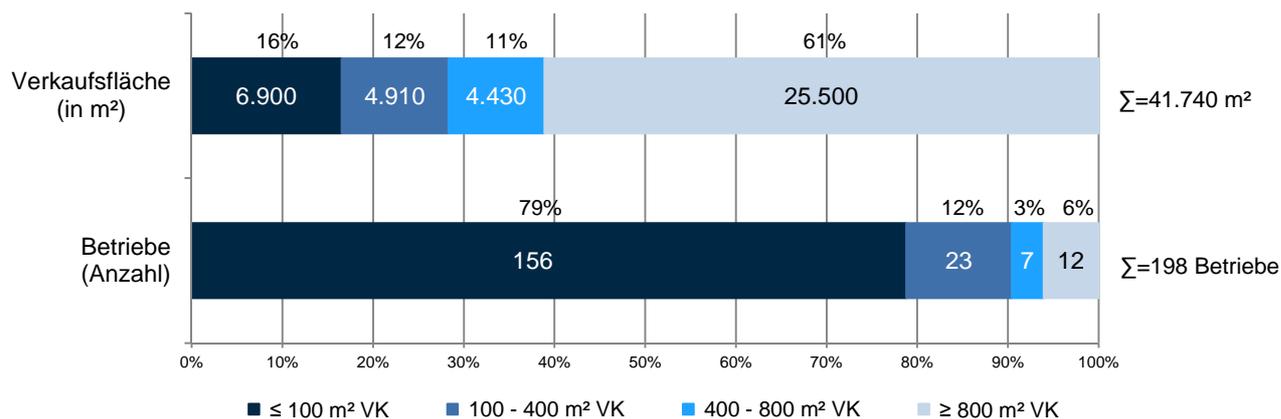
63 Mit den Firmen ATU (An der Eisbahn), Sporthaus Weise (Bruno-Berger-Straße) und Getränkequelle (Feldschlösschenstraße) haben sich lediglich drei Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von über 100 m² abgesiedelt.

64 Quelle: Statista Hamburg 2017, Verkaufsfläche je Einwohner im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2004 bis 2015.

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

Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Greizer Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2017

Die Verkaufsflächenstruktur ist in Greiz durch überwiegend kleinformative Einzelhandelsgeschäfte geprägt, da 79 % und somit der Großteil der 198 Handelsbetriebe eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur ca. 44 m² je Ladenlokal.

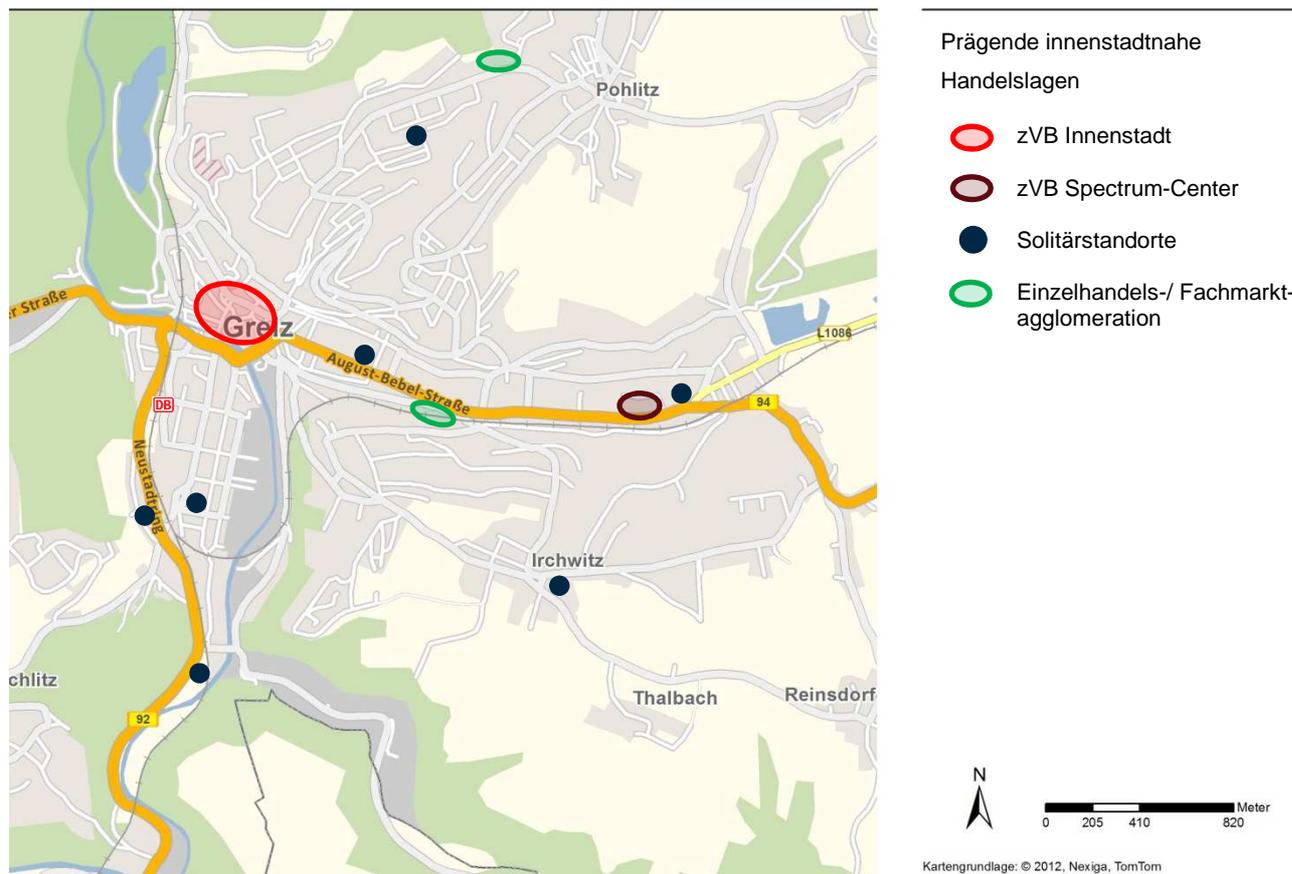
Demgegenüber besitzen die großformatigen Handelsbetriebe (Verkaufsfläche ab 400 m²), die einen Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe von lediglich 9 % haben, mit einer Verkaufsfläche von rd. 29.930 m² einen Anteil von 72 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

In der Größenklasse zwischen 100 bis 400 m² je Laden vereinen die 23 Betriebe eine Verkaufsfläche von ca. 4.900 m² auf sich. Der Anteil der Geschäfte dieser Betriebsgrößenklasse könnte höher ausfallen, da gerade diese Flächengröße i.d.R. durch attraktive Handelskonzepte – insbesondere der Modebranche – belegt wird, die für eine hohe innerstädtische Angebotsvielfalt und Kundenakzeptanz wichtig sind.

6.2. Räumliche Angebotsstruktur des Greizer Einzelhandels

Bei der Analyse der **räumlichen Verteilung** des Greizer Einzelhandels wird eine Untergliederung nach den beiden zentralen Versorgungsbereichen, bestehenden Solitärstandorten und Fachmarkttagglomerationen⁶⁶ vorgenommen. Folgende Karte skizziert die prägenden Einzelhandelsstandorte in der Greizer Kernstadt.

Karte 6: Skizzierung der räumlichen Verteilung des Einzelhandels in Greiz



Die mit Abstand meisten Handelsbetriebe haben ihren Standort in der Greizer Altstadt; hier sind mit knapp 90 Geschäften weit über 40 % der gesamtstädtischen Betriebe verortet. Das ca. 6.400 m² umfassende Angebot befindet sich maßgeblich in den innerstädtischen Hauptgeschäftslagen um den Markt (v.a. Marktstraße, Thomasstraße, von-Westernhagen-Platz), am Puschkinplatz und in der Brückenstraße. Das Angebot ist überwiegend durch kleinteilige Fachgeschäfte geprägt, was auf die bestehenden kompakten Bebauungsstrukturen der Greizer Altstadt zurückzuführen ist.

Der Einzelhandel ist auf sog. zentrenrelevante bzw. nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert. Größere Magnetbetriebe sind u.a. Modefilialisten (u.a. KBK, Ernstings family, Mode Scheffel, P&P Schuhcenter) und der dm-Drogeriemarkt. Im interkommunalen Vergleich fällt auf, dass größere bzw. filialisierte Betriebs-einheiten bspw. mit den Angeboten Lebensmittel, Bekleidung, Sport oder Technik aktuell nicht vertreten sind. Die durchschnittliche Betriebsgröße je Ladeneinheit liegt mit 70 m²/Geschäft relativ niedrig.

Die Einzelhandelsfunktion dieses Versorgungsbereiches wird durch diverse Komplementärnutzungen ergänzt. Hierbei handelt es sich um zahlreiche konsumnahe Dienstleistungsangebote, Gastronomiebetriebe, Arztpraxen, die öffentliche Verwaltung und Kulturangebote, so dass der gesamte Bereich eine – für die Stadtgröße – hohe Multifunktionalität besitzt.

66 vgl. Definition in Anlage 2.

Das Spectrum-Center ist im Aubachtal im östlichen Bereich der Greizer Kernstadt verortet. Das Einkaufszentrum ist mit ca. 5.500 m² Verkaufsfläche funktionsgerecht auf überwiegend nahversorgungsrelevante Sortimente ausgerichtet. Die flächenseitige Angebotslage ist im Spectrum-Center über die letzten Jahre als stabil zu bewerten, da der flächenseitige und anzahlmäßige Handelsbestand (mit Ausnahme einer leerstehenden Einheit) im Vergleich zum Jahr 2009 gleich geblieben ist.

Das Spectrum-Center stellt sich in Bezug auf seine optische Präsentation aktuell als nicht-zeitgemäß dar, zumal auch hinsichtlich der einzelnen Handelskonzepte ein weiterer Optimierungsdruck besteht. Die Angebotsstruktur des Einkaufszentrums ist von einer Durchmischung von Fachmärkten und Fachgeschäften geprägt. Eine Magnetfunktion übernehmen ein Verbrauchermarkt (Spectrum), ein Lebensmitteldiscounter (Aldi) und ein Möbelmarkt (Dänisches Bettenlager), wobei verschiedene Fachgeschäfte dieses Angebot arrondieren. Das Dienstleistungs- bzw. Gastronomieangebot ist unterdurchschnittlich ausgeprägt. Auf Grund der angesiedelten großflächigen Anbieter ergibt sich eine durchschnittliche Betriebsgröße von ca. 500 m²/Geschäft, die auf fachmarkttypische Strukturen in dem Einkaufszentrum deutet.

In der August-Bebel-Straße ist in verkehrsgünstiger Lage eine Fachmarkttagglomeration bzw. ein Einkaufszentrum mit neun Handelsbetrieben vorhanden. Das sog. *City-Center* umfasst eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 6.600 m² und ist durch die großformatigen und kundenattraktiven Anbieter Kaufland, AWG, Mayer´s Schuhe und Möbel Speer geprägt. Das Center stellt sich als durchschnittlich attraktiv dar und besitzt aktuell gewisse optische Modernisierungsbedarfe. Derzeit steht eine kleinere Ladeneinheit leer, wobei sich die flächenseitige Angebotslage über die letzten Jahre betrachtet als stabil darstellt.

In Gerhart-Hauptmann-Straße 30 – im nördlichen Teil des DDR-Neubaugebiets Pohlitz – ist ein kleineres *Einkaufszentrum* vorhanden. Der Stadtteil ist durch einen überdurchschnittlich hohen Bevölkerungsrückgang und in Folge auch durch Rückbaumaßnahmen geprägt. Das Absinken der Nachfrage und die Auswirkungen auf den Einzelhandel sind bereits durch zahlreiche Leerstände sowie beginnende Trading-down-Tendenzen in diesem Einkaufszentrum sichtbar. Die derzeit aktive Verkaufsfläche liegt bei 2.500 m² und ist durch einen Supermarkt (REWE), einen Getränkemarkt (Getränkediscount) und einen Multisortimentsmarkt (Tedi) geprägt. In einer Passage steht der Großteil der Geschäfte leer.

In der Kernstadt Greiz sind verschiedene strukturprägende Solitärstandorte vorhanden. Hierbei handelt es sich um drei Standorte, die mit Lebensmittelmärkten (Netto [Heinrich-Mann-Ring], Penny [Neustadtring], Lidl [August-Bebel-Straße]) belegt sind. Weitere vier Standorte werden von großflächigen Anbietern mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten (Möbel Hierold [Reichenbacher Straße], Bau-/Gartenmarkt Hellweg [Plauensche Straße], Teppichparadies Greiz [Carolinestraße], Baumarktzentrum Löffler [Schönefelder Straße]) genutzt.

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

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Greiz nach Lagen

Versorgungslagen	Verkaufsfläche		Anzahl Geschäfte		Ø Betriebsgröße
	m ²	%	abs.	%	m ² /Betrieb
zVB Altstadt	6.430	15	87	44	~70
zVB Spectrum-Center	5.520	13	11	5	~500
Fachmarkttagglomerationen	9.150	22	16	8	~570
Solitärstandorte	14.480	35	11	6	~1.320
Streulagen	3.590	9	50	25	~70
Ortsteile	2.570	6	23	12	~110
Gesamt	41.740	100	198	100	~210

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2017

Der vorstehend kurz skizzierte Einzelhandelsbestand wird durch verschiedene, meist kleinteilige Einzelhandelsgeschäfte in Streulagen⁶⁷ arrondiert. Eine flächenseitige Verdichtung von Handelsbetrieben ist lediglich in der Neustadt in der Bruno-Berger-Straße und zum Teil in der Carolinenstraße zu beobachten.

In den einzelnen peripheren Ortsteilen ist jeweils ein flächenseitig geringer Einzelhandelsbestand vorhanden, wobei von der Gesamtverkaufsfläche (ca. 2.570 m²) bereits knapp 70 % der Fläche durch einen Baumarkt und einen Gartenfachmarkt (Baufachhandel Heinrich in Sachswitz, Gartenmarkt Greizer Vogtlandblumen in Schönfeld) gebunden wird. Das verbleibende Angebot ist vor allem auf die Nahversorgung der jeweiligen Ortsteile ausgerichtet und wird maßgeblich durch den Lebensmittelhandel, vor allem durch Nahrungsmittelhandwerker belegt.

Im Fazit der vorstehenden Kurzbewertung ist aus städtebaulicher Sicht zu konstatieren, dass in Bezug auf die Verteilung des Handelsbesatzes das Angebot in zentralen Versorgungsbereichen und in sonstigen integrierten Lagen klar dominiert. Mit Ausnahme eines Baumarktes wurden alle standortprägenden Handelsbetriebe in integrierten Lagen entwickelt, so dass keine Angebote an peripheren Standorten bzw. auf der „Grünen Wiese“ existieren. Demnach steht dem innerstädtischen Handel kein überdimensioniertes Angebot an dezentralen Standorten gegenüber, so dass positive Ausgangsvoraussetzungen für die Weiterentwicklung des Greizer Einzelhandels – insbesondere in der Altstadt – und die Beseitigung der existierenden Defizite bestehen.

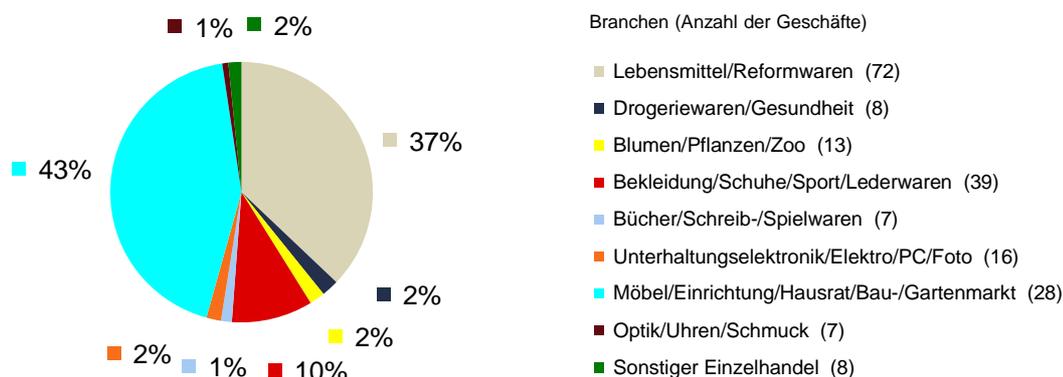
67 Als Streulagen sind nicht-zentrale Einzelhandelslagen zu definieren, die nur durch einen geringen bzw. vereinzelt durchsatz mit Einzelhandelsbetrieben gekennzeichnet sind.

6.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

6.3.1. Sortimentsstruktur Greiz

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Greiz (rd. 41.740 m² VK) werden die einzelnen Betriebsstätten je nach dem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.⁶⁸ Die lokale Verkaufsflächenstruktur stellt sich aktuell wie folgt dar:

Abbildung 17: Verkaufsflächenstruktur Greiz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2017

Der Großteil der Verkaufsfläche (rd. 18.000 m²) wird in Greiz durch die **Einrichtungsbranche** eingenommen, in der neben zwei Möbelhäusern auch Bau- und Gartenmärkte oder Einrichtungsfachmärkte subsumiert werden. Da es sich bei dieser Marktform um meist größere, fachmarkttypische Ladeneinheiten handelt, weist diese Branche üblicherweise einen verhältnismäßig hohen Flächenanteil aus. Die durchschnittliche Betriebsgröße liegt in diesem Segment bei rd. 640 m² je Geschäft und somit deutlich über dem gesamtstädtischen Durchschnitt von rd. 210 m².

Einen weiteren Angebotschwerpunkt bildet mit knapp 15.500 m² die **Lebensmittelbranche**, in der auch die größte Anzahl der Betriebe vorhanden ist. Einerseits wird diese Branche durch großformatige Lebensmittelmärkte geprägt, andererseits sind auch zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Nahrungsmittelhandwerker) vorhanden.

Weiterhin stellt die **Modebranche**, die als Leitbranche fungiert und wesentlich die Attraktivität einer Stadt mit prägt, mit einer Fläche von rd. 4.200 m² einen wichtigen flächenseitigen Angebotsbaustein dar. In der Branche existiert mit fast 40 Geschäften eine hohe Angebotsvielfalt.

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

Die Sortimentszusammensetzung des Greizer Einzelhandels ist im interkommunalen Vergleich⁶⁹ eine Übliche, da i.d.R. die beiden flächenintensiven Sortimente der Einrichtungs- und der Lebensmittelbranche – gefolgt von den modischen Sortimenten – grundsätzlich die höchsten Flächenanteile in ähnlich großen Städten einnehmen. Unterdurchschnittlich ist in Greiz die flächenseitige Ausprägung der Drogeriewarenbranche und der Elektrobranche, ferner sollte auch der Anteil der modischen Sortimente höher liegen.

⁶⁸ Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt grundsätzlich nach seiner Hauptwarengruppe. Die in zahlreichen Handelsbetrieben geführten Randsortimente ordnen sich i.d.R. dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Wichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Die einzelnen Randsortimente werden jedoch in Folge bei der Berechnung der sortimentspezifischen Bindungsquoten (vgl. folgende Abb. 19) berücksichtigt.

⁶⁹ Eine direkte Vergleichbarkeit von Einzelhandelsstrukturen von Städten ist grundsätzlich nicht möglich, da diese über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Gebietsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Einzelhandelsstrukturen, Einzugsgebiete etc. verfügen.

6.3.2. Kurzfristiger Bedarfsbereich

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

Tabelle 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	15.600	72	~220	0,75
Apotheken	390	6	~70	0,02
Drogerie/Parfümerie	480	2	~240	0,02
Blumen	640	11	~60	0,03
Gesamt	17.110	91	~190	0,82

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2017

In Greiz ist im **Lebensmitteleinzelhandel** aktuell eine Verkaufsfläche von ca. 15.600 m² vorhanden. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte ist im interkommunalen Vergleich mit 0,75 m² pro Einwohner als ausgesprochen hoch zu bewerten⁷⁰, so dass ein ausreichendes flächenseitiges Angebot vorhanden ist. Somit kann Greiz auch ein attraktives Angebot für seinen Verflechtungsbereich darstellen, da hier lediglich ein eingeschränktes Angebot – insbesondere mit Lebensmittelmärkten – vorhanden ist.

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

In Greiz sind derzeit sechs **Apotheken** mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 400 m² vorhanden. Auf Basis der Einwohnerzahl von Greiz errechnet sich eine sogenannte Apothekendichte von ca. 35 Apotheken je 100.000 Einwohner. Der Greizer Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (ca. 24 Apotheken/100.000 Ew.) bzw. auch zum Landesdurchschnitt (rd. 26 Apotheken/100.000 Ew.)⁷¹ einen hohen Ausstattungsgrad dar, so dass ein ausreichendes Angebot vorhanden ist. Die Darstellung der einzelnen Apotheken ist unter qualitativen Gesichtspunkten durchgängig als sehr gut zu bewerten.

In der Branche **Drogerie-/ Parfümeriewaren** ist seit der Absiedlung der beiden Schlecker-Märkte (2012) mit dem lediglich ein Drogeriemarkt in Greiz vorhanden. Die Nachfrage nach diesen Produkten wird ferner von Anbietern des lokalen Lebensmittelhandels⁷² gedeckt. In der Greizer Altstadt existiert eine Fachparfümerie, die im Bereich der Depotkosmetik ein attraktives Parfümerieangebot im gehobenen und spezialisierten Bereich offeriert.

In Greiz existiert im Sortimentsbereich **Blumen** ein umfängliches Flächenangebot von rd. 600 m². Das Angebot verteilt sich auf diverse Blumengeschäfte, die über die gesamte Stadt verstreut liegen. Das Gesamtangebot ist insbesondere auf Grund der meist leistungsstarken Floristikfachgeschäfte als gut einzustufen.

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

71 Quelle: Statista Hamburg 2017, Apothekendichte in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2016 (Apotheken je 100.000 Einwohner).

72 Alle Lebensmittelmärkte in Greiz führen im Randsortiment Drogeriewaren. Die größten Angebote sind im Kaufland-Verbrauchermarkt (ca. 400 m²) und im Spectrum-Verbrauchermarkt (ca. 300 m²) vorhanden.

6.3.3. Mittelfristiger Bedarfsbereich

Folgende Tabelle beschreibt zusammenfassend die Einzelhandelsausstattung im Segment des mittelfristigen Bedarfsbereichs in Greiz 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	2.860	24	~120	0,14
Heimtextilien/Kurzwaren	180	4	~40	<0,01
Sportartikel/Camping	240	4	~60	0,01
Schuhe/Lederwaren	880	7	~130	0,04
Sanitätswaren	290	6	~50	0,01
Bücher/Zeitschriften	200	1	~200	<0,01
Papier-/Büro-/Schreibwaren	170	4	~40	<0,01
Spielwaren	190	2	~100	<0,01
Zoobedarf	160	2	~80	<0,01
Gesamt	5.170	54	~100	0,25

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2017

Das Angebot an **Bekleidung** stellt hinsichtlich seiner Magnetfunktion einen wesentlichen Attraktivitätsfaktor für eine (Innen-)Stadt dar, wobei unter dem Blickwinkel der aktuellen Flächenausstattung von lediglich rd. 0,14 m² Textilverkaufsfläche je Einwohner ein flächenseitiger Ausbau empfehlenswert ist.⁷³

In Greiz führen derzeit 24 Geschäfte auf rd. 2.900 m² VK dieses Sortiment. Bezüglich der Betriebstypenstruktur ist auf das Fehlen der Betriebsform Textilkaufhaus⁷⁴ zu verweisen, da solch ein Betrieb ein großes Einzugsgebiet mit einer hohen Anzahl an Konsumenten benötigt. Greiz ist für die Ansiedlung eines solchen Betriebstyps daher nicht geeignet.

Die flächen- als auch zahlenmäßige Angebotsstruktur wird in Greiz durch Textilfachgeschäfte bestimmt. Hier sind neben vereinzelt überregionalen Filialisten (Ernstings family, Mode Express No.1, KBK) zahlreiche mittelständische Anbieter vorhanden, deren Angebot meist im mittleren bis gehobenen Preisniveau etabliert ist.⁷⁵ In der Regel werden gängige Modemarken oder individuelle Modelabels in den meist innerstädtischen Textilgeschäften angeboten.

Einen großen Teil der gesamtstädtischen Textilverkaufsfläche (ca. 1.200 m²) nehmen die beiden Anbieter des Betriebstyps Textilfachmarkt ein. Diese Anbieter (AWG, NKD) zielen auf eine preissensible Kunden-

73 Die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte von rd. 0,14 m² Verkaufsfläche pro Einwohner ist aus gutachterlicher Sichtweise im interkommunalen Vergleich als niedrig einzustufen. Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt in diesem Segment in vergleichbaren Städten bei ca. 0,25 bis 0,35 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

Quelle: Verkaufsflächenerhebungen der BBE Handelsberatung in Städten mit 20.000 bis 40.000 Einwohnern). Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

74 Vertreter eines solchen Betriebstyps sind bspw. Breuninger, P&C, C&A oder H&M.

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

gruppe ab, da sie bei breitem und ausreichend tiefem Sortiment aktuelle Mode (i.d.R. No-Name-Ware) in einem äußerst günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis bieten.

Die Betriebe des Textilhandels sind größtenteils funktionsgerecht in der Greizer Altstadt verortet, wengleich der größte Anbieter und einzige Vollausstatter (AWG) im City Center etabliert ist.⁷⁶ Das innerstädtische Angebot ist vorwiegend durch inhabergeführte Geschäfte gekennzeichnet, die auf Grund ihrer meist höherwertigen Ausstattung sowie Spezialisierung einen wichtigen Attraktivitätsfaktor für die Greizer Altstadt darstellen.

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

In der **Sportbranche** (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) ist derzeit nur ein Fachgeschäft vorhanden, welches ein attraktives Angebot präsentiert. Das flächenseitige Angebot fällt unter Einbezug der Stadtgröße zu gering aus, wengleich drei weitere Spezialanbieter (Tischtennisshop, Boxausrüster, Trekkinganbieter) vorhanden sind.

Im Sortiment **Schuhe/Lederwaren** gibt es in Greiz sechs Anbieter mit einer Verkaufsfläche von über 800 m². Als Magnetbetrieb fungieren das innerstädtische P&P Schuhcenter und Mayer's Schuhe im City Center. Dieses Angebot wird durch weitere Unternehmen arrondiert, die alle in der Greizer Altstadt angesiedelt sind. Somit können u.a. gute Kopplungsmöglichkeiten zu dem innerstädtischen Textilsortiment erzeugt werden.

Der **Sanitätsfachhandel** (u.a. Sanitätswaren, Hörgeräte, Orthopädie) wird von zahlreichen leistungsstarken Anbietern vertreten, die für die Stadtgröße ein sehr gutes Angebot präsentieren und auch eine Umlandversorgung übernehmen. Diese kleine, jedoch qualitativ gut ausgeprägte Branche spiegelt auch die demographische Entwicklung von Greiz bzw. insbesondere den hohen Bevölkerungsanteil älterer Bürger wider (vgl. Abb. 11).

In der Branche **Bücher** ist eine innerstädtische Buchhandlung am Markt vorhanden. Dieses Angebot ist als zufriedenstellend zu bewerten, wobei langfristig 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** stellt sich durch verschiedene Fachgeschäfte auf insgesamt ca. 170 m² dar. Weiterhin werden diese Warengruppen auch als Randsortimente in Lebensmittelmärkten oder in sog. Multisortimentsmärkten geführt.

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

In der **Zoobranche** ist in der Greizer Altstadt ein Zoofachgeschäft angesiedelt, das neben einem kleineren Spezialgeschäft für Aquaristik einen Teil der Nachfrage binden kann. Das Teilsegment Tiernahrung wird von branchenfremden Anbietern offeriert. So führen insbesondere die Lebensmittelmärkte in Greiz diese Warengruppen.

76 In der Greizer Altstadt sind 20 Textilanbieter mit einer Verkaufsfläche von ca. 1.800 m² verortet.

6.3.4. Langfristiger Bedarfsbereich

Das Einzelhandelsangebot im Segment des langfristigen Bedarfsbereiches stellt sich für die Stadt Greiz 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	4.940	3	~1.650	0,24
Baumarkt/Raumausstattung	12.130	17	~710	0,58
Hausrat/Glas/Geschenkartikel	950	8	~120	0,04
Elektro/Unterhaltungselektronik	750	16	~50	0,04
Optik	210	3	~70	0,01
Uhren/Schmuck	100	4	~30	<0,01
Fahrräder	380	2	~190	0,02
Autoteile/-zubehör	-	-	-	-
Gesamt	19.460	53	~370	0,93

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, September 2017

In Greiz gibt es zwei mittelständische Möbelfachmärkte und einen Möbelfachmarkt, so dass in der **Möbelbranche** – für die Stadtgröße – ein attraktives Angebot besteht. Langfristig ist die Ansiedlung eines größeren Vollsortimentshauses in Greiz unrealistisch, was auf das geringe Nachfragepotenzial (für diesen Betriebstyp) in Greiz bzw. im direkten Umfeld zurückzuführen ist.⁷⁷

In der Branche **Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung** ist derzeit mit einer Filiale des Filialisten Hellweg und zwei Baumärkten/Baustoffmärkten ein attraktives Angebot vorhanden. Der strukturprägende Baumarkt Hellweg ist in autokundenorientierter Lage südlich des Kernstadtgebietes adressiert. In dem Baumarkt wird neben verschiedenen Randsortimenten auch ein umfangreiches Gartenmarktsortiment angeboten, so dass sich der Markt unter einem qualitativen Blickwinkel flächenseitig und qualitativ als attraktiv darstellt.

Neben dem strukturprägenden Hellweg-Baumarkt sind in dieser Branche zahlreiche kleinere Fachgeschäfte, ein Raumausstattungsmarkt, zwei weitere, jedoch deutlich kleinere Baumärkte (vorwiegend mit Baustoffen) und ein Gartenmarkt vorhanden. In Summe wird ein sehr gut strukturiertes Angebot präsentiert.

Das Sortiment **Glas/Porzellan/Keramik/Geschenk- und Hausratartikel** wird durch verschiedene Fachgeschäfte dargestellt. Als flächenseitig größter Anbieter fungieren zwei sog. „Non-Food-Discounter“ (Tedi, Kaufhaus Duck), die ein Multisortiment im unteren Preisbereich führen. Ferner haben verschiedene weitere Anbieter diese Warengruppen – jedoch auf geringen Flächen – im Randsortiment.

Die Branche **Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC** wird durch verschiedene Elektrofachgeschäfte geprägt, deren durchschnittliche Verkaufsfläche deutlich unter 100 m² je Geschäft liegt. Grundsätzlich sind die Verkaufsflächen zu klein dimensioniert, so dass Präsentationsflächen für die meist großvolumigen Geräte bzw. eine gewisse Auswahltiefe fehlen. Das Angebot wird durch weitere Fachgeschäfte (Foto,

⁷⁷ Die Marktzutrittsgröße für ein Wohnkaufhaus („Vollsortimenter“) liegt bei minimal 10.000 m². Die Verkaufsflächen betragen bei kleineren Vollsortimentern (z.B. Porta, Finke) i.d.R. bis zu 30.000 m², bei großen Vollsortimentern bzw. sog. Wohnkaufhäusern (z.B. Höfner, XXXLutz, Segmüller) ab ca. 30.000 m².

Computer) und zahlreiche Telefonshops ergänzt. Diese Geschäfte bieten auch diverse Serviceleistungen mit an. Das Angebot in dieser Branche wird sich mit der zu erwartenden Ansiedlung eines größeren Marktes in der Altstadtgalerie perspektivisch verbessern.⁷⁸

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 Greizer Altstadt. 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 einen kompetenten mittelständischen Anbieter gekennzeichnet, der in Randlage zur Innenstadt einen kleineren Fachmarkt mit knapp über 300 m² betreibt. Im Ortsteil Dörlau ist ein kleineres Fachgeschäft angesiedelt, so dass ein gutes Grundversorgungsangebot in Greiz besteht.

Seit der Absiedlung des Autofachmarktes ATU ist in der Branche **Kfz-Zubehör** kein Anbieter mehr vorhanden. Das Sortiment wird von verschiedenen Betrieben Anbietern im Randsortiment und auch teilweise in Autohäusern bzw. Werkstätten mit geführt.

78 Die Ansiedlung ist bereits erfolgt, da in der Altstadtgalerie ein Unterhaltungselektronikmarkt (inkl. Küchenstudio) eröffnet wurde.

6.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur in Greiz

6.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Greiz ist im Sortiment Lebensmittel eine Gesamtverkaufsfläche von ca. 15.600 m² vorhanden, wodurch sich auf Basis der Bevölkerungszahl eine **Verkausflächendichte** von rd. 0,75 m² Lebensmittelverkaufsfläche pro Einwohner errechnet. Aus gutachterlicher Sicht wird somit ein hoher Versorgungsgrad erreicht.⁷⁹ Dieser Wert deutet auf eine gut ausgeprägte Versorgungslage bzw. ein ausreichendes flächenseitiges Angebot hin, wobei die Stadt Greiz auch eine Versorgungsfunktion für ihren Verflechtungsbereich übernimmt, so dass ein höheres lokales Angebot die Folge ist. Perspektivisch ist davon auszugehen, dass sich der Wettbewerb durch die weiterhin rückläufige Bevölkerung (vgl. Pkt. 4) und die damit einhergehende sinkende Nachfrage verschärfen wird.

Um einen vergleichbaren bzw. gesamtstädtischen Überblick über die größeren und für die Versorgung maßgeblich relevanten Lebensmittelanbieter zu erhalten, wird nachstehend die sog. **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Greiz ermittelt. Dabei werden nur die sog. strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Verbrauchermärkte, 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 Greiz in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen.

Tabelle 10: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Greiz

	Region/ Anbieter	Anzahl	Vk.Fl.	Vk.Fl. je	Vk.Fl. je	DICHTE- INDEX
		Märkte	Gesamt	Objekt	Einwohner	
		abs.	m ²	m ² /Markt	m ² /Einwohner	
Discoun- ter	Vergleich Deutschland	16.211	12.500.000	~770	0,151	100
	Greiz (Aldi, Lidl, Penny, Netto)	4	3.140	~780	0,150	99
Super- markt	Vergleich Deutschland	10.870	10.600.000	~980	0,128	100
	Greiz (REWE)	1	1.410	~1.410	0,067	52
Ver- braucher- markt / SBW	Vergleich Deutschland	1.962	9.800.000	~4.990	0,119	100
	Greiz (Kaufland, Spectrum-VM)	2	6.690	~3.350	0,320	269
Gesamt	Vergleich Deutschland	29.043	32.900.000	~1.130	0,399	100
	Greiz	7	11.240	~1.610	0,537	135

Quelle: Daten EHI Retail Institute Köln 2015, Definition Betriebstypen: Supermarkt 800 - 2.500 m², Verbrauchermarkt (Großer Supermarkt) 2.500 bis 5.000 m², SB-Warenhaus (SBW) ab 5.000 m², Discounter entsprechend Angebotsstrategie
Einwohner Deutschland: 82.521.653 Personen / Greiz: 20.920 Personen (Einwohner 12/2016).

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von knapp 0,54 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Greiz⁸⁰ im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 0,40 m²/Ew.) ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht (Dichteindex = 135). Dieser resultiert aus dem flächenseitig

⁷⁹ Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,55 bis 0,65 m² Verkaufsfläche je Einwohner.

⁸⁰ Die Siedlungsstruktur der Stadt Greiz stellt sich im Bundesvergleich als üblich dar, d.h. es ist keine atypische Versorgungssituation vorhanden, die auf eine veränderte Angebotsstruktur schließen lässt.

hohen Angebot, wobei Greiz als mittelzentraler Ort auch eine Versorgungsfunktion für seine Umlandgemeinden mit übernimmt. Somit relativiert sich das erhöhte Flächenangebot, da in zahlreichen kleineren Orten im Umfeld bzw. im Grundversorgungsbereich von Greiz (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 Greiz im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten einen hohen Ausstattungsgrad erzielt (Dichteindex = 266). Dies ist auf die Existenz von zwei Verbrauchermärkten (Kaufland, Spectrum-Verbrauchermarkt) sowie die für diese Betriebsform notwendige Verkaufsfläche zurückzuführen.

Demgegenüber ist in Greiz mit REWE lediglich ein größerer Supermarkt⁸¹ vorhanden. Somit relativiert sich der vorstehende Dichtewert im Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus, wenngleich im Vollsortimentsbereich insgesamt ein gewisser flächenseitiger Überbesatz zu beobachten ist.

Im Segment Lebensmitteldiscount existiert eine übliche Ansiedlungsdichte, da der Wert der Verkaufsflächendichte mit 99 im Rahmen des Bundesdurchschnitts liegt. Hierbei ist zu konstatieren, dass gerade in den ostdeutschen Bundesländern meist eine überdurchschnittliche Flächendichte zu beobachten ist. Dies ist in Greiz nicht der Fall.

Abbildung 18: Beispiele für strukturprägende Lebensmittelanbieter in Greiz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Zusammenfassend ist einzuschätzen, dass bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot für Greiz besteht. Die Struktur des Lebensmittelangebots ist durch eine gute Bandbreite an verschiedenen und konzeptionell unterschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot u.a. durch zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker und Getränkemärkte arrondiert wird.

81 Der Spar-Markt in der Altstadt-Galerie besitzt lediglich eine Verkaufsfläche von rd. 400 m² und liegt somit im unteren Bereich der Marktzutrittsgröße für ein Supermarktkonzept (vgl. Anlage 3).

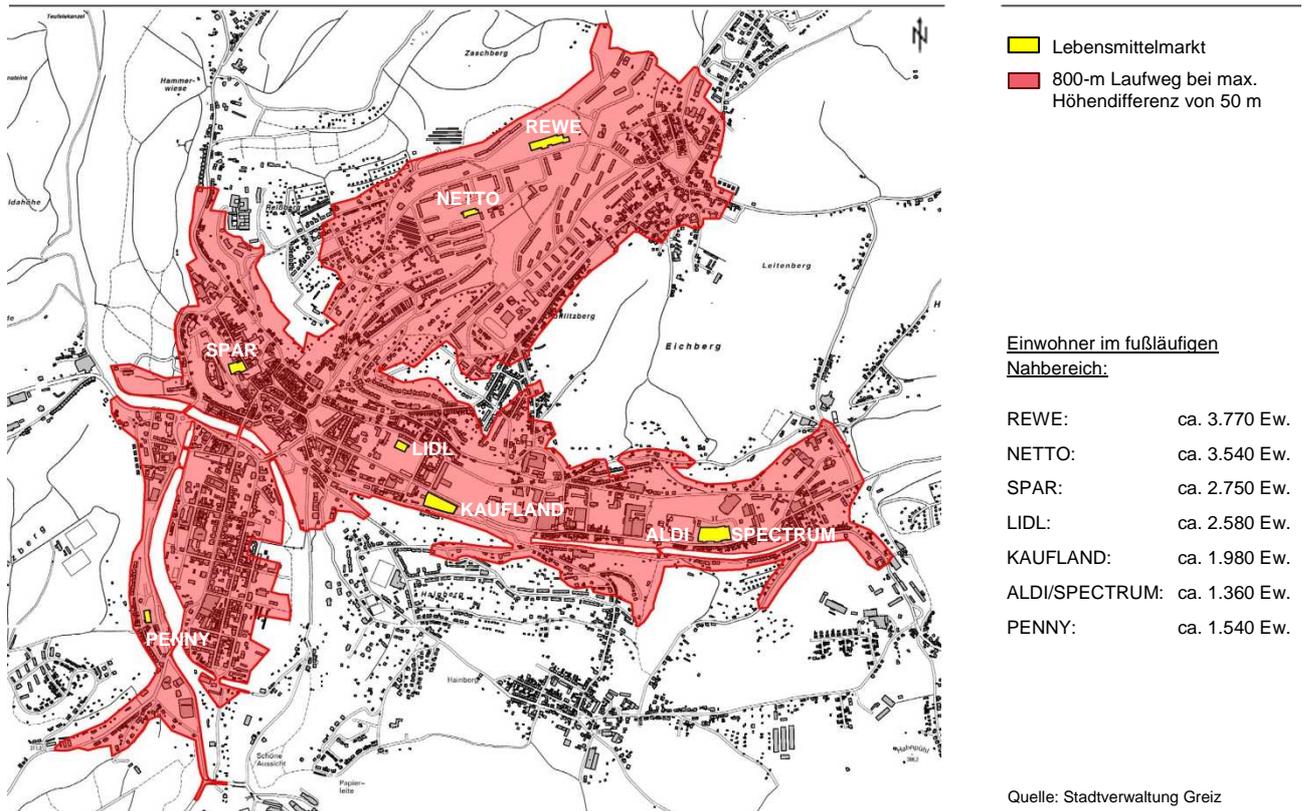
6.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Greiz

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

Grundsätzlich ist die flächendeckende fußläufige Nahversorgung für die Stadt Greiz auf Grund der dispersen Siedlungsstruktur, der bestehenden Topographie der Stadt und den daraus resultierenden fußläufigen Erreichbarkeithemmnissen nur schwer umzusetzen. Beispielsweise sind selbst bei einer kurzen fußläufigen Distanz teilweise deutliche Höhenmeter zu überwinden, so dass eine engmaschige Lebensmittelversorgung für das gesamte Stadtgebiet nur schwer zu installieren ist.

Nachstehend werden kartographisch die jeweiligen **fußläufigen Nahbereiche**⁸² der bestehenden strukturprägenden Lebensmittelanbieter in Greiz (vgl. Tab. 10, zzgl. des SB-Geschäftes in der Altstadtgalerie) dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt (keine Radien), d.h. es werden auch Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt. Zusätzlich wird bei den Laufwegen eine Höhendifferenz von maximal 50 m als Limit angesetzt.

Karte 7: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt Greiz



Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels liegen über das gesamte **Greizer Kernstadtgebiet** verteilt, so dass die einzelnen Lebensmittelmärkte für den Großteil der Bevölkerung der Kernstadt eine fußläufige Nahversorgung anbieten können. Insgesamt wohnen in den Nahbereichen der in der vorstehenden Karte dargestellten Lebensmittelmärkte – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – circa 10.800 Personen. Demnach ist eine angemessene bzw. wohnortnahe Versorgung fast aller

⁸² Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Laufweg von rd. 500 bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht.

Wohnquartiere im Kernstadtbereich⁸³ möglich. Bezüglich der räumlichen Verteilung ist keine flächenseitige Angebotsverdichtung vorhanden, wenngleich der Großteil der Lebensmittelverkaufsfläche im Straßenverlauf der Bundesstraße B 94 entwickelt wurde bzw. im Aubachtal im Spectrum-Center durch die standortseitige Märktedoppelung von Aldi und den Spectrum-Verbrauchermarkt ein Angebotsschwerpunkt besteht.

Naturgemäß sind in der Kernstadt von Greiz auch Wohnbereiche vorhanden, in deren unmittelbarer Umgebung kein Lebensmittelmarkt verortet ist.⁸⁴ Hierbei handelt es sich um den Wohnsiedlungsbereich Grüne Linde, der zwischen der Altstadt und dem DDR-Neubaugebiet Pohlitz bzw. dem Ortsteil Pohlitz liegt. Der Bereich ist durch eine hohe ansteigende Topographie geprägt, so dass insbesondere die räumlichen Standortvoraussetzungen zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes äußerst schwierig sind. Ferner sind auch optimale fußläufige Wegebeziehungen innerhalb dieses gesamten Wohnquartiers nur schwer auszubilden, so dass auch zukünftig die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes – auch unter betreiberspezifischen Gesichtspunkten – nicht realistisch ist.

Ein weiterer unterversorgter Bereich existiert südlich der Reichenbacher Straße bzw. des Aubachtals, da in dem innenstadtnahen Stadtteil Irchwitz ebenfalls kein größerer Lebensmittelanbieter vorhanden ist. Der Verbrauchermarkt Kaufland kann für diese Bewohner keine wohnortnahe Versorgung darstellen, was ebenfalls aus der deutlich ansteigenden Topographie des Stadtteils Irchwitz im Vergleich zur Kernstadt resultiert. Die Bewohner dieses Stadtteils müssten somit längere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage in Kauf nehmen bzw. ein Kfz zum Einkauf von Lebensmitteln nutzen.

Die nachstehende Tabelle gibt einen zusammenfassenden Überblick über die Lagestruktur der bestehenden **Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen**. Hierbei wird nach siedlungsintegrierten Standorten, teil-siedlungsintegrierten Standorten und nicht-siedlungsintegrierten Standorten⁸⁵ innerhalb der Kernstadt unterschieden. Der Großteil der strukturprägenden Lebensmittelmärkte ist in Greiz in siedlungsintegrierten Lagen verortet. Demnach erfüllen die meisten Märkte das Kriterium der verbrauchernahen Versorgung.

Tabelle 11: Lebensmittelmärkte nach städtebaulichen Lagebereichen

Lebensmittelmärkte	städtebaulicher Lagebereich		
	siedlungsintegriert	teil-siedlungsintegriert	nicht-siedlungsintegriert
Anzahl	6 Märkte ⁸⁶	2 Märkte ⁸⁷	0 ⁸⁸
	75 %	25 %	-
Verkaufsfläche	7.510 m ²	4.130 m ²	-
	65 %	35 %	-

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

83 Der Kernstadtbereich umfasst die Innenstadt, die innenstadtnahen Wohngebiete (u.a. Alt-Pohlitz, Irchwitz) und das DDR-Neubaugebiet Pohlitz mit insgesamt rd. 15.180 Personen (vgl. Abb. 10).

84 In Greiz – wie auch in anderen Städten – sind in den kernstädtischen Randbereichen gering verdichtete Wohngebiete vorhanden, die in unmittelbarer Umgebung über keinen Lebensmittelmarkt verfügen. Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für diese Gebiete nicht zu konstatieren, wenngleich die Einwohner längere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage zurücklegen müssen.

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

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

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

86 Zu dieser Gebietskategorie gehören Spar (Marienstraße), REWE (Gerhart-Hauptmann-Straße), Netto (Heinrich-Mann-Ring), Lidl (August-Bebel-Straße), Aldi und Spectrum-Verbrauchermarkt (Reichenbacher Straße).

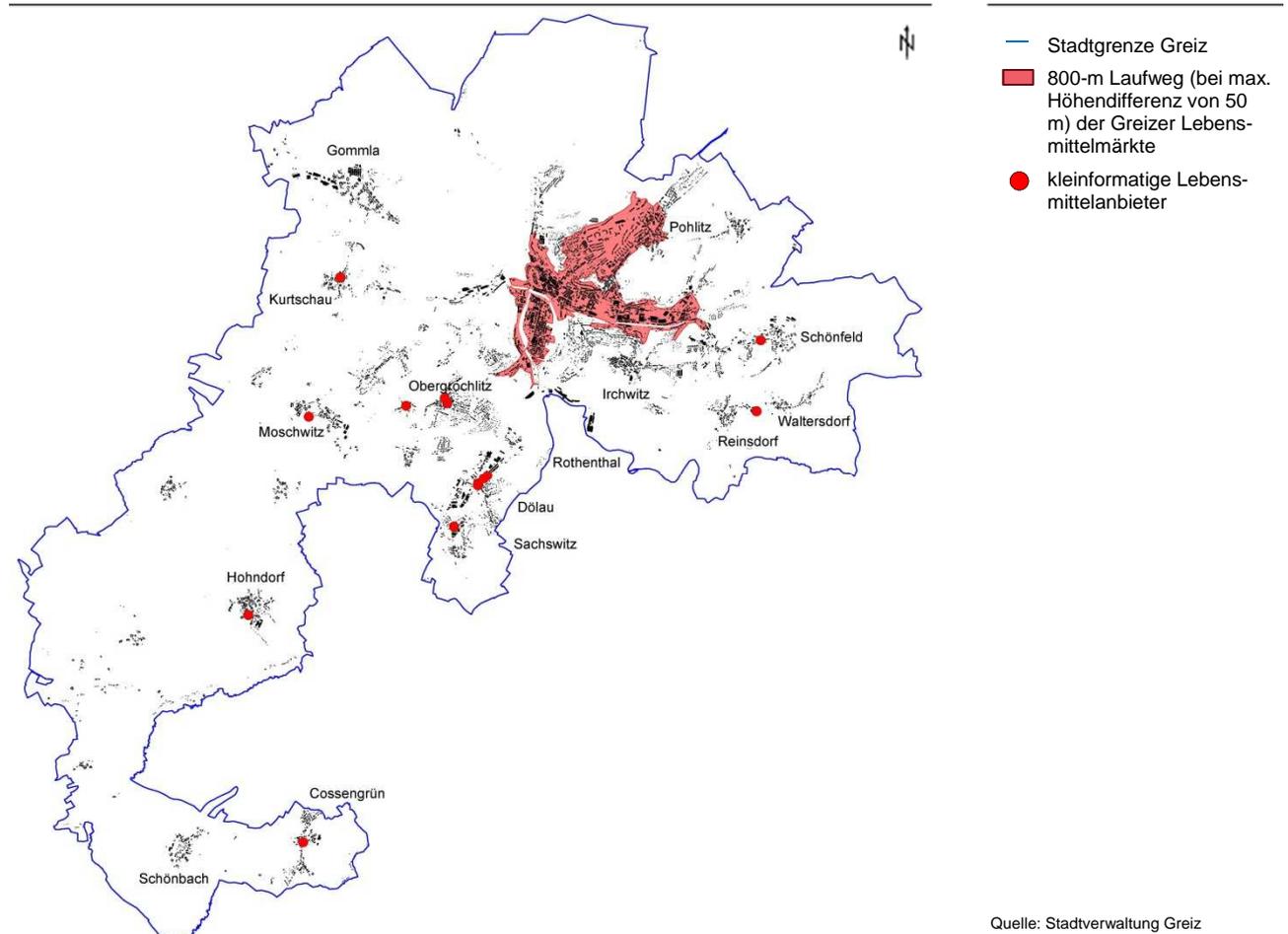
87 Zu dieser Gebietskategorie gehören Kaufland (August-Bebel-Straße) und Penny (Neustadtring).

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

Ungeachtet des hohen Wertes der gesamtstädtischen Flächenausstattung variiert die Ausstattung innerhalb des Greizer Stadtgebietes. Dabei weisen die ländlich geprägten, nicht verstärkten **Ortsteile von Greiz** kein Angebot an strukturprägenden Lebensmittelmärkten auf, so dass fast die Hälfte der Greizer Einwohner auf ein Verkehrsmittel zurückgreifen muss, um die Lebensmittelversorgung sicherzustellen.

Das Fehlen von Lebensmittelmärkten ist mit der geringen Mantelbevölkerung in den einzelnen dezentralen Ortsteilen zu begründen, so dass hieraus ein niedriges Nachfragepotenzial resultiert. Somit sind der Ansiedlung von Einzelhandel prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt bzw. die Installation eines größeren Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch i.d.R. nicht möglich.⁸⁹ In der folgenden Karte wird die bestehende Unterversorgung in den dezentralen Ortsteilen deutlich.

Karte 8: Abdeckung des Greizer Stadtgebietes mit Lebensmittelmärkten



Die Lebensmittelversorgung wird derzeit zum Teil durch kleinformatische Anbieter übernommen, da in den größeren dezentralen Ortsteilen zum Teil Nahrungsmittelhandwerker vorhanden sind. Aktuell sind lediglich in Dörlau und in Obergrochlitz jeweils kleinere Lebensmittelgeschäfte vorhanden, die eine anteilige Lebensmittelversorgung der lokalen Bevölkerung übernehmen können.⁹⁰

89 Ein Lebensmittelmarkt, dessen übliche Marktzutrittsgröße i.d.R. bei rd. 800 m² liegt, benötigt am Ansiedlungsort ein minimales Konsumentenpotenzial von rd. 3.000 Personen. Dieses Einwohnerpotenzial weist kein einziger peripherer Stadtteil von Greiz auf, da alle peripheren Stadtteile eine Einwohnerzahl von meist deutlich unter 1.000 Personen aufweisen.

90 In den dezentralen Ortsteilen sind aktuell insgesamt 14 Lebensmittelanbieter vorhanden, wobei sich das Angebot überwiegend aus Nahrungsmittelhandwerkern zusammensetzt.

6.5. Bindungsintensität des Greizer Einzelhandels

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** bzw. die Bindungsintensität stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁹¹ je Sortiment⁹² und dem bestehenden Nachfragevolumen des stationären Einzelhandels in Greiz dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Greiz 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 Greizer 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 Greiz nach den Bedarfsbereichen⁹³ zusammenfassend dar.

Tabelle 12: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Greizer Einzelhandels nach Bedarfsbereichen

	Bindungsquote Greiz %
Kurzfristiger Bedarfsbereich	115
Mittelfristiger Bedarfsbereich	88
Langfristiger Bedarfsbereich	87

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

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

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich weist die Stadt Greiz per Saldo einen Kaufkraftzufluss aus dem Einzugsgebiet aus, der vor allem durch das umfangreiche und leistungsfähige Angebot der Lebensmittelbranche (120) ausgelöst wird. In der Branche Pharmaziewaren (108) und Blumen (139) kann ebenfalls ein Umsatzzufluss generiert werden, die lokale Kaufkraft für Drogeriewaren (91) wird jedoch nicht vollständig in Greiz gebunden (vgl. folgende Abb. 19).
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich rd. 88. In diesem Segment generieren lediglich die Branchen Schuhe/Lederwaren, Sanitätswaren und Zoobedarf einen Kaufkraftzufluss nach Greiz. In den anderen Branchen kann kein vollumfassendes Angebot offeriert werden, so dass Kaufkraftabflüsse in umliegende Städte die Folge sind.

Grundsätzlich kann – gerade in den modischen Sortimenten, im Segment Sportwaren oder Spielwaren – nicht die ganze Breite eines Sortiments dargestellt werden, da der vollständige Abverkauf be-

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

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

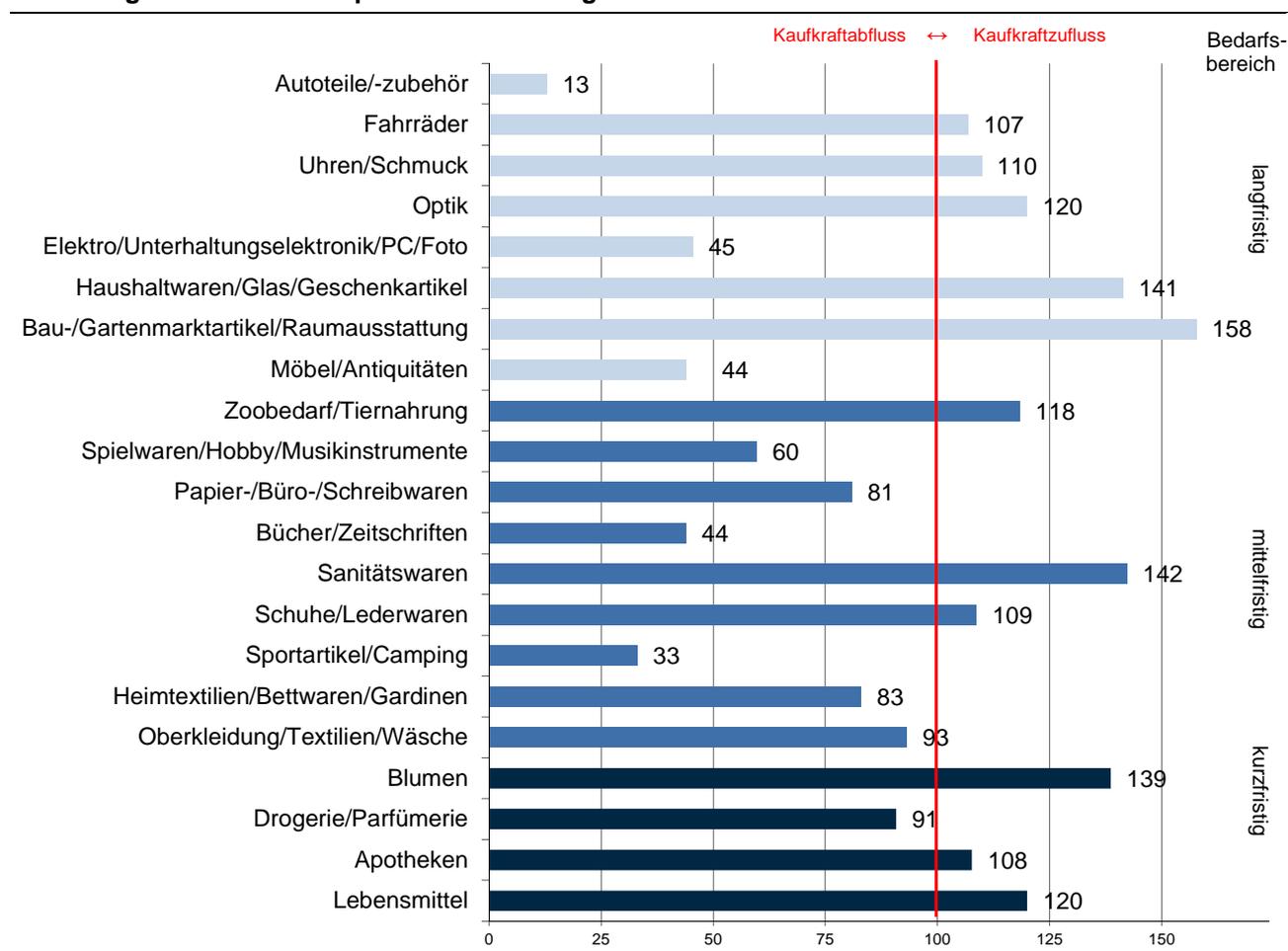
93 Die Bedarfsbereiche wurden nach der Fristigkeit der einzelnen Sortimente eingeteilt (vgl. Anlage 1).

züglich des limitierten Nachfragepotenzials in einer Mittelstadt wie Greiz nicht möglich ist. Demzufolge sind Angebotslücken üblich, wobei die Einkäufe i.d.R. in größeren Städten mit einer breiteren Angebotspalette getätigt werden.⁹⁴ Grundsätzlich sind diese Bedarfsbereiche für die Größe der Stadt Greiz als gut ausgeprägt zu bewerten, wenngleich noch Entwicklungsoptionen bestehen.

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei 87. Mit Ausnahme der Branchen Möbel, Elektrowaren/Unterhaltungselektronik und Autoteile können alle anderen Branchen eine gute bis sehr gute Umsatzbindung erreichen und – teilweise sogar hohe – Umsatzzuflüsse aus dem Umland von Greiz erzielen.

Zusammenfassend sind in Greiz innerhalb der einzelnen Branchen teilweise große Unterschiede bei den Bindungsquoten zu beobachten. In Summe besteht jedoch – für die Größe der Stadt – ein weitgehend zufriedenstellendes Einzelhandelsangebot.

Abbildung 19: Sortimentsspezifische Bindungsintensität des Greizer Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁹⁴ In diesen Branchen werden bspw. Einkaufsfahrten in umliegende größere Städte wie Zwickau, Plauen oder Gera unternommen. In den genannten Branchen ist in diesen Städten – im Vergleich zum Greizer Einzelhandel – eine deutlich höhere Angebotsdichte zu verzeichnen, die sich aus zahlreichen verschiedenen Konzepten und Betriebstypen zusammensetzt.

6.6. Stärken-Schwächen-Analyse des Greizer Einzelhandels

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

Abbildung 20: Stärken-Schwächen-Analyse des Greizer Einzelhandels

Stärken	Schwächen
<ul style="list-style-type: none"> ▪ mittelzentrale Einstufung von Greiz ▪ Verwaltungsfunktion für den Landkreis Greiz ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit der Stadt aus dem regionalen Umfeld ▪ Einzugsgebiet mit rd. 34.000 Personen ▪ städtebaulich attraktive Innenstadt, zahlreiche innerstädtische Kulturangebote ▪ Multifunktionalität der Innenstadt ▪ gute Standortvoraussetzungen der Innenstadt (u.a. gute Anfahbarkeit, ausreichende Parkplätze, ÖPNV-Anbindung) ▪ bestehende Einzelhandelszentralität von Greiz ▪ leistungsstarkes Einzelhandelsangebot in verschiedenen Branchen, diverse Einzelhandelsmagneten ▪ hoher Anteil an Handelsbetrieben im zentralen Versorgungsbereich Altstadt ▪ Existenz von innerstädtischen Potenzialflächen, somit Steigerung der Einzelhandelsbedeutung der Altstadt möglich ▪ kein Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten auf der „Grünen Wiese“ ▪ gute flächenseitige Nahversorgungssituation mit Lebensmitteln in der Greizer Kernstadt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Makrostandort weist z.T. negative Rahmenbedingungen auf (u.a. Bevölkerungsrückgang, geringe Kaufkraft, Überalterung, negativer Pendlersaldo) ▪ bewegte Topographie der Greizer Kernstadt, dadurch fußläufige Erreichbarkeitshemmnisse ▪ rückläufige Nachfrage in Greiz und in der Region ▪ vereinzelter Leerstand in der Altstadt ▪ geringe Sortimentsbreite und -tiefe in einigen Branchen (Sortimentslücken) ▪ überwiegend klein strukturierter Einzelhandel, Einzelhandel kann sich nicht vollumfassend präsentieren ▪ verhältnismäßig geringer Flächenanteil der Altstadt im Verhältnis zum gesamtstädtischen Angebot ▪ innerstädtische Potenzialflächen zur Ansiedlung von großformatigen Handelsbetrieben wurden bisher noch nicht genutzt

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7. Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Greiz

7.1. Nachfrageprognose

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Greizer Einzelhandel wird unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsstrukturen eruiert, welche branchenspezifischen Ansiedlungspotenziale für die Stadt in den nächsten Jahren 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 Greiz entspricht.

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten 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 Greiz bzw. die umliegenden Gebiete geht bis zum Jahr 2025 von einem weiteren Einwohnerrückgang aus. Für die Abschätzung der Bevölkerungsentwicklung wird auf die stadteigene und realitätsnahe Prognose der Stadtverwaltung Greiz zurückgegriffen. In dem Marktgebiet des Greizer Einzelhandels wird für das Jahr 2025 folgendes Konsumentenpotenzial unterstellt:

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

	Einwohner		Veränderung
	2016	2025	%
	abs.	abs.	
Greiz	20.920	18.400	-12,0
Einzugsgebiet	12.920	11.400	-11,8
Gesamt	33.840	29.800	-11,9

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung zum 31.12.2016; Stadtverwaltung Greiz, eigene Bevölkerungsprognose

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

- Die einzelhandelsrelevante bzw. die sortimentsspezifische Kaufkraft (vgl. Abb. 12/14) wird sich in Greiz bzw. in dem Einzugsgebiet in den nächsten Jahren auf einem gleichbleibenden Niveau bewegen bzw. nur leicht ansteigen. Dies ist aus der Entwicklung in der Vergangenheit und der arbeitsmarktpolitischen Situation (u.a. Beschäftigungsverhältnisse, Lohnniveau, Arbeitslosenquote) abzuleiten.
- 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 Ausgaben⁹⁵ im Einzelhandel wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen weiter geringfügig vermindern. Dies ist mit dem stärkeren Anstieg der Preise für einzelhandelsfremde Ausgaben (Dienstleistungen, Reisen, Miete, Energie, private Vorsorge etc.) im Verhältnis zu den

⁹⁵ 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.

Preisen für Einzelhandelswaren zu begründen (vgl. Abb. 4). Der Handel kann somit von den steigenden Lohn- und Einkommensverhältnissen in Deutschland nur unterdurchschnittlich partizipieren.

- Die realen Ausgaben im Einzelhandel werden sich jedoch – wenn auch nur geringfügig – erhöhen (vgl. Abb. 4). Innerhalb der Einzelhandelsbranchen wird es zu geringfügigen Verschiebungen im Ausgabeverhalten kommen, wobei lediglich marginale Wachstumsimpulse in einzelnen Branchen zu erwarten sind.
- Durch den steigenden Anteil des E-Commerce wird eine weitere Verschiebung innerhalb der Vertriebswege erfolgen, so dass die Bedeutung des stationären Einzelhandels zurückgehen wird.
- Eine Ausweitung des Greizer Marktgebietes ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist insbesondere aus der Abgrenzung des Einzugsgebietes durch umliegende Wettbewerbsstandorte abzuleiten (vgl. Pkt. 5.1). Es ist nicht davon auszugehen, dass die Attraktivität dieser Orte nachlassen wird.

Als Konsequenz der aufgezeigten Entwicklungen empfiehlt sich eine vorsichtige Prognose des Nachfragevolumens des Greizer Einzelhandels. Bis zum Jahr 2025 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Determinanten von einem Rückgang des jährlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens von derzeit rd. 181,5 Mio. EUR (vgl. Tab. 4) auf rd. 164,1 Mio. EUR auszugehen. Dies entspricht einem Rückgang gegenüber der aktuellen einzelhandelsrelevanten Nachfrage von knapp 10 %.

Tabelle 14: Entwicklung des Marktpotenzials im Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels

	Marktpotenzial ⁹⁶			
	2016	2025	Veränderung	
	Mio. EUR	Mio. EUR	Mio. EUR	%
Greiz	111,18	100,45	-10,73	-9,7
Einzugsgebiet	70,29	63,69	-6,60	-9,4
Gesamt	181,47	164,14	-17,33	-9,5

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 Durchreisenden, Besuchern der Stadt oder durch Zufallskunden. Auf Grund der relativ geringen Bedeutung dieser Streuumsätze werden diese für die folgenden Berechnungen von möglichen Ansiedlungspotenzialen jedoch nicht berücksichtigt.

96 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.

7.2. Entwicklungsrahmen des Greizer Einzelhandels

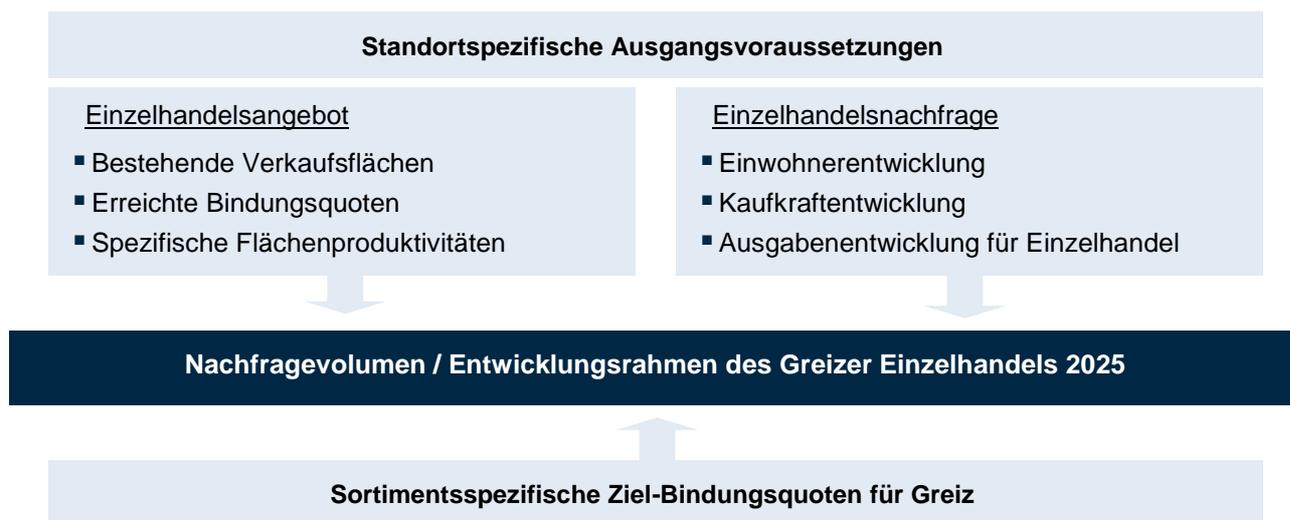
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Greizer Einzelhandel wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2025 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Greiz bzw. die erzielten Umsätze je Branche,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Greiz bzw. im Einzugsgebiet im Jahr 2025,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung von Greiz im Einzugsgebiet.

Die wesentlichen Eingangsparameter für die Modellrechnung sind die aktuellen Bestandsdaten des Einzelhandels, die im Rahmen der Standortanalyse erhoben und ausgewertet wurden (vgl. Pkt. 6). Hierbei sind insbesondere die bestehenden Verkaufsflächen und deren Leistungsfähigkeit sowie die erreichte Bindungsquote (vgl. Abb. 19) 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 Greiz.

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

Abbildung 21: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf für die Stadt Greiz wird aus der prognostizierten Nachfrageplattform für das Jahr 2025 (vgl. Tab. 14) und den dann zu erwartenden branchenspezifischen Bindungsquoten⁹⁷ unter Ansetzung einer **Ziel-Kaufkraftbindungsquote** ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilskonzepts⁹⁸ errechnet sich unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Flächenproduktivität⁹⁹ die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu erwartenden Nachfragevolumens sichern kann. Unter Berücksichtigung des bestehenden Einzelhandelsangebots wird somit eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der sortimentsbezogenen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

97 Die sortimentspezifische Nachfrage wird für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2025 berechnet. Demgegenüber werden die aktuellen Umsätze der jeweiligen Branchen gestellt, wobei für die Folgejahre ein gleichbleibendes Umsatzniveau unterstellt wird. Somit errechnen sich die im Jahr 2025 zu erwartenden Bindungsquoten, die auf Grund des rückläufigen Nachfragevolumens naturgemäß im Vergleich zu den aktuellen Bindungsquoten höher ausfallen werden (Abb. 19 vs. Abb. 24). Prinzipiell wurde bei der Berechnung unterstellt, dass keine Handelsbetriebe aus dem Markt ausscheiden werden.

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

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

Für die folgende Modellrechnung wird in zwei Szenarien unterschieden. Im Szenario A wird unterstellt, dass Greiz 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 Greizer Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem angrenzenden Einzugsgebiet binden kann.

Abbildung 22: Szenarien der Kaufkraftbindung

Szenario A

Der lokale Einzelhandel wird zukünftig die Kaufkraft der Bewohner von Greiz vollständig vor Ort binden. Wesentliche Kaufkraftzuflüsse aus dem dargestellten Einzugsgebiet werden jedoch nicht induziert. Es wird in den Branchen, die derzeit einen Kaufkraftabfluss aus Greiz aufweisen (vgl. Abb. 19), eine Ziel-Bindungsquote von 100 angesetzt.

Szenario B

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Gemäß dem Thüringer Landesentwicklungsprogramm sollen in Mittelzentren die gehobenen Funktionen der Daseinsvorsorge mit mindestens regionaler Bedeutung für den jeweiligen Funktionsraum konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die regionale Einzelhandelsfunktion zählt.¹⁰⁰ Dieser landesplanerisch definierte Versorgungsauftrag ist bei der Darstellung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten zu berücksichtigen. Prinzipiell ist daher der Stadt Greiz 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. 19).

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

Des Weiteren wird in dem überörtlichen Einzugsgebiet von Greiz 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,¹⁰¹ anzunehmen ist. Unter Berücksichtigung des Einzugsgebietes des Greizer Einzelhandels ist im kurzfristigen Bereich

¹⁰⁰ Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.10.

¹⁰¹ Im näheren Umfeld von Greiz liegen das Oberzentrum Plauen und die Mittelzentren Zeulenroda-Triebes, Reichenbach und Werdau.

eine idealtypische Ziel-Bindungsquote von 110, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von 140 versorgungsstrukturell sinnvoll.

Ebenso wird beachtet, dass die bestehenden Grundzentren im Umfeld von Greiz¹⁰² 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.¹⁰³

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

Abbildung 23: Bestimmungsgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens

Entwicklungsperspektiven für Greiz	
Ausgaben im Einzelhandel	<ul style="list-style-type: none"> Stagnation bzw. nur geringfügig steigende Ausgaben für den Einzelhandel
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	<ul style="list-style-type: none"> marginale Steigerung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Greiz und im Einzugsgebiet langfristige Annäherung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft an den Bundesdurchschnitt
Bevölkerungsentwicklung / Entwicklung Marktpotenzial	<ul style="list-style-type: none"> rückläufige Bevölkerungsentwicklung im Marktgebiet des Greizer Einzelhandels keine zusätzlichen Impulse für den Einzelhandel Absinken des Nachfragepotenzials in Greiz und im Einzugsgebiet (vgl. Tab. 14)
Einzelhandelsbestand Greiz	<ul style="list-style-type: none"> flächenseitig gut ausgeprägter Einzelhandelsbestand (rd. 2,0 m² Verkaufsfläche je Einwohner), jedoch überwiegende Fokussierung des Einzelhandels auf die Einrichtungs- und die Lebensmittelbranche geringe Leerstände in der Altstadt, überwiegend nur kleinere Ladeneinheiten verfügbar (Ausnahme Altstadt-Galerie [bedingt]) Leerstände im sonstigen Stadtgebiet, jedoch teilweise nicht für Einzelhandel nutzbar bestehende Kaufkraftabflüsse in einigen Branchen aus Greiz
Zentralität / Bindungsquote im Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> Greiz besitzt eine durchschnittliche Einzelhandelszentralität von rd. 109, somit bestehen weitere Potenziale zur Erhöhung der Strahlkraft des lokalen Einzelhandels teilweise zufriedenstellende bzw. auch hohe sortimentspezifische Zentralitäten im Greizer Einzelhandel nur geringfügige Steigerung der Bindungsquoten in ausgewählten Branchen in den nächsten Jahren möglich
Entwicklungsmöglichkeiten	<ul style="list-style-type: none"> geringe quantitative Entwicklungsmöglichkeiten des Greizer Einzelhandels, insbesondere unter dem Blickwinkel der demographischen Entwicklung Entwicklungspotenziale bestehen nur in einzelnen Branchen

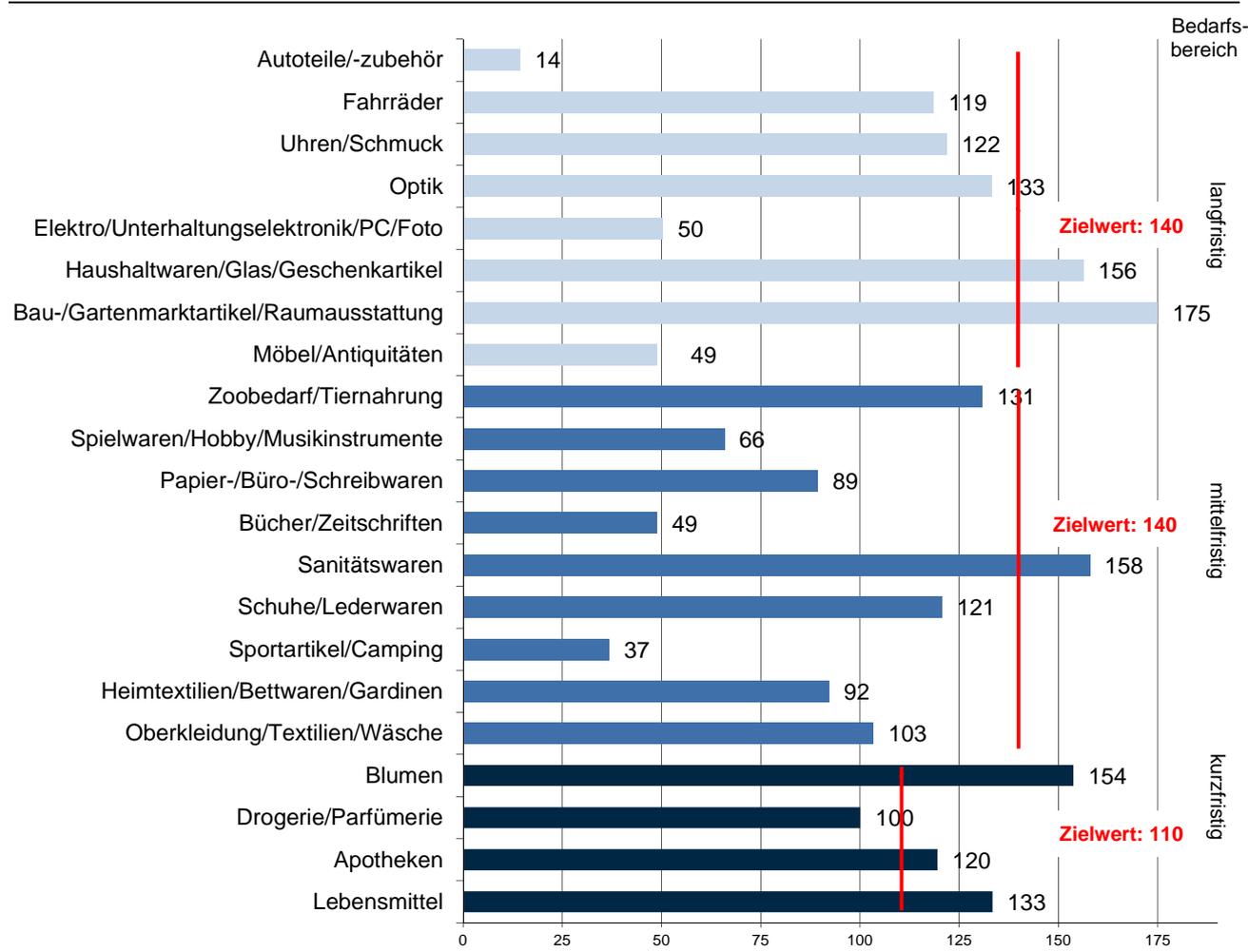
Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

102 Im direkten Umfeld von Greiz befinden sich die Grundzentren Weida und Berga/Elster.

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

Im Fazit der vorstehenden Ausführungen wird der Stadt Greiz aus fachgutachterlicher Sicht empfohlen, eine Orientierung an dem Positivszenario (Szenario B) vorzunehmen, um die mittelzentrale Versorgungsbedeutung von Greiz zu erhalten und branchenspezifisch dynamisch auszubauen. In der folgenden Darstellung werden die zu erwartenden Bindungsquoten der einzelnen Branchen im Jahr 2025¹⁰⁴ und die empfohlenen **Ziel-Bindungsquoten** für den Greizer Einzelhandel zu diesem Zeitpunkt dargestellt.

Abbildung 24: Ziel-Bindungsquoten für Greiz (Szenario B)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Mit Blick auf die Zielwerte und unter Berücksichtigung des rückläufigen Marktpotenzials zeichnen sich in der auf das Jahr 2025 projizierten Bestandssituation in einigen Branchen quantitative Flächenüberhänge ab, da die Zielwerte der Kaufkraftbindung bereits erreicht bzw. überschritten werden. Somit ist für die Stadt Greiz – auch unter Berücksichtigung einer anteiligen Kaufkraftbindung in ihrem Einzugsgebiet – in einigen Branchen (bspw. Lebensmittel, Blumen, Sanitätswaren, Baummarktartikel, Haushaltsartikel) kein zusätzlicher quantitativer Entwicklungsbedarf vorhanden. In anderen Branchen erwächst jedoch ein Erweiterungsbedarf, der nachfolgend einer gesonderten Betrachtung unterzogen wird.

104 Bei der Modellrechnung der Bindungsquoten für das Jahr 2025 wird die zu dem Zeitpunkt zu erwartende Kaufkraft von 164,1 Mio. EUR zugrunde gelegt (vgl. Tab. 14). Auf der anderen Seite werden der Kaufkraft die aktuell erzielten Umsätze des Greizer Einzelhandels gegenüber gestellt. Da sich das Marktpotenzial bis zum Jahr 2025 vermindern wird, werden sich die branchenspezifischen Zentralitäten – bei einem unterstellten gleichbleibenden Umsatz – erhöhen. Da jedoch die Zentralitäten nicht beliebig gesteigert werden können, bedeutet dies auf der anderen Seite, dass sich ggf. unrentable Betriebe vom Markt zurückziehen werden bzw. alle Handelsbetriebe grundsätzlich mit gewissen Umsatzeinbußen zu rechnen haben. Die jährlichen Umsatzrückgänge würden im Durchschnitt ca. 1 % betragen.

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

Die nachstehend angegebenen Größenordnungen sind als erste bzw. grobe Orientierungswerte für eine tragfähige und geeignete Erweiterung des Greizer Verkaufsflächenbestandes zu sehen. Bei der Berechnung wurden noch keine möglichen Betreiberkonzepte oder sonstigen standort- oder fachspezifische Erfordernisse berücksichtigt. Diese werden unter dem folgenden Punkt 7.3 angesprochen.

Die folgende Darstellung orientiert sich an dem beschriebenen Szenario B (vgl. Abb. 22). Es wird eine vollständige Kaufkraftbindung (100 %) der lokalen Nachfrage angenommen, während darüber hinaus im überörtlichen Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels eine anteilige Kaufkraftbindungsquote unterstellt wird. Im kurzfristigen Bedarfsbereich wird daher für die Stadt Greiz eine Bindungsquote von 110 % und im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich von 140 angesetzt, um so auch langfristig eine anteilige Versorgung der Bevölkerung im Umfeld von Greiz zu gewährleisten. Somit kann auch im gewissen Umfang sichergestellt werden, dass bei Vorhandensein eines optimal ausgeprägten Angebots vor Ort die Kaufkraftabwanderung zum Online-Handel minimiert werden kann.

Unter Berücksichtigung der jeweils zugrunde gelegten Bindungsquoten ergibt sich folgender **rechnerisch ermittelter Verkaufsflächenmehrbedarf** für Greiz. 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.¹⁰⁵

Tabelle 15: Rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf in Greiz bis zum Jahr 2025 (Circa-Werte)

	Szenario B
	m ²
Drogerie	300
Textilien	1.300
Sportartikel/Camping	550
Schuhe/Lederwaren	150
Bücher	250
Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente	250
Möbel	4.500
Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	1.300
Autoteile/-zubehör	300

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Die berechneten zusätzlichen Einzelhandelsflächen sind nicht als **starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung** in Greiz zu verstehen. Bei einer wesentlichen Überschreitung sind jedoch ggf. Umsatzumverteilungseffekte bzw. eine Marktverdrängung bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben zu erwarten, die im

¹⁰⁵ In der folgenden Tabelle wurden lediglich größere Ansiedlungspotenziale ab einer Verkaufsfläche von deutlich über 100 m² ausgewiesen.

Einzelfall unter der Berücksichtigung von versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten zu bewerten sind.

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

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

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

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

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

7.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept Greiz

Auf Basis der Erkenntnisse der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 6) und des vorstehenden rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenmehrbedarfs (vgl. Tab. 15) werden im Folgenden konkrete Nutzungsmöglichkeiten erarbeitet, da die vorangegangene Ermittlung der mittelfristig tragfähigen Verkaufsflächenspielfläche lediglich einen ersten Orientierungsrahmen für die quantitative Flächenentwicklung in Greiz darstellt.

Die nachstehenden Ansiedlungsvorschläge beziehen sich auf Nutzungen, die auf Grundlage der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen und der prospektiven Entwicklung der Nachfrage in Greiz umsetzbar sind. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die bereits vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Greiz als Einzelhandelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und betriebswirtschaftliche bzw. fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen) berücksichtigt.¹⁰⁶

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

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

7.3.1. Lebensmittel (Food)

Unter Punkt 6.4 wurde eine Analyse des Lebensmitteleinzelhandels in Greiz durchgeführt. Auf Basis des Bestandes an Lebensmittelverkaufsfläche und der zu erwartenden Nachfrage bis zum Jahr 2025 ist zukünftig kein rechnerischer Erweiterungsbedarf in Greiz vorhanden. Die Angebotsanalyse zeigt, dass für die Einwohnerzahl von Greiz mit rd. 0,75 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner eine **ausreichende Gesamt-lebensmittelverkaufsfläche** besteht. Hinsichtlich der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen ist ein – für die Stadtgröße – ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden, wobei als Träger der Lebensmittelversorgung die Betriebstypen Verbrauchermarkt, Supermarkt und Discounter fungieren (vgl. Tab. 10).

Die strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels befinden sich in siedlungs- bzw. teilsiedlungsintegrierten Lagen der Greizer Kernstadt, so dass eine angemessene Versorgung für die Wohnbevölkerung in dem jeweiligen Umfeld des Marktes erfolgt. Als wesentliche Magnetanbieter fungieren die Verbrauchermärkte von Kaufland und Spectrum, der Supermarkt von REWE sowie die Discounter Aldi, Lidl, Penny und Netto. In der Altstadt ist mit Spar lediglich ein kleineres SB-Geschäft mit einer geringen Strahlkraft vorhanden.

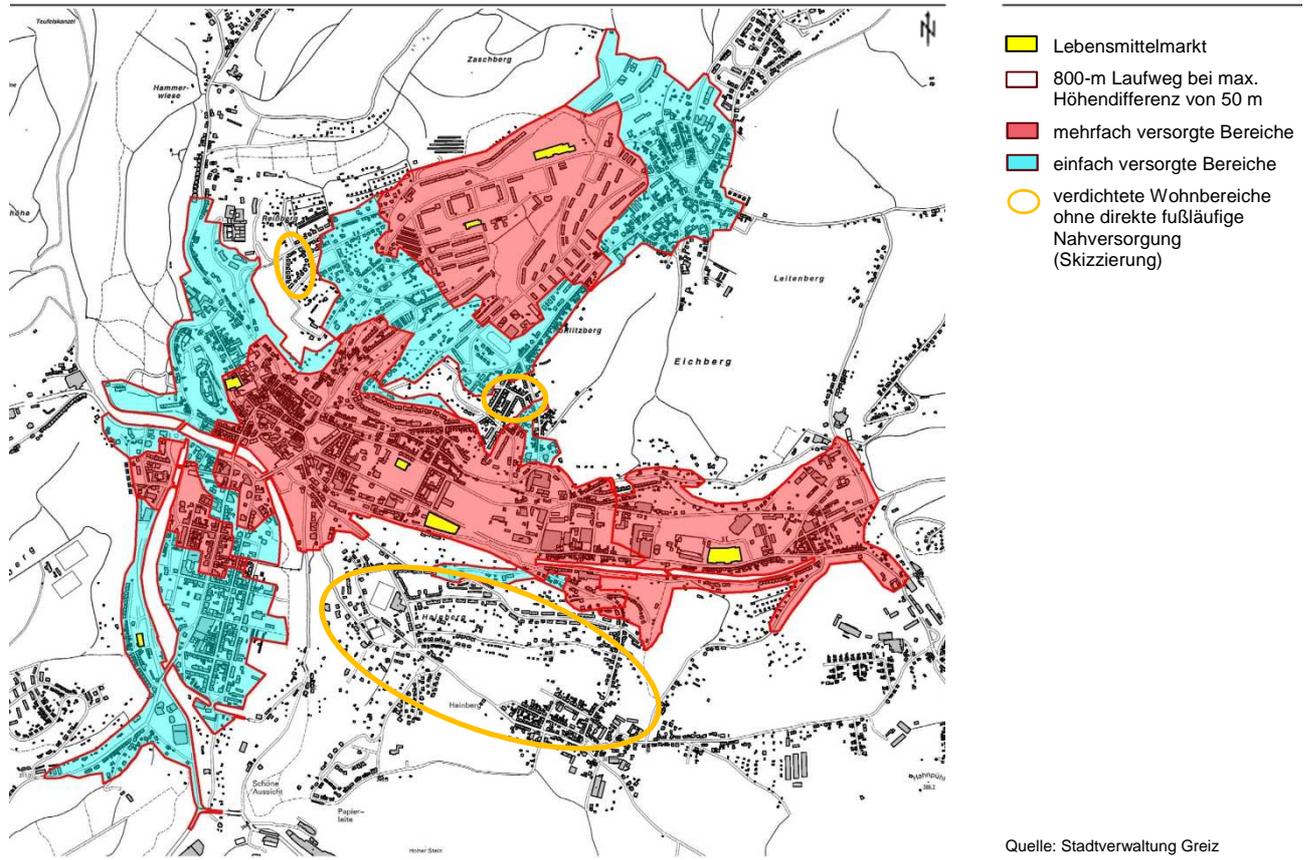
Um die Nahversorgung mit Lebensmitteln zu optimieren, wäre eine (Neu-)Ansiedlung von weiteren Lebensmittelmärkten in unterversorgten Gebieten notwendig (vgl. folgende Karte 9). Hierbei handelt es sich um Teile der Wohnsiedlungsbereiche Grüne Linde (zwischen Altstadt und dem Ortsteil bzw. dem DDR-Neubaugebiet Pohlitz), Reißberg und Raunerstraße/Beethovenstraße bzw. Irchwitz.

Alle genannten Wohnquartiere sind durch eine hohe ansteigende Topographie geprägt, so dass grundsätzlich die räumlichen Standortvoraussetzungen zur Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht gegeben sind. Da sich auch fußläufige Wegebeziehungen innerhalb dieser Siedlungsgebiete nur schwer ausbilden lassen,

¹⁰⁶ 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.

ist – auch unter dem Blickwinkel der hohen gesamtstädtischen Ausstattungsdichte – die Ansiedlung eines zusätzlichen Lebensmittelmarktes in diesen Bereichen nicht zu empfehlen. Demzufolge müssen die Einwohner in diesen Gebieten – sofern der Einkauf von Lebensmitteln fußläufig erfolgen soll – längere Laufwege zur Deckung der Nachfrage in Kauf nehmen.

Karte 9: Fußläufige Nahbereiche der strukturprägenden Lebensmittelanbieter in der Kernstadt



In der vorstehenden Karte wird deutlich, dass neben unterversorgten Gebieten auch Wohnbereiche mit einem mehrfachen Angebot bestehen. Solche überlappenden Bereiche sind – nicht nur in Greiz – üblich, da Lebensmittelmärkte auf Grund der meist historisch gewachsenen städtebaulichen Gegebenheiten nicht idealtypisch mit einem jeweils gleichen Abstand zueinander innerhalb eines Stadtgebietes platziert werden können. Modelltheoretisch wäre somit eine Optimierung der räumlichen Angebotsstruktur zwar möglich, jedoch auf Grund der bereits bestehenden und langfristig eingeführten Angebotsstandorte und der fehlenden Betreiberfügbarkeit bei einer Neubelegung (bzw. einem Umzug) nicht realistisch.

Im Fazit ist eine flächenseitige **Optimierung der Nahversorgungsstruktur in der Kernstadt** durch die weitere Ansiedlung von Lebensmittelmärkten – mit Ausnahme der Altstadt – bezüglich der vorstehenden Analyse nicht notwendig. Grundsätzlich sollten daher die bestehenden Lebensmittelanbieter – insbesondere in Nahversorgungslagen – gestärkt werden, um das aktuelle Netz an Lebensmittelmärkten zu sichern. Als Maßnahmen sind insbesondere die Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen und eine kundenattraktive Darstellung des jeweiligen Marktes zu nennen.

Im Rahmen der Standortsicherung bzw. der Attraktivitätssteigerung von Lebensmittelanbietern ist auch ggf. eine flächenseitige Erweiterung eines Lebensmittelmarktes möglich. Hierbei sollte jedoch prinzipiell auf eine maßvolle bzw. dem Standort angepasste Erweiterung geachtet werden, um keine wesentlichen Kaufkraftumverlagerungen von anderen Nahversorgungsstandorten zu induzieren. Bei einer möglichen flächen-

seitigen Erweiterung ist lediglich auf solche Anbieter abzustellen, die in einer siedlungsintegrierten Lage¹⁰⁷ verortet sind und einen wichtigen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung leisten. Bei bestehenden Standorten in teil-siedlungsintegrierten Lagen ist ein deutlich restriktiverer Umgang hinsichtlich einer Betriebserweiterung zu empfehlen.

In dem gesamten Bereich Innenstadt ist aktuell keine Unterversorgung erkennbar. Im Rahmen der Stärkung der **Nahversorgungskompetenz der Altstadt** sollte jedoch an dem Potenzialstandort Marstallstraße ein Lebensmittelmarkt etabliert werden. Dies ergibt sich aus der Notwendigkeit, für die Altstadt ein attraktives Lebensmittelangebot zu schaffen, da das bestehende SB-Geschäft in der Altstadtgalerie auf Grund seiner Größe und der Standortqualität keine gesamtörtliche Magnetwirkung entfalten kann. Bei der Ansiedlung eines entsprechenden Angebots auf der genannten Potenzialfläche ist von einer Steigerung der innerstädtischen Einzelhandelsattraktivität und somit von Kundenzuführeffekten für den Handel in diesem zentralen Versorgungsbereich auszugehen (vgl. folgenden Punkt 8.3.2.1).

In den nicht-verstädterten bzw. den **ländlich geprägten Ortsteilen** von Greiz ist kein größerer Lebensmittelmarkt angesiedelt. Mit Ausnahme von verschiedenen Nahrungsmittelhandwerkern sind lediglich in Dörlau und in Obergrochlitz jeweils Lebensmittelgeschäfte vorhanden, die eine anteilige Lebensmittelversorgung der lokalen Bevölkerung übernehmen können.¹⁰⁸

Das Fehlen von größeren Lebensmittelanbietern ist vor allem auf die verhältnismäßig geringe Mantelbevölkerung in den einzelnen Greizer Ortsteilen zurückzuführen, so dass hieraus ein niedriges Nachfragepotenzial resultiert.¹⁰⁹ Ferner wird die Lebensmittelversorgung bspw. in den größeren peripheren Ortsteilen wie Schönfeld oder Reinsdorf-Waltersdorf bereits durch naheliegende bzw. gut anfahrbare Lebensmittelmärkte in der Kernstadt übernommen, so dass in diesen Ortsteilen die Ansiedlung eines größeren Lebensmittelanbieters nicht realistisch ist.

In den restlichen Ortsteilen (Ausnahme Obergrochlitz) ist eine Wohnbevölkerung von rd. 500 Einwohnern bzw. noch weniger Personen vorhanden, wodurch der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt sind. Insbesondere ist die Installation eines Lebensmittelmarktes bzw. auch nur eines größeren SB-Geschäftes (vgl. Anlage 3) i.d.R. aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch zukünftig nicht möglich.¹¹⁰

Dies resultiert u.a. aus folgenden Gründen:

- Die Kundenakzeptanz von kleineren Geschäften ist nur bedingt vorhanden. Der „Wocheneinkauf“ wird i.d.R. in größeren Lebensmittelmärkten getätigt, lediglich das „Vergessene“ wird dann vor Ort gekauft.
- Kleineren Geschäften wird keine Preiskompetenz zugetraut, der Einkauf wird oft als zu teuer eingeschätzt.
- Verbraucher mit einem Kfz decken ihre Nachfrage oft auf dem Arbeitsweg oder bei separaten Einkaufsfahrten. Die Lebensmittelgeschäfte in Ortsteilen werden vordringlich meist nur durch ältere und nicht-mobile Konsumenten besucht.
- Kleinere Lebensmittelgeschäfte können kein vollumfängliches Sortiment offerieren. Auf Grund der Sortimentslücken – die auch aus dem nur teilweisen Warenabverkauf resultieren – kann die Nachfrage nicht vollumfänglich abdeckt werden.

107 vgl. Tab. 11.

108 In den dezentralen Ortsteilen sind derzeit insgesamt 14 Lebensmittelanbieter vorhanden, wobei sich das Angebot überwiegend aus Nahrungsmittelhandwerkern zusammensetzt.

109 Als minimale Untergrenze benötigt ein Lebensmittelmarkt von rd. 800 m² Verkaufsfläche i.d.R. eine Einwohnerzahl von 3.000 Personen.

110 Bei einer (hypothetischen) ortsteilbezogenen Einwohnerzahl von 400 Personen errechnet sich ein Nachfragevolumen nach Lebensmitteln von ca. 0,82 Mio. EUR (vgl. Berechnungsmethodik unter Pkt. 5.3). Würde ein entsprechender Markt mit bspw. 200 m² Verkaufsfläche einen Marktanteil von 30 % bis maximal 40 % erzielen, errechnet sich ein Jahrumsatz von 0,25 bis 0,33 Mio. EUR. Auf Basis der Verkaufsfläche ergibt sich eine Raumleistung von 1,3 bis 1,7 TEUR/m². Bei diesem Wert ist der rentable Betrieb eines entsprechenden Marktes langfristig nicht möglich, da i.d.R. eine Raumleistung von über 2,5 TEUR/m² erzielt werden muss.

Neben den strukturellen Nachteilen von kleineren SB-Geschäften besteht grundsätzlich das Problem der Betreiber Verfügbarkeit. Da diese Geschäfte i.d.R. nur einen geringen Gewinn erwirtschaften, stellt sich der Betrieb oft als wenig lukrativ dar. Ferner ist auch aus diesem Grund die Übernahme eines Bestandsbetriebes selten, da es sich meist um sog. Grenzertragsbetriebe handelt.

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

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

7.3.2. Non-Food

Auf Grundlage der erfolgten Branchenanalyse (vgl. Pkt. 6.3.2-6.3.4) und des rechnerisch ermittelten Verkaufsflächenmehrbedarfs (vgl. Tab. 15) werden nachstehend mögliche Erweiterungsoptionen für den Einzelhandel mit Non-Food-Sortimenten ausgearbeitet bzw. diskutiert. Es ist darauf zu verweisen, dass die Ansiedlungspotenziale für den Prognosezeitraum von ca. 10 Jahren ermittelt wurden. Da in diesem Zeitraum mit einem rückläufigen Nachfragevolumen zu rechnen ist, liegt die aktuelle Flächennachfrage naturgemäß höher.

Nachstehend erfolgt eine branchenspezifische Einschätzung, wobei lediglich flächenseitig größere Ansiedlungspotenziale bewertet werden.

- In der Branche **Drogeriewaren** ist seit der erfolgten Absiedlung von Schlecker (2012) lediglich ein Drogeriemarkt (dm mit knapp 400 m² VK) vorhanden. Das Sortiment wird ferner in Lebensmittelmärkten angeboten, wobei die größten Flächen im Kaufland- und im Spectrum-Verbrauchermarkt (jeweils zwischen 300 bis 400 m²) vorhanden sind.

Demnach bestehen grundsätzlich Erweiterungs- bzw. auch Ansiedlungschancen für einen Drogeriemarktanbieter, wenngleich der langfristig rechnerische Verkaufsflächenmehrbedarf für das Drogeriewarensortiment von rd. 300 m² (vgl. Tab. 15) unterhalb der üblichen Marktzutrittsgröße eines Drogeriemarktes¹¹¹ liegt.

Da ein moderner Drogeriemarkt auch diverse Randsortimente führt und grundsätzlich einen Angebotsmagneten darstellt, ist perspektivisch für die Komplettierung der gesamtstädtischen Angebotsvielfalt die Erweiterung des dm-Bestandsmarktes bzw. auch die Neuansiedlung eines entsprechenden Drogeriewarenanbieters zu empfehlen. Als Ansiedlungsstandort sollte ausschließlich eine Lage innerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches – vordringlich innerhalb der Altstadt – gewählt werden. Als mögliche Option ist auch die Erweiterung des bestehenden innerstädtischen dm-Marktes zu sehen, dessen Verkaufsfläche derzeit mit knapp 400 m² nicht konzeptkonform ausfällt.

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

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

Die Ansiedlung von weiteren Modeanbietern ist ausschließlich auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu lenken. In der Greizer Altstadt sind ausreichende Potenzialflächen – bspw. in Form von Baulücken oder Leerständen – vorhanden, die auch mit attraktiven Modekonzepten genutzt werden können. Als mögliche Ansiedlungsflächen sind neben den meist kleinteiligen Leerstandsflächen in der Hauptgeschäftslage auch mögliche zu bebauende Potenzialflächen¹¹² zu sehen, die derzeit keiner qualifizierten Nutzung unterliegen.

Grundsätzlich sollte versucht werden, größere Modegeschäfte zu etablieren, um die Auswahlbreite und -tiefe innerhalb der einzelnen Modelabels zu erhöhen. Hierbei sind auch unterschiedliche bzw.

111 Die Marktzutrittsgröße liegt bei Drogeriemärkten zwischen 600 bis 700 m², wobei neben Drogeriewaren i.d.R. weitere Randsortimente geführt werden.

112 Beispielhaft sind Baulücken am von-Westernhagen-Platz, der Marktstraße, der Marienstraße oder die Potenzialfläche Marstall zu nennen.

polarisierende Konzepte empfehlenswert, da so eine möglichst breite Kundenbasis angesprochen werden kann.

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

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

- Die rechnerisch ermittelte Erweiterungsoption in der **Buchbranche** ist als schwer umsetzbar einzustufen, da der Online-Handel hohe Marktanteile in dieser Branche generiert (vgl. Abb. 8) und aktuell im stationären Bucheinzelhandel von stagnierenden Erlösen auszugehen ist. Zukünftig wäre jedoch eine erweiterte Verkaufsfläche in dieser Branche wünschenswert, wobei als Ansiedlungsstandort ausschließlich der zentrale innerstädtische Versorgungsbereich in Frage kommt.
- Für die **Spielwarenbranche** ergibt sich unter Einbezug des Einzugsgebietes ein Erweiterungsbedarf an Verkaufsfläche. Hierbei ist jedoch auf die demographische Entwicklung in Greiz zu verweisen (vgl. Abb. 11 i.V.m. Abb. 3), so dass sich die Ausgaben in diesem Segment in den nächsten Jahren eher rückläufig entwickeln werden. Trotzdem ist in dieser Branche ein gewisser Ansiedlungsbedarf zu sehen.
- In der **Möbelbranche** besteht ein rechnerischer Flächenbedarf von rd. 4.500 m² (vgl. Tab. 15). Das genannte Flächenpotenzial liegt deutlich unterhalb der Marktzutrittsgröße von potenziellen Betreibern,¹¹³ so dass die Ansiedlung eines Möbelhauses (Vollsortiment) nicht realistisch ist. Grundsätzlich kann die Ansiedlung eines Vollsortimentsmöbelhauses (Wohnkaufhaus) auch hinsichtlich des geringen Einzugsgebiets nicht erfolgversprechend sein. Ferner ist zu beachten, dass im regionalen Umfeld von Greiz (bspw. in Gera, Zwickau, Plauen) bereits verschiedene Vollsortimentsanbieter vorhanden sind.
 In Greiz sind bereits zwei größere Anbieter adressiert, so dass eine anteilige Versorgung der Greizer Konsumenten möglich ist. Perspektivisch ist jedoch die Ansiedlung oder Erweiterung von Spezialanbietern (bspw. Küchenstudio, Möbelmitnahme-/ Möbelfachmarkt) realisierbar, wobei die Entwicklungsfläche nur auf die Einwohner des Verflechtungsbereiches von Greiz abgestellt sein sollte. Als Standort sollte eine integrierte Lage mit guter Verkehrsanbindung gewählt werden, wobei auch die Erweiterung der beiden bestehenden inhabergeführten Möbelanbieter möglich und empfehlenswert ist. Die Flächenerweiterung im Möbelhandel würde nicht zu schädlichen Auswirkungen führen, da aktuell ein großer Teil der Möbelkaufkraft aus Greiz in andere Städte abfließt.
- Im Segment Consumer Electronics (**Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ Computer/ Telefonie**) besteht ein rechnerischer Ansiedlungsbedarf für ca. 1.300 m² Verkaufsfläche, da der Großteil der lokalen Kaufkraft aus Greiz abfließt¹¹⁴ und vornehmlich von Großbetriebsformen (sog. Elektrofachmärkte) außerhalb von Greiz gebunden wird. Mit dem Hinzutreten eines Fachmarktes würde sich eine erhöhte Ausstrahlung in diesem Sortiment ergeben, was die Akzeptanz von Greiz als Einkaufsstadt deutlich steigern würde.

113 Die Marktzutrittsgröße für ein Wohnkaufhaus („Vollsortimenter“) liegt bei minimal 10.000 m². Die Verkaufsflächen betragen bei kleineren Vollsortimentern (z.B. Porta, Finke) i.d.R. bis zu 30.000 m², bei großen Vollsortimentern bzw. sog. Wohnkaufhäusern (z.B. Höffner, XXXLutz, Segmüller) ab ca. 30.000 m².

114 Die aktuelle Kaufkraftbindung der Greizer Händler liegt in diesem Bereich bei lediglich 45 % der lokalen Kaufkraft (vgl. Abb. 19), so dass der Großteil der Nachfrage außerhalb von Greiz gebunden wird.

Aus diesem Grund ist die Ansiedlung eines Fachmarktes zu empfehlen, wobei die Verkaufsfläche für ein Fachmarktkonzept bei einer Mindestbetriebsgröße von rd. 1.200 m² liegt. Diese Fläche ist notwendig, da insbesondere die großvolumigen Elektrogeräte („Weiße Ware“) einen hohen Flächenverzehr besitzen. Als Ansiedlungsstandort ist der zentrale Versorgungsbereich Altstadt zu wählen, da solch einem Markt eine hohe zentralitätsbildende Wirkung zukommt.

Die vorstehende Ansiedlungsoption ist im Zusammenhang mit der Revitalisierung der Altstadtgalerie zu sehen, da hier eine größere Fläche für Elektrowaren/Unterhaltungselektronik geschaffen werden soll.¹¹⁵

- Das Marktpotenzial in Greiz und im 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, da für die wirtschaftliche Auslastung eines solchen Anbieters eine Ausstrahlung auf das Umfeld von Greiz bzw. die Bindung von überörtlichen Konsumentenpotenzialen notwendig ist.

Für den Großteil der vorstehenden Ansiedlungspotenziale wird eine Entwicklung in den beiden zentralen Versorgungsbereichen (vgl. Punkte 8.3.2/8.3.3), vordringlich im zentralen Versorgungsbereich Altstadt vorgeschlagen. Folgende **Potenzialflächen** kommen für eine langfristige Belegung mit Einzelhandel hier infrage:

- Nutzung von aktuellem Leerstand, insbesondere von verschiedenen, meist kleinformatischen innerstädtischen Ladenlokalen.¹¹⁶
- Umnutzung von innerstädtischen Bestandsobjekten, die mit einer minderwertigen Einzelhandelsnutzung oder mit einzelhandelsfremdem Gewerbe um- bzw. zwischengenutzt sind.
- Bebauung von Potenzial- bzw. Brachflächen, bspw. der Baulücken in der Marien- und der Marktstraße, auf dem von-Westernhagen-Platz und insbesondere Neubebauung des Geländes am Marstall (vgl. Punkt 8.3.2).
- Umstrukturierung des Nahversorgungszentrums Spectrum-Center.

Auf Basis des bestehenden Leerstands ist davon auszugehen, dass nicht alle vorgeschlagenen Entwicklungspotenziale in der Altstadt durch die Nachnutzung von Leerstandsobjekten realisiert werden können. Grundsätzlich stehen in dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt zwar derzeit 12 Ladenlokale mit einer geschätzten Gesamtfläche von 400 bis 500 m² leer, deren einzelbetriebliche Verkaufsfläche liegt jedoch augenscheinlich zum großen Teil unter 50 m² je Geschäft.¹¹⁷

Abbildung 25: Innerstädtische Leerstandsflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

115 Die Ansiedlung ist bereits erfolgt, da in der Altstadtgalerie ein Unterhaltungselektronikmarkt (inkl. Küchenstudio) eröffnet wurde.

116 In der Greizer Altstadt wird aktuell die Altstadt-Galerie umgebaut, welche die einzige größere zusammenhängende Verkaufsfläche in der Altstadt darstellt. Das Nutzungskonzept für diese Fläche ist nur teilweise bekannt.

117 Von den 12 Leerständen ist der Großteil der Angebotsflächen sofort nutzbar. Lediglich zwei Gewerbeeinheiten müssen vollumfänglich saniert werden. Die gezählten Leerstände beinhalten nicht die Altstadt-Galerie, da dieses Objekt aktuell umgebaut wird.

Neben leerstehenden Ladeneinheiten werden derzeit auch Gewerbeeinheiten durch einzelhandelsfremde Nutzungen belegt. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass bei einer erhöhten Nachfrage nach Einzelhandelsflächen diese Potenziale einer Einzelhandelsnutzung wieder zugeführt werden könnten. Wie im Fall der Leerstandsflächen ist jedoch zu konstatieren, dass der Großteil dieser Ladeneinheiten nur eine geringe Verkaufsfläche besitzt und somit für zahlreiche Handelskonzepte nicht infrage kommt.

Abbildung 26: Einzelhandelsfremde Nutzungen von Gewerbeflächen in der Altstadt (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

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

Grundsätzlich ist bei einer flächenseitigen Erweiterung des Innenstadthandels neben der Nutzung von Leerstandsreserven insbesondere eine Bebauung von Brachflächen bzw. Baulücken in Betracht zu ziehen. Derzeit existieren drei größere Potenzialflächen, bei deren Bebauung insbesondere die Erdgeschosszonen durch Handel genutzt werden könnten. Eine wesentliche Bedeutung hat dabei das sog. Marstall-Areal, dem perspektivisch eine wichtige Magnetfunktion zukommt (vgl. Punkt 8.3.2).

Abbildung 27: Innerstädtische Potenzialflächen zur Ansiedlung von Einzelhandel (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Außerhalb der Greizer Altstadt bestehen diverse Leerstände, die vor allem durch Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten belegt werden könnten. Hierbei handelt es sich bspw. um leerstehende Ladeneinheiten, die vormals durch großformatige Handelsbetriebe belegt wurden.¹¹⁸ Grundsätzlich ist an solchen Standorten eine Nutzung ausschließlich mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten zu empfehlen, auch um den Flächenneuverbrauch bei Einzelhandelsneansiedlungen in diesem Segment in Greiz zu limitieren.

¹¹⁸ Beispielhaft sind die Leerstandsflächen von ATU (rd. 350 m²) in der Straße An der Eisbahn oder von Plus (rd. 700 m²) an der Gerhart-Hauptmann-Straße zu nennen. Weiterhin sind in Streulagen zahlreiche, meist kleinformatische Gewerbeeinheiten vorhanden. Eine Wiederbelegung dieser Flächen mit einer Handelsnutzung ist größtenteils auf Grund der geringeren Verkaufsfläche und der eingeschränkten Lagequalität nicht möglich.

7.3.3. Zusammenfassung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts

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

Tabelle 16: Entwicklungspotenziale für den Greizer Einzelhandel (Kurzzusammenfassung)

Branche	Betriebstyp	Bemerkung
Drogerie	Drogeriemarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines weiteren leistungsfähigen Drogeriemarktes, um einen gesamtstädtischen Angebotsschwerpunkt in dieser Branchen zu schaffen ▪ <u>Standort</u>: zentrale Versorgungsbereiche, vordringlich zentraler Versorgungsbereich Altstadt
Textilien/ Schuhe/ Sport	Fachgeschäfte/ Fachmärkte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung verschiedener Modeanbieter ausschließlich in der Greizer Altstadt, um auf Kopplungen innerhalb der Modebranche zurückgreifen zu können ▪ Fokussierung auf Textil-/ Schuhfilialisten mit hoher Ausstrahlungskraft ▪ Entwicklung möglichst großer Ladenflächen (>200 m² VK) ▪ Etablierung von weiteren Magnetanbietern ▪ Verlagerung von bestehenden Anbietern aus städtischen Randlagen ▪ <u>Standort</u>: zentraler Versorgungsbereich Altstadt
Bücher/ Spielwaren	Fachgeschäft	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Flächenseitige Erweiterung von bestehenden Anbietern ▪ <u>Standort</u>: zentraler Versorgungsbereich Altstadt
Möbel	Möbelfachmarkt/ Spezialanbieter	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung von weiteren attraktiven Möbelanbietern, insbesondere Spezialanbietern ▪ Flächenseitige Erweiterung eines bestehenden Möbelanbieters ▪ <u>Standort</u>: verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort, ideal wäre die Nachnutzung eines Bestandsstandortes und die räumliche Nähe zu bestehenden Handelsstandorten
Consumer Electronics	Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines Elektrofachmarktes oder auch eines großen Fachgeschäftes ▪ Ergänzung des Sortiments durch Werkstatt und Serviceangebote notwendig ▪ <u>Standort</u>: zentraler Versorgungsbereich Altstadt
Autoteile/ -zubehör	Fachmarkt	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines Autoteilefachmarkts ▪ Ergänzung des Sortiments durch Werkstatt und Serviceangebote notwendig ▪ <u>Standort</u>: verkehrsgünstiger bzw. sehr gut erreichbarer Standort im gesamten Stadtgebiet

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anmerkung: Bei den vorstehenden quantitativen Entwicklungspotenzialen wurden mögliche Abschmelzungen von leistungsschwachen oder sog. Grenzertragsbetrieben nicht berücksichtigt. Naturgemäß würden sich demzufolge höhere Ansiedlungspotenziale ergeben. Die unter Punkt 7.3.2 dargestellten Verkaufsflächen sind Circa-Angaben und naturgemäß nicht quadratmetergenau umsetzbar.

Es ist darauf zu verweisen, dass die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe auf einer Steigerung der **Marktbedeutung des Greizer 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 Greizer Einzelhandels. Selbige sind raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter und der empfohlenen Neuansiedlungen deutlich unter dem prognostizierten Marktvolumen im dargestellten Einzugsgebiet des Greizer Einzelhandels¹¹⁹ liegen. Die dargestellten Flächengrößen sollen vor allem als Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Greiz als notwendig bzw. wünschenswert einzustufen sind, um einen dauerhaft abgerundeten Branchenmix für die Konsumenten zu präsentieren.¹²⁰

Die dargestellten Erweiterungsoptionen des Greizer Einzelhandels wurden unter Berücksichtigung von Ziel-Bindungsquoten ermittelt. Diese wurden im kurzfristigen Bedarfsbereich mit 110 % angesetzt, um so eine optimale Vollversorgung der Bevölkerung in Greiz und auch im näheren Umfeld zu gewährleisten. Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich wurde eine erhöhte Bindungsquote von 140 % gewählt (vgl. Abb. 24), so dass auch nach der Umsetzung der vorstehenden Erweiterungs- bzw. Ansiedlungsoptionen eine Nachfrage in den jeweiligen Orten im Einzugsgebiet zur örtlichen Bindung besteht. Somit besitzen die umliegenden Orte ebenfalls Spielräume zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in allen Bedarfsbereichen, wenngleich sich – mit Ausnahme der Nahversorgung – auf Grund der geringen Bevölkerungszahl gerade in den kleinen Gemeinden im Einzugsgebiet keine dauerhaft tragfähigen Einzelhandelsstrukturen herausbilden können.

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

119 Der abgegrenzte Einzugsbereich des Greizer Einzelhandels liegt grundsätzlich innerhalb des landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereichs von Greiz. Auf Grund der räumlichen Nähe ist jedoch auch mit Kaufkraftzuflüssen aus der sächsischen Kleinstadt Elsterberg zu rechnen, was aus der räumlichen Nähe zu Greiz und aus der direkten verkehrlichen Anbindung durch die Bundesstraße (B 92) nach Greiz resultiert.

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

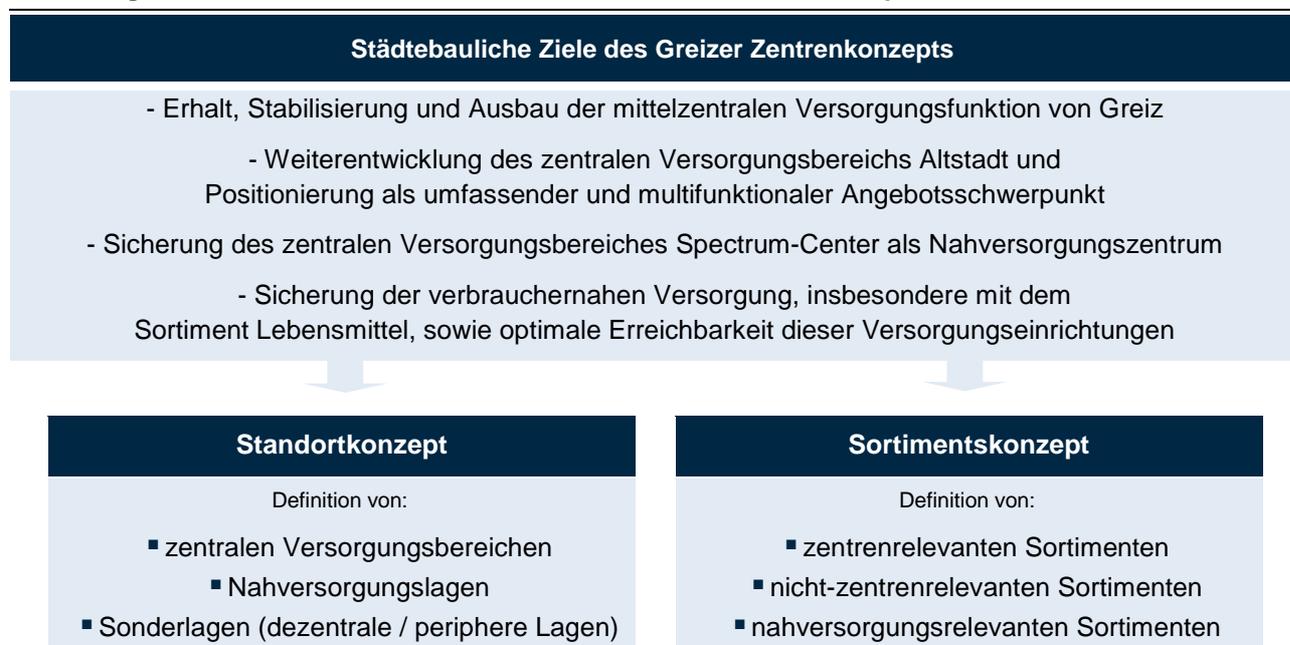
8. Zentrenkonzept der Stadt Greiz

8.1. Ziele des Zentrenkonzepts

Mit dem folgenden Zentrenkonzept werden die städtebaulichen Zielvorstellungen von Greiz 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 Greiz 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 28: Städtebauliche Ziele / Standort- und Sortimentskonzept für Greiz



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

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

8.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Greiz ein Zentrenkonzept abgeleitet, wobei auch das im Jahr 2009 erstellte Einzelhandelskonzept¹²¹ berücksichtigt wird. Das Zentrenkonzept verfolgt dabei nicht den Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb, da die Entwicklung des Handels eine originär privatwirtschaftliche Aufgabe ist. Mit dem Konzept soll vor allem eine räumliche Steuerung des insbesondere großflächigen Einzelhandels hin zu einer geordneten Stadtentwicklung erfolgen.

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

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.¹²² Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt.

Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.¹²³

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

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken.¹²⁴ 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

121 vgl. BBE Handelsberatung, Einzelhandelskonzept der Stadt Greiz im Vogtland (22.06.2009).

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

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

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

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 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 zentrale¹²⁵ Funktion, d.h. eine Mittelpunktfunktion hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.¹²⁶ 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 Greiz aus gutachterlicher Sicht nachfolgende ortsspezifische Anforderungskriterien als Grundlage für die Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen definiert. Hierbei wird grundsätzlich auf die Ausweisung eines sog. B-Zentrums (Stadtteilzentrum) verzichtet, da bezüglich der Stadtgröße von Greiz ein derartiges Zentrum nicht vorhanden ist bzw. auf Grund des Fehlens von größeren Stadtbezirken oder -teilen auch nicht entwickelt werden kann. Des Weiteren sollte das begrenzte Nachfragepotenzial in Greiz in dem A-Zentrum gebunden und nicht auf weitere Stadtbereiche verteilt werden. Letztlich ist auch die rückläufige Bevölkerungsentwicklung zu beachten, so dass zukünftig mit einer sinkenden Nachfrage und als Folge mit geringeren Umsatzpotenzialen für Greiz zu rechnen ist.

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

125 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.

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

Abbildung 29: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen

	Innenstadtzentrum (A-Zentrum)	Nahversorgungszentrum (C-Zentrum)
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtisch sowie überörtlich 	<ul style="list-style-type: none"> Wohnquartier, min. 3.000 Einwohner
Lage	<ul style="list-style-type: none"> Lage im zentralen Innenstadtbereich Hauptzentrum als größter integrierter Geschäftsbereich 	<ul style="list-style-type: none"> städtebaulich integrierte Lage bzw. wohnsiedlungsintegrierter Standort
Branchenmix	<ul style="list-style-type: none"> alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs 	<ul style="list-style-type: none"> Konzentration vor allem auf nahversorgungsrelevante Sortimente ggf. Ergänzung durch Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs
Sortiment	<ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite und -tiefe in allen zentrenrelevanten Branchen 	<ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite nur bei Lebensmitteln bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten
Mindeststandard für eine funktionsfähige Versorgungsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtischer Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten 	<ul style="list-style-type: none"> minimal 8 Betriebe und minimal 2.000 m² Gesamtverkaufsfläche, davon möglichst ein Lebensmittelanbieter (z.B. Supermarkt, Discounter)
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> in möglichst allen Bereichen 	<ul style="list-style-type: none"> Super-/Verbrauchermarkt/ Discounter (Food) Drogeriemarkt
Betriebstypen	<ul style="list-style-type: none"> alle Betriebstypen 	<ul style="list-style-type: none"> Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Drogeriemarkt, Apotheke
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> v.a. mittleres und gehobenes Niveau 	<ul style="list-style-type: none"> mittleres bzw. auch Discountniveau
Komplementärnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> finanz-, personal-, konsumorientierte Dienstleister, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter, öffentliche Verwaltung 	<ul style="list-style-type: none"> wünschenswert wären: finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/ Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, (Klein-)Gastronomie
Räumliche Ausdehnung	<ul style="list-style-type: none"> entsprechend den räumlichen Gegebenheiten 	<ul style="list-style-type: none"> funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von ca. 100 m bzw. innerhalb eines Gebäudekomplexes
Verkehrserreichung	<ul style="list-style-type: none"> Parkraumkonzept zentrale ÖPNV-Haltestelle Fußgänger- oder verkehrsberuhigte Zone 	<ul style="list-style-type: none"> Pkw-Stellplätze Anbindung an ÖPNV Fuß-/Fahrradweganbindung
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion gesamt- und überörtliche Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> Versorgung für umliegende Wohngebiete/-quartiere vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Die räumliche **Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten¹²⁷ vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachstehend werden die wesentlichen Abgrenzungskriterien überblicksartig aufgeführt, die in Folge von der BBE bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche in Greiz berücksichtigt werden.

Abbildung 30: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

	Bestimmungsgrößen
Quantitative Kriterien	Verkaufsflächenbestand, Handelsdichte, Branchenmix, Multifunktionalität durch Dienstleister, Gastronomie etc., öffentliche Nutzungen
Qualitative Kriterien	Ladenstruktur, Ladengestaltung, Werbung, Präsentation
Städtebauliche Kriterien	Bebauungsstruktur, Barrieren, Verkehrsstruktur, Gestaltung öffentlicher Raum (Möblierung, Pflasterung, Begrünung etc.), Stadtbild, Kompaktheit, Architektur, räumliche Zusammenhänge und Wegeverbindungen
Bevölkerung	ausreichende Mantelbevölkerung, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Ortsteil, Kundenfrequenzen
Erreichbarkeit	fußläufige Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, ÖPNV-Anschluss
Versorgungs-/ Einzelhandelscharakter	Bedarfshäufigkeit/Fristigkeit des Angebots, vorhandene Magnetbetriebe, Ausrichtung von standortprägenden Einzelhandelsbetrieben
Ökonomische Voraussetzungen	ausreichendes Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial, perspektivische Entwicklung der Kaufkraft, Einwohner im Nahbereich

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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 etabliert werden können bzw. auch in verdichteten Wohnquartieren eine Nahversorgung notwendig ist. Dies betrifft auch großformatige Einzelhandelsanbieter – vor allem mit sog. nicht-zentrenrelevanten Sortimenten – die in integrierten Lagen oft nicht untergebracht werden können.

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

Diese Standorte sind i.d.R. durch einen Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels (bspw. Discounter, Verbraucher-/Supermarkt) und teilweise weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Nahversorgung dar. Diese Angebotsstandorte dienen insbesondere der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölke-

¹²⁷ Anmerkung: Ein innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich muss nicht zwingend dem Hauptgeschäftsbereich einer Stadt entsprechen und muss bspw. auch nicht mit einer Kern- oder Sondergebietsausweisung in Bebauungsplänen übereinstimmen.

rung bzw. der sog. Grundversorgung.¹²⁸ Die Ausstattung dieser Nahversorgungsstandorte kann in Bezug auf die Größe bzw. Komplexität erheblich schwanken, ist jedoch ausschließlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente bzw. das Lebensmittelsortiment fokussiert.

Die Standorteigenschaften eines Nahversorgungsstandortes werden wie folgt definiert:

- räumliche und funktionale Zuordnung zu einem Siedlungsschwerpunkt (bspw. Stadtteil, Wohnquartier),
- wohnsiedlungsintegrierte Lage,¹²⁹
- zentrale und für die Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbare Lage, möglichst barrierefreier Zugang,
- hohe Mantelbevölkerung im unmittelbaren Umfeld (in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen),
- ÖPNV-Anbindung (optional).

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

Das vorstehende Angebot in zentralen Versorgungsbereichen 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 oft 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.¹³⁰ Ferner stehen diese Handelslagen auch teilweise in direkter Konkurrenz zu dem Angebot in zentralen Versorgungsbereichen (z.B. City-Center).

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

128 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.

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

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

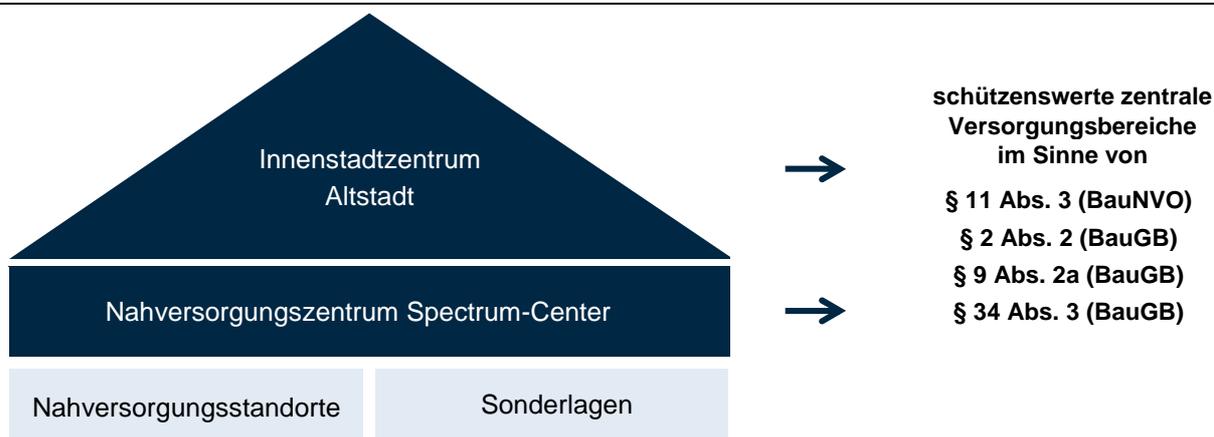
8.3. Zentren-/ Standortkonzept Greiz

8.3.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Die polyzentrische Siedlungsstruktur der Stadt Greiz 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 Greiz beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der Standortrahmenbedingungen erstellt wurde. Der Stadt Greiz wird ein zweistufiges hierarchisches Zentrenkonzept empfohlen, das die Ausweisung von zwei Arten von zentralen Versorgungsbereichen (Innenstadtzentrum/ Nahversorgungszentrum) beinhaltet. Diese beiden Bereiche werden durch Nahversorgungsstandorte und Sonderlagen/Ergänzungsstandorte komplettiert, die jedoch nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches besitzen.¹³¹

Abbildung 31: Modell der Zentrenstruktur von Greiz



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der **zentrale Versorgungsbereich Altstadt**¹³² soll auch zukünftig den Hauptangebotsschwerpunkt für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten darstellen. Damit soll einer breiten Streuung des Angebots über das gesamte Greizer Stadtgebiet entgegengewirkt werden. Dies ist insbesondere unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet. Ferner besitzt dieser Bereich diverse Potenzialflächen, so dass die Einzelhandelsfunktion verstärkt und zielgerichtet abgerundet werden kann.

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

Im östlichen Stadtgebiet von Greiz wurde ein **Nahversorgungszentrum** identifiziert. Dieser Versorgungsbereich (Spectrum-Center) übernimmt eine überwiegend stadtteilbezogene Versorgungsfunktion für den östlichen Kernstadtbereich und die angrenzenden peripheren Ortsteile. Auf Grund der aktuellen Ausstattung mit zwei Lebensmittelmärkten und arrondierenden weiteren Lebensmittelanbietern kann funktionsgerecht eine gute Abdeckung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten erreicht werden.

¹³¹ Diese Gliederung wurde der Stadt Greiz bereits im Einzelhandelskonzept 2009 empfohlen und sollte weiter beibehalten werden.

¹³² Anmerkung: Eine detaillierte Beschreibung des zentralen Versorgungsbereiches erfolgt auf den nächsten Seiten in diesem Kapitel.

In der Gerhart-Hauptmann-Straße 30 im DDR-Neubaugebiet Pohlitz ist ein weiteres (faktisches) Nahversorgungszentrum vorhanden. Dieses bezieht sich auf den räumlichen Umgriff eines gemischt genutzten Geschäftshauses, das straßenbegleitend nördlich der Gerhart-Hauptmann-Straße liegt. Dieser Handelsstandort ist in der Vergangenheit durch eine deutliche Erosion geprägt, was in der aktuell hohen Leerstandsquote, den Mindernutzungen und der maßgeblichen Belegung durch discountorientierte Betriebe sichtbar wird. Diese Trading-down-Effekte könnten sich verstärken, sofern sich auch der Magnetanbieter REWE von diesem Standort zurückzieht.

Der in der Vergangenheit zu beobachtende deutliche Bevölkerungsrückgang¹³³ wird sich in dem DDR-Neubaugebiet Pohlitz weiter fortsetzen, so dass sich für diese Handelslage die Standortvoraussetzungen weiter verschlechtern werden und keine objektiven Entwicklungsperspektiven bestehen. Dies wird auch in der Lagequalität deutlich, da sich das gesamte Einzugsgebiet des Standortes fast ausschließlich nur auf das DDR-Neubaugebiet Pohlitz und Alt-Pohlitz mit rd. 4.400 Personen bezieht. Somit sind perspektivisch keine Impulse für diesen Handelsstandort zu erwarten. Bezüglich der Lage des Standortes und der topographischen Gegebenheiten sind Kaufkraftzuflüsse aus anderen Stadträumen weitgehend auszuschließen.

Da sich der Standort ferner in Randlage zu dem genannten, verdichteten Wohnquartier befindet, kommt auch unter Berücksichtigung dieses lageseitigen Aspektes aktuell eine Ausweisung als Nahversorgungsstandort nicht in Frage; zumal nach der zu erwartenden REWE-Absiedlung an diesem Standort kein Lebensmittelmarkt mehr existieren wird.

Im Fazit wird auf Grund der mikroörtlichen Lagequalität, des weiteren deutlichen Bevölkerungsrückgangs im DDR-Neubaugebiet Pohlitz und der damit sinkenden Nachfrageplattform, des zu erwartenden Rückzugs des REWE-Marktes und der fehlenden Zukunftsperspektive als Nahversorgungszentrum von einer Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich (C-Zentrum) abgesehen.¹³⁴

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

Andere Einzelhandelsanbieter außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente (Ausnahme Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment) sollen an diesen Standorten nicht angesiedelt werden, um die funktionsteilige Angebotsstruktur zwischen den beiden zentralen Versorgungsbereichen und diesen Standorten nicht zu unterlaufen.

Aktuell konnten bezüglich der vorgenommenen Einstufung dieser Standortkategorie zwei sog. Nahversorgungsstandorte zugeordnet werden. Hierbei handelt es sich um folgende Standorte:

- Heinrich-Mann-Ring (Netto Marken-Discount)
- August-Bebel-Straße (Lidl)

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.

133 Dieser Stadtteil ist besonders von dem Bevölkerungsrückgang sowie den Rückbaumaßnahmen von Wohneinheiten betroffen, da die Bevölkerung innerhalb der letzten 10 Jahre um knapp 27 % abgenommen hat.

134 vgl. auch Grundlagen zur Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen unter Punkt 8.2.

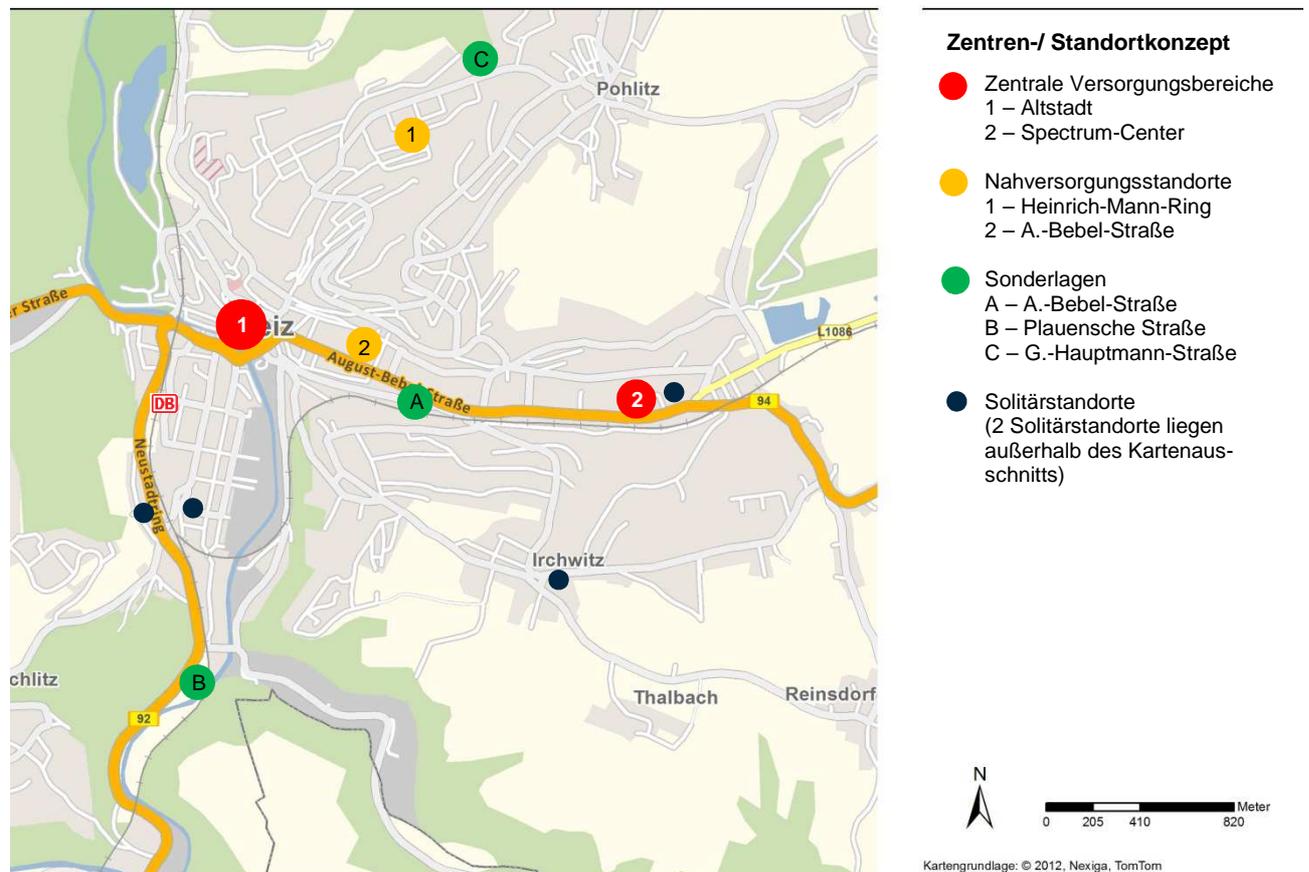
Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existieren noch weitere Einzelhandelslagen, die als **Sonderlagen** bzw. Ergänzungsstandorte einzustufen sind. Diese Standorte besitzen insbesondere hinsichtlich der Ausprägung und der Lagequalität nicht die Merkmale von zentralen Versorgungsbereichen. Die Sonderstandorte sind i.d.R. durch größere Einzelhandelsbetriebe oberhalb der Großflächigkeit an dezentralen bzw. verkehrsgünstig gelegenen Standorten geprägt, die auch ein gesamt- bzw. überörtliches Einzugsgebiet besitzen können und somit größere Marktgebiete erschließen. Die Betriebe in diesen Lagen – die auch eine Nahversorgung für ihr Umfeld übernehmen können – 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 Greiz drei prägende Sonderlagen vorhanden:

- August-Bebel-Straße (City-Center)
- Plauensche Straße (Hellweg)
- Gerhart-Hauptmann-Straße (REWE)

Neben diesen genannten Standorten sind weitere großformatige Handelsbetriebe in Solitärstellen verortet. Hierbei handelt es sich um Betriebe, die i.d.R. eine gesamtstädtische Versorgungsfunktion übernehmen und sich in integrierten Lagen befinden.

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

Karte 10: Zentren-/ Standortkonzept Greiz

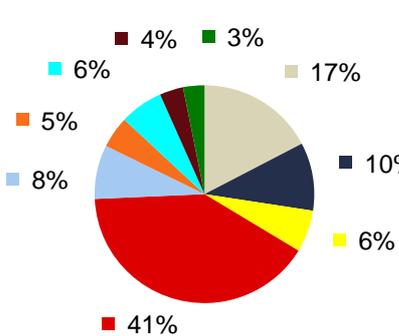


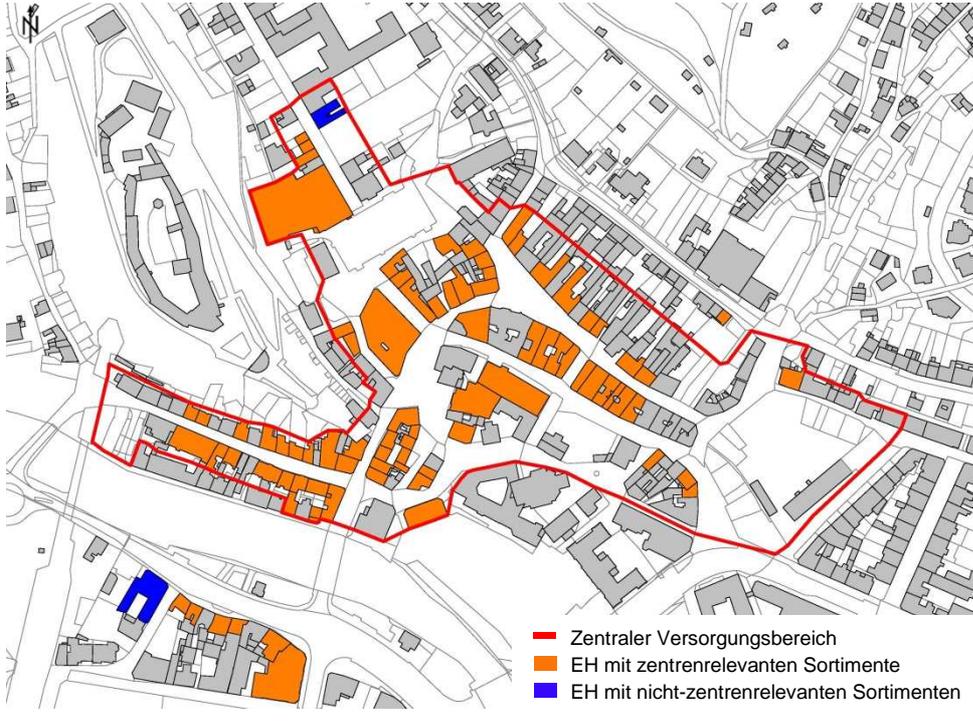
Im Anschluss werden die Beschreibung und die Funktionszuweisung der einzelnen Versorgungsbereiche vorgenommen. Ebenso erfolgt eine räumliche Abgrenzung dieser Bereiche.

8.3.2. Zentraler Versorgungsbereich Altstadt

8.3.2.1. Standortprofil

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

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Altstadt																					
Zentrentyp	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum 																				
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zentrale Lage im Greizer Kernstadtgebiet ▪ Einkaufsbereich wird im Wesentlichen von dem Flusslauf der Weißen Elster, der Marstallstraße, der Hohen Gasse und dem von-Westernhagen-Platz eingegrenzt 																				
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Anbindung über die südlich verlaufende Bundesstraße (B 94) ▪ aus nördlicher Richtung gute Anfahrbarkeit über die Hohe Gasse (L 2344) ▪ zügige Erreichbarkeit und Anfahrbarkeit aus allen Stadtgebieten möglich 																				
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ optimale Anbindung über zentrale Bushaltestelle des Stadt- und Regionalverkehrs auf dem Puschkinplatz ▪ Bahnhof (inkl. ZOB) liegt in der Neustadt in rd. 600 m Entfernung 																				
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute Parkmöglichkeiten durch zahlreiche Innenstadtparkplätze ▪ Parken ist im Altstadtbereich kostenpflichtig, moderate Parkgebühren ▪ weitere Parkplätze am Altstadtrand 																				
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ modische Sortimente (Bekleidung, Schuhe, Lederwaren) 																				
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ diverse Modeanbieter (u.a. Fa. Scheffel, KBK, P&P-Schuhcenter), dm-Drogeriemarkt 																				
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 6.430 m² Verkaufsfläche (rd. 15 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) 																				
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 87 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 44 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe) 																				
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <caption>Verkaufsflächenstruktur (Anteil)</caption> <tr><td>41%</td><td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td></tr> <tr><td>17%</td><td>Lebensmittel/Reformwaren</td></tr> <tr><td>10%</td><td>Drogeriewaren/Gesundheit</td></tr> <tr><td>8%</td><td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td></tr> <tr><td>6%</td><td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td></tr> <tr><td>6%</td><td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td></tr> <tr><td>6%</td><td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td></tr> <tr><td>5%</td><td>Optik/Uhren/Schmuck</td></tr> <tr><td>4%</td><td>Sonstiger Einzelhandel</td></tr> <tr><td>3%</td><td>Optik/Uhren/Schmuck</td></tr> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (20) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (4) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (6) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (29) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (6) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (7) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (6) ■ Optik/Uhren/Schmuck (5) ■ Sonstiger Einzelhandel (4) </div> </div>	41%	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	17%	Lebensmittel/Reformwaren	10%	Drogeriewaren/Gesundheit	8%	Bücher/Schreib-/Spielwaren	6%	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	6%	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	6%	Blumen/Pflanzen/Zoo	5%	Optik/Uhren/Schmuck	4%	Sonstiger Einzelhandel	3%	Optik/Uhren/Schmuck
41%	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren																				
17%	Lebensmittel/Reformwaren																				
10%	Drogeriewaren/Gesundheit																				
8%	Bücher/Schreib-/Spielwaren																				
6%	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto																				
6%	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt																				
6%	Blumen/Pflanzen/Zoo																				
5%	Optik/Uhren/Schmuck																				
4%	Sonstiger Einzelhandel																				
3%	Optik/Uhren/Schmuck																				
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ überwiegend mittleres Sortiments- und Preisniveau, jedoch auch diverse Discountangebote vorhanden 																				
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 7 überregionale Filialisten belegen rd. 1.280 m² der Verkaufsfläche (rd. 20 % der Gesamtverkaufsfläche) 																				
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Finanzdienstleistungen, Gastronomie, konsumnahe Dienstleistungen, Büros, Kultur-/ Freizeitangebote, medizinische Versorgung, öffentliche Verwaltung ▪ aktuell bestehen über 80 Anbieter (v.a. Dienstleistungen/ Gastronomie) 																				

Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Greiz und umliegende Orte mit insgesamt rd. 34.000 Personen
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktion in allen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren des mittelfristigen Bedarfsbereichs <ul style="list-style-type: none"> ▪ funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Greiz ▪ Versorgungsfunktion für das regionale Umfeld von Greiz
Räumliche Abgrenzung	 <p> ■ Zentraler Versorgungsbereich ■ EH mit zentrenrelevanten Sortimenten ■ EH mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten </p>
Städtebauliche Kurzbewertung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ der Hauptgeschäftsbereich umfasst die vom Puschkinplatz abgehenden Lagen, d.h. im Wesentlichen den Markt, die Marktstraße, die Thomasstraße, die Schloßbergstraße/Brückenstraße und den von-Westernhagen-Platz <ul style="list-style-type: none"> ▪ meist durchgehende heterogene Bebauungsstruktur mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern ▪ bauliche Dominanten für das gesamte Stadtbild stellen v.a. das Obere und das Untere Schloß und die Lessingschule dar, ebenso der westlich angrenzende Landschaftspark <ul style="list-style-type: none"> ▪ die historischen Altbausubstanzen sind größtenteils aufwendig saniert und in einem optisch guten Zustand ▪ positive Wirkung durch die gut gestalteten und verkehrsberuhigten öffentlichen Räume, hohe Aufenthaltsqualität des Altstadtbereiches
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 12 leerstehende Gewerbeeinheiten mit einer geschätzten Leerstandsfläche von rd. 450 m² (ohne Altstadtgalerie) ▪ die durchschnittliche Ladengröße der Leerstände liegt bei lediglich knapp 40 m² je Geschäft und ist damit für die Ansiedlung von modernen und leistungsfähigen Handelskonzepten zu klein
Potenzialflächen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bebauung des Areals am Marstall ▪ Baulücken, die für eine Bebauung und eine Nutzung durch Einzelhandel möglich sind (z.B. in Marienstraße, Marktstraße, von-Westernhagen-Platz) <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nutzung von Leerstandsflächen, Zusammenlegung von kleineren Ladeneinheiten ▪ Revitalisierung der Altstadtgalerie und Schaffung eines Einzelhandelsmagneten im nordwestlichen Bereich der Altstadt



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 Greizer Innenstadt
- Gezielte quantitative und qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots gemäß den möglichen bzw. relevanten Ansiedlungspotenzialen (vgl. Pkt. 7.3), wengleich bezüglich der kleinteiligen Bebauungsstrukturen nur geringe flächenseitige Entwicklungsmöglichkeiten bestehen (Ausnahme Bebauung von Potenzialflächen, insbesondere des Marstall-Areals)
- Ansiedlung von weiteren strukturprägenden Magnetbetrieben mit möglichst hoher Ausstrahlungskraft, Ergänzung von bisher fehlenden Angebotsformaten bzw. -konzepten
- Lenkung von möglichen Ansiedlungsbegehren, insbesondere von großflächigen Handelsbetrieben auf die Innenstadt (bei Flächenverfügbarkeit)¹³⁵
- Ausbau der Nahversorgungsfunktion der Einkaufsinnenstadt durch Ansiedlung eines großformatigen Lebensmittelmarktes
- Bebauung des Marstall-Areals und Ansiedlung von großformatigen Magnetbetrieben mit einer möglichst überörtlichen Ausstrahlungskraft
- Sicherung einer direkten fußläufigen bzw. funktionalen Anbindung des zu bebauenden Marstall-Areals an die Markt-/Thomasstraße und Gewährleistung von optimalen Austauschbeziehungen auf diesen Achsen
- Revitalisierung der Altstadtgalerie und Schaffung eines Einzelhandelsschwerpunkts
- Schließung von Baulücken durch die Bebauung mit Wohn- und Geschäftshäusern, Nutzung der Erdgeschosszone durch Einzelhandel
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten (Flächenzusammenlegung), da den zahlreichen kleineren Fachhändlern zu wenige Großflächen gegenüberstehen
- Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen und Innenstadtrandlagen in den Hauptgeschäftsbereich
- Revitalisierung bestehender Leerstände bzw. Inwertsetzung von derzeit nicht vermietbaren Flächen, dabei Beachtung von notwendigen Mindestbetriebsgrößen von Handelsbetrieben
- Sicherung und Ergänzung des Einzelhandelsangebots durch qualifizierte und attraktive Komplementärfunktionen und Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Altstadt, insbesondere ist die Weiterentwicklung der Gastronomie wichtig
- Erhalt und Sicherung der vorhandenen verkehrlichen Erreichbarkeit der Altstadt, des guten Parkplatzangebots (auch in Randlagen zur Altstadt) und der ÖPNV-Anbindung des zentralen Versorgungsbereiches

Quellen: Stadt Greiz (Karte), BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

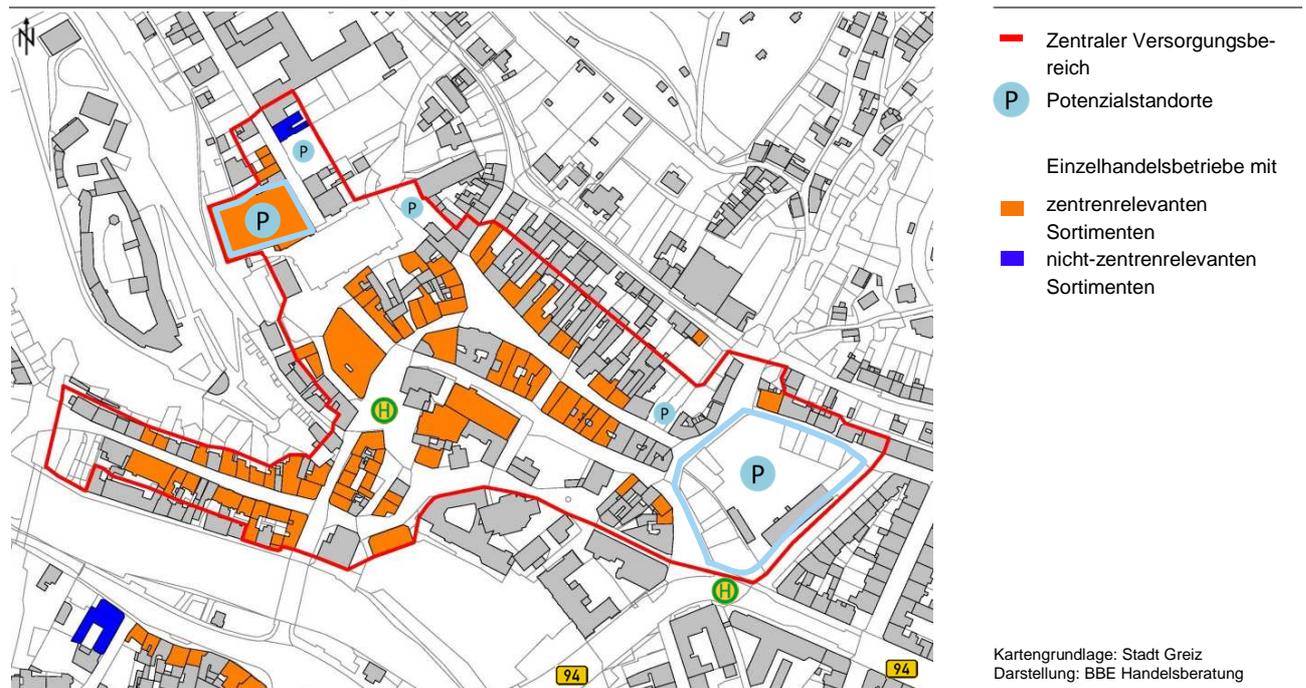
¹³⁵ An die Stadt Greiz wurden bereits verschiedene Ansiedlungsanfragen gestellt, so dass sich hieraus ein prinzipielles Ansiedlungsinteresse von Einzelhändlern ableitet.

Ein wesentlicher Faktor der Weiterentwicklung des innerstädtischen Einzelhandels kommt der Nutzung von Potenzialflächen zu. Neben den bestehenden Potenzialflächen – die aus der Nutzung von Baulücken (vgl. Abb. 27) oder der Revitalisierung von Leerstand resultieren – kommt der Bebauung des sog. **Marstall-Areals eine zentrale Bedeutung** zu. Dies leitet sich u.a. aus folgenden Fakten ab:

- Der innerstädtische Einzelhandelsbesatz nimmt einen Anteil an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche von aktuell rd. 15 % ein (vgl. Tab. 6).¹³⁶ Dieser Anteil sollte erhöht werden, um die Bedeutung der Altstadt als Einzelhandelsschwerpunkt signifikant zu steigern.
- Auf dem Projektareal können großformatige Handelsbetriebe etabliert werden, für deren Ansiedlung in der Altstadt auf Grund der hier bestehenden kleinstrukturierten Bebauung keine Potenzialflächen vorhanden sind. Mit diesem Angebotsstandort ist eine optimale Abrundung des innerstädtischen Einzelhandelsbesatzes möglich.
- Der Standort befindet sich am östlichen Eingangsbereich der Einkaufsinnenstadt, so dass mit der Entwicklung des Marstall-Areals von einer erhöhten Frequentierung der Markt- und der Thomasstraße und einer Aufwertung dieser Handelslage zu rechnen ist. In diesem östlichen Bereich ist aktuell ein Frequenzabfall zu beobachten, was u.a. aus dem ausgedünnten Geschäftsbesatz und dem fehlenden Magneten in diesem Bereich resultiert.
- Der Standort kann direkt an die Einzelhandelsstrukturen der Marktstraße bzw. auch der Thomasstraße angebunden werden und die bestehenden Passantenfrequenzen aufnehmen und verstärken.
- Bei einer Bebauung können an diesem Standort auch Stellplatzflächen geschaffen werden, so dass sich für potenzielle motorisierte Kunden eine gute Erreichbarkeit ergibt.

Folgende Karte stellt die Lage der Potenzialfläche im östlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereiches dar. Im nordwestlichen Bereich wurde die aktuell im Umbau befindliche Altstadtgalerie ebenfalls als Potenzialfläche markiert, so dass sich mit der Entwicklung dieser beiden Angebotsmagneten eine Belebung der zwischenliegenden Altstadtlagen erreicht werden kann.

Karte 11: Zentraler Versorgungsbereich Altstadt inkl. Potenzialstandorte



136 Der Anteil wird sich erhöhen, da zum Zeitpunkt der Verkaufsflächenaufnahme die Altstadtgalerie zu großen Teilen entmietet war und die Umbauarbeiten zur Ansiedlung von neuen Handelsflächen liefern.

Nachstehend werden die wichtigsten Faktoren bzw. die Standortrahmendaten für eine Bebauung des Marstall-Areals überblicksartig aufgeführt. Dieser Standort stellt – neben der derzeit in Revitalisierung befindlichen Altstadtgalerie – den einzigen größeren Potenzialstandort in der Innenstadt dar, wobei bereits im Einzelhandelskonzept im Jahr 2009 die Entwicklung dieses Bereiches empfohlen wurde. Auf diesem Areal ist eine Einzelhandelsansiedlung zu forcieren, da hiermit ein klarer Bedeutungsgewinn und Zentralitätszuwachs für die Greizer Einkaufsinnenstadt erreicht werden kann.

Abbildung 32: Kurzübersicht zur möglichen Bebauung des Potenzialstandortes Marstall-Areal

Lage/ städtebauliche Kriterien	<ul style="list-style-type: none"> ▪ im östlichen Bereich des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt, Marstallgelände bildet Schlusspunkt dieses Bereiches ▪ sehr gute Fernwirkung des Standortes auf den vorbeilaufenden Verkehr, direkte Sichtachse zur passierenden Bundesstraße B 94 ▪ am Standort ist eine bebaubare Freifläche vorhanden, dass attraktive Marstallgebäude sollte in die Bebauung optimal eingebunden werden ▪ das Grundstück ist durch eine ansteigende Topographie geprägt, dadurch erschwerte Bedingungen bei einer möglichen Bebauung
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute Anfahrbarkeit über den innerstädtischen Haupterschließungsträger B 94 bzw. die am Dr.-Rathenau-Platz einmündende Landesstraße L 2344 (Marstallstraße) ▪ im Zuge einer mehrgeschossigen Bebauung kann am Standort eine Parkplatzanlage geschaffen werden ▪ fußläufige Anbindung an den Hauptgeschäftsbereich ist barrierefrei möglich ▪ direkte ÖPNV-Anbindung über Bushaltestelle am Dr.-Rathenau-Platz
Entwicklungsziele/ Ansiedlungspotenziale	<ul style="list-style-type: none"> ▪ nur großformatige Einzelhandelsstrukturen, da für solche Betriebe in der Altstadt keine Potenzialflächen bestehen ▪ keine Ansiedlung von kleineren Ladeneinheiten, um die Bestandsstruktur der Altstadt nicht wiederholt abzubilden und somit keine Schaffung einer Konkurrenzsituation zum bestehenden Handel¹³⁷ ▪ Einzelhandel muss Magnet- und auch Ergänzungsfunktion für die Einkaufsinnenstadt übernehmen und möglichst eine überörtliche Strahlkraft auslösen ▪ Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten, da durch diese Warengruppen Kopplungen und Synergien zu dem übrigen Innenstadtangebot und somit Kundenzuführeffekte ausgelöst werden ▪ Magnetanbieter könnten u.a. ein Lebensmittelmarkt, ein Drogeriemarkt, ein Modemarkt und/oder ein Elektrofachmarkt sein ▪ Innerstädtische Potenziale bestehen in Bezug auf fachmarkttypische Nutzungskonzepte in verschiedenen zentrenrelevanten Bereichen, bspw. in den Branchen Lebensmittel, Drogeriewaren, Textilien, Schuhe, Spielwaren oder Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik
Bewertung/ Empfehlung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Mit der Umsetzung der Neubebauung des Marstall-Areals ist eine Ausweitung und der Ausbau des innerstädtischen Einzelhandelsangebots und somit ein maßgeblicher Bedeutungsgewinn möglich. ▪ Der Standort sollte zeitnah einer qualifizierten Einzelhandelsnutzung zugeführt werden, da so eine Belebung der gesamten Altstadt und eine Positionierung als gesamtstädtischer Einzelhandelsschwerpunkt möglich ist.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

137 In dem aufzustellenden Bebauungsplan sollte eine Mindestverkaufsfläche je Ladeneinheit definiert werden, die deutlich über der durchschnittlichen Verkaufsfläche in der Altstadt (ca. 70 m² je Geschäft, vgl. Tab. 6) liegt. Die größten innerstädtischen Geschäfte belegen eine Verkaufsfläche von knapp 400 m², so dass sich der festzusetzende Flächenwert hieran orientieren sollte.

Auf Grund der Erkenntnisse der Markt- und Standortanalyse werden im Folgenden Nutzungsmöglichkeiten erarbeitet. Diese beziehen sich auf Nutzungen, die auf Basis der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen in Greiz allgemein und im Speziellen am Standort in der Marstallstraße umsetzbar sind. Besonderes Augenmerk wird dabei auf die bereits vorhandenen **Angebotsstrukturen** in der Altstadt gelegt, um die Attraktivität der Greizer Einkaufsinnenstadt insgesamt zu stärken.

Im vorliegenden Fall wird insbesondere beachtet, welche Sortimente bzw. welche Konzepte für den zentralen Versorgungsbereich den höchsten **Frequenz- bzw. Attraktivitätsgewinn** erbringen würden. Somit stehen in erster Linie nicht unbedingt die ermittelten Entwicklungspotenziale (vgl. Pkt. 7.3.3) im Vordergrund, sondern eine optimale Kombination der einzelnen Konzepte unter Berücksichtigung von tragfähigen Betriebs- bzw. Flächengrößen.

Weiterhin wird beachtet, dass verschiedene bereits in Greiz ansässige Betriebe einen Verlagerungsbedarf besitzen. Somit können die Kunden von Bestandsbetrieben auch von außerhalb des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches bei einem Umzug in die Greizer Altstadt umgelenkt werden. Da ferner die zu erwartenden Umsatzumverlagerungseffekte für konkurrierende Betriebe bei einem Umzug geringer ausfallen, ist eine Verlagerung gegenüber einer Neuansiedlung zu präferieren.

Das Center kann an dem Standort in einer Mehrgeschossigkeit errichtet werden. Der Handel kann jedoch u.E. lediglich auf zwei Ebenen entwickelt werden. Nach einer überschlägigen Berechnung wäre eine Verkaufsfläche von schätzungsweise minimal 4.000 m² möglich.

Erfahrungsgemäß sind bei Einkaufszentren dieser Größe mindestens zwei Ankermieter einzubeziehen. Gerade bei kleineren Zentren spielt der kurzfristige Bedarfsbereich mit Lebensmitteln und Drogeriewaren eine maßgebliche Rolle, da durch Angebote in diesen Branchen eine „Grundfrequenz“ erzeugt wird.¹³⁸ Für eine optimale Positionierung sind daher ein Lebensmittelmarkt und ein Drogeriemarkt als Magnetbetriebe unerlässlich. Nachfolgend werden **erste Nutzungskonzepte** vorgeschlagen, die jedoch lediglich eine Orientierungsgröße darstellen können.

Tabelle 17: Möglicher Branchenmix des Marstall-Areals

Variante A	VK m ²	Variante B	VK m ²
Lebensmittelsupermarkt	2.000	Lebensmittelsupermarkt	2.000
Lebensmitteldiscounter	1.200	Drogeriemarkt	800
Drogeriemarkt	800	Modelfachmarkt (2 Konzepte)	900
		Schuhfachmarkt	300
Gesamt	4.000	Gesamt	4.000

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellungen

Die Ansiedlungsvariante A geht von einem leistungsstarken Nahversorgungskonzept für das Marstall-Areal aus. Als Ankermieter fungiert ein Vollsortimentsmarkt (Supermarkt), dessen Angebot im Discountsegment durch einen Lebensmitteldiscounter ergänzt wird. Ein Drogeriemarkt rundet das Lebensmittelangebot ab und unterstreicht die Ausrichtung auf die Nahversorgung. Bei dieser Variante wird der Standort eine sehr hohe Nahversorgungskompetenz ausstrahlen, wobei auf Grund der Häufigkeit der Nachfrage mit einer hohen Kundenfrequenz zu rechnen ist. Auf Grund der klaren Positionierung ist von einer hohen und langfristigen Stabilität dieses Konzeptes auszugehen, zumal die beiden Branchen Lebensmittel und Drogeriewaren aktuell und auch zukünftig nur geringfügig vom Online-Handel (vgl. auch folgende Abbildung 34) tangiert werden.

138 Die Waren des täglichen Bedarfs (Lebensmittel, Drogeriewaren) weisen bezüglich des relativ niedrigen Warenwertes und der notwendigen und permanenten Nachfrage eine hohe Einkaufsfrequenz (Nachfragehäufigkeit) auf.

Ferner ist zu konstatieren, dass in Greiz Lebensmittelmärkte existieren, die auf Grund ihrer derzeit nicht optimalen Lagequalität perspektivisch eine Standortveränderung vornehmen müssen. Somit würde bei einer Verlagerung die gesamtstädtische Lebensmittelverkaufsfläche – im Vergleich zu einer Neuansiedlung – nur geringfügig ansteigen. Ferner ist bei Handelsbetrieben i.d.R. bei einem Umzug von einer hohen „Kundenmitnahme“ auszugehen, so dass sich bei einer Verlagerung eines Bestandsmarktes erhöhte Frequenzen in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich ergeben.

In Bezug auf eine mögliche Verlagerung von Lebensmittelmärkten ist aus gutachterlicher Sicht zu konstatieren, dass sich bei einer Umsiedlung keine Einschränkungen bzw. kein Abbau von wohnortnaher Versorgung ergibt, da an den Standorten bzw. im näheren Umfeld der beiden bestehenden und zu verlagernden Lebensmittelmärkte jeweils ein weiterer angebotsaffiner Lebensmittelmarkt verortet ist.

In der Ansiedlungsvariante B ist die Ansiedlung eines Lebensmittelsupermarktes und eines Drogeriemarktes wichtig, da beide Betriebe grundsätzlich als Frequenzbringer fungieren. Ergänzend hierzu ist die Ansiedlung von Modeanbietern möglich. Hierbei könnten zwei Modefachmärkte und ein Schuhfachmarkt entwickelt werden.¹³⁹ Im Gegensatz zur 1. Variante wird eine verstärkte Ausrichtung auf den mittelfristigen Bedarfsbereich sichtbar.

Bei beiden vorstehenden Konzepten wurde vordringlich auf die Umsetzungsfähigkeit und auf einen möglichst hohen Attraktivitätsgewinn für die Greizer Altstadt geachtet; ferner wurden fachspezifische bzw. betrieberabhängige Gesichtspunkte berücksichtigt. Aus diesem Grund weichen die vorgeschlagenen Verkaufsflächen von dem berechneten Verkaufsflächenmehrbedarf bis zum Jahr 2025 teilweise ab (vgl. Pkt. 7.3.3).

Abschließend ist nochmals darauf zu verweisen, dass es sich bei den beiden geplanten Lebensmittelmärkten und auch dem Drogeriemarkt um eine Verlagerung von Bestandsbetrieben handeln wird. Auch wenn nachweislich, gerade im Lebensmittelbereich kein zusätzlicher Bedarf an Verkaufsfläche besteht, so sollen auch nahversorgungsrelevante Sortimente perspektivisch aus versorgungsstrukturellen Gründen im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich etabliert werden. Der zentrale Versorgungsbereich Altstadt besitzt bei der Einzelhandelsentwicklung oberste Priorität (vgl. Grundsätze der Einzelhandelsentwicklung unter folgendem Punkt 8.5), so dass sich die Ansiedlung insbesondere aus städtebaulichen Aspekten ableitet.

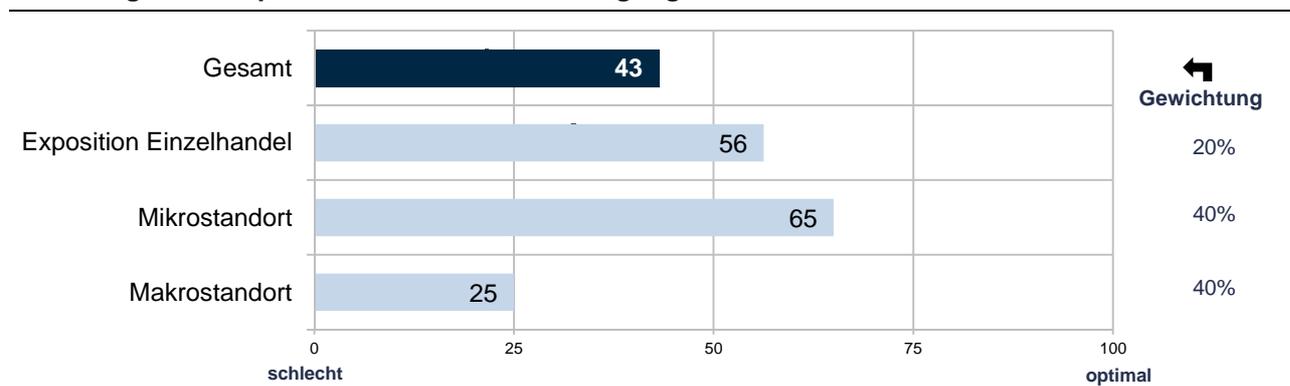
¹³⁹ Optional wäre auch die Ansiedlung eines Sportfachmarktes möglich.

8.3.2.2. 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) hat und weiter – wenn auch moderater – steigen wird. Da der Gesamtmarkt nur unwesentlich wächst (vgl. Abb. 4) und der e-Commerce den Versandhandel bereits dominiert, geht das weitere Umsatzwachstum insbesondere zu Lasten der Umsätze stationärer Händler. Es ist zu erwarten, dass dies auch langfristig zu einem verringerten Flächenbedarf des stationären Einzelhandels führen wird.

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

Abbildung 33: e-Impact-Faktor zentraler Versorgungsbereich Altstadt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Der zentrale Versorgungsbereich Altstadt erreicht mit einem **e-impact-Faktor von 43** nur einen durchschnittlichen Wert und bietet somit eine eingeschränkte bzw. eher geringe Widerstandskraft gegenüber dem e-Commerce. Die Analyse des Makrostandortes¹⁴⁰ zeigt, dass Greiz mit einem Zielerreichungsgrad von 25 insbesondere bezüglich seiner Stadtgröße keine optimale Widerstandskraft gegenüber dem Online-Handel entfalten kann. Das limitierte Nachfragepotenzial, das aus der relativ geringen Bevölkerungszahl resultiert, bedingt keine vollumfängliche Auswahlvielfalt, so dass verstärkt Online-Angebote nachgefragt werden. Die Einwohnerzahl und die Bevölkerungsdichte sind zu gering, um in größerem Stil in das Suchraster neuer, stationär expandierender Konzepte aus dem Online-Handel zu fallen.

Im Hinblick auf die Bewertung der Rahmenfaktoren weist der Mikrostandort¹⁴¹ mit einem Durchschnittswert von 65 eine gute Widerstandskraft (Resilienz) gegenüber dem e-Commerce auf. Die Greizer 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 Einzelhandels¹⁴² ist mit einem Wert von 56 als durchschnittlich zu bewerten. Der zusammenhängenden Lage des Einzelhandels und der kompakten räumlichen Struktur stehen die geringen Flächengrößen und die somit eingeschränkte Drittverwertbarkeit gegenüber.

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

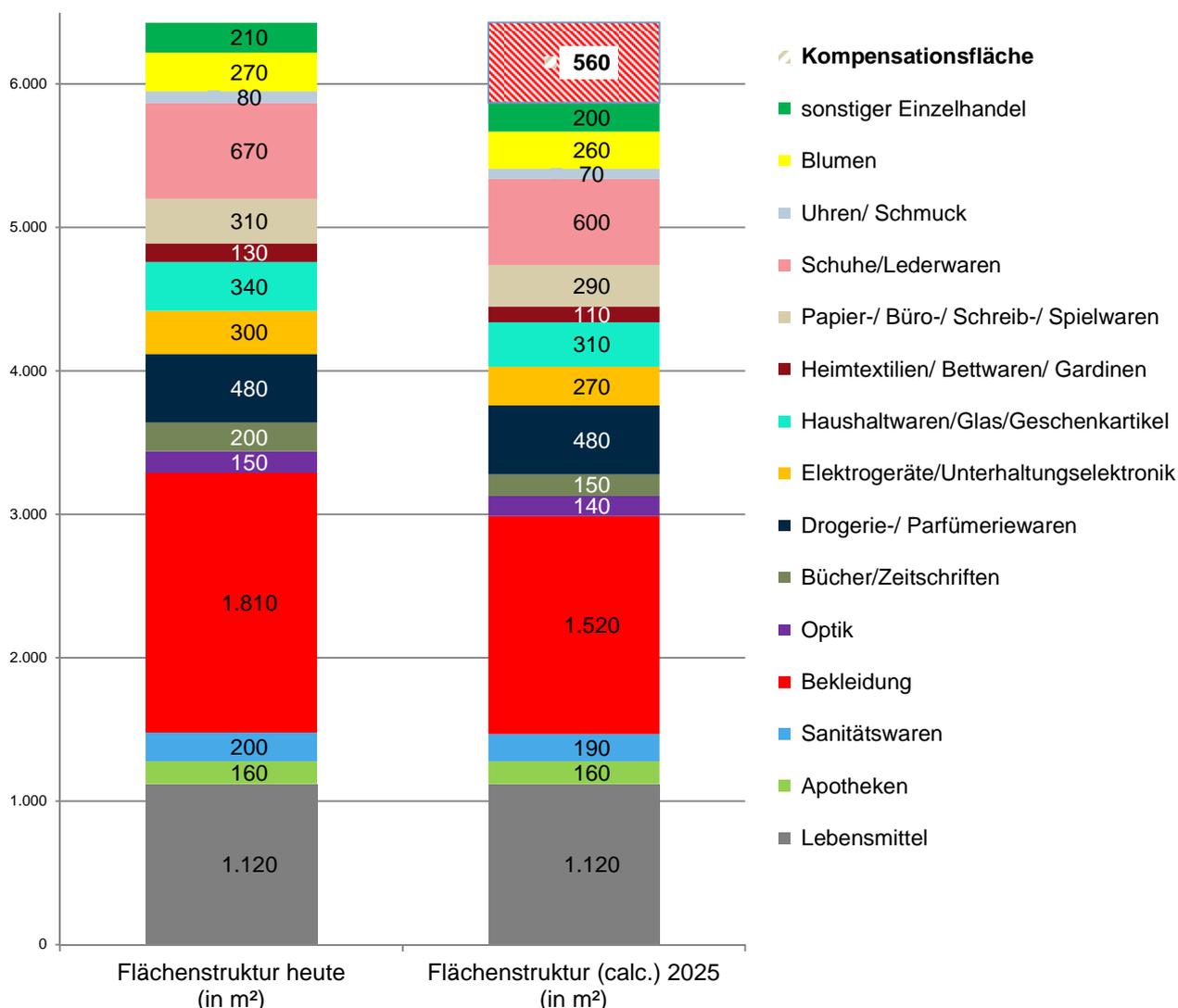
141 In die Bewertung des Mikrostandortes sind die relevanten Faktoren Lage/Frequenzen, Kopplungspotenziale, verkehrliche Erschließung, Parken und der sog. Multichannel-Index eingeflossen.

142 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 Marktanteilen¹⁴³ des e-Commerce. Unter Berücksichtigung dieser beiden Eingangsparameter und des vorstehend berechneten e-Impact-Factors (vgl. Abb. 33) kann ermittelt werden, mit welchen **Flächenrückgängen** perspektivisch in der Greizer Innenstadt zu rechnen ist.¹⁴⁴ Diese Bewertung ist die Basis, um in einem weiteren Schritt zu ermitteln, welche Maßnahmen ergriffen werden können, um die prognostizierten Auswirkungen des Online-Handels zu kompensieren oder zu minimieren.

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

Abbildung 34: Branchenexposition für das Jahr 2025 des Einzelhandels im zVB Altstadt



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

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

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

Auf Basis der Modellrechnung ist zu erwarten, dass der innerstädtische Flächenbedarf im Jahr 2025 um rd. 560 m² unterhalb des derzeitigen Ausstattungswertes (rd. 6.400 m²) liegen wird. Der rechnerische Flächenrückgang beträgt demnach durchschnittlich knapp 9 % gegenüber der bestehenden Einzelhandelsfläche.

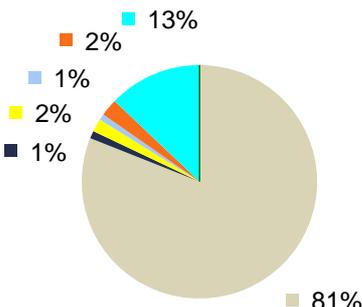
Grundsätzlich ist von einer stabilen Flächennachfrage bei den nahversorgungsrelevanten Sortimenten auszugehen. Größere flächenseitige Abschmelzungen sind jedoch in der Modebranche (Bekleidung/Schuhe) zu prognostizieren, die als Magnetbranche der Greizer Innenstadt fungiert. Die Flächenverschiebung zum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

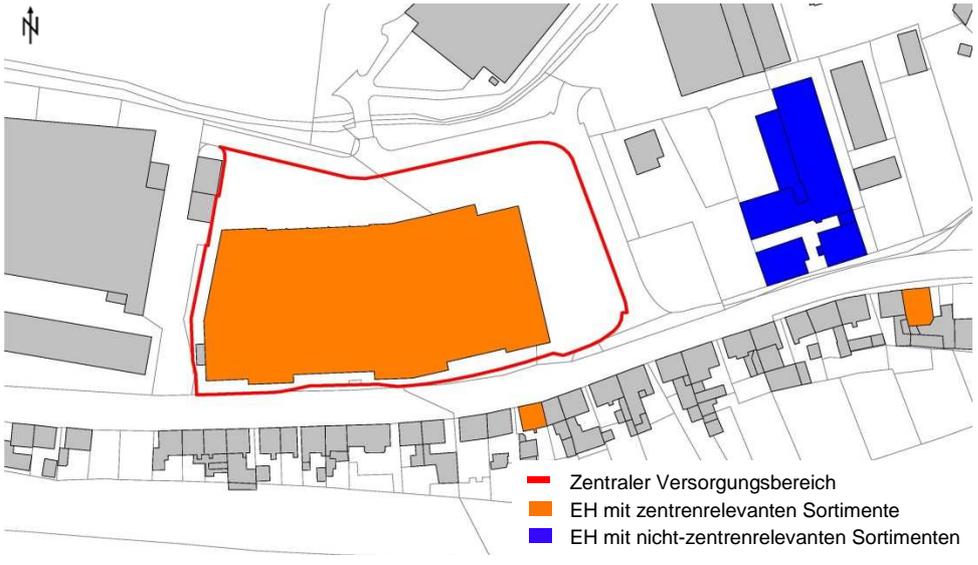
Ferner ist auch die Schaffung eines möglichst **umfänglichen Gesamtangebots** in der Greizer Einkaufsinnenstadt wichtig, da alle Branchen untereinander Kopplungen und Synergien induzieren. Dies ist gerade unter dem Aspekt relevant, da der Greizer Innenstadthandel auch Kaufkraft aus seinem Verflechtungsbereich mit bindet und für Kunden bei der Wahl eines Einkaufsziels oder eines Vertriebskanals die Angebotssituation eines stationären Handelsstandortes wichtig ist. Hierzu kann die Entwicklung des innerstädtischen Marstall-Areals maßgeblich beitragen.

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

8.3.3. Zentraler Versorgungsbereich Spectrum-Center

Nachstehend wird eine Beschreibung des zentralen Versorgungsbereichs Spectrum-Center sowie die räumliche Abgrenzung dieses Bereiches eingefügt.

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Spectrum-Center																			
Zentrentyp	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungszentrum 																		
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ östlicher Kernstadtbereich, im Aubachtal ▪ Spectrum-Center liegt zwischen Reichenbacher Straße und dem Aubach ▪ am Standort befinden sich mit der Eissporthalle und einer weiteren Sporthalle attraktive Sport- und Freizeitangebote 																		
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Anbindung über die Reichenbacher Straße (B 94), Zufahrt über eine ampelgeregelte Kreuzung ▪ zügige Erreichbarkeit aus der Innenstadt und den östlichen dezentralen Ortsteilen von Greiz 																		
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bushaltestelle direkt vor dem Spectrum-Center 																		
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute Parkmöglichkeiten durch eigene Parkgarage und rückwärtige Parkplätze am Center ▪ Parken ist kostenfrei 																		
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittel, Möbel 																		
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spectrum-Verbrauchermarkt, Aldi, Dänisches Bettenlager 																		
Aktive VK-Fläche	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 5.520 m² Verkaufsfläche (rd. 13 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) 																		
Anzahl Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 11 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 5 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe) 																		
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  <table border="1" style="margin-top: 10px; font-size: small;"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <tr><td>Lebensmittel/Reformwaren</td><td>(5)</td></tr> <tr><td>Drogeriewaren/Gesundheit</td><td>(1)</td></tr> <tr><td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td><td>(1)</td></tr> <tr><td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td><td>(0)</td></tr> <tr><td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td><td>(1)</td></tr> <tr><td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td><td>(2)</td></tr> <tr><td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td><td>(1)</td></tr> <tr><td>Optik/Uhren/Schmuck</td><td>(0)</td></tr> <tr><td>Sonstiger Einzelhandel</td><td>(0)</td></tr> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (5) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (1) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (1) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (0) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (1) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (2) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>	Lebensmittel/Reformwaren	(5)	Drogeriewaren/Gesundheit	(1)	Blumen/Pflanzen/Zoo	(1)	Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	(0)	Bücher/Schreib-/Spielwaren	(1)	Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	(2)	Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	(1)	Optik/Uhren/Schmuck	(0)	Sonstiger Einzelhandel	(0)
Lebensmittel/Reformwaren	(5)																		
Drogeriewaren/Gesundheit	(1)																		
Blumen/Pflanzen/Zoo	(1)																		
Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren	(0)																		
Bücher/Schreib-/Spielwaren	(1)																		
Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto	(2)																		
Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt	(1)																		
Optik/Uhren/Schmuck	(0)																		
Sonstiger Einzelhandel	(0)																		
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ überwiegend discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau 																		
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 3 überregionale Filialisten belegen rd. 1.600 m² der Verkaufsfläche (rd. 29 % der Gesamtverkaufsfläche) 																		
Komplementärangebote	<ul style="list-style-type: none"> ▪ konsumnahe Dienstleistungen, medizinische Versorgung ▪ im direkten Umfeld liegen Sporteinrichtungen (Eissporthalle, Sporthalle, Freibad) mit einer gesamtstädtischen Ausstrahlung und ein Möbelhaus ▪ Spectrum-Verbrauchermarkt führt auf ca. 50 % der Verkaufsfläche sog. Non-Food-Sortimente (v.a. Drogeriewaren, Textilien, Haushaltwaren, Schreib-/ Spielwaren, Elektrowaren) 																		

Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Stadt Greiz (hier überwiegend östliche Kernstadt und angrenzende Ortsteile) sowie nordöstlich von Greiz liegende Gemeinden
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ stadtteilbezogene, aber auch teilweise gesamtstädtische Versorgungsfunktion ▪ Fokussierung auf Waren des kurzfristigen Bedarfsbereichs, z.T. in Ergänzung auch des mittel- und langfristigen Bedarfs ▪ wichtige Versorgungsfunktion für die östlichen Ortsteile von Greiz
Räumliche Abgrenzung	 <p> ■ Zentraler Versorgungsbereich ■ EH mit zentrenrelevanten Sortimenten ■ EH mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten </p>
Städtebauliche Kurzbewertung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zweigeschossiges Center mit Ausgang zur Reichenbacher Straße, direkte Einbindung in die straßenbegleitende Bebauungsstruktur der Reichenbacher Straße <ul style="list-style-type: none"> ▪ einfache bauliche Struktur des Centers ▪ hohe Fahrzeugfrequenz auf der Reichenbacher Straße (B 94), dadurch geringe Aufenthaltsqualität im öffentlichen Raum ▪ Modernisierungsbedarf des Centers aus baulicher und insbesondere aus funktionaler Sicht ist augenscheinlich <ul style="list-style-type: none"> ▪ Innengestaltung des Centers wirkt nicht zeitgemäß
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 1 leerstehende Gewerbeeinheit im Untergeschoss mit ca. 50 m²
Potenzialflächen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Potenzialflächen (Ausnahme 1 Leerstand) vorhanden ▪ Center besitzt bei einer konzeptionellen Ausrichtung auf ein Nahversorgungszentrum mit rd. 5.500 m² VK eine ausreichende Gesamtfläche ▪ Potenziale bestehen in Bezug auf eine bauliche Attraktivierung und eine Neuausrichtung der Handelskonzepte



Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Spectrum-Center:

- Positionierung des Nahversorgungszentrums als zentraler Einkaufsort für Waren des überwiegend kurzfristigen Bedarfsbereiches (d.h. sog. nahversorgungsrelevante Sortimente) im östlichen Greizer Stadtgebiet, punktuelle Ergänzungen – wie auch bereits bestehend – in anderen Bedarfsbereichen möglich
- Sicherung und Stärkung des bestehenden Einzelhandelsangebots, keine flächenseitige Erweiterung der genehmigten Gesamtverkaufsfläche¹⁴⁵ von 5.395 m²
- Neupositionierung der einzelnen Handelskonzepte und Überarbeitung des Gesamtauftritts des Centers ist zwingend notwendig, da ansonsten eine Abwanderung von bestehenden Betrieben erfolgen könnte
- Bauliche Attraktivierung und Modernisierung des Centers, auch der Außenanlagen, der Parkgarage und der Werbeanlagen
- Sicherung des Bestands an derzeit vorhandenen Komplementärfunktionen, weiterer Ausbau – bspw. mit Gastronomie oder konsumnahen Dienstleistungen – ist empfehlenswert
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Anbindung, des Parkplatzangebots und der ÖPNV-Anbindung

Quellen: Stadt Greiz (Karte), BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

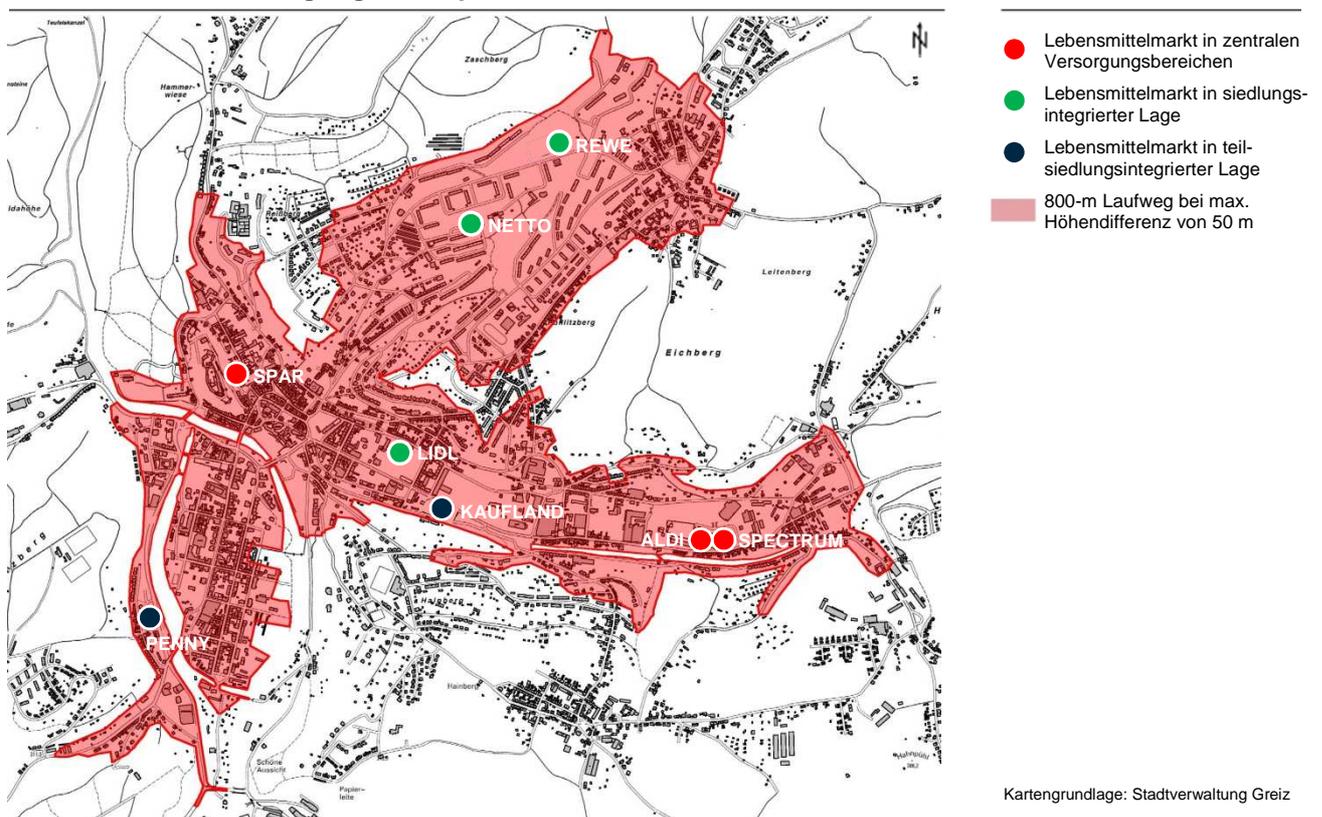
145 vgl. Vorhabenbezogenen Bebauungsplan Nr. 3/06 – SO „Spectrum – Center Greiz“ als 2. Änderung und Ergänzung des Vorhaben- und Erschließungsplanes Nr. 3/93 – SO „Spectrum – Center Greiz“.

8.3.4. Nahversorgungsstandorte

Mit der Ausweisung von zwei Nahversorgungsstandorten am Heinrich-Mann-Ring (Netto) und der August-Bebel-Straße (Lidl) wird nach der Definition der zentralen Versorgungsbereiche die funktionale Arbeitsteilung der einzelnen Handelslagen in Greiz deutlich. Die bestehenden Nahversorgungsstandorte übernehmen in Bezug auf die handelsseitige Aufgabenzuweisung die Grund- bzw. Nahversorgung mit Lebensmitteln und leisten einen wesentlichen Beitrag zur wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung. Das Merkmal dieser Standorte ist die jeweils siedlungsintegrierte Lage¹⁴⁶ dieser Märkte.

Als übergeordnetes Ziel ist die Bestandssicherung, d.h. die Schaffung/Sicherung optimaler Standortvoraussetzungen zu sehen. Hierzu zählen u.a. die Sicherung und ggf. die Verbesserung der Erreichbarkeit der Märkte, die Gewährleistung eines ÖPNV-Anschlusses im Umfeld des jeweiligen Standortes, der möglichst barrierefreie Zugang dieser Märkte oder auch eine maßvolle Flächenerweiterung der Betriebe¹⁴⁷ auf jeweils marktconforme Konzepte.

Karte 12: Grundversorgungskonzept Greiz



Neben den Lebensmittelmärkten in zentralen Versorgungsbereichen und an den ausgewiesenen Nahversorgungsstandorten sind zwei Lebensmittelanbieter in teil-siedlungsintegrierten Lagen¹⁴⁸ verortet. Bezüglich

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

147 Eine Erweiterung bestehender Handelsbetriebe ist lediglich zulässig, sofern keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

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

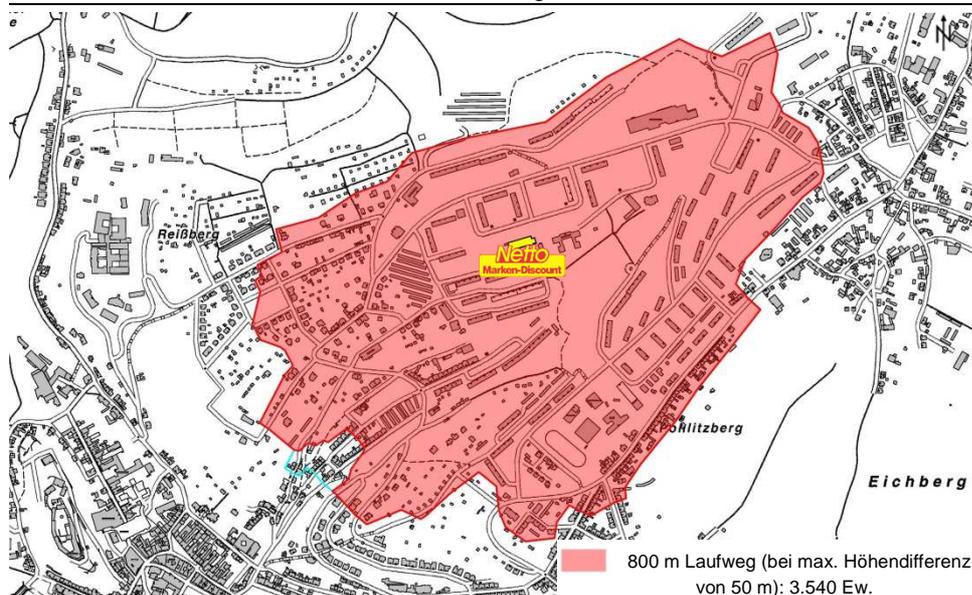
der Lagequalität besitzen diese Standorte eine schlechtere fußläufige Erreichbarkeit und zum Teil auch ein geringeres Einwohnerpotenzial in ihrem fußläufigen Nahbereich.

Mit REWE ist ein weiterer Markt an einem siedlungsintegrierten Standort vorhanden, wobei diese Handelslage nicht monofunktional auf die Lebensmittelversorgung ausgerichtet ist. Da die Einzelhandelsausstattung über die Grundversorgung mit Lebensmitteln hinausgeht, ist dieser Standort als Sonderlage (vgl. Pkt. 8.3.5) einzustufen.

1. Standortprofil Nahversorgungsstandort Heinrich-Mann-Ring (Netto Marken-Discount)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> wohnsiedlungsintegrierter Standort im DDR-Neubaugebiet Pohlitz Netto liegt zwischen dem Heinrich-Mann-Ring und der Gottfried-Keller-Straße
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> Standortumfeld ist durch mehretagige, meist fünfgeschossige Zeilenbauten geprägt Netto liegt innerhalb der hoch-verdichteten Wohnbebauung, wobei ein Teil der Wohnbauten bereits zurückgebaut wurde im Standortverbund mit Netto befindet sich ein Geschäftshaus, Nutzung durch Blumenladen und Imbiss
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> eingeschränkte verkehrliche Anfahrbarkeit des Marktes, da zurückversetzte Lage zur Gerhart-Hauptmann-Straße sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen Begehbarkeit des Marktes aus allen Laufrichtungen über mehrere Zugänge möglich
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in der Gerhart-Hauptmann-Straße
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 70 Stpl.), die sich konzeptkonform vor dem Eingang des Marktes befindet
Einwohner Nahbereich	ca. 3.500 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	ca. 870 m ² / 3 Betriebe
Einzelhandelsbesatz	Netto, Bäcker, Blumenladen
Einzelhandelsfunktion	Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das fußläufige Umfeld und das gesamte DDR-Neubaugebiet Pohlitz
Entwicklungsziele	Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots/ Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen
Sonstiges	Netto plant ggf. eine flächenseitige Erweiterung des Marktes oder eine Verlagerung des Marktes auf ein Nachbargrundstück, was unter der Prämisse der Sicherung der Grundversorgung in diesem Gebiet positiv einzustufen ist; zumal mit einer Absiedlung des REWE-Marktes zu rechnen ist

Lage/Nahbereich

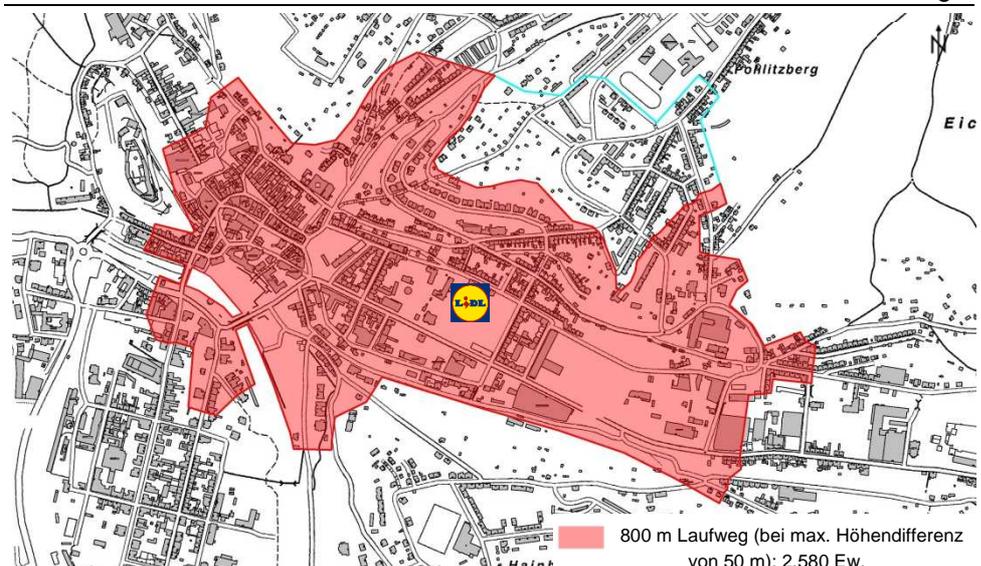


Quellen: Stadt Greiz (Karte), BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

2. Standortprofil Nahversorgungsstandort August-Bebel-Straße (Lidl)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> städtebaulich integrierter Standort an der August-Bebel-Straße, südlich der Mollbergstraße bzw. des Stadtquartiers Heynestraße/Lindenstraße
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> Standortumfeld ist durch mehrgeschossige Wohnbebauung, meist in Blockrandbebauung geprägt straßenbegleitend zur hoch-frequentierten August-Bebel-Straße (B 94) ist eine Mischnutzung (Wohnen, Gewerbe, Handel) etabliert
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit, da Lidl direkt an der örtlichen Hauptdurchfahrtsstraße (August-Bebel-Straße [B 94]) verortet ist <ul style="list-style-type: none"> gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen Begehbarkeit des Marktes aus allen Laufrichtungen über mehrere Zugänge möglich, es besteht jedoch eine ansteigende Topographie zu den nördlich liegenden Wohnsiedlungsquartieren
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in der August-Bebel-Straße
Parken	<ul style="list-style-type: none"> großzügig dimensionierte Parkplatzanlage (ca. 110 Stpl.), gut einsehbar und konzeptkonform vor dem Eingangsbereich des Marktes
Einwohner Nahbereich	<ul style="list-style-type: none"> ca. 2.600 Personen
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 820 m² / 1 Betrieb
Einzelhandelsbesatz	<ul style="list-style-type: none"> Lidl
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> Grundversorgungsfunktion mit Lebensmitteln, vor allem für das fußläufige Umfeld und die Stadtquartiere Altstadt, Aubachtal und Heynestraße/Lindenstraße <ul style="list-style-type: none"> z.T. auch gesamtstädtische Versorgungsfunktion, da sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit des Marktes
Entwicklungsziele	<ul style="list-style-type: none"> Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots/ Schaffung von optimalen Standortvoraussetzungen
Sonstiges	<ul style="list-style-type: none"> Lidl plant eine flächenseitige Erweiterung des Standortes, was zu einer Sicherung der Nahversorgung in diesem Gebiet führt <ul style="list-style-type: none"> der Nahbereich von Lidl ist durch weitere Lebensmittelanbieter mehrfach versorgt

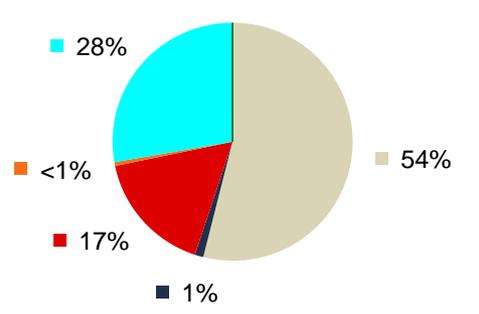
Lage/Nahbereich



Quellen: Stadt Greiz (Karte), BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

8.3.5. Sonderlagen

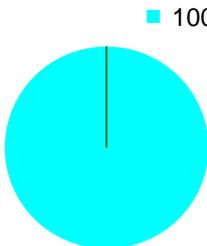
Nachstehend wird eine Bewertung der drei Sonderlagen des Einzelhandels eingefügt (vgl. Karte 10), die das Angebot in den zentralen Versorgungsbereichen bzw. an den Nahversorgungsstandorten funktionsgerecht arrondieren sollen.

A. Standortprofil Sonderlage August-Bebel-Straße (City-Center)	
Lage	<ul style="list-style-type: none"> City-Center ist südlich der August-Bebel-Straße, unweit des Kreuzungsbereichs zur Gerichtsstraße verortet Standort befindet sich im Aubachtal in verkehrsgünstiger Lage, ca. 900 m von der Greizer Altstadt (Puschkinplatz) entfernt
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> westliches Standortumfeld ist durch mehrgeschossige Wohnbebauung geprägt, nördlich und östlich befinden sich Gewerbenutzungen und Freiflächen südlich liegt einer Dauerkleingartenanlage, im Anschluss folgt das Stadtquartier Raunerstraße/Franz-Feustel-Straße und der Ortsteil Irchwitz
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit, da sich das Center direkt an der örtlichen Hauptdurchfahrtsstraße (August-Bebel-Straße [B 94]) befindet fußläufige Erreichbarkeit über einen straßenbegleitenden Fußweg entlang der August-Bebel-Straße und über die Gerichtsstraße
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in der August-Bebel-Straße
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ausreichende Parkplätze in einer Center-eigenen Parkgarage suboptimale Zufahrt über die Gerichtsstraße
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel, Mode, Möbel
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> Kaufland, AWG, Mayer´s Schuhe, Möbel Speer
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ca. 6.600 m² / 9 Betriebe
Verkaufsflächenstruktur	<p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> Lebensmittel/Reformwaren (4) Drogeriewaren/Gesundheit (1) Blumen/Pflanzen/Zoo (0) Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (2) Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (1) Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) Optik/Uhren/Schmuck (0) Sonstiger Einzelhandel (0)  <p>Detailed description of the pie chart: The chart is divided into five segments. The largest segment is light beige, representing 'Lebensmittel/Reformwaren' at 54%. The second largest is cyan, representing 'Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt' at 28%. A red segment represents 'Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren' at 17%. A small dark blue segment represents 'Drogeriewaren/Gesundheit' at 1%. A very small orange segment represents other categories at <1%.</p>
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> überwiegend discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> 3 überregionale Filialisten nehmen rd. 68 % der Verkaufsfläche ein (rd. 4.500 m²)
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> 1 Ladeneinheit steht leer (ca. 50 m²)
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> gesamstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet Kaufland bedingt eine hohe Strahlkraft des Centers im fußläufigen Nahbereich leben ca. 2.000 Personen
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> gesamstädtische Versorgungsfunktion mit einem breiten Angebotspektrum an zentrenrelevanten Sortimenten

	<ul style="list-style-type: none"> ▪ überörtliche Versorgungsfunktion des Centers, basierend auf einem kundenattraktiven Angebotsmix und einer optimalen Standortqualität (v.a. Lage an einem Hauptverkehrsträger, direkte Sichtachse und Werbebezug zur B 94, großzügig dimensioniertes Parkhaus) ▪ wichtiger lokaler Einkaufsort für Möbel, auch für Konsumenten aus dem Umfeld von Greiz
<p>Entwicklungsziele</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beibehaltung des flächenseitigen „Status quo“ dieses Centers in Bezug auf zentrenrelevante Sortimente, da das City-Center in diesem Segment in direkter Konkurrenz zu dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich steht ▪ keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten ▪ keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter Sortimente
<p>Lage</p>	

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

B. Standortprofil Sonderlage Plauensche Straße (Hellweg)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ dezentraler bzw. autokundenorientierter Standort südlich der Greizer Kernstadt in Richtung Ortsteil Dölau ▪ Hellweg ist zwischen der Plauenschen Straße und dem östlich befindlichen Bahngleiskörper der Elstertalbahn bzw. dem Flusslauf der Weißen Elster verortet
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortumfeld ist durch ein begrüntes bzw. bewaldetes Gebiet geprägt, keine weiteren Nutzungen im Umfeld
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit durch die unmittelbare Lage an der Plauenschen Straße, die als Bundesstraße (B 92) ausgewiesen ist ▪ direkte Zufahrt von der Bundesstraße bedingt eine optimale Anfahrt zu dem Baumarkt
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle am Baumarkt ▪ ÖPNV-Anschluss spielt für potenzielle Baumarkt-Kunden nur eine untergeordnete Rolle
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ausreichend dimensionierte Parkplatzanlage, die sich konzeptkonform vor dem Eingang des Marktes befindet
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bau-/ Gartenmarktartikel
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hellweg
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 6.800 m² / 1 Betrieb
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;">  <p>100%</p> </div> <div style="flex: 2;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (0) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (0) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div>
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mittleres Sortiments- und Preisniveau
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Hellweg ist ein überregional agierender Filialist
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine weiteren Gewerbeeinheiten am Standort vorhanden
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtisches und überörtliches Einzugsgebiet ▪ Hellweg besitzt ein regionales Einzugsgebiet, da im weiteren räumlichen Umfeld von Greiz kein vergleichbarer Anbieter vorhanden ist
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktion mit einem breiten und tiefen Angebotsspektrum an Bau- und Gartenmarktartikeln ▪ überörtliche Versorgungsfunktion von Hellweg in diesen Sortimentsbereichen, bedingt auch durch eine gute und konzeptkonforme Standortqualität ▪ Hellweg ist der wichtigste lokale Einkaufsort für Bau-/Gartenmarktartikel, dadurch zentralitätsbildende Funktion für Greiz

Entwicklungsziele

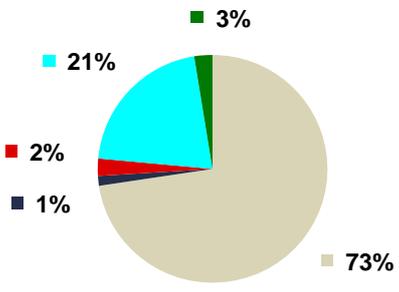
- Sicherung und Stärkung des Standortes, der funktionsgerecht auf die Versorgung mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten ausgerichtet ist
- keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten
- keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter Sortimente

Lage



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

C. Standortprofil Sonderlage Gerhart-Hauptmann-Straße (REWE)

Lage	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Randlage im DDR-Neubaugebiet Pohlitz, unmittelbar an der Gerhart-Hauptmann-Straße ▪ direktes Umfeld ist maßgeblich vom Wohnungsrückbau betroffen
Umfeldnutzungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortumfeld ist einerseits durch begrünte Flächen umgeben, andererseits von mehrgeschossigen Zeilenbauten
Erreichbarkeit	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit, da sich das Einkaufszentrum direkt an der Haupterschließungsstraße dieses Stadtteils befindet ▪ fußläufige Erreichbarkeit aus dem DDR-Neubaugebiet Pohlitz möglich
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV-Anbindung (nur Richtung Pohlitz) durch Bushaltestelle in der Gerhart-Hauptmann-Straße
Parken	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ausreichende Parkplätze in einer Parkgarage und auf Parkplätzen vor und hinter dem Einkaufszentrum ▪ suboptimale Anordnung eines Großteils der Parkplätze hinter dem Einkaufszentrum, hier ist auch die Zufahrt zur Parkgarage ▪ Parkplätze an der Gebäudefront sind geneigt, beengte Stellplatzverhältnisse
Leitbranchen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lebensmittel, Haushaltwaren
Einzelhandelsmagneten	<ul style="list-style-type: none"> ▪ REWE, Tedi
VK-Fläche/Geschäfte	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 2.550 m² / 7 Betriebe
Verkaufsflächenstruktur	<div style="display: flex; align-items: flex-start;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (2) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (1) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (1) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (2) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (1) </div> </div>
Sortimentsniveau	<ul style="list-style-type: none"> ▪ mit Ausnahme von REWE überwiegend discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau
Filialisierungsgrad	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 78 % der Verkaufsfläche (1.910 m²) werden durch die beiden Filialisten REWE und Tedi eingenommen
Leerstand	<ul style="list-style-type: none"> ▪ zahlreiche Leerstände in der Mall, wobei hier der Großteil der Gewerbeeinheiten bereits langfristig leer steht
Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ größtenteils stadtteilbezogenes Einzugsgebiet ▪ Fokussierung auf den nördlichen Kernstadtbereich (v.a. die Siedlungsgebiete DDR-Neubaugebiet Pohlitz, Alt-Pohlitz, Reißberg) ▪ Einzugsgebiet umfasst ca. 4.800 Einwohner und ist für die dauerhafte Ausprägung tragfähiger Einzelhandelsstrukturen für die Gesamtfläche zu niedrig ▪ im fußläufigen Nahbereich leben ca. 3.800 Personen, somit derzeit noch hohe Potenzialbasis im Nahbereich
Einzelhandelsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ stadtteilbezogene Versorgungsfunktion mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten ▪ arrondierende Dienstleistungen, vor allem im medizinischen Bereich

Entwicklungsziele

- Sicherung des Lebensmittelangebots an diesem Standort, da ein Verlust der Versorgungsfunktion durch die Absiedlung des REWE-Marktes zu erwarten ist
 - keine Erhöhung der Gesamtverkaufsfläche dieser Einkaufslage
 - keine Neuansiedlung von Verkaufsflächen mit zentrenrelevanten Sortimenten (Ausnahme Lebensmittelhandel)
- Entwicklung alternativer Nutzungen für die leerstehenden Gewerbeflächen, zumal weiterer Leerstand zu erwarten ist

Lage



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

8.3.6. Bewertung von Potenzialstandorten/Ansiedlungsvorhaben

Laut Angabe der Stadtverwaltung Greiz sollen im Rahmen der Bearbeitung der Einzelhandelskonzeption verschiedene Projektstandorte in Bezug auf eine **Einzelhandelsnutzung** geprüft werden. Diese potenziellen Projekte werden nachstehend kurz dargestellt und bewertet sowie in Bezug auf die Einordnung in die Ziele und Grundsätze der Landesplanung¹⁴⁹ und des Greizer Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes (EHZK)¹⁵⁰ geprüft. Diese Bewertung ersetzt keine Einzelfallprüfung, so dass die Auswirkungen im Rahmen einer vorhabenbezogenen Auswirkungsanalyse begutachtet werden müssen.

Im Einzelnen handelt es sich um folgende **Projektvorhaben**:

- Ersatzneubau des Netto-Marktes am Heinrich-Mann-Ring (a)
- Neubau eines Lebensmittelmarktes in der Tannendorfstraße (b)
- Erweiterung des Lidl-Lebensmittelmarktes an der August-Bebel-Straße (c)
- Umstrukturierung des Spectrum-Centers in der Reichenbacher Straße (d)

Im Rahmen der erfolgten Offenlegung des Zentrenkonzeptes wurde von der Firma Kaufland Dienstleistung Mitte GmbH & Co. KG¹⁵¹ die Aufnahme eines weiteren Potenzialstandortes angeregt, der sich gegenüber dem City-Center an der August-Bebel-Straße befindet. Das avisierte Vorhaben, d.h. die

- Ansiedlung eines Kaufland-Verbrauchermarktes am Standort An der Greika (e)

wurde ebenfalls in die nachfolgende Prüfung mit einbezogen. Hierbei handelt es sich um eine Verlagerung des Kaufland-Bestandsmarktes aus dem City-Center in der August-Bebel-Straße 46, da dieser Standort gemäß der Angabe von Kaufland für die weitere Nutzung und insbesondere eine mögliche Optimierung des Kaufland-Marktes nur noch bedingt geeignet ist.

Bei der Darstellung und Bewertung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches wurde bereits ausführlich unter dem vorstehenden Punkt 8.3.2.1 zu der

- Entwicklung des Marstall-Areals (f)

Stellung genommen. Aus diesem Grund wird dieser Potenzialstandort an dieser Stelle nicht wiederholt bewertet.

149 Die relevanten Ziele/ Grundsätze des Landesentwicklungsprogramms Thüringen 2025 sind v.a. das Konzentrationsgebot, das Kongruenzgebot, das Beeinträchtungsverbot und das Integrationsgebot (vgl. Ausführung unter Punkt 3).

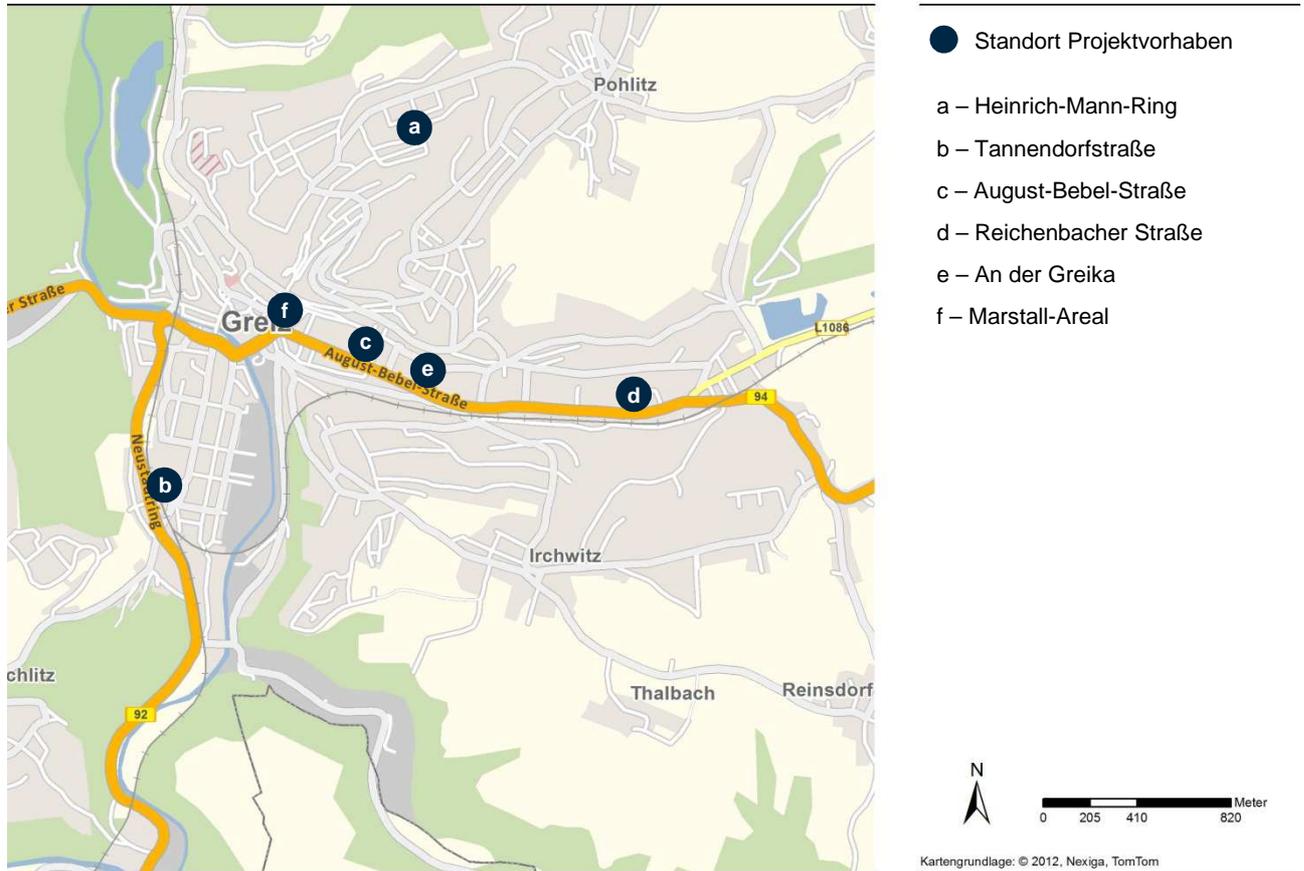
Anmerkung: Die Stadt Greiz wird in der Landesplanung als Mittelzentrum ausgewiesen, so dass hier grundsätzlich ein großflächiges Einzelhandelsprojekt zulässig ist. Das sog. Konzentrationsgebot wird somit prinzipiell erfüllt.

150 siehe folgenden Punkt 8.5.

151 Kaufland Dienstleistung Mitte GmbH & Co. KG, Fortschreibung Einzelhandelskonzept von 2009, Kaufland-Standort: 07973 Greiz, August-Bebel-Straße 46, Schreiben vom 19.09.2018.

Nachfolgend wird die **Lage** der potenziellen Projektvorhaben, die alle im Greizer Kernstadtgebiet verortet sind, kartographisch dargestellt.

Karte 13: Lage der potenziellen Projektvorhaben in der Greizer Kernstadt (Skizzierung)



● Standort Projektvorhaben

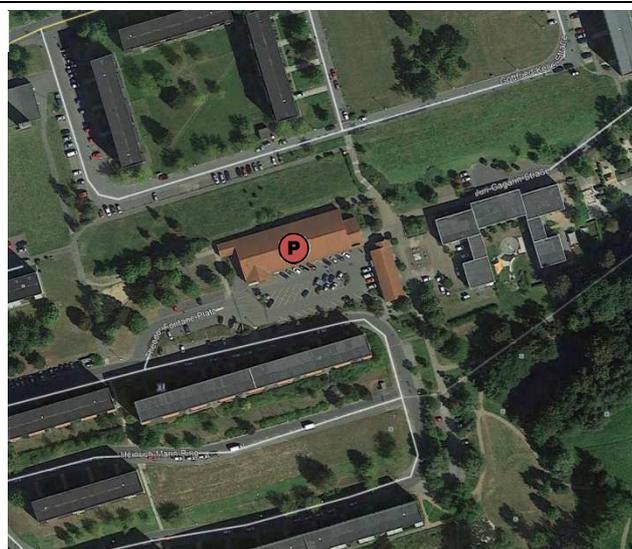
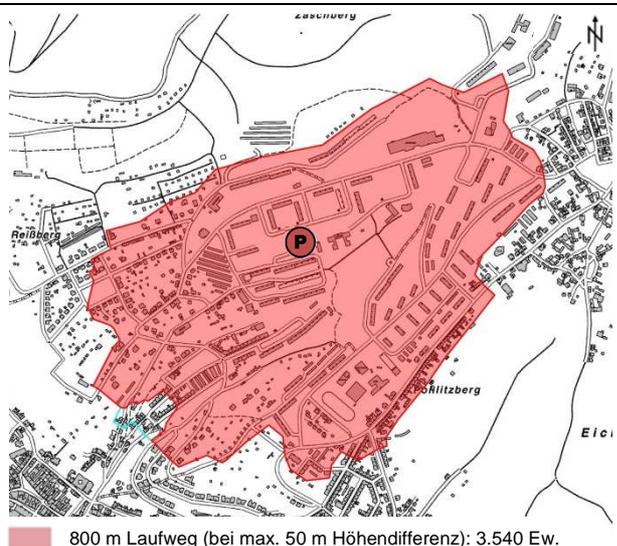
- a – Heinrich-Mann-Ring
- b – Tannendorfstraße
- c – August-Bebel-Straße
- d – Reichenbacher Straße
- e – An der Greika
- f – Marstall-Areal

Kartengrundlage: © 2012, Nexiga, TomTom

a. Heinrich-Mann-Ring

Projektinformationen:

Vorhaben	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ersatzneubau des bestehenden Netto-Marktes (derzeit ca. 780 m² VK zzgl. Bäcker), ggf. auch Neubau auf einem Nachbargrundstück ▪ keine konkrete Flächenangabe, die geplante Verkaufsfläche wird oberhalb der sog. 800 m² Schwelle liegen, da aktuelle Betreiberkonzepte von Netto eine Mindestbetriebsfläche ab 1.000 m² haben
Standort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ wohnsiedlungsintegrierter Standort inmitten einer hoch verdichteten Wohnbebauung in der Großwohnsiedlung Pohlitz, jedoch weiterer deutlicher Bevölkerungsrückgang in den Folgejahren ▪ eingeschränkte verkehrliche Anfahrbarkeit, da zurückversetzte Lage zur Gerhart-Hauptmann-Straße ▪ sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen, Begehrbarkeit aus allen Laufrichtungen über mehrere Zugänge
Lage gem. EHZK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ▪ Nahversorgungsstandort (gem. EHZK)
Nahversorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für ca. 3.500 Einwohner im fußläufigen Nahbereich, somit derzeit noch solide Potenzialbasis für den Betrieb eines Lebensmittelmarktes im Nahbereich ▪ Nahversorgungsfunktion für den gesamten nördlichen Kernstadtbereich, der durch einen deutlichen topographischen Versatz zur Innenstadt geprägt ist
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in der Gerhart-Hauptmann-Straße
Städtebauliche Lagequalität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Solitärstandort innerhalb einer Großwohnsiedlung, Umgebung ist durch mehrgeschossige Zeilenbauten (Plattenbauweise) geprägt <ul style="list-style-type: none"> ▪ Freiflächen im Umfeld durch Wohnungsrückbau ▪ geringe städtebauliche Qualität des Umfelds, da meist Funktionsbauten ohne architektonische Qualitäten ▪ langjährige Einzelhandelsvorprägung des Standortes durch Netto und arrondierende Nutzungen (u.a. Handel, Kleingastronomie)
Prospektives Naheinzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ stadtteilbezogenes Einzugsgebiet ▪ Fokussierung auf den nördlichen Kernstadtbereich (v.a. die Siedlungsgebiete DDR-Neubaugebiet Pohlitz, Pohlitz, Reißberg mit ca. 5.000 Einwohnern)



Bewertung:	
Gesamtstädtischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein gesamtstädtischer Bedarf an weiterer Lebensmittelverkaufsfläche ▪ bei der Projektentwicklung handelt es sich um die Erweiterung einer Bestandsfläche und somit um die Attraktivierung eines bestehenden Versorgungsstandortes
Lokaler Bedarf am Mikrostandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ aktuell kein stadtteilbezogener Bedarf an zusätzlicher Lebensmittelverkaufsfläche, da mit REWE/Netto eine ausreichende Angebotsabdeckung für die ca. 5.000 Einwohner erfolgt ▪ durch den Bevölkerungsrückgang wird primär dem REWE-Markt die Existenzgrundlage entzogen, somit ist eine Absiedlung von REWE zu erwarten, woraus ein prospektiver Bedarf für einen attraktiven und großformatigen Lebensmittelmarkt resultiert
Städtebauliche Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ keine Schädigung der Einkaufsinnenstadt zu erwarten, da Netto fast ausschließlich auf das nördliche Kernstadtgebiet und hier wiederum die Versorgung mit Lebensmitteln fokussiert ist ▪ REWE wird sich von dem Standort in Pohlitz bei anhaltendem Einwohnerrückgang mit hoher Sicherheit absiedeln, daher kein unmittelbarer Vorhabenbezug zum Erweiterungsvorhaben von Netto ▪ geplanter Neubau des Netto-Marktes wird attraktive Angebotsstrukturen in derzeit zentraler Lage der Großwohnsiedlung schaffen, wobei im Zuge des anhaltend massiven Einwohnerrückgangs die Wohnbevölkerung abnehmen wird und das DDR-Neubaugebiet sukzessive rückgebaut wird
Kompatibilität mit dem EHZK:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausweisung als Nahversorgungsstandort, somit mit dem Standortkonzept und dem Sortimentskonzept des EHZK kompatibel
Landesplanerische Einstufung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kongruenzgebot: Einzugsgebiet liegt innerhalb des mittelzentralen Verflechtungsbereiches der Stadt Greiz ▪ Beeinträchtigungsverbot: keine negative Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche oder Schädigung der verbrauchernahen Versorgung zu erwarten ▪ Integrationsgebot: städtebaulich integrierter bzw. siedlungsintegrierter Standort, ÖPNV-Anbindung vorhanden
Fazit:	
<p>Das Vorhaben ordnet sich in die Ziele des Greizer EHZK ein, da Lebensmittelmärkte nachgelagert zu zentralen Versorgungsbereichen auch an sog. Nahversorgungsstandorten etabliert werden sollen. Des Weiteren erfüllt das Projektvorhaben die im LEP Thüringen formulierten Maßgaben zur Einzelhandelsentwicklung.</p> <p>In Pohlitz ist perspektivisch mit einem Rückzug des REWE-Marktes zu rechnen, was – aus Betreibersicht – mit dem geringen Einzugsgebiet des Standortes und der deutlich rückläufigen Bevölkerung in diesem Stadtquartier zu begründen ist.¹⁵² Da zukünftig mit einem weiteren Einwohner- und somit auch Nachfragerückgang zu rechnen ist, ist die langfristige Nutzung des REWE-Bestandsstandortes durch einen Supermarkt nicht realistisch. Mögliche zusätzliche Kundenpotenziale aus anderen Stadtgebieten kann dieser Standort insbesondere auf Grund der topographischen Höhenunterschiede zu dem restlichen Stadtgebiet und mangels Strahlkraft dieser Einzelhandelslage nicht auslösen. Demnach übernimmt der Netto-Standort zukünftig die alleinige Versorgungsfunktion mit Lebensmitteln für die umliegenden Wohnquartiere.</p> <p>Das DDR-Neubaugebiet Pohlitz soll perspektivisch komplett zurückgebaut werden, so dass sich mittel- bzw. langfristig die Potenzialbasis für den Netto-Markt verringern wird. Dies wird bereits anhand der Einwohner im fußläufigen Nahbereich sichtbar, da die Bevölkerung bis zum Jahr 2025 von derzeit ca. 3.540 Personen auf ca. 2.900 Personen¹⁵³ abschmelzen wird. Somit ist es langfristig angezeigt, einen Alternativstandort für Netto bzw. einen anderen Lebensmittelmarkt in diesem Siedlungsbereich aufzuzeigen. Dieser Verlage-</p>	

152 In dem Wohnquartier hat sich bereits Penny (Gerhart-Hauptmann-Straße 40) abgesiedelt, wobei der Markt aktuell leer steht.

153 Quelle: Stadtverwaltung Greiz.

rungsstandort wäre östlich des Bestandsstandortes an der Dr.-Otto-Nuschke-Straße bzw. der Pohlitzer Straße zu verorten und sollte wohnortnah zu dem Ortsteil Alt-Pohlitz liegen. Als Planungshorizont wären ca. 15 Jahren zu veranschlagen.

Empfehlung:

Der Projektstandort am Heinrich-Mann-Ring – oder auch ein Nachbargrundstück¹⁵⁴ in Richtung zur Gerhart-Hauptmann-Straße – ist für die Ansiedlung von Einzelhandel mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten prädestiniert. Auf Grund des zu erwartenden Rückzugs von REWE ist eine angemessene Flächenerhöhung von Netto versorgungsstrukturell sinnvoll und führt zu einer Sicherung der lokalen Versorgungsqualität.

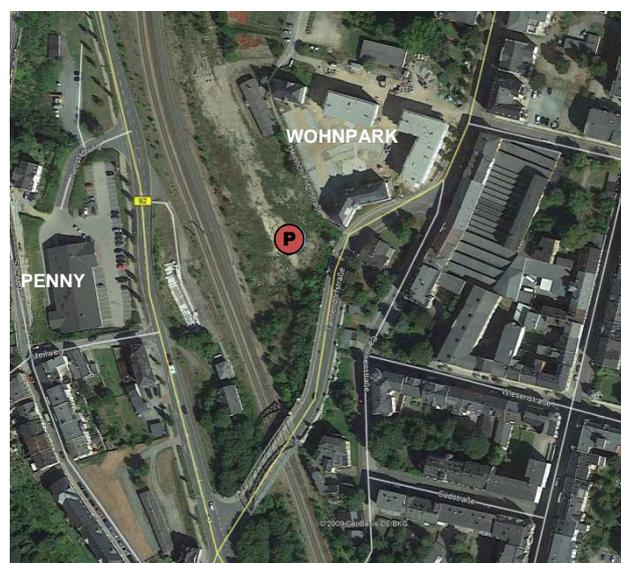
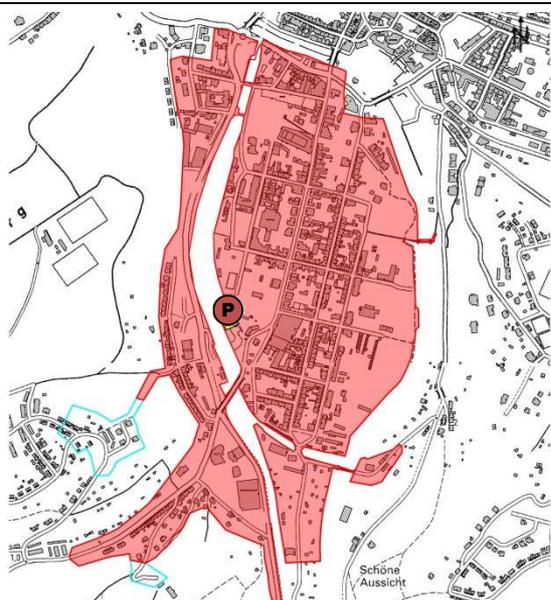
Quelle: Nexiga Basemaps/Stadtverwaltung Greiz (Karten); Stadtteilbezogene Einwohnerdaten Stadt Greiz, eigene Bearbeitung und Darstellung

154 Sollte die Flächenverfügbarkeit auf dem Bestandsgrundstück zur Erweiterung nicht gegeben sein, so kommt als Alternativfläche auch ein Grundstück nordöstlich des Bestandsmarktes an der Gerhart-Hauptmann-Straße in Frage. Dieser Standort wäre aus dem Ortsteil Alt-Pohlitz – dessen prospektive Bevölkerungsentwicklung sich deutlich von der rückläufigen Tendenz im DDR-Neubaugebiet Pohlitz abkoppeln wird – fußläufig besser zu erreichen.

b. Tannendorfstraße

Projektinformationen:

Vorhaben	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Neubau eines Lebensmittelmarktes (Discounter) mit rd. 1.000 m² Verkaufsfläche
Standort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ siedlungsintegrierter Standort, in Randlage zu einer Wohnbebauung, unmittelbar an den Gleiskörper der Bahn angrenzend ▪ in direkter Nachbarschaft wurde aktuell ein attraktiver Wohnpark neu errichtet ▪ eingeschränkte verkehrliche Anfahrbarkeit, da zurückversetzte Lage von der Tannendorf- bzw. Carolinenstraße ▪ gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen, wobei der westliche Bahngleiskörper eine Zäsur des Standortes darstellt
Lage gem. EHZK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ▪ Projektstandort wäre als Nahversorgungsstandort gem. EHZK einzustufen
Nahversorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für ca. 1.800 Einwohner im fußläufigen Nahbereich, somit geringe Potenzialbasis für den Betrieb eines Lebensmittelmarktes im Nahbereich ▪ die Nahversorgungsfunktion ist im Wesentlichen auf die Greizer Neustadt begrenzt
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestellen in der Tannendorf-/ Carolinenstraße und am Tannendorfplatz ▪ Bahnhof (mit ZOB) liegt ca. 400 m von dem Vorhabenstandort entfernt
Städtebauliche Lagequalität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ hohe städtebauliche Qualität der Carolinenstraße, die überwiegend durch sanierte, gründerzeitlich geprägte Blockrandquartiere geprägt ist ▪ attraktive Möblierung, Begrünung und Gestaltung dieses Straßenzuges ▪ Carolinenstraße fungiert als Geschäftsstraße mit meist gemischt genutzten Wohn- und Geschäftshäusern, hohe Aufenthaltsqualität
Prospektives Naheinzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ überwiegend stadtteilbezogenes Einzugsgebiet ▪ Fokussierung auf den südlichen Kernstadtbereich (v.a. die Neustadt inkl. Westrand mit rd. 1.800 Ew., im Nahbereich liegt ebenfalls die Greizer Altstadt mit rd. 900 Ew.) ▪ Ausstrahlung auch auf die südlich und südwestlich von Greiz befindlichen peripheren Ortsteile



Bewertung:	
Gesamtstädtischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> kein gesamtstädtischer Bedarf an weiterer Lebensmittelverkaufsfläche
Lokaler Bedarf am Mikrostandort	<ul style="list-style-type: none"> kein stadtteilbezogener Bedarf an zusätzlicher Lebensmittelverkaufsfläche, da mit Penny bereits ein Lebensmitteldiscounter in unmittelbarer Nähe verortet ist <ul style="list-style-type: none"> das Einwohnerpotenzial der Neustadt reicht bei Weitem nicht für den rentablen Betrieb eines Discounters aus
Städtebauliche Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> Schädigung des Penny-Marktes, da beide Standorte auf ein adäquates Einzugsgebiet fokussiert sind und demnach eine signifikante Einzugsgebietsüberlagerung aufweisen <ul style="list-style-type: none"> Schließung des Penny-Marktes und damit einhergehender Leerstand sind möglich <ul style="list-style-type: none"> der Markt fügt sich nicht in das Umfeld ein, das überwiegend durch attraktive Wohnbebauung geprägt ist deutlicher Anstieg der Fahrzeugbewegungen, dadurch abnehmende Aufenthaltsqualität in der Carolinenstraße zu erwarten
Kompatibilität mit dem EHZK:	<ul style="list-style-type: none"> Vorhabenstandort wäre als Nahversorgungsstandort einzustufen, somit mit dem Standortkonzept und dem Sortimentskonzept des EHZK kompatibel
Landesplanerische Einstufung	<ul style="list-style-type: none"> Kongruenzgebot: Einzugsgebiet liegt innerhalb des mittelzentralen Verflechtungsbereiches der Stadt Greiz Beeinträchtungsverbot: negative Beeinträchtigung des innerstädtischen Versorgungsbereiches durch einen Kundenabzug aus diesem Bereich, Schädigung der verbrauchernahen Versorgung durch einen hohen Kaufkraftabzug des Penny-Marktes, der allerdings auf Grund seiner Lagequalität außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches nur eine anteilige wohnortnahe Versorgungsfunktion übernehmen kann Integrationsgebot: städtebaulich integrierter bzw. siedlungsintegrierter Standort, ÖPNV-Anbindung vorhanden

Fazit:

Das Vorhaben ordnet sich in die Ziele des Greizer EHZK ein, da nahversorgungsrelevante Sortimente nachgelagert zu den zentralen Versorgungsbereichen auch an sog. Nahversorgungsstandorten etabliert werden können. Als solcher Standort wäre der Projektstandort einzustufen. Das Vorhaben erfüllt die in der Landesplanung formulierten Maßgaben zur Einzelhandelsentwicklung nur partiell, da in Bezug auf das sog. Beeinträchtungsverbot ein Kaufkraftabzug aus der Greizer Innenstadt zu erwarten ist und der naheliegende Penny-Markt – der sich in teil-integrierter Lage befindet – massive Umsatzverluste hinnehmen müsste.

Unter städtebaulichen Aspekten wird das Vorhaben den Gebietscharakter sprengen, da dieser Bereich als Wohngebiet einzustufen ist. Grundsätzlich sollen in Wohngebieten lediglich Läden zur Versorgung dieses Gebietes zugelassen werden, wobei der Discountmarkt für die wirtschaftliche Auslastung seiner Fläche (1.000 m² VK) ein unverkennbar größeres Einzugsgebiet benötigt. Die dadurch ausgelösten Kundenverkehre (inkl. Anlieferverkehr) führen zu einer deutlich höheren Fahrzeugbelastung auf der Carolinenstraße und somit auch möglicherweise zu einer Beeinträchtigung der Wohnqualität im Umfeld des geplanten Marktes.

Empfehlung:

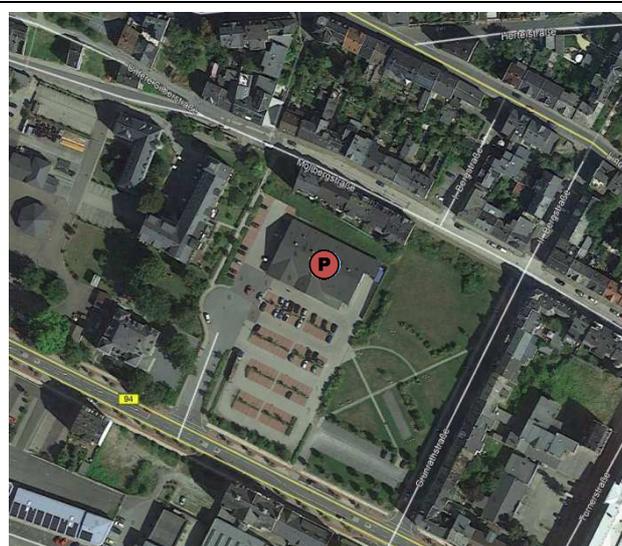
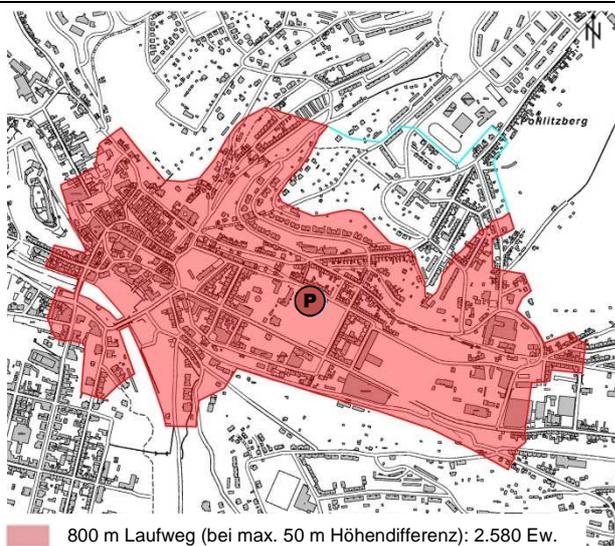
Der Projektstandort sollte unter Berücksichtigung des gesamtstädtisch hohen Besatzes an Lebensmittelmärkten und von städtebaulichen Aspekten – trotz seiner unmittelbaren Randlage zu der angrenzenden Wohnbebauung – nicht mit einem Lebensmittelmarkt genutzt werden. Von einer Projektentwicklung an diesem Standort ist abzuraten, da schädliche Auswirkungen auf die städtebauliche Ordnung in diesem Wohngebiet zu erwarten sind.

Quelle: Nexiga Basemaps/Stadtverwaltung Greiz (Karten); Stadtteilbezogene Einwohnerdaten Stadt Greiz, eigene Bearbeitung und Darstellung

c. August-Bebel-Straße

Projektinformationen:

Vorhaben	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ersatzneubau des bestehenden Lidl-Marktes (derzeit ca. 820 m² VK) <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Verkaufsfläche soll auf max. 1.200 m² erhöht werden
Standort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ siedlungsintegrierter Standort, das Umfeld ist durch verdichtete Wohnbebauung geprägt <ul style="list-style-type: none"> ▪ ansteigende Topographie zu den nördlich angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen, dadurch gewisse Einschränkungen bei der fußläufigen Erreichbarkeit aus diesem Bereich ▪ sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit, da der Markt direkt an der Hauptdurchfahrtsstraße (August-Bebel-Straße [B 94]) verortet ist
Lage gem. EHZK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ▪ Projektstandort ist als Nahversorgungstandort gem. EHZK einzustufen
Nahversorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahversorgungsfunktion für ca. 2.600 Einwohner im fußläufigen Nahbereich, somit gute Potenzialbasis für den Betrieb eines Lebensmittelmarktes im Nahbereich <ul style="list-style-type: none"> ▪ fußläufige Erreichbarkeit wird durch deutliche topographische Unterschiede und die Trennwirkung der B 94 beeinträchtigt
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in der August-Bebel-Straße
Städtebauliche Lagequalität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ attraktive Wohnbebauung im direkten Umfeld, meist in Blockrandbebauung ▪ Bebauung wird vor allem durch mehrgeschossige Stadthäuser in einer höheren Bauqualität geprägt, aber auch durch Wohnhäuser in einfacher Bauweise ▪ östlich des Lidl-Marktes schließt sich eine als Grünfläche zwischengenutzte Baufläche an, für die ein Bebauungsplan die Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsbetriebe im nicht-zentrenrelevanten Sortimentsbereich vorsieht ▪ im Zusammenhang mit der großzügigen Parkplatzanlage von Lidl ergibt sich aktuell insgesamt ein optisch weitläufiges Areal ▪ straßenbegleitend zur viel befahrenen August-Bebel-Straße (B 94) befindet sich eine Mischnutzung aus Wohnen, Gewerbe und Handel
Prospektives Naheinzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet umfasst auf Grund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit große Teile der Greizer Kernstadt <ul style="list-style-type: none"> ▪ Fokussierung im Nahbereich auf die Stadtgebiete Altstadt (inkl. Ostrand), Aubachtal und Grüne Linde mit rd. 4.400 Einwohnern



Bewertung:	
Gesamtstädtischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein gesamtstädtischer Bedarf an weiterer Lebensmittelverkaufsfläche ▪ bei der Projektentwicklung handelt es sich um die Erweiterung einer Bestandsfläche und somit um die Attraktivierung eines bestehenden Lebensmittelmarktes
Lokaler Bedarf am Mikrostandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein stadtteilbezogener Bedarf an zusätzlicher Lebensmittelverkaufsfläche, da auch mit Kaufland eine ausreichende Angebotsabdeckung möglich ist
Städtebauliche Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ es ist mit verhältnismäßig geringen zusätzlichen Umsätzen¹⁵⁵ – im Vergleich zu einer Neuansiedlung eines Lebensmittelmarktes – zu rechnen ▪ keine Schädigung der beiden zentralen Versorgungsbereiche zu erwarten, da der Großteil der zusätzlichen Umsätze von dem naheliegenden Kaufland verlagert wird ▪ eine Absiedlung von angebotsgleichen Lebensmitteldiscountern an umliegenden Standorten ist auf Grund der üblicherweise geringen Umsatzzuwächse auf der Mehrverkaufsfläche nicht zu erwarten <ul style="list-style-type: none"> ▪ mit dem Abriss/Neubau des Marktes können an dem Standort attraktive Angebotsstrukturen geschaffen werden
Kompatibilität mit dem EHZK:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Standort ist auf Basis der Lagequalität als Nahversorgungsstandort einzustufen und somit mit dem Standortkonzept und dem Sortimentskonzept des EHZK kompatibel
Landesplanerische Einstufung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kongruenzgebot: Einzugsgebiet liegt innerhalb des mittelzentralen Verflechtungsbereiches der Stadt Greiz ▪ Beeinträchtigungsverbot: keine negative Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche oder Schädigung der verbrauchernahen Versorgung zu erwarten ▪ Integrationsgebot: städtebaulich integrierter bzw. siedlungsintegrierter Standort, ÖPNV-Anbindung vorhanden

Fazit:

Das Vorhaben entspricht den Zielen des Greizer EHZK, da Lebensmittelmärkte nachgelagert zu den zentralen Versorgungsbereichen auch an Nahversorgungsstandorten etabliert werden können. Ferner ordnet sich das Projektvorhaben in die im LEP Thüringen beschriebene Maßgaben zur Einzelhandelsentwicklung ein. Mit dem geplanten Ersatzneubau entsteht ein zeitgemäßer und attraktiver Markt, so dass das Nahversorgungsangebot an diesem Standort – insbesondere in qualitativer Hinsicht – stabilisiert wird. Eine direkte bzw. negative Beeinflussung einer möglichen Entwicklung des Marstallgeländes scheint bei einer standortangepassten Flächenerweiterung nicht zu entstehen, da auf diesem Projektareal die Ansiedlung eines Supermarktes und somit eines andersartig positionierten Lebensmittelmarktes empfohlen wird bzw. bei Ansiedlung auch eines Discounters dem Lidl-Standort ein deutlich leistungsfähigeres und attraktiveres Lebensmittelangebot gegenübersteht (vgl. Tab. 17).

Empfehlung:

Die flächenseitige und qualitative Weiterentwicklung des Marktes ist im Sinne des EHZK als möglich einzustufen, so dass im Rahmen eines Bauleitverfahrens die Flächenerweiterung umgesetzt werden kann.

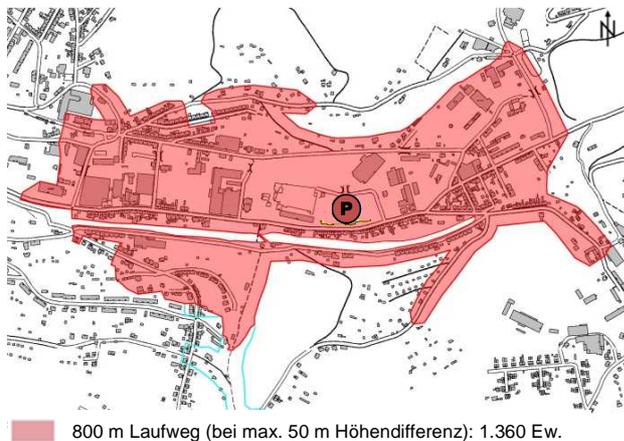
Quelle: Nexiga Basemaps/Stadtverwaltung Greiz (Karten); Stadtteilbezogene Einwohnerdaten Stadt Greiz, eigene Bearbeitung und Darstellung

155 Mit der erweiterten Verkaufsfläche sollen v.a. die Kundenattraktivität (z.B. breitere Gänge, übersichtliche Produktpräsentation, niedrige Regalhöhen, weniger überbaute Bereiche) erhöht und die innerbetrieblichen Abläufe für die Mitarbeiter optimiert werden. Ein wesentlicher Umsatzzuwachs wird grundsätzlich seitens der Betreiber nicht erwartet, da die Artikelanzahl nach einer Erweiterung – gerade in Discountern – nicht wesentlich erhöht wird. Die Maßnahme zielt insbesondere auf eine optische Attraktivierung der Märkte ab. Die Vergrößerung betrifft vor allem die Präsentationsflächen bzw. die Stellflächen für Waren, da größere Mengen an Artikeln im Verkaufsraum bereitgestellt werden können. Dies ist insbesondere für Produkte mit einem langen Mindesthaltbarkeitsdatum (bspw. Konserven, Nahrungsmittel, Kaffee/Tee, Getränke, Drogeriewaren, Tiernahrung) relevant, so dass diese Artikel seltener angeliefert werden müssen und in Folge der Aufwand für die Warenbestückung geringer ausfällt. Da somit mehr Artikel in großen Gebinden bzw. ohne zeit- und arbeitsintensive Umladungen und Regalbestückungen auf Paletten oder Rollcontainern in den Markt gebracht werden können, führt dies zu Einsparungen bei Logistik- und Personalkosten. Die dazu erforderlichen Gangbreiten führen zusammen mit den entsprechenden „Regalmetern“ pro Produkt auch bei gleichbleibenden Artikelzahlen zu deutlich höheren Anforderungen an die Verkaufsfläche.

d. Reichenbacher Straße

Projektinformationen:

Vorhaben	<ul style="list-style-type: none"> Umstrukturierung des aktuellen Handelsbestandes im Spectrum-Center, keine Erhöhung der Gesamtverkaufsfläche verschiedene Optionen, wobei u.a. eine Flächenerhöhung von Aldi, die Ansiedlung eines Drogeriemarktes oder die Ansiedlung eines Multisortimentsmarktes im Raum stehen; im Rahmen der Umstrukturierung könnte dagegen die Absiedlung des Spectrum-Verbrauchermarktes erfolgen es ist kein aktuelles Entwicklungskonzept für diesen Standort bekannt
Standort	<ul style="list-style-type: none"> siedlungsintegrierter Standort, das Umfeld wird durch Wohnbebauung, Sporteinrichtungen (Eissporthalle, Sporthalle, Freibad) und ein Möbelhaus geprägt Lage im Aubachtal, dadurch ansteigende Topographie zu den angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen und gewisse Einschränkungen bei der fußläufigen Erreichbarkeit sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit, da das Spectrum-Center direkt an der Hauptdurchfahrtstraße (Reichenbacher Straße [B 94]) situiert ist
Lage gem. EHZK	<ul style="list-style-type: none"> Spectrum-Center ist als zentraler Versorgungsbereich (C-Zentrum) ausgewiesen
Nahversorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> Nahversorgungsfunktion für ca. 1.400 Einwohner im fußläufigen Nahbereich, somit geringe Potenzialbasis für den Betrieb von Lebensmittelmärkten im Nahbereich
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> direkte ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in der Reichenbacher Straße
Städtebauliche Lagequalität	<ul style="list-style-type: none"> zweigeschossiges Center mit einfachen Baustrukturen, das sich in die straßenbegleitende Bebauung an der Reichenbacher Straße einfügt Modernisierungs- und Umstrukturierungsbedarf erkennbar, das Center wirkt in seiner Innenstruktur nicht-zeitgemäß die Reichenbacher Straße ist durch eine straßenbegleitende Wohnbebauung mit meist zwei und dreigeschossigen Wohnhäusern geprägt, die hohe Verkehrsbelastung führt zu einer geringen Aufenthaltsqualität
Prospektives Naheinzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> Einzugsgebiet umfasst auf Grund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit große Teile der Greizer Kernstadt und die östlichen dezentralen Ortsteile Fokussierung auf die Stadtgebiete Aubachtal sowie Raasdorf, Eichberg, Schönfeld und Reinsdorf-Waltersdorf mit rd. 2.900 Einwohnern



Bewertung:	
Gesamtstädtischer Bedarf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtischer Bedarf lediglich an Verkaufsfläche für Drogeriewaren ▪ gemäß den verschiedenen Angaben ist kein konkretes Sortimentskonzept ersichtlich, somit kann kein Abgleich mit den notwendigen gesamtstädtischen Bedarfen erfolgen
Lokaler Bedarf am Mikrostandort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ kein stadtteilbezogener Bedarf an Lebensmittelverkaufsfläche bzw. auch an Angeboten in sonstigen Sortimentsbereichen
Städtebauliche Auswirkungen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ abschließende Bewertung der Auswirkungen ist nicht möglich, da kein konkretes Sortimentskonzept vorliegt ▪ durch die Ansiedlung eines Drogeriemarktes und eines Multisortimentsmarktes sind keine schädlichen Auswirkungen zu erwarten, da diese Sortimente aktuell bereits in dem Spectrum-Verbrauchermarkt geführt werden ▪ bei einer Schließung des Verbrauchermarktes und gleichzeitigen Erweiterung von Aldi sind keine schädlichen Auswirkungen auf umliegende Versorgungsstandorte, insbesondere nicht auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu erwarten
Kompatibilität mit dem EHJK:	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Spectrum-Center ist als zentraler Versorgungsbereich eingestuft und somit mit dem Standortkonzept und dem Sortimentskonzept des EHJK kompatibel
Landesplanerische Einstufung	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kongruenzgebot: Einzugsgebiet liegt innerhalb des mittelzentralen Verflechtungsbereiches der Stadt Greiz ▪ Beeinträchtungsverbot: keine negative Beeinträchtigung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt oder Schädigung der verbrauchernahen Versorgung zu erwarten ▪ Integrationsgebot: städtebaulich integrierter bzw. siedlungsintegrierter Standort, ÖPNV-Anbindung vorhanden

Fazit:

Seitens des Inhabers des Spectrum-Centers liegt kein endgültiges bzw. kein konkretes Umstrukturierungskonzept vor; ferner wurde keine Änderung des gültigen Bebauungsplans beantragt. Gemäß den vorliegenden bzw. vorläufigen Unterlagen werden jedoch mögliche Sortimentsänderungen die aktuelle Gesamtverkaufsfläche nicht übersteigen, so dass lediglich mit einer Sortimentsverschiebung zu rechnen wäre.

Derzeit stellt sich das gesamte Spectrum-Center in Bezug auf seine Ausrichtung allenfalls als durchschnittlich attraktiv dar. Insbesondere ist hierbei die unscharfe Positionierung des Centers zu nennen, ferner stellen sich der optische Zustand und die Ausprägung einzelner Konzepte (v.a. Spectrum-Verbrauchermarkt, Aldi) als wenig ansprechend dar. Grundsätzlich muss ein Relaunch dieses Nahversorgungszentrums erfolgen, um langfristig die Versorgungsfunktion aufrecht zu erhalten. Sollte dies nicht möglich sein, ist mit einem Rückzug von bestehenden (Magnet-)Mietern zu rechnen, da sich die Standortvoraussetzungen aus Betreibersicht suboptimal darstellen.

Empfehlung:

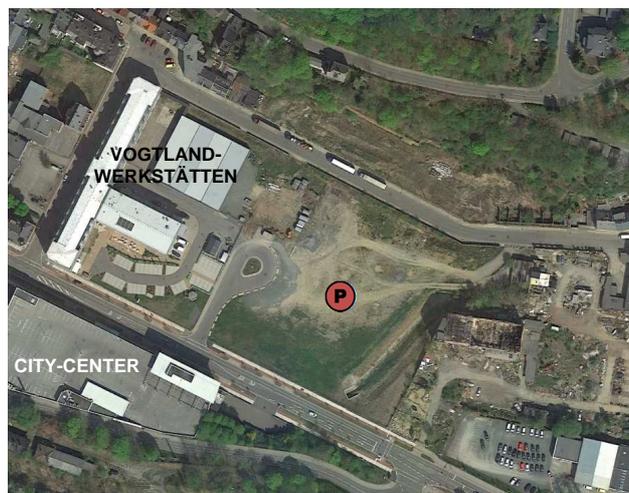
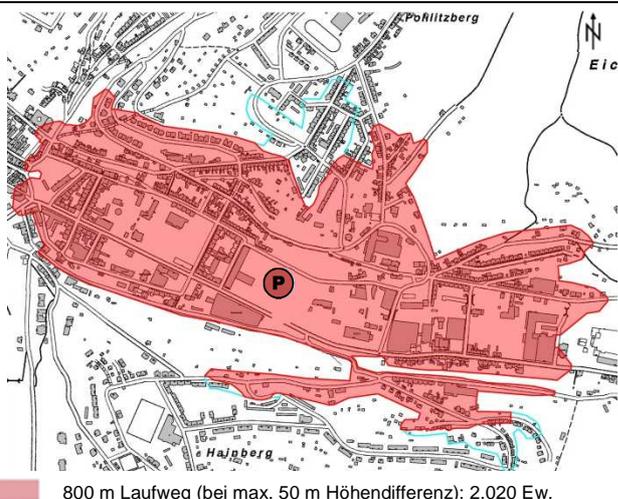
Das Spectrum-Center erfüllt – trotz der relativ geringen Einwohnerzahl im Nahbereich – eine wichtige Versorgungsfunktion für den östlichen Kernstadtbereich und insbesondere die angrenzenden dezentralen Ortsteile. Prinzipiell ist eine Umstrukturierung – die sich im Rahmen der derzeitigen Gesamtverkaufsfläche bewegen sollte – positiv zu bewerten, da die Angebotsstrukturen und auch die optische Darstellung des Centers derzeit nicht zeitgemäß wirken. Der Sortimentsschwerpunkt sollte weiterhin auf sog. nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen, wobei eine partielle Ergänzung durch zentrenrelevante Sortimente möglich ist. Bei einer möglichen Umstrukturierung müssen Auswirkungen auf den Handelsbesatz des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichs ausgeschlossen sein, ebenso wie die weitere Entwicklung dieses Versorgungsbereiches nicht beeinträchtigt werden darf (bspw. Entwicklung des Marstall-Areals).

Quelle: Nexiga Basemaps/Stadtverwaltung Greiz (Karten); Stadtteilbezogene Einwohnerdaten Stadt Greiz, eigene Bearbeitung und Darstellung

e. An der Greika

Projektinformationen:

Vorhaben	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Errichtung eines neuen Kaufland-Verbrauchermarktes, Verlagerung des Bestandsmarktes aus dem gegenüberliegenden City-Center ▪ keine konkrete Angabe zur Plan-Verkaufsfläche, die jedoch gegenüber der Bestandsfläche (ca. 3.500 m²) im City-Center nicht wesentlich abweichen dürfte
Standort	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gewerbegebietslage, das Standortareal war vormals durch einen Industriebetrieb („Greika“ – Greizer Kammgarn-Weberei) belegt, auf Teilflächen wurde unter Einsatz von öffentlichen Fördermitteln eine Altlastensanierung durchgeführt ▪ aktuell unterliegt der Standort keiner qualifizierten Nutzung und liegt brach, westlich befinden sich die sog. Vogtlandwerkstätten, östlich sind weitere Frei-/Brachflächen und Gewerbebetriebe vorzufinden ▪ ansteigende Topographie zu den nördlich liegenden Wohnsiedlungsbereichen und auch zu dem südlichen Stadtquartier Raunerstraße/ Franz-Feustel-Straße bzw. den Ortsteil Irchwitz, dadurch Einschränkungen bei der fußläufigen Erreichbarkeit aus diesen Bereichen ▪ kein wohnsiedlungsintegrierter Standort, da im direkten Umfeld keine Wohnbebauung vorhanden ist ▪ sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit, da der Standort direkt an der Hauptdurchfahrtsstraße (August-Bebel-Straße [B 94]) verortet ist
Lage gem. EHZK	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Lage außerhalb eines zentralen Versorgungsbereichs ▪ Projektstandort wäre gem. EHZK nicht als Nahversorgungsstandort einzustufen, da im direkten Umfeld keine Wohnbebauung vorzufinden ist und es sich nicht um eine wohnsiedlungsintegrierte Lage handelt ▪ Entfernung zum innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich (Puschkinplatz) knapp über 900 m, somit keine fußläufigen Austauschbeziehungen möglich, Standort wird somit in Konkurrenz zur Greizer Einkaufsinnenstadt stehen
Nahversorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ▪ im direkten Umfeld ist an der August-Bebel-Straße und der Adelheidstraße (jeweils in Höhe des Projektstandortes) keine Wohnbebauung vorhanden, Wohnbevölkerung ist jedoch im weiteren Umfeld vorzufinden ▪ Nahversorgungsfunktion für ca. 2.000 Einwohner im fußläufigen Nahbereich, somit eher geringe Potenzialbasis im Nahbereich für den Betrieb eines großflächigen Verbrauchermarktes ▪ fußläufige Erreichbarkeit wird durch deutliche topographische Unterschiede und die Trennwirkung der B 94 beeinträchtigt
ÖPNV	<ul style="list-style-type: none"> ▪ ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in der August-Bebel-Straße
Städtebauliche Lagequalität	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gewerbegebietslage, Vorprägung und Umfeldprägung durch Industrie- bzw. Gewerbebetriebe ▪ städtebaulich ungeordnetes Gebiet, da keine qualifizierte Nutzung des gesamtem Areal ▪ Nachbarbelegung durch attraktive Gewerbeimmobilien der Vogtlandwerkstätten, im östlichen Bereich teilweise ruinöse Bausubstanzen sowie weitere Gewerbe-/ Industriebetriebe ▪ straßenbegleitend zur viel befahrenen August-Bebel-Straße (B 94) befindet sich in Richtung Innenstadt eine Mischnutzung aus Wohnen, Gewerbe und Handel, das gegenüberliegende City-Center stellt eine städtebauliche Dominante in diesem Gebiet dar
Prospektives Naheinzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Einzugsgebiet umfasst auf Grund der guten verkehrlichen Erreichbarkeit große Teile der Greizer Kernstadt ▪ Fokussierung im Nahbereich auf die Stadtgebiete Altstadt (inkl. Ostrand), Aubachtal und Grüne Linde mit rd. 4.400 Einwohnern



Bewertung:

Gesamtstädtischer Bedarf

- kein gesamtstädtischer Bedarf an weiterer Lebensmittelverkaufsfläche
- bei der Projektentwicklung handelt es sich um die Verlagerung eines Bestandsbetriebes, wobei die Nachnutzung der bestehenden Kaufland-Fläche im City-Center baurechtlich möglich ist

Lokaler Bedarf am Mikrostandort

- kein stadtteilbezogener Bedarf an zusätzlicher Lebensmittelverkaufsfläche, da im Nahbereich mit Lidl und auch der Kaufland-Bestandsfläche eine ausreichende Angebotsabdeckung möglich ist
- Kaufland-Fläche im City-Center kann durch einen Lebensmittelmarkt nachbelegt werden, somit hohe Massierung von Lebensmittelfläche in diesem Stadtgebiet

Städtebauliche Auswirkungen

- bei Nichtnachbelegung des City-Centers mit einem Lebensmittelmarkt: geringe absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf umliegende Lebensmittelanbieter, Auswirkungen lediglich durch die verbesserte Attraktivität von Kaufland und die bessere Standortqualität¹⁵⁶
- bei Nachbelegung durch einen Lebensmittelmarkt: hohe absatzwirtschaftliche Auswirkungen auf umliegende Lebensmittelanbieter, insbesondere Gefährdung der Entwicklung des Marstall-Areals und auch anderer Lebensmittelmärkte möglich
- bei Nachbelegung durch branchenfremde Anbieter mit zentrenrelevanten Sortimenten: hohe absatzwirtschaftliche Auswirkungen, da Kaufland eine Fläche von ca. 3.500 m² nutzt, die dann für andere Sortimente zur Verfügung stehen, somit deutliches Gefährdungspotenzial für die Greizer Innenstadt

Kompatibilität mit dem EHZK:

- keine Kompatibilität mit dem EHZK, da Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereichen (v.a. Altstadt) angesiedelt werden soll
- bei Nachbelegung der Kaufland-Fläche ist eine Schädigung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches nicht auszuschließen

Landesplanerische Einstufung

- Kongruenzgebot: Einzugsgebiet liegt innerhalb des mittelzentralen Verflechtungsbereiches der Stadt Greiz
- Beeinträchtigungsverbot: negative Beeinträchtigung der zentralen Versorgungsbereiche oder Schädigung der verbrauchernahen Versorgung bei Nachbelegung der Kaufland-Fläche im City-Center zu erwarten
- Integrationsgebot: städtebaulich teil-integrierter Standort, ÖPNV-Anbindung vorhanden

156 Es wurde unterstellt, dass Kaufland eine ähnliche Verkaufsfläche wie im City-Center belegt und keine weiteren Handelsbetriebe an dem Potenzialstandort angesiedelt werden.

Fazit:

Bei Verlagerung des Kaufland-Marktes ist baurechtlich die Nachnutzung der Kaufland-Fläche im City-Center durch einen anderen Lebensmittelmarkt möglich, da eine entsprechende planungsrechtliche Zulässigkeit mit der Betreiberaufgabe bzw. einem Betreiberwechsel nicht unwirksam wird. Demzufolge wäre die Wiederbelegung (auch einer Teilfläche) mit einem Lebensmittelmarkt möglich, wobei in Folge dieser Angebotskonzentration schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Altstadt bzw. dessen geplante Weiterentwicklung (Belegung des Marstall-Areals) zu erwarten sind.

Die Nachbelegung der Kaufland-Fläche ist auch durch anderen zentrenrelevanten Einzelhandel möglich, da für diesen Einzelhandelsstandort kein Bebauungsplan mit einer Flächen- oder Sortimentsbeschränkung existiert.

Bei der Wiederbelegung des City-Centers und der Ansiedlung von zentrenrelevanten Sortimenten ist von einer deutlichen Verstärkung des Standortgewichtes dieser Einzelhandelslage – auch durch Agglomerationseffekte zu dem geplanten nebenliegenden Kaufland-Markt – auszugehen. Durch die Schaffung eines neuen Handelsschwerpunktes – der flächenseitig dann als größter Handelsstandort in Greiz fungieren würde – ist von einer Schädigung des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches auszugehen, zumal sich diese gesamte neue Agglomerationslage aus betrieblicher Sicht des Handels optimal darstellt (u.a. sehr gute Erreichbarkeit, Ausrichtung auf PKW-Kunden, direkte Sichtachse zur B 94, größter zusammenhängender Einzelhandelsstandort, hohe Synergieeffekte und Kopplungspotenziale).

Zusammenfassend ist bei der geplanten Verlagerung des Kaufland-Marktes eine Schädigung des zentralen Versorgungsbereiches Altstadt – insbesondere der geplanten Entwicklung des Marstall-Areals – zu erwarten, die vor allem aus den möglichen und realistischen Nachnutzungsoptionen der Kaufland-Fläche im City-Center resultiert.

Empfehlung:

Der Projektstandort sollte nicht mit zentrenrelevantem Einzelhandel belegt werden, da bei einer Verlagerung des Kaufland-Marktes und der zu erwartenden Nachnutzung der Bestandsfläche im City-Center schädliche Auswirkungen auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich und ggf. auch auf die wohnortnahe Versorgung der Greizer Bevölkerung zu erwarten sind.

Des Weiteren scheint grundsätzlich eine Belegung dieses Grundstücks mit Einzelhandel fraglich, da auf Teilflächen des Areals der ehemaligen Greika eine Altlastensanierung durchgeführt wurde und dieses Gebiet perspektivisch wieder vorrangig einer gewerblichen Nutzung zugeführt werden soll. Das Gewerbegebiet wurde dabei nach der GRW-Richtlinie des Landes Thüringen gefördert. Damit ist die Ansiedlung von gewerblichen Unternehmen nur nach den Vorgaben der Positivliste des Rahmenplanes der GRW möglich, wobei der Einzelhandel nicht in dieser Positivliste enthalten ist. Demzufolge ist diese Potenzialfläche einer Nutzung durch Gewerbebetriebe vorbehalten.

Quelle: Nexiga Basemaps/Stadtverwaltung Greiz (Karten); Stadtteilbezogene Einwohnerdaten Stadt Greiz, eigene Bearbeitung und Darstellung

8.4. Sortimentskonzept Greiz

8.4.1. Begriffsdefinition

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

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

Abbildung 35: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente

zentrenrelevante Sortimente

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

nicht-zentrenrelevante Sortimente

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Für die Stärkung der innerstädtischen Versorgung und zur Verbesserung der Gesamtattraktivität der Stadt Greiz gilt es, diejenigen Sortimente im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu konzentrieren, die maßgeblich der Nutzungsvielfalt und der Attraktivität dieses Bereiches dienen.

Zu der Sortimentsgruppe der zentrenrelevanten Sortimente zählen auch die sog. **nahversorgungsrelevanten Sortimente**, die überwiegend der kurzfristigen bzw. periodischen Grundversorgung¹⁵⁷ 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- und Mittelstädten – oft die flächenseitigen Voraussetzungen zur Installation von diesen z.T. großformatigen Anbietern nicht gegeben sind, sollte eine Ansiedlung – nachgelagert zu zentralen Versorgungsbereichen – auch außerhalb dieser Bereiche im Sinne einer wohnungsnahen Bedarfsabdeckung möglich sein.

Eine Ansiedlung außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches (oder auch eine Verlagerung) könnte erfolgen, wenn die jeweilige Lage der wohnortnahen Versorgung der Bevölkerung dient, der Standort städtebaulich integriert ist und die Größe des geplanten Vorhabens dem zu versorgenden Einzugsbereich entspricht. Ferner müssen schädliche Auswirkungen auf den Angebotsbesatz in zentralen Versorgungsbereichen weitgehend ausgeschlossen werden.

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

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

Bei der Definition ist grundsätzlich auf eine **ortstypische Sortimentsliste** abzustellen, die sich auf die ortsspezifischen Verhältnisse und auch auf mögliche Entwicklungsperspektiven bezieht und somit auf die konkreten lokalen städtebaulichen Erfordernisse abgestimmt ist.¹⁵⁸ Ein genereller Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen von Sortimenten – wie dies z.T. in Landes- oder Regionalentwicklungsplänen der Fall ist – reicht im Rahmen einer bauleitplanerischen Steuerung nicht aus und wurde in der Rechtsprechung bereits als fehlerhaft beurteilt.

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

Eine ortsspezifische Sortimentsliste kann daher Sortimente – auch wenn diese in einem zentralen Versorgungsbereich noch nicht vorhanden sind – als zentrenrelevant ausweisen. Es ist möglich, diese Sortimente in anderen Ortsgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem zentralen Versorgungsbereich zuzuführen.¹⁵⁹ Bei der Darstellung dieser Zielperspektive besteht allerdings die Notwendigkeit, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

157 Unter Grundversorgung wird i.S.d. LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

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

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

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

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

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im zentralen Versorgungsbereich Altstadt in Greiz zu etablieren. Der zentrale Versorgungsbereich Spectrum-Center soll dagegen auf die Versorgung mit vorwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten ausgerichtet werden. Grundsätzlich sollen insbesondere größere Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig nur auf die abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche beschränkt werden.

Ferner stellt die Greizer 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 Greiz 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 **Greizer Sortimentsliste** liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Abb. 35) zugrunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandelsstruktur der beiden zentralen Versorgungsbereiche und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch bestehender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 8.3.2/8.3.3). Dabei ist bei den meisten der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sortimente bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines Randsortiments – in den zentralen Versorgungsbereichen vorhanden (vgl. Anlage 4).

Von den Sortimenten, die aktuell nicht in zentralen Versorgungsbereichen verortet sind, weisen einige Sortimente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 35) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifisch, Kopplungsaffinität) auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 28) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung der Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengruppen – trotz des **derzeitigen Fehlens** in zentralen Versorgungsbereichen – auch als zentrenrelevant definiert.

Hierbei handelt es sich um folgende Sortimente:

- Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger
- Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen

Bezüglich der genannten Branchen ist zu konstatieren, dass sich diese Sortimente insbesondere auf den Potenzialflächen bzw. in bestehenden Leerständen ansiedeln lassen. Weiterhin wird im Rahmen der Umstrukturierung der Altstadtgalerie¹⁶⁰ eine größere Fläche für Elektrowaren („Weiße Ware“) und Unterhaltungselektronik geschaffen, so dass dieses Sortiment im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zukünftig präsent sein wird. Demnach bestehen in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in allen genannten Sortimenten realistische Ansiedlungschancen, die auch dem Flächenanspruch dieser Branchen gerecht werden.

Zusammenfassend können auf Grundlage der kurz dargestellten Entwicklungsflächen die vorstehenden Sortimente im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt etabliert werden, so dass eine realistische Zielperspektive für die Installation dieser Sortimente in diesem Bereich besteht. Auf Basis der gutachterlichen Analyse der Einzelhandelssituation und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird für Greiz daher folgende Differenzierung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten definiert.

¹⁶⁰ Die Umstrukturierung der Altstadtgalerie erfolgte während der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes. Die Ansiedlung ist bereits erfolgt, da zwischenzeitlich ein Unterhaltungselektronikmarkt (inkl. Küchenstudio) eröffnet wurde.

Abbildung 36: Greizer Liste zentren- und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Greizer Liste (Teil I)

zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ¹⁶¹	
<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
▪ Foto, Fotozubehör	47.78.2	EH mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
▪ Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	47.78.3	EH mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln
▪ Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	47.59.2 47.59.9	EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten
▪ Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, 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

161 Statistisches Bundesamt Wiesbaden, Klassifikation der Wirtschaftszweige, 2008.

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Greizer Liste (Teil II)

nicht-zentrenrelevante Sortimente	WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör 	45.32	EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör
	45.40	Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Baumarktartikel (u.a. Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Fenster, Türen, Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse, Holz- und Holzmaterialien, Kamine, Öfen) 	47.52	EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Boote, Zubehör 	aus 47.64.2	EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel 	aus 47.41	EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software, nur: Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör 	47.64.1	EH mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten 	47.53	EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen
	aus 47.52.3	EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel 	47.76.1	EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen
	47.52.1	EH mit Metall- und Kunststoffwaren
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Leuchten, Lampen 	aus 47.59.9	EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Matratzen 	47.59.1	EH mit Wohnmöbeln
	aus 47.51	EH mit Textilien, nur: Matratzen

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 28) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Greiz definiert. Hiermit wird eine städtebaulich bestmögliche Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt. Die Ansiedlungsgrundsätze sind auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen den beiden zentralen Versorgungsbereichen, den Nahversorgungsstandorten und den Sonderlagen in Greiz abgestimmt.

I. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität, so dass perspektivisch Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment in dem zentralen Versorgungsbereich Altstadt anzusiedeln sind. So kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Greizer Stadtgebiet entgegengewirkt und die Einkaufsinnenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Das Greizer Zentrum kann somit weiterhin als flächen- und betriebsseitiger Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente in Greiz fungieren. Dies ist für die Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die überörtliche Ausstrahlung der Greizer Altstadt und damit für deren Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Die Lenkung des zentrenrelevanten Einzelhandels in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt kann nur gelingen, wenn dieser Handel – unter Berücksichtigung der weiteren Grundsätze II bis V – in den anderen Lagen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche beschränkt bzw. ausgeschlossen wird.

Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Greiz zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 8.4.2). Hierbei ist darauf zu verweisen, dass die nahversorgungsrelevanten Sortimente eine Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente darstellen (vgl. Abb. 36), für die spezielle konzeptionellen Vorgaben in den Grundsätzen II und III definiert werden.

Die Versorgung mit Einzelhandelsgütern wird auch zukünftig im gewissen Umfang in den einzelnen Wohnortlagen bzw. in Streulagen erfolgen.¹⁶² Außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche sind Einzelhandelsansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten nicht schädlich, wenn Einzelhandelsbetriebe die ortsübliche Verkaufsflächengröße von Greiz von ca. 100 m² je Ladeneinheit¹⁶³ nicht wesentlich überschreiten,¹⁶⁴ überwiegend der wohnortnahen Versorgung der umliegenden Bevölkerung im Nahbereich dienen und nicht mit weiteren Einzelhandelsbetrieben einen großflächigen Agglomerationsstandort bilden.

Der sog. „Greizer Laden“¹⁶⁵ entspricht u.a. auf Grund seiner Standortanforderungen den Maßgaben von mittelständischen Handelsbetrieben, die oft auch einen stark ausgeprägten Service- bzw. Dienstleistungsanteil

162 Aktuell sind in diesen Streulagen 9 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche verortet, wobei die Anzahl der insgesamt 50 Betriebe einen Anteil von 25 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe ausmacht (vgl. Tab. 6).

163 Die durchschnittliche Ladengröße aller nicht-großflächigen Einzelhandelsbetriebe liegt in Greiz bei ca. 87 m² je Geschäft (vgl. Abb. 16).

164 Bei dieser Flächengröße ist zu unterstellen, dass keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sind.

165 Der sog. „Greizer Laden“ stellt ein typisches Element in der Einzelhandelsstruktur der Stadt Greiz dar. Bei diesem Betriebstyp handelt es sich vor allem um Geschäfte mit folgender Angebotsstruktur:

- Geschäfte – oft in Familienbesitz, d.h. nicht filialisiert – mit einer Verkaufsfläche von meist 50 bis 200 m², die meist ein tiefes und teilweise auch spezialisiertes Warenangebot im Food- und/oder Non-Food-Bereich anbieten.
- Nachbarschaftsläden, aber auch Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) oder Frischeanbieter (Obst, Gemüse) mit Angebotschwerpunkt im Food-Bereich.
- Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Non-Food-Sortimenten, welche ein bedarfsgruppenorientiertes oder branchenspezifisches Sortiment mit ergänzenden Dienstleistungen bzw. starker Serviceausprägung führen.
- Die Läden sind meist in Erdgeschosszonen von Wohn- und Geschäftshäusern angesiedelt.
- Die Standorte befinden sich in städtebaulich integrierten Lagen mit einer hohen Mantelbevölkerung im fußläufigen Umfeld sowie meist entlang zentral gelegener Wege mit einer untergeordneten Funktion für den Autoverkehr.
- Die Standorte liegen in der Kernstadt und meist an Nebenstraßen, hier traditionell vor allem in Eckgebäuden; meist sind weitere Komplementärfunktionen (konsumnahe und Finanzdienstleistungen, Gastronomie, Büros etc.) im Umfeld verortet.

haben. Als Vorteil sind i.d.R. die direkte räumlich-funktionale Zuordnung zu Wohngebieten und damit die Nähe zum Verbraucher zu sehen. Dem „Greizer Laden“ kommt auf Grund seiner Flächengröße keine strukturprägende Bedeutung für den Einzelhandelsstandort Greiz zu, so dass i.d.R. von diesem Betriebstyp keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche ausgehen.

II. Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Altstadt sowie nachgeordnet in den zentralen Versorgungsbereich Spectrum-Center

Die Greizer Innenstadt soll perspektivisch über einen angemessenen Besatz an nahversorgungsrelevanten Sortimenten, insbesondere auch an Lebensmittelverkaufsfläche verfügen. Grundsätzlich sollte daher die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes erfolgen, ferner muss auch dauerhaft ein attraktiver und großformatiger Drogeriemarkt etabliert werden.

Der zentrale Versorgungsbereich Spectrum-Center besitzt eine wichtige Nahversorgungsfunktion, so dass auch an diesem Standort die Ausbildung von nahversorgungsrelevanten Sortimenten möglich ist. Die Ansiedlung soll jedoch nachgelagert zu dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich erfolgen, der oberste Priorität besitzt. Bei einer Ansiedlung im Nahversorgungszentrum Spectrum-Center müssen schädliche Auswirkungen auf den innerstädtischen Versorgungsbereich grundsätzlich ausgeschlossen sein, ferner darf eine Handelsansiedlung im Spectrum-Center die Entwicklung im Greizer Zentrum nicht negativ beeinträchtigen.

III. Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Lebensmittel primär in die zentralen Versorgungsbereiche sowie nachgeordnet zur Gewährleistung der Nahversorgung an städtebaulich integrierte Standorte (Nahversorgungsstandorte)

Um die Nahversorgung mit Lebensmitteln bzw. ergänzend mit Waren des kurzfristigen Bedarfs (im Randsortiment) möglichst engmaschig und auch für nicht-mobile Bevölkerungsteile fußläufig zu gestalten, ist nachgeordnet zu den zentralen Versorgungsbereichen die Ansiedlung von Betrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel¹⁶⁶ an städtebaulich integrierten Standorten möglich.

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

Die Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist ausschließlich auf städtebaulich integrierte Standorte¹⁶⁷ in Greiz zu begrenzen. Bei der Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben mit Lebensmitteln müssen diese Vorhaben überwiegend der Grundversorgung¹⁶⁸ dienen und eine standortgerechte Dimensionierung besitzen.

¹⁶⁶ Dieser Grundsatz III bezieht sich ausschließlich auf Betriebe des Lebensmittelhandels (vgl. Anlage 3).

¹⁶⁷ Ein Standort ist als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser

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

¹⁶⁸ 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.

Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Greizer Liste“) darf dabei nicht über 10 % liegen und muss dem Hauptsortiment flächen- und umsatzseitig deutlich untergeordnet sein.

Die Ansiedlung von diesen Betrieben ist auf Standorte zu konzentrieren, in deren fußläufigem Umfeld eine hohe Mantelbevölkerung wohnt.¹⁶⁹ Grundsätzlich muss ein Ansiedlungsvorhaben vollumfänglich den im Landesentwicklungsplan Thüringen¹⁷⁰ formulierten Zielen (u.a. Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtungsverbot, Integrationsgebot, vgl. Ausführungen unter Punkt 3) entsprechen.

Eine solche Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist im Einzelfall im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung zu prüfen und abzuwägen, wobei ausschließlich eine Ansiedlung an einem städtebaulich integrierten Standort möglich ist. Diese vorstehenden Anforderungskriterien treffen auch bei einer Erweiterung der Verkaufsfläche von Bestandsbetrieben des Lebensmitteleinzelhandels zu. Die Erweiterung von Lebensmittelmärkten ist nur bei Betrieben in siedlungsintegrierter Lage zuzulassen.

IV. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten vornehmlich in bestehende Einzelhandelslagen

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

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

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten bei Flächenverfügbarkeit auch in den zentralen 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 (bspw. in der Adelheidstraße/Grünrathstraße in Nachbarlage zu Lidl)¹⁷¹.

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.

Eine standortangepasste Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist im Sinne des Einzelhandelskonzeptes grundsätzlich zulässig, sofern diese langfristig der Standortsicherung dient. Von der Erweiterung sind prinzipiell die zentrenrelevanten Sortimente im Rahmen der zuvor erläuterten Bedingungen ausgeschlossen, da diese perspektivisch in der Greizer Altstadt anzusiedeln sind.

¹⁶⁹ Eine allgemeine Angabe der Einwohnerzahl als Richtlinie ist nicht sinnvoll, da insbesondere auch siedlungsstrukturelle Besonderheiten in Greiz – insbesondere die deutlich topographischen Höhenunterschiede innerhalb des Stadtgebietes – berücksichtigt werden müssen.

¹⁷⁰ vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Punkt 2.6.

¹⁷¹ vgl. B-Plan für SO Gebiet Adelheidstraße/Grünrathstraße.

V. 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 Randsortimente¹⁷², die als zentrenrelevant einzustufen sind. Im Gegensatz zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten können von diesen Ergänzungs- bzw. Randsortimenten ggf. negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen ausgehen, wenn diese eine gewisse Größe und damit Attraktivität erreichen. Grundsätzlich wären negative Auswirkungen anzunehmen, wenn es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb handelt.

Ein prinzipieller Ausschluss von zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund von Kundenerwartungen unrealistisch und nicht zielführend, da Randsortimente für die Attraktivität der Anbieter wichtig sind und sich diese Sortimente in vielen Branchen etabliert haben.¹⁷³ Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen darstellen.

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

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

172 Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten und dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.

vgl. OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998 und OVG Nordrhein-Westfalen [7B 2023/99] vom 26.01.2000.

Nebensortimente, die i.d.R. einen hohen Flächenanteil einnehmen, sind keine Randsortimente.

vgl. VGH BW [3 S 351/11] vom 04.07.2012.

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

8.6. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Der Stadt Greiz wird empfohlen, die in dem Zentrenkonzept beschriebenen Zielstellungen als Chance für eine vorteilhafte Stadt- und Einzelhandelsentwicklung zu betrachten und eine konsequente, fachlich sinnvolle Umsetzung zu verfolgen.

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

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

Nachstehend werden Maßnahmen bzw. Handlungsanleitungen zur Umsetzung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes 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 entlang hoch frequentierter Hauptverkehrsstraßen, wie z.B. der

- August-Bebel-Straße,
- Reichenbacher Straße,
- Zeulenrodaer Straße oder
- Plauenschen Straße/Neustadtring

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

Ferner sollte auch in Gewerbegebieten – insbesondere bei Neuausweisungen – 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 der Agglomerationseffekte zu möglichen bestehenden Anbietern ist eine effizientere und schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebes möglich. Aus Sicht der Stadtentwicklung führt dies jedoch zu einer Zersplitterung des Angebots und zu einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte.

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

Im Regelfall wird die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich sein. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Einfache Bebauungspläne können dabei für den gesamten Innenbereich oder für Teile des Innenbereiches aufgestellt werden.

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

2. Bestehende Bebauungspläne¹⁷⁴ sollten daraufhin geprüft werden, inwieweit eine Ausweitung oder Umnutzung der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten zukünftig möglich ist. Sollten rechtliche bzw. bauplanungsseitige Möglichkeiten bestehen, sollte eine weitere Verkaufsflächenerhöhung mit zentrenrelevanten Sortimenten ausgeschlossen werden.

Ein wichtiges Instrument der Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist dabei grundsätzlich der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.¹⁷⁵

3. Gemäß den Ansiedlungsvorschlägen im vorstehenden Einzelhandelskonzept sollten die planungsrechtlichen Voraussetzungen für eine gewünschte Ansiedlung vorbereitet werden. An den Standorten, die für weitere Ansiedlungsvorhaben geplant sind (bspw. Marstall-Areal), sollte eine Überarbeitung von möglicherweise bestehenden Bebauungsplänen oder eine Neuaufstellung im Sinne einer Angebotsplanung erfolgen.
4. Es ist grundsätzlich zu prüfen, ob es sich bei Abfragen zum gemeindlichen Einvernehmen i.S.d. § 36 BauGB um Vorhaben handelt, die dem Einzelhandels- und Zentrenkonzept entgegenstehen. Eine Konzeptwidrigkeit liegt dabei – auch bei Fehlen von Auswirkungen gemäß § 34 Abs. 3 BauGB – vor, wenn der in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB verankerte Entwicklungsaspekt nicht eingehalten wird bzw. das Vorhaben nicht den Entwicklungsleitlinien des Greizer Zentrenkonzeptes entspricht. In diesem

174 Die betrifft den Bebauungsplan für das Spectrum-Center und den Baumarkt Hellweg.

175 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.“

Fall ist zu prüfen, ob zeitnah eine verbindliche Bauleitplanung gemäß § 14 / § 15 BauGB eingeleitet werden sollte.

5. Insofern großflächige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sollten diese Gebiete mit ihrem Bestand festgeschrieben bzw. überplant werden. Dies trifft für die Sonderlagen August-Bebel-Straße und Gerhart-Hauptmann-Straße (vgl. Pkt. 8.3.5, A./ C.) zu.

Der Bebauungsplan kann nach § 9 Abs. 2a BauGB als einfacher Bebauungsplan i.S.d. § 30 Abs. 3 BauGB aufgestellt werden. Bei diesem kann die zulässige Art der Nutzung nicht durch Festsetzung eines Baugebiets bestimmt werden, ebenso soll es keine weitergehenden Regelungen zum Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, geben. Einzig bestimmte Arten von Nutzungen – nämlich Einzelhandelsbetriebe – sollen hinsichtlich ihrer zulässigen Größenordnungen und Sortimente reglementiert werden. Für die gewählte Verfahrensform muss der Geltungsbereich des Bebauungsplanes Teil eines im Zusammenhang bebauten Ortsteils im Sinne des § 34 BauGB sein.

Die Festsetzungen des Bebauungsplanes müssen (auch) der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dienen, hierunter fällt nicht nur das Greizer Hauptgeschäftszentrum, sondern auch das ausgewiesene Nahversorgungszentrum. Der Bebauungsplan soll der Umsetzung der Maßgaben des Einzelhandelskonzeptes dienen; seine Festsetzungen erfolgen zur Erhaltung und Entwicklung der in dem Konzept definierten beiden zentralen Versorgungsbereiche.

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

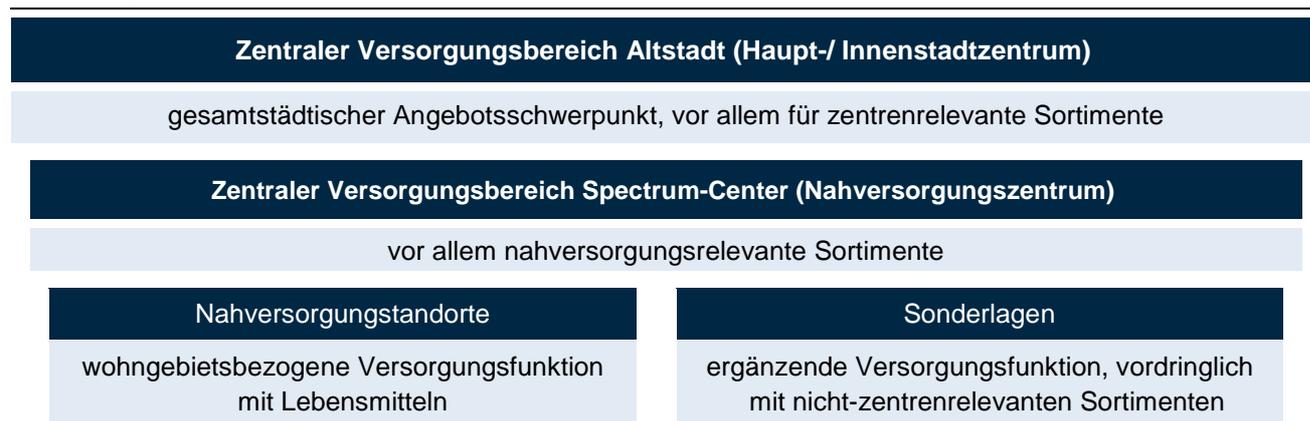
9. Schlussbemerkung

Die Stadt Greiz besitzt hinsichtlich ihres Einzelhandelsbestandes und der räumlichen Verteilung eine sehr gute Ausgangsbasis für die weitere Entwicklung. Aktuell ist insbesondere der innerstädtische Einzelhandelsbesatz bereits gut ausgeprägt, ferner existieren keine Einzelhandelsangebote (Ausnahme nicht-zentrenrelevanter Handel) auf der „Grünen Wiese“. Demnach sind grundlegend für das Ziel der Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs Altstadt und der Positionierung als umfassender und multifunktionaler Angebotsschwerpunkt gute Voraussetzungen gegeben.

Durch die gezielte Weiterentwicklung des Handels kann auch ein wichtiger Beitrag für den Erhalt, die Stabilisierung und den Ausbau der mittelzentralen Versorgungsfunktion von Greiz geleistet werden. Neben der weiteren Entwicklung der Greizer Altstadt ist die Sicherung der verbrauchernahen Versorgung insbesondere mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten von Bedeutung.

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

Abbildung 37: Funktionale Standortgliederung des Einzelhandels in Greiz (Zielperspektive)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der vorstehenden Ziele wurde das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept entwickelt und mit der Verwaltung der Stadt Greiz diskutiert und abgestimmt. Das Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und Zentrenentwicklung in der Stadt Greiz gedacht und wird durch den Beschluss des Greizer Stadtrats für die Verwaltung bindend.

BBE Handelsberatung GmbH

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

i.V. Dipl.- Geogr. Eva Hauke

Erfurt, 23. Januar 2019

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

Der gesamte Einzelhandel der Stadt Greiz (inkl. der Ortsteile) wurde im September 2017 im Rahmen der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes erfasst. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine aktuelle Begehung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Kiosks, Apotheken).

Die aktuellen Erhebungsdaten wurden mit den Daten aus der branchenspezifischen Untersuchung zum Einzelhandelskonzept im August 2008 abgeglichen, so dass ein genauer Vergleich mit den damaligen Bestandsdaten möglich ist.

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

- Im Rahmen der vorliegenden Untersuchungen wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Greiz 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 Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulanten Handel durchgeführt.
- Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Videothek, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schlüsseldienst, Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.
- Die Verkaufsflächen der Handelsbetriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt insbesondere für Betriebe mit großen Randsortimentsabteilungen (bspw. Verbrauchermärkte) und für Mehrbranchenanbieter (bspw. Sonderpostenmärkte).
- Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle von dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.¹⁷⁶

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

¹⁷⁶ 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/ Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag/Raumausstattung	
16	Haushaltwaren/Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat	
17	Elektrogeräte/Leuchten/Unterhaltungselektronik/PC/Foto	
18	Optik	
19	Uhren/Schmuck	
20	Fahrräder/Fahrradzubehör	
21	Autoteile/-zubehör	

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen

Ambulanter Handel

- Nicht ortsgebundene Verkaufsstände bzw. Verkaufsfahrzeuge mit wechselnden Standorten.
- Beispiele: Verkaufswagen für Backwaren, Fleischwaren oder Fisch, Verkaufsstände für Obst und Gemüse, Tiefkühlheimdienst.

Cash & Carry (C&C)

- Großhandelsbetrieb für gewerbliche Kunden, meist zur Selbstabholung.
- Betrieb umfasst neben einem umfangreichen Lebensmittelangebot eine zusätzliche Non-Food-Abteilung.
- Beispiele: Metro, Selgros, Edeka C+C.

Einkaufspassage

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

Einkaufszentrum

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

Fachgeschäft

- Branchenspezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit unterschiedlichen Verkaufsflächengrößen.
- Lage meist in Innenstadt- oder Stadtteillagen.
- Hohe Sortimentstiefe.
- Umfangreiche Beratung und Kundenservice, vorwiegend nach dem Bedienungsprinzip.

Fachmarkt

- Spezialisierter, oft großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment mit discountorientierter Preispolitik.
- Dominanz des Selbstbedienungsprinzips, aber auch teilweise mit Beratung und Service, häufig knappe Personalbesetzung.
- Lage vorwiegend außerhalb zentraler Einkaufsbereiche.
- Gute Pkw-Erreichbarkeit, vorwiegend an Ausfallstraßen oder in Gewerbe- und Sondergebieten gelegen.
- Beispiele: Fressnapf, KIK, Takko, TOYS´R´US, Deichmann, Media-Markt.

Fachmarktzentrum/Fachmarkttagglomeration

- Großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte diverser Branchen.
- Oft in Kombination mit einem Lebensmittel-Verbrauchermarkt/Discounter/Supermarkt.
- Dezentrale bzw. periphere Lage bei sehr guter Erreichbarkeit.
- Großes Angebot an Kundenparkplätzen.

Factory Outlet Center

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

Beispiele: Ingolstadt Village, Designer Outlet Zweibrücken, Wertheim Village.

Kaufhaus

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

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

Warenhaus

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

Beispiele: Karstadt, Kaufhof.

Anlage 3: Definitionen verschiedener Lebensmittel-Vertriebsformen

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

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

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

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

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

Lebensmittel-Discountmarkt

- Meist Betriebsgrößen zwischen ca. 600 und 1.200 m² Verkaufsfläche.
- Ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikeln bei Hard-Discountern (z.B. Aldi), ca. 1.500 bis 2.000 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (bspw. Lidl) und bis zu 3.000 Artikeln bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (bspw. Netto Marken-Discount).
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II).
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, teilweise auch Backwaren).
- Ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv.

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

Supermarkt

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

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

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m².
- Breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 30 bis 50 %.
- Autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren.
- Ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus.

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

SB-Warenhaus

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

Beispiele: Globus, Marktkauf, real.

Anlage 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten in zentralen Versorgungsbereichen

zentrenrelevante Sortimente gemäß Greizer Sortimentsliste	Bestehende Angebote im zentralen Versorgungsbereich ¹⁷⁷	
	A-Zentrum	C-Zentrum
<u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u>		
- Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren	√	√
- Blumen, Zimmerpflanzen	√	√
- Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika,	√	√
- Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere	√	√
- Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost	√	√
- Zeitungen, Zeitschriften	√	√
- Antiquitäten, Kunstgegenstände	√	
- Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse	√	
- Bücher	√	
- Computer, Computertechnik, Computerzubehör	√	√
- Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör		√
- Foto, Fotozubehör	√	
- Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen	√	
- Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel	√	√
- Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Bettwaren, Gardinen	√	√
- Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren	√	
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger		
- Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe	√	√
- Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf	√	√
- Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte	√	
- Schuhe	√	
- Spielwaren, Bastelartikel	√	
- Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen		
- Uhren, Schmuck	√	
- Unterhaltungselektronik ("Braune Ware"), Ton-/Bildträger, Telekommunikation	√	√
- Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör	√	√

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

¹⁷⁷ Es sind auch Sortimente erfasst, die im Randsortiment geführt werden. Hierbei wurden lediglich die Sortimente berücksichtigt, denen innerhalb eines Betriebes eine prägende Bedeutung zukommt.