

EINZELHANDELSKONZEPT für die Stadt Eschwege

Fortschreibung 2023



**Junker
+ Kruse**
Stadtforschung
Planung

Einzelhandelskonzept für die Stadt Eschwege

Fortschreibung 2023

Im Auftrag der Stadt Eschwege

Eva Bauch
Stefan Kruse

Unter Mitarbeit von:
Kai Fliß



Markt 5 - 44137 Dortmund
Telefon: 02 31-55 78 58-0 Fax: 02 31-55 78 58-50
www.junker-kruse.de info@junker-kruse.de

Februar 2023

Hinweise

Im Sinne einer einfacheren Lesbarkeit werden stets männliche und weibliche Schriftformen verwendet. Selbstverständlich sind immer gleichzeitig und chancengleich Frauen und Männer angesprochen.

Der Endbericht sowie die Entwurfsvorlagen unterliegen dem Urheberrecht (§ 2 Absatz 2 sowie § 31 Absatz 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte). Soweit mit dem Auftraggeber nichts anderes vereinbart wurde, sind Vervielfältigungen, Weitergabe oder Veröffentlichung (auch auszugsweise) nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

Fotos Titelblatt: Junker + Kruse

Datenschutzerklärung

Das Gutachterbüro Junker + Kruse verarbeitet personenbezogene Daten (Betriebsname, Adresse, Sortimentsangebot, Verkaufsfläche, Internetpräsenz) im Einklang mit den Bestimmungen der Datenschutz-Grundverordnung und dem Bundesdatenschutzgesetz. Die Erhebung und Verarbeitung der Daten erfolgt nach Artikel 6 Abs. 1 e) DSGVO zum Zweck der Wahrnehmung einer Aufgabe, die im öffentlichen Interesse liegt. Die Datenerhebung und Datenverarbeitung personenbezogener Daten ist für wissenschaftliche Forschungszwecke sowie für statistische Zwecke im Rahmen der Erstellung des kommunalen Einzelhandelskonzepts als städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB erforderlich. Darüber hinaus werden die Daten im Rahmen weiterer Arbeiten, die ebenfalls im öffentlichen Interesse stehen, verwendet (z.B. Bauleitplanverfahren, Raumordnungsverfahren).

Die gespeicherten Daten werden gelöscht, sobald sie für die bestimmten Zwecke nicht mehr notwendig sind und der Löschung keine gesetzlichen Aufbewahrungspflichten entgegenstehen.

Kontaktdaten der Verantwortlichen

Junker + Kruse Stadtforschung Planung,
Markt 5 | D-44137 Dortmund
Gesellschafter Dipl.-Geogr. Stefan Kruse
Tel +49 (0)2 31 55 78 58 0 |
Fax+49 (0)2 31 55 78 58 50
E-Mail: info@junker-kruse.de |
www.junker-kruse.de

Inhaltsverzeichnis

1	Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung.....	7
2	Methodische Vorgehensweise	10
2.1	Angebotsanalyse	10
2.2	Nachfrageanalyse	18
2.3	Städtebauliche Analyse	19
3	Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung	21
4	Nachfrageseitige Rahmenbedingungen	30
4.1	Standortrelevante Rahmenbedingungen.....	30
4.2	Einzugsgebiet des Einzelhandels in Eschwege	32
4.3	Kaufkraftpotenzial in Eschwege.....	35
5	Aktuelle Angebotssituation in Eschwege	39
5.1	Eckdaten des Einzelhandels in Eschwege	39
5.2	Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Eschwege	48
5.2.1	Hauptzentrum Innenstadt.....	48
5.2.2	Analyse der Nahversorgungszentren (2009)	52
5.3	Onlinebefragung zum Einkaufsverhalten	54
5.4	Händlerbefragung	58
5.5	Weitere bedeutsame Einzelhandelsstandorte	63
5.5.1	Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße.....	63
5.5.2	Sonstige Einzelstandorte des großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels.....	65
5.6	Wohnungsnah Grundversorgung in Eschwege	66
5.7	Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse.....	71
6	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Eschwege.....	75

7	Fortschreibung der Zielsetzung des Einzelhandelskonzepts für Eschwege.....	83
7.1	Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung.....	83
7.2	Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells	87
8	Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Eschwege.....	93
8.1	Zentrale Versorgungsbereiche	93
8.1.1	Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt.....	97
8.2	Ehemalige zentrale Versorgungsbereiche.....	102
8.3	Sonderstandorte des Einzelhandels in Eschwege	103
8.4	Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung	106
9	Fortschreibung der Eschweger Sortimentsliste.....	110
10	Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung	121
10.1	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten.....	122
10.2	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten	126
10.3	Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten	129
10.4	Prüfschema zur Einzelhandelsentwicklung	130
11	Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	132
Anhang	138
Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe	144

1 Anlass und Zielsetzung der Fortschreibung

Die Stadt Eschwege verfügt über ein gesamtstädtisches Einzelhandelskonzept, das vom Büro Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen erarbeitet und im Jahr 2009 veröffentlicht wurde. Mehrere Faktoren (s.u.) sprechen nun dafür, das Einzelhandelskonzept fortzuschreiben und somit auf einen aktuellen Stand zu bringen.

Ein solches konsensfähiges Einzelhandelskonzept stellt eine unverzichtbare Grundlage für sachgerechte Planungen zur Steuerung des Einzelhandels sowie zur Beurteilung und Abwägung von (insbesondere großflächigen) Einzelhandelsvorhaben dar. Zum einen erleichtert es der Stadt Eschwege, frühzeitig mögliche Auswirkungen einzelner Planvorhaben bzw. Standortentscheidungen auf die Versorgungsstrukturen im Stadtgebiet einschätzen zu können und dient Stadtverwaltung und Politik der Stadt Eschwege so als fundierte Bewertungsgrundlage und Orientierungshilfe für sachgerechte Grundsatzentscheidungen im Zusammenhang mit einzelhandelsspezifischen Stadtentwicklungsfragestellungen.

Zum anderen zeigt das Konzept (insbesondere baurechtliche) Handlungsnotwendigkeiten zur Schaffung von geeigneten städtebaulichen Rahmenbedingungen für die stadtentwicklungspolitisch gewünschte Einzelhandelsentwicklung auf und stellt vor diesem Hintergrund eine bedeutende Argumentations- und Begründungshilfe im Rahmen der bauleitplanerischen Umsetzung dieser Zielsetzungen dar.

Eine bedeutsame Grundlage des Einzelhandelskonzepts – sowohl für die Bewertung der Ist-Situation, aber auch für die Herleitung der Schlussfolgerungen und Empfehlungen – ist das empirische Grundgerüst des Konzepts. Seit der Erstellung des Einzelhandelskonzepts 2009 haben Veränderungen in der Eschweger Einzelhandelslandschaft stattgefunden und es werden verschiedene Einzelhandelsprojekte bzw. Ansiedlungsanfragen im Stadtgebiet diskutiert.

Doch nicht nur die Eschweger Einzelhandelslandschaft erfährt Veränderungen, auch die rechtlichen Rahmenbedingungen auf Bundes- (BauGB-Novellen) wie auf Landesebene (Landesentwicklungsplan Hessen 2020 – 4. Änderung des Landesentwicklungsplans Hessen 2000) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels sowie die darauf reflektierende Rechtsprechung haben sich weiterentwickelt¹.

Aus diesen nachvollziehbaren Gründen hat die Kreisstadt Eschwege das Planungsbüro Junker + Kruse, Stadtforschung Planung mit einer aktuellen Einzelhandelsbestanderfassung sowie der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts beauftragt.

Deutlich vor dem Beginn der Corona-Pandemie im Juli 2019 wurde der Einzelhandelsbestand in Eschwege erhoben. Nachdem zwei ergänzende Erhebungs- bzw. Befragungsbausteine (Online-Befragung der Kunden des Eschweger Einzelhandel und

¹ zahlreiche Urteile (OVG und BVerwG) zum Themenkomplex der Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung, u. a. Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 19.06.2008 (OVG NRW 7 A 1392/07), bestätigt durch das Urteil des Bundesverwaltungsgerichtes vom 17.12.2009 (BVerwG 4 C 2.08); Urteil des Oberverwaltungsgerichtes NRW vom 15.02.2012 (OVG NRW 10 D 32/11.NE)

Unternehmerbefragung), die Bestandteil der Fortschreibung sein sollten, aufgrund der verhängten Lock- und Shutdowns im Zuge der Maßnahmen zur Eindämmung der Corona-Pandemie verschoben werden mussten, wurden diese im Mai 2022 nachgeholt. Die Ergebnisse liefern wichtige Aussagen zur Zufriedenheit der Kunden mit dem innerstädtischen Einzelhandelsangebot und ergänzenden (innenstadt)relevanten Funktionen sowie auf der Nachfrageseite die Einschätzung der Einzelhändler. Ebenfalls im Mai 2022 wurde der Einzelhandelsbestand in Eschwege aktualisiert, um etwaige Veränderungen durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie zu berücksichtigen und, um auf eine aktuelle Datenbasis abstellen zu können.

Die vorliegende Untersuchung soll – unter Berücksichtigung aktueller rechtlicher, demographischer und städtebaulicher Rahmenbedingungen als auch betrieblicher Anforderungen – einzelhandelspezifische Entwicklungserfordernisse und -grenzen aufzeigen sowie darauf aufbauende Strategien für die zukünftige Steuerung und Entwicklung des Einzelhandels in Eschwege im Allgemeinen und insbesondere der zentralen Versorgungsbereiche im Speziellen entwickeln. Dabei spielen vor allem die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Eschwege, wie die Sicherung und Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche und die Sicherung und Weiterentwicklung einer funktionsfähigen Grundversorgungssituation eine bedeutende Rolle.

Vor allem soll die Fortschreibung des Konzepts auch die Planungs- und Rechtssicherheit für zukünftige Entscheidungen und Verfahren sowohl auf kommunaler wie auch privater Seite erhöhen. Die Stadt Eschwege erhält mit dem fortgeschriebenen Einzelhandelskonzept in Verbindung mit dem Stadtverordnetenbeschluss ein aktuelles städtebauliches Entwicklungskonzept i. S. d. § 1 (6) Nr. 11 BauGB, welches sie in die Lage versetzt, für den weitaus größten Teil der zukünftigen Anfragen Entscheidungen auf Basis des Einzelhandelskonzepts herbeizuführen und dies auch im möglichen Bauleitplanverfahren zu begründen, ohne für den Einzelfall die städtebauliche Verträglichkeit belegt oder widerlegt zu haben.² Dies wiederum entlastet die Stadt von der häufig strittigen Auseinandersetzung mit einzelfallbezogenen Wirkungsanalysen, die sehr häufig zu anderen Ergebnissen kommen als das jeweilige Einzelhandelskonzept für den betrachteten Standort vorgibt.

Die – auch insbesondere rechtliche – Notwendigkeit (im Sinne der späteren bauleitplanerischen Umsetzung) eines solchen städtebaulichen Konzepts i.S.v. § 1 (6) Nr. 11 ist in jüngeren Urteilen z.B. des OVG Münster nochmals hervorgehoben worden: Denn „erst solche konzeptionelle Festlegungen, die dann gem. § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB n.F. (früher: § 1 Abs. 5 Satz 2 Nr. 10 BauGB) auch bei der weiteren Aufstellung der Bauleitpläne zu berücksichtigen sind, lassen in aller Regel die Feststellung zu, ob das Angebot bestimmter Warensortimente an bestimmten Standorte in das städtebauliche Ordnungssystem der jeweiligen Stadt funktionsgerecht eingebunden ist.“³

² Urteil des BVerwG vom 26. März 2009 – 4 C 2.07

³ OVG NRW, Urteil vom 30. Januar 2006 - 7 D 8/04.NE; hier Seite 16; vgl. zur Notwendigkeit eines Einzelhandelskonzepts auch OVG NRW, Urteil vom 28. August 2006 - 7 D 112/05.NE

Die vorliegende Fortschreibung umfasst zunächst eine Aktualisierung der angebots- und nachfrageseitigen Datenbasis sowie eine Neubewertung der daraus abgeleiteten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Eschwege.

Darauf aufbauend sind die im Jahr **2009 formulierten konzeptionellen Bausteine** des Einzelhandelskonzepts (Zielsetzungen, Standortstruktur, Definition und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, Sortimentsliste sowie Empfehlungen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung) kritisch geprüft und – soweit notwendig – überarbeitet bzw. angepasst worden.

2 Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Eschwege stützt sich sowohl auf die Ergebnisse aktueller primärstatistischer Erhebungen wie auch auf sekundärstatistische Quellen.

- Die **primärstatistischen Erhebungen** bilden im Rahmen der Fortschreibung eine wichtige Datengrundlage und Berechnungsbasis, anhand derer eine sachgerechte und empirisch abgesicherte Beurteilung derzeit aktueller und zukünftig anstehender Einzelhandelsansiedlungen ermöglicht wird. In erster Linie zählt hierzu die flächendeckende Vollerhebung aller Einzelhandelsunternehmen (inkl. Leerstände) im gesamten Eschweger Stadtgebiet sowie die Erhebung der Dienstleistungsbetriebe in zentralen Bereichen. Vergleiche mit den Daten des vorherigen Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2009 machen nur bedingt Sinn, da diesen eine abweichende Erhebungssystematik zugrunde liegt.
- Für die **sekundärstatistischen Daten** wurde auf spezifische Quellen (Pläne, Programme, Veröffentlichungen) zurückgegriffen, die in erster Linie dem interregionalen und intertemporären Vergleich der für die Stadt Eschwege gewonnenen Daten dienen. Dazu zählen insbesondere auch verschiedene Kennziffern aus dem Bereich der Handelsforschung und hier vor allem die einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern der IFH Retail Consultants, Köln (2021).
- Hinzu kommt eine auf einzelhandelsrelevante Belange ausgerichtete Erarbeitung und Beurteilung **städtebaulicher und qualitativer Aspekte**, die unter anderem die wesentlichen Kriterien zur Überprüfung der Definitionen und Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO darstellen und somit auch planungsrechtlich zwingend erforderlich sind. Diese städtebauliche Analyse stellt eine qualitative Ergänzung der quantitativen Bausteine dar, so dass sich in der Gesamtschau (Angebotsanalyse, Städtebau und Nachfrageanalyse) ein auf den Untersuchungsgegenstand ausgerichtetes, detailliertes Bild zur Einkaufssituation in Eschwege ergibt, welches die Grundlage für die Erstellung der konzeptionellen Bausteine darstellt.

2.1 Angebotsanalyse

Bestandserhebung

Zur Analyse der Angebotssituation wurde im Juli 2019 eine flächendeckende **Vollerhebung des Eschweger Einzelhandelsbestands** durchgeführt. Im **Mai 2022** wurde der Einzelhandelsbestand in Eschwege aktualisiert, um etwaige Veränderungen durch die Auswirkungen der Corona-Pandemie zu berücksichtigen und, um auf eine aktuelle Datenbasis abstellen zu können. Dem vorliegenden Einzelhandelskonzept liegen die Zahlen aus dem Jahr 2022 zugrunde. Die Vollerhebungen basieren auf einer Begehung des gesamten Bereichs bei gleichzeitiger Bestandsaufnahme und Kartierung der Einzelhandelsbetriebe. Im Rahmen der Vollerhebung wurde die Verkaufsfläche der Einzelhandelsbetriebe differenziert nach Einzelsortimenten aufgenommen. Weiterhin wurden durch eine Kartierung die räumliche Verortung und Lagezuordnung vorgenommen.

Im Rahmen dieser Vollerhebung wurden die jeweils geführten Sortimentsgruppen und dazugehörigen Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter unter Zuhilfenahme lasergestützter Flächenerfassungsgeräte – sofern gestattet – neu erhoben und die räumliche Zuordnung der Geschäfte überprüft.

Der Erhebung liegt folgende **Definition der Verkaufsfläche** zugrunde:

Gemäß dem Urteil vom BVerwG vom 24.11.2005 4 C 10.04 ist bei der Berechnung der Verkaufsfläche die dem Kunden zugängliche Fläche maßgeblich. Hierzu gehören auch Schaufenster, Gänge, Treppen, Kassenzonen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände und Freiverkaufsflächen soweit sie nicht nur vorübergehend zum Verkauf genutzt werden.

- Auch zur Verkaufsfläche sind diejenigen Bereiche zu zählen, die vom Kunden zwar aus betrieblichen und hygienischen Gründen nicht betreten werden dürfen, in denen aber die Ware für ihn sichtbar ausliegt (Käse-, Fleisch- und Wursttheke etc.) und in dem das Personal die Ware zerkleinert, abwiegt und verpackt.
- Ebenso zählen dazu die Flächen des Windfangs und des Kassenvorraums (einschließlich eines Bereiches zum Einpacken der Ware und Entsorgen des Verpackungsmaterials).
- Flächen für die Pfandrücknahme sind gemäß aktueller Rechtsprechung (Urteil OVG NRW (AZ 7 B 1767/08) vom 06. Februar 2009) der Verkaufsfläche zuzurechnen soweit sie dem Kunden zugänglich sind. Für Kunden unzugängliche Lagerräume für Pfandgut gehören nicht zur Verkaufsfläche.
- Nicht zur Verkaufsfläche sind diejenigen Flächen zu zählen, auf denen für den Kunden nicht sichtbar die handwerkliche und sonstige Vorbereitung (Portionierung etc.) erfolgt sowie die (reinen) Lagerflächen. Abstellflächen für Einkaufswagen gehören, soweit sie außerhalb des Gebäudes gelegen sind, laut dem Urteil des OVG NRW (AZ 7 B 1767/08) vom 06. Februar 2009 grundsätzlich nicht zur Verkaufsfläche.

Eine solche primärstatistische Erhebung ist als wichtige Datenbasis und fundierte Bewertungsgrundlage zwingend erforderlich. Insbesondere mit Blick auf die jüngere Rechtsprechung zum Thema Einzelhandelssteuerung im Rahmen der Bauleitplanung ist eine sehr dezidierte Bestandserfassung erforderlich. So müssen insbesondere auch relevante Nebensortimente erfasst werden, die neben den klassischen Kernsortimenten zentrenprägende Funktionen einnehmen können. Um eine sortimentsgenaue Differenzierung der Verkaufsflächen gewährleisten zu können, wurden daher einzelne Sortimente (auf der Basis eines etwa 50 Sortimente umfassenden Erhebungsschlüssels) differenziert erfasst und die jeweils dazugehörigen Verkaufsflächen ermittelt.

In der sich anschließenden Auswertung wurden die Sortimentsgruppen den in der folgenden Tabelle dargestellten 17 Warengruppen zugeordnet.

Tabelle 1: Sortimentsspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
überwiegend kurzfristige Bedarfsstufe		
Nahrungs- und Genussmittel	Nahrungs- und Genussmittel	<u>Nahrungs- und Genussmittel</u> , dazu zählen Backwaren (wenn keine Bäckerei), Feinkost, Fisch, Fleisch (wenn keine Metzgerei), Getränke (in Lebensmittelläden, Tankstelle, Kiosk), Kaffee, Obst und Gemüse, sonstige Lebensmittel, Süßwaren, Tabakwaren, Tee, Wein/Sekt/Spirituosen
	Backwaren/Konditoreiwaren	<u>Backwaren/Konditoreiwaren</u> in Bäckereien
	Fleischwaren	<u>Fleisch- und Metzgereiwaren</u> in Metzgereien
	Getränke	<u>Getränke</u> inkl. Wein/Sekt/Spirituosen im Getränkemarkt
Blumen (Indoor)/Zoo	Blumen	<u>Schnittblumen</u> (exkl. Topf- und Zimmerpflanzen)
	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)	<u>Topf- und Zimmerpflanzen</u> für die Innennutzung, Zimmergestecke, <u>Blumentöpfe und Vasen</u> für die Innennutzung
	Zoologische Artikel	<u>Zoologische Artikel</u> (zoologische Gebrauchsartikel, Tierfutter in Großbinden, Reinigungs-, Pflege und Hygienemittel)/ <u>lebende Tiere</u> (Heim- und Kleintiere, Tiere für Aquarien und Terrarien)
	Heim- und Kleintierfutter	<u>Tierfutter</u> für Haustiere (z.B. Hund, Katze, Hamster, Wellensittich)
Gesundheit und Körperpflege	Pharmazeutische Artikel	<u>Rezeptfreie und -pflichtige Arzneimittel</u>
	Drogeriewaren	<u>Drogerie- und Körperpflegeartikel</u> , Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel etc., Kosmetikartikel und Parfümeriewaren
Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften /Bücher	Bücher	<u>Bücher</u> inkl. Antiquariat (Handel mit alten und gebrauchten Büchern)
	Papier/Büroartikel/Schreibwaren	<u>Papier/Büroartikel/Schreibwaren</u> auch <u>Büromaschinen</u> (Akttenvernichter, Beschriftungssysteme, Bindegeräte, Diktiergeräte, Falzmaschinen, Kopiergeräte, Schreibmaschinen, Tisch- und Taschenrechner)
	Zeitungen/Zeitschriften	
überwiegend mittelfristige Bedarfsstufe		
Bekleidung	Bekleidung	<u>Bekleidung</u> , dazu zählen Damen-, Herren- und Kinderoberbekleidung, Bademoden, Berufsbekleidung, Hüte/Mützen, Miederwaren, Motorradbekleidung, Pelz- und Lederbekleidung, Socken/Strümpfe, Wäsche
	Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle	<u>Handarbeitswaren/Kurzwaren/Meterware/Wolle</u> (Knöpfe, Nadeln, Reißverschlüsse, Schnallen, Zwirne, Stoffe, Leder etc.)
Schuhe/Lederwaren	Schuhe	<u>Schuhe</u> (ohne Sportschuhe) und Schuhpflegemittel
	Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme	
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	GPK/Haushaltswaren	<u>Glas/Porzellan/Keramik</u> (keramische Erzeugnisse und Glaswaren wie Geschirr aus Porzellan, Steingut, Steinzeug und Glas). <u>Haushaltswaren</u> (Besen und Bürstenware, Besteck, Eimer, Kehrblech, Küchenartikel, Küchen- und Haushaltsbehälter, Messbecher, Messer, Pfannen, Scheren, Töpfe, Wäscheständer und -körbe, Kerzen, Servietten u.a.).
Spielwaren/Hobbyartikel	Hobbyartikel	<u>Künstlerartikel/Bastelzubehör</u> (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Oel- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), <u>Sammlerbriefmarken und -münzen</u>

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
Sport und Freizeit	Musikinstrumente und Zubehör	<u>Musikinstrumente und Zubehör</u> (Instrumentenkoffer, Noten, Notenständer, Pflegemittel etc.)
	Spielwaren	<u>Spielwaren</u> (inkl. Modellbau, Modelleisenbahnen und Zubehör)
	Angler-, Jagdartikel und Waffen	
	Campingartikel	<u>Campingartikel</u> dazu gehören Campingkocher, Campingmöbel, Isomatten, Schlafsäcke, Zelte
	Fahrräder und technisches Zubehör	<u>Fahrräder und technisches Zubehör</u> (inkl. Fahrradanhänger, Fahrradhelme, Fahrradkörbe, Felgen, Kabel und sonstiges Kleinmaterial für Fahrräder, Lichtsysteme, Mantel, Sattel, Schlauch, Tachometer)
	Sportartikel	<u>Sportartikel/-kleingeräte</u> dazu zählen Bälle, Bandagen, Boxhandschuhe, Boxsäcke, Dartboards & Zubehör, Fahnen, Fanartikel, Flossen, Gewichte, Gymnastikmatten, Hanteln, Hantelstangen, Helme, Herzfrequenzmessgeräte, Inlineskates und Zubehör, Pokale/Sportpreise, Reitsportartikel, Schläger, Schlitten, Schlittschuhe, Schwimmbrillen, Skateboards, Skier, Snowboards, Springseile, Stepper, Stöcke, Stützen, Tauchermasken, Trikots, Trinkflaschen, Waveboards
Sportbekleidung und Sportschuhe	<u>Sportbekleidung</u> (inkl. Reitsportbekleidung)/ <u>Sportschuhe</u>	
Sportgroßgeräte	<u>Sportgroßgeräte</u> dazu zählen Billardtische, Crosstrainer, Ergometer, Fitnessstationen, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Großhanteln, Hantelbänke, Heimtrainer, Kickertische, Laufbänder, Trampolin, Turnmatten, Schlauchboote, Boote und Zubehör (im Facheinzelhandel mit Sportbooten, Yachten)	
überwiegend langfristige Bedarfsstufe		
Wohneinrichtung	Bettwaren	<u>Bettwaren</u> (umfasst Schlafdecken, Ober- u. Unterbetten, Kopfkissen, Steppdecken, Bettfedern, Daunen, Matratzenschoner)
	Matratzen	
	Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe	<u>Heimtextilien</u> : Bettwäsche, Haus- und Tischwäsche (darunter Hand-, Bade-, Geschirr- u. Gläsertücher, Tischdecken und -tücher) <u>Gardinen</u> : Fertiggardinen, Gardinstoffe, Vorhänge, Plissees, Stoffrollos, Ösen- und Schlaufenschals, Stangen/Schienen/Zubehör für alle Vorgenannten <u>Dekostoffe</u> : einfarbige oder bedruckte Einrichtungstoffe zum Ausschmücken von Innenräumen wie Stuhl- und Sesselaufgaben, Hussen, dekorative Decken und Kissen, Wandbespannungen
	Teppiche (Einzelware)	<u>Abgefasste Einzelteppiche</u>
	Wohndekorationsartikel	Kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen.
Möbel	Möbel	<u>Möbel</u> dazu zählen Antiquitäten, Bad-, Büro-, Küchen- und Wohnmöbel, Gartenmöbel/Polsterauflagen, Latenroste
Elektro/Leuchten	Elektrogroßgeräte	<u>Elektrogroßgeräte</u> dazu zählen weiße Ware wie Kühl- und Gefrierschrank, Kühltruhe, Herd, Backofen, Waschmaschine, Trockner etc.
	Elektrokleingeräte	<u>Elektrokleingeräte</u> dazu zählen elektrische Küchen- und Haushaltsgeräte (Kaffeemaschine, Wasserkocher, Mikrowelle, Mixer, Toaster, Föhn, Rasierapparat, Staubsauger etc.)
	Lampen/Leuchten/Leuchtmittel	<u>Lampen/Leuchten/Leuchtmittel</u> (Wohnraumleuchten wie Wand-, Decken-, Stand- und Tischleuchten einschl. Zubehör)
Elektronik/Multimedia	Elektronik und Multimedia	<u>Bild- und Tonträger</u> (Musik- und Film-CD's/DVD's), <u>Computer und Zubehör</u> (Computer, Notebook, Drucker, Scanner, Monitor, Tastaturen, Mouse,

Warengruppe	Sortimentsgruppe	Erläuterung
		Speichermedien [CD/DVD-Rohlinge, USB-Sticks], Festplatten, Gehäuse, Grafik- und Soundkarten, Computerkabel und -adapter, Kühler & Lüfter, Laufwerke, Modems, Prozessoren, Tintenpatronen, Toner, Software), <u>Fotoartikel</u> (Fotoapparate, Digitalkameras und Fotozubehör), <u>Telekommunikation und Zubehör</u> (Telefone, Handys, Smartphones, Faxgeräte und Zubehör), <u>Unterhaltungselektronik und Zubehör</u> (Fernseher, Radio, HiFi-Geräte, Satelliten-Schüssel, Receiver, DVD-Player etc.).
Medizinische und orthopädische Artikel	medizinische und orthopädische Artikel	<u>Hörgeräte</u> , <u>Optik/Augenoptik</u> , <u>Sanitätsartikel</u>
Uhren/Schmuck	Uhren/Schmuck	
Baumarktsortimente	Bauelemente/Baustoffe	<u>Bauelemente/Baustoffe</u> dazu zählen Baumaterialien und -elemente aus Metall, Glas, Stein, Styropor oder Kunststoff, Dämmstoffe, Holz (Schnittholz, Holzfaser-, Holzspanplatten, Bauelemente aus Holz), Fenster, Türen, Tore, Saunen, Baustoffe (u.a. Isoliermaterialien, Steinzeug, Glas, Sand, Zement, Bautenschutz, Folien), Flachglas, Zäune/Zaunsysteme
	baumarktspezifisches Sortiment	Anstrichmittel (Farben und Lacke, Polituren, Mattierungen, Tapetenablösemittel und -kleister, Klebstoffe, Klebemörtel, Kitten, Holz- und Brandschutzmittel, Malerpinsel und -bürsten), Baugeräte- und behälter (Leitern, Handtransportgeräte, Lager- und Transportbehälter), Bodenbeläge (Kork-, Laminat-, Parkett- und PVC-Beläge sowie Teppichbeläge [Auslegware] inkl. Reinigungs- und Pflegemittel), Eisenwaren und Beschläge (Schrauben, Nägel, Metallbeschläge, Scharniere, Schlösser, Schlüssel), Elektrotechnisches Zubehör und Elektroinstallationsmaterial (Batterien, Kabel, Schalter, Steckdosen, Sicherungen, elektr. Bauteile, elektr. Mess-, Prüf-, Regel- und Steuerungsgeräte, Elektroinstallationschränke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Installationsartikel (für Gas, Wasser, Heizung und Klimatechnik), Kamine/Kachelöfen, Maschinen/Werkzeuge, Rollläden/Markisen, Rollos, Sanitärartikel (Armaturen, Bad- und WC-Keramik wie Spülbecken, Dusch- und Badewannen, Duschabtrennungen), Tapeten, Werkstatteinrichtungen.
Gartenmarktsortimente	Gartenartikel und -geräte	<u>Gartenartikel und -geräte</u> (Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör, Gartenwerkzeug wie z.B. Schaufeln, Harken, Scheren, Gartenmaschinen wie z.B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsäge, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer, Grill und -zubehör, Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche, Spiegelgeräte für Garten und Spielplatz), <u>Pflanzgefäße/Terrakotta (Outdoor)</u> wie z.B. Übertöpfe, Pflanzschalen und -behälter etc.
	Pflanzen/Samen	<u>Pflanzen/Samen</u> dazu zählen abgetropfte und preislich ausgezeichnete Beet- und Gartenpflanzen (Wasserpflanzen, Stauden, Wurzelstöcke, Gehölze, Sträucher, Schnittgrün, Blattwerk, Zweige, Weihnachtsbäume), Saatgut, Zwiebeln und Knollen von Pflanzen/Blumen für den Privatgebrauch
Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör	<u>Kfz-, Caravan- und Motorradzubehör</u> inkl. Autokindersitze, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
Sonstiges	Aktionswaren	Bei Lebensmitteldiscountern und Tchibo
	Erotikartikel	
	Kinderwagen	

Quelle: eigene Zusammenstellung

Die in Anlehnung an die vorstehende Tabelle durchgeführte flächendeckende Vollerhebung des Eschweger Einzelhandels im gesamten Stadtgebiet stellt eine wesentliche Grundlage zur Aktualisierung der Analyse und Neubewertung der strukturellen Merkmale des Einzelhandelsangebots sowie deren Veränderung gegenüber der letzten Vollerhebung aus dem Jahr 2008 dar.

Auf Basis der Verkaufsflächendaten der Einzelhandelsbetriebe sowie der im Rahmen der städtebaulichen Analyse durchgeführten räumlichen Einordnung der Betriebe in verschiedene Lagekategorien können die absatzwirtschaftlichen Rahmenbedingungen ermittelt werden, die in die zukünftigen Handlungserfordernisse und planungsrelevanten Aussagen einfließen. Gleichzeitig ist diese detaillierte Vorgehensweise im Hinblick auf die im Rahmen dieses Konzepts zu erstellende ortstypische Sortimentsliste zwingend geboten (vgl. Kapitel 9).

Im Rahmen der Erhebung wurden die Einzelhandelsbetriebe den Lagekategorien zentrale Bereiche, städtebaulich integrierte (Solitär-)Lagen und städtebaulich nicht integrierte Lagen zugeordnet, deren Merkmale in der nachstehenden Tabelle 2 erläutert werden:

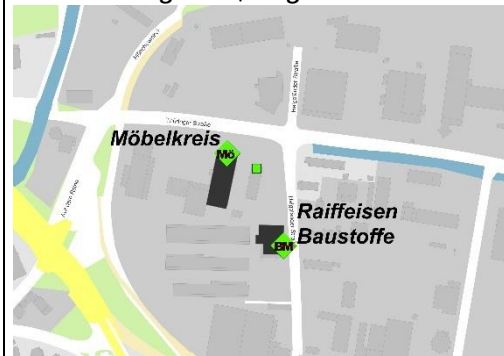
Tabelle 2: Definition von Lagekategorien

<p>Zentrale (Versorgungs-)Bereiche</p> <p>Zentrale Lagen zeichnen sich durch städtebauliche und funktionale Kriterien aus. Sie besitzen eine Versorgungsfunktion für ein über den unmittelbaren Nahbereich hinaus gehendes Einzugsgebiet. Kennzeichnend ist in der Regel eine Multifunktionalität, d. h. Mischung von unterschiedlichen Nutzungen wie Einzelhandel und Dienstleistungen, aber auch Gastronomie, Kultur und Freizeit sowie unterschiedlicher Betriebsformen und -größen. Zentrale Versorgungsbereiche sind schützenswert im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO. (siehe auch weitergehende Erläuterungen im Glossar)</p>	<p>Beispiel: Innenstadt von Eschwege</p> 
<p>Städtebaulich integrierte (Solitär-)Lage</p> <p>Eine Legaldefinition des Begriffs der „integrierten Lage“ existiert nicht. Im Sinne des Eschweger Einzelhandelskonzepts werden hiermit Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der Stadt Eschwege integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreichen, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst: Konkret wurden alle Standorte als integriert eingestuft, deren direktes Umfeld in mehr als zwei Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.</p>	<p>Beispiel: Herkules E-Center (Augustastraße)</p> 

Städtebaulich nicht integrierte Lage

Die nicht integrierte Lage umfasst sämtliche Standorte, die nicht oder nur in geringem Maße im Zusammenhang mit der Wohnbebauung stehen, z.B. Einzelhandelsbetriebe an Hauptausfallstraßen bzw. Bundesstraßen und autokundenorientierten Standorten (z. B. in Gewerbegebieten).

Beispiel: Möbelkreis & Raiffeisen Baustoffe an der Thüringer Str./Helgoländer Str.



Quelle: eigene Zusammenstellung; Quelle Kartenausschnitte: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Umsatzberechnung

Bei der Ermittlung der aktuellen Umsatzdaten des Eschweger Einzelhandels werden nicht nur die ermittelte Verkaufsfläche pro Warengruppe und bundesdurchschnittliche Umsatzkennwerte für einzelne Branchen angesetzt, sondern vielmehr die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt. Dazu zählen insbesondere die unterschiedliche Flächenproduktivität der Vertriebsformen, die spezifischen Kennwerte einzelner Anbieter sowie die Berücksichtigung der detaillierten Angebotsstrukturen in Eschwege. Diese werden schließlich auf den Verkaufsflächenbestand für die einzelnen Warengruppen hochgerechnet.

Definition „Nahversorgung“

Der Zuordnung von Einzelhandelsbetrieben zu verschiedenen Lagekategorien kommt insbesondere auch vor dem Hintergrund einer wohnungsnahen Grundversorgung eine hohe Bedeutung zu, die im Rahmen der Einzelhandelsstruktur und kommunalen Daseinsvorsorge einen besonderen Stellenwert einnimmt.

Unter *Nahversorgung* wird hier die Versorgung der Bürger mit Gütern und Dienstleistungen des kurzfristigen (täglichen) Bedarfs verstanden, die in räumlicher Nähe zum Konsumenten angeboten werden.

Zu den Gütern des kurzfristigen Bedarfs werden die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflege, Papier/Büroartikel/Schreibwaren/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher sowie Blumen (Indoor)/Zoo gezählt (s. o.). Ergänzt werden diese Warengruppen häufig durch weitere eher kleinteilige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote. In der Praxis und somit auch in diesem Einzelhandelskonzept wird als Indikator zur Einschätzung der Nahversorgungssituation einer Stadt insbesondere die Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel bzw. das Sortiment Lebensmittel herangezogen.

Dabei kann es sehr unterschiedlich ausgestattete Nahversorgungsstandorte geben. Neben einer rein *quantitativen* Betrachtung sind vor allem *räumliche* und *qualitative* Aspekte (Erreichbarkeit und Betriebsformenmix) von Bedeutung, die ergänzend bei der Bewertung der Angebotssituation berücksichtigt werden. Geht es bei der qualitativen Betrachtung vor allem um die warengruppenspezifische Angebotsstruktur und -vielfalt, wird bei der räumlichen Betrachtung die (fußläufige) Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen.

Die kleinste Einheit der Nahversorgungsstandorte bilden *solitäre Verkaufseinrichtungen* in Wohngebieten, die eine fußläufig erreichbare, wohnstandortnahe Versorgung im Quartier gewährleisten sollen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben diesbezüglich ein Entfernungsmaß zwischen 500 und 1.000 m als akzeptierte Distanz herausgestellt. Aufgrund der spezifischen Situation und Siedlungsstruktur in Eschwege wird eine Distanz von ca. 600 m (Isodistanz, GIS gestützt) als kritische Zeit-Weg-Schwelle für Fußgängerdistanzen definiert.

Davon zu unterscheiden sind zentrale Versorgungsbereiche, die eine über die reine fußläufige Erreichbarkeit hinausgehende Versorgungsfunktion mit Gütern und Dienstleistungen auf Ebene einzelner Stadtteile oder -bereiche einnehmen. Folgende Sortimente bzw. Dienstleistungsangebote können als relevant für die wohnungsnahe Nahversorgung bezeichnet werden:

Tabelle 3: Angebotsbausteine der Nahversorgung

„idealtypische“ Ausstattung	Nahrungs- und Genussmittel/Lebensmittel Brot und Backwaren Fleisch- und Wurstwaren Getränke Drogerie- und Körperpflegeartikel Apothekerwaren
	Post, Bank Ärzte, Friseur, Lotto
Zusatzausstattung	Spirituosen, Tabakwaren Zeitungen, Zeitschriften Bücher, Schreibwaren Blumen
	Café, Gaststätte Reinigung, Reisebüro

Quelle: eigene Zusammenstellung

Befragung von Einzelhändlern

Um Kenntnisse zur Stimmungslage unter den Einzelhändlern sowie deren Einschätzung zu Entwicklungen in der Innenstadt zu erlangen, wurde eine schriftliche Befragung ausgewählter Einzelhändler in Eschwege durchgeführt. Die Auswertung erfolgt anonymisiert und aggregiert und lässt keinerlei Rückschlüsse auf einzelne Betriebe zu.

Die Befragung fand im Mai/Juni 2022 statt. Die Einzelhändler wurden persönlich von Seiten der Stadt Eschwege angeschrieben mit der Bitte um Teilnahme. Dieser Bitte sind 12 von 64 Einzelhändlern nachgekommen, was einem zufriedenstellenden Anteil von rund 19 % entspricht.

Ergänzend zu den vorab beschriebenen Quellen bilden die Literaturanalyse, sekundärstatistische Materialien (u. a. Gutachten, Pläne, Programme, Vorlagen und Veröffentlichungen) und sonstige Quellen (u. a. lokale Tageszeitungen) weitere wichtige Informationsgrundlagen der vorliegenden Untersuchung.

2.2 Nachfrageanalyse

Ein zweiter wichtiger Baustein der Grundlagenermittlung ist die Aktualisierung der Nachfragesituation. Sie liefert ein umfassendes Bild über das einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen der Eschweger Bevölkerung sowie der Region und ermöglicht in der Gegenüberstellung zur Angebotsituation Rückschlüsse über den aktuellen Angebots- und Leistungsstand des Einzelhandels.

Sekundärstatistische Daten

Die modellgestützte Schätzung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft innerhalb von Einzelhandelsgutachten und -analysen zählt zu den Arbeitsschritten, die methodisch nur unzureichend abgesichert sind. Da sowohl in der amtlichen Statistik als auch in sonstigen statistischen Quellen keine Daten und Angaben über Einkommen und Kaufkraftpotenzial zur Verfügung stehen, muss der Wert der vorhandenen, einzelhandelsrelevanten Kaufkraft durch Regionalisierung entsprechender Daten des privaten Verbrauchs aus der volkswirtschaftlichen Gesamtrechnung induziert werden.

Entsprechende Werte werden u. a. jährlich von der IFH Retail Consultants GmbH, Köln oder der Gesellschaft für Konsum-, Markt- und Absatzforschung (GfK) Nürnberg herausgegeben. In der vorliegenden Untersuchung wird auf Daten der IFH Retail Consultants GmbH, Köln zurückgegriffen, die in Teilen modifiziert und an den der Erhebung zugrunde gelegten Branchenschlüssel (vgl. dazu Tabelle 1) angepasst wurden.

Diese sogenannten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftkennziffern, die jährlich aktualisiert veröffentlicht werden, vermitteln das Kaufkraftpotenzial einer räumlichen Teileinheit (Kommune) im Verhältnis zu dem des gesamten Bundesgebietes. Liegt der errechnete Wert unter dem Wert 100 (Bundesdurchschnitt), so ist die Region durch ein um den entsprechenden Prozentsatz niedrigeres Kaufkraftniveau im Vergleich zum Bundesdurchschnitt gekennzeichnet. Liegt der lokalspezifische Wert über dem Indexwert 100, liegt entsprechend ein vergleichsweise höheres Kaufkraftniveau vor.

Kundenherkunftserhebung

Ein wichtiger Baustein zur Betrachtung der Nachfrageseite ist eine Kundenherkunftserhebung zur Bestimmung der räumlichen Ausdehnung des Einzugsbereichs des Einzelhandelsstandorts Eschwege⁴. Diese Erhebung wurde in Kooperation mit ausgewählten Einzelhändlern in Eschwege durchgeführt. Hierzu wurden in einem Zeitraum von einer Woche im August 2019 in mehr als 40 teilnehmenden Einzelhandelsbetrieben

⁴ Auch 2008 wurde das Einzugsgebiet des Eschweger Einzelhandels im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgelegt. Damals allerdings anhand anderer Kriterien und nicht auf Basis einer Kundenherkunftserhebung.

unterschiedlicher Hauptbranche und Größenordnungen in Eschwege (ausschließlich) der Wohnort (Gemeinde oder Postleitzahl) des jeweils zahlenden Kunden erfasst. Hierdurch ergibt sich eine valide empirische Grundlage, die neben anderen Faktoren in die Bestimmung des aktuellen Einzugsgebiets der Stadt Eschwege eingeflossen ist (vgl. Kapitel 4.2).

Onlinebefragung zum Einkaufsverhalten

Um Kenntnisse zur räumlichen Einkaufsorientierung, zum Einkaufsverhalten, zu allgemeinen Verbesserungswünschen für die Innenstadt sowie zu Stärken und Schwächen des Eschweger Einzelhandels aus Kundensicht zu erlangen, wurde eine Onlinebefragung der Kunden durchgeführt. Die Ergebnisse lassen Rückschlüsse auf die Kundenbindung und die Qualität des lokalen Angebots in Eschwege zu. Insgesamt bildet eine Onlinebefragung somit eine realistische Momentaufnahme des derzeitigen Einkaufsverhaltens im Untersuchungsraum ab.

Die Onlinebefragung war über vier Wochen in der Zeit vom 30. Mai bis 26. Juni 2022 aktiv und wurde von Junker+ Kruse mit der Online-Umfrage-Applikation LimeSurvey durchgeführt. Eine Information der Bürger und Kunden erfolgte vor Beginn durch die örtliche Presse und die Homepage der Stadt Eschwege. Im Ergebnis gab es 1.032 Teilnehmer, davon haben 847 die Onlinebefragung vollständig ausgefüllt. Die Abschlussquote liegt damit bei einem erfreulich hohen Anteil von rund 82 %.

2.3 Städtebauliche Analyse

Die städtebauliche Analyse zielt darauf ab, aktuelle Stärken und Schwächen der Versorgungsstandorte in Eschwege im Kontext der Siedlungsstruktur zu erfassen. Dabei liegt ein Schwerpunkt der Betrachtungen auf den *zentralen Bereichen*. Auch im Einzelhandelskonzept von 2009 sind Abgrenzungen zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen worden. Insgesamt werden alle vorhandenen (wie auch ggf. neue faktische oder perspektivische) zentralen Versorgungsbereiche anhand einer transparenten und einheitlichen Bewertungsmatrix überprüft und entsprechend abgegrenzt. Und dies auch mit Blick auf die jüngste Rechtsprechung zu diesem Themenkomplex. Grundlage hierfür bildet in jedem Fall auch eine aktuelle städtebauliche Analyse der einzelnen Standortbereiche.

Durch die Lage im Zentrum einer Stadt bzw. eines Stadtteils sind für die Prosperität eines Zentrums neben dem Einzelhandelsprofil auch städtebauliche Belange und die Organisationsstruktur verantwortlich. Für eine tieferegreifende Analyse von Geschäftszentren sind daher insbesondere die Verknüpfung und die wechselseitigen Beeinflussungen der oben beschriebenen Themenbereiche Einzelhandel, Organisation und Städtebau von Belang. Nur dadurch ist auch gewährleistet, dass im abschließenden Schritt, bei der Erstellung des Einzelhandelskonzepts, die richtigen Maßnahmen für eine nachhaltige Aufwertung und Qualifizierung der Zentren genannt werden.

Die Kriterien der städtebaulichen Analyse lauten wie folgt:

- Einzelhandelsdichte⁵
- Lage der Einzelhandelsmagneten
- Verteilung der Geschäfte
- Ausdehnung und Kontinuität der Einzelhandelslagen
- Qualität und Erhaltungszustand der Architektur
- Qualität und Erhaltungszustand des öffentlichen Raumes
- Nutzungsmischung mit Dienstleistungs- und Gastronomiebetrieben sowie kulturellen Einrichtungen
- Einkaufsatmosphäre
- Räumliche und funktionale Beziehungen zwischen dem Zentrum und seiner Umgebung
- Verkehrliche Erreichbarkeit und ruhender Verkehr

⁵ Anteil der Einzelhandelsbetriebe im Vergleich zu anderen Nutzungsarten wie Gastronomie, Dienstleistungs- oder Wohnnutzungen im Erdgeschoss. Hauptlagen weisen in der Regel einen durchgehenden Einzelhandelsbesatz von ca. 90 bis 100 % auf. Bei geringeren Einzelhandelsdichten von 0 bis 25 % oder auch bei 25 bis 50 % ist demnach eine Dominanz anderer Nutzungen vorhanden.

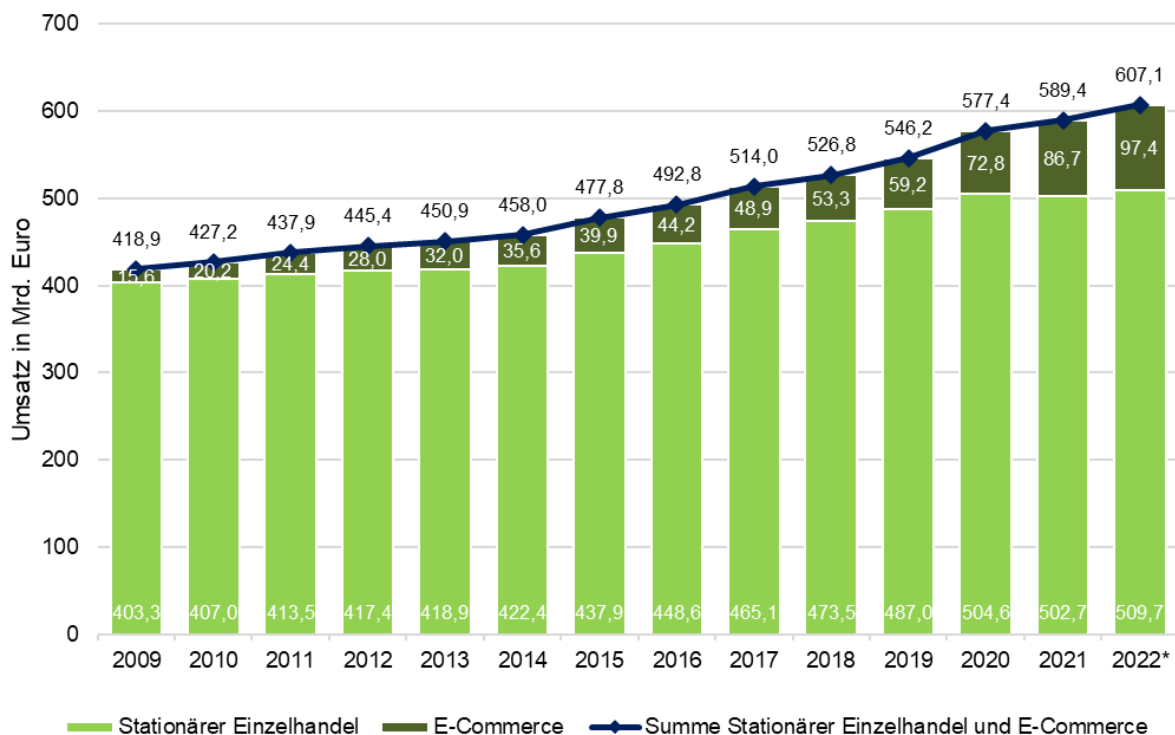
3 Allgemeine Rahmenbedingungen und Trends der Einzelhandelsentwicklung

Seit Jahrzehnten unterliegt der Einzelhandel einem ständigen Wandel. Neben den allgemeinen betriebstypischen Entwicklungen zeigt sich eine enorme Dynamik aufgrund eines Strukturwandels im Einzelhandel, welcher durch die Digitalisierung und den Onlinehandel hervorgerufen wird. Die **Corona-Pandemie** und deren Auswirkungen trifft den stationären Einzelhandel enorm und stellt ihn vor neue Herausforderungen. Nachfolgend werden wesentliche **Entwicklungen** und **Trends**, welche zugleich einen nicht unerheblichen Einfluss auf die Entwicklung der städtischen Zentren und der räumlichen Einzelhandelsstruktur haben, skizziert.

Standort- und Strukturentwicklungen im stationären Einzelhandel

- Zwischen den Jahren 2010 und 2018 stieg die Gesamtzahl der **Verkaufsfläche** in Deutschland von rund 122 Mio. um ca. 3 % auf rund 125 Mio. m² an⁶. Die jährlichen Zuwachsraten sind in den letzten Jahren jedoch gesunken und von 2018 auf 2019 stagniert.

Abbildung 1: Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2022)



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland; Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken) und Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 11/2021)

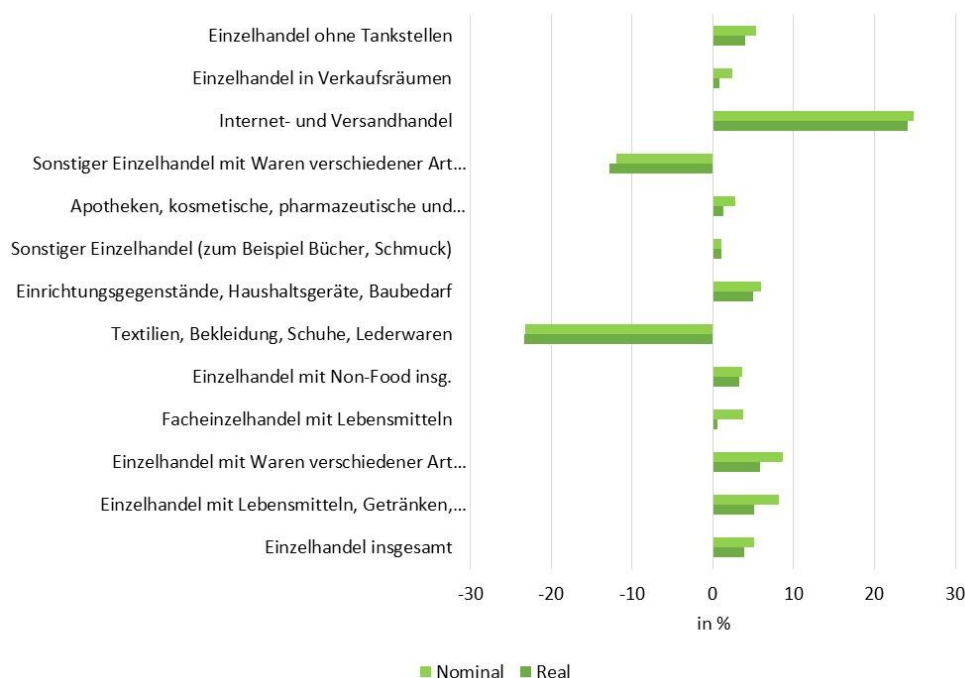
⁶ Quelle: Statistisches Bundesamt, Handelsverband Deutschland (HDE); Entwicklung der Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 1970 bis 2019 (in Millionen m²), Abruf unter www.statista.de, (Zugriff: 11/2021)

08/2022)

* = Schätzung

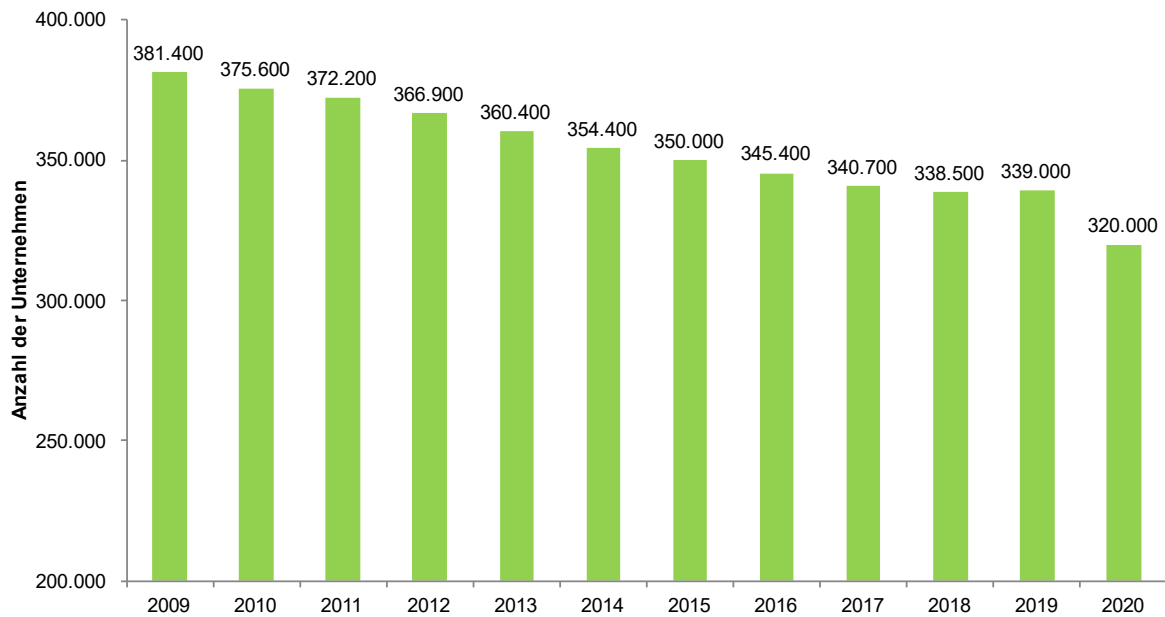
- Der **Umsatz** im Einzelhandel konnte sich nach der Finanz- und Wirtschaftskrise im Jahr 2009 erholen. Nach einem zwischenzeitlich rückläufigen Gesamtumsatz von rund 419 Mrd. Euro im Jahr 2009, wurde im Jahr 2022 ein Gesamtumsatz von rund 607 Mrd. Euro im deutschen Einzelhandel erzielt, was einem Zuwachs von rund 45 % entspricht. Infolge der Corona-Pandemie stagnierte 2020, 2021 und 2022 (Schätzung) der Umsatz des stationären Einzelhandels, wohingegen der Umsatz des Online-Handels jährlich steigt und im gesamten Einzelhandel für Umsatzzuwächse sorgt.

Abbildung 2: Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Umsatzentwicklung im Einzelhandel in Deutschland nach Branchen im Jahr 2020 (gegenüber dem Vorjahr); Abruf unter <https://de.statista.com> (Zugriff: 04/2021)

- Dabei gibt es allerdings große Unterschiede in den einzelnen **Warengruppen**. Während in 2020 in den innerstädtischen Leitbranchen Bekleidung, Schuhe / Lederwaren aber auch Uhren / Schmuck enorme Umsatzeinbußen von bis zu -20 % gegenüber dem Vorjahr verzeichnet werden, erzielen u. a. der Lebensmitteleinzelhandel und der Bau- und Gartenbedarf Umsatzzuwächse. Größter Gewinner der Krise ist gleichwohl der Internet- und Versandhandel.

Abbildung 3: Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2020

Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Statistisches Bundesamt, Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 11/2021)

- Gleichzeitig ist die **Anzahl der Einzelhandelsbetriebe** jedoch weiter rückläufig. Zwischen 2010 und 2020 sank die Zahl der Unternehmen im Einzelhandel von rund 375.600 um etwa 15 % auf rund 320.000⁷. Die IFH Köln GmbH prognostiziert bis 2023 rund 80.000 Schließungen im stationären Einzelhandel infolge der Corona-Pandemie⁸. Erste Unternehmen haben bereits Insolvenzverfahren eingeleitet, darunter die Warenhauskette Galeria Karstadt Kaufhof sowie bekannte Bekleidungsfilialisten wie Bonita, Esprit, Gina Tricot, Hallhuber und Promod.
- Diese gegenläufigen Entwicklungen (von Umsatz und Anzahl der Betriebe) sind Merkmale einer fortschreitenden **Konzentrationstendenz** im Einzelhandel: Insbesondere (zumeist großflächige) Fachmärkte, Discounter und Filialisten expandieren weiterhin deutlich. In der Folge steigt der Druck vor allem auf inhabergeführte Geschäfte, die, neben Umsatzeinbußen aufgrund eines erhöhten Wettbewerbsdrucks, auch unter Nachfolgeproblemen im Zuge des Generationenwechsels leiden. Während der nicht-filialisierte Fachhandel im Jahr 2010 noch einen Marktanteil von 21,6 % einnahm, lag dieser 2021 nur noch bei 13,6 %⁹. Supermärkte und Discounter, Fachmärkte und der filialisierte Non-Food-Einzelhandel konnten ihre Marktposition hingegen weitgehend behaupten.

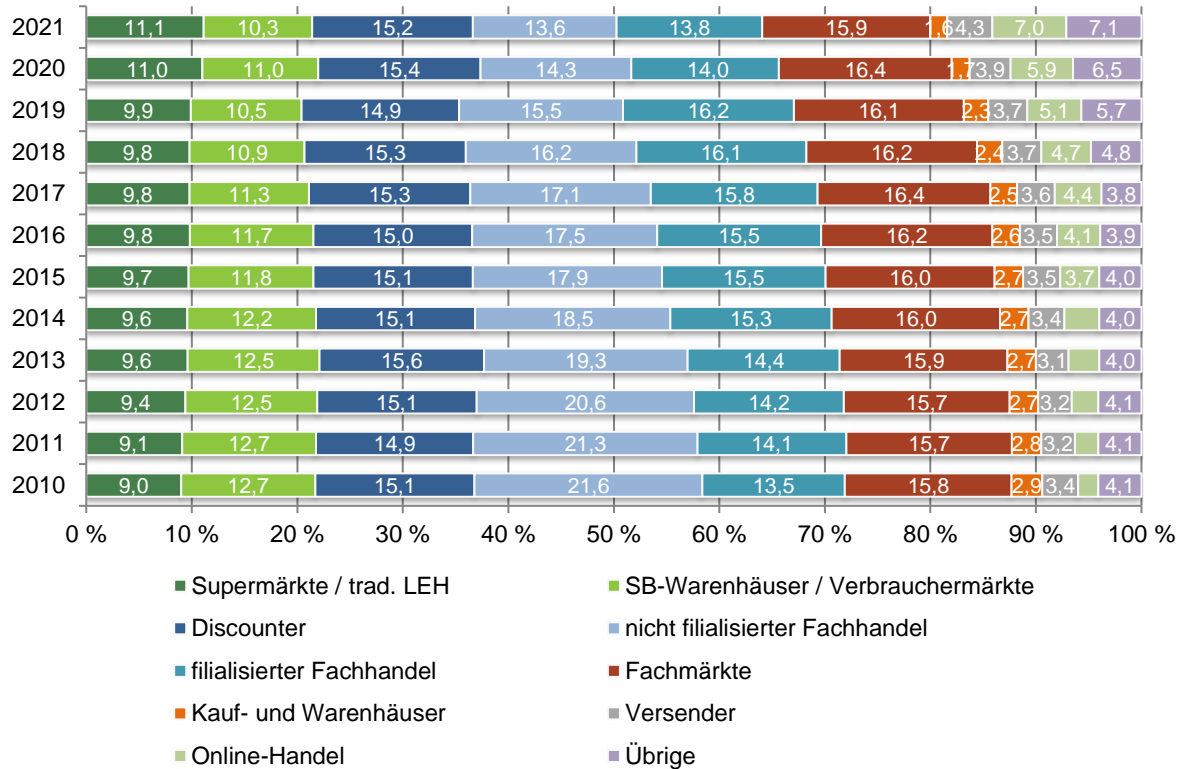
⁷ Quelle: Statistisches Bundesamt; Anzahl der Unternehmen im Einzelhandel in Deutschland in den Jahren 2002 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 11/2021)

⁸ Quelle: IFH Köln GmbH, Der Coronaturbo: Geschäftsaufgaben und Onlinewachstum im Zeitraffer. Abruf unter <https://www.ifhkoeln.de/der-coronaturbo-geschaeftsaufgaben-und-onlinewachstum-im-zeitraffer/> (Zugriff: 11/2021)

⁹ Quelle: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 10/2022)

Doch nicht nur inhabergeführte Einzelhandelsgeschäfte gerieten in der Vergangenheit zunehmend unter Druck. Neben der anhaltenden „Warenhauskrise“ war dies vor allem auch in Insolvenzen ehemals namhafter Filialisten (u. a. Woolworth, Weh-meyer, Schlecker) ablesbar.

Abbildung 4: Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2021



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: IfH Köln, Einzelhandelsumsatz in Deutschland nach Vertriebsformen in den Jahren 2000 bis 2021; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 10/2022)

- Die Zahl der **Einkaufszentren** ist hingegen weiter – wenn auch langsamer – gestiegen. Waren es im Jahr 2010 noch 428 Center mit einer Gesamtfläche von 13,5 Mio. m², existierten im Jahr 2021 schon 493 mit einer Gesamtfläche von 15,9 Mio. m².¹⁰ Dabei stehen neue Konzepte von Centern und neu entstehende Flächen dem Revitalisierungsbedarf von in die Jahre gekommenen Centern gegenüber. Hier sind es vor allem die „kleineren“ Passagen und Einkaufszentren, die mindergenutzte Flächen, Leerstände, Gestaltungsmängel und Investitionsstaus aufweisen und einen städtebaulichen Missstand in einzelnen städtischen Zentren darstellen.
- In den 1980er und 1990er Jahren waren es vor allem „klassische“ Fachmärkte, Lebensmittelanbieter und Einkaufszentren, die durch Neuentwicklungen an peripheren Standorten für eine räumliche Angebotsverschiebung an Pkw-kundenorientierte Standorte mit hoher Flächenverfügbarkeit (sog. sekundäre Standortnetz) sorgten und so mit den Angeboten in den Zentren in Konkurrenz traten. Wenngleich

¹⁰ Quelle: EHI Retail Institute e. V., EHI Shopping-Center Report 2021, S. 28, Köln

diesem Entwicklungstrend durch planerische Steuerung deutlich entgegengewirkt werden konnte, stehen häufig noch Standorte ohne Bezug zu gewachsenen städtebaulichen Zentren im Fokus der Betreiber und Projektentwickler. Neben den Lebensmitteldiscountern mit ihren wechselnden **Aktionswaren** (in auch zentrenrelevanten Warengruppen wie Unterhaltungselektronik und Bekleidung) weisen auch Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Hauptsortimenten (wie beispielsweise Möbel-fachmärkte) umfangreiche zentrenrelevante **Randsortimentsangebote** (z. B. Glas, Porzellan, Keramik, Haushaltswaren) auf, die den Wettbewerbsdruck auf Anbieter in zentralen Versorgungsbereichen erhöhen.

Auch für **Factory Outlet Center** entstehen deutschlandweit immer mehr Standorte. Diese konzentrierten Ansammlungen von Fabrikverkaufsläden zum Vertrieb von spezifischen Waren aus eigener Produktion an peripheren, verkehrsorientierten Standorten weisen in der Regel weitreichende Einzugsbereiche und einen Angebotsschwerpunkt im Bereich Bekleidung und Schuhe auf.

- Auf der anderen Seite positionieren sich einige – üblicherweise großflächige Anbieter – auch mit **kleineren Betriebskonzepten** in vorzugsweise (hoch)verdichteten integrierten, zentralen Lagen. Dazu gehören Lebensmittelanbieter, aber auch Möbel- oder Baumärkte sowie Spielwaren- oder Sportfachmärkte. Andere Betreiber ziehen sich aus bestehenden Flächen zurück, wie beispielsweise Elektronikfachmärkte oder auch Warenhäuser (Umwandlung bisheriger Verkaufsfläche in Lagerfläche, Untervermietung, Gastronomienutzung, o. ä.).
- Mit sich verändernden Betriebsformen und Konzepten treten auch „**neue**“ **Kundenmagnete** auf den Markt. Dazu gehören beispielsweise ausländische Konzerne, wie Primark, die mit großen Flächen städtische Zentren und Einkaufszentren prägen. Sie tragen zu einer deutlichen Erhöhung der Kundenfrequenz am Standort bei und beeinflussen das Qualitätsniveau. Da sie aber nicht ausschließlich zusätzliche Kaufkraft an den Standort ziehen, sondern ihren Umsatz auch aus Umsatzumverteilungen generieren, sind Auswirkungen auf umliegende Anbieter und in der Regel auch auf andere Zentren nicht auszuschließen.

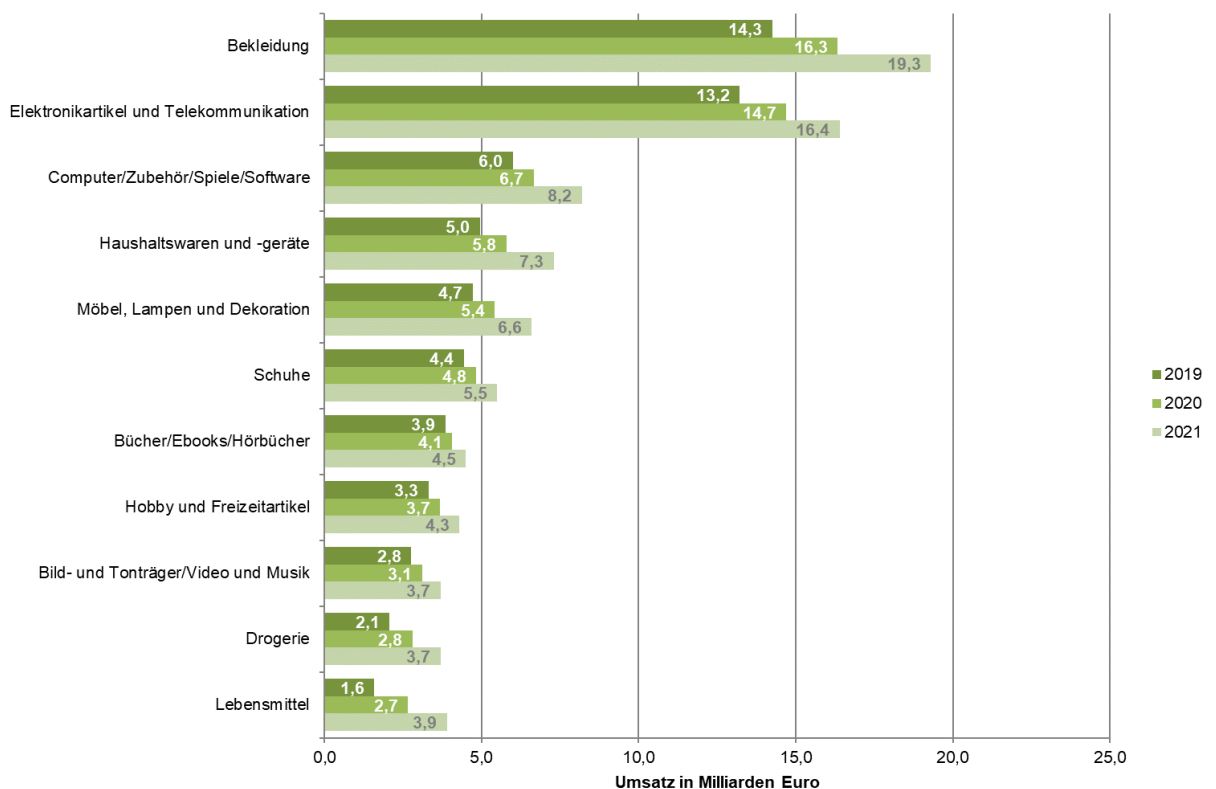
Steigender Wettbewerbsdruck durch E-Commerce¹¹/ Onlinehandel

- Im Zuge des Strukturwandels im Einzelhandel gewinnen „neue“ Vertriebs- und Absatzwege zunehmend an Bedeutung und stellen den stationären Einzelhandel vor besondere Herausforderungen. Dazu gehört vor allem der **Onlinehandel**, der durch Vorteile, wie oftmals günstigere Preise, die direkte Vergleichbarkeit von Angeboten, die unmittelbare Verfügbarkeit von Testberichten und / oder Kundenbewertungen, keine Bindung an Ladenöffnungszeiten und / oder die Lieferung der bestellten Produkte ins Haus, besonders hervortritt. In der Folge weist dieser Vertriebsweg bundesweit stetig zunehmende Marktanteile auf, die durch die Corona-Pandemie noch einmal deutlich gewachsen sind: Der im Onlinehandel erzielte

¹¹ „Ein Unternehmen betreibt E-Commerce, wenn es rechtsverbindliche Ein- oder Verkäufe über Websites oder automatisierten Datenaustausch (EDI) tätigt. Bezahlung und Auslieferung der Bestellungen müssen bei E-Commerce nicht im Bestellvorgang integriert sein.“ Definition des Statistischen Bundesamtes; Abruf unter www.destatis.de (Zugriff: 03/2020)

Einzelhandelsumsatz wuchs von rund 1 Mrd. Euro im Jahr 2000 auf rund 59 Mrd. Euro im Jahr 2019 an. Bedingt durch die mit der Corona-Pandemie einhergehenden Einschränkungen des stationären Einzelhandels (=Lockdown) konnte der Einzelhandelsumsatz im Onlinehandel im Jahr 2020 sogar auf über 71 Mrd. Euro ansteigen.¹² Gemessen an den insgesamt im Einzelhandel erzielten Umsätzen entspricht dieser Wert 2020 einem relativen Umsatzanteil von über 12 %.

Abbildung 5: Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2021



Quelle: Darstellung Junker+Kruse, Grundlage: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: Warengruppen im Online-Handel nach dem Umsatz in Deutschland in den Jahren 2018 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 10/2022)

- Wesentlichen Anteil an der Umsatzentwicklung haben die üblicherweise als zentrenrelevant eingestuft Sortimente aus dem Bereich Bekleidung mit 16 Mrd. Euro im Jahr 2020, gefolgt von Sortimenten aus dem Elektronikbereich mit 14,7 Mrd. Euro (vgl. Abbildung 5). Es zeigt sich aber, dass während der Corona-Pandemie in all diesen Warengruppen Umsatzzuwächse im Onlinehandel generiert wurden.
- Eine prägende Entwicklung sind die sogenannten Multi-Channel-Konzepte. Dabei erfolgt eine Verknüpfung von verschiedenen Handelsformaten, beispielsweise von stationärem Einzelhandel und E-Commerce, d. h. der stationäre Handel geht online oder ein bisher nur online agierender Händler geht ins stationäre Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu

¹² Quelle: Bundesverband E-Commerce und Versandhandel Deutschland e.V.: E-Commerce-Umsatz mit Waren in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2020; Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 11/2021)

erreichen. Der Kunde hat bei diesem Konzept beispielsweise die Möglichkeit, sich im stationären Einzelhandel über ein bestimmtes Produkt zu informieren, um es daraufhin im Online-Shop käuflich zu erwerben oder ein online erworbenes Produkt im stationären Handel umzutauschen oder zurückzugeben.

Spezifische Entwicklungstrends in der Nahversorgung

Im Bereich der Versorgung mit Nahrungs- und Genussmitteln und Drogeriewaren zeigen sich spezifische Entwicklungen:

- Auf der einen Seite beleben **neue Handelsformate** den Markt; dazu gehören kleinere Formate von Lebensmittelanbietern in gut frequentierten städtischen Zentren oder Bringdienste - gekoppelt mit dem Onlinehandel.
- Auf der anderen Seite steigen – vorzugsweise außerhalb zentraler Lagen – die **Marktzutrittsgrößen** bzw. werden entsprechend von Investoren und Betreibern nachgefragt. Größere Märkte generieren einen größeren – in der Regel über die reine Nahversorgung hinausgehenden – Einzugsbereich. Dies impliziert eine Veränderung der Versorgungsnetzstruktur aufgrund wettbewerblicher bzw. städtebaulicher Auswirkungen. Es findet eine Netzausdünnung zu Lasten der fußläufigen Erreichbarkeit statt, die Qualität der wohnungsnahen Grundversorgung kann nicht mehr aufrechterhalten werden bzw. die Funktion „kleinerer“ Zentren in denen Lebensmittelanbieter einen wichtigen, funktionstragenden Anker darstellen, wird beeinträchtigt.
- Onlinehandel oder Bringdienste können diese entstehenden Lücken nur sehr eingeschränkt schließen, da es vor dem Hintergrund der Erhaltung der Zentren nicht allein um die Versorgung mit Lebensmitteln und Drogeriewaren geht, sondern auch um Synergien mit anderen Funktionen (Einzelhandel, Dienstleistung, Gastronomie).

Folgende, durch die Corona-Pandemie ausgelöste oder verstärkte Trends im Einzelhandel lassen sich bereits beobachten:

- Es gibt zunehmend Online-Plattformen auf **lokaler / regionaler Ebene**. Diese aufgebauten lokalen / regionalen Online-Plattformen werden diesen Absatzweg dem inhabergeführten Einzelhandel „näherbringen“.
- Insgesamt wird die **Verknüpfung** von stationärem Einzelhandel und Onlinehandel zunehmen. Dadurch werden Multi-Channel-Konzepte für den stationären Einzelhandel wichtiger denn je.
- Die **Bedeutung und Wertschätzung** sowohl des stationären Einzelhandels – über die einfache Versorgung mit Gütern hinaus – als auch der Innenstädte bzw. Zentren als Treff- / Einkaufs- / Lebensmittelpunkte wird zunehmen. Das bestätigt eine Umfrage des Unternehmens Bonial zum Einfluss von Corona auf das Kaufverhalten und die Entwicklung des innerstädtischen Handels. Demnach kaufen mehr als 40 % der

Befragten nun häufiger im lokalen Einzelhandel als vor der Corona-Pandemie und knapp 90 % der Befragten ist eine lebendige Innenstadt wichtig.¹³

Weitere entwicklungsbestimmende Faktoren

Die weltweiten, europäischen und auch nationalen Auswirkungen des Ende Februar 2022 begonnenen Krieges in der Ukraine lassen sich noch nicht abschätzen. Dennoch lassen sich verschiedene Entwicklungen vermuten, die sich kurz- bis mittelfristig einstellen dürften:

- Die steigenden Energiepreise belasten zunehmend die Einkommen der Haushalte und führen zu Verschiebungen zu Ungunsten der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.
- Der Boom bei Investitionen in klimaneutralere Photovoltaik- und Heizungssysteme bindet finanzielle Mittel der Privathaushalte, dass u.a. aus der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft abfließt.
- Steigende Herstellungskosten und insbesondere auch sich kontinuierlich erhöhende Lebensmittelpreise wirken sich negativ auf das Konsumverhalten der Bevölkerung aus. Die Konzentration auf eher lebensnotwendige Grundnahrungsmittel und auf die übrigen Güter des täglichen Bedarfs wirken sich negativ auf den Konsum bei mittel- und langfristigen Bedarfsgütern (Bekleidung, Schuhe, Unterhaltungselektronik etc.) aus und führen dort zu Umsatzeinbußen.
- Preissteigerungen haben auch Auswirkungen auf die Sortimentsstruktur (Marken, Preislagen), Wahl des Einkaufsstandortes (wohnnah, Wechsel zu Discount) und die Konkurrenz zwischen alternativen Verwendungen des privaten Konsums (Einzelhandel vs. Reisen)¹⁴

Konsequenzen der Entwicklungen für die räumliche Planung

Die aufgeführten strukturellen und räumlichen Angebotsverschiebungen in Verbindung mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie stellen die räumliche Planung im Allgemeinen sowie in der Stadt Eschwege im Besonderen weiterhin vor große Herausforderungen:

- Die **Nachfrage nach Standorten außerhalb von Zentren oder in peripheren Lagen im Randbereich der Zentren** hält nach wie vor an. Angesichts steigender Flächenansprüche vieler Betriebskonzepte passen diese vermeintlich nicht in vorhandene, gewachsene Siedlungsstrukturen. Die überwiegend dichten, kleinteiligen und manchmal auch historischen oder denkmalgeschützten Bebauungsstrukturen in städtischen Zentren können die Flächenansprüche heutiger Betriebsformen nur

¹³ Quelle: Bonial International GmbH; Exklusive Umfrage: 90 Prozent der Deutschen ist eine lebendige Innenstadt wichtig; Abruf unter <https://www.bonial.com/de/pressemitteilungen/exklusive-umfrage/> (Zugriff: 09/2020)

¹⁴ Quelle: HDE Handelsverband Deutschland, HDE-Halbjahrespressekonferenz Berlin, 5. Juli 2022

bedingt bzw. nur mit erheblichen Eingriffen (Umbaumaßnahmen wie Zusammenlegungen, Erweiterungen, Umnutzungen etc.) erfüllen.

- Durch überdimensionierte Einzelhandelsbausteine sowohl innerhalb und vor allem auch außerhalb der Zentren droht weiterhin eine **zunehmende Standortkonkurrenz**. Dabei sind es speziell die zentren- sowie nahversorgungsrelevanten Warenangebote, die für die Funktionsfähigkeit der städtischen Zentren Beeinträchtigungen mit sich bringen können. Eine besondere Bedeutung kommt dabei den Randsortimenten großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten in dezentralen Lagen zu (z. B. Möbelanbieter).
- Aufgrund eines Rückgangs der Betriebszahlen sowie einer sinkenden Angebotsbreite und -qualität des Einzelhandels droht ein **Funktionsverlust gewachsener Zentren**, der aufgrund der bestehenden Multifunktionalität nicht nur den Einzelhandel betrifft. Das kann sich durch uniforme und zumeist kurzlebige Geschäftstypen manifestieren. Besonders kleinere Zentren sind einem Wettbewerbsdruck durch hybride Angebotsformen an Konkurrenzstandorten, vor allem auch außerhalb der Zentren, ausgesetzt. Die (Folge-) Nutzung von Leerständen und entstehende Brachflächen stellen immer wieder eine besondere Herausforderung dar, ebenso wie die sinkende Individualisierung des Einzelhandels und damit letztlich auch der Individualität der Städte.
- Wachsende Betriebsgrößen, Konzentrationstendenzen und in Teilen auch eine zunehmende Bedeutung des Onlinehandels auf der einen Seite sowie Angebotsverschiebungen an nicht integrierte Standorte auf der anderen Seite bewirken vor allem im Lebensmitteleinzelhandel sowie auch im Handel mit Drogeriewaren eine zunehmende **Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes** mit einer Verschlechterung der (fußläufigen) Erreichbarkeit von Versorgungsstandorten. Dies betrifft nicht nur ländlich strukturierte Räume, sondern auch kleinere bzw. dünner besiedelte Stadt- und Ortsteile in größeren Städten.
- Ein **kommunales Einzelhandelskonzept** ist ein langfristig angelegtes Steuerungsinstrument für die Einzelhandels- und Stadtentwicklung, welches in regelmäßigen Abständen überprüft und aktualisiert wird (etwa alle fünf Jahre). Auf Grundlage einer Status-Quo-Analyse der Angebots- und Nachfrageseite werden mittelfristige Entwicklungsprognosen getroffen und übergeordnete Entwicklungsziele und Maßnahmen definiert. Ein Ende aller Maßnahmen scheint zum gegenwärtigen Zeitpunkt (Oktober 2022) nicht seriös prognostizierbar zu sein. Das gilt sowohl für die Angebots- als auch für die Nachfrageseite. Gleichwohl ist der Einzelhandel in erheblichem Ausmaß betroffen.

4 Nachfrageseitige Rahmenbedingungen

Nachstehend folgt zur grundsätzlichen Einordnung der Einzelhandelsituation in der Stadt Eschwege eine Übersicht der aktuellen Rahmenbedingungen, die sich direkt oder indirekt auf die Positionierung, kundenseitige Inanspruchnahme und somit auch die Prosperität des Einzelhandelsstandorts Eschwege auswirken können. Gegenüber dem Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009 haben sich die standortrelevanten Rahmenbedingungen nicht wesentlich verändert. Berücksichtigt wurden vor allem Veränderungen der Einwohnerzahlen und der sortimentspezifischen Kaufkraftentwicklung. Im Sinne einer vollständigen und in sich verständlichen Fortschreibung des Konzepts werden die aktuellen nachfrageseitigen Rahmenbedingungen nachfolgend im Zusammenhang dargestellt.

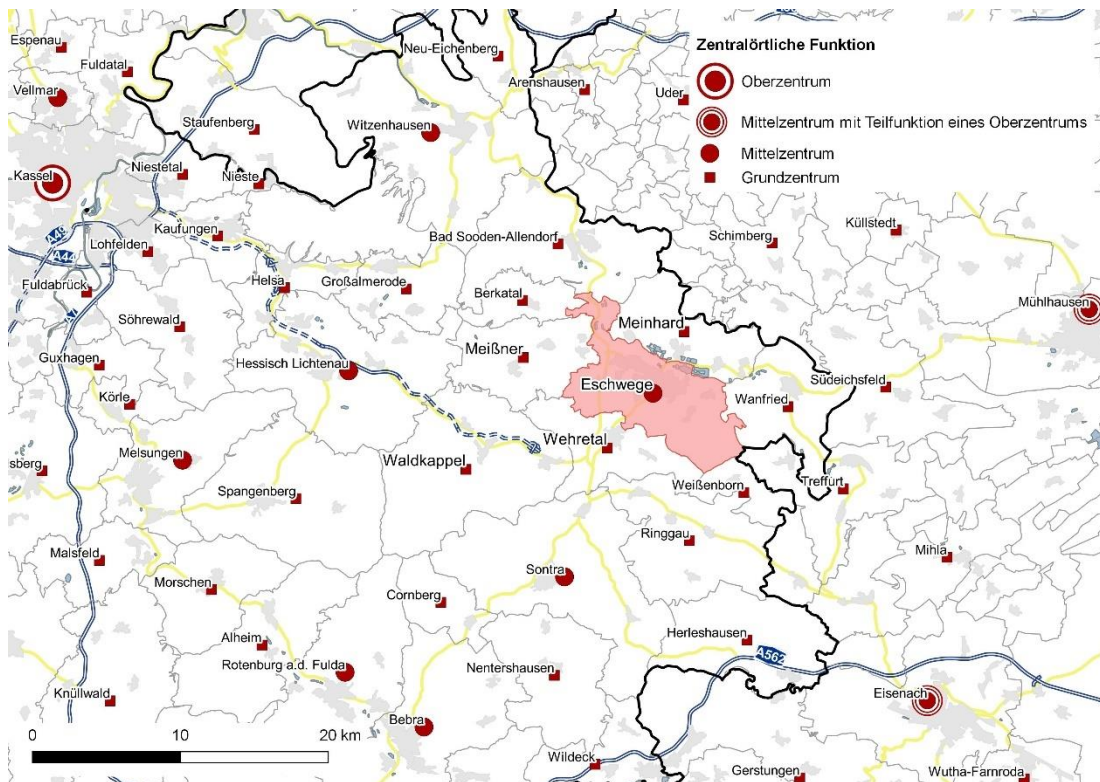
4.1 Standortrelevante Rahmenbedingungen

Rolle in der Region und verkehrliche Anbindung

Die Kreisstadt Eschwege liegt im Norden des Bundeslands Hessen im Werra-Meißner-Kreis. Sie ist dem Regierungsbezirk Kassel zugeordnet und nimmt die landesplanerische Versorgungsfunktion eines Mittelzentrums ein. Hinsichtlich ihrer Einwohnerzahl ist die Stadt Eschwege mit ihren rund 20.000 Einwohnern die bevölkerungsreichste Stadt des Landkreises. Das unmittelbare Umfeld Eschweges ist gekennzeichnet durch eine Reihe von Grundzentren, für die Eschwege eine wichtige Versorgungsbedeutung hat. Im weiteren Umland sind darüber hinaus die Mittelzentren Sontra, Hessisch Lichtenau und Witzenhausen zu finden. Die nächstgelegenen Oberzentren sind Göttingen und Kassel in jeweils rund 50 Kilometern Entfernung nördlich bzw. westlich. In östlicher und südöstlicher Richtung liegen die größeren Mittelzentren Mühlhausen und Eisenach in Thüringen in rund 40 Kilometer Entfernung.

Die verkehrliche Anbindung Eschweges an das überregionale Verkehrsnetz verbessert sich perspektivisch durch die Anbindung an die Autobahn A 44 deutlich. Die Vernetzung mit dem Umland übernehmen aktuell hauptsächlich die Bundesstraßen B 27, B 249 und B 452. Darüber hinaus ist die Stadt Eschwege an die Regionalbahn-Linie R 7 angebunden, so dass eine direkte Schienenverbindung beispielsweise mit der niedersächsischen Stadt Göttingen besteht.

Die geographische Lage Eschweges ist gekennzeichnet durch die Flussniederung der Werra, in die die Stadt eingebettet ist. Die Werra ist der Hauptquellfluss der Weser und bestimmt durch ihren Verlauf größtenteils die nördliche Stadtgrenze Eschweges. Im Bereich der Kernstadt und im Stadtteil Albungen tritt das Gewässer ins Stadtgebiet ein und bildet eine zusätzliche naturräumliche Qualität.

Karte 1: Lage der Stadt Eschwege in der Region

Quelle: eigene Darstellung © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

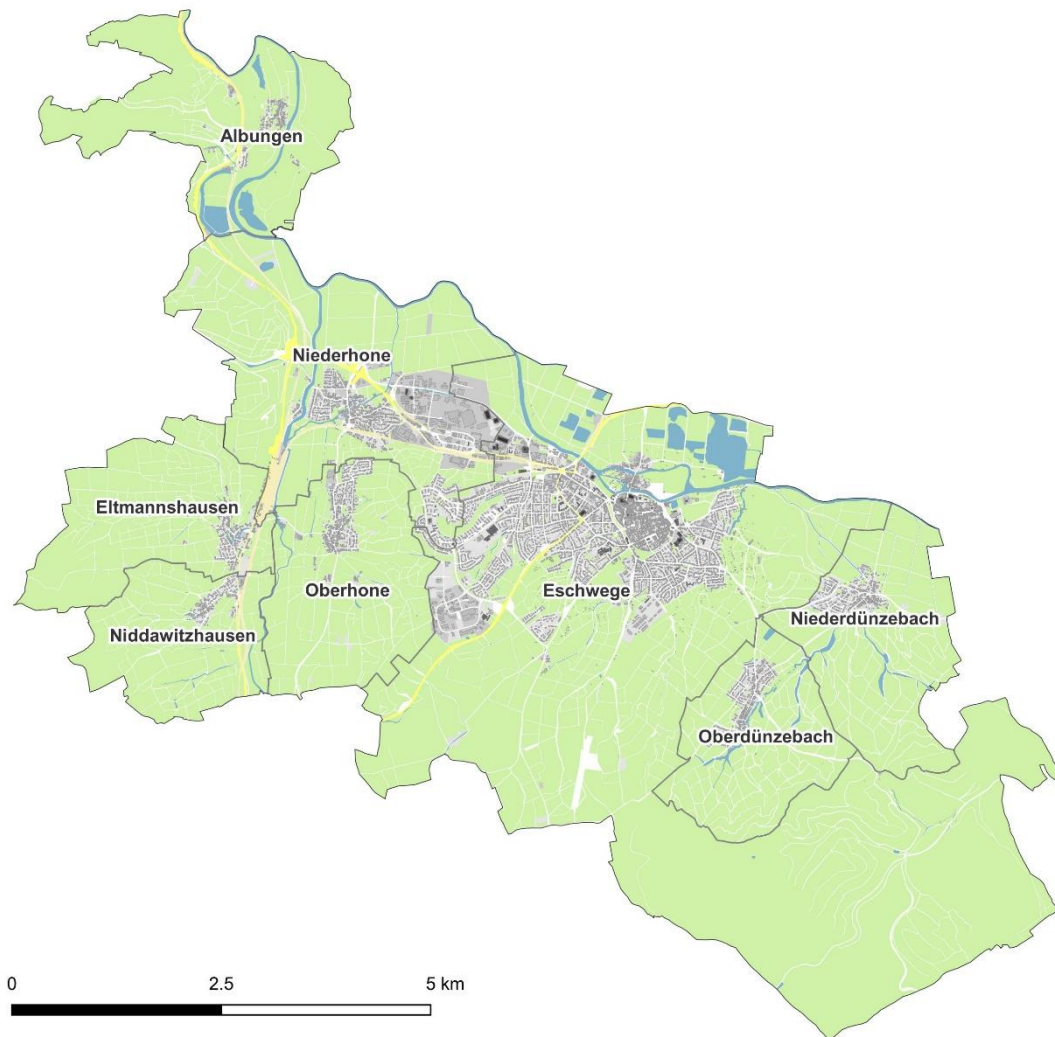
Siedlungsstruktur und Bevölkerungsverteilung

Die heutige Stadt Eschwege ist hervorgegangen aus der ursprünglichen Kernstadt, der 1936 der Stadtteil Niederhone durch Eingemeindung zufiel. Durch die Gebietsreform 1973 kamen die restlichen sechs Stadtteile hinzu, die das heutige Siedlungsgefüge darüber hinaus definieren. Eschwege ist monozentral strukturiert, der Hauptsiedlungskörper liegt eindeutig in der Kernstadt, während sich die übrigen Stadtteile durch kleine und kompakte Siedlungsbereiche auszeichnen.

Die Stadt setzt sich aus der Kernstadt und sieben Stadtteilen zusammen, die gemeinsam knapp 20.000 Einwohner aufweisen. Gut drei Viertel der Einwohner entfallen dabei auf die Kernstadt, gefolgt von Niederhone mit rund 1.400 Einwohnern. Die übrigen Stadtteile Albugen, Eltmannshausen, Niddawitzhausen, Niederdünz bach, Oberdünz bach und Oberhone weisen Einwohnerzahlen von z.T. deutlich unter 1.000 Einwohnern auf.

Hinsichtlich des Einzelhandels zeigt sich die herausragende Stellung der Eschweger Innenstadt, die Bedeutung deutlich über die Stadtgrenze hinaus besitzt. Die weiteren Stadtteile verfügen mit ihren ländlichen Strukturen in der Regel nur über geringfügige bis gar keine Einzelhandelsangebote.

Karte 2: Siedlungs- und Stadtstruktur Eschweges



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Die Bevölkerungsentwicklung in Eschwege ist, abgesehen von einer kurzen Umkehr im Zuge der globalen Flüchtlingskrise, bereits seit vielen Jahren negativ. Aktuelle Bevölkerungsprognosen¹⁵ gehen von einem Rückgang der Einwohnerzahl von 2021 bis 2035 um rund 7,6 % aus. Das bedeutet einen prognostizierten Bevölkerungsstand von rund 17.800 Einwohnern im Jahr 2035.

4.2 Einzugsgebiet des Einzelhandels in Eschwege

Vor dem Hintergrund der immer weiter steigenden Mobilität im Rahmen der Versorgung mit insbesondere mittel- und langfristigen Bedarfsgütern vollziehen sich räumliche Austauschbeziehungen zwischen Einzelhandelszentren und Wohnorten der Nachfrager. Im Zuge zunehmender Mobilitätsanforderungen werden erhöhte Zeit- und Entfernungswiderstände sowohl für das Einkaufen als auch für die Funktionen Arbeit,

¹⁵ vgl. Hessen Agentur 2021: Gemeindedatenblatt Eschwege

Dienstleistungsinanspruchnahme und Freizeitgestaltung in Kauf genommen. Andererseits ist aber auch zu berücksichtigen, dass ab spezifischen Raum-Zeit-Distanzen (Entfernung zum Einkaufsstandort) die Bereitschaft der Kunden abnimmt, diese aufzusuchen, weil wiederum andere Zentren bzw. Standorte geringere Raum-Zeit-Distanzen aufweisen. Aus diesem räumlichen Spannungsgeflecht resultiert schließlich ein Einzugsgebiet.

Die Abgrenzung des Einzugsgebietes dient zum einen als Indikator zur Bewertung der derzeitigen Ausstrahlungskraft des Einzelhandels in Eschwege, zum anderen als Grundlage zur Ermittlung des externen Nachfragepotenzials. Neben der regionalen Wettbewerbssituation, siedlungsräumlicher, verkehrlicher sowie sozioökonomischer Rahmenbedingungen fließen hier auch die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebung (vgl. Kapitel 2.2) ein. Die dort ermittelten Kundenzahlen wurden in Relation zur Bevölkerungszahl des jeweiligen Herkunftsortes gesetzt, um die verhältnismäßige Bedeutung der Stadt Eschwege als Einkaufsort ermitteln zu können. Auf Grundlage dieser sogenannten „Kundenherkunftskoeffizienten“ sowie unter Berücksichtigung der Raumwiderstände und der Einordnung bzw. Bewertung von Konkurrenzstandorten lässt sich das Einzugsgebiet der Stadt Eschwege wie folgt abgrenzen:

Kerneinzugsgebiet

Als Kerneinzugsgebiet für den Einzelhandel bietet die Stadt Eschwege mit ihren Stadtteilen selbst ein Kundenpotenzial von rund 20.000 Einwohnern. Rund 45 % und damit ein großer Anteil der während der Kundenherkunftserhebung befragten Kunden stammen aus diesem Kerneinzugsgebiet.

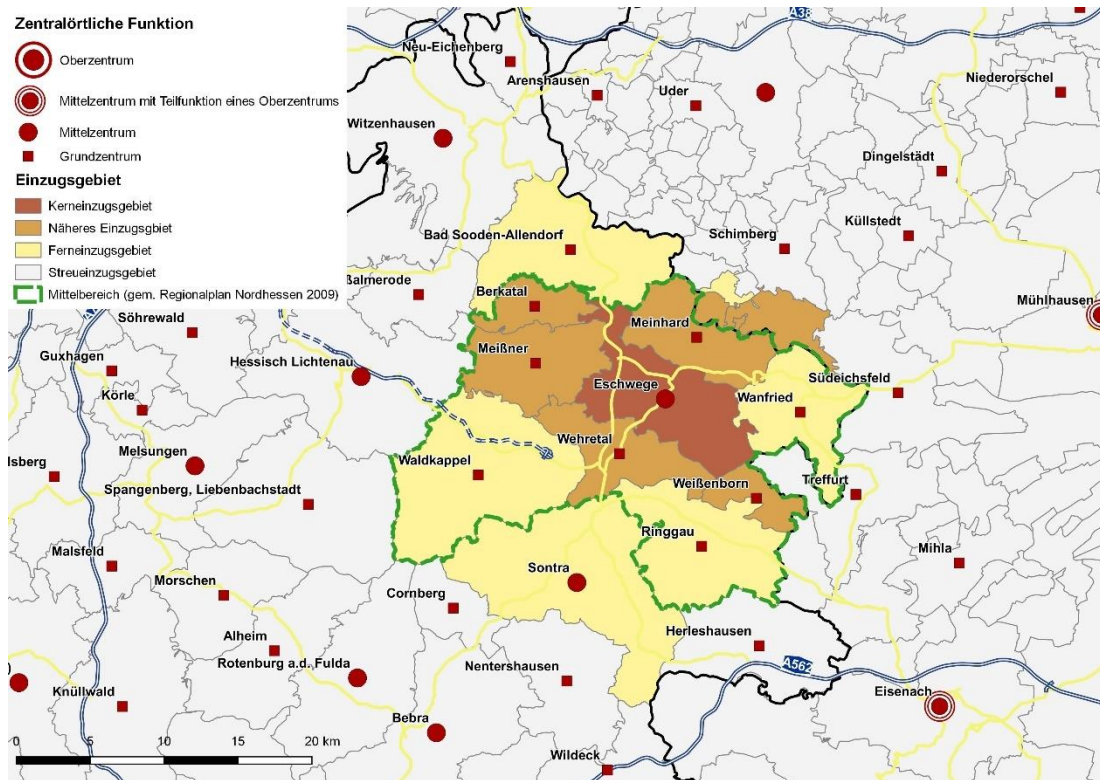
Naheinzugsgebiet

Dem näheren Einzugsgebiet (oder Naheinzugsgebiet) werden in der Regel (kleinere) Kommunen zugeordnet, die in direkter Nachbarschaft zu Eschwege liegen und aufgrund des mittelzentralen Verflechtungsbereichs noch eine gewisse Orientierung zum Einkaufsstandort Eschwege aufweisen. Dazu zählen in erster Linie die Grundzentren Weißenborn, Wehretal, Meißner, Berkatal und Meinhard, aber auch auf thüringischer Seite zählen einige kleine Gemeinden zum Naheinzugsgebiet Eschweges. Aus diesen, als Naheinzugsgebiet klassifizierten Gemeinden, kamen im Zeitraum der Erhebung knapp ein Viertel aller befragten Kunden.

Ferneinzugsgebiet

Das Ferneinzugsgebiet umfasst all diejenigen Besucher und Kunden, die zwar den Einzelhandel in Eschwege mit einer gewissen Regelmäßigkeit aufsuchen, jedoch auch räumliche Einkaufsorientierung auf andere Standorte aufweisen und nicht hauptsächlich auf den Einzelhandel in Eschwege ausgerichtet sind. Als Ferneinzugsgebiet können die Kommunen Wanfried, Ringgau, Sontra, Waldkappel und Bad Sooden-Allendorf sowie Pfaffschwende auf thüringischer Seite definiert werden. Diese als Ferneinzugsbereich definierten Gemeinden haben unter den befragten Kunden rund 17 % ausgemacht.

Karte 3: Einzugsbereich des Eschweger Einzelhandels



Quelle: eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA

Als sogenannte Streumsätze des Einzelhandels in Eschwege werden daneben „Zufallskäufe“ von Personen außerhalb der eigentlichen Einzugsgebiete (z. B. Reisende, Touristen etc.) bezeichnet. Der Anteil der Kunden von außerhalb des eigentlichen Einzugsgebiets liegt bei rund 14 %.

Zwischenfazit – Einzugsbereich

Insgesamt konnte durch die Kundenherkunftserfassung im Sommer 2019 das Einzugsgebiet aus dem Einzelhandelskonzept von 2009 weitestgehend bestätigt werden. Während ein großer Anteil der Kunden aus dem Stadtgebiet Eschweges selbst stammt, ist auch für die Umlandgemeinden ein beachtlich hoher Anteil zu konstatieren, der die regionale Bedeutung des Einzelhandelsstandorts Eschwege unterstreicht. Einem noch größeren regionalen Einfluss stehen allerdings die attraktiven Wettbewerbsstandorte (u.a. in Kassel und Göttingen) entgegen.

Aufgrund regionaler Kaufkraftverflechtungen und der Wettbewerbssituation können nur geringe Teile des Kaufkraftvolumens im Einzugsgebiet durch den Eschweger Einzelhandel abgeschöpft werden. Nähere Hinweise zum Kaufkraftzufluss aus den Umlandkommunen des Einzugsbereichs geben die im Rahmen der nachfolgenden Angebotsanalyse des Eschweger Einzelhandels sortimentspezifisch ermittelten Zentralitätswerte (vgl. Kapitel 5.1).

4.3 Kaufkraftpotenzial in Eschwege

Zur Abbildung der aktuellen Nachfragesituation wird auf sekundärstatistische Rahmen-
daten der IFH-Retail Consultants, Köln zurückgegriffen. Diese werden durch die IFH-
Marktforschung bundesweit ermittelt und aktuell fortgeschrieben. Anhand der Bevöl-
kerungszahlen und einzelhandelsrelevanten Kaufkraftdaten lässt sich das in einem Ge-
biet vorhandene Kaufkraftpotenzial im Einzelhandel gesamt und nach Warengruppen
ermitteln.

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial stellt sich 2021 für die Stadt Eschwege
folgendermaßen dar:

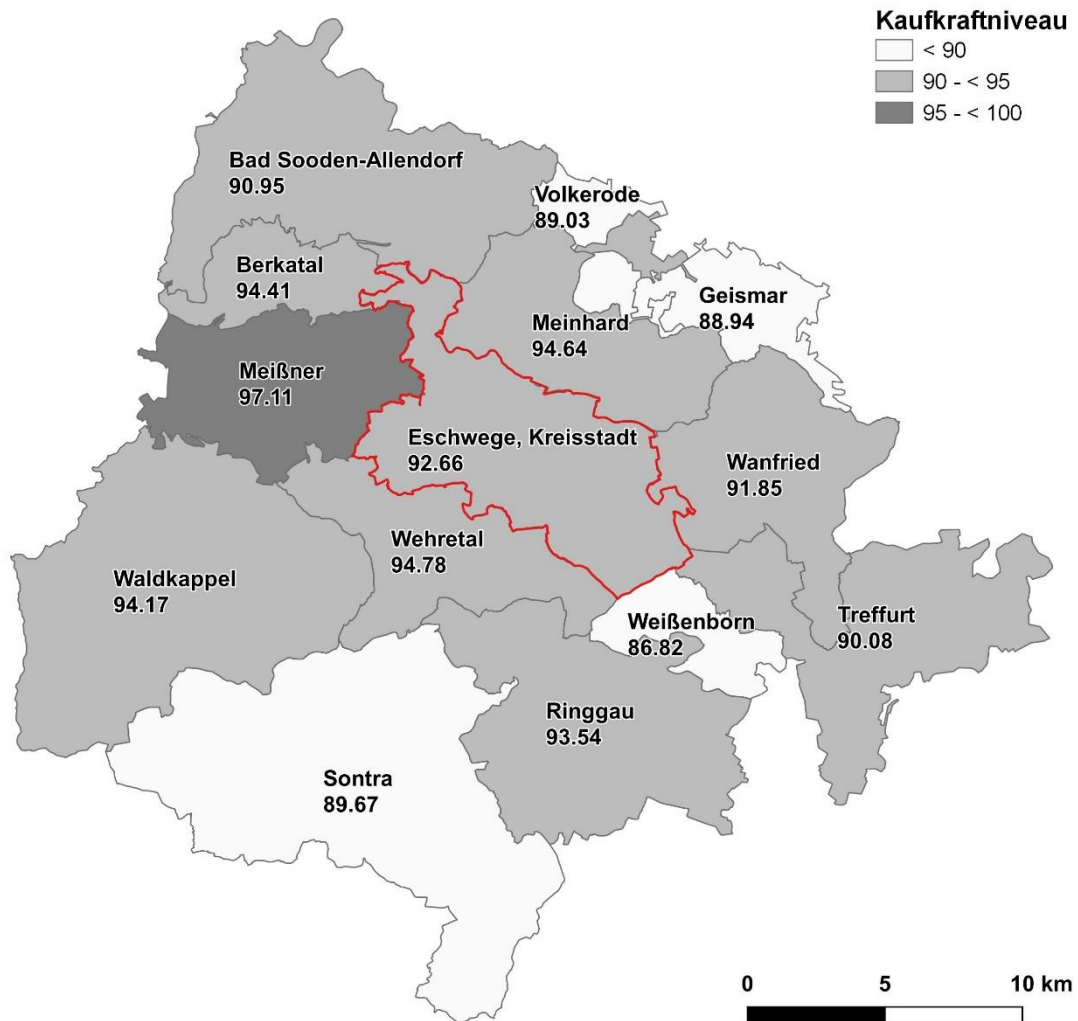
Tabelle 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Eschwege

Warengruppe	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial der Eschweger Wohnbevölkerung	
	Pro Kopf (in Euro/Jahr)	Gesamt (in Mio. Euro)
Nahrungs- und Genussmittel	2.472	48,6
Blumen (Indoor)/Zoo	119	2,3
Gesundheits- und Körperpflege	426	8,4
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	151	3,0
<i>Überwiegend kurzfristiger Bedarf</i>	3.168	62,2
Bekleidung/Textilien	416	8,2
Schuhe/Lederwaren	113	2,2
Glas, Porzellan, Keramik/Haushaltswaren	102	2,0
Spielwaren/Hobbyartikel	130	2,5
Sport und Freizeit	194	3,8
<i>Überwiegend mittelfristiger Bedarf</i>	955	18,8
Wohnrichtung	154	3,0
Möbel	364	7,2
Elektro/Leuchten	179	3,5
Elektronik/Multimedia	403	7,9
Medizinische und orthopädische Artikel	79	1,6
Uhren/Schmuck	62	1,2
Baumarktsortimente	502	9,9
Gartenmarktsortimente	111	2,2
<i>Überwiegend langfristiger Bedarf</i>	1.854	36,4
Kaufkraftpotenzial gesamt*	6.217	122,1

Quelle: eigene Berechnung nach IFH Retail Consultants Köln, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021, Köln; * = inkl. Sonstiges

Diesem monetären Kaufkraftpotenzial liegt – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahlen – das örtliche Kaufkraftniveau der Stadt Eschwege zu Grunde. Die sogenannte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der örtlich vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Dabei gibt sie die Abweichung der einzelhandelsrelevanten Pro-Kopf-Kaufkraft in Eschwege vom Bundesdurchschnitt (= 100) an. Derzeit ergibt sich in Eschwege eine einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer von 92,66 d.h. dass die Eschweger Bevölkerung über ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Kaufkraftniveau verfügt. Im Vergleich zum Jahr 2007 (97,5) ist das Kaufkraftniveau deutlich gesunken.

Karte 4: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich



Quelle: eigene Darstellung, © OpenStreetMap-Mitwirkende, CC-BY-SA (2022)

Im regionalen Vergleich wird deutlich, dass das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Eschwege in etwa den Durchschnitt des Kaufkraftniveaus der Region abbildet. Insgesamt ist für den Werra-Meißner-Kreis ein deutlich unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau zu konstatieren, wobei die Gemeinde Meißner mit 97,11 noch das höchste Niveau verzeichnet. Besonders niedrige Werte unter 90 lassen sich für die Gemeinden Weißebörn und Sontra festhalten, aber auch für die thüringischen Gemeinden Geismar und Volkerode.

Tabelle 5: Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich

Kommune	Einwohnerzahl (gerundet)	Einzelhandels-relevantes Kaufkraftniveau (Kaufkraftkennziffer) 2021	Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen (in Mio. Euro)
Eschwege	19.600	92,66	122,1
Bad Sooden-Allendorf	8.600	90,95	52,5
Berkatal	1.500	94,41	9,3
Meinhard	4.600	94,64	29,1
Meißner	2.900	97,11	19,3
Treffurt	6.000	90,08	36,3
Wehretal	5.000	94,8	31,6
Weißborn	1.000	86,8	5,6
Wanfried	4.200	91,9	25,7

Quelle: IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021
(Indexwert: Bundesdurchschnitt D = 100)

5 Aktuelle Angebotssituation in Eschwege

Unter Berücksichtigung der im vorstehenden Kapitel beschriebenen standortrelevanten Rahmenbedingungen werden im Folgenden die Einzelhandelsstandorte und Einzelhandelsstrukturen in Eschwege unter einzelhandelsrelevanten und städtebaulichen Gesichtspunkten analysiert. Hierfür wird zunächst ein gesamtstädtischer Betrachtungsbo- gen gespannt, bevor in einem vertiefenden Schritt eine räumliche Differenzierung so- wie eine Betrachtung der Grundversorgungssituation im gesamten Stadtgebiet erfol- gen.

Um die Entwicklung des Einzelhandelsbesatzes vergleichbar darstellen zu können, ba- sieren die nachfolgenden Erläuterungen zur räumlich-funktionalen Angebotsstruktur auf dem bestehenden Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2009. Das heißt: Die zentra- len Versorgungsbereiche (Hauptzentrum Innenstadt, Nahversorgungszentrum Nieder- hone, Nahversorgungszentrum Am Dünzebacher Tor) wurden entsprechend ihrer da- maligen Funktion und Abgrenzung in die Analyse eingestellt. Im Rahmen der Fort- schreibung ist es allerdings möglich, dass sich – entsprechend der zwischenzeitlich er- folgten einzelhandelsrelevanten Entwicklungen und neuerer Rechtsprechung – Verän- derungen in den räumlichen Abgrenzungen ergeben haben oder damals abgegrenzte zentrale Versorgungsbereiche heute nicht mehr als solche definiert werden können (vgl. Kapitel 8).

5.1 Eckdaten des Einzelhandels in Eschwege

Auf Basis der vorhandenen Datengrundlage aus der sortimentspezifischen flächende- ckenden Erhebung aller Anbieter können differenzierte Aussagen zur Versorgungssitua- tion in Eschwege getroffen werden. Die nachfolgenden Zahlen beziehen sich grund- sätzlich auf den Bestand zum Erhebungszeitpunkt (Mai 2022). Die wesentlichen Kenn- werte des Einzelhandels in Eschwege stellen sich zu diesem Zeitpunkt wie folgt dar:

Es bestehen **202 Betriebe** des Einzelhandels im engeren Sinne (d. h. ohne KFZ- und Brennstoffhandel, vgl. Kapitel 2.1) mit einer **Gesamtverkaufsfläche** von rund **93.650 m²**. Die Gesamtzahl der Einzelhandelsbetriebe ist dabei seit der letzten flächen- deckenden Erhebung im Jahr 2008 (im Rahmen der Erstellung des gesamtstädtischen Einzelhandelskonzepts vom Büro Stadt- und Regionalplanung Dr. Jansen) um 58 Be- triebe zurück gegangen. Der deutliche Rückgang von Verkaufsstätten ist ein deutsch- landweit zu beobachtender Trend.

Die nachfolgende Tabelle gibt die wichtigsten Eckdaten der Gegenüberstellung der bei- den Erhebungen aus den Jahren 2019 (vor der Corona-Pandemie) und 2022 wieder.

Tabelle 6: Kennzahlen des Eschweger Einzelhandels (2019-2022)

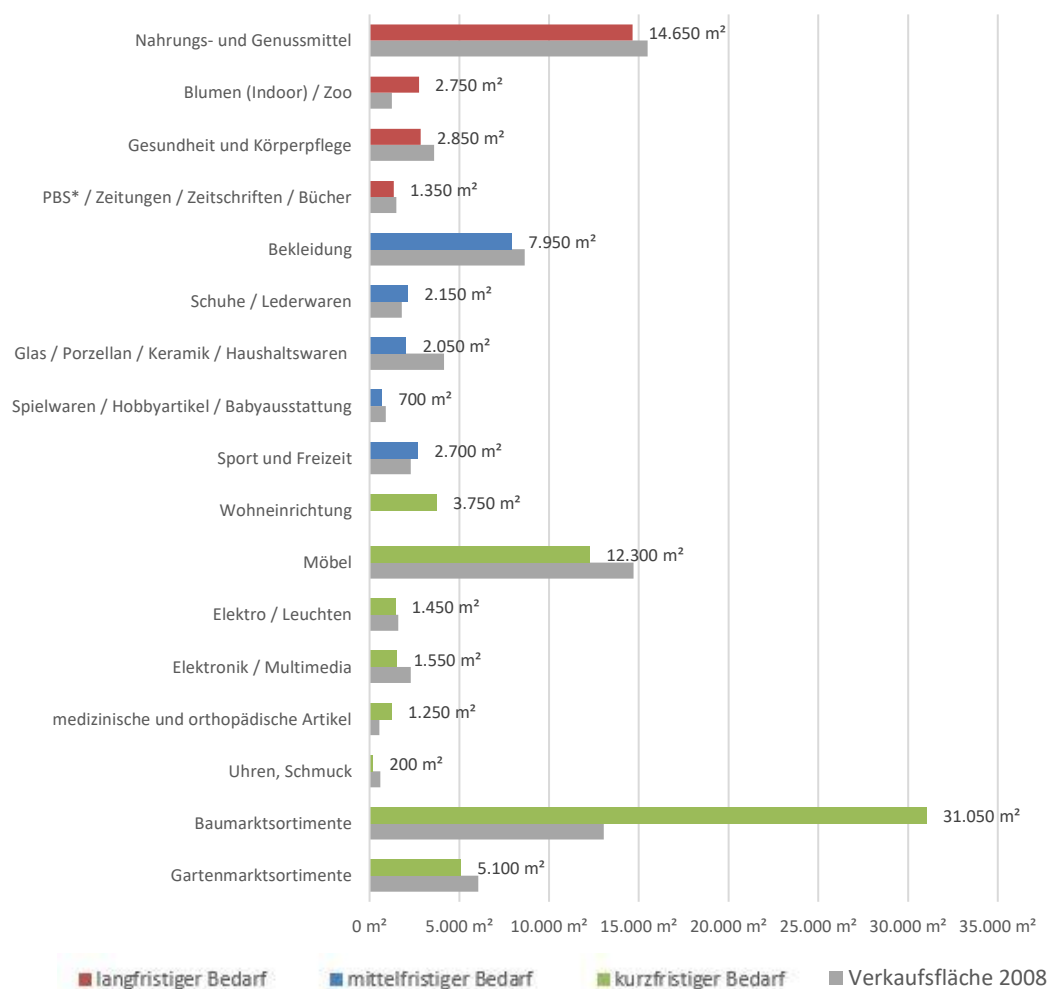
Kennzahlen Eschwege	2019	2022
Einwohnerzahl	19.865	19.646
Gesamtzahl Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	216	202
Gesamtverkaufsfläche in m ²	96.250	93.650

Kennzahlen Eschwege	2019	2022
☉ Verkaufsfläche pro Betrieb <i>in m²</i>	445	464
Verkaufsfläche je Einwohner <i>in m² pro Einwohner</i>	4,8	4,8
Anzahl Leerstände	58	62

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung, Juni 2019/Mai 2022; EW: Stadt Eschwege, Stand: 31.06.2019 und 31.12.2021 (nur HWS)

Zusammenfassend ist festzuhalten, dass die Befürchtungen im Hinblick auf eine deutliche Zunahme von Leerständen in der Stadt Eschwege weitestgehend ausgeblieben sind. Die Anzahl der Betriebe ist leicht gesunken, bewegt sich jedoch mit einem Rückgang um rund 6 % im Rahmen einer üblichen Fluktuationsquote. Die größte Veränderung seit 2019 stellt die Schließung des (insolventen) Anbieters Adler in der Innenstadt dar.

Abbildung 6: Warengruppenspezifische Verkaufsflächen in Eschwege – Vergleich 2008/2022



Quelle: eigene Darstellung auf Basis des Einzelhandelskonzeptes von 2009 und der eigenen Bestandserhebung 2022. Aufgrund unterschiedlicher Erhebungssystematiken in den Jahren 2008 und 2022 ist die Vergleichbarkeit in einigen Warengruppen eingeschränkt. Die Warengruppe Wohneinrichtung ist im EHK von 2009 in der Warengruppe Möbel enthalten.

- Die **quantitativen Angebotsschwerpunkte** liegen weiterhin in der nahversorgungsrelevanten Warengruppe **Nahrungs- und Genussmittel** (rd. 14.650 m² Verkaufsfläche; -5 %), der innerstädtischen Leitbranche **Bekleidung** (rd. 7.950 m² Verkaufsfläche; - 9 %) sowie in den flächenintensiven Branchen **Möbel** (rd. 12.300 m² Verkaufsfläche; -16 %¹⁶) und **Bau- und Gartenmarktsortimente** (zusammen rd. 36.150 m² Verkaufsfläche; +89 %).
- Der auffällige **Verkaufsflächenzuwachs** in der Warengruppe **Baumarktsortimente** ist auf den Betrieb Raiffeisen Baustoffhandel an der Helgoländer Straße zurückzuführen, der eine sehr hohe Verkaufsfläche (im Wesentlichen Baustoffe) im Außenbereich aufweist (Freifläche)¹⁷.
- Die **durchschnittliche Verkaufsfläche je Betrieb** beträgt rund **464 m²**. Im Vergleich zu den durchschnittlichen Werten aus vergleichbaren Erhebungen des Büros Junker + Kruse in anderen Städten mit 10.000 bis 25.000 Einwohnern (ca. 250 m²)¹⁸ ist der Wert als deutlich überdurchschnittlich einzuordnen, was insbesondere auf den flächenintensiven Baustoffhandel Raiffeisenmarkt zurückzuführen ist.
- Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** beträgt etwa **4,8 m²** pro Einwohner und rangiert damit – losgelöst von branchenspezifischen Betrachtungen – sehr deutlich über dem bundesdeutschen Durchschnittswert von rund 1,5 m² pro Einwohner.

¹⁶ Vergleichbarkeit in der Warengruppe Möbel ist eingeschränkt, da in der Erhebung 2008 die Warengruppen Möbel und Wohneinrichtung zusammengefasst wurden.

¹⁷ Diese Flächen wurden vermutlich 2008 saisonal bedingt nicht erhoben. Der Betrieb verkauft sowohl an gewerbliche Kunden als auch an Endverbraucher, insofern handelt es sich um zu berücksichtigende Verkaufsfläche bzw. um einen Einzelhändler im Sinne des Konzeptes.

¹⁸ Quelle: Junker + Kruse-Datenbank aus eigenen Erhebungen in Kommunen zwischen 10.000 und 25.000 Einwohnern (nur Mittelzentren) (n=30)

Tabelle 7: Einzelhandelsbestand in Eschwege nach Warengruppen, Umsätzen und Zentralitäten

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Umsatz (in Mio. Euro)	Kaufkraft (in Mio. Euro)	Zentralität
Nahrungs- und Genussmittel	14.700	72,5	48,6	1,49
Blumen (Indoor)/Zoo	2.750	5,7	2,3	2,45
Gesundheit und Körperpflege	2.850	19,5	8,4	2,33
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	1.350	5,7	3,0	1,92
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	21.600	103,4	62,2	1,66
Bekleidung	7.950	21,4	8,2	2,61
Schuhe/Lederwaren	2.150	7,0	2,2	3,15
GPK**/Haushaltswaren	2.050	4,6	2,0	2,29
Spielwaren/Hobbyartikel	700	2,0	2,5	0,79
Sport und Freizeit	2.750	8,4	3,8	2,20
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	15.500	43,3	18,8	2,31
Wohn Einrichtung	3.750	6,5	3,0	2,16
Möbel	12.300	13,4	7,2	1,87
Elektro/Leuchten	1.500	6,8	3,5	1,94
Elektronik/Multimedia	1.550	9,7	7,9	1,23
Medizinische und orthopädische Artikel	1.250	8,1	1,6	5,22
Uhren/Schmuck	200	1,2	1,2	0,97
Baummarktsortimente	31.050	26,5	9,9	2,69
Gartenmarktsortimente	5.100	3,6	2,2	1,66
Überwiegend langfristiger Bedarf	56.650	75,9	36,4	2,08
Gesamtsumme***	93.800	222,6	122,1	1,82

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Eschwege, Mai 2022; gerundete Werte, durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen

* Papier/Büroartikel/Schreibwaren,

** Glas, Porzellan, Keramik

*** inkl. Sonstiges

- Dem in der Stadt Eschwege vorhandenen einzelhandelsrelevanten **Kaufkraftpotenzial von rund 122 Mio. Euro** steht ein geschätztes **Jahresumsatzvolumen von rund 223 Mio. Euro** gegenüber. Daraus ergibt sich eine **Einzelhandelszentralität von 1,82** über alle Warengruppen, d. h. der erzielte Einzelhandelsumsatz liegt rund 82 % über dem örtlichen Kaufkraftvolumen. Per Saldo lässt sich also feststellen, dass zusätzlich zu der örtlich vorhandenen Kaufkraft deutliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland existieren. Der errechnete Zentralitätswert liegt deutlich über dem einer Vollversorgung, wovon bei einer 100 %igen Kaufkraftbindung gesprochen wird.

- Aufgrund der landesplanerischen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum und der Wettbewerbssituation im unmittelbaren Umland sind Kaufkraftzuflüsse für den Einzelhandelsstandort Eschwege erwartbar. Die Umsatzentwicklung Eschweges ist gegenüber dem Konzept von 2009 auf einem nahezu identischen Niveau verblieben, während sich das lokale Kaufkraftpotenzial erhöht hat. Dies ist auf die in den letzten Jahren stark gestiegenen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben pro Kopf zurückzuführen und dementsprechend liegt der neue, nach wie vor als überdurchschnittlich einzustufende Zentralitätswert leicht unter dem des bestehenden Konzeptes (2,04).
- Bei einem differenzierten Blick zeigt sich, dass es bei einer hohen Gesamtzentralität einige Warengruppen gibt, die mit besonders hohen Werten herausstechen (u.a. **medizinische und orthopädische Artikel, Schuhe/Lederwaren, Baumarktsortimente und Bekleidung**). Diese hohen Ausgangswerte lassen aus rein quantitativer Sicht unter Berücksichtigung der Versorgungsfunktion Eschweges als Mittelzentrum zunächst kaum nennenswerte Potenziale ableiten. Eine weiterführende Betrachtung hierzu erfolgt in den weiteren Analyseschritten zur qualitativen bzw. strukturellen sowie räumlichen Angebotsstruktur in Eschwege. Die daraus abgeleiteten Aussagen zu Entwicklungsperspektiven des Eschweger Einzelhandels erfolgen in Kapitel 6 dieser Untersuchung.

Tabelle 8: Verkaufsflächenausstattung pro Kopf mit Vergleichskommunen der Größenklasse 10.000 - 25.000 Einwohner

Warengruppe	Verkaufsfläche pro Einwohner (in m ²)	
	Eschwege	Durchschnitt der Vergleichskommunen
Nahrungs- und Genussmittel	0,75	0,44
Blumen (Indoor)/Zoo	0,14	0,05
Gesundheit und Körperpflege	0,15	0,08
PBS*/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	0,07	0,03
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	1,10	0,60
Bekleidung	0,40	0,17
Schuhe/Lederwaren	0,11	0,05
GPK**/Haushaltswaren	0,10	0,07
Spielwaren/Hobbyartikel	0,04	0,03
Sport und Freizeit	0,14	0,04
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	0,79	0,36
Wohneinrichtung	0,19	0,08
Möbel	0,63	0,30
Elektro/Leuchten	0,07	0,04
Elektronik/Multimedia	0,08	0,03
Medizinische und orthopädische Artikel	0,06	0,02
Uhren/Schmuck	0,01	0,01
Baummarktsortimente	1,58	0,45
Gartenmarktsortimente	0,26	
Überwiegend langfristiger Bedarf	2,88	0,93
Gesamtsumme***	4,8	1,91

Quelle: eigene Berechnung auf Grundlage der Einzelhandelserhebung Junker + Kruse in Eschwege, Mai 2022; gerundete Werte, durch Rundungen kann es zu Abweichungen in den Summen kommen; Vergleichsdaten stammen aus eigenen, bundesweiten Vollerhebungen

* Papier/Büroartikel/Schreibwaren, ** Glas, Porzellan, Keramik, *** inkl. Sonstiges

Bei Betrachtung der **Verkaufsflächenausstattung pro Kopf** zeigt sich im Vergleich mit anderen Kommunen der Größenklasse 10.000 bis 25.000 Einwohner, dass Eschwege deutlich überdurchschnittliche Angebote aufweist. In allen Warengruppen liegt der Wert mindestens auf dem Durchschnittsniveau der Vergleichskommunen, in der Regel sogar deutlich darüber. Insgesamt stehen in Eschwege somit fast drei m² Verkaufsfläche pro Kopf mehr zur Verfügung als im Durchschnitt der Vergleichskommunen.

Tabelle 9: Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner	Anzahl der Betriebe	VKF in m ²	Anteil an Gesamt-VKF	Verkaufsfläche pro Einwohner in m ²	☉ Verkaufsfläche pro Betrieb in m ²
Eschwege Kernstadt	14.892	173	56.230	61,04 %	3,8	325
Albungen	284	-	-	-	-	-
Eltmannshausen	544	4	350	0,37 %	0,6	88
Niddawitzhausen	237	1	< 50	< 0,1 %	< 0,1	< 50
Niederdünz bach	631	1	200	0,21 %	0,3	200
Niederhone	1.374	20	36.200	38,65 %	26,3	1.810
Oberdünz bach	811	1	< 50	< 0,1 %	< 0,1	< 50
Oberhone	873	2	700	0,75 %	0,8	350
Summe	19.646	202	93.650	100 %	4,8	464

Quelle: Einzelhandelserhebung Eschwege, Mai 2022; gerundete Werte; Einwohner Quelle: Stadt Eschwege Bevölkerungsstatistik 31.12.2021
VKF = Verkaufsfläche

- Der quantitative Einzelhandelsschwerpunkt im Hinblick auf die Anzahl der Betriebe (173 Betriebe) und hinsichtlich der vorgehaltenen Verkaufsfläche (ca. 56.230 m²) liegt deutlich in der Kernstadt Eschwege.
- Innerhalb der Kernstadt Eschwege gibt es unterschiedliche Angebotsschwerpunkte: Allen voran die **Innenstadt mit rund 18.200 m² Verkaufsfläche**. Ebenfalls große Verkaufsflächenanteile entfallen auf die Betriebe am **Sonderstandort Niederhoner Straße/Thüringer Straße**, von denen einige (z.B. Kaufland, toom) der Kernstadt Eschwege zuzurechnen sind. Auch der Standort Am Dünz bacher Tor kommt mit mehreren großflächigen Betrieben auf eine Verkaufsfläche von knapp 4.000 m². Darüber hinaus gibt es einige integrierte Nahversorgungsstandorte mit nennenswerten Verkaufsflächen.
- Im Stadtteil Niederhone befindet sich ein weiterer Einzelhandelsschwerpunkt in Form der Sonderstandorte an der Niederhoner Straße/Thüringer Straße¹⁹ und der Helgoländer Straße/Thüringer Straße. Mit insgesamt 26 Betrieben sind hier vermehrt großflächige Einzelhandelsbetriebe verortet. Entsprechend hoch ist auch die durchschnittliche Verkaufsfläche pro Betrieb (ca. 1.810 m²).
- Das Einzelhandelsangebot in den übrigen Stadtteilen ist rudimentär vorhanden. In Oberhone ist ein Gartenmarktbetrieb mit ca. 700 m² Verkaufsfläche vorhanden, in den übrigen Stadtteilen sind die Betriebsgrößen sehr gering.
- Die Verkaufsfläche pro Einwohner stellt sich entsprechend der Verteilung der

¹⁹ Die hier verorteten Betriebe liegen in der Gemarkung Niederhone, die Betriebe werden jedoch innerhalb der Stadt eher der Kernstadt Eschwege räumlich zugeordnet.

Verkaufsfläche und Einwohner über die Stadtteile ganz unterschiedlich dar. Während die Kernstadt Eschwege einen hohen Wert von 3,8 m²/Kopf aufweist, ist vor allem der Wert von über 26 m²/Kopf in Niederhonne überdurchschnittlich. Zurückzuführen ist dieser auf die verglichen mit der Kernstadt deutlich geringere Einwohnerzahl bei sehr hohem Verkaufsflächenangebot. In den übrigen Stadtteilen liegt die Verkaufsfläche pro Einwohner deutlich unter dem bundesdurchschnittlichen Wert von ca. 1,5 m²/Kopf.

Neben dieser überwiegend quantitativen Betrachtung spielen für die Bewertung eines Einzelhandelsstandorts vor allem auch **qualitative** und **räumliche** Aspekte eine entscheidende Rolle. In einem weiteren Schritt wird das Einzelhandelsangebot der Stadt Eschwege daher unter diesen Gesichtspunkten näher betrachtet.

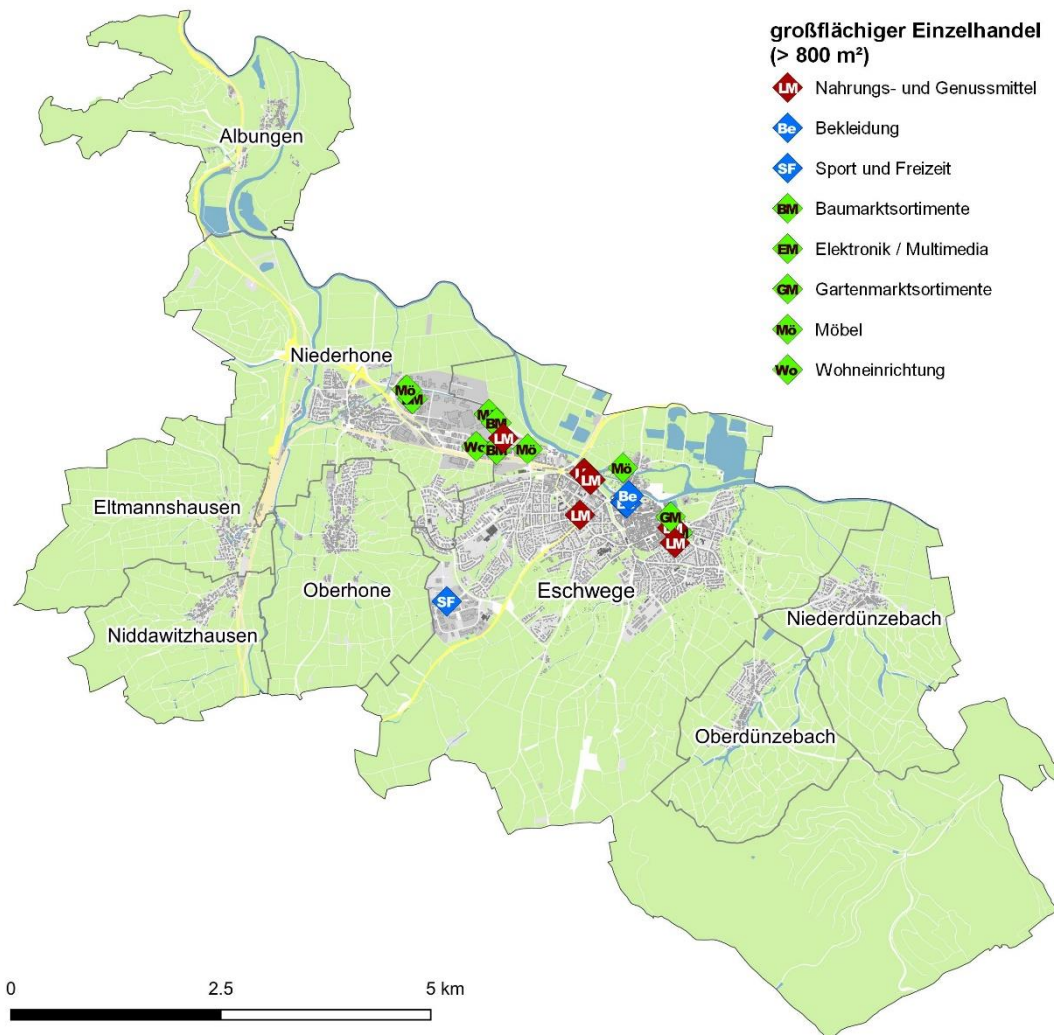
Großflächiger Einzelhandel in Eschwege

- Aktuell (2022) existieren in Eschwege **20 großflächige Anbieter**²⁰ mit einer Verkaufsfläche von zusammen **ca. 67.500 m²**. Obwohl diese Betriebe nur rund 10 % aller Anbieter darstellen, umfassen sie **rund 72 % des gesamtstädtischen Verkaufsflächenangebots**.
- Rund 35.600 m² Verkaufsfläche entfallen auf großflächige Betriebe der Hauptbranche Bau- und Gartenmarktsortimente, was auf die flächenintensiven Angebotsformen in dieser Warengruppe zurückzuführen ist. Die größten Anbieter in Eschwege sind der Raiffeisen Baustoffhandel sowie der toom Baumarkt (23.000 bzw. 7.100 m² Verkaufsfläche). Zusammen mit den Anbietern Hammer und Gartencenter George machen die Bau- und Gartenmärkte rund 53 % der Verkaufsfläche des großflächigen Einzelhandels aus.
- Sechs Betrieben und rund 12.700 m² Verkaufsfläche, d. h. rund 19 % der Verkaufsfläche entfällt auf großflächige Anbieter der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel. Hier sind in erster Linie die großen Lebensmittelanbieter (Verbrauchermärkte und Discounter) zu nennen, die sowohl in städtebaulich integrierten Lagen (z.B. Herkules E-Center), aber auch in peripheren, nicht integrierten Lagen (z.B. Kaufland) zu finden sind.
- In der typischerweise zentrenrelevanten Sortimentsgruppe Bekleidung sind drei großflächige Anbieter in Eschwege vorhanden. Sie vereinen eine Verkaufsfläche von ca. 5.000 m² auf sich und machen damit rund 7 % der Fläche aller großflächigen Einzelhandelsbetriebe aus. Erwartungsgemäß befinden sich diese Anbieter alle in der Innenstadt und haben wichtige Magnetfunktionen für den übrigen innerstädtischen Einzelhandel.
- Insgesamt befinden sich damit nur drei der 20 großflächigen Anbieter in der Innenstadt. Die restlichen großflächigen Betriebe verteilen sich auf Sonderstandorte und

²⁰ Großflächige Einzelhandelsbetriebe sind in Abgrenzung zum sonstigen Einzelhandel planungsrechtlich eine eigenständige Nutzungsart. Die Einstufung als großflächiger Betrieb erfolgte bislang nach § 11 (3) BauNVO ab einer Bruttogeschossfläche von rund 1.200 m². Die relevante Rechtsprechung besagt dazu, dass der Tatbestand der Großflächigkeit gegeben ist, wenn eine Verkaufsfläche von 800 m² überschritten wird (Vgl. Urteil vom 24.11.2005: BVerwG 4 C 10.04, 4 C 14.04, 4 C 3.05 und 4 C 8.05).

weitere städtebaulich integrierte und nicht integrierte Einzellagen.

Karte 5: Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Eschwege



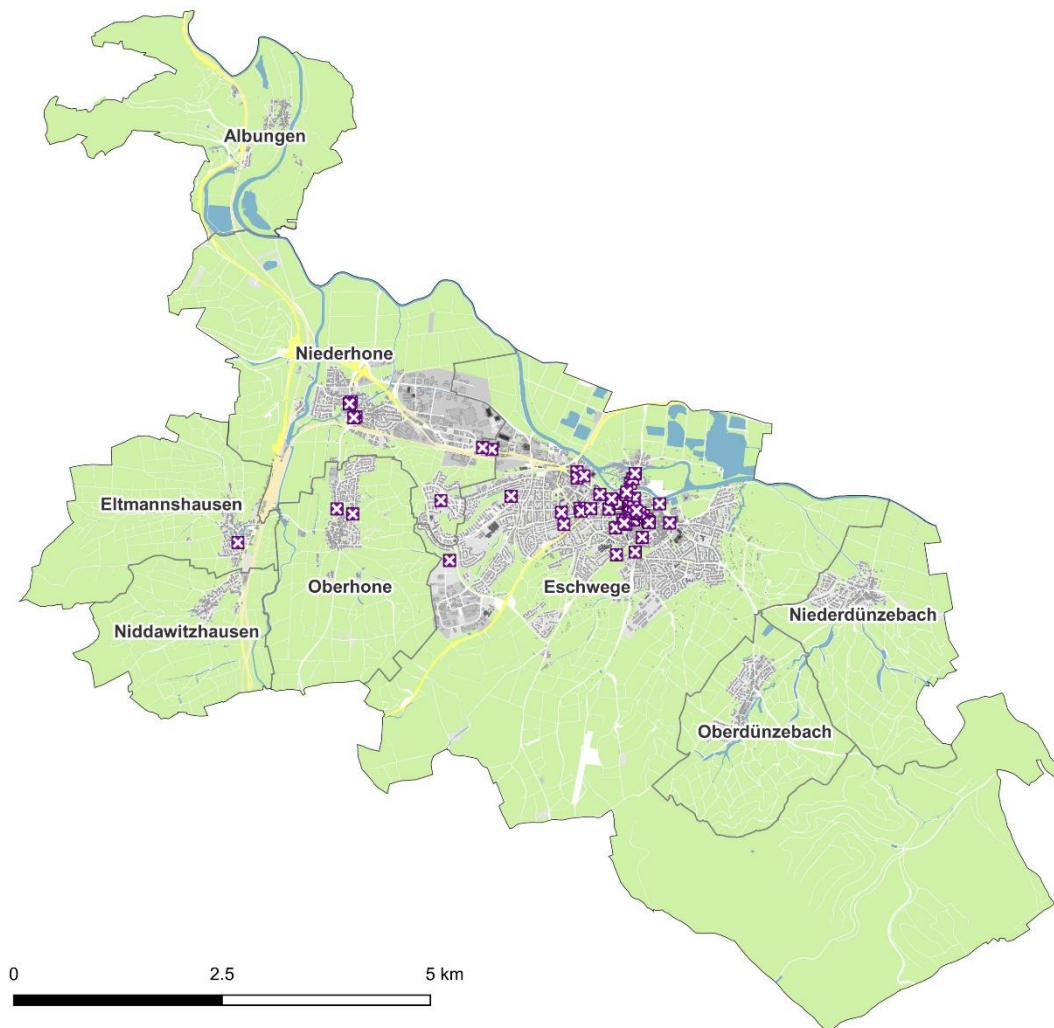
Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Leerstände in Eschwege

- Zum Erhebungszeitpunkt Mai 2022 liegen im Stadtgebiet 62 Leerstände von Ladenlokalen vor. Insgesamt belaufen sich die Verkaufsflächen dieser leerstehenden Lokale auf rund 7.600 m². Dies entspricht einer Leerstandsquote von rund 30 % der Ladenlokale und 8 % der Verkaufsfläche.
- Markantester Leerstand ist die Ladenfläche des ehemaligen Anbieters Adler in der Innenstadt. Die übrigen Leerstände bewegen sich mit Ausnahme eines Ladenlokal in der Straße Hinter der Mauer in der Innenstadt deutlich unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (800 m²).
- Rund 42 % der Ladenleerstände (26 Ladenlokale) befinden sich in der Eschweger Innenstadt, wobei die durchschnittliche Verkaufsfläche dieser leerstehenden Lokale bei rund 140 m² liegt.

- Durch die anhaltende Corona-Pandemie ist ein starker Anstieg an Leerständen bislang nicht zu verzeichnen (vgl. Erhebungsdaten 2019 und 2022 in Kapitel 5.1).

Karte 6: Leerstände in Eschwege



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

5.2 Räumliche Verteilung des Einzelhandels in Eschwege

Die konkrete räumliche Verteilung des Einzelhandels im Eschweger Stadtgebiet ist insbesondere mit Blick auf die strukturellen Aussagen zur weiteren Einzelhandelsentwicklung von grundlegender Bedeutung. In Eschwege kristallisieren sich folgende **räumlich funktionale Angebotsschwerpunkte** heraus, die in besonderem Maße durch Einzelhandelsnutzungen geprägt sind:

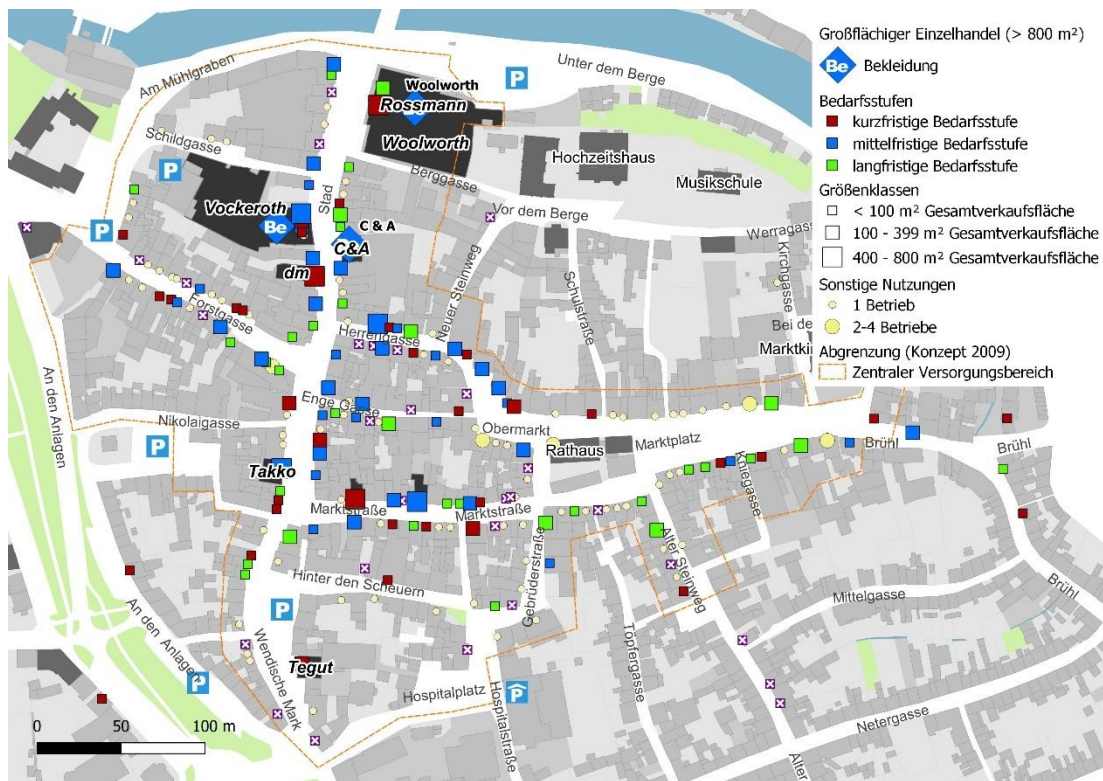
5.2.1 Hauptzentrum Innenstadt

Die Eschweger Innenstadt ist durch die räumliche Nähe zu den Bundesstraßen B 249 und B 452 sowie der Ausstattung mit einer Vielzahl an öffentlichen Parkplätzen verkehrlich gut an das Verkehrsnetz angebunden. Durch die hohen Kundenverflechtungen

mit dem Umland (vgl. Kapitel 4.2) ist eine solche verkehrliche Verknüpfung ein wichtiges Kriterium für den Einkaufsstandort Eschwege. Die Haupteinkaufslage ist der Stad, der das Zentrum in Nord-Süd-Richtung prägt. Weitere wichtige Einzelhandelslagen sind die Forstgasse, die Herrengasse, die Marktstraße, der Obermarkt und der Marktplatz.

Die Eschweger Innenstadt bildet den bedeutendsten Einzelhandelsstandort in Eschwege. Mit 105 Betrieben entfallen ca. 50 % aller in Eschwege vorhandenen Einzelhandelsbetriebe auf die Innenstadt. Die Kernstadt Eschwege weist eine Gesamtverkaufsfläche von etwa 56.200 m² auf, wovon 18.200 m² auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt entfallen. In den vergangenen Jahren hat eine Vielzahl von Faktoren und Maßnahmen für die Belebung der Eschweger Innenstadt gesorgt, allen voran die Umwandlung der ehemaligen Hertie-Immobilie am Stad in die heutige Schlossgalerie. Allerdings ist mit der Schließung des Anbieters Adler und des zum Jahresende schließenden Drogeriemarktes dm²¹ auch ein Verlust an Frequenzbringern zu verzeichnen.

Karte 7: Die Eschweger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

- Der **Stad** bildet die bedeutendste zentrale Einzelhandelslage innerhalb der Eschweger Innenstadt und ist als Fußgängerzone ausgestaltet. Er wird beidseitig weitestgehend von den die Altstadt prägenden Fachwerkhäusern gesäumt und weist eine hohe städtebauliche Qualität auf. Die Einzelhandelsdichte ist entlang des Stades hoch, außerdem sind hier auch die Geschäfte größerer Filialisten wie z.B. Woolworth, C&A oder Rossmann integriert. Vereinzelt wird das

²¹ Erhebungsstand Mai 2022

Einzelhandelsangebot entlang des Stades durch Dienstleistungen (v.a. Gastronomie, Bankfilialen) ergänzt. Der Sortimentsschwerpunkt liegt in der innenstadttypischen Warengruppe Bekleidung, insgesamt herrscht aber ein ausgewogener Branchenmix vor. Größter Betrieb ist das Bekleidungsgeschäft Vockeroth, gefolgt von Woolworth, C&A und Rossmann.

Fotos 1 und 2: Einzelhandelslage Stad



Quelle: Junker + Kruse

- Die **Marktstraße** bildet einen weiteren zentralen Bereich in der Eschweger Innenstadt. Sie stellt eine Verbindung vom Stad zum Marktplatz dar und weist ebenfalls eine hohe Einzelhandelsdichte auf. Die größten Betriebe sind hier das Sportgeschäft Ammann und die Buchhandlung Heinemann. Ansonsten zeigt sich aber auch hier ein breiter Branchenmix von Nahrungs- und Genussmitteln bis hin zu Uhren/Schmuck. Im Gegensatz zum Stad sind hier keine Filialisten zu finden, sondern vermehrt inhabergeführter Einzelhandel.

Fotos 3 und 4: Einzelhandelslage Marktstraße



Quelle: Junker + Kruse

- Der Bereich **Obermarkt** stellt aufgrund seiner Funktion als Wochenmarktstandort einen kulturellen Mittelpunkt in der Eschweger Innenstadt dar. Hier findet jeden Mittwoch und Samstag zwischen Herrengasse und Marktplatz ein Wochenmarkt mit den Ständen von rund 25 Marktbeschickern statt, der für hohe Besucherfrequenzen sorgt. Die Einzelhandelsdichte ist hier nicht so hoch wie am Stad oder in der Marktstraße, jedoch wird vor allem im mittelfristigen Bedarfssegment auch hier ein breites Angebot vorgehalten. Als bedeutende funktionstragende Einrichtung ist das Rathaus der Stadt Eschwege am Obermarkt gelegen.

Fotos 5 und 6: Einzelhandelslage Obermarkt



Quelle: Junker + Kruse

Die insgesamt rund **18.000 m² Verkaufsfläche** in der Eschweger Innenstadt über alle Warengruppen, setzen sich zu großen Teilen aus Angeboten der mittelfristigen Bedarfsstufe zusammen. Der **Angebotsschwerpunkt** liegt im **Bereich Bekleidung/Schuhe**. In diesen beiden Warengruppen macht das Angebot in der Eschweger Innenstadt mehr als 85 % an der gesamtstädtischen warengruppenspezifischen Verkaufsfläche aus. Große Verkaufsflächenanteile verbucht die Innenstadt auch in den Warengruppen **PBS²²/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher, medizinische und orthopädische Artikel** sowie **Uhren/Schmuck**. Aufgrund der dm- und Rossmann-Filialen in der Innenstadt sind auch hohe Anteile an Gesundheits- und Körperpflegeartikeln zu verzeichnen²³. Das Lebensmittelangebot in der Innenstadt wird durch eine Vielzahl kleinerer Anbieter bereitgestellt (Fleischereien, Bäckereien, Bioladen, tegut Lädchen), die alleamt unterhalb von 200 m² Verkaufsfläche anzusiedeln sind. Einen großflächigen Lebensmittelanbieter weist die Eschweger Innenstadt nicht auf.

Das Einzelhandelsangebot im Eschweger Zentrum ist – wie für Innenstadtlagen dieser Stadtgrößen typisch – als Mix aus kleinteiligem, teils inhabergeführtem Einzelhandel und größeren Filialisten zu charakterisieren. Es handelt sich um ein differenziert aufgestelltes Zentrum mit ganz unterschiedlichen Teilbereichen und einer gehobenen Aufenthaltsqualität. Diverse Magnetbetriebe in Form von Filialisten oder der Schlossgalerie, aber auch in Form des Wochenmarkts, sorgen für eine Belebung des Zentrums.

²² Papier/Büroartikel/Schreibwaren

²³ Der Drogeriemarkt dm hat zum Jahresende 2022 geschlossen (Erhebungsstand Mai 2022).

Das in der Innenstadt vorhandene Angebot übernimmt **eine Versorgungsfunktion für Eschwege**, insbesondere in den zentrenrelevanten, mittelfristigen Warengruppen. Der Einzelhandel dient einer gesamtstädtischen und z. T. stadtübergreifenden Versorgung, sodass das hier vorgehaltene Angebot zur Erfüllung der mittelzentralen Versorgungsfunktion Eschweges beiträgt. Im Vergleich zur Untersuchung aus dem Jahr 2008 ist ein Rückgang in der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe auffällig, der allerdings mit der bundesdeutschen Tendenz korrespondiert, dass immer weniger Geschäfte eine dafür höhere Verkaufsfläche pro Betrieb vorhalten.

Tabelle 10: Verkaufsflächenangebot in der Innenstadt von Eschwege

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ² (gerundete Werte)	Anteil an Gesamt in %
Nahrungs- und Genussmittel	1.385	9,5
Blumen (Indoor)/Zoo	175	6,4
Gesundheit und Körperpflege	1.195	42,0
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	685	51,7
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	3.440	16,0
Bekleidung	6.795	85,7
Schuhe/Lederwaren	1.875	88,0
GPK/Haushaltswaren	925	45,7
Spielwaren/Hobbyartikel	450	63,8
Sport und Freizeit	1.690	62,4
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	11.735	75,7
Wohneinrichtung	640	17,2
Möbel	490	4,0
Elektro/Leuchten	115	7,8
Elektronik/Multimedia	460	30,0
Medizinische und orthopädische Artikel	995	78,3
Uhren/Schmuck	200	95,2
Baumarktsortimente	80	0,3
Gartenmarktsortimente	55	1,1
Überwiegend langfristiger Bedarf	3.035	5,4
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	18.210	19,4

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Mai 2022

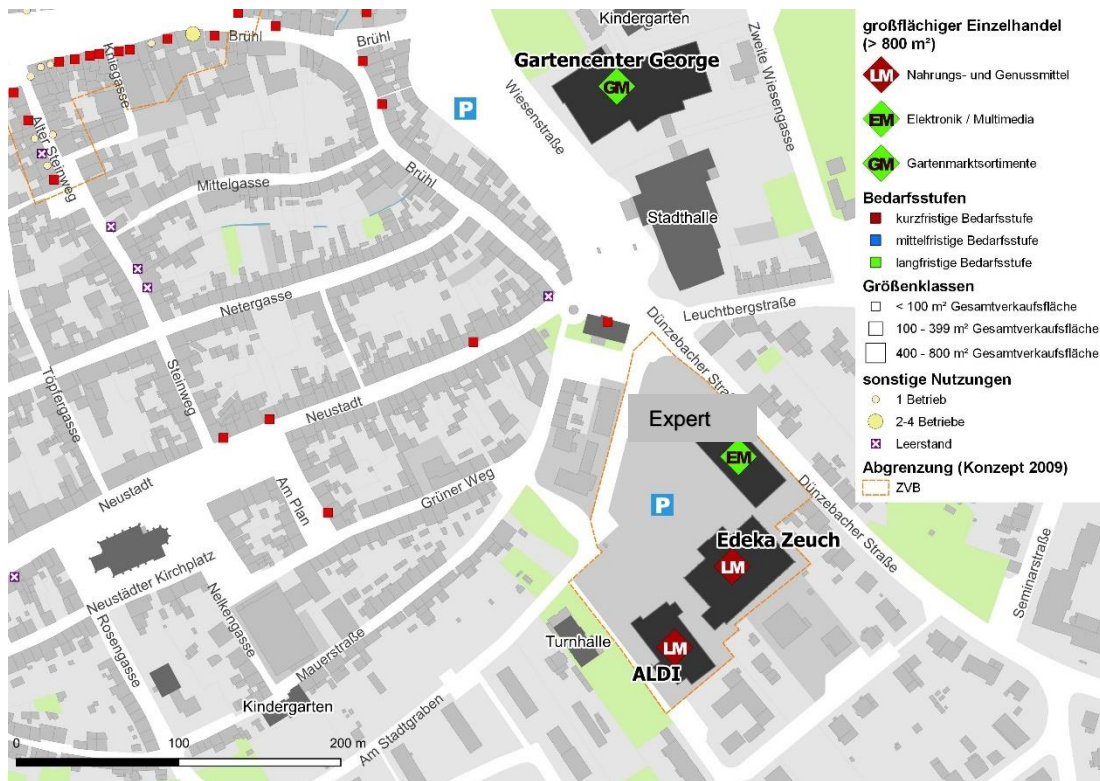
5.2.2 Analyse der Nahversorgungszentren (2009)

Zentraler Versorgungsbereich Am Dünzebacher Tor

Der Einzelhandelsstandort Am Dünzebacher Tor ist im Einzelhandelskonzept von 2009 als Nahversorgungszentrum der Stadt Eschwege geführt. Heute setzt er sich aus vier Betrieben und einer Gesamtverkaufsfläche von rund 3.900 m² zusammen. Durch die

Anbieter Edeka und Aldi liegt der Angebotsschwerpunkt eindeutig im Bereich Nahrungs- und Genussmittel. Darüber hinaus nimmt der Standort durch den Anbieter Expert relativ hohe Verkaufsflächenanteile in den Warengruppen Elektro/Leuchten sowie Elektronik/Multimedia ein.

Karte 8: Der zentrale Versorgungsbereich Am Dünzebacher Tor (2009)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Trotz seiner innenstadtnahen Lage (rund 500 m Fußweg in die nordwestlich liegende Innenstadt) und dem durch Wohnsiedlungsbereiche gekennzeichneten Umfeld ist der eher funktional ausgerichtete Standort in hohem Maße auch auf Autokunden ausgerichtet (großes Stellplatzangebot vorhanden).

Zentraler Versorgungsbereich Niederhone

Ein weiteres Nahversorgungszentrum gemäß Einzelhandelskonzept von 2009 befindet sich im westlichen Teil des Siedlungsgebiets des Stadtteils Niederhone. Die heutige Ausstattung des Zentrums, welches sich an der Jestädter Straße befindet, ist allerdings als marginal einzustufen. Lediglich ein kleiner Supermarkt mit angeschlossener Bäckerei ist hier vorzufinden, darüber hinaus nur vereinzelte Dienstleister und zwei Ladenleerstände. Die Verkaufsfläche beträgt insgesamt rund 450 m² womit der Standort lediglich Bedeutung für die umliegenden Siedlungsbereiche des Stadtteils Niederhone entfaltet.

Karte 9: Der zentrale Versorgungsbereich Niederhone (2009)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

5.3 Onlinebefragung zum Einkaufsverhalten

Mithilfe der durchgeführten Onlinebefragung (s. Kapitel 2.2) wurden Kenntnisse zur räumlichen Einkaufsorientierung, zum Einkaufsverhalten, zu allgemeinen Verbesserungswünschen für die Eschweger Innenstadt sowie zu Stärken und Schwächen des Eschweger Einzelhandels aus Kundensicht erlangt. Ausgewählte Ergebnisse dieser Befragung werden im Folgenden dargestellt²⁴:

Soziodemographische Daten

- Rund ein Drittel der Umfrageteilnehmer stammen nicht aus Eschwege, während mit 66 % die deutliche Mehrheit in Eschwege wohnt. Es ist festzuhalten, dass jeder der Stadtteile von Eschwege repräsentiert wird.

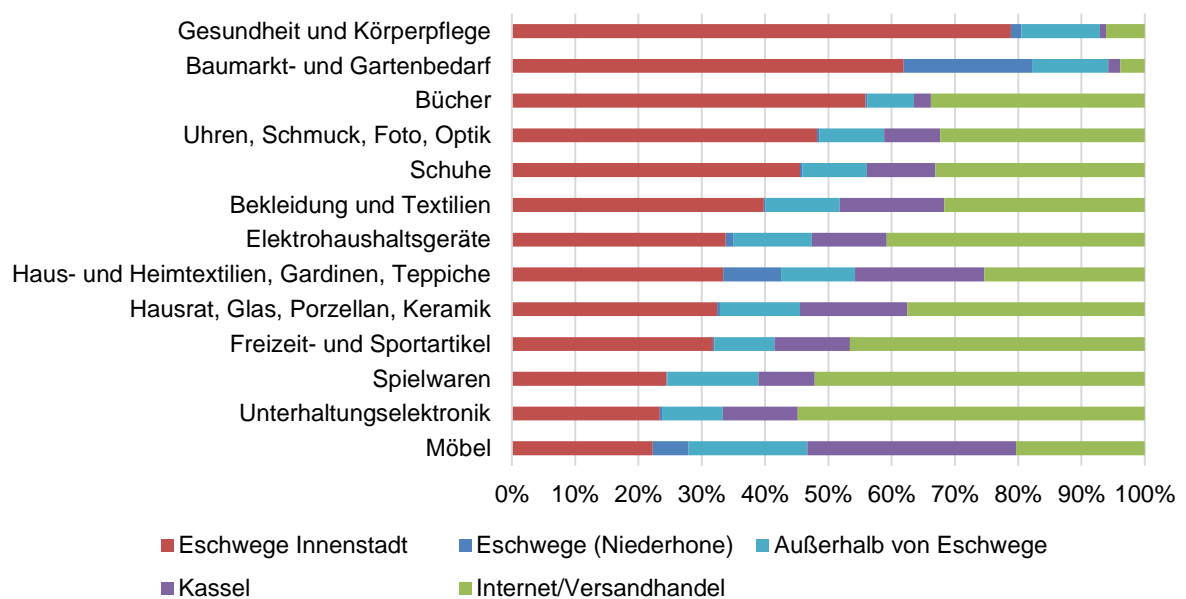
Räumliche Einkaufsorientierung

- Bei der räumlichen Einkaufsorientierung, zeigt sich, dass Waren aus den Bereichen Gesundheit- und Körperpflege, Bücher sowie Uhren/Schmuck überwiegend in der Innenstadt von Eschwege gekauft werden.

²⁴ Der Fragebogen befindet sich im Anhang.

- Überwiegend nicht in Eschwege, sondern in Kassel oder außerhalb werden Möbel gekauft. Auch in anderen Bereichen (insb. Haus- und Heimtextilien, Haushaltswaren und Bekleidung und Wäsche) macht das Oberzentrum Kassel einen verhältnismäßig großen Anteil aus.
- Während der Onlinehandel in den Bereichen Gesundheit und Körperpflege sowie Bau- und Gartenmarktartikel kaum eine bis gar keine Rolle spielt, erreicht dieser in allen anderen Sortimenten (Unterhaltungselektronik, Spielwaren, Freizeit und Sportartikel sowie Haushaltswaren) hohe Anteile mit Werten bis maximal 54 % . Der Onlinehandel ist somit für den lokalen Einzelhandel in Eschwege deutlich spürbar.

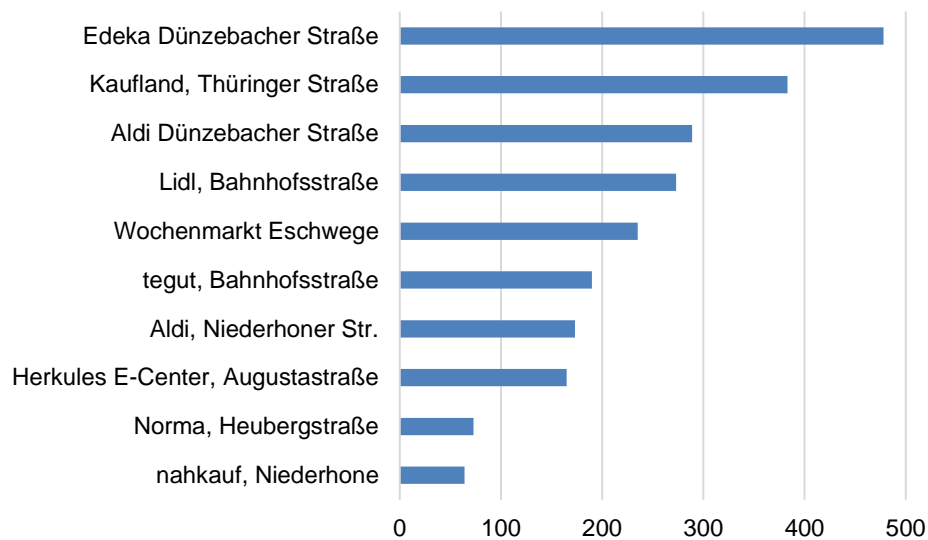
Abbildung 7: Räumliches Einkaufsverhalten (n=885)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Krusse 30. Mai bis 26. Juni 2022

- Innerhalb von Eschwege kaufen die meisten der Befragten beim Edeka in der Dünzebacher Straße ein. Am seltensten genannt wurde der verhältnismäßig kleine Anbieter Nahkauf in Niederhone.
- Häufig genannt wurde der tegut am Wendische Mark in der Innenstadt.

Abbildung 8: Einkauf innerhalb von Eschwege (n=847)

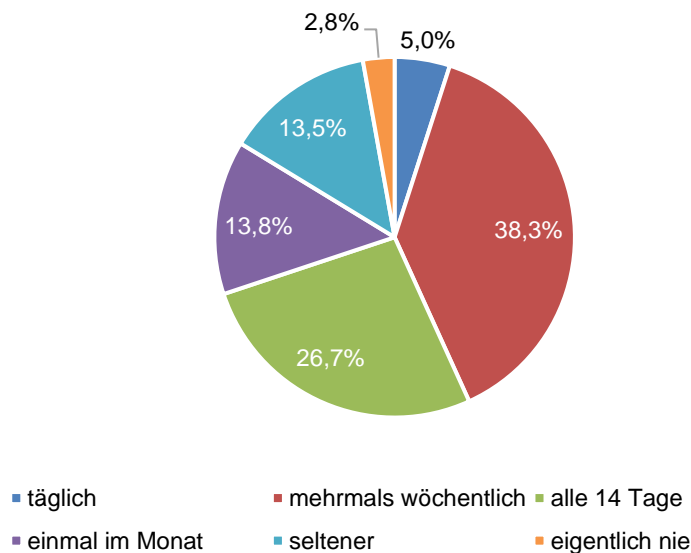


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 30. Mai bis 26. Juni 2022

Einkaufen in der Eschweger Innenstadt

- Rund 40 % der Umfrageteilnehmer sind mehrmals wöchentlich in der Eschweger Innenstadt. Ein Viertel der Umfrageteilnehmer besucht die Eschweger Innenstadt alle 14 Tage. Nur 3 % haben angegeben, die Innenstadt eigentlich nie zu besuchen.

Abbildung 9: Häufigkeit der Innenstadtbesuche (n=847)

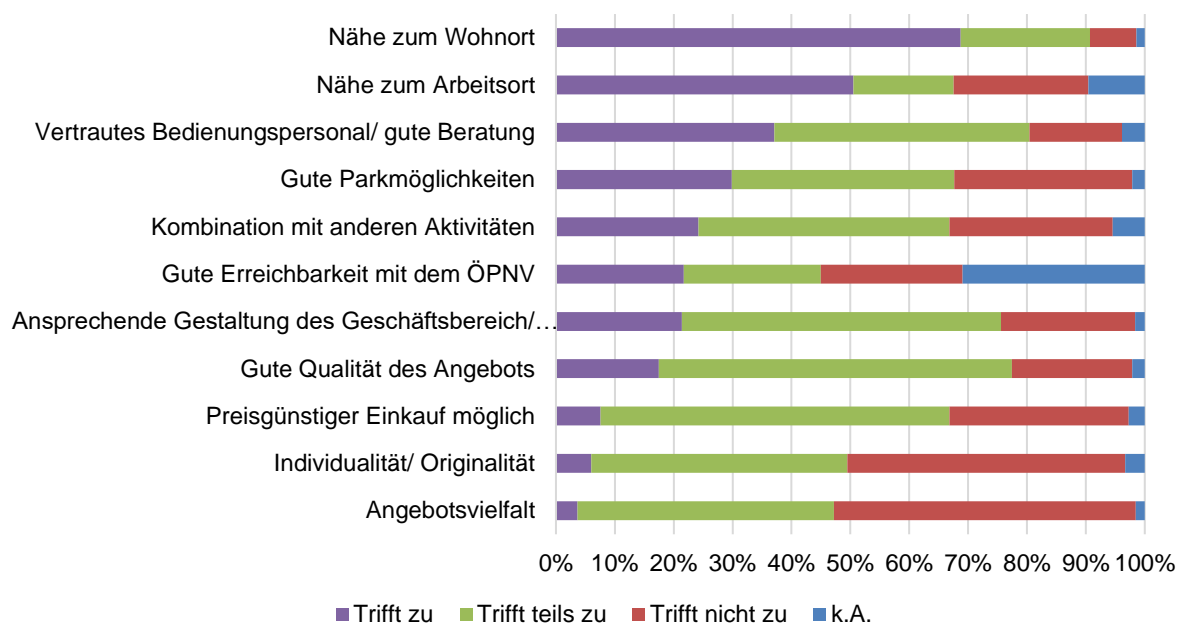


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 30. Mai bis 26. Juni 2022

Bewertung der Eschweger Innenstadt

- Bei der Frage, was aus Sicht der Umfrageteilnehmer für einen Einkauf in der Eschweger Innenstadt spricht, ist es für über 90 % die Nähe zum Wohnort. Damit erreicht dieser Aspekt die höchste Zustimmung.
- Die ansprechende Gestaltung des Geschäftsbereiches sowie die gute Beratung und Angebotsqualität (jeweils knapp 80 %) sind ebenfalls Aspekte, die positiv hervorstechen.
- Eine hohe Angebotsvielfalt sowie Individualität und Originalität (des Angebots) finden dagegen am wenigsten Zustimmung. Knapp die Hälfte der Umfrageteilnehmer geben an, dass diese Aspekte für die Eschweger Innenstadt nicht zutreffen.

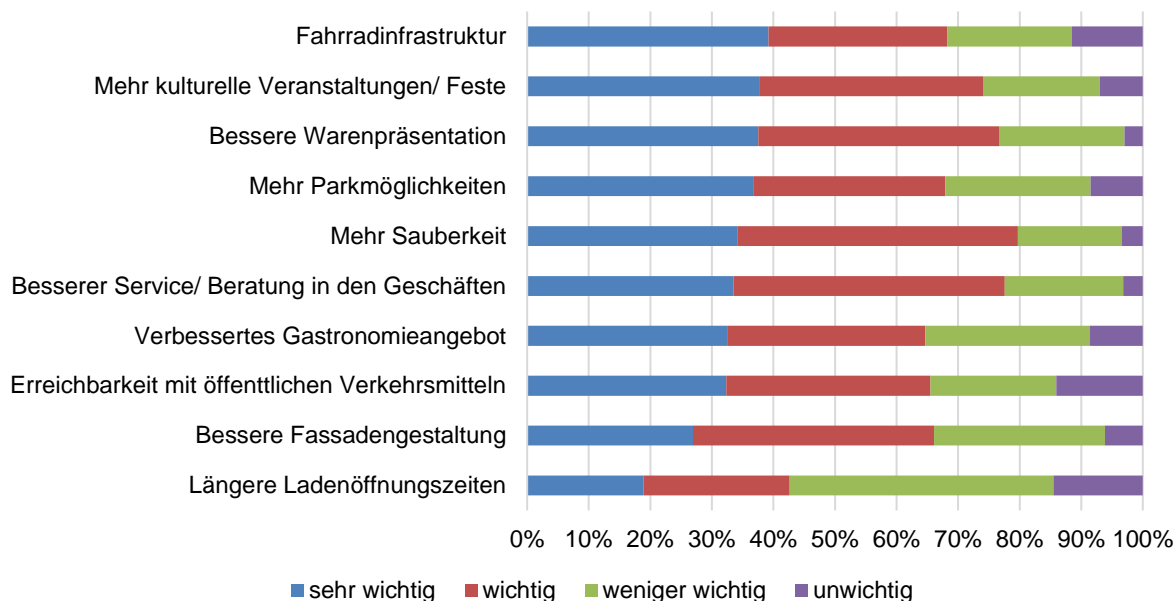
Abbildung 10: Aspekte für einen Besuch der Eschweger Innenstadt (n=847)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Kruse 30. Mai bis 26. Juni 2022

- Schließlich wurde auch gefragt, in welchen Aspekten Verbesserungsbedarf in der Eschweger Innenstadt gesehen wird. Die Umfrageteilnehmer haben sich dabei sehr kritisch mit der Eschweger Innenstadt auseinandergesetzt, so dass aus deren Sicht grundsätzlich in allen Aspekten Verbesserungsbedarf besteht. Die Aspekte Sauberkeit, Beratung, Warenpräsentation und kulturelle Veranstaltungen/ Feste haben dabei die meisten Nennungen. Je über 70 % der Umfrageteilnehmer sehen in diesen Bereichen Verbesserungsbedarf.
- Auch die Bereiche Fahrradinfrastruktur, Gastronomieangebot, Fassadengestaltung, Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie Parkmöglichkeiten schätzen jeweils mehr als 60 % der Umfrageteilnehmer als verbesserungswürdig ein.

Abbildung 11: Aspekte der Eschweger Innenstadt mit Verbesserungsbedarf (n=847)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der Onlinebefragung Junker+Krusse 30. Mai bis 26. Juni 2022

- Bei einer Gegenüberstellung der positiven und negativen Bewertungen stehen sich durchaus gleichgerichtete Argumente gegenüber. Dies spiegelt die subjektive Einschätzung bestimmter Kriterien durch unterschiedliche Befragte wider: was zwar positiv bewertet wird, kann durchaus noch Verbesserungsbedarf haben. So wird eine ansprechende Gestaltung des Geschäftsbereiches und eine gute Qualität des Angebots von rund 75 % der Umfrageteilnehmer als ein positiver Aspekt gewertet, der für einen Einkauf in der Eschweger Innenstadt spricht. Gleichzeitig ist für viele der Umfrageteilnehmer die Fassadengestaltung, Sauberkeit und Warenpräsentation durchaus verbesserungswürdig.

Zusammenfassend lässt sich zu den Ergebnissen der Onlinebefragung festhalten, dass die räumliche Einkaufsorientierung der Befragungsteilnehmer durch die regionale Wettbewerbssituation und den Onlinehandel geprägt ist. Bei den Aspekten Sauberkeit, Beratung, Warenpräsentation und (mehr) kulturelle Veranstaltungen/ Feste sehen viele Umfrageteilnehmer Verbesserungsbedarf. Auch die Bereiche Fahrradinfrastruktur, Gastronomieangebot, Fassadengestaltung, Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie Parkmöglichkeiten schätzen viele als verbesserungswürdig ein. Die ansprechende (städtebauliche) Gestaltung des Geschäftsbereiches sowie die gute Beratung und Angebotsqualität sind Aspekte, die in der Innenstadt besonders positiv hervorstechen.

5.4 Händlerbefragung

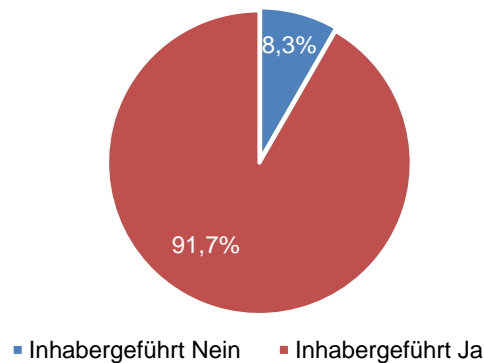
Mithilfe der durchgeführten Befragung (s. Kapitel 2.1) wurden Kenntnisse zur Meinung der Einzelhändler bezüglich der aktuellen Einzelhandelsentwicklung sowie die

Stimmungslage der Einzelhändler erlangt. Ausgewählte Ergebnisse dieser Befragung werden im Folgenden dargestellt²⁵:

Stichprobe

- An der Befragung haben insgesamt 12 Einzelhändler aus Eschwege teilgenommen, nicht alle haben jede Frage beantwortet. Über 90 % der Umfrageteilnehmenden haben einen inhabergeführten Betrieb. Die befragten Einzelhändler sind im Schnitt seit mehreren Jahrzehnten an ihrem Standort.

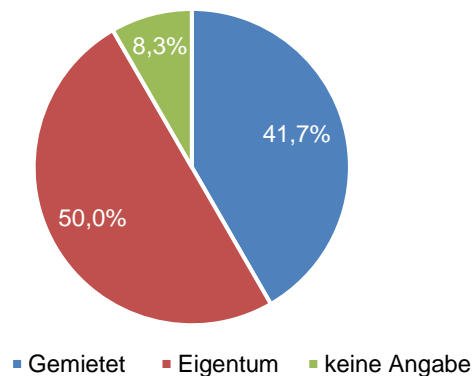
Abbildung 12: Anteil inhabergeführter Geschäfte



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der schriftlichen Befragung, Junker+Kruse Mai/Juni 2022

- Die Eigentumsverhältnisse stellen sich in der Stichprobe als relativ ausgeglichen dar. So gaben 50 % der Befragten an auch Eigentümer des Ladenlokals zu sein. Rund 41 % befinden sich in einem Mietverhältnis.

Abbildung 13: Eigentumsverhältnis



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der schriftlichen Befragung, Junker+Kruse Mai/Juni 2022

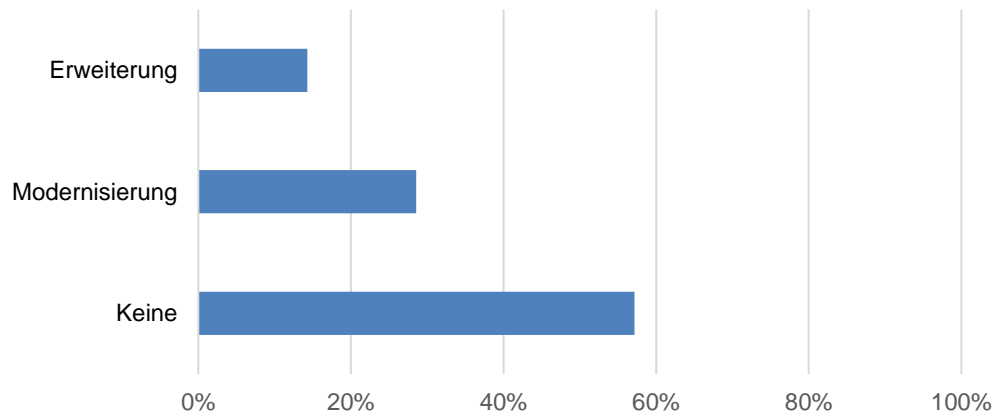
Aktuelle Einzelhandelsentwicklung

- Rund 30 % der befragten Einzelhändler hat in den Jahren 2020 und 2021 gegenüber dem Vorjahr eine negative Umsatzentwicklung aufgewiesen. Trotzdem wollen

²⁵ Der Fragebogen befindet sich im Anhang.

ca. 15 % ihr Geschäft erweitern und ca. 30 % denkt über eine Modernisierung nach. Keiner der Befragten überlegt sein Geschäft zu schließen oder zu verkleinern.

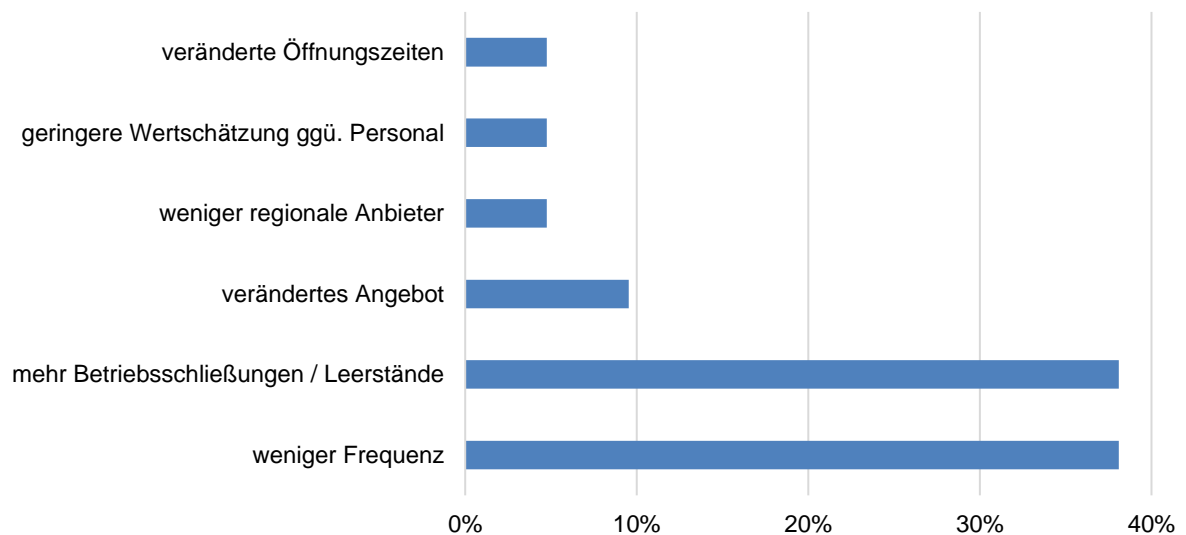
Abbildung 14: Veränderungen am Betrieb (Mehrfachnennungen möglich)



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der schriftlichen Befragung, Junker+Kruse Mai/Juni 2022

- Auf Entwicklungen durch die Corona-Pandemie angesprochen, geben fast 40 % der Einzelhändler an, dass aus ihrer Sicht die Passantenfrequenz gesunken ist und es zu mehr Schließungen kam. Beispielhaft genannt wurden hier in erster Linie die Schließungen von dm und Adler.

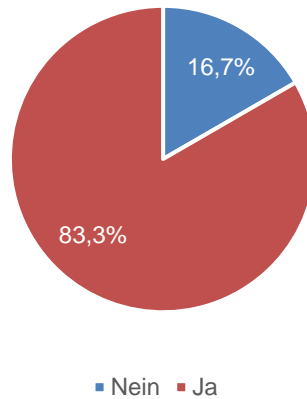
Abbildung 15: Veränderungen durch die Corona Pandemie



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der schriftlichen Befragung, Junker+Kruse Mai/Juni 2022

- Über 80 % der Befragten gibt an, aktuell das Internet für Werbung, Vertrieb oder ähnliches zu nutzen. Das geschieht in erster Linie über eine eigene Homepage, aber auch gängige Social-Media-Kanäle und Mailings.

Abbildung 16: Internetnutzung

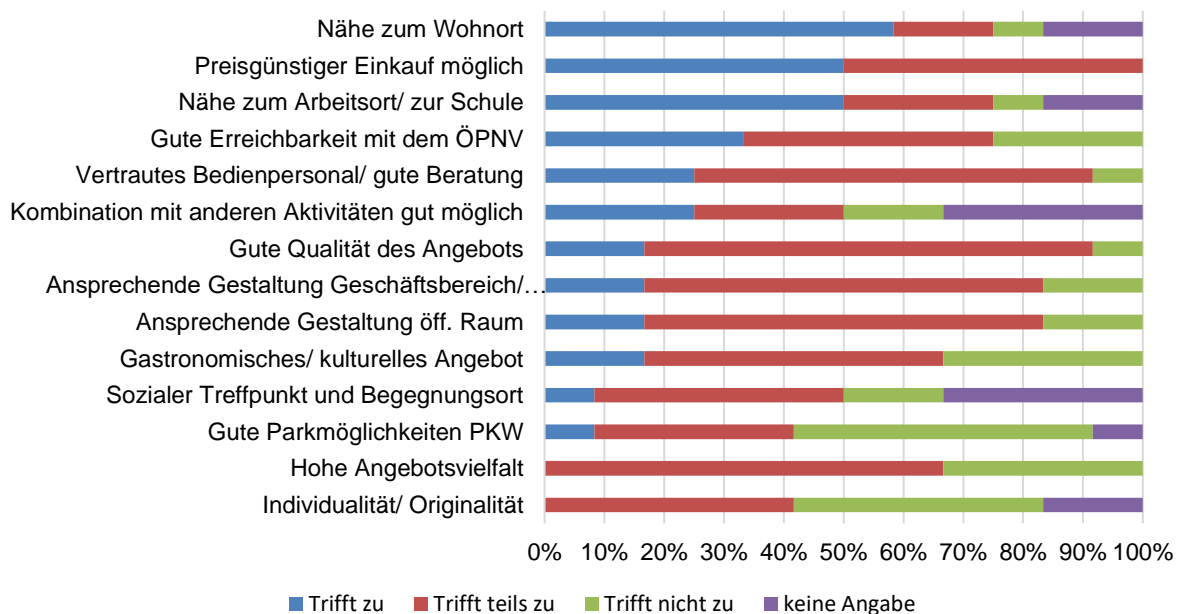


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der schriftlichen Befragung, Junker+Kruse Mai/Juni 2022

Beurteilung der Eschweger Innenstadt

- Die Befragten Händler bewerten einige Aspekte als positiv. Die Möglichkeit des preisgünstigen Einkaufs sehen alle als gegeben. Auch die Nähe zum Arbeitsort, zur Schule oder zum Wohnort wird größtenteils positiv bewertet. Außerdem halten jeweils gute 80 % der Befragten die Gestaltung des öffentlichen Raumes sowie die Atmosphäre für ansprechend.
- Weniger gut bewertet werden vor allem verkehrliche Aspekte. So geben über 60 % der Befragten an, es gäbe keine ausreichenden Abstellmöglichkeiten für Fahrräder. Auch ausreichende Ladestationen für E-Bikes sind nach Angabe von rund 70 % der Befragten nicht vorhanden. Parkmöglichkeiten für PKW sind für rund die Hälfte der Befragten verbesserungswürdig.

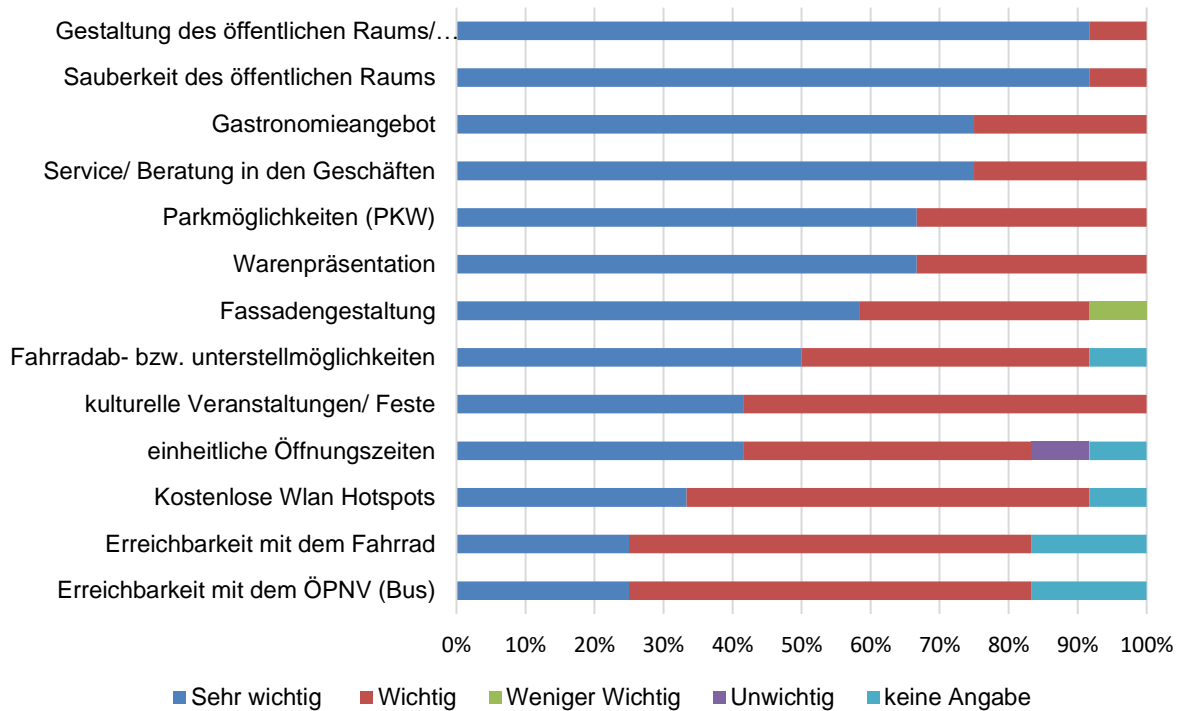
Abbildung 17: Beurteilung der Eschweger Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage der schriftlichen Befragung, Junker+Kruse Mai/Juni 2022

- Jeweils über 80 % der Befragten halten eine gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV und Fahrrad, sowie Abstellmöglichkeiten für Fahrräder für wichtig.
- Ebenfalls sehr wichtig ist den Einzelhändlern die Sauberkeit des öffentlichen Raumes und die Gestaltung der Fußgängerzone, das geben je über 90 %. Dabei muss allerdings in Relation gesehen werden, dass keiner der Aspekte von den Befragten als unwichtig gesehen wird.

Abbildung 18: Wichtige Aspekte aus Sicht der Einzelhändler



- Fast alle der befragten Einzelhändler geben an, Angebote oder Sortimente in der Eschweger Innenstadt zu vermissen. Vor allem der Bereich Bekleidung und der Bereich Haushaltswaren wird hier vermehrt genannt. Weitere Punkte sind Lebensmittel, Elektrofachhandel, gastronomische Angebote und Angebote für junge Leute.
- Die Einzelhandels- und Gewerbesituation in Eschwege wird als durchwachsen bewertet. So bewerten über 60 % der Befragten die Situation mit der Schulnote 3. Der Durchschnitt liegt bei 3,58.
- Ähnlich bewertet wird auch die Arbeit des Stadtmarketing. Hier liegt der Notenschnitt bei 3,5.

Zusammenfassend blicken rund 45 % der befragten Händler relativ optimistisch in die Zukunft und planen eine Erweiterung oder Modernisierung ihres Geschäfts. Als Folge der Corona-Pandemie sehen sie insbesondere spürbar weniger Frequenz in der Innenstadt. Ein hoher Prozentsatz von 80 % der Befragten nutzt das Internet zumindest zu Werbezwecken. Es werden Angebotsformen in den Warengruppen Bekleidung und Haushaltswaren vermisst. Mit einer durchschnittlichen Gesamtnote von rund 3,6 wird die Innenstadt von den Befragten als durchwachsen und hinsichtlich der Schulnote

verbesserungswürdig gesehen. Weniger gut bewertet werden vor allem verkehrliche Aspekte. So geben über 60 % der Befragten an, es gäbe keine ausreichenden Abstellmöglichkeiten für Fahrräder. Auch ausreichende Ladestationen für E-Bikes sind nach Angabe von rund 70 % der Befragten nicht vorhanden. Parkmöglichkeiten für PKW sind für rund die Hälfte der Befragten verbesserungswürdig.

5.5 Weitere bedeutsame Einzelhandelsstandorte

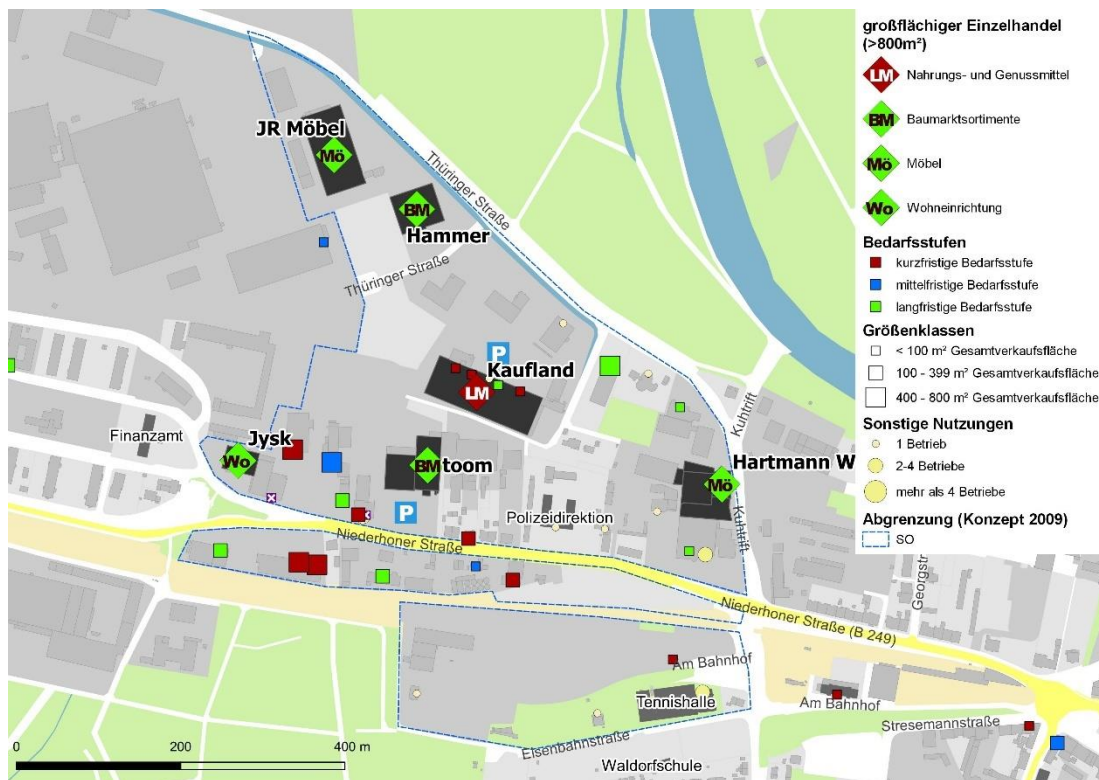
Neben der Eschweger Innenstadt existieren über das Stadtgebiet von Eschwege hinweg weitere bedeutsame Standorte des Einzelhandels, die charakteristisch ganz unterschiedliche Merkmale aufweisen.

5.5.1 Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße

Der Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße befindet sich in einem Gewerbegebiet, dass sich auf die Gemarkungen Niederhone und Eschwege erstreckt. Der städtebaulich nicht integrierte Standort ist verkehrsgünstig an der Bundesstraße 249 gelegen und mit seinen vielfältigen und großzügigen Kundenparkplätzen eindeutig auf Autokunden ausgerichtet.

Der Standort wartet mit 26 Einzelhandelsbetrieben auf. Da es sich überwiegend um großflächige Betriebe der besonders flächenintensiven Warengruppen handelt (z.B. Möbel), rangiert der Sonderstandort aus rein quantitativer noch vor der Eschweger Innenstadt. Insgesamt weisen die 26 Betriebe eine Gesamtverkaufsfläche von rund 27.400 m² auf, was etwa 30 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche entspricht. Die größten Betriebe sind Hartmann Wohnideen, toom und Kaufland.

Karte 10: Der Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Gemäß des gültigen Regionalplans²⁶ liegt der Sonderstandort in einem Vorranggebiet für Industrie und Gewerbe-Bestand. Diese Bereiche sind aufgrund der besonderen Standortanforderungen insbesondere für emittierende und sonstige nicht wohnverträgliche Gewerbenutzungen vorzuhalten. Im Einzelhandelskonzept von 2009 wurde der Sonderstandort in der Zentrenstruktur als Gewerbegebiet mit Einzelhandel klassifiziert und mit der Empfehlung versehen, künftig nur noch Ansiedlungsvorhaben von Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit zuzulassen.

²⁶ Regionalplan Nordhessen, beschlossen 07/2009

Tabelle 11: Verkaufsfläche am Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße

Warengruppe	Verkaufsfläche in m ²	Anteil an Gesamt in %
Nahrungs- und Genussmittel	4.740	32,4
Blumen (Indoor)/Zoo	1.050	38,3
Gesundheit und Körperpflege	600	21,1
PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher	140	10,6
Überwiegend kurzfristiger Bedarf	6.530	30,3
Bekleidung	560	7,1
Schuhe/Lederwaren	30	1,4
GPK/Haushaltswaren	450	22,2
Spielwaren/Hobbyartikel	90	12,8
Sport und Freizeit	70	2,6
Überwiegend mittelfristiger Bedarf	1.200	7,7
Wohneinrichtung	2.150	57,6
Möbel	8.940	72,7
Elektro/Leuchten	410	27,9
Elektronik/Multimedia	100	6,5
Medizinische und orthopädische Artikel	-	-
Uhren/Schmuck	-	-
Baumarktsortimente	6.210	20,0
Gartenmarktsortimente	1.890	37,2
Überwiegend langfristiger Bedarf	19.690	34,8
Gesamtsumme (inkl. Sonstiges)	27.420	29,3

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Junker + Kruse im Mai 2022, gerundete Werte

Der Sonderstandort ist durch den Anschluss an das Bundesstraßennetz gut zu erreichen und besitzt aufgrund seiner Angebotsausstattung eine gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion. Seine abgesetzte Lage sowie die PKW-Orientierung und die daraus resultierende Eigenständigkeit sorgen dafür, dass der Sonderstandort allerdings keine Synergieeffekte für sonstige (zentrale) Einzelhandelslagen erzielt.

5.5.2 Sonstige Einzelstandorte des großflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels

Neben dem weitläufigen Standortverbund Thüringer Straße/Niederhoner Straße, der als Sonderstandort klassifiziert werden kann, existieren über das Stadtgebiet von Eschwege hinweg eine Reihe weiterer großflächiger Anbieter mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese weisen in der Regel allerdings keine Zusammenhänge auf,

sodass eine Einordnung als Sonderstandort entfällt. Folgende Einzelbetriebe/Standorte sind besonders nennenswert:

- Raiffeisen Baustoffe und Möbelkreis an der Thüringer Straße/Helgoländer Straße (Vorranggebiet Gewerbe und Industrie)
- Gebrauchtwarenzentrum Eschwege am Eschenweg
- Gartencenter George an der Wiesenstraße
- Angelgeschäft Askari am Hessenring (Vorranggebiet Gewerbe und Industrie)

5.6 Wohnungsnahe Grundversorgung in Eschwege

Derzeit führen in Eschwege **60 Einzelhandelsbetriebe** Nahrungs- und Genussmittel als Kernsortiment und zahlreiche weitere Betriebe als (dem Kernsortiment quantitativ untergeordnetes) Randsortiment. Vom gesamten einzelhandelsrelevanten Angebot entfallen rund **14.650 m² Verkaufsfläche** auf diese Warengruppe, was einem Anteil von rund **16 %** an der Gesamtverkaufsfläche in der Stadt Eschwege entspricht. In der Gesamtschau für die Stadt Eschwege ist eine **aus rein quantitativer Sicht zunächst gute und zufriedenstellende Angebotsausstattung** im Bereich Nahrungs- und Genussmittel zu verzeichnen:

Tabelle 12: Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots im Bereich Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner	Anzahl der Betriebe NuG	VKF NuG in m ² (gerundet)	VKF NuG/EW in m ²
Albungen	284	-	-	-
Eltmannshausen	544	1	70	0,13
Eschwege	14.892	51	13.400	0,90
Niddawitzhausen	237	1	< 50	0,02
Niederdünz bach	631	-	-	-
Niederhone	1.374	6	1.150	0,84
Oberdünz bach	811	1	50	0,06
Oberhone	873	-	-	-
Summe	19.646	60	14.645	0,75

Quelle: Einzelhandelserhebung Eschwege, Mai 2022; VKF = Verkaufsfläche; NUG = Nahrungs- und Genussmittel; Bundesdurchschnitt im Bereich NuG ca. 0,50 m²/EW

Die **einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung** in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel beträgt **0,75 m² pro Kopf** und liegt somit deutlich über dem

bundesweiten Durchschnittswert von 0,50 m². Mit rund **73 Mio. Euro Umsatz** entfallen rund **ein Drittel des Gesamtumsatzes** des Eschweger Einzelhandels auf die Branche Nahrungs- und Genussmittel. Der **Zentralitätswert** von **1,49** zeigt zudem, dass der Umsatz der lokalen Einzelhandelsbetriebe in der Hauptbranche Nahrungs- und Genussmittel das sortimentspezifische Kaufkraftvolumen der Bevölkerung Eschweges übersteigt und somit **deutlich oberhalb des Orientierungswerts einer „Vollversorgung“** (Zielzentralität: 1,0) liegt. Dieser Wert lässt eine ausgeprägte Wettbewerbssituation innerhalb der Stadt erkennen.

Das Versorgungsstruktur setzt sich aus vier Verbrauchermärkten, vier Lebensmitteldiscountern, einem kleinen Supermarkt (Niederhone), mehreren kleinen Lebensmittelläden (200 – 400 m² Verkaufsfläche), Getränkefachmärkten sowie ergänzenden Betrieben des Lebensmittelhandwerks (Bäckereien, Metzgereien) und Kiosks / Tankstellenshops zusammen. Neben einer guten quantitativen Ausstattung kann Eschwege daher auch eine gute **qualitative Angebotsmischung** mit einem ausgewogenen Verhältnis von Discountern zu Vollsortimentern attestiert werden. Darüber hinaus entsprechen die meisten Märkte den heutigen Erfordernissen was z.B. Kundenparkplätze oder Warenpräsentation betrifft. Lediglich das Herkules E-Center in der Augustastraße weist strukturelle Nachteile hinsichtlich der Parkplatzsituation und der inneren Gliederung über zwei Ebenen auf.

Im Hinblick auf eine möglichst flächendeckende und wohnortnahe Grundversorgung spielt neben der quantitativen Ausstattung und strukturellen Zusammensetzung des Angebots an Nahrungs- und Genussmitteln vor allem die räumliche Verteilung dieses Angebots eine wichtige Rolle.

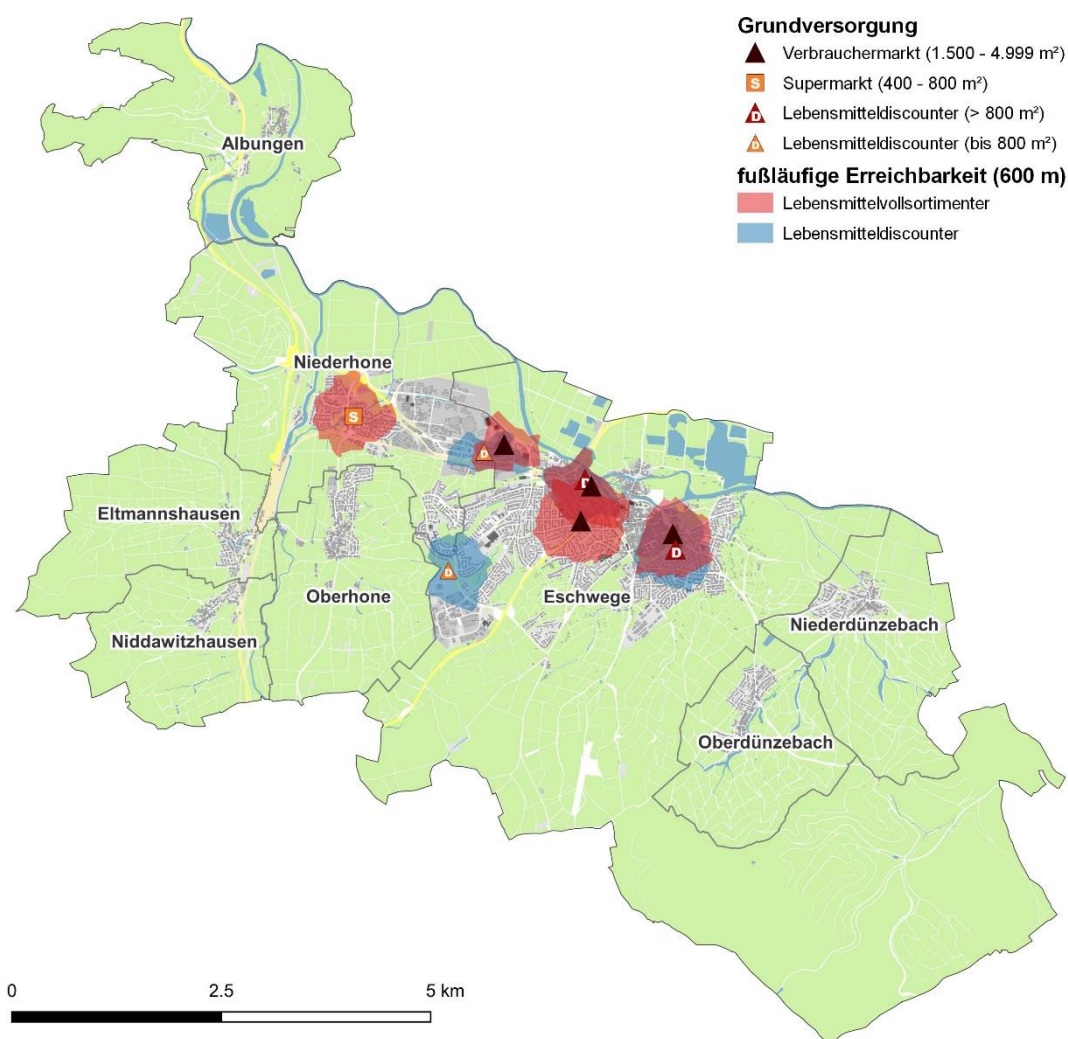
Eine gesicherte und ausreichende Grundversorgung der Wohnbevölkerung einer Stadt mit Nahrungs- und Genussmitteln setzt eine gute Erreichbarkeit der Einkaufsmöglichkeiten vom Wohnort, insbesondere zu Fuß oder mit dem Fahrrad, voraus. Zur **räumlichen Bewertung** der Einzelhandelsstandorte wird daher die fußläufige Erreichbarkeit von Lebensmittelbetrieben als Bewertungsmaßstab herangezogen. Unterschiedliche wissenschaftliche Untersuchungen haben ein Entfernungsmaß von ca. 500 bis 1.000 m als maximal akzeptierte Distanz herausgestellt. Dabei handelt es sich um eine kritische Zeit-Wegschwelle für Fußgängerdistancen. Es ist davon auszugehen, dass die Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs – v.a. mit Lebensmitteln, Getränken sowie Gesundheits- und Drogerieartikeln – i.d.R. noch in einer Gehzeit von 10 Minuten möglich sein soll. In der nachfolgenden Karte sind die strukturprägenden Lebensmittelanbieter (ab einer Verkaufsfläche von 400 m², ohne Lebensmittelhandwerk, Getränkemarkt und Tankstellenshop/Kiosk) im Eschweger Stadtgebiet mit einer sogenannten Isodistanz²⁷ von 600 m dargestellt.

In der Kernstadt Eschwege überlappen sich die Isodistanzen der fußläufigen Einzugsbereiche der Anbieter teilweise sogar, sodass in diesen Bereichen von einer guten räumlichen Versorgung der Bevölkerung ausgegangen werden kann. Allerdings bestehen in

²⁷ Die Isodistanz bezeichnet die Verbindungslinien aller Orte, die von einem Ausgangspunkt aus in derselben Zeit zu erreichen sind. Hier werden anders als bei Luftlinien oder Radien tatsächlich existierende Wegebeziehungen zugrunde gelegt.

einigen Bereichen auch Angebotslücken, die auf eine räumlich unzureichende Versorgung der Bevölkerung mit Nahrungs- und Genussmitteln hinweisen. Abgesehen von Eschwege und Niederhone weist keiner der weiteren sechs Stadtteile einen strukturprägenden Lebensmittelanbieter auf. Aufgrund eines fehlenden bzw. unzureichenden Nachfragepotenzials erscheint die Schließung dieser räumlichen Versorgungslücken jedoch unwahrscheinlich.

Karte 11: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Eschwege mit 600 m – Fußwegedistanzen

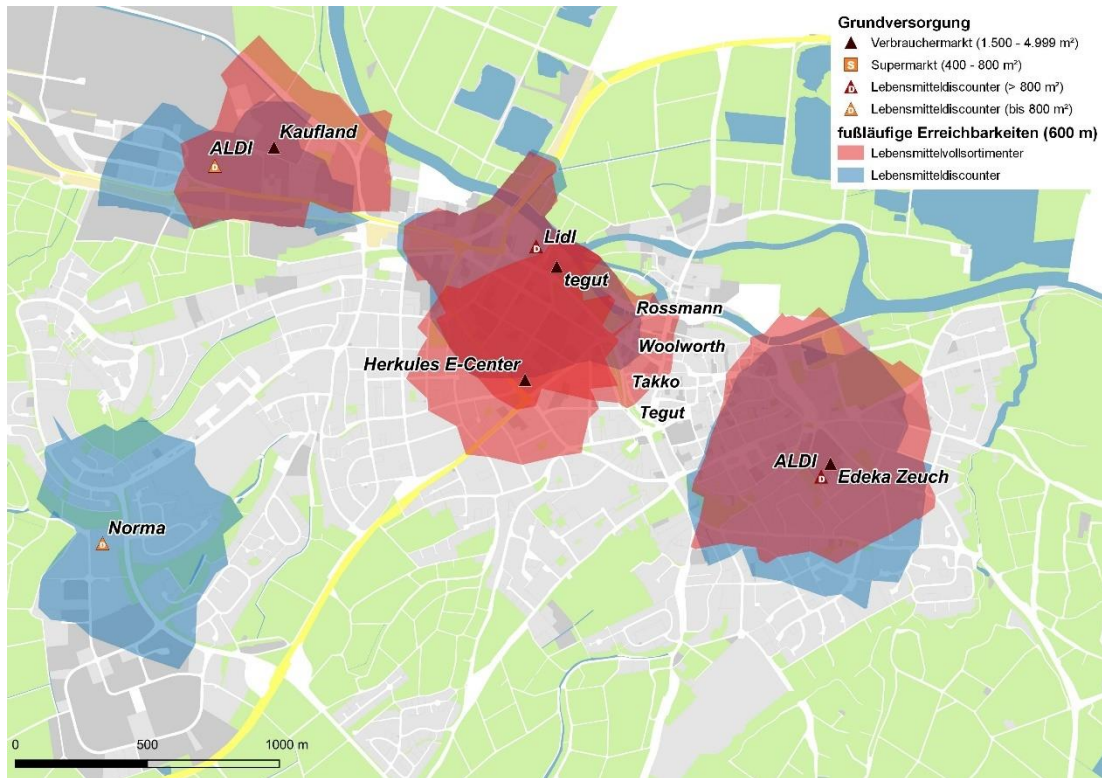


Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Aufgrund der hinsichtlich des Einwohneranteils herausragenden Stellung der Kernstadt Eschwege und den im Vergleich zu den übrigen Stadtteilen sehr weitläufigen und dichten Siedlungsstrukturen wird im Folgenden noch ein detaillierter Blick auf die räumliche Versorgungssituation in der Kernstadt Eschwege geworfen. Abgesehen vom kleinen Supermarkt in Niederhone entfallen die übrigen strukturprägenden Anbieter alle auf die Kernstadt. Ein nicht unerheblicher Anteil an der Verkaufsfläche in der Warengruppe

Nahrungs- und Genussmittel entfällt in Eschwege auf städtebaulich nicht intrigierte Lagen ohne oder mit sehr eingeschränkter Relevanz für eine fußläufige Versorgung der Bevölkerung (Anbieter am Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße und Anbieter an der Bahnhofstraße).

Karte 12: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in der Kernstadt Eschwege mit 600 m - Fußwegedistanzen



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Auf den ersten Blick sind gute fußläufige Versorgungsstrukturen sowohl östlich als auch westlich des Stadtkerns vorhanden, während im Zentrum selbst ein strukturprägender Anbieter fehlt²⁸.

Weiterhin ergibt sich zwischen den Isodistanzen der Anbieter Norma und Herkules E-Center ein kleinerer unterversorgter Bereich, in dem rund 2.300 Menschen leben. Weitere Versorgungslücken entfallen in der Regel auf die Siedlungsrandbereiche. Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern. Diese Schwelle wird hier deutlich unterschritten.

²⁸ In der Eschweiger Innenstadt ist jedoch ein kleiner Supermarkt (in der Straße Wendische Mark) vorhanden.

Zwischenfazit – wohnortnahe Grundversorgung:

In der gesamtstädtischen Betrachtung zeigt sich in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel eine aus quantitativer Sicht überdurchschnittliche Versorgungssituation.

Mit Blick auf eine möglichst wohnungsnahe, fußläufig erreichbare Versorgung ist eine weitgehend gute räumliche Verteilung des Angebots zu erkennen. In der Kernstadt mit dem eindeutigen Siedlungsschwerpunkt der Stadt befindet sich der Großteil der strukturprägenden Anbieter. Diese verteilen sich auf verschiedene Standorte, lassen aber kleinere räumliche Versorgungslücken zwischen den Standorten und in Siedlungsrandbereichen erkennen, **deren Schließung sich jedoch als unrealistisch darstellt**. Die beiden Anbieter Aldi und Kaufland am Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße leisten aufgrund ihres gewerblichen Umfelds keinen relevanten Beitrag zur fußläufigen Versorgung der Bevölkerung, sondern sind vielmehr auf Autokunden ausgerichtet.

Darüber hinaus verfügt die Stadt Eschwege nur über einen weiteren kleinen strukturprägenden Markt im Stadtteil Niederhone. Die übrigen sechs Stadtteile weisen zu geringe Bevölkerungs- und Nachfragepotenziale auf, um ein wirtschaftlich tragfähiges Standortumfeld für einen strukturprägenden Lebensmittelmarkt darzustellen. Von daher ist eine perspektivische Ansiedlung eines Lebensmitteldiscounters oder -vollsortimenters in einer entsprechenden Größenordnung in Albungen, Eltmannshausen, Niddawitzhausen, Niederdünzsbach, Oberdünzsbach und Oberhone unrealistisch.

5.7 Fazit der aktualisierten Angebots- und Nachfrageanalyse

- Mit **202 Einzelhandelsbetrieben** auf rund **93.650 m² Verkaufsfläche** präsentiert sich die Stadt Eschwege in der Gesamtbetrachtung über alle Warengruppen derzeit zunächst mit einer **deutlich überdurchschnittlichen quantitativen Angebotsausstattung**. Umgerechnet auf aktuell rund 19.650 Einwohner ergibt sich eine **Verkaufsflächenausstattung von rund 4,8 m² je Einwohner**, was im bundesweiten Vergleich (Bundesdurchschnitt: 1,4 m²/EW) einen deutlich überdurchschnittlichen Wert darstellt. Die größte Veränderung der letzten Jahre in der Eschweger Einzelhandelslandschaft war die erfolgreiche Umwandlung der ehemaligen Hertie-Immobilie zur Schlossgalerie an der Haupteinkaufsstraße Stad in der Innenstadt. Durch die Schließung des Anbieters Adler steht aktuell ein großflächiges Ladenlokal in der Innenstadt leer.

Tabelle 13: Kennzahlen des Eschweger Einzelhandels (2019-2022)

Kennzahlen Eschwege	2019	2022
Einwohnerzahl	19.865	19.646
Gesamtzahl Einzelhandelsbetriebe (ohne Leerstände)	216	202
Gesamtverkaufsfläche <i>in m²</i>	96.250	93.650
⊗ Verkaufsfläche pro Betrieb <i>in m²</i>	445	464
Verkaufsfläche je Einwohner <i>in m² pro Einwohner</i>	4,8	4,8
Anzahl Leerstände	58	62

Quelle: eigene Einzelhandelserhebung, Juni 2019/Mai 2022; EW: Stadt Eschwege, Stand: 31.06.2019 und 31.12.2021 (nur HWS)

- Ein Blick auf die Gegenüberstellung der wichtigsten Kennzahlen aus den Jahren 2019 und 2022 in Eschwege zeigt, dass die Befürchtungen im Hinblick auf eine deutliche Zunahme von Leerständen in der Stadt Eschwege weitestgehend ausgeblieben sind. Die Anzahl der Betriebe ist leicht gesunken, bewegt sich jedoch mit einem Rückgang um rund 6 % im Rahmen einer üblichen Fluktuationsquote. Die größte Veränderung seit 2019 stellt die Schließung des (insolventen) Anbieters Adler in der Innenstadt dar.
- Zusammenfassend blicken rund 45 % der befragten Händler relativ optimistisch in die Zukunft und planen eine Erweiterung oder Modernisierung ihres Geschäfts. Als Folge der Corona-Pandemie sehen sie insbesondere spürbar weniger Frequenz in der Innenstadt. Ein hoher Prozentsatz von 80 % der Befragten nutzt das Internet zumindest zu Werbezwecken. Es werden Angebotsformen in den Warengruppen Bekleidung und Haushaltswaren vermisst. Mit einer durchschnittlichen Gesamtnote von rund 3,6 wird die Innenstadt von den Befragten als durchwachsen und hinsichtlich der Schulnote verbesserungswürdig gesehen. Weniger gut bewertet werden vor allem verkehrliche Aspekte. So geben über 60 % der Befragten an, es gäbe keine ausreichenden Abstellmöglichkeiten für Fahrräder. Auch ausreichende Ladestationen für E-Bikes sind nach Angabe von rund 70 % der Befragten nicht vorhanden. Parkmöglichkeiten für PKW sind für rund die Hälfte der Befragten verbesserungswürdig.

- In Eschwege sind grundsätzlich umfangreiche Angebote in allen Hauptbranchen zu finden. Aus quantitativer Sicht zeigen sich in keiner Bedarfsstufe nachfrageseitig bedingte Entwicklungsspielräume. Die **Zentralitäten** der einzelnen Warengruppen bewegen sich zwischen 0,79 (Spielwaren/Hobbyartikel) und 3,15 (Schuhe/Lederwaren) auf einem insgesamt **sehr hohen Niveau**, welches die mittelzentrale Versorgungsfunktion Eschweges unterstreicht. Die Warengruppe medizinische und orthopädische Artikel stellt mit einer Zentralität von über 5 darüber hinaus einen deutlichen Ausreißer nach oben dar. In der nahversorgungsrelevanten Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel ist mit einer Zentralität von 1,49 ein nicht unerheblicher Kaufkraftzufluss aus dem Umland zu verzeichnen. Werte über 1 in dieser Warengruppe weisen jedoch auch auf einen erhöhten bzw. bereits verschärften innerkommunalen Wettbewerb hin. Jede geplante Neuansiedlung und Erweiterung ist vor diesem Hintergrund besonders kritisch hinsichtlich des Standortes zu prüfen.
- Die Stadt Eschwege weist ein im bundesweiten Vergleich **unterdurchschnittliches Kaufkraftniveau** (Kaufkraftkennziffer: 92,7) auf. Im regionalen Vergleich hingegen bildet sie in etwa den Durchschnitt der umliegenden Kommunen ab. Die Bevölkerung verfügt demnach über ein **einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial von ca. 122 Mio. Euro**. Demgegenüber steht ein jährlicher **Umsatz von rund 223 Mio. Euro** im Eschweger Einzelhandel, so dass sich im Verhältnis eine **Zentralitätskennziffer** über alle Warengruppen von rund **1,82** ergibt. Per Saldo fließt demnach spürbar Kaufkraft aus dem Umland zu. Hohe Zentralitäten und **Kaufkraftzuflüsse** zeigen sich vor allem in den mittelfristigen Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren sowie Sport und Freizeit. Aber auch in Warengruppen der kurzfristigen (z.B. Gesundheit und Körperpflege) und langfristigen Bedarfsstufe (z.B. Baumarktsortimente) sind hohe Zentralitäten auszumachen.
- Die beiden bedeutendsten Angebotsstandorte im Eschweger Stadtgebiet sind das **Hauptzentrum Innenstadt** und der Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße. Die Innenstadt weist mit ihren zahlreichen Fachwerkhäusern und den Haupteinkaufslagen Stad und Marktstraße städtebaulich hochwertige Strukturen und eine gehobene Einkaufsatmosphäre auf. Mit insgesamt rund 18.000 m² Verkaufsfläche existiert hier ein großes Angebot über nahezu alle Warengruppen, wobei die Warengruppe Bekleidung mit knapp 7.000 m² Verkaufsfläche herausragt. Insbesondere für die Warengruppen der überwiegend mittelfristigen Bedarfsstufe lassen sich hohe Anteile an den gesamtstädtischen Verkaufsflächen in der Innenstadt finden.
- Der **Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße** weist rund 27.400 m² Verkaufsfläche auf, wobei die Angebotsschwerpunkte in den Warengruppen Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente, Wohneinrichtung sowie Nahrungs- und Genussmittel auszumachen sind. Mit großzügigen Kundenparkplätzen und gewerblichen Nutzungen im Umfeld ist der städtebaulich nicht integrierte Standort eindeutig auf Autokunden ausgerichtet. Durch die Lage unmittelbar an der Bundesstraße 249 besteht ein Anschluss an das überörtliche Verkehrsnetz, sodass der Standort auch für Kunden aus den Umlandkommunen schnell erreichbar ist.

- Weitere räumliche Einkaufsschwerpunkte finden sich in **Niederhone** und am Standort **Am Dünzebacher Tor**, wobei die Verkaufsflächen hier deutlich unter denen des Hauptzentrums Innenstadt und des Sonderstandorts liegen. Der Bereich Am Dünzebacher Tor stellt eine funktionale Ergänzung (im Bereich der Nahversorgung) der Innenstadt dar, die auch nur wenige Gehminuten vom Standort entfernt liegt. Das kleine Zentrum in Niederhone weist mit nur zwei Betrieben und einer Verkaufsfläche von unter 500 m² sehr überschaubare Angebote auf, übernimmt jedoch eine wichtige Versorgungsfunktion für die umliegenden Siedlungsbereiche des Stadtteils.
- Der hohe Ausstattungsgrad in einigen Warengruppen ist zu großen Teilen auf die Randsortimente größerer Lebensmittel- oder Baumärkte zurückzuführen (z.B. für die Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren). Hier sind **strukturelle und qualitative Optimierungen** in Form verbesserter Fachangebote durchaus erstrebenswert.
- Aufgrund der geringen wettbewerblichen Konkurrenzsituation zu anderen Mittelzentren im unmittelbaren Umfeld umfasst das **Einzugsgebiet** des Einzelhandelsstandorts Eschwege eine Vielzahl von Grundzentren wie beispielsweise Meinhard, Wehretal oder Meißner. Dies wird auch durch die aktuelle **Kundenherkunftserhebung** bestätigt. Rund 70 % der Kunden des Eschweger Einzelhandels stammen aus Eschwege selbst oder aus dem als Näheres Einzugsgebiet definierten Umland.
- Mit Blick auf eine räumlich ausgewogene **wohntnahe Grundversorgung** (Nahversorgung) zeigt sich eine über die Gesamtstadt weitestgehend zufriedenstellende Versorgungssituation. Insgesamt ergibt sich eine quantitativ sehr gute Angebotsausstattung mit Gütern des täglichen Bedarfs. Räumliche Versorgungsdefizite sind zwischen den fußläufigen Einzugsbereichen der einzelnen Anbieter, in Siedlungsrandlagen und vor allem in den kleineren Stadtteilen auszumachen. In einer qualitativen Betrachtung zeigt sich eine insgesamt zufriedenstellende Situation mit einer ausgewogenen Balance zwischen Discountern und Vollsortimentern sowie überwiegend zeitgemäß aufgestellten Märkten. Es ist jedoch auch ein nicht unerheblicher Anteil der Verkaufsfläche an nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet verortet ohne Bezug zu direkt im Umfeld Wohnenden (Sonderstandort Thüringer Straße und Anbieter an der Bahnhofstraße). Hieraus lässt sich ein Optimierungsbedarf für die Stadt Eschwege ableiten.
- Die Bewertung der **Leerstandssituation** in Eschwege erfordert eine differenzierte Betrachtung. Mit insgesamt 62 leerstehenden Ladenlokalen ist der Anteil an der Gesamtzahl der Betriebe mit 30 % relativ hoch. Da es sich überwiegend jedoch um kleine Einheiten handelt, liegt die Leerstandsquote in einer Verkaufsflächenbetrachtung bei nur ca. 8 %. Vor allem die 26 Leerstände in der Eschweger Innenstadt sind ein Pool kleiner, kompakter Einheiten, die mit Ausnahme zweier großflächiger Läden im Schnitt bei ca. 140 m² liegen. Durch die anhaltende Corona-Pandemie in Verbindung mit hohen Energiekosten ist jedoch ein zunehmender Anstieg an Leerständen wahrscheinlich.

- Zu den Ergebnissen der Onlinebefragung der Kunden lässt sich festhalten, dass die räumliche Einkaufsorientierung der Befragungsteilnehmer durch die regionale Wettbewerbssituation und den Onlinehandel geprägt ist. Bei den Aspekten Sauberkeit, Beratung, Warenpräsentation und (mehr) kulturelle Veranstaltungen/Feste sehen viele Umfrageteilnehmer Verbesserungsbedarf. Auch die Bereiche Fahrradinfrastruktur, Gastronomieangebot, Fassadengestaltung, Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln sowie Parkmöglichkeiten schätzen viele als verbesserungswürdig ein. Die ansprechende (städtebauliche) Gestaltung des Geschäftsbereiches sowie die gute Beratung und Angebotsqualität sind Aspekte, die in der Innenstadt besonders positiv hervorstechen.

Zusammenfassung der Angebotsanalyse:

Insgesamt ist festzuhalten, dass der Eschweger Einzelhandel aus rein quantitativer Sicht eine deutlich überdurchschnittliche Angebotsstruktur aufweist. Über alle Warengruppen hinweg bestehen hohe Zentralitätswerte, die Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland signalisieren und die hohe Anziehungskraft des Einkaufsstandorts Eschwege unterstreichen.

Eine differenzierte Betrachtung der Angebotsstruktur unter qualitativen und funktionalen Aspekten zeigt jedoch auch Verbesserungspotenziale. Dies betrifft vor allem Optimierungsbedarf in der räumlichen Angebotssituation in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel sowie in der strukturellen Angebotssituation bestimmter Warengruppen.

Eschwege wird seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion für die Stadt und Region gerecht. Die kaum vorhandene Konkurrenzsituation mit Oberzentren im enger gefassten Umland (insb. im Mittelbereich gem. Regionalplan Nordhessen) lässt hohe Versorgungsverflechtungen mit dem Umland zu.

Die Entwicklung der Eschweger Innenstadt in den letzten Jahren ist als positiv zu bewerten. Allen voran die beispielhafte Umwandlung der leerstehenden Hertie-Immobilie in die neue Schlossgalerie ist als wichtiger Beitrag zu einer funktionierenden Innenstadt zu nennen. Auch die punktuelle Integration frequenzerzeugender Filialisten in eine ansonsten von inhabergeführten Fachgeschäften geprägten Innenstadt ist positiv hervorzuheben. Jüngst hat jedoch der Anbieter Adler insolvenzbedingt seine Filiale in der Innenstadt geschlossen und den Standort Ende 2022 verlassen.

Der besondere Charme der durch Fachwerkhäuser geprägten Haupteinkaufslagen trägt zu einer hohen Attraktivität als Einkaufsstadt bei.

Der quantitativ bedeutende Sonderstandort ist vor allem auf Autokunden ausgerichtet. Während der Angebotsschwerpunkt der Innenstadt eher auf den Warengruppen der mittelfristigen Bedarfsstufe (v.a. Bekleidung, Schuhe) liegt, umfasst das Angebot des Sonderstandorts überwiegend flächenintensive Warengruppen der langfristigen Bedarfsstufe (Möbel, Wohneinrichtung, Baumarktsortimente) sowie quantitativ bedeutende Anbieter mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel, die keinen Beitrag zu einer fußläufigen Versorgung der Bevölkerung leisten.

6 Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Eschwege

Im Folgenden soll eine Einschätzung der aktuellen mittelfristigen Entwicklungsperspektiven (Prognosehorizont: 2035) des Einzelhandels in Eschwege erfolgen. Für die Stadt als Träger der kommunalen Planungshoheit können entsprechende Aussagen als Orientierungsrahmen zur Beurteilung perspektivischer Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen von Einzelhandelsflächen dienen.

Die wirtschaftlichen Folgen der weltweiten **Corona-Pandemie und anderer Krisen (vgl. Kapitel 3)** im Einzelhandel können zum jetzigen Zeitpunkt (Herbst 2022) nicht eingeschätzt werden. Es ist jedoch davon auszugehen, dass sich die Angebots- und auch die Nachfragesituation insbesondere im nächsten Jahr verändert. Ob sich die Situation nachhaltig verändert und sich damit weiterreichende Auswirkungen auf das Konsumverhalten der Deutschen ergeben, ist unklar. Insbesondere die Nachfrage nach bestimmten Produkten hat sich im Laufe der Krise verändert. Zudem ist eine wirtschaftliche Rezession zu erwarten, die sich auch auf das einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenzial auswirken wird.

In die Ermittlung der in den nächsten Jahren voraussichtlich zu erwartenden Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Eschwege fließen folgende Faktoren ein:

Die gegenwärtige Angebots- und Nachfragesituation

Zur Darstellung der gegenwärtigen Angebots- und Nachfragesituation wurde eine umfassende Analyse angestellt (vgl. dazu Kapitel 4 und 5). Insbesondere der branchenspezifische Verkaufsflächenbestand sowie die ermittelten einzelhandelsrelevanten Zentralitäten fließen in die Ermittlung zu künftigen Entwicklungsspielräumen ein. Aber auch qualitative Bewertungen der Angebotsstruktur sowie der räumlichen Angebotssituation sind von Bedeutung.

Entwicklung einzelhandelsrelevanter Umsatzkennziffern/Flächenproduktivitäten

Die Entwicklung der Flächenproduktivität²⁹ ist in der Vergangenheit bundesweit durch den ausgesprochen intensiven Wettbewerb mit dem Ziel partieller Marktverdrängung der Konkurrenzanbieter gesunken. In den letzten Jahren hat sich diese Tendenz jedoch durch die hohe Dynamik der Betriebstypenentwicklung deutlich ausdifferenziert. Zudem sind in zahlreichen Betrieben die Grenzrentabilitäten erreicht, was durch die hohe und zunehmende Zahl der Betriebsaufgaben angezeigt wird und mit Marktsättigungstendenzen einhergeht. Durch die damit verbundenen fortschreitenden Konzentrationsprozesse kann deswegen zukünftig zumindest teilweise wieder mit steigenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden. Diese Tendenzen und Perspektiven abwägend, wird für die zukünftige Entwicklung in Eschwege von einer konstanten Flächenproduktivität ausgegangen. Der nominale Umsatz im Eschweger Einzelhandel wird in Abhängigkeit der Entwicklungen einzelhandelsrelevanter Kennwerte, unter Einbeziehung durchschnittlicher Flächenproduktivitäten und dem Einfluss des Onlinehandels voraussichtlich nur gering ansteigen.

²⁹ Die Flächenproduktivität bezeichnet den Umsatz eines Einzelhandelsbetriebes pro m² Verkaufsfläche.

Bevölkerungsentwicklung in Eschwege bis 2035

Für die Stadt Eschwege liegt ein demographischer Bericht nebst Bevölkerungsprognose der Hessen Agentur aus dem Jahr 2021³⁰ vor. Dieser stellt auf das Basisjahr 2021 (ca. 19.300 Einwohner) ab.

Im dort dargestellten Szenario ist bis zum Prognosejahr 2035 mit einem deutlichen Bevölkerungsrückgang um ca. 7,6 % zu rechnen. Ausgehend vom Basisjahr 2021 würde die Bevölkerungszahl im Jahr 2035 damit bei etwa 17.800 Einwohnern liegen.

Bevölkerungsprognose bis 2035:

- **Eschwege: - 7,6 % (- 1.500 EW)**
- Werra-Meißner-Kreis: - 8,8 %
- Regierungsbezirk Kassel: - 3,7 %

Neben der quantitativen Betrachtung werden im demographischen Bericht der Hessen Agentur auch Veränderungen innerhalb der Altersgruppen betrachtet. Es sind deutliche Zuwächse bei den älteren Bevölkerungsgruppen über 60 Jahren abzulesen, während Bevölkerungsverluste voraussichtlich bei Kindern und Jugendlichen (unter 20 Jahre) und Erwachsenen (20-60 Jahre) zu erwarten sind³¹. Damit bestätigen sich die bundesweiten Trends einer Alterung der Gesamtgesellschaft und einer Schrumpfung der Bevölkerung im erwerbsfähigen Alter auch für Eschwege.

Entwicklung des privaten Verbrauchs bzw. der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben:

Ein weiterer Einflussfaktor für die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Nachfrage ist die Veränderung der branchenspezifischen einzelhandelsrelevanten Verbrauchsausgaben. Die Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Ausgaben insgesamt ist grundlegend von zwei Faktoren abhängig:

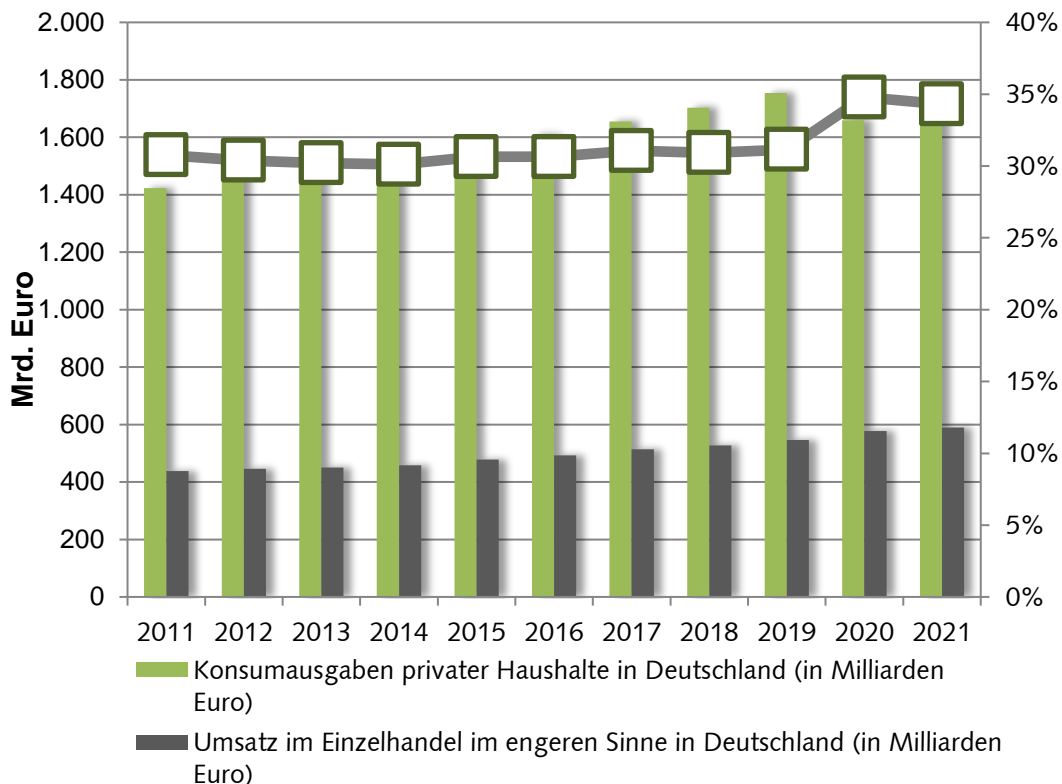
- Zum einen von privaten Einkommen bzw. dem daraus resultierenden privaten Verbrauch,
- zum anderen von dem Anteil dieser Ausgaben im Einzelhandel bzw. für spezifische Einzelhandelsprodukte (Ausgabenanteile nach Warengruppen).

Ein zusätzlicher Faktor in diesem Zusammenhang ist der Anteil der Ausgaben, die nicht dem stationären Einzelhandel, sondern dem Onlinehandel zufließen.

³⁰ Quelle: Hessen Agentur, Gemeindedatenblatt Eschwege, September 2022

³¹ Quelle: ebenda

Abbildung 19: Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit)



Quelle: Darstellung Junker+Krusse, Grundlage: Statistisches Bundesamt; Handelsverband Deutschland: Umsatz im Einzelhandel im engeren Sinne in Deutschland in den Jahren 2000 bis 2022 (Einzelhandelsumsatz im engeren Sinne = Einzelhandel ohne Kfz, Tankstellen, Brennstoffe und Apotheken); Höhe der Konsumausgaben privater Haushalte in Deutschland von 1991 bis 2021. Abruf unter www.statista.de (Zugriff: 08/2022)

- Die **Konsumausgaben der privaten Haushalte** – u. a. für Wohnen und Energiekosten – in Deutschland sind in den letzten 10 Jahren um jährlich rd. zwei Prozent gestiegen, allerdings in Folge der Corona-Pandemie in 2020 erstmalig wieder gesunken. 2021 setzte dann wieder eine Erholung ein, wenngleich das Vor-Corona-Niveau noch nicht erreicht ist.
- Der **Anteil der Einzelhandelsausgaben** an den privaten Konsumausgaben blieb zwischen 2011 und 2019 relativ konstant (rd. 30 bis 31 %). Im Jahr 2020 ist jedoch eine Zunahme auf rd. 35 % zu konstatieren, was wiederum im Zusammenhang mit den Auswirkungen der Corona-Pandemie steht. 2021 ist dieser Anteil wieder leicht auf rd. 34 % gesunken.
- Einem Rückgang des Anteils der Einzelhandelsausgaben an den privaten Konsumausgaben hat eine in den letzten Jahren erhöhte Umsatzsteigerung im Einzelhandel entgegengewirkt. Während der **gesamtdeutsche Einzelhandelsumsatz** ungefähr auf demselben Niveau verblieb, kann seit 2015 ein jährliches Wachstum von 2,5 bis 4,5 % festgestellt werden. Dieser Trend hat sich auch in den Jahren 2020 und 2021 fortgesetzt, ein Effekt der Corona-Pandemie ist daher beim allgemeinen (also branchenübergreifenden) Einzelhandelsumsatz nicht erkennbar (vgl. Kapitel 3).

Dieser Trend kann – in einer gewissen Spannweite – für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden. Das bedeutet, dass insgesamt nicht mit einer Zunahme der dem Einzelhandel zur Verfügung stehenden realen³² Kaufkraft zu rechnen ist und bezüglich des Umsatzes nur geringe Zunahmen anzunehmen sind.

Jedoch müssen auch spezifische Entwicklungen in den einzelnen Warengruppen bzw. im Onlinehandel berücksichtigt werden, d. h. es muss eine Prognose erfolgen, die Ausgabenanteile in den einzelnen Warengruppen, die dem stationären Einzelhandel oder anderen Vertriebskanälen potenziell zufließen, berücksichtigt.

Entwicklung des E-Commerce

Bei der Ermittlung künftiger Potenziale in Eschwege ist vor dem Hintergrund der Entwicklungen im Onlinehandel (s. Kapitel 3) zu berücksichtigen, dass die rechnerischen quantitativen Entwicklungspotenziale, die im Rahmen der Modellrechnung auf dem gesamten einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumen basieren, nicht in vollem Umfang vom stationären Einzelhandel abgeschöpft werden. Dieser fällt tendenziell niedriger aus, da ein gewisser Umsatzanteil dem Onlinehandel zufließt, welcher jedoch nicht allein aus „pure-players“ besteht, sondern vor allem auch Multi-Channel-Konzepte umfasst. Das heißt, stationäre Einzelhändler nutzen neben dem Angebot und Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft vor Ort auch zunehmend andere – online-basierte – Vertriebskanäle. Also: der stationäre Handel vertreibt online oder ein bisher nur online agierender Händler eröffnet ein stationäres Geschäft. Ziel ist es, durch eine Verbindung unterschiedlicher Kanäle ein breites Kundenspektrum zu erreichen (s. Kapitel 3). Folglich fließen die aus dem stationären Einzelhandel „wegbrechenden Umsätze“ nicht zu 100 % in den „reinen“ Onlinehandel ab. Über eigene Online-Shops oder Online-Marktplätze (wie z. B. bei den Onlineanbietern eBay oder Amazon) bleibt auch dem stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher, einzelhandelsrelevanter Umsatzanteil erhalten.

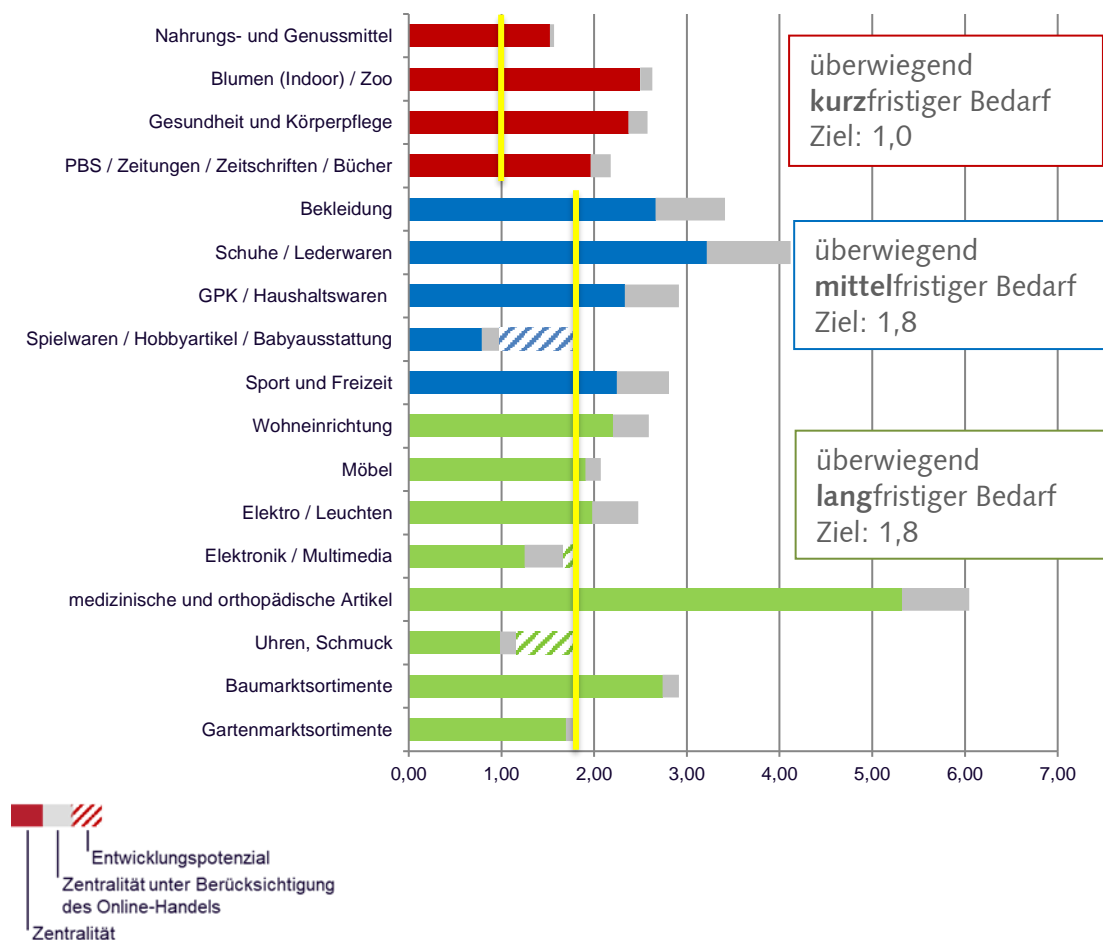
Einerseits stellt der Onlinehandel zwar unbestritten eine zunehmende Konkurrenz für den stationären (insbesondere auch mittelständischen und inhabergeführten) Einzelhandel dar, andererseits kann die mögliche Verschneidung der einzelnen Vertriebswege zugleich jedoch auch eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels sein. Vor allem gilt es in erster Linie, unter Berücksichtigung neuer Möglichkeiten aufgrund der Digitalisierung, die Stärken des stationären Einzelhandels zu profilieren (u. a. persönliche, qualitativ hochwertige Beratung, direkte Prüf- und Verfügbarkeit des nachgefragten Produktes) und durch eine konsequente räumliche Steuerung des einzelhandelsrelevanten Angebots das städtische Zentrum zu erhalten bzw. weiterzuentwickeln.

³² Es muss zwischen einer nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft unterschieden werden. Da die nominale Entwicklung die Inflation nicht berücksichtigt, lassen sich aus der Entwicklung keine Rückschlüsse auf zusätzlich absatzwirtschaftlich tragfähige Verkaufsflächenpotenziale ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

Zielzentralitäten für das Jahr 2035

Die Zielzentralität definiert die angestrebte und realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung in der Region unter Berücksichtigung der raumordnerischen Versorgungsfunktion Eschweges als Mittelzentrum sowie der regionalen Wettbewerbssituation. Entsprechend ist von einer über das eigene Stadtgebiet hinausgehenden zentralörtlichen Versorgungsfunktion auszugehen. Insbesondere für die sehr ländlich geprägten Umlandkommunen und die dort lebende Bevölkerung übernimmt die Stadt Eschwege eine wichtige einzelhandelsbezogene Versorgungsfunktion.

Abbildung 20: Zielzentralitäten des Einzelhandels in Eschwege als rein quantitative Orientierungsgröße



Quelle: eigene Darstellung auf Basis der errechneten Zentralitätskennziffern in Eschwege

Unter Berücksichtigung dieser Aspekte lassen sich folgende Zielzentralitäten definieren:

- Im Hinblick auf eine optimale Grundversorgung der Bevölkerung im Bereich der Warengruppen des **überwiegend kurzfristigen Bedarfs** wird eine Zielzentralität von 1,0 angenommen. Dieser Wert wird heute in allen Warengruppen (Nahrungs- und Genussmittel, Blumen (Indoor)/Zoo, Gesundheit & Körperpflege sowie PBS/Zeitungen/Zeitschriften/Bücher) bereits erreicht bzw. nennenswert überschritten. Unter rein quantitativen Gesichtspunkten lassen sich daher keine rechnerischen Entwicklungsspielräume für diese Warengruppen erkennen, in allen

bestehen jedoch strukturelle Optimierungsmöglichkeiten unter qualitativen wie räumlichen Aspekten (insbesondere in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel).

- Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** werden Zielzentralitäten von 1,8 angenommen, die die mittelzentrale Versorgungsfunktion der Stadt Eschwege in der Region widerspiegeln. Der angesetzte Wert wird in der Warengruppen Spielwaren/Hobbyartikel deutlich unterschritten, was auf erkennbare Entwicklungsspielräume hindeutet. In den weiteren Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren sowie Sport und Freizeit wird der Zielwert von 1,8 überschritten, zum Teil sogar deutlich. Zu berücksichtigen ist, dass der ermittelte Entwicklungsspielraum im Bereich Spielwaren/Hobbyartikel eingeschränkt wird durch die Entwicklung der Rolle des Onlinehandels und die demographischen Prognosen (Bevölkerungsrückgang) für Eschwege.
- Im **langfristigen Bedarfsbereich** werden ebenfalls Zielzentralitäten von 1,8 angenommen, die der unterschiedlichen Relevanz dieser Branchen für das mittelzentrale Einzugsgebiet Rechnung tragen. Einigen Branchen, denen weitläufige Verflechtungen mit dem Einzugsbereich prognostiziert werden können (Wohneinrichtung, Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente), stehen Branchen gegenüber, die voraussichtlich zu höheren Anteilen am Wohnstandort der im Einzugsbereich lebenden Bevölkerung nachgefragt werden (z.B. medizinische und orthopädische Artikel). In der Warengruppe Elektronik/Multimedia besteht zudem eine ausgeprägte Konkurrenz zum Onlineversandhandel. Relevante quantitative Steigerungspotenziale sind unter Berücksichtigung des Einflusses von Onlinehandel und Bevölkerungsrückgang in keiner Warengruppe der langfristigen Bedarfsstufe erkennbar. Vielmehr bestehen an einigen Stellen Arrondierungsmöglichkeiten für überwiegend kleinteilige Ergänzungen. In der Warengruppe Elektronik/Multimedia besteht zudem die Ansiedlungsperspektive innerhalb der Innenstadt.

Schlussfolgerungen

Insgesamt ergeben sich in der Stadt Eschwege aus rein quantitativer Sicht in nur wenigen Branchen absatzwirtschaftlich tragfähige **Verkaufsflächenpotenziale** in relevanten Größenordnungen. Das trifft nur auf die Warengruppen **Spielwaren/Hobbyartikel und Uhren/Schmuck** zu.

Aber auch hohe quantitative Zentralitäten in den übrigen Warengruppen bedeuten nicht, dass künftig keine Entwicklung mehr stattfinden kann. Unter Berücksichtigung eindeutiger räumlicher Vorgaben und eines nachvollziehbaren wie widerspruchsfreien Sortiments- und Standortkonzepts kann eine Entwicklung und Optimierung des einzelhandelsrelevanten Angebots auch über die ermittelten quantitativen Entwicklungsspielräume hinaus sinnvoll sein. Dies gilt insbesondere dann, wenn diese Entwicklung dem **Ausbau der wohnungsnahen Grundversorgung** sowie der **Stärkung der zentralen Versorgungsbereiche (allen voran der Innenstadt)** dient. Bei potenziellen Ansiedlungs-, Erweiterungs- oder Verlagerungsvorhaben kommt es demnach auf folgende Aspekte an:

- Ist der avisierte Standort städtebaulich sinnvoll?
- Wie stellen sich die Größe des Vorhabens und der Betriebstyp im gesamtstädtischen Zusammenhang und im Hinblick auf die zuge dachte Versorgungsaufgabe dar?
- Welche Funktion wird der Einzelhandelsbetrieb übernehmen? Werden bestehende Strukturen ergänzt bzw. gestützt und Synergien zu bestehenden Anbietern ausgenutzt?

Zusätzliche Kaufkraft kann grundsätzlich nur bis zu einem bestimmten Maße und in bestimmten Branchen mobilisiert werden. Werden darüber hinaus Einzelhandelsvorhaben realisiert, führt dies ebenso zu Umsatzumverteilungen innerhalb der lokalen Einzelhandelslandschaft und somit zu Umsatzverlusten bzw. einer Marktverdrängung bestehender Betriebe jeweils in Abhängigkeit der Relevanz eines Vorhabens. Dies trifft insbesondere auch auf den Lebensmittelbereich zu. Schließlich wird dieser Sortimentsbereich in erster Linie am Wohnstandort nachgefragt, so dass sich eine Überversorgung auch vorrangig auf die entsprechenden Wohnsiedlungsbereiche auswirkt. In der Folge kann es zu Funktionsverlusten von zentralen Versorgungsbereichen bzw. Nahversorgungsstandorten sowie zu negativen städtebaulichen Auswirkungen kommen.

Die oben dargestellte (quantitative) Betrachtung der Zielzentralitäten hat somit lediglich einen „Orientierungscharakter“. Erst die Beurteilung eines konkreten Planvorhabens nach

- Art (Betriebsform und -konzept),
- Lage (Standort: Lage im Stadt- und Zentrenkontext) und
- Umfang (teilweiser oder gesamter Marktzugang des ermittelten Verkaufsflächenpotenzials)

erlaubt die Abschätzung der **absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit und städtebaulichen Verträglichkeit** eines Vorhabens.

Mit dem vorliegenden Einzelhandelskonzept wird eine klare politische und planerische Zielvorstellung fortgeschrieben, die eine räumliche und funktionale Gliederung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung mit einer klaren arbeitsteiligen Struktur ausgewählter Einzelhandelsstandorte auch weiterhin beinhaltet. Dieses Entwicklungskonzept und eine darauf basierende konsequente Anwendung des baurechtlichen und planerischen Instrumentariums ermöglichen auch zukünftig eine zielgerichtete Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Eschwege und stellen für die verantwortlichen Akteure aus Einzelhandel, Verwaltung und Politik einen langfristigen Entscheidungs- und Orientierungsrahmen und eine wichtige Argumentations- und Begründungshilfe für die bauleitplanerische Steuerung der Einzelhandelsentwicklung dar.

Es ist festzuhalten, dass die **Einordnung potenzieller Neuvorhaben, Erweiterung oder Umnutzung von Einzelhandelsflächen in einen städtebaulichen und absatzwirtschaftlichen Kontext** unabdingbar ist.

Generell gilt,

Einzelhandelsansiedlungen sind unter anderem sinnvoll, wenn...

...sie die zentralörtliche Funktion Eschweges als Mittelzentrum und die Versorgungssituation in der Stadt sichern und verbessern,

...sie den zentralen Versorgungsbereich und Nahversorgungsstandorte in ihrer Funktion stärken,

...sie zu einer räumlichen Konzentration des Einzelhandels an städtebaulich sinnvollen Standorten beitragen,

...die wohnortnahe Grundversorgung gesichert und verbessert wird,

...neuartige oder spezialisierte Anbieter zu einer Diversifizierung des Angebotsspektrums beitragen.

7 Fortschreibung der Zielsetzung des Einzelhandelskonzepts für Eschwege

Die Betrachtung der aktuellen Angebotsanalyse sowie die Überlegungen zu daraus ableitbaren Entwicklungsperspektiven (vgl. Kapitel 6) zeigen, dass sich **Entwicklungsspielräume** nach wie vor für stadtentwicklungspolitisch wünschenswerte Standorte (im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und an Nahversorgungsstandorten) **im Sinne einer räumlichen und qualitativen Verbesserung der Angebotssituation** ergeben.

Weiterhin sind Entwicklungsabsichten sowie unverhältnismäßige Angebotsverschiebungen zentrenrelevanter Sortimente an Angebotsstandorte, die nicht den zentralen Versorgungsbereichen i. S. d. §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a) und 34 (3) BauGB sowie § 11 (3) BauNVO oder ergänzenden (städtebaulich wünschenswerten) Sonder- bzw. Ergänzungsstandorten zugeordnet sind, kritisch zu bewerten.

Die vorangegangenen Analysen stellen die Basis für die im Folgenden dargestellten allgemeinen und konkreten Handlungsempfehlungen dar. Dabei gilt es vor allem, die räumliche Angebotsstruktur mit einer Konzentration auf die Eschweger Innenstadt zu sichern und zu profilieren, die wohnungsnah Grundversorgung zu erhalten bzw. zu stärken sowie ergänzende Einzelhandelsstandorte (v.a. den Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße) zentrenverträglich weiterzuentwickeln. Die Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Stadt Eschwege umfasst im Wesentlichen die nachfolgend aufgelisteten konzeptionellen Bausteine:

- Ziele der Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 7.1)
- Räumliches Standortstrukturmodell (vgl. Kapitel 7.2)
- Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche (vgl. Kapitel 8.1)
- Sonderstandorte und Empfehlungen zu deren zentrenverträglichen Weiterentwicklung (vgl. Kapitel 8.3)
- Identifikation und Definition solitärer Nahversorgungsstandorte zur Sicherung der wohnungsnahen Grundversorgung (vgl. Kapitel 8.4)
- Eschweger Sortimentsliste (vgl. Kapitel 9)
- Steuerungsgrundsätze/Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung (vgl. Kapitel 10)

7.1 Fortschreibung der Ziele zur Einzelhandelsentwicklung

Bereits im Einzelhandelskonzept des Jahres 2009 wurden – basierend auf der damaligen einzelhandelsspezifischen Situation in Eschwege und den daraus resultierenden Bewertungen – übergeordnete Steuerungs- und Handlungsleitlinien zur Einzelhandelsentwicklung definiert. Nach Aktualisierung der Grundlagenanalysen, in Anbetracht der zwischenzeitlichen Einzelhandelsentwicklung sowie der Erfahrungen im Umgang mit dem Einzelhandelskonzept ist zu empfehlen, an den grundlegenden Zielen zur

Einzelhandelsentwicklung festzuhalten und diese – entsprechend der aktuellen Nachfrage- und Angebotssituation – fortzuschreiben und anzupassen.³³

Konkret wird folgender überarbeiteter Zielkatalog vorgeschlagen, welcher der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Eschwege zugrunde zu legen ist:

1 Erhaltung und Stärkung der landesplanerischen Versorgungsfunktion (Mittelzentrum)

Ein bedeutendes stadtentwicklungsrelevantes Ziel für die Stadt Eschwege bleibt weiterhin die Erfüllung ihrer raumordnerisch zugewiesenen Funktion als Mittelzentrum. Diese wird, rein quantitativ und ohne jede (allerdings zwingend erforderliche) räumliche Differenzierung betrachtet, derzeit erfüllt (Einzelhandelszentralität von 1,86).

Ansiedlungs- und Veränderungsanfragen – insbesondere auch von Betrieben mit nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Angeboten – offenbaren ein anhaltendes Investitionsinteresse für den Standort Eschwege. Eine Entwicklung von Standorten außerhalb der städtebaulich dafür vorgesehenen Versorgungsstandorte würde eine Angebotsverschiebung auch in städtebaulich nicht integrierte Lagen bedeuten. Ein vordringliches Ziel der Stadtplanung in Eschwege bleibt es daher, einer räumlichen „Schiefelage“ und daraus resultierenden ausgeprägten innerkommunalen Konkurrenzsituation innerhalb der Stadt zu begegnen³⁴ und die mittelzentrale Versorgungsfunktion gesamtstädtisch auszubauen. Ein Fokus liegt in diesem Zusammenhang insbesondere auf der Innenstadt als „Aushängeschild“ der Stadt sowie auf einer zentrenverträglichen Entwicklung der sonstigen Einzelhandelsstandorte, vor allem des Sonderstandortes Thüringer Straße/Niederhoner Straße. Dabei ist auch weiterhin ein dichter attraktiver Branchen- und Betriebstypenmix in der Innenstadt ergänzt durch weitere zentrenaffine Nutzungen wie Dienstleistungen und Gastronomie von hoher Bedeutung für die lokale und überörtliche Attraktivität eines Einkaufsstandorts und die Kundenbindung insbesondere der zentrenrelevanten Sortimente.

2 Sicherung und Stärkung einer hierarchisch angelegten Versorgungsstruktur mit einer zukunftsfähigen „Arbeitsteilung“ der Einzelhandelsstandorte

Wesentliche Grundlage für eine regional konkurrenzfähige und attraktive gesamtstädtische Einzelhandelssituation der Stadt Eschwege ist eine ausgewogene, hierarchisch und funktional gegliederte Versorgungsstruktur. Eine funktionale Arbeitsteilung zwischen den verschiedenen Einzelhandelsstandorten ist unabdingbar, um Doppelungen im Einzelhandelsangebot sowie Überschneidungen von Einzugsgebieten mit potenziell negativen Folgewirkungen zu vermeiden. Eine bedeutende Rolle spielt hier insbesondere die

³³ Es sei an dieser Stelle explizit darauf hingewiesen, dass es in diesem Zusammenhang nicht darum geht, den Wettbewerb im Einzelhandel zu verhindern, sondern die möglichen Entwicklungen auf bestimmte Standorte bzw. Standortbereiche zu lenken, so dass sowohl neue als auch bestehende Betriebe – unter Berücksichtigung einer geordneten Stadtentwicklung – davon profitieren.

³⁴ In der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel besteht bereits eine deutlich verschärfte Wettbewerbssituation durch die Konkurrenz an städtebaulich nicht integrierten Standorten.

bestehende Konzentration von zentrenrelevanten Einzelhandelsangeboten im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt.

Im Gegensatz dazu kann eine hierarchisch und funktional nicht gegliederte Öffnung neuer oder eine Stärkung vorhandener (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der gewachsenen Strukturen zu einer Schwächung der bestehenden Einzelhandelsstruktur führen und einen ruinösen Wettbewerb schüren.

Für eine langfristig zielorientierte und erfolgreiche Siedlungsentwicklung ist daher eine klare, räumlich-funktionale Gliederung der städtischen Einzelhandelsstandorte unerlässlich. Eine Funktionsteilung zwischen dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt auf der einen sowie den ergänzenden Sonderstandorten (insbesondere der Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße) auf der anderen Seite ist dabei unabdingbar, so dass eine wechselseitige Ergänzung der Angebote angestrebt werden kann.

3 Stärkung der Einzelhandelszentralität sowie der Funktionsvielfalt der Eschweger Innenstadt

Die europäische Stadttradition weist insbesondere den innerstädtischen Geschäftszentren eine herausgehobene Funktion zu. Die Innenstadt in Eschwege stellt den historisch, siedlungsräumlich und städtebaulich wichtigsten Einzelhandelsstandort innerhalb der Stadt Eschwege dar, der sich vor allem durch seine Multifunktionalität (Einzelhandel, Dienstleistungen, Kultur- und Freizeiteinrichtungen, Verwaltung, Wohnen etc.) auszeichnet. Seit 2009 gab es eine Reihe von Entwicklungen in der Innenstadt, die herausragendste davon war der Umbau der ehemaligen Hertie-Immobilie zur Schlossgalerie. Diese Vielfalt ist prägend für die Attraktivität einer Innenstadt und sollte in Eschwege weiterhin gestärkt werden. Die Konzentration städtebaulicher und infrastruktureller Investitionen in der Innenstadt zeigt den Stellenwert, den die Stadt dem Ziel der Entwicklung und Qualifizierung der Innenstadt bereits in der Vergangenheit beigemessen hat.

Auch zukünftig soll der Fokus der Einzelhandelsentwicklung (insbesondere der Entwicklung von klein- wie großflächigen Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten) auf die Eschweger Innenstadt gerichtet werden. Dieser Standort genießt oberste Priorität innerhalb der Standortstruktur der Stadt Eschwege, dem sich alle weiteren Standorte vor dem Hintergrund einer hierarchischen und arbeitsteiligen Gliederung unterzuordnen haben. Für den Einzelhandelsstandort Innenstadt ist eine weitere Qualifizierung des Angebots, beispielsweise durch Ergänzungen der Sortimentsstrukturen und der Betriebsformen bzw. -größenstrukturen, anzustreben. Die Ansiedlung moderner Filialisten und Magnetbetriebe sowie weiterer Fachgeschäfte mit attraktiven zentrenrelevanten Angeboten kann zu einem gut strukturierten Angebotsmix aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregionalen Filialisten und somit zur Attraktivierung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie dem Einzelhandelsstandort Eschwege allgemein beitragen.

4 Sicherung und Stärkung einer möglichst flächendeckenden wohnungsna- hen Grundversorgung im Stadtgebiet durch ein Netz funktionsfähiger Nah- versorgungsstandorte

Es soll eine wohnungsnahe (und somit auch fußläufige) und möglichst flächendeckende Versorgung ermöglicht werden. Ein über verschiedene Betriebsformen reichendes und möglichst dichtes Grundversorgungsangebot ist nicht nur unter sozialen und kommunikativen Aspekten ein wichtiger Bestandteil eines zukunftsfähigen Einzelhandelskonzepts. Häufig bilden Lebensmittelanbieter eine wichtige Magnetfunktion auch für weitere Nutzungen (Einzelhandel, Gastronomie, Dienstleistung). Zunehmend stehen diesen planerisch wie gesamtentwicklungspolitisch sinnvollen Standorten jedoch insbesondere im ländlichen Raum betriebswirtschaftliche Notwendigkeiten³⁵ gegenüber, die eine Umsetzung dieses Zieles erschweren. Besonders trifft diese Problematik auf Siedlungsrandbereiche oder kleinere Stadtteile mit geringen Einwohnerzahlen zu, wie sie auch in Eschwege zu finden sind. Daher muss unbedingt darauf geachtet werden, eine räumlich (Standorte) wie funktional (verschiedene Betriebsformen und -größen) abgestufte und ausgewogene Grundversorgungsstruktur im Eschweger Stadtgebiet zu schaffen bzw. zu erhalten. Ein primäres Ziel sollte es sein, die vorhandenen Nahversorgungsstandorte zu erhalten und (soweit es geht) qualitativ zu verbessern und zu stärken.

5 Zentrenverträgliche Weiterentwicklung von ergänzenden Einzelhandels- standorten für (großflächige) Einzelhandelsbetriebe (Sonderstandorte) mit regionaler Ausstrahlungskraft

Bei Neuansiedlungen, Erweiterungen oder Umnutzungen bestehender Betriebe an allen Standorten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs ist jeweils die Verträglichkeit und Kompatibilität des Vorhabens mit den formulierten gesamtstädtischen Zielen und Empfehlungen zu überprüfen. An geeigneten städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet sind Angebotsausweitungen in nicht zentrenrelevanten Sortimenten nach einer solchen positiven Einzelfallprüfung prinzipiell möglich, Neuansiedlungen oder Erweiterungen von Betrieben mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) sind an nicht integrierten Standorten jedoch in der Regel auszuschließen.

6 Sicherung von Gewerbegebieten für Handwerk und produzierendes Ge- werbe

Die mit Hilfe des Baurechts geschaffenen bzw. abgesicherten Gewerbegebiete sind der eigentlichen Nutzung, dem Handwerk und dem produzierenden Gewerbe zuzuführen. Da diese Betriebe oftmals nicht in der Lage sind mit den preislichen Angeboten des Einzelhandels für Grund und Boden zu konkurrieren, ist insbesondere in den Gewerbe- und Industriegebieten der komplette Ausschluss von Einzelhandel (mit Ausnahme des Handwerkerprivilegs) eine Entwicklungsoption.

7 Vermeidung „neuer“ Einzelhandelsstandorte und Verhinderung konterka- rierender Planungen

Die räumliche Bündelung von Einzelhandelsbetrieben an städtebaulich und siedlungsstrukturell sinnvollen Standorten ist gemäß dem stadtentwicklungspolitischen Leitbild

³⁵ Mindestgrößen zur attraktiven Präsentation eines entsprechenden Warensortiments haben entsprechende Mindestumsätze zur Folge, die wiederum ein entsprechendes Kaufkraftpotenzial im näheren Einzugsgebiet bedingen.

einer „Stadt der kurzen Wege“ anzustreben. Insbesondere eine kompakte Innenstadt mit kurzen Wegen ist hierbei eine wichtige Voraussetzung für die Entwicklung und das Entstehen lebendiger urbaner Räume. Darüber hinaus dient auch ein möglichst flächendeckendes Netz an funktional gegliederten Versorgungsstandorten einer bevölkerungsnahen Versorgung sowie einer Reduzierung der notwendigen Verkehrswege. Vor diesem Hintergrund ist es das Ziel der Stadtentwicklung, keine zusätzlichen Handelsstandorte – an städtebaulich wie stadtentwicklungspolitisch ungewünschten Standorten – zu schaffen.

Vor dem Hintergrund der aufgezeigten Entwicklungsperspektiven für den Einzelhandelsstandort Eschwege (vgl. Kapitel 6) besteht grundsätzlich keine Notwendigkeit zur Ausweisung von neuen Einzelhandelsstandorten (Agglomerationen) außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt und der bestehenden ergänzenden Sonderstandorte. Eine Öffnung neuer (in der Regel autokundenorientierter) Einzelhandelsstandorte außerhalb der definierten Entwicklungsbereiche (vgl. Kapitel 8) bewirkt in der Regel eine Schwächung bestehender Standortstrukturen und hat ggf. einen ruinösen Wettbewerb zur Folge. Hierbei gilt es auch vor allem zu berücksichtigen, dass ein einmal für „Einzelhandelsnutzungen geöffneter Standort“ nur sehr schwer anschließend wieder einer anderen Nutzung zugeführt werden kann und somit der Umnutzungsdruck im Falle einer möglichen Einzelhandelsbrache enorm groß werden kann. Die Umsetzung der bestehenden Entwicklungsspielräume ist somit vorwiegend auf die bestehende Standortstruktur auszurichten.

Mit Hilfe einer weiterhin konsequenten Anwendung des Planungsinstrumentariums sollten jene Planungen, die den Entwicklungsspielräumen und Entwicklungsperspektiven des Einzelhandels in Eschwege entgegenstehen, ausgeschlossen werden.

7.2 Fortschreibung des räumlichen Standortstrukturmodells

Auf Basis der in der Nachfrage- und Angebotsanalyse gewonnenen Erkenntnisse, dem räumlichen Entwicklungsleitbild für die Stadt Eschwege sowie unter Berücksichtigung der übergeordneten Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung werden die räumlichen Angebotsschwerpunkte im Eschweger Stadtgebiet unter **städtebaulichen** und **funktionalen Gesichtspunkten** in ein arbeitsteiliges Standortstrukturmodell eingeordnet.

Das Entwicklungsleitbild „räumlich-funktionale Gliederung“, d. h. räumliche Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Eschwege in Abhängigkeit von Größen- und Sortimentsstrukturen, ist in sich konsequent und sollte daher als Prinzip zur Lenkung des Einzelhandels Anwendung finden. Es erfolgen klare räumliche Begrenzungen und Zuweisungen von Einzelhandelsfunktionen im Stadtgebiet. Hierdurch wird eine direkte und stringente Ansprache von Betreibern und Investoren ermöglicht, die auch die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt berücksichtigt. Der Einzelhandel wird weiterhin in Abhängigkeit von Sortiments- und Größenstrukturen, der ökonomischen Rahmenbedingungen und in funktionaler Ergänzung auf ausgewählte Einzelhandelsschwerpunkte im Eschweger Stadtgebiet konzentriert. Eine stringente Steuerung seitens der Stadt

Eschwege innerhalb dieser „Leitplanken“ ermöglicht die Chance einer sinnvollen und zukunftsfähigen räumlich-funktionalen Entwicklung des Einzelhandels.

Maßgeblichen Einfluss auf die Einstufung eines Angebotsstandorts in das **neu entwickelte Standortstrukturmodell** haben das derzeitige Einzelhandels- und Dienstleistungsangebot sowie die städtebauliche Gestalt des Standorts. Hierbei fließen neben dem Verkaufsflächenbestand und der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe insbesondere auch die städtebauliche Struktur und Gestaltung als Kriterien in die Beurteilung mit ein. Ein weiterer wesentlicher Gesichtspunkt ist die städtebauliche und stadtentwicklungsrelevante Zielvorstellung, die mit dem jeweiligen Standort verbunden sein soll.

Als Grundgerüst des aktuellen Standortstrukturmodells dient die bereits im Jahr 2009 festgelegte Standortstruktur des Eschweger Einzelhandels, die in ihren Grundzügen beibehalten sowie unter Berücksichtigung der seitdem eingetretenen einzelhandelsseitigen Entwicklungen fortgeschrieben wird. Aktuell sind folgende Standortkategorien im Stadtgebiet vorzufinden:

Abbildung 21: Standortstrukturmodell für die Stadt Eschwege



Quelle: eigene Darstellung

Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Dieser Zentrentyp soll vor allem durch folgende Merkmale gekennzeichnet sein:

- gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- möglichst vollständiges Einzelhandelsangebot im kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich – mit Wettbewerbssituationen,
- vielfältiger Größen- und Betriebsformenmix, hoher Anteil an kleinteiligem Facheinzelhandel,

- breit gefächertes und umfangreiches, in Wettbewerbssituationen befindliches einzelhandelsnahes Dienstleistungs-, Kultur- und Gastronomieangebot sowie öffentliche Dienstleistungen.

Die **Innenstadt** wird nach wie vor als **zentraler Versorgungsbereich** mit örtlicher und überörtlicher Bedeutung definiert. Der Angebotsstandort erfüllt die Voraussetzungen, um sich gemäß der durch die Rechtsprechung³⁶ entwickelten Kriterien als bauplanungsrechtlich schützenswerter zentraler Versorgungsbereich zu qualifizieren.

(Solitäre) Nahversorgungsstandorte

Als solitäre Nahversorgungsstandorte qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist und die in funktionaler und städtebaulicher Hinsicht nicht die Kriterien eines Zentrums erfüllen. Sie dienen der ergänzenden (auch) fußläufigen Nahversorgung der Eschweger Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich geleistet werden kann. Grundsätzlich stellen die solitären Nahversorgungsstandorte ein bauplanungsrechtliches Schutzgut dar. Sie sind bei der Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters im Rahmen einer Verträglichkeitsuntersuchung i. S. v. § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Neuansiedlungen und Verlagerungen dürfen sich nicht städtebaulich negativ (i. S. einer Funktionsgefährdung und einer Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes) auf die wohnungsnaher Versorgung der Bevölkerung auswirken.

In Eschwege sind derzeit folgende Angebotsstandorte als solitäre Nahversorgungsstandorte zu definieren:

- **Verbund aus großflächigem Lebensmitteldiscounter und großflächigem Vollsortimenter am Standort Am Dünzbacher Tor** (derzeit Edeka, Aldi)

Hierbei handelt es sich um ein gemäß des Einzelhandelskonzeptes von 2009 ehemaliges Nahversorgungszentrum in räumlicher Nähe zur Innenstadt. Aufgrund fehlender städtebaulicher und funktionaler Merkmale wird der Standort zukünftig nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich eingestuft. Insbesondere fehlt es an ergänzenden Nutzungen (Dienstleistungen, öff. Einrichtungen), um einer erforderlichen Multifunktionalität zu entsprechen. Der Standort fungiert vielmehr als Ergänzungsstandort zur Innenstadt, der vor allem den Lebensmitteleinkauf (auch per PKW) ermöglicht. Allerdings besteht auch ein räumlicher Bezug zu Wohnsiedlungsbereichen, sodass der Standort als städtebaulich integriert klassifiziert wird und einen Beitrag zur

³⁶ „'Zentrale Versorgungsbereiche' sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine bestimmte Versorgungsfunktion für die Gemeinde zukommt. Ein ‚Versorgungsbereich‘ setzt mithin vorhandene Nutzungen voraus, die für die Versorgung der Einwohner der Gemeinde – gegebenenfalls auch nur eines Teils des Gemeindegebiets – insbesondere mit Waren aller Art von Bedeutung sind. [...]. Das Adjektiv zentral ist nicht etwa rein geografisch [...] zu verstehen, [...] es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung. [...]. Dem Bereich muss [...] die Funktion eines Zentrums für die Versorgung zukommen. [...]. Hiervon ausgehend können als ‚zentrale Versorgungsbereiche‘ angesehen werden: Innenstadtzentren [...] Nebenzentren [...] Grund- und Nahversorgungszentren [...]“ (Quelle: OVG NRW, Urt. v. 11.12.2006 – 7 A 964/05). vgl. hierzu ergänzend die Ausführungen in Kapitel 8.

fußläufigen Versorgung der Bevölkerung in Eschwege leistet.

■ **Lebensmittelvollsortimenter in Niederhone** (Nahkauf, Taschengasse)

Auch hierbei handelt es sich um einen Standort, der im Einzelhandelskonzept von 2009 als Nahversorgungszentrum eingestuft wurde. Aufgrund der geringen Größe des Lebensmittelmarktes und fehlender ergänzender Angebote (heute: lediglich eine in den kleinen Supermarkt integrierte Bäckerei) kann dieser Standort zukünftig nicht mehr als zentraler Versorgungsbereich definiert werden. Die Anbieter erfüllen aufgrund ihrer Lage eine wichtige Versorgungsfunktion für die Einwohner des Stadtteils Niederhone, vor allem für die angrenzenden Wohnsiedlungsbereiche.

■ **Lebensmittelvollsortimenter in der Augustastraße** (Herkules E-Center)

Der Anbieter Herkules E-Center befindet sich unweit der Eschweger Innenstadt an der Augustastraße (ca. 500 m westlich der Innenstadt). Er ist in nahezu alle Richtungen von Wohnbebauung umgeben und entspricht räumlich damit einem solitären Nahversorgungsstandort. Allerdings ist der Betrieb etwas in die Jahre gekommen und entspricht in vielerlei Hinsicht nicht mehr den heutigen Ansprüchen an einen solchen Markt.

Solitäre Grundversorgungsstandorte

Als sonstige Standorte des Lebensmitteleinzelhandels qualifizieren sich jene Standorte in städtebaulich nicht integrierter Lage, an denen zumeist ein einzelner strukturprägender Einzelhandelsbetrieb lokalisiert ist. Sie dienen – primär für PKW-Kundschaft – der ergänzenden Grundversorgung der Eschweger Bevölkerung, die nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich geleistet werden kann. Da diese Standorte aber aufgrund ihrer Lage keinen (bzw. einen eingeschränkten) Beitrag zur ergänzenden fußläufigen Nahversorgung leisten, stellen sie im Umkehrschluss auch kein bauleitplanerisches Schutzgut dar.

In Eschwege sind auf Basis der Bestandserhebung folgende Angebotsstandorte in städtebaulich nicht integrierter Lage als solitäre Grundversorgungsstandorte zu definieren:

- nicht großflächiger Lebensmitteldiscounter **Norma** an der **Heubergstraße**
- Verbund aus großflächigem **Lebensmitteldiscounter** und großflächigem **Vollsortimenter** an der **Bahnhofstraße (Lidl, Tegut)**

In Hinblick auf die **Neuansiedlung** von Einzelhandelsbetrieben sollte auf städtebaulich nicht integrierte Standorte in der Regel nicht zurückgegriffen werden.

Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße

Der Sonderstandort ist hauptsächlich durch folgende Merkmale gekennzeichnet:

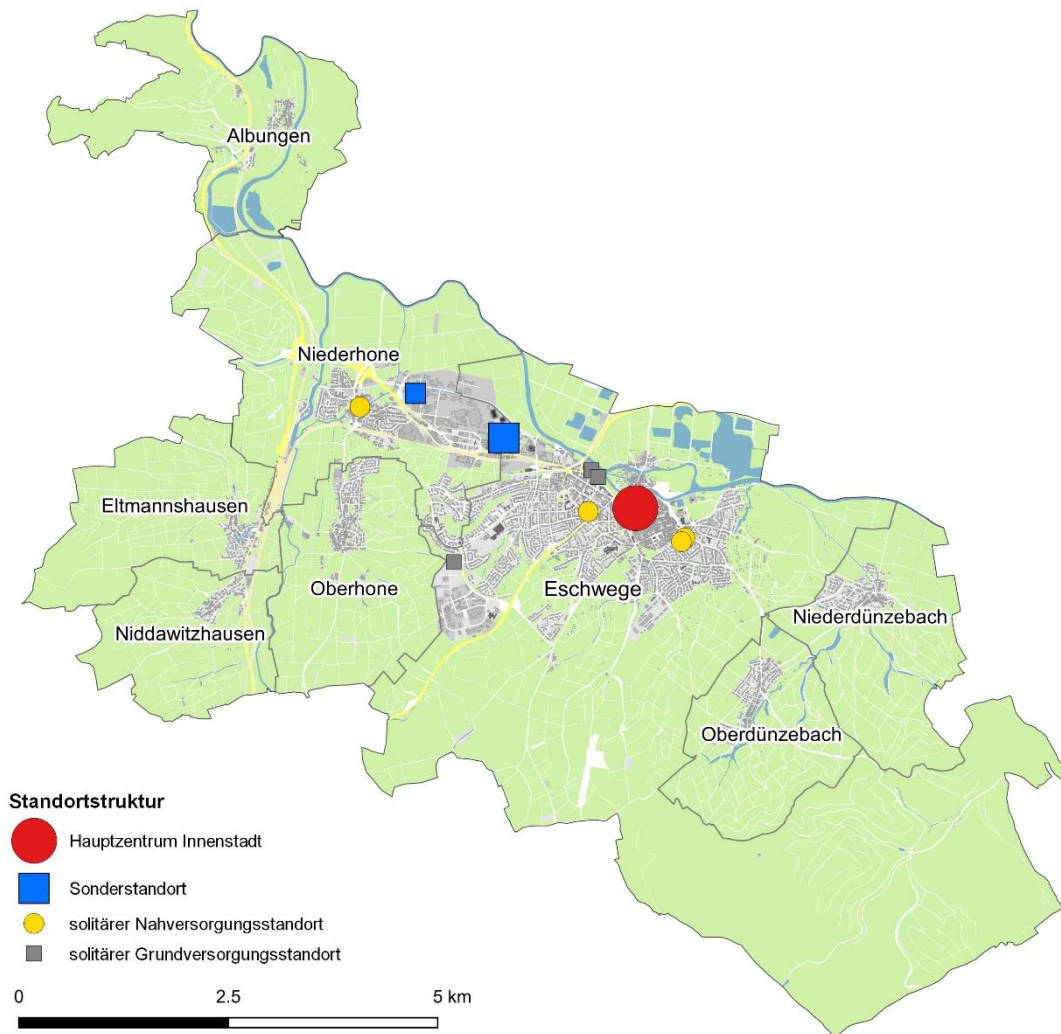
- z.T. gesamtstädtische und regionale Versorgungsbedeutung,
- gewerbliches Standortumfeld in städtebaulich nicht integrierter Lage,
- Lage an überörtlicher Hauptstraße und eindeutige Ausrichtung auf Autokunden,
- Einzelhandelsangebot hat einen eindeutigen Schwerpunkt im langfristigen Bedarfsbereich (v.a. Möbel, Baumarktsortimente), aber auch erhebliche quantitative Umfänge im Bereich Nahrungs- und Genussmittel,
- Das Angebot im mittelfristigen Bedarfsbereich entfällt zu großen Teilen auf die Randsortimente einiger großflächiger Betriebe und nur in wenigen Ausnahmefällen auf Anbieter mit einem entsprechenden Kernsortiment,

Aufgrund der hohen bestehenden Angebotsausstattung und der daraus resultierenden innerkommunalen Konkurrenzsituation zur Innenstadt sind Angebotsausweitungen an diesem Standort in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten (über den genehmigten Bestand hinaus) mit Blick auf die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs sowie der wohnortnahen Grundversorgung an städtebaulich integrierten Standorten auszuschließen.

Trotz des weitreichenden Einzugsgebiets und seiner Versorgungsfunktion kann der Sonderstandort aufgrund seiner siedlungsräumlichen Lage sowie städtebaulichen, gestalterischen und funktionalen Struktur nicht als schützenswerter zentrale Versorgungsbereich i.S.v. § 34 (3) oder auch § 2 (2) bzw. 9 (2a) BauGB eingestuft werden.

Die räumliche Verteilung der zuvor definierten, versorgungsstrukturell bedeutsamen Standortbereiche in Eschwege stellt sich wie folgt dar:

Karte 13: Perspektivische Standortstruktur in Eschwege



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

8 Entwicklungsbereiche des Einzelhandels in Eschwege

8.1 Zentrale Versorgungsbereiche

Die Abgrenzung sowie funktionale Definition des zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven dient als unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung. Sie stellt deshalb ein Pflichtelement des Einzelhandelskonzepts für Eschwege dar. Dem Begriffspaar „zentraler Versorgungsbereich“ kommt dabei eine besondere Bedeutung zu, nimmt es doch durch die Novellierungen des Baugesetzbuches (BauGB) in den Jahren 2004, 2007 sowie 2011 (und hier insbesondere die neugefassten §§ 2 (2), 34 (3) und 9 (2a) BauGB) im Hinblick auf die Einzelhandelssteuerung eine zentrale Stellung als schützenswerter Bereich ein.

Begriffsdefinition

Unter *Zentralen Versorgungsbereichen* sind räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde oder Stadt zu verstehen, denen aufgrund von Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.³⁷ Dabei kann es innerhalb einer Kommune durchaus mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (z. B. Innenstadt und Stadtteilzentren). Auch *Grund- und Nahversorgungszentren* können zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen. Voraussetzung hierfür ist allerdings, dass in diesen Bereichen mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, die einen bestimmten Einzugsbereich, wie etwa Quartiere größerer Städte oder auch gesamte kleinere Orte, vorwiegend mit Warengruppen des kurzfristigen Bedarfs und gegebenenfalls auch teilweise mit Waren des mittelfristigen Bedarfs versorgen. Zudem muss die Gesamtheit der vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereiches und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sein, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – und sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- und Nahversorgung – zu erfüllen.³⁸

Sonderstandorte (wie z. B. Fachmarktzentren) und solitäre Nahversorgungsstandorte gehören demnach nicht zu den schützenswerten zentralen Versorgungsbereichen im Sinne der Gesetzgebung, auch wenn sie eine beachtliche Versorgungsfunktion für ihr Umfeld erfüllen können.

³⁷ vgl. u. a. BVerwG, Urteil vom 11. Oktober 2007 – 4 C 7.07

³⁸ vgl. u. a. OVG NRW, Urteil vom 19.06.2008 – 7 A 1392/07, bestätigt durch das Bundesverwaltungsgericht im Urteil vom 17.12.2009 – BVerwG Az. 4 C 2.08

Unstrittig – sowohl in der bisherigen Rechtsprechung als auch der aktuellen Literatur³⁹ – ist, dass sich zentrale Versorgungsbereiche ergeben können aus

- planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen),
- raumordnerischen und/oder städtebaulichen Konzeptionen (wie z. B. dem Einzelhandelskonzept) oder auch
- tatsächlichen örtlichen Verhältnissen.

Dabei müssen entsprechende Standortbereiche nicht bereits vollständig als zentraler Versorgungsbereich entwickelt sein. Somit ist also auch das Entwicklungsziel ein zu prüfendes Kriterium! Es muss aber zum Genehmigungszeitpunkt eines (in der Regel großflächigen) Einzelhandelsansiedlungs- oder auch -erweiterungsvorhabens im Rahmen von Planungskonzeptionen eindeutig erkennbar sein!⁴⁰

Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

Mittlerweile ist auch weitgehend die Frage geklärt, welche Kriterien an die (räumliche) Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche anzulegen sind. Die Abgrenzung sowie funktionale Definition eines zentralen Versorgungsbereichs unter Berücksichtigung möglicher Entwicklungsperspektiven im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Eschwege dient als **unentbehrliche Grundlage für die Steuerung des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung**. Vorrangiges Ziel ist dabei die Sicherung/Entwicklung der Innenstadt und einer möglichst flächendeckenden wohnungsnahen Grundversorgung unter besonderer Berücksichtigung (städtischer) gewachsener Versorgungsstrukturen. In diesem Zusammenhang sei nochmals darauf hingewiesen, dass im Sinne der aktuellen Rechtsgrundlage (u. a. i. S. v. § 2 (2) BauGB, § 9 (2a) BauGB und § 34 (3) BauGB) sogenannte zentrale Versorgungsbereiche als schützenswerte Bereiche einzustufen sind.

Im Sinne des Einzelhandelskonzeptes für Eschwege ist als **zentraler Versorgungsbereich** jener Bereich im Stadtgebiet zu verstehen, der eine funktionale Einheit mit einem breiten Nutzungsspektrum aus den Bereichen Einkaufen, Versorgen und Dienstleistungen bildet.

Wichtige Abgrenzungskriterien eines zentralen Versorgungsbereichs sind der Besatz der Erdgeschosszonen mit Geschäftsnutzungen, die fußläufige Erreichbarkeit und funktionale Verknüpfungskriterien, die z. B. auch anhand von Passantenströmen festgehalten werden können. Die Fixierung der räumlichen Ausdehnung des zentralen Versorgungsbereichs ist nicht als planerische „Abgrenzungsübung“ zu sehen, sondern ein notwendiger Schritt, um die Voraussetzungen für Dichte, räumliche Entwicklungsmöglichkeiten und letztendlich Prosperität zu schaffen. Es wird somit deutlich, dass neben

³⁹ vgl. u. a. Olaf Reidt, Die Genehmigung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben – die rechtliche Bedeutung des neuen § 34 Abs. 3 BauGB. In: UPR 7/2005, Seite 241ff sowie Kuschnerus, Ulrich; Der standortgerechte Einzelhandel; Bonn, 2007

⁴⁰ Bei einer Beurteilung eines Vorhabens nach § 34 (3) BauGB sind jedoch gemäß der Rechtsprechung nur Auswirkungen auf bestehende zentrale Versorgungsbereiche zu berücksichtigen

funktionalen Aspekten auch **städtebauliche** Kriterien zur **Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs** heranzuziehen sind.

Funktionale Kriterien

- Einzelhandelsdichte im Erdgeschoss
- Passantenfrequenz
- Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger)
- Multifunktionalität der Nutzungen

Städtebauliche Kriterien

- städtebaulich integrierte Lage (wohnsiedlungsräumlich integrierte Lage)
- Baustruktur
- Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsinfrastruktur
- Gestaltung des öffentlichen Raums
- Ladengestaltung und -präsentation

Bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche sind auch künftige Entwicklungsperspektiven (Folgenutzungen angrenzender Flächen, Nachnutzungen von Leerständen etc.) berücksichtigt worden. Hierbei handelt es sich um **perspektivische Ansiedlungs- bzw. Ergänzungsflächen**, die im unmittelbaren räumlichen Kontext zu bestehenden Einzelhandelslagen des zentralen Versorgungsbereichs stehen und diesen – im Falle einer Ansiedlung bzw. Bebauung – sinnvoll ergänzen können. Eine aktuelle Bebauung bzw. Nutzung auf dieser Fläche ist nicht als Ausschlusskriterium zu werten. Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der relevanten Kriterien durchzuführen.

Der Vorteil dieser einheitlich zugrunde gelegten Kriterien liegt sowohl in der Transparenz der Vorgehensweise, aber auch in der Tatsache, dass für zukünftige Diskussionen und Entscheidungen ein entsprechender Kriterienkatalog vorliegt, so dass im Falle kleinräumiger Veränderungen die Kompatibilität zu den anderen Abgrenzungen in der Regel gewährleistet bleibt.

Die Abgrenzungen wurden auf Basis der bestehenden Abgrenzungen aus dem Jahr 2009, der vorgestellten Kriterien und mit Kenntnis der zum Zeitpunkt der Bearbeitung erkennbaren Grundstückszuschnitte vorgenommen. Sie dienen als klare räumliche Bezugsrahmen für zukünftige Einzelhandelsentwicklungen („Entwicklungsbereiche“). Ausnahmsweise sind Modifikationen dieser Abgrenzungen dann möglich und städtebaulich sinnvoll, wenn sie – unter Einbeziehung der Ziele und Ansiedlungsregeln dieses Einzelhandelskonzepts – folgende Kriterien beachten:

- Die Erweiterungsfläche dient der Stärkung der bestehenden Strukturen innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs.
- Sie muss unmittelbar an die bisherige Abgrenzung angrenzen.
- Die geplante Nutzung auf der Erweiterungsfläche hat ihre funktionale Ausrichtung (Eingangssituation) eindeutig zur Erschließungsachse des zentralen Versorgungsbereichs; (Vermeidung einer „zweiten Reihe“ oder Erschließung von „hinten“).

Abschließend sei in diesem Zusammenhang noch darauf hingewiesen, dass eine Verständigung über die Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs einerseits sowie andererseits auch der ergänzenden Versorgungsstandorte insbesondere im Hinblick auf die bauleitplanerische Feinsteuerung zwingend geboten ist, stellen sie doch die räumliche Bezugsebene für die Differenzierung der einzelhandelsrelevanten Sortimente in zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Hierfür ist die Herleitung und der Beschluss einer ortsspezifischen Sortimentsliste (sog. Eschweger Sortimentsliste; siehe Kapitel 9) unabdingbar.

Empfehlungen zur zukünftigen Entwicklung und die Bewertung aktueller Planungen werden vor dem Hintergrund der in Kapitel 7.1 konkretisierten Ziele der Einzelhandelsentwicklung vorgenommen. Unter Berücksichtigung der benannten Abgrenzungskriterien sind die im Jahr 2009 abgegrenzten zentralen Versorgungsbereiche Eschweges überprüft worden.

8.1.1 Standortprofil: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: Junker + Kruse

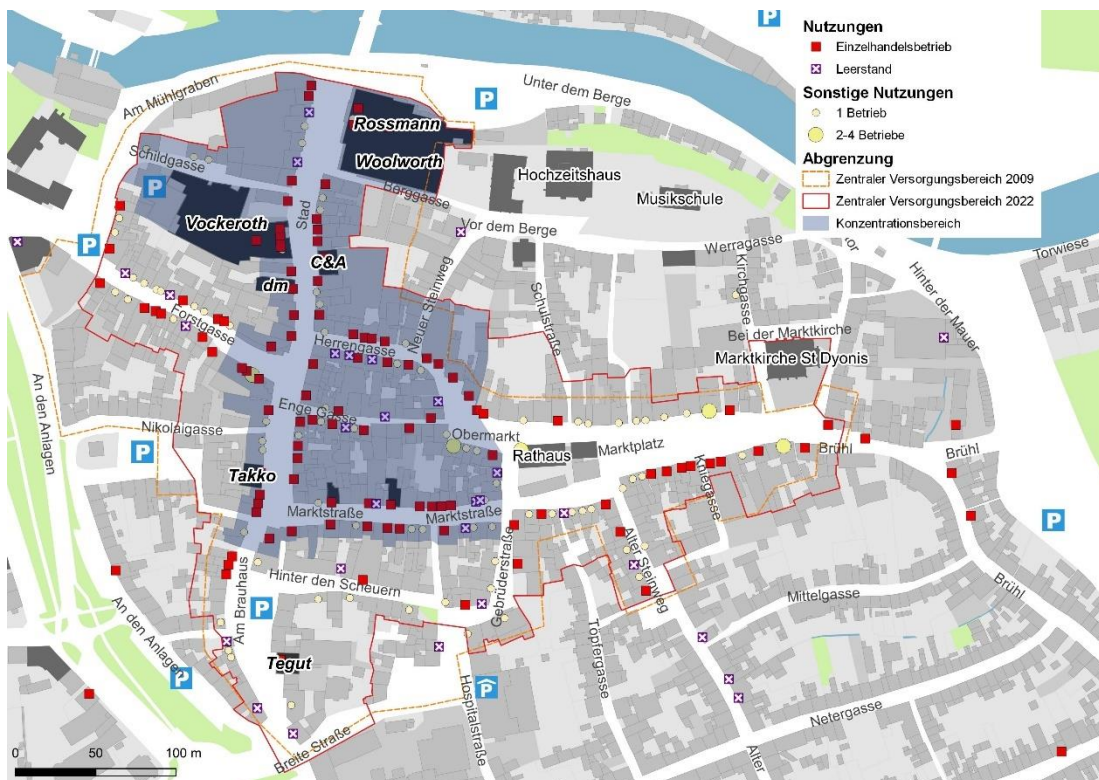
Lage	<ul style="list-style-type: none"> ■ Kernstadt Eschwege ■ Ausdehnung zwischen Brühl im Osten und An den Anlagen im Westen (ca. 450 m), Am Mühlgraben im Norden und Wallgasse im Süden (ca. 450 m) ■ Lagen: Stad, Marktstraße, Marktplatz, Obermarkt, Forstgasse, Herrengasse, Enge Gasse
Wettbewerbssituation	<ul style="list-style-type: none"> ■ zentrale Innenstadt/Hauptzentrum ■ regionaler Wettbewerb mit den Mittelzentren Sontra, Hessisch Lichtenau, Witzenhausen, u.a. (wenig ausgeprägt) ■ innerstädtischer Wettbewerb mit dem Gewerbestandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße (ca. 2 km Entfernung)
Einwohner im Einzugsgebiet	<ul style="list-style-type: none"> ■ Stadt Eschwege (= 19.650 Einwohner⁴¹) ■ Mittelbereich gem. Regionalplan Nordhessen (Meinhard, Wanfried, Weißenborn, Ringgau, Wehretal, Waldkappel, Meißner, Berkatal) (rund 26.600 Einwohner zusätzlich)
Verkaufsfläche	<ul style="list-style-type: none"> ■ 18.200 m² (ca. 19 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche)
Einzelhandelsstruktur	<ul style="list-style-type: none"> ■ umfassendes und vielseitiges Einzelhandelsangebot in allen Bedarfsbereichen ■ diverse Einzelhandelsmagneten (Woolworth, C&A, Vockeroth u.a.) ■ Angebotsschwerpunkt im Sortiment Bekleidung (6.800 m²; 37 % der innerstädtischen Verkaufsfläche)

⁴¹ Quelle: Stadt Eschwege, Stand: 31.12.2021

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Nahversorgungsangebot derzeit von sehr geringem Umfang (lediglich ein kleines tegut-Lädchen, ein Bioladen und Betriebe des Lebensmittelhandwerks) ■ Stad als Hauptlage der Innenstadt (hoher Filialisierungsgrad, Standort der wesentlichen Einzelhandelsmagneten, hohe Frequenz), Fußgängerzone ■ Bereich Obermarkt/Marktplatz als Standort des Wochenmarkts, Fußgängerzone ■ Marktstraße als Verbindung von Stad und Marktplatz mit hoher Einzelhandelsdichte ■ Herrengasse als Verbindung von Obermarkt und Stad, Angebotsschwerpunkt im mittelfristigen Bedarfsbereich (u.a. Reno), Fußgängerzone ■ Forstgasse und Enge Gasse als Nebenlagen mit diversen, überwiegend kleinteiligen Angeboten
<p>Verkehrliche Einordnung</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ räumliche Nähe zu den Bundesstraßen B 249 und B 452 sorgt für überörtliche Erschließung ■ innerstädtische Erschließung über die Bahnhofstraße/An den Anlagen aus Westen, die Brückenstraße aus Norden, die Gartenstraße/Humboldtstraße aus Süden sowie die Dünzebacher Straße/Wiesenstraße aus Osten ■ Stellplätze: mehrere Parkplätze und Parkhäuser (Parkhaus Hospitalstraße, Parkplatz Nikolaiplatz, Parkplatz Unter dem Berge und weitere) im Umfeld der Innenstadt, in den Randbereichen z.T. Parken im Straßenraum ■ Anschluss an den Stadtbahnhof Eschwege als verkehrliche Drehscheibe der Stadt über mehrere Buslinien, die über die Straßen Neustadt, Wiesenstraße und Unter dem Berge die Innenstadt passieren
<p>Städtebauliche Situation</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ kompakte Einzelhandelsstruktur ■ Kernbereich entlang des Stades zwischen Werra im Norden und Marktstraße im Süden ■ Geschäftsbereich gekennzeichnet durch Vielzahl von prägenden Fachwerkhäusern ■ größtenteils kleinteilige historische Baustrukturen mit städtebaulich gelungen integrierten Großformaten wie z.B. der Schlossgalerie ■ städtebaulicher Mittelpunkt: Rathaus am Marktplatz

	<ul style="list-style-type: none"> ■ Hauptlage mit hochwertiger Gestaltung des öffentlichen Raumes ■ Nebenlagen mit teilweise deutlich geringer Aufenthaltsqualität und minderem Gestaltungsgrad
Versorgungsfunktion	<ul style="list-style-type: none"> ■ mittelzentrale (gesamtstädtische und regionale) Versorgungsfunktion und Nahversorgungsfunktion für Wohnbevölkerung in der Altstadt
Änderungen gegenüber dem Einzelhandelskonzept 2009	<ul style="list-style-type: none"> ■ weitgehende Bestätigung und Präzisierung der Abgrenzung von 2009

Karte 14: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Entwicklungsziele und Handlungsempfehlungen für die Innenstadt:

- **Sicherung und Stärkung** der Versorgungsfunktion der Innenstadt
- **Ausbau des zentrenrelevanten Angebots** zur verstärkten Profilierung der Innenstadt als *das* Hauptzentrum von Eschwege
- **Sicherung der Nahversorgungsfunktion**, Abrundung/Ergänzung des zukünftigen

Lebensmittelangebots unter Berücksichtigung des Ergänzungsstandorts Am Dünzebacher Tor (s. Kapitel 8.2/8.4)

- Entwicklung einer **städtebaulich „stabilen“ Grundstruktur** durch kompakte, attraktive Lauflagen; Vermeidung einer Überdehnung des Zentrums mit möglicherweise einhergehenden strukturellen und funktionalen Brüchen
- Erhöhung der **funktionalen Dichte durch Konzentration der Einzelhandelsentwicklung** innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs der Innenstadt (vgl. Karte 14 innere Gliederung des zentralen Versorgungsbereichs: Konzentrationsbereich)

Zur Stärkung der Innenstadt und des Hauptgeschäftsbereichs der Stadt Eschwege ist es dringend notwendig, zentrenrelevante Sortimente außerhalb des abgegrenzten, zentralen Versorgungsbereichs auszuschließen. Als Empfehlung wird ein enger gefasster Bereich, der sogenannte **Konzentrationsbereich definiert, innerhalb dessen sich vorrangig insbesondere großflächiger zentrenrelevanter Einzelhandel ansiedeln soll**. Gegen die autokundenorientierten Versorgungsstandorte am Siedlungsrand ist der innerstädtische Einzelhandel oft machtlos und kann mit den dort vorgehaltenen Flächengrößen nicht konkurrieren. Für ein vitales und attraktives Stadtzentrum ist ein florierender Einzelhandel jedoch unerlässlich. Das Einkaufen ist nach wie vor wichtigster Besuchsgrund für Innenstädte und trägt wesentlich zur Multifunktionalität bei. Von einer weiteren Entwicklung von Einzelhandelsflächen in Siedlungsrandlagen ist daher abzusehen und das Augenmerk auf eine aktive Unterstützung des innerstädtischen Einzelhandels zu lenken.

Ausbau und Profilbildung des Einzelhandels

Um den Einzelhandelsbesatz in der Innenstadt von Eschwege zu stärken und zu sichern, ist der Ausbau des vorhandenen Besatzes in den ermittelten Verkaufsflächenpotenzialen zu fördern. Potenziale sind innerhalb der Grenzen des zentralen Versorgungsbereiches zu aktivieren. Dies soll in erster Linie in der Hauptlage und den angrenzenden Bereichen angestrebt werden (vgl. Konzentrationsbereich), die aus der Sicht des Einzelhandels eine herausragende Rolle besitzen und als Aushängeschild fungieren. Das bedeutet:

- Aktivierung von Erdgeschossnutzungen für den Einzelhandel in den Hauptlagen mit dem Ziel durchgängiger Einzelhandelsangebote im Erdgeschoss
- Ggf. Zusammenlegung von Ladenlokalen mit nicht marktgängigen Größen zur Erlangung größerer Einheiten; Ansiedlung von Magnetbetrieben

Leerstandsmanagement

Bei der Bewältigung von Leerstandsproblemen, die im Zuge der verhängten Maßnahmen zur Bekämpfung der Corona-Pandemie noch verstärkt zu Tage treten werden, und ungenutzten Flächen ist eine aktive Rolle der Stadtverwaltung ratsam. Der Aufbau eines professionellen Immobilienmanagements ist mittelfristig anzuraten. Wichtig für ein einsatzfähiges Immobilienmanagement sind u.a. Kenntnisse über relevante Flächen und

Immobilien, über Grundstücks- und Eigentumsverhältnisse, vorhandene Bebauungen, Verfügbarkeiten, Mietverträge, Baurecht u.ä. Ziel ist es, einen möglichst umfassenden Überblick über den lokalen Immobilienmarkt und die Situation in der Innenstadt zu erhalten. Die Ausbildung eines „Frühwarnsystems“ zur frühzeitigen Erkennung potenzieller Leerstände setzt sowohl auf lokale Sachkenntnis als auch auf neutrales Fachwissen. In diesem Zusammenhang sind auch Kenntnisse über einen anzustrebenden Branchenmix, gegebenenfalls auf die unterschiedlichen Abschnitte des Geschäftszentrums („Einkaufswelten“) heruntergebrochen, hilfreich. Die Betreuung durch eine Person, die auch als Vertrauensperson zwischen Mietern und Vermietern auftritt, wäre ideal.

8.2 Ehemalige zentrale Versorgungsbereiche

Gegenüber der im Konzept aus dem Jahr 2009 vorgenommenen Einordnung von Einkaufsstandorten als zentrale Versorgungsbereiche haben sich in dieser Fortschreibung Änderungen ergeben. Die Innenstadt als Hauptzentrum der Stadt Eschwege ist nunmehr der einzige zentrale Versorgungsbereich Eschweges, da die beiden ehemaligen Nahversorgungszentren fortan nicht mehr als zentrale Versorgungsbereiche eingestuft werden können.

Ehemaliges Nahversorgungszentrum Am Dünzebacher Tor

Der im Konzept aus dem Jahr 2009 abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Am Dünzebacher Tor kann aufgrund seines geringen Besatzes an Einzelhandelsbetrieben und fehlenden sonstigen Nutzungen nicht als zentraler Versorgungsbereich definiert werden. Auch die städtebauliche Struktur, die in erster Linie die Funktionalität des Bereiches betont, widerspricht einer solchen Einordnung. Zwar befindet sich der Standort mit seinen drei großflächigen Betrieben in einem Wohnsiedlungsumfeld, jedoch handelt es sich um einen überwiegend auf Pkw-Kunden ausgerichteten Ergänzungsstandort zur Innenstadt. Das Fehlen großflächiger Nahversorgungsangebote in der Innenstadt und die aufgrund der baulichen Strukturen eingeschränkten Möglichkeiten zur Ansiedlung eines solchen Marktes werden an diesem Standort kompensiert. Er fungiert im Bereich des nahversorgungsrelevanten Angebots als Ergänzungsstandort zur Innenstadt. In dem Angebotsbaustein Multimedia/Elektronik (durch den Anbieter Expert vertreten) wird hier auf großer Fläche ein typischerweise innenstadtrelevantes Angebot vorgehalten.

Die in der Rechtsprechung definierten „idealtypischen“ Ausstattungsmerkmale von Nahversorgungszentren sowie die funktionalen und städtebaulichen Kriterien zur Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs werden derzeit an diesem Angebotsstandort nicht erfüllt.

Das bedeutet allerdings nicht, dass zukünftig keine Erweiterungen bestehender Betriebe oder Ansiedlungen von Einzelhandelsbetrieben mit insbesondere auch nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten an diesem Angebotsstandort stattfinden können, sofern sie sich nicht negativ auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die wohnortnahen Versorgungsstrukturen in Eschwege auswirken (vgl. hierzu Steuerungsgrundsatz in Kapitel 10.1). Der Standort soll zukünftig als funktionaler Ergänzungsstandort zur Innenstadt dienen, da er als Verbund zweier solitärer Nahversorgungsstandorte eine Grund- und Nahversorgungsfunktion übernimmt, die die Innenstadt nur teilweise erfüllen kann.

Ehemaliges Nahversorgungszentrum Niederhone

Das Nahversorgungszentrum Niederhone (gemäß Einzelhandelskonzept von 2009) befindet sich im Westen des Stadtteils Niederhone. Der Einzelhandelsbesatz ist mit dem Vorhandensein eines kleinen Supermarktes und einer Bäckerei sehr gering ausgeprägt. Darüber hinaus lassen sich zwei Ladenleerstände sowie vereinzelte sonstige Nutzungen finden. Insgesamt ist insbesondere aufgrund des quantitativ geringen Einzelhandelsangebotes an diesem Standort keine weitere Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich möglich. Unbestritten ist die wichtige Versorgungsfunktion, vor allem für die Siedlungsbereiche im Dreieck zwischen den Bundesstraßen B 27 und B 249 sowie der

südlich verlaufenden Bahntrasse. Zukünftig wird der Standort konzeptionell als solitärer Nahversorgungsstandort definiert (vgl. Kapitel 8.4).

8.3 Sonderstandorte des Einzelhandels in Eschwege

Im Sinne der Ergänzungsfunktion ist eine zentrenverträgliche Sicherung und Weiterentwicklung der bestehenden Sonderstandorte in Eschwege möglich. Das bedeutet, dass der perspektivische Entwicklungsschwerpunkt bei der Sicherung und ggf. dem Ausbau von Fachmarktangeboten mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment liegen soll.

Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße

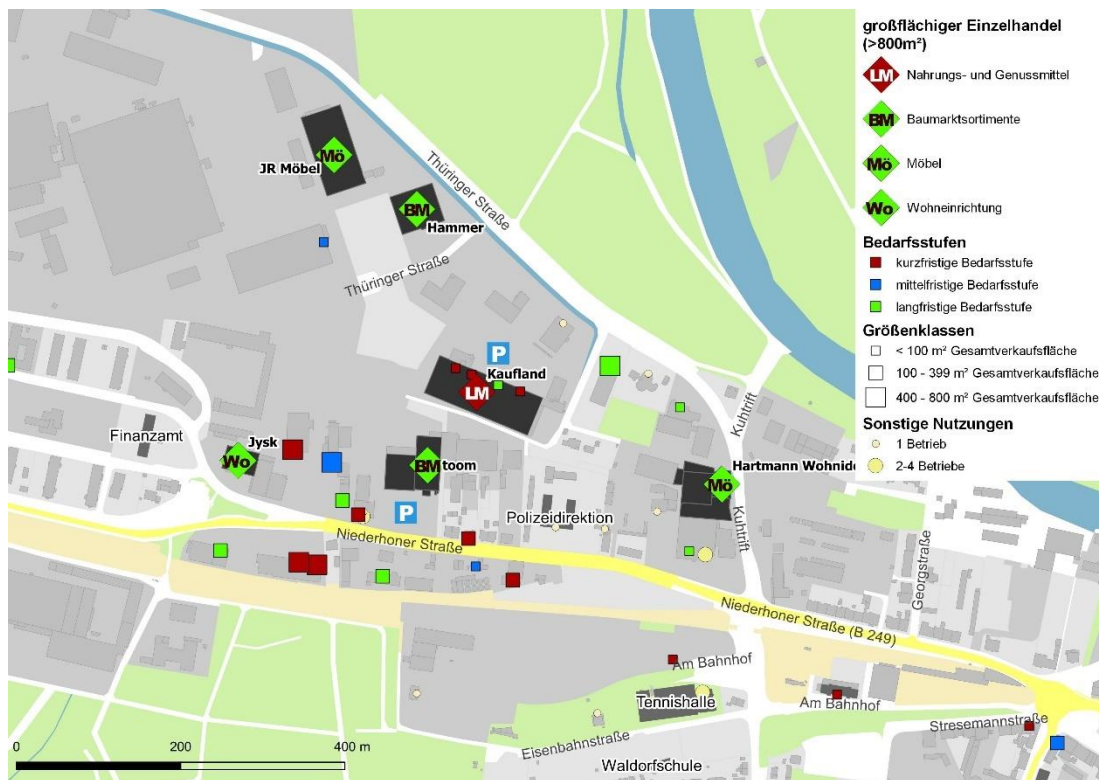
Der Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße zeichnet sich durch seine Weitläufigkeit und sein umfangreiches Angebot in diversen Warengruppen aus. Mit rund 27.200 m² Verkaufsfläche übersteigt das Angebot des Sonderstandortes das der Innenstadt in quantitativer Hinsicht. Neben den klassischen Angebotsschwerpunkten in den Bereichen Möbel, Bau- und Gartenmarktsortimente sowie Wohneinrichtung umfasst der Sonderstandort auch ein erhebliches nahversorgungsrelevantes Angebot. Aufgrund seiner verkehrsgünstigen Lage an der Bundesstraße B 249, der großzügigen Kundenparkplätze, des gewerblichen Umfelds und der Angebotsschwerpunkte ist der Standort überwiegend auf Pkw-Kunden ausgerichtet. Nennenswerte Wohnsiedlungsbereiche, aus denen eine fußläufige Erreichbarkeit der Angebote gegeben wäre, sind nicht auszumachen.

Aufgrund seiner Lage und des Angebotsumfangs entfaltet der Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße eine gesamtstädtische und regionale Versorgungsfunktion. Im Bereich der nicht zentrenrelevanten Angebote geht die Versorgungsfunktion über die Stadtgrenzen hinaus und weist auf Kaufkraftzuflüsse aus den Umlandgemeinden Eschweges hin.

Gemäß des Regionalplans Nordhessen⁴² liegt der Sonderstandort in einem Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB). Diese Bereiche sind aufgrund der besonderen Standortanforderungen insbesondere für emittierende und sonstige nicht wohnverträgliche Gewerbenutzungen vorzuhalten. 2009 wurde der Sonderstandort als zu sichernder, nicht jedoch als zu entwickelnder Sonderstandort im Standortmodell der Stadt Eschwege definiert. Potenzielle Einzelhandelsvorhaben sollten nur unter bestimmten Voraussetzungen zugelassen werden: einerseits sollte der Angebotsschwerpunkt bei den nicht zentrenrelevanten Sortimente liegen und andererseits sollte es sich dabei um nicht großflächige Vorhaben handeln. Abgesehen von dynamischen Bestandschutzmaßnahmen sollte ansonsten vor allem das nahversorgungs- und zentrenrelevante Angebot nicht ausgebaut werden. Dies ist auch künftig so umzusetzen, um einer zusätzlichen Verschärfung der Konkurrenzsituation zur Innenstadt und den Nahversorgungsstandorten entgegen zu wirken.

⁴² Regionalplan Nordhessen, beschlossen 07/2009

Karte 15: Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Anders als bei zentralen Versorgungsbereichen besteht keine rechtlich bindende Wirkung einer Abgrenzung eines Sonderstandortes. Eine Abgrenzung ist demnach nicht erforderlich.

Fortführung der Entwicklungsziele und -empfehlungen aus dem Jahr 2009:

- Die bestehenden Anbieter genießen Bestandsschutz; Umstrukturierungen innerhalb des Bestandes sind möglich,
- **keine Weiterentwicklung über den Bestand hinaus in nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten,**
- Künftige Entwicklungen müssen vor dem Hintergrund der Ziele und Ansiedlungsregeln des Einzelhandel- und Zentrenkonzepts auf **nicht zentrenrelevante Sortimente abstellen.**

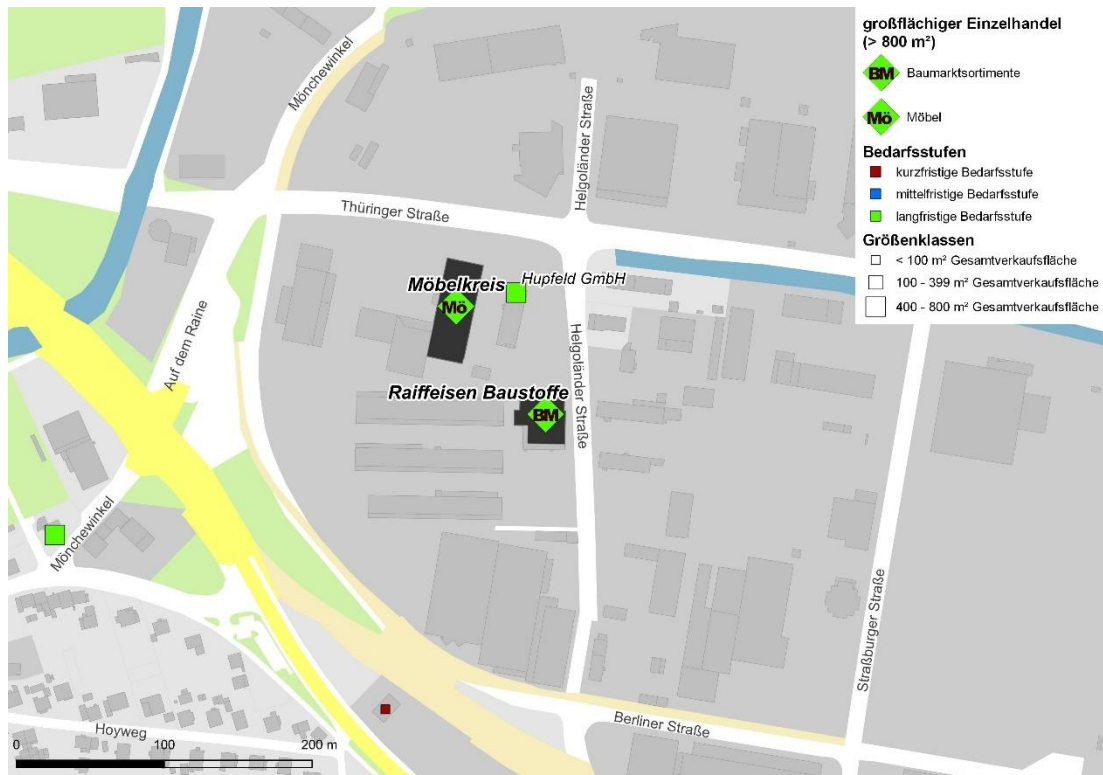
Der Sonderstandort ist **hinsichtlich der Entwicklungsziele über das Planungsrecht ausreichend gesichert.**

Sonderstandort Thüringer Straße/Helgoländer Straße

Der Sonderstandort Thüringer Straße/Helgoländer Straße befindet sich nur unweit westlich des Sonderstandortes Thüringer Straße/Niederhoner Straße. Auch er ist geprägt durch gewerbliche Strukturen in seinem Umfeld und durch die Bundesstraße 249, die den Sonderstandort von den Wohnsiedlungsbereichen Niederhones im Südwesten trennt. Hinsichtlich der Anzahl der Betriebe ist dieser Sonderstandort jedoch von deutlich geringerem Umfang, lediglich vier Betriebe sind im Kreuzungsbereich der Thüringer Straße und der Helgoländer Straße ansässig. Zwei dieser Betriebe sind großflächig,

wobei vor allem der Raiffeisen Baustoffhandel, der derzeit eine Erweiterung und Umstrukturierung plant, mit einer Gesamtverkaufsfläche von rund 23.000 m² dafür sorgt, dass sich der Standort hinsichtlich des Verkaufsflächenangebotes auf einem ähnlichen Niveau wie die Innenstadt und der Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße befindet. Relativierend ist hierbei allerdings anzumerken, dass der überwiegende Anteil dieser 23.000 m² Gesamtverkaufsfläche des Raiffeisen Marktes auf den Außenbereich entfällt, wo überwiegend flächenintensive Baustoffe und Geräte angeboten werden.

Karte 16: Sonderstandort Thüringer Straße/Helgoländer Straße



Quelle: eigene Darstellung auf Grundlage von Daten der Stadt Eschwege (2019) und eigener Einzelhandelserhebung im Mai 2022

Anders als bei zentralen Versorgungsbereichen besteht keine rechtlich bindende Wirkung einer Abgrenzung eines Sonderstandortes. Eine Abgrenzung ist demnach nicht erforderlich.

Der Regionalplan Nordhessen weist auch für diesen Standort einen Bereich für gewerbliche und industrielle Nutzungen (GIB) aus. Da keinerlei Angebote in den nahversorgungs- oder zentrenrelevanten Warengruppen vorgehalten werden, entfaltet dieser Sonderstandort keine konkurrierende Wirkung zur Innenstadt und den bestehenden Nahversorgungsstandorten.

Entwicklungsziele und -empfehlungen:

- Die bestehenden Anbieter genießen Bestandsschutz; Umstrukturierungen innerhalb des Bestandes sind möglich,
- **keine Weiterentwicklung über den Bestand hinaus.**

Zwischenfazit - Sonderstandort:

Bei der Weiterentwicklung der Sonderstandorte ist darauf zu achten, dass dies in funktionaler Ergänzung zum Einzelhandelsangebot im zentralen Versorgungsbereich geschieht und sich weder zu Lasten dieses städtebaulich schützenswerten Bereiches noch zu Lasten der wohnungsnahen Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet auswirkt.

Ansiedlungs- und Umstrukturierungsperspektiven ergeben sich entsprechend vor allem für Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment.

Einer Ausweitung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente (über den genehmigten Bestand hinaus) ist hingegen restriktiv zu begegnen. Alle Sonderstandorte sind bauleitplanerisch abgesichert, wobei bestehende Anbieter mit zentren- oder nahversorgungsrelevantem Kernsortiment dabei grundsätzlich Bestandsschutz genießen.

8.4 Integrierte solitäre Standorte zur Nahversorgung

Die Sicherstellung einer möglichst umfassenden, engmaschigen Nahversorgung im Eschweger Stadtgebiet ist ein zentrales stadtentwicklungsrelevantes Ziel der Stadt Eschwege und rechtfertigt die räumliche Lenkung entsprechender Investitionen an die städtebaulich dafür geeigneten Standorte. Eine funktionierende Nahversorgung bedeutet, Einkaufsangebote mit Waren des täglichen Bedarfs (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Getränke, Zeitschriften) und ergänzende Dienstleistungen (z. B. Post, Bank, Reinigung) so dezentral und wohnortnah vorzuhalten, dass eine fußläufige Erreichbarkeit für möglichst viele Einwohner möglich und zumutbar ist.

Da eine solche flächendeckende, wohnungsnah Grundversorgung innerhalb Eschweges nicht ausschließlich über einen zentralen Versorgungsbereich sichergestellt werden kann, decken die **städtebaulich integriert gelegenen solitären Nahversorgungsstandorte** räumliche Versorgungslücken ab. Solitäre Nahversorgungsstandorte dienen heute (und perspektivisch) der ergänzenden wohnungsnahen Grundversorgung, die in Eschwege nicht allein durch den zentralen Versorgungsbereich geleistet werden kann. Deshalb besitzt die Zielsetzung, eine möglichst flächendeckende, wohnortnahe Grundversorgung im gesamten Stadtgebiet durch funktionsfähige **ergänzende Nahversorgungsstandorte** zu sichern, ebenfalls hohe Priorität.

Siedlungsräumlich integrierte Nahversorgungsstandorte sind städtebaulich schutzwürdig, weil sie neben den zentralen Versorgungsbereichen einen wichtigen Baustein zur Sicherstellung der wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung darstellen. Sie sind daher bei Verlagerung oder Neuansiedlung eines Anbieters – unabhängig, ob innerhalb oder außerhalb Eschweges – bei einer städtebaulichen Verträglichkeitsprüfung u. a. im Sinne des § 11 (3) BauNVO zu berücksichtigen. Anders als zentrale Versorgungsbereiche werden sie jedoch nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines solitären Nahversorgungsstandorts bezieht sich dabei immer auf seine ausgeübte Funktion als Nahversorger. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion). Die Schutzwürdigkeit entfällt zum Beispiel, wenn der Bestandsbetrieb am jeweiligen solitären Nahversorgungsstandort dasselbe Einzugsgebiet bedient wie das zu

prüfende Vorhaben, das sich ebenfalls in städtebaulich integrierter Lage befindet. Sonstige (solitäre) Standorte strukturprägender Lebensmittelanbieter in städtebaulich nicht integrierter Lage erhalten diesen städtebaulichen Schutzcharakter nicht, da sie aufgrund ihrer siedlungsräumlichen Randlage nicht primär der verbrauchernahen fußläufigen Versorgung dienen.

Zum Erhebungszeitpunkt können in Eschwege folgende solitäre Nahversorgungsstandorte in städtebaulich integrierter Lage (von mindestens zwei Seiten Wohnbebauung angrenzend) im Stadtgebiet mit strukturprägenden nahversorgungsrelevanten Anbietern (ab 400 m² Verkaufsfläche) definiert werden:

- Herkules E-Center in der Augustastraße
- Edeka Zeuch in der Dünzebacher Straße
- Aldi in der Dünzebacher Straße
- Nahkauf in der Taschengasse

Entwicklungsempfehlungen

Für den zukünftigen Umgang mit solitären Nahversorgungsstandorten können aus gutachterlicher Sicht folgende Empfehlungen gegeben werden:

- Eine **Sicherung** der oben aufgeführten, unter versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten positiv zu wertenden **Nahversorgungsstandorte** ist grundsätzlich zu empfehlen. Das bedeutet, eine mögliche Erweiterung oder Umstrukturierung dieser Nahversorgungsbetriebe – insbesondere als wettbewerbsmäßige Anpassung des Bestandes an aktuelle Erfordernisse – kann positiv begleitet werden, sofern das jeweilige Vorhaben nicht über die Nahversorgungsfunktion hinausgeht (s. u.).
- Aber auch eine **perspektivische Entwicklung neuer integrierter Nahversorgungsstandorte** kann vor allem dann sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch räumliche Versorgungslücken geschlossen werden können und die Betriebe tatsächlich überwiegend der Nahversorgung dienen. Eine Ansiedlung neuer Anbieter ist nur dann realistisch und sinnvoll, wenn der Standort über eine entsprechende Mantelbevölkerung im Nahbereich verfügt, was auf viele derzeit räumlich unterversorgte Siedlungsbereiche in Eschwege nicht zutrifft, die aus betriebswirtschaftlicher Sicht die Eröffnung eines neuen Standorts rentabel machen würde. Angesichts der heutigen Marktzutrittsgrößen von Lebensmitteldiscountern ab etwa 1.000 m² Verkaufsfläche und von Lebensmittelvollsortimentern ab rd. 1.200 m² ist dies in der Regel erst ab einem Kaufkraftpotenzial von mindestens rd. 5.000 Einwohnern im Versorgungsgebiet der Fall. Bei weniger Einwohnern wären die Märkte auf Kaufkraftzuflüsse von außerhalb des Versorgungsgebiets angewiesen. Damit einhergehende Umverteilungseffekte gefährden unter Umständen die Anbieter im zentralen Versorgungsbereich bzw. an sonstigen solitären Nahversorgungsstandorten.
- Umso wichtiger ist es für die Stadt Eschwege **ihre bestehenden Nahversorgungsstandorte mit Blick auf die Grundversorgungsfunktion für räumlich unterversorgte Stadtbereiche zu stärken**. Für einige Standorte können mittelfristig

Maßnahmen zur Standortsicherung erforderlich werden, dazu können Umstrukturierungen, Erweiterungen oder auch Neubauten gehören.

- Eine Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs im Hinblick auf ein adäquates (ergänzendes) Lebensmittelangebot kann für die Innenstadt in Eschwege aufgrund der kleinteiligen baulichen Strukturen nur schwer umgesetzt werden. Für die Integration eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters fehlen unter heutigen Gesichtspunkt entsprechende Potenzialflächen. Der Ergänzungsstandort Am Dünzebacher Tor erfüllt mit seinen nahversorgungsrelevanten Angeboten jedoch eine Versorgungsfunktion für die Kernstadtbewohner als funktionale Ergänzung zur Innenstadt.

Als wesentliche Bedingung muss in jedem Fall gelten, dass von Erweiterungen wie Neuansiedlungen keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt oder die wohnortnahen Grundversorgungsstrukturen im übrigen Stadtgebiet ausgehen. Dazu muss das jeweilige Vorhaben folgende **Kriterien** erfüllen:

- nahversorgungsrelevantes Kernsortiment,
- städtebauliche Integration (in Wohnsiedlungsbereiche), d. h.
- auch fußläufig erreichbar (max. 5 Minuten Fußweg entsprechen in der Regel einer 600 m – Wegedistanz),
- möglichst keine oder eine nur geringe Überschneidung mit den fußläufigen Einzugsbereichen entsprechender Anbieter im zentralen Versorgungsbereich (räumliche Versorgungslücken im Stadtgebiet abdecken),
- eine am Nachfragevolumen der Bevölkerung im funktionalen Versorgungsgebiet orientierte, maßvoll dimensionierte Größenordnung: Soll-Umsatz des Betriebs ist nicht höher als die realistisch abschöpfbare sortimentspezifische Kaufkraft im unmittelbaren Versorgungsgebiet (eine diesbezügliche Orientierungshilfe bietet die Ansiedlungsregel 1 in Kapitel 10.1 dieser Untersuchung).

Grundsätzlich ist in jedem Fall eine Einzelfallprüfung auf der Basis der genannten Kriterien durchzuführen. Insbesondere Siedlungsrandbereiche oder dünn besiedelte Stadtteile bieten in der Regel kein ausreichendes ökonomisches Potenzial für größere Lebensmittelmärkte, die dort allein der Nahversorgung der ansässigen Bevölkerung dienen.

- Auch Anbieter, die ihren Standort in Siedlungsschwerpunkten haben und von zahlreichen Kunden zu Fuß oder mit dem Fahrrad aufgesucht werden, können auf Pkw-Kunden nicht verzichten. Nur wenn genügend Stellplätze vorhanden sind und An- und Abfahrt auch während der Spitzenzeiten weitgehend reibungslos verlaufen, bleibt ein Anbieter attraktiv und kann im Wettbewerb bestehen. Im Dialog mit den Inhabern oder Betreibern sollten daher praktikable Lösungen zur **Sicherstellung der bequemen Erreichbarkeit** gefunden werden.
- Die **Integration zusätzlicher Funktionen und Dienstleistungen in bestehende Betriebe** erhöht die Attraktivität und sichert damit die Wettbewerbsfähigkeit eines

Anbieters. Die Ergänzung von Einzelhandelsbetrieben mit kommunalen Angeboten oder Dienstleistungen (z. B. Post, Bank) zu „kleinen Nahversorgungszentren“ erzeugt Synergie und verbessert die Standortqualität oft entscheidend. Möglich ist dabei auch die Kombination mit anderen frequenzerzeugenden Einrichtungen wie Tankstellen oder Systemgastronomie (Fast Food/Imbiss). Während discountorientierte Filialisten diese Chancen in der Regel selbst erkennen und die Initiative ergreifen, fehlen bei inhabergeführten Geschäften oft Bereitschaft und Know-how zum Wandel, so dass von kommunaler Seite aktiv der Dialog gesucht und Hilfestellung angeboten werden sollte.

- Die Ansiedlung größerer Märkte ist allein zur Nahversorgung der Wohnbevölkerung in kleineren Stadtteilen bzw. Wohnplätzen und Siedlungsrandbereichen ökonomisch oft nicht tragfähig. Deshalb sind auch **alternative kleinteilige Angebotsformen** wie „Dorfläden“, sog. „Convenience-Stores“ oder Nachbarschaftsläden sinnvoll. Diese setzen jedoch ein hohes Maß an bürgerlichem Engagement voraus.
- **Neuansiedlungen von Drogeriemärkten** sind angesichts der üblichen Flächengrößen von (teilweise deutlich) mehr als 500 m² und den entsprechend großen Einzugsbereichen **vor allem im räumlichen Kontext des zentralen Versorgungsbereichs** sinnvoll. Die Innenstadt ist aktuell mit zwei Drogeriemärkten bereits gut aufgestellt, jedoch kann es insbesondere im Fall des dm-Marktes zukünftig zu Verlagerungsabsichten aufgrund baulicher Restriktionen hinsichtlich einer Erweiterung kommen⁴³. In einem solchen Szenario sollte eine Verlagerung innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angestrebt werden, da der Innenstadt ansonsten ein wichtiger Frequenzerzeuger verloren geht und weitere Standorte außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs auch unter Berücksichtigung der bereits bestehenden Kaufkraftabschöpfung nicht sinnvoll sind.

Zwischenfazit – Wohnortnahe Grundversorgung durch integrierte Nahversorger:

Übergeordnetes Ziel ist die Sicherung einer möglichst flächendeckenden Nahversorgung im gesamten Stadtgebiet, die sich auf den zentralen Versorgungsbereich und die integrierten Nahversorgungsstandorte im Stadtgebiet stützt. Insofern sind sowohl die Sicherung und Weiterentwicklung bestehender Nahversorgungsstandorte als auch perspektivische Neuentwicklungen sinnvoll und möglich, wenn diese Standorte tatsächlich der Nahversorgung der Bevölkerung der umliegenden Wohnsiedlungsbereiche dienen und negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche oder die sonstige wohnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet auszuschließen sind. Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Eschwege dient der Umsetzung dieses Ziels.

⁴³ Der Markt hat den Standort Ende 2022 geschlossen.

9 Fortschreibung der Eschweger Sortimentsliste

Neben der Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs und der Definition der Sonderstandorte sowie solitären Nahversorgungsstandorte stellt die „Eschweger Sortimentsliste“ ein wichtiges Instrument zur Steuerung der gesamtstädtischen Einzelhandelsentwicklung dar. Insbesondere für die Umsetzung der Zielvorstellungen des Einzelhandelskonzepts in der Bauleitplanung ist eine weiterführende Differenzierung zwischen **nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten** und **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** notwendig⁴⁴.

Grundsätzlich orientiert sich die Fortschreibung der Sortimentsliste an den Einschätzungen und Festlegungen des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts aus dem Jahr 2009 bzw. der darin festgelegten Sortimentsliste.

Rechtliche Einordnung von Sortimentslisten

Eine Sortimentsliste ist als Steuerungsinstrument des Einzelhandels im Rahmen der Bauleitplanung höchstrichterlich anerkannt⁴⁵. Dabei steht in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifisch differenzierten Einzelhandels zu räumlich und funktional bestimmten zentralen Versorgungsbereichen (gemäß §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 34 (3), 9 (2a) BauGB, § 11 (3) BauNVO) sowie die Genehmigung von Einzelhandelsvorhaben im Vordergrund der Betrachtungen. Sortimentslisten sind z. B.

- für Sortimentsbindungen bei der Festsetzung von Sondergebieten für den großflächigen Einzelhandel (insbesondere mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten),
- bei der Zulässigkeit, dem Ausschluss bzw. der ausnahmsweisen Zulässigkeit des sortimentspezifischen Einzelhandels in unterschiedlichen Baugebieten nach §§ 1-11 BauNVO unter Bezugnahme auf § 1 (5) und (9) BauNVO sowie
- bei sortimentspezifischen Festsetzungen in einfachen Bebauungsplänen im bislang unbeplanten Innenbereich nach § 9 (2a) BauGB relevant.

Nur durch eine konsequente Ausschöpfung des Bauplanungsrechts kann – mit Hilfe der Sortimentslisten – beispielsweise in Gewerbegebieten durch Bebauungsplanfestsetzungen gemäß § 1 (9) BauNVO sowie in bislang unbeplanten Innenbereichen nach § 9 (2a) BauGB nahversorgungs- und zentrenrelevanter Einzelhandel gänzlich ausgeschlossen und dadurch das Zentrengefüge geschützt werden⁴⁶. Denn für die Zentrenstruktur einer Kommune können nicht nur großflächige Einzelhandelsbetriebe oder Einkaufszentren außerhalb der dafür bestimmten zentralen Versorgungsbereiche, sondern auch der nicht großflächige Einzelhandel (bis zu 800 m² Verkaufsfläche) mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Sortimenten negative städtebauliche Auswirkungen haben. Dies gilt insbesondere im Zusammenhang mit der Ansiedlung von Lebensmitteldiscountern oder Fachmärkten mit zentrenrelevanten Kernsortimenten. Diese operieren zuweilen

⁴⁴ vgl. dazu U. Kuschnerus: Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 485

⁴⁵ vgl. dazu u. a. den Beschluss des Bundesverwaltungsgerichts vom 10.11.2004 (BVerwG – 4 BN 33.04) sowie auch das Urteil des Oberverwaltungsgerichts für das Land Nordrhein-Westfalen vom 30.1.2006 (OVG NRW – 7 D 8/04.NE)

⁴⁶ vgl. dazu das Urteil des OVG NRW vom 25.10.2007 (OVG 7 A 1059/06)

bewusst knapp unterhalb der Großflächigkeitsgrenze, um nicht gemäß § 11 (3) BauNVO kern- oder sondergebietspflichtig zu werden.

Zur Steuerung des Einzelhandels ist daher eine ortsspezifische Sortimentsliste notwendig, die einen Bezug zu den **lokalen Verhältnissen**, aber auch zu den **lokalen Entwicklungsperspektiven** aufweist. Ein Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen innenstadt- und nahversorgungsrelevanter Sortimente im Rahmen der bauleitplanerischen Steuerung reicht nicht aus, ist rechtsfehlerhaft und kann zur Unwirksamkeit von sich darauf berufenden Bebauungsplänen führen⁴⁷.

Begriffsdefinition

Da es in der Planungspraxis durchaus unterschiedliche Definitionen grundlegender Begriffe gibt, wird im Folgenden ein Kriterienkatalog dargelegt, nach dem nahversorgungsrelevante, zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente⁴⁸ zu unterscheiden sind. Im Hinblick auf diese in der Praxis übliche Differenzierung bestimmen die rechtlichen Rahmenbedingungen, der Standort an dem die Sortimente angeboten werden sowie eine mögliche Zielformulierung die Zuordnung zu einer der genannten Kategorien.

- **Zentrenrelevante Warengruppen** sind in der Regel für einen attraktiven Warengruppenmix notwendig und bedürfen einer zentralen Lage, da sie sich nicht nur durch die hohe Erzeugung von Besucherfrequenzen und ihre hohe Ausstrahlungskraft auszeichnen, sondern ihrerseits auch selbst auf andere Frequenzbringer angewiesen sind. Dementsprechend sind solche Sortimente in zentralen Lagen am stärksten vertreten und verfügen idealerweise über eine hohe Seltenheit bzw. Überschussbedeutung. Ferner weisen sie Kopplungsaffinitäten zu anderen Einzelhandelsbranchen bzw. Zentrenfunktionen auf, haben überwiegend einen relativ geringen Flächenanspruch und lassen sich häufig als sogenannte „Handtaschensortimente“ Pkw-unabhängig transportieren. Insbesondere den Warengruppen und Sortimenten der mittelfristigen Bedarfsstufe kommt hierbei eine hohe Leitfunktion für die Innenstadt zu.
- **Nahversorgungsrelevante Sortimente** sind eine Teilgruppe der zentrenrelevanten Sortimente und dienen der kurzfristigen bzw. täglichen Bedarfsdeckung. Sie nehmen insbesondere in Klein- und Mittelstädten, aber auch in Grund- und Nahversorgungszentren zentrenprägende Funktionen ein. Eine Ansiedlung an Einzelstandorten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche kann bei entsprechender Dimensionierung im Sinne einer wohnortnahen Grundversorgung sinnvoll sein. Unter Berücksichtigung des Einzelfalls sind daher hier sachgerechte Standortentscheidungen mit dem Ziel, eine möglichst verbrauchernahe Versorgung mit z. B. Lebensmitteln oder Gesundheit und Körperpflegeartikeln zu gewährleisten und den Regelungsinhalten des § 11 (3) BauNVO sowie betriebsbedingter Anforderungen zu entsprechen, zu treffen.

⁴⁷ vgl. dazu auch die Urteile des OVG NRW vom 3.6.2002 (OVG NRW, 7a D 92/99.NE) sowie vom 30.1.2006 (OVG NRW, 7 D 8/04.NE)

⁴⁸ Als Sortiment wird die Gesamtheit der von einem Handelsbetrieb angebotenen Warenarten (-sorten) verstanden. Der typische Charakter des Betriebes wird von seinem Kernsortiment (z. B. Möbel, Nahrungsmittel, Getränke) bestimmt. Das Randsortiment dient der Ergänzung des Angebots und muss sich dem Kernsortiment deutlich unterordnen (z. B. Glas/Porzellan/Keramik im Möbelhaus).

- Bei **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** handelt es sich schwerpunktmäßig um solche Waren, die zentrale Standorte nicht prägen und aufgrund ihrer Größe und Beschaffenheit überwiegend an nicht integrierten Standorten angeboten werden (z. B. Baustoffe). Angesichts ihrer meist sehr großen Flächenansprüche (z. B. Möbel) haben diese Sortimente in der Regel – wie auch in Eschwege – für den innerstädtischen Einzelhandel keine oder nur eine sehr untergeordnete Bedeutung und besitzen somit im Umkehrschluss keine oder nur sehr geringe Folgewirkung(en) für die zentralen Einkaufsbereiche. Allerdings ist bei diesen Betrieben zunehmend die Problematik der Randsortimente von Bedeutung. So weisen z. B. Möbelmärkte in den Randsortimenten, die nicht selten 10 % der Gesamtverkaufsfläche (und mehr) umfassen, ein umfangreiches Sortiment im Bereich der Haushaltswaren oder Heimtextilien auf, das in seinen Dimensionen teilweise das Angebot in zentralen Lagen übertreffen kann. Durch die zunehmende Bedeutung für den betrieblichen Umsatz ist eine aus Betreibersicht forcierte Ausweitung der zentrenrelevanten Sortimente zu beobachten.

Landesplanerische Vorgaben in Hessen

Bei der Aufstellung der ortstypischen Sortimentsliste sind auch die landesplanerischen Vorgaben zur Unterscheidung zentrenrelevanter (innenstadtrelevanter) und nicht zentrenrelevanter Waren zu berücksichtigen. Im Landesentwicklungsplan Hessen 2020⁴⁹ (LEP Hessen 2020, Kapitel 6 Großflächiger Einzelhandel) mit neuen Zielen und Grundsätzen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels in Hessen ist ein Katalog formuliert, der den Mindestumfang zentrenrelevanter Sortimente aufzeigt. Diese Liste soll als Umsetzungsorientierung für die Regionalpläne dienen und kann bei entsprechender Begründung angepasst werden.

Folgende Sortimente definiert der LEP Hessen als zentren- bzw. innenstadtrelevant:

- Nahrungs- und Genussmittel (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)
- Drogeriewaren (gleichzeitig nahversorgungsrelevant)

sowie

- Bürobedarf, Schreibwaren
- Bekleidung, Schuhe, Babybedarf
- Bücher
- Elektrokleingeräte, Unterhaltungs- und Kommunikationselektronik, Computer, Foto, Optik
- Haushaltswaren, Einrichtungszubehör, Geschenkartikel
- Lederwaren
- Medizinische, orthopädische, pharmazeutische Artikel
- Spielwaren

⁴⁹ vgl. Landesentwicklungsplan Hessen 2020 – 4. Änderung des LEP Hessen 2000, im Beteiligungsentwurf nach Beschluss der Hessischen Landesregierung vom 16.12.2019 - (LEP Hessen 2020) Kapitel 6 Großflächiger Einzelhandel

- Sportbekleidung, Sportschuhe, Sportartikel, Sportkleingeräte
- Uhren, Schmuck

In der kommunalen Planungspraxis ergeben sich aufgrund der Definition der zentrenrelevanten Sortimente Zuordnungsfragen zu einzelnen Sortimenten, da die gebräuchlichen Sortimentslisten i.d.R. stärker differenziert sind. Darüber hinaus ergeben sich teilweise unterschiedliche Sortimentseinteilungen bzw. -benennungen. Im Rahmen der Aufstellung der Eschweger Sortimentsliste wurden bei den Sortimenten, die nicht eindeutig den zentrenrelevanten Sortimentsgruppen zuzuordnen sind, die lokale Situation sowie die städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt Eschwege näher betrachtet. Die Zentrenrelevanz kann in Einzelfällen in Abhängigkeit von dem vorhandenen Angebotsbestand in den jeweiligen Zentren und in Abhängigkeit von der städtebaulichen Situation differieren.

Herleitung der Eschweger Sortimentsliste

Die Sortimentsliste stellt einen wichtigen instrumentellen Baustein zur Sicherung der städtebaulichen Leitvorstellungen dar. Kuschnerus⁵⁰ stellt im Sinne der Rechtssicherheit folgende Vorgehensweise als sachgerecht bei der Erstellung von Sortimentslisten dar:

- Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts werden die tatsächlich vorhandenen, typischerweise als zentrenrelevant angesehenen Sortimentsgruppen im zentralen Versorgungsbereich, die durch die Bauleitplanung geschützt und gesichert werden sollen, nach ihrem Umfang ermittelt (Sortimente, Verkaufsflächen).
- Die Aufnahme dieser Sortimente in die Liste der zentrenrelevanten Sortimente unterliegt regelmäßig keinen Bedenken, auch wenn dieselben Sortimente gegebenenfalls an anderen – solitären, städtebaulich nicht integrierten Standorten – angeboten werden, wenn entsprechende städtebauliche Zielvorstellungen im Gesamtkonzept formuliert werden, die ein weiteres Angebot dieser Sortimente im zentralen Versorgungsbereich begründen.
- In der Rechtsprechung ist darüber hinaus anerkannt, sogenannte „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem Zentrum zuzuführen. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die ortsspezifische Liste aufgenommen werden (Begründung im Rahmen eines städtebaulichen Konzepts/Einzelhandels- und Zentrenkonzepts notwendig).
- Eine ortsspezifische Liste kann durchaus mit generellen Auflistungen übereinstimmen, sie kann aber auch zu gewissen Abweichungen gelangen. Entscheidend ist, dass die konkrete Ausgestaltung der gemeindespezifischen Liste auf **die örtlichen Verhältnisse abgestimmt und im Hinblick auf die sich hieraus ergebenden konkreten städtebaulichen Erfordernisse motiviert** ist.

Die Zentrenrelevanz ergibt sich demnach vor allem aus

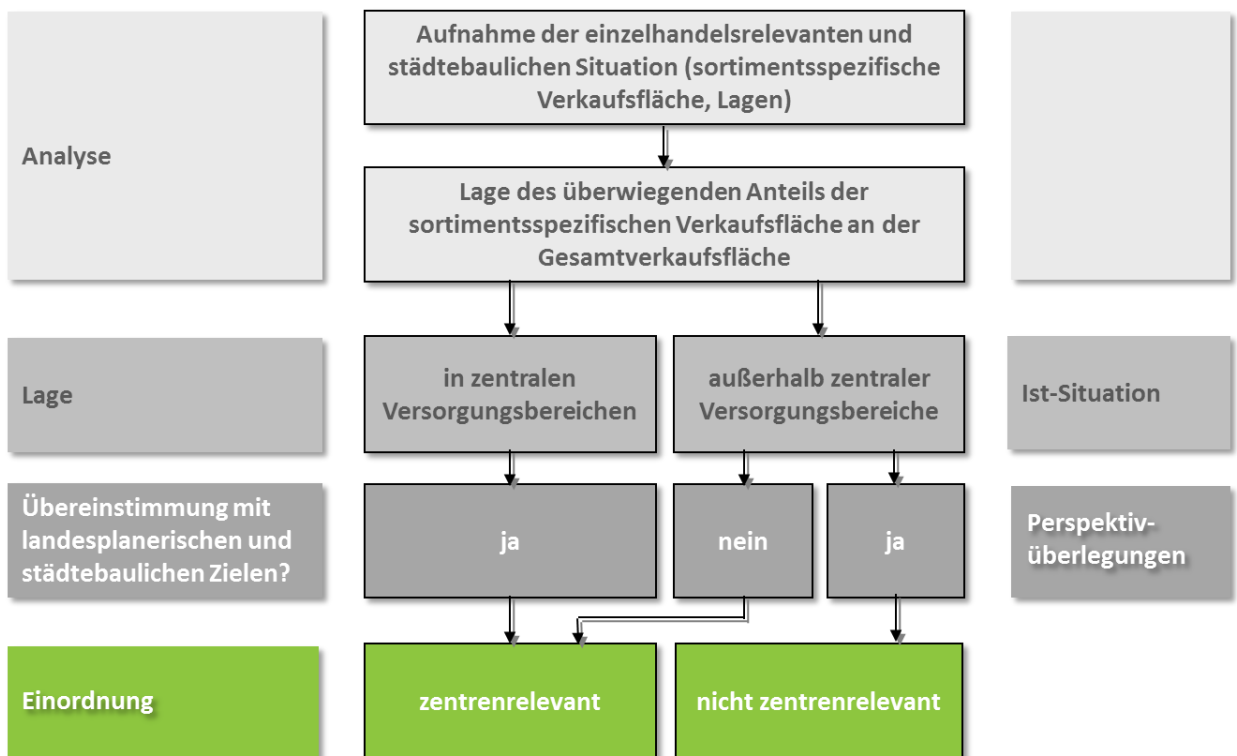
⁵⁰ vgl. Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, 2007, Rd.Nr. 530

- der konkreten Verteilung der Einzelhandelsangebote in der Stadt Eschwege selbst,
- der Leit- oder Magnetfunktion einzelner Anbieter bzw. Sortimente, Kopplungsaffinitäten, quantitativen oder qualitativen Angebotsschwerpunkten, Betriebsstrukturen etc., aber auch
- der allgemeinen Bedeutung der entsprechenden Warengruppen für zentrale Einzelhandelslagen in Eschwege.

Auch wenn das entsprechende Sortiment möglicherweise derzeit nicht oder nur zu einem geringen Anteil im zentralen Versorgungsbereich verortet ist, es aber für die Attraktivität und Lebensfähigkeit des Eschweger Zentrums besonders wichtig ist, kann eine Warengruppe als zentrenrelevant definiert werden, sofern deren Realisierung realistisch ist.

Das folgende Schaubild visualisiert auf Basis der dargelegten Ausführungen das Vorgehen zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der angebotenen Sortimente in der Stadt Eschwege:

Abbildung 22: Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten



Quelle: eigene Darstellung

Basierend auf der differenzierten, sortiments- und lagespezifischen Analyse des Einzelhandels in Eschwege sowie unter Berücksichtigung der im Hinblick auf die Methodik bei der Erstellung von Sortimentslisten dargelegten Kriterien werden die einzelnen Sortimente zunächst aufgrund ihres überwiegenden, zum Zeitpunkt der Erhebung bestehenden, Verkaufsflächenanteils in den Lagen innerhalb bzw. außerhalb des

abgegrenzten zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt aufgeteilt. Unter Berücksichtigung künftiger stadtentwicklungspolitischer Zielvorstellungen zur Stärkung der gewachsenen zentralen Strukturen in Eschwege ergibt sich die im Folgenden dargestellte Eschweger Sortimentsliste mit einer Differenzierung von nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten:

Tabelle 14: Sortimentsliste für die Stadt Eschwege

Zentrenrelevante Sortimente	
<u>hiervon nahversorgungsrelevant</u>	
<i>Backwaren/Konditoreiwaren*</i>	<i>Getränke^{2*}</i>
Blumen*	<i>Nahrungs- und Genussmittel^{3*}</i>
<i>Drogeriewaren^{1*}</i>	<i>pharmazeutische Artikel (Apothekenwaren)⁴</i>
<i>Fleischwaren*</i>	Zeitungen/Zeitschriften*
Angler-, Jagdartikel und Waffen*	<i>Lederwaren/Taschen/Koffer/Regenschirme</i>
<i>Bekleidung</i>	<i>medizinische und orthopädische Artikel¹⁰</i>
Bücher	Musikinstrumente und Zubehör*
<i>Elektrokleingeräte*</i>	<i>Papier, Büroartikel, Schreibwaren</i>
<i>Elektronik und Multimedia^{6*}</i>	<i>Schuhe</i>
<i>Glaswaren, Porzellan, Keramik⁷/Haushaltswaren^{8*}</i>	<i>Spielwaren</i>
Handarbeitsartikel/Kurzwaren/Meterware/Wolle	<i>Sportartikel und -geräte (ohne Sportgroßgeräte)¹¹</i>
Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe*	<i>Sportbekleidung und Sportschuhe</i>
Hobbyartikel ⁹	Teppiche (Einzelware)*
Kinderwagen	<i>Uhren/Schmuck</i>
Lampen/Leuchten/Leuchtmittel*	<i>Wohndekorationsartikel^{12*}</i>
Nicht zentrenrelevante Sortimente (keine abschließende Auflistung)	
Bauelemente/Baustoffe ^{13*}	Matratzen ^{19*}
baumarktspezifisches Sortiment ^{14*}	Möbel ^{20*}
Bettwaren ^{5*}	Pflanzen/Samen*
Campingartikel ^{15*}	Sportgroßgeräte ²¹
Elektrogroßgeräte*	Topfpflanzen/Blumentöpfe und Vasen (Indoor)*
Fahrräder und technisches Zubehör*	Zoologische Artikel*, lebende Tiere, Heim- und Kleintierfutter ^{22*}
Gartenartikel und -geräte ^{16*}	
Kfz ¹⁷ -, Caravan ¹⁸ - und Motorradzubehör*	

Quelle: eigene Darstellung,

* Verkaufsfläche mehrheitlich außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs

kursiv blau dargestellt: zentrenrelevantes Sortiment lt. LEP Hessen 2020 Kapitel 6:

Diese Sortimente geben einen landesplanerischen Mindeststandard zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche vor.

Erläuterungen

1. Drogerie- und Körperpflegeartikel, Wasch-, Putz-, Pflege- und Reinigungsmittel etc., Kosmetikartikel und Parfümeriewaren
2. inkl. Wein/Sekt/Spirituosen
3. inkl. Kaffee/Tee/Tabakwaren
4. nur freiverkäufliche Pharmazeutika
5. Bettwaren umfassen u. a. Kissen, Bettdecken, Matratzenschoner
6. dazu gehören u. a.: Bild- und Tonträger, Computer und Zubehör, Fotoartikel, Telekommunikation und Zubehör, Unterhaltungselektronik und Zubehör
7. Glas, Porzellan, Keramik ohne Pflanzgefäße
8. Haushaltswaren umfassen: Küchenartikel und -geräte (ohne Elektrokleingeräte); Messer, Scheren, Besteck, Eimer, Wäscheständer und -körbe, Besen, Kunststoffbehälter und -schüsseln
9. Künstlerartikel/Bastelzubehör (Bastel- und Malutensilien wie Acryl-, Aquarell-, Öl- und Wasserfarben, Bastelmaterial, Klebstoff, Pinsel, Malblöcke, Staffeleien etc.), Sammlerbriefmarken und -münzen
10. dazu gehören u. a.: Hörgeräte, Optik/Augenoptik, Sanitätsartikel
11. Sportartikel/-kleingeräte ohne Sportgroßgeräte
12. Kunstgewerbliche Artikel/Erzeugnisse, Bilder, Bilderrahmen, Kerzenständer, Statuen, Wohnaccessoires, Dekorationsartikel, Ziergegenstände, Kunstblumen und -pflanzen
13. inkl. Holz
14. dazu gehören u. a.: Bodenbeläge, Eisenwaren und Beschläge, Elektroinstallationsmaterial, Farben/Lacke, Fliesen, Heizungs- und Klimageräte, Kamine/Kachelöfen, Rollläden/Markisen, Sanitärartikel, Tapeten, Installationsmaterial, Maschinen/Werkzeuge
15. zu Camping- und Outdoorartikeln zählen u. a. Zelte, Isomatten, Schlafsäcke (ohne Caravanzubehör, Bekleidung und Schuhe)
16. Gartenartikel und -geräte umfassen Blumenerde, Erden, Torf, Mulch, Bewässerungssysteme, Düngemittel, Garten- und Gewächshäuser, Teichbauelemente und -zubehör; Gartenwerkzeuge wie z. B. Schaufeln, Harken, Scheren; Gartenmaschinen wie z. B. Garten- und Wasserpumpen, Hochdruckreiniger, Laubsauger, Motorsägen, Rasenmäher und -trimmer, Vertikutierer; Grillgeräte und -zubehör; Pflanzenschutzmittel, Regentonnen, Schläuche und Zubehör, Großspielgeräte; Pflanzgefäße (Outdoor auch Terrakotta)
17. Kfz-Zubehör inkl. Autokindersitze
18. zum Caravanzubehör zählen u. a. Markisen, Vorzelte, Wohnwagenheizungen
19. Matratzen ohne Bettwäsche (Heimtextilien)
20. Möbel inkl. Badmöbel, Küchenmöbel, Büromöbel und Gartenmöbel/Polsterauflagen
21. Sportgroßgeräte umfassen u. a. Konditionskraftmaschinen, Großhanteln, Fußball-, Hockey- oder Handballtore, Turnmatten, Billardtische, Rennrodel, Boote
22. inkl. Hygieneartikel für Kleintiere

Die vorliegende Eschweger Sortimentsliste ist, wie eingangs erläutert, ein Ergebnis der gutachterlichen Analysen und Einschätzungen sowie der städtebaulichen Zielsetzungen der Stadt Eschwege. Sie ist uneingeschränkt im gesamten Stadtgebiet anwendbar. Gegenüber der bestehenden Sortimentsliste aus dem Jahr 2009 ergeben sich durch die geänderte Sortimentssystematik (siehe hierzu auch die Erläuterungen zur Sortimentsliste) kleinere Veränderungen. Diese Veränderungen ergeben sich insbesondere daher, dass 2009 bestimmte Sortimente einzeln aufgeführt wurden, die in der neuen Systematik zusammengefasst wurden oder andersherum. Auch gibt es leichte Veränderungen in der Bezeichnung bestimmter Sortimente. **Im Wesentlichen kann festgehalten werden, dass die neue Eschweger Sortimentsliste 2022 die bestehende weitestgehend bestätigt.**

Es sei an dieser Stelle darauf hingewiesen, dass es sich bei der Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente um keine abschließende Liste handelt.

Grundsätzlich ist festzuhalten, dass für nahezu alle als nicht zentrenrelevant eingestufte Sortimente der tatsächliche Verkaufsflächenschwerpunkt auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs liegt. Besonders deutlich wird dies beispielsweise bei Teilsortimenten der Warengruppen Möbel sowie Bau- bzw. Gartenmarktsortimente, die teilweise zu 100 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs angeboten werden.

In Bezug auf die zentrenrelevanten Sortimente zeigt sich hingegen ein differenziertes Bild: Hier ist der Angebotsschwerpunkt einzelner Sortimente nicht in den zentralen Versorgungsbereichen konzentriert, wie es unter städtebaulich-versorgungsstrukturellen Gesichtspunkten wünschenswert wäre (beispielsweise Elektronik/Multimedia, Glas/Porzellan/Keramik/Haushaltswaren und Wohndekorationsartikel).

Die konkrete Einstufung einzelner Sortimente lässt sich wie folgt näher erläutern:

- Im Verkaufsflächenbestand befinden sich nahezu alle **nahversorgungsrelevanten Sortimente** mehrheitlich nicht innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs, sondern einerseits in städtebaulich integrierten Lagen, wo sie einen Beitrag zur wohnungsnahen Grundversorgung der Bevölkerung leisten. Andererseits befinden sich nicht unbeträchtliche Anteile der Verkaufsfläche in diesen Sortimenten auch an den Sonderstandorten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Lagen. Dabei besitzen insbesondere Lebensmittel- und Drogeriemärkte eine wichtige Frequenzbringer- und Magnetfunktion für städtische Zentren und bilden somit zentrenbedeutende Bausteine. Nicht nur im Hinblick auf die Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs, sondern auch unter dem Gesichtspunkt der wohnungsnahen Grundversorgung ist es wichtig, nahversorgungsrelevante Sortimente im zentralen Versorgungsbereich zu stärken. Eine Verdichtung/Ausdehnung des sortimentspezifischen Angebots an den Sonderstandorten oder anderen städtebaulich nicht integrierten Standorten im Stadtgebiet über das bereits genehmigte Maß hinaus ist dagegen im Sinne des Schutzes sowie der Aufrechterhaltung eines engmaschigen Grundversorgungsnetzes – u. a. auch mit funktionsfähigen wie kleinteiligen Nahversorgungsstandorten – konsequent zu verhindern. Aus diesen Gründen sind alle nahversorgungsrelevanten Sortimente zugleich auch zentrenrelevant.

- **Getränke** werden zwar zuweilen nicht mehr als zentrenrelevant angesehen, wenn diese in Kisten und größeren Mengen in **Getränkemärkten** eingekauft werden. Eine generelle Definition als nicht zentrenrelevantes Sortiment ist jedoch problematisch, da nicht nur die Artikelgruppe, sondern das ganze Sortiment bewertet wird. Das in einem solchen Markt hauptsächlich angebotene Getränkesortiment gehört zweifellos zu den nahversorgungsrelevanten Sortimenten. Der Getränkemarkt ist kein spezielles Sortiment mit großem Flächenbedarf, sondern eine Betriebsform neben anderen Betriebsformen, in denen (auch) Getränke verkauft werden. Dass in einem Getränkemarkt Getränke auf großen Flächen angeboten werden, kann nicht die Annahme rechtfertigen, dass Getränke typischerweise und damit generell einen großen Flächenbedarf erzeugen. Eine Differenzierung zwischen Getränken, die in Getränkemarkten angeboten werden einerseits und Getränken, die in anderen Betriebstypen angeboten werden andererseits, ist bei der bauleitplanerischen Einzelhandelssteuerung nicht vorgesehen und wäre in der Praxis auch nicht einzuhalten. Getränke werden auch kistenweise in Lebensmittelmärkten verkauft und ebenso finden sich Einzelflaschen (u. a. hochwertige Weine/Sekt/Spirituosen) auch in Getränkemarkten. Zudem ist die Betriebsform Getränkemarkt häufig in zentralen Bereichen zu finden und nicht zwangsläufig auf Standorte außerhalb der Zentrenstruktur angewiesen.
- Die Sortimentsgruppen **Glas/Porzellan/Keramik, Haushaltswaren** und **Heimtextilien, Gardinen/Dekostoffe** sind anteilig überwiegend nicht im zentralen Versorgungsbereich der Stadt Eschwege zu finden, zählen jedoch zum festen Bestandteil eines attraktiven und breit gefächerten Angebots insbesondere eines innerstädtischen Geschäftszentrums. Die Angebotsbreite und -tiefe in diesen innerstädtischen Leitsortimenten sind wesentlich für die Ausstrahlungskraft eines Zentrums sowie seine kundenseitige Inanspruchnahme. Daher sind diese Sortimentsgruppen zwingend in ihrer Gesamtheit als zentrenrelevant einzustufen, was auch durch die landesplanerischen Vorgaben gestützt wird.
- Die Sortimente **Lampen, Leuchten, Leuchtmittel** und **Teppiche (Einzelware)** waren bislang in der örtlichen Sortimentsliste als zentrenrelevant vertreten und werden in Eschwege aktuell vor allem außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches sowie ausschließlich als Randsortiment angeboten. Im Hinblick auf ein vielfältiges Angebot zur Sicherung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereiches wird weiterhin eine Einordnung als zentrenrelevantes Sortiment empfohlen.
- **Zoologische Artikel** (inkl. lebende Tiere und Tiernahrung) gibt es heute fast ausschließlich in Zoofachmärkten. Auch in Eschwege werden diese Sortimente zu etwa 85 % außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angeboten. Eine Weiterentwicklung in diesen Angebotssegmenten ausschließlich auf den zentralen Versorgungsbereich zu beschränken erscheint den aktuellen Entwicklungen moderner Fachanbieter dieser Branche sowie den realen Gegebenheiten in Eschwege nicht angemessen. Diese Sortimentsgruppen werden insofern (auch in Anlehnung an die Eschweger Sortimentsliste 2013) als nicht zentrenrelevant definiert.
- Das Sortiment **Fahrräder und technisches Zubehör** wird in Eschwege im Schwerpunkt durch zwei Anbieter in städtebaulich integrierter Lage sowie einen Anbieter

im zentralen Versorgungsbereich angeboten. Marktseitig ist jedoch ein Trend zu großflächigen Fachmärkten außerhalb zentraler Lagen zu beobachten (z.B. Megabike, LuckyBike). Derzeit findet in vielen Kommunen eine intensive Diskussion im Zusammenhang mit der Differenzierung des Sortiments Fahrräder von der übergeordneten Warengruppe Sportartikel statt. Sportartikel besitzen unbestritten, insbesondere unter Berücksichtigung von Sportbekleidung und -schuhen, eine wichtige Magnetfunktion für (innerstädtische) Zentren. Fachabteilungen und Spezialgeschäfte einzelner Warengruppen tragen darüber hinaus zur Vielfalt des Angebots bei. Großflächige Anbieter außerhalb zentraler Lagen – mit vergleichbaren Angeboten – verschärfen in der Regel den Wettbewerb. Vielfach ist aber auch zu beobachten, dass die Entwicklungschancen der Anbieter in den Zentren begrenzt sind und diese nach Standorten außerhalb der Zentren streben, an denen sie ihre Waren zeitgemäß anbieten können. Vor dem Hintergrund dieser Entwicklungen wird das Sortiment Fahrräder und technisches Zubehör **als nicht zentrenrelevant eingeordnet**.

- Das Sortiment **Sportgroßgeräte** (dazu zählen z. B. Boote oder Billardtische) wurde in der Fortschreibung der Sortimentsliste als Teilsortiment ausgegliedert und aufgrund seiner besonderen Angebotscharakteristika (u.a. Platzbedarf, Transportfähigkeit) als nicht zentrenrelevant eingestuft.

10 Ansiedlungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts bilden gesamtstädtische **stadtentwicklungspolitische Zielvorstellungen für die Stadt Eschwege** (vgl. Kapitel 7) die übergeordnete Betrachtungsebene, aus der grundsätzliche Strategien zur künftigen räumlichen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Eschwege abgeleitet werden.

Diese als **Ansiedlungsregeln** formulierten Leitlinien zum Umgang mit Einzelhandelsbetrieben bilden Grundlagen für die Bewertung einzelner Standorte hinsichtlich ihrer Eignung als perspektivische Einzelhandelsstandorte und helfen, potenzielle Ansiedlungs- wie Erweiterungsvorhaben hinsichtlich ihrer Zentrenverträglichkeit zu beurteilen.

Der wesentliche Vorteil dieser **gesamtstädtischen Betrachtungsweise** ist, dass mögliche Summenwirkungen von unterschiedlichen Vorhaben, aber auch des bereits vorhandenen Einzelhandelsbestands außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt berücksichtigt werden. Dadurch können Umsatzumverteilungen die städtebauliche Relevanzschwelle – abweichend zur Einzelfallbetrachtung – (z. T. deutlich) übersteigen und somit mögliche negative städtebauliche Auswirkungen auf die Versorgungsstruktur aufgezeigt werden.

Die nachfolgend aufgeführten Regelungen werden unter Berücksichtigung der aktuellen Rechtsprechung für Eschwege eingeführt, so dass diese Ansiedlungsregeln zukünftig bei der Neuansiedlung, Verlagerung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben angewandt werden können.

Zur Verbindlichkeit und Anwendung dieser Ansiedlungsregeln ist vorab noch folgendes herauszustellen:

- die Regeln haben **keine unmittelbare Wirkung**, sondern stellen Grundsätze für die politische Willensbildung und Entscheidungsfindung sowie die Bauleitplanung dar,
- für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die **bauplanungsrechtliche Situation** maßgebend,
- die Ansiedlungsregeln betreffen **zukünftige Einzelhandelsentwicklungen**, d. h. sie gelten für Neuansiedlungen, Erweiterungen und Verlagerungen von Betrieben,
- **bestehende** bzw. genehmigte **Einzelhandelsbetriebe** bleiben – bezogen auf den genehmigten Bestand – von den formulierten Regeln unberührt (**Bestandsschutz**).

10.1 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten

Ansiedlungsregel 1:

- a) Standorte für Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sollen zukünftig im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.
 - b) Je nach Lage und Verkaufsflächendimension können sie sich zur wohnortnahen Grundversorgung auch in städtebaulich integrierten Lagen (als Nahversorgungsstandorte) befinden.
 - c) Standorte für Drogeriemärkte sollen konsequent nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt liegen.
- a) Die maximale Dimensionierung eines Betriebes innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs soll sich an der Versorgungsfunktion des Standorts orientieren:
 - Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt: **gesamtstädtische Versorgungsfunktion**
 - b) Einzelhandelsbetriebe (mit dem Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel) können außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs in städtebaulich integrierten Lagen (z. B. in Misch- oder Dorfgebieten) möglich sein, wenn sie
 - der Nahversorgung dienen (d. h. die Kaufkraftabschöpfung eine Quote von in der Regel 35 bis zu maximal 50 % der sortimentspezifischen Kaufkraft im Nahbereich/im funktionalen Versorgungsgebiet nicht übersteigt),
 - städtebaulich in Wohnsiedlungsbereiche integriert sind,
 - auch fußläufig für möglichst viele Menschen erreichbar sind (i. d. R. 5.000 Einwohner⁵¹ in einer 600 m-Distanz),
 - keine negativen städtebaulichen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche und die wohnortnahen Versorgungsstrukturen zu erwarten sind.

Erläuterungen:

Neuansiedlungen sowie Erweiterungen bestehender Betriebe mit dem Angebotschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich sollen vor dem Hintergrund geschehen, **die Nahversorgung zukünftig zu sichern und zu verbessern**. Da die Nahversorgung jedoch nicht ausschließlich über die Innenstadt gewährleistet werden kann, sind unter bestimmten Bedingungen auch ergänzende Nahversorgungsstandorte im Sinne einer flächendeckenden Nahversorgung möglich. Sie dürfen die

⁵¹ Im Hinblick auf die Stärkung der Grundversorgung durch zusätzliche, strukturprägende Lebensmittelanbieter ist festzuhalten, dass aus einzelbetriebswirtschaftlicher Sicht eine entsprechende Mantelbevölkerung (einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial) vorhanden sein muss. Sie liegt im Hinblick auf heutige Marktzutrittsgrößen bei rund 5.000 Einwohnern.

wohnnortnahe Grundversorgung im Stadtgebiet jedoch nicht im Bestand gefährden bzw. gewünschte Entwicklungen beeinträchtigen.

In **städtebaulich integrierten Lagen** außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (nicht in Allgemeinen Wohngebieten) können klein- und großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten sinnvoll und möglich sein, wenn dadurch eine Versorgungslücke im Nahbereich geschlossen werden kann. Neben der Voraussetzung einer vorrangigen Nahversorgungsfunktion ist hierbei sicherzustellen, dass vom Vorhaben keine negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich oder die Standortstruktur im Sinne des Einzelhandelskonzepts ausgehen.

Als **städtebaulich integrierte Lage** im Sinne des Einzelhandelskonzepts werden Standorte definiert, deren direktes Umfeld in mindestens zwei Haupt-Himmelsrichtungen von zusammenhängender Wohnbebauung geprägt ist und für die eine fußläufige Erreichbarkeit gegeben ist, ohne dass städtebauliche Barrieren (wie zum Beispiel Hauptverkehrsstraßen ohne geeignete Querungsmöglichkeiten oder Bahngleise) den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Als **funktionales Versorgungsgebiet** ist regelmäßig derjenige Bereich zu definieren, den das Planvorhaben fußläufig versorgen soll:

Im Falle eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens in relativ kompakten Siedlungsbereichen (wie sie in der Kernstadt vorzufinden sind) würde ein zu versorgendes Gebiet als Nahbereich definiert werden. Dieser entspricht der fußläufigen Erreichbarkeit in einer Entfernung von rd. 600 m, um die vorstehenden Bedingungen zu erfüllen.

Darüber hinaus ist Eschwege allerdings durch disperse Siedlungsstrukturen und kleinere Ortsteile gekennzeichnet. Entsprechend gibt es dünn besiedelte und aufgelockerte Siedlungsbereiche mit geringerer Bevölkerungsdichte, die über keine eigenständigen Versorgungsstrukturen verfügen. Um auch in diesen Bereichen eine funktionierende und zukunftsfähige Nahversorgung zu ermöglichen, kann bei der Einordnung und Bewertung von Vorhaben unter Umständen auf größere Siedlungsbereiche innerhalb Eschweges zurückgegriffen werden bzw. Stadtteile zusammengefasst werden, die räumliche/funktionale Beziehungen zu dem Planvorhabenstandort aufweisen können (funktional zugewiesenes Versorgungsgebiet/Einzelfallprüfung).

In jedem Fall ist bei der möglichen Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (Nahrungs- und Genussmittel/Lebensmittel) **in städtebaulich integrierter Lage eine Einzelfallbetrachtung unter Einbeziehung der o. a. Indikatoren durchzuführen** sowie eine dezidierte Abwägung aller einzelhandelsrelevanten städtebaulichen Belange erforderlich.

Von kleinteiligen Betriebseinheiten mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment bis **100 m² Verkaufsfläche** (bspw. Bäckereien in MI- oder MD-Gebieten) gehen in der Regel keine Negativauswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich aus, da sie der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen, d.h. die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des Standorts gewährleistet ist. Diese unterliegen damit nicht der Regelungssystematik des

Einzelhandelskonzepts. Grundvoraussetzung ist allerdings, dass es sich bei den Standorten um **städtebaulich integrierte Standorte** handelt. Es wird dabei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass mit der Bagatellgrenze kein Anlagentyp im Sinne der BauNutzungsverordnung (BauNVO) definiert wird und somit auch nicht in textliche Festsetzungen eines Bebauungsplans übernommen werden darf.

Eine über den Bestandsschutz hinausgehende Erweiterung der bestehenden sowie eine Ansiedlung von zusätzlichen nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsbetrieben an den **Gewerbe- oder Sonderstandorten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Standorten** ist hingegen auszuschließen. Insbesondere Standorte innerhalb von Gewerbe- und Industriegebieten (mögliche Ausnahmen: Kioske und „Convenience-Stores“, Verkaufsstätten i. S. d. „Handwerkerprivilegs“ s.u.) sind ausdrücklich ausgeschlossen, um den Charakter dieser Gebiete zu erhalten.

Verkaufsstätten mit nahversorgungsrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten) ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.

c) **Umgang mit der Ansiedlung von Drogeriemärkten in der Stadt Eschwege**

Entwicklungen der Drogeriemarkt-Branche

Mit der Schlecker-Insolvenz im Jahre 2012 erlebten die Anzahl und der Umsatz der Drogeriemärkte in Deutschland einen deutlichen Einbruch. Die Zahl sank von 2011 bis 2012 von rund 10.250 auf 3.855 Märkte und damit um mehr als 60 %. Damit einher ging eine deutliche Ausdünnung des Filialnetzes, was vor allem in dünner besiedelten Bereichen und im ländlichen Raum zu Versorgungslücken führte. Der Umsatz, den alle Drogeriemärkte in Deutschland verzeichnen, sank von 13,5 Mrd. Euro im Jahre 2011 auf 11,8 Mrd. Euro im Jahre 2012 um rund 13 %.

Seither hat sich der Umsatz jedoch sehr gut erholt. Auch die Anzahl der Betriebe ist stetig angestiegen, wobei die Anzahl aus dem Jahre 2011 längst nicht erreicht wird. Anfang 2019 gab es 4.855 Märkte. Das entspricht einem Anteil von 47 % gegenüber 2011. Dabei ist festzuhalten, dass besonders die Wettbewerber dm-Drogeriemarkt und Rossmann deutliche Entwicklungen erfahren haben. Diese „neuen“ Märkte unterscheiden sich sowohl in den Verkaufsflächengrößen (500-800 m²) deutlich von Schlecker-Märkten (150-250 m²), als auch im Angebot sowie im Erscheinungsbild (breiteres Angebot, niedrige Regale, breitere Gänge, Lichtdesign etc.). Die Unternehmen wählen für die Ansiedlung von Drogeriemärkten vor allem Standorte mit hoher Kundenfrequenz, guter Verkehrsanbindung (guten Parkmöglichkeiten, Anbindung an den öffentlichen

Nahverkehr) und entsprechend hohen Umsatzerwartungen (und nicht wie Schlecker mit geringen Ladenmieten in Randlagen oder Vorstädten). Folgende Standorte stehen im Blickwinkel der Expansion:

- innerstädtische 1A und 1B-Lagen
- Einkaufszentren
- Fachmarktzentren
- Nahversorgungs- und Stadtteilzentren
- Verbundstandorte mit gut frequentierten Lebensmittelmärkten

Die Expansionsbestrebungen der Unternehmen zielen damit nicht nur auf Lagen in den städtischen Zentren (zentralen Versorgungsbereichen) ab, sondern auch auf Lagen außerhalb der Zentren. Dabei handelt es sich sowohl um wohnsiedlungsräumlich integrierte Standorte als auch um nicht integrierte Standorte (an Hauptverkehrsstraßen oder in Gewerbegebieten bzw. an Fachmarktstandorten). Nicht zuletzt aufgrund ihrer Gesamtverkaufsfläche entwickeln moderne Drogeriemärkte außerhalb der Zentren jedoch eine Ausstrahlungskraft, die deutlich über den Nahbereich hinausreicht, so dass ihnen i. d. R. keine reine Nahversorgungsfunktion zukommt. Dabei findet aufgrund der Flächenansprüche, die unter 800 m² und damit der Großflächigkeit liegen, häufig keine eingehende planerische Auseinandersetzung mit entsprechenden Ansiedlungsbegehren statt.

Handlungsempfehlung zum planerischen Umgang mit diesem Sortiment in Eschwege:

Das Angebot an Drogeriewaren wird in der Stadt Eschwege, wie auch in vielen anderen Städten, vor allem in Fachmärkten (Drogeriemärkten) sowie als typisches Randsortiment in Lebensmittelmärkten (Verbrauchermarkt, Lebensmittelvollsortimenter, Lebensmittel-discounter) angeboten. Im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt wird das Sortiment in jeweils einem Drogeriemarkt der beiden Marktführer Rossmann und dm⁵² sowie zwei Fachgeschäften angeboten. Darüber hinaus ist es als Randsortiment in weiteren Geschäften, dort allerdings in sehr geringem Umfang, vorhanden.

Ansonsten stehen die größten Verkaufsflächen dieses Sortiments in den großflächigen Lebensmittelmärkten zur Verfügung, v. a. im Kaufland am Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße und im Herkules E-Center an der Augustastraße.

Zur absatzwirtschaftlichen Tragfähigkeit von Drogeriewaren in der Stadt Eschwege ist folgendes festzuhalten:

In Eschwege leben rund 20.000 Einwohner. Diese verfügen über ein einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotenzial in der Warengruppe Drogerie/Parfümerie/Kosmetik (ohne pharmazeutische, medizinische Artikel) von 261 Euro/Kopf bzw. rund 5,1 Mio. Euro⁵³

⁵² Der Markt hat Ende 2022 geschlossen.

⁵³ IFH Retail Consultants, Köln – Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021

insgesamt. Legt man die Flächenproduktivitäten der Marktführer zugrunde (2021: dm-drogerie markt 6.855 Euro/m² Verkaufsfläche⁵⁴; Rossmann 5.822 Euro/m² Verkaufsfläche⁵⁵) und geht davon aus, dass die Umsätze von Drogeriewaren zu rund 40 % von Drogerien selbst getätigt werden, ergeben sich (bei rechnerischer 100 % Abschöpfung der lokalen Kaufkraft) Potenziale (auch) für große Drogeriemärkte, allerdings unter der Schwelle der Großflächigkeit.

Die Stadt Eschwege ist jedoch aus rein quantitativer Sicht überdurchschnittlich gut mit Drogeriewaren ausgestattet. Dies belegt auch der hohe Zentralitätswert von 2,33 (vgl. Kapitel 5.1). Handlungsdruck entsteht allenfalls aufgrund einzelbetrieblicher Ansprüche⁵⁶. **Das bedeutet jedoch nicht, dass es keine Ansiedlung von Drogeriemärkten in Eschwege mehr geben kann**, sondern bei dem bereits ausgeschöpften Kaufkraftpotenzial ist der Standort umso entscheidender.

Für eine Stadt der Größe Eschweges und des bereits erhöhten Wettbewerbs innerhalb der Stadt, muss **der räumliche Ansiedlungsschwerpunkt für einen Drogeriemarkt aus versorgungsstruktureller Sicht im zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt) der Stadt Eschwege liegen**. Drogeriemärkte sind in der Regel hoch frequentierte Geschäfte. **Diese Frequenzen sollten in Eschwege unbedingt innerhalb der Innenstadt generiert werden und keinesfalls außerhalb.**

10.2 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ansiedlungsregel 2:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente) sollen im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt liegen.

Standorte für **großflächige Einzelhandelsbetriebe** i. S. v. § 11 (3) BauNVO mit zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Eschweger Sortimentsliste (ohne nahversorgungsrelevante Kernsortimente gemäß Ansiedlungsregel 1) sollen konsequent im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt liegen.

Standorte für **nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe** mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen ebenfalls im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt liegen und können, bei nachgewiesener Versorgungsfunktion auch außerhalb in städtebaulich integrierten Lagen liegen: Innerhalb der Siedlungsbereiche (z. B. in Dorfgebieten (MD))

⁵⁴ Hahn Gruppe: Retail Real Estate Report Germany 2022/2023, 17. Ausgabe

⁵⁵ ebenda

⁵⁶ So weist der Drogeriemarkt dm in der Eschweger Innenstadt unter den o.g. Gesichtspunkten keine moderne und marktgängige (-übliche) Größenordnung auf, was den Betreiber dazu veranlassen könnte, nach einem neuen Standort zu suchen, der möglicherweise nicht in der Innenstadt zu realisieren ist. Ende des Jahres 2022 hat die Drogeriemarktkette den innerstädtischen Standort verlassen (Erhebungsstand Mai 2022).

oder Mischgebieten (MI) gemäß Baunutzungsverordnung) sind nicht großflächige Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment möglich, wenn sie der spezifischen Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsgebiet des Standorts dienen („Gebietsversorger“). Bezogen auf die in Eschwege vorhandenen Siedlungsstrukturen trifft dies fast ausnahmslos auf kleinteilige Betriebseinheiten mit in der Regel **bis zu 100 m² Verkaufsfläche** zu. Diese unterliegen damit nicht der Regelungssystematik des Einzelhandelskonzepts. Grundvoraussetzung ist allerdings, dass es sich bei den Standorten um **städtebaulich integrierte Standorte** handelt. Es wird dabei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass mit der Bagatellgrenze kein Anlagentyp im Sinne der Baunutzungsverordnung (BauNVO) definiert wird und somit auch nicht in textliche Festsetzungen eines Bebauungsplans übernommen werden darf.

Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen nicht in **Gewerbe- und Industriegebieten** oder anderen **städtebaulich nicht integrierten Lagen** angesiedelt werden.

Ausnahme: Verkaufsstätten mit zentrenrelevanten Artikeln von produzierenden, weiterverarbeitenden oder Handwerksbetrieben („Handwerkerprivileg“) können auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen (z. B. in GE-Gebieten ausnahmsweise zugelassen werden, wenn die Verkaufsfläche

- dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- in betrieblichem Zusammenhang errichtet ist,
- dem Hauptbetrieb flächenmäßig und umsatzmäßig deutlich untergeordnet ist und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten ist.

Erläuterungen:

Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment sollen in den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt der Stadt Eschwege gelenkt werden, um diesen Standort in seiner Versorgungsbedeutung zu sichern und weiter zu entwickeln sowie einen ruinösen, städtebaulich schädlichen Wettbewerb der verschiedenen Einzelhandelsstandorte untereinander zu vermeiden. **Dies gilt insbesondere für großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment**, die konsequent in den zentralen Versorgungsbereich gelenkt werden sollen.

Insbesondere bei Neuansiedlungen von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sollten folgende Kriterien geprüft werden:

- die Lage des Vorhabenstandorts, insbesondere im Hinblick auf die Möglichkeit einer städtebaulichen Verknüpfung mit bestehenden Strukturen zur künftigen Nutzung von Synergien,
- die Größe (Verkaufsfläche) und das Warenangebot (Betriebstyp, Warenangebot) des Vorhabens vor dem Hintergrund einer kommunalen und regionalen Verträglichkeit sowie
- die Funktion im Sinne einer Ergänzung/Diversifizierung des bestehenden Angebots.

Auch nicht großflächige Betriebe sind funktionsbestimmend für den zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt. Daher impliziert der Grundsatz einen **konsequenten Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs** in Eschwege. Insbesondere die Ansiedlung mehrerer kleinflächiger Einzelhandelsbetriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs kann in der Summenwirkung dazu führen, dass dessen Funktionsfähigkeit beeinträchtigt wird. Die Zielsetzung der **Erhaltung und Entwicklung** der Eschweger Innenstadt, erfordert es, auch nicht großflächige zentrenrelevante Einzelhandelsbetriebe möglichst auf den zentralen Versorgungsbereich zu lenken.

Jedoch sieht der Gesetzgeber unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit (mit Ausnahme des § 34 Absatz 3 BauGB) keinen Prüfbedarf und damit auch keinen expliziten Regelungsbedarf. Trifft dies auf Lebensmittelmärkte in der überwiegenden Mehrheit der Ansiedlungsfälle sogar zu, muss dies für andere zentrenrelevante Branchen (wie z. B. Bekleidung, Schuhe, Elektronik) klar verneint werden. Fachmärkte mit einer Größenordnung von beispielsweise 500 m² Verkaufsfläche erreichen schnell relativ hohe Verkaufsflächenanteile im Verhältnis zu dem jeweiligen sortimentspezifischen Angebot im zentralen Versorgungsbereich, so dass spätestens in der Summe mehrerer solcher Vorhaben städtebauliche Folgewirkungen sehr wahrscheinlich wären. Will man dies verhindern wissen, ist die Konsequenz ein gänzlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel in Gebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs. Ist dies z. B. in Gewerbe- und Industriegebieten, in Sondergebieten ohne Einzelhandelsvorprägung sowie in reinen Wohngebieten städtebaulich sinnvoll und rechtlich auch einfach umsetzbar, so schwer – auch und insbesondere im Hinblick auf die politische Vermittelbarkeit dieser möglichen Erforderlichkeit – stellt sich dieser **Ausschluss für Mischgebiete** bzw. für **allgemeine Wohngebiete** dar.

Auch die Stadt Eschwege weist, ebenso wie zahlreiche andere Kommunen, z. T. traditionell gewachsene kleinere Versorgungsangebote und -strukturen auf, die in der Regel durch kleinflächige, inhabergeführte Fachgeschäfte mit zentrenrelevanten Sortimenten geprägt sind. Für diese soll das Konzept keine existenzgefährdenden Rahmenvorgaben formulieren, was i. d. R. auch einem politischen Konsens und damit den städtebaulichen Zielvorstellungen der Stadt entspricht. Für Mischgebiete ist daher im **Einzelfall** zu prüfen, ob ein konsequenter Ausschluss zentrenrelevanten Einzelhandels oder eine Zulässigkeit im Sinne einer ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzepts bzw. den stadtentwicklungspolitischen Zielvorstellungen der Stadt Eschwege entspricht. **Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment können somit ausnahmsweise auch in den Siedlungsbereichen realisiert werden.** Voraussetzung ist, dass von solchen Einrichtungen **keine Negativauswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich** zu erwarten sind. Dies ist in der Regel dann anzunehmen, wenn Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten der ergänzenden Versorgung der Bevölkerung im unmittelbaren Einzugs- bzw. Nahbereich dieser Läden dienen, d.h. die Kongruenz zwischen dem Umsatzvolumen des jeweiligen Planvorhabens und der jeweiligen Kaufkraft im Versorgungsbereich des Standorts gewährleistet ist. Bezogen auf die in Eschwege vorhandenen Siedlungsstrukturen trifft dies fast ausnahmslos auf kleinteilige Betriebseinheiten mit in der Regel **bis**

zu **100 m² Verkaufsfläche** zu. Diese unterliegen damit nicht der Regelungssystematik des Einzelhandelskonzepts. Grundvoraussetzung ist allerdings, dass es sich bei den Standorten um **städtebaulich integrierte Standorte** handelt. Es wird dabei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass mit der Bagatellgrenze kein Anlagentyp im Sinne der Baunutzungsverordnung (BauNVO) definiert wird und somit auch nicht in textliche Festsetzungen eines Bebauungsplans übernommen werden darf.

10.3 Steuerung von Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten

Ansiedlungsregel 3:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe⁵⁷ im Sinne von § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment im Sinne der Eschweger Sortimentsliste können im zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt und vorrangig am Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße angesiedelt werden. Zentrenrelevante Randsortimente großflächiger Betriebe außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind auf ein städtebaulich verträgliches Maß zu begrenzen (10 % der Gesamtverkaufsfläche, maximal 800 m²).

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten können aufgrund ihres hohen Flächenbedarfs z. T. nicht ohne weiteres in das gewachsene Zentrum integriert werden.

Daher wird empfohlen, Standortentscheidungen für großflächige Einzelhandelsbetriebe im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment auf einen **bestehenden Sonderstandort (Thüringer Straße/Niederhoner Straße)** zu konzentrieren. Voraussetzung hierfür ist, dass der avisierte Standortbereich Bestandteil eines im Regionalplan ausgewiesenen „Vorranggebiet Siedlung“ ist⁵⁸.

Nicht großflächige Einzelhandelsbetriebe (≤ 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment sind planungsrechtlich auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich (z. B. im MI, MD, GE). Im Sinne der Ziele des Einzelhandelskonzepts der Stadt Eschwege sollte vor Öffnung neuer Standorte für nicht zentrenrelevanten Einzelhandel die Option einer Konzentration an bestehenden Standorten geprüft werden.

Zentrenrelevante Randsortimente von großflächigen Einzelhandelsbetrieben im Sinne des § 11 (3) S. 1 Nr. 2 BauNVO mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment außerhalb

⁵⁷ Es ist darauf hinzuweisen, dass Grundsatz 3 ausschließlich Regelungen zur Steuerung des großflächigen Einzelhandels mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment betrifft, da sowohl das Bauplanungsrecht als auch die übergeordnete Landesplanung keine Ermächtigungsgrundlagen zur Steuerung des kleinflächigen nicht zentrenrelevanten Einzelhandels bereitstellen. So kann – per Definition – ein kleinteiliger Einzelhandelsbetrieb mit nicht -zentrenrelevantem Kernsortiment die Versorgungsfunktion eines zentralen Versorgungsbereichs, die sich im Wesentlichen auch durch das Angebot zentrenrelevanter Sortimente definiert, nicht negativ beeinflussen.

⁵⁸ Vgl. hierzu Kapitel 3.1.3 Ziel 3 Regionalplan Nordhessen 2009

des zentralen Versorgungsbereichs sind im Rahmen einer Sondergebietsfestsetzung so zu beschränken, dass schädliche Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich vermieden werden. Im Regelfall sollten die zentrenrelevanten Randsortimente 10 % bzw. maximal 800 m² der Gesamtverkaufsfläche nicht überschreiten, wobei ggf. weiterführende Beschränkungen für ein Einzelsortiment sinnvoll und notwendig sein können (Einzelfallprüfung erforderlich). Die zulässige Randsortimentsfläche darf nicht von nur einem Sortiment belegt werden. Zwischen dem Kernsortiment und dem Randsortiment muss ein funktionaler Zusammenhang bestehen. In Einzelfällen kann auch eine weitergehende Beschränkung mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung des zentralen Versorgungsbereichs sinnvoll sein.

Erläuterungen:

Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten (Kern-)Sortimenten führen regelmäßig sogenannte **Ergänzungs- oder Randsortimente**. Während von nicht zentrenrelevanten Randsortimenten definitionsgemäß keine Gefährdung für die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs ausgeht, sind bei zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des städtebaulich-funktionalen Zentrums (beispielsweise in Möbelhäusern) Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich möglich. Obwohl das Anbieten von zentrenrelevanten Randsortimenten außerhalb des Zentrums den städtebaulichen Zielen dieses Einzelhandelskonzepts widerspricht, wäre ein völliger Ausschluss unrealistisch, da sich diese Angebotsform bereits in vielen Branchen etabliert hat (bei Möbelanbietern z. B. Glas/Porzellan/Keramik oder Wohndekorationsartikel).

Bestehende großflächige Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment, die außerhalb des definierten **ergänzenden Sonderstandorts** in städtebaulich nicht integrierten Lagen liegen, unterliegen grundsätzlich dem Bestandsschutz. Eine (wettbewerbsmäßige) Anpassung der Betriebe im Sinne einer Erweiterung der bestehenden Verkaufsflächen oder einer Veränderung der sortimentspezifischen Aufstellung des jeweiligen Betriebes sollte im Rahmen von Einzelfallprüfungen und unter Beachtung der Ziele und Ansiedlungsregeln zur Umsetzung des Einzelhandelskonzepts bewertet werden.

10.4 Prüfschema zur Einzelhandelsentwicklung

Um zukünftig eine Vereinfachung und deutliche Beschleunigung sowohl der Beurteilung als auch der sich daran gegebenenfalls anschließenden formellen Planungsschritte zu ermöglichen, wird ein Prüfschema empfohlen, das eine **erste Bewertung** von neuen Plan- und Erweiterungsvorhaben im Hinblick auf ihre Kompatibilität mit dem Einzelhandelskonzept und der dort formulierten Standorthierarchie sowie den vorgeschlagenen Zielen und Ansiedlungsregeln ermöglicht. Grundsätzlich sei jedoch angemerkt, dass dieses Prüfschema nur eine erste **Grobbewertung** ermöglichen soll und z.B. eine – im Einzelfall erforderliche – **konkrete städtebauliche Wirkungsanalyse** in keiner Weise ersetzen kann.

Tabelle 15: Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)

Standortkategorie	Einzelhandelsbetriebe mit <u>nahversorgungsrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 1)	Einzelhandelsbetriebe mit <u>zentrenrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 2)	Einzelhandelsbetriebe mit <u>nicht zentrenrelevantem</u> Kernsortiment (gemäß Ansiedlungsregel 3)
Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt Eschwege	ja	ja	ja ¹
solitäre Nahversorgungsstandorte	ja (in Abhängigkeit von Kaufkraftabschöpfung sowie Nahversorgungsfunktion) keine Ansiedlung von Drogeriemärkten	nein	nein
Sonderstandort (Thüringer Straße/Niederhoner Straße)	nein (mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen)	nein (mit Ausnahme bereits genehmigter Flächen)	ja ^{1,2}
sonstige GE- und GI-Gebiete	nein	nein	nein
MI-/MD-Gebiete	Ja, insb. bis zu einer Verkaufsfläche von 100 m ² ³	Ja, insb. bis zu einer Verkaufsfläche von 100 m ² ³	nein
WA-Gebiete	nein	nein	nein

- ¹ Die Ansiedlungsempfehlungen gelten vorbehaltlich der konkreten bauplanungsrechtlichen Zulässigkeit und der Abwägung mit anderen Belangen im Bauleitplanverfahren sowie der bauordnungsrechtlichen Zulässigkeit (vgl. hierzu insbesondere § 11 (3) BauNVO).
- ² Die Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente ist zentrenverträglich zu gestalten: Außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs sind sie auf bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche und 800 m² absolut zu begrenzen, wobei ein Einzelsortiment mit Blick auf die Zielsetzungen zur Entwicklung und Erhaltung der zentralen Versorgungsbereiche ggf. weiter beschränkt sein kann/sollte.
- ³ Bezogen auf die in Eschwege vorhandenen Siedlungsstrukturen ist in der Regel bei bis zu 100 m² Verkaufsfläche davon auszugehen, dass es nicht zu städtebaulich negativen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich kommt. Diese Größenordnung unterliegt damit nicht der Regelungssystematik des Einzelhandelskonzepts. Es wird dabei ausdrücklich darauf hingewiesen, dass mit der Bagatellgrenze kein Anlagentyp im Sinne der Baunutzungsverordnung (BauNVO) definiert wird und somit auch nicht in textliche Festsetzungen eines Bebauungsplans übernommen werden darf.

Quelle: eigene Darstellung

11 Die planungsrechtliche Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das Einzelhandelskonzept ist nach Stadtverordnetenbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung "zu berücksichtigen". Es löst als solches aber noch keine rechtsverbindlichen Folgen aus. Dies ist nur durch Kombination mit den Vorschriften des Baugesetzbuchs und der Baunutzungsverordnung möglich. Die Planungspraxis zeigt zwar, dass die Umsetzung von Einzelhandelskonzepten teilweise auf Schwierigkeiten trifft; bei vollständiger und gezielter Anwendung des Rechtsinstrumentariums ist sie jedoch durchaus möglich.

Im Folgenden wird kurz erläutert, in welcher Weise das Einzelhandelskonzept durch die Anwendung der verfügbaren Rechtsinstrumente verwirklicht werden kann. Neben der Bauleitplanung und der Anwendung der Einfügungsklausel des § 34 Abs. 1 BauGB im Allgemeinen stehen folgende spezifische Rechtsinstrumente für die Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels zur Verfügung:

- § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO zur Beschränkung von Arten und Unterarten von Einzelhandelsnutzungen in festgesetzten Baugebieten;
- §11 Abs. 3 BauNVO (Beschränkung der Zulässigkeit des großflächigen Einzelhandels auf Kerngebiete und eigens dafür festgesetzte Sondergebiete);
- § 15 BauNVO (Unzulässigkeit von Vorhaben im Einzelfall, sofern sie nach Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung der Eigenart des Baugebiets widersprechen);
- § 34 Abs. 3 BauGB (Unzulässigkeit von Vorhaben, von denen schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind);
- Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB (Ausschluss oder Einschränkung von bestimmten Arten von Nutzungen - also auch des Einzelhandels) zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden).

Anwendung des § 1 Abs. 5 bis 10 BauNVO

Nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO können die Standardvorschriften der BauNVO über die Zulässigkeit von Vorhaben in den Baugebieten der §§ 2 bis 9 BauNVO individuellen Bedürfnissen angepasst werden, indem bestimmte Vorhaben ausgeschlossen oder nur für ausnahmsweise zulassungsfähig erklärt werden. Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, in bestimmten Baugebieten den zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen und nur nahversorgungsrelevante Betriebe ausnahmsweise zulässig zu machen. Über § 1 Abs. 10 BauNVO können vorhandenen Betriebe über den Bestandschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden (sogenannte Fremdkörperfestsetzung).

Da großflächiger Einzelhandel in aller Regel ohnehin nur in eigens dafür festgesetzten Sondergebieten nach § 11 Abs. 3 BauNVO zulässig ist, liegt die Hauptbedeutung der Steuerung über § 1 Abs. 5 bis 10 darin, die Entwicklung des nicht großflächigen Einzelhandels zu steuern – entweder durch die Neuaufstellung von Bebauungsplänen oder durch die Änderung vorhandener Pläne durch Hinzufügung textlicher Festsetzungen. Auch die im Aufstellungsverfahren befindlichen Bebauungspläne sollten hinsichtlich ihrer Übereinstimmung mit dem Einzelhandelskonzept überprüft werden; ggf. sind deren Festsetzungen anzupassen.

Anwendung des § 11 Abs. 3 BauNVO

Nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind großflächige Einzelhandelsbetriebe außer in Kerngebieten nur in eigens für sie festgesetzten Sondergebieten zulässig, wenn sie sich „nach Art, Lage und Umfang auf die Ziele der Raumordnung und Landesplanung oder auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung nicht nur unwesentlich auswirken können.“ Dabei sind u.a. Auswirkungen auf die Versorgung der Bevölkerung im Einzugsbereich des Betriebs sowie auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu berücksichtigen.

Das Einzelhandelskonzept leistet einen wichtigen Beitrag zur rechtssicheren Anwendung dieser Vorschrift, indem es den zu schützenden zentralen Versorgungsbereich definiert und die Datengrundlage zur Klärung der Frage liefert, welche Auswirkungen von der Ansiedlung eines bestimmten Betriebs auf die Versorgung der Bevölkerung in dessen Umfeld zu erwarten wären.

Anwendung des § 15 BauNVO

Das Einzelhandelskonzept kann im Geltungsbereich von Bebauungsplänen dazu beitragen, die „Eigenart des Baugebiets“ zu definieren, zu der sich ein beantragtes Vorhaben nach „Anzahl, Lage, Umfang oder Zweckbestimmung“ nicht in Widerspruch setzen darf. In erster Linie ist für diese Definition allerdings der betreffende Bebauungsplan mit seinen Festsetzungen verantwortlich. Das Einzelhandelskonzept kann hier nur Interpretationshilfe liefern.

Anwendung des § 34 Abs. 3 BauGB

Für den unbeplanten Innenbereich hat der Gesetzgeber mit der Änderung des Baugesetzbuches durch das EAG Bau 2004 die Möglichkeiten erweitert, die Entwicklung auch von nicht großflächigen Einzelhandelsvorhaben zu steuern. Bis zum EAG Bau 2004 konnten über die Einfügeklausel des § 34 Abs. 1 BauGB nur Auswirkungen des beantragten Vorhabens in seiner „näheren Umgebung“ berücksichtigt werden. Seit 2004 können auch „Fernwirkungen“ zur Unzulässigkeit eines Vorhabens nach § 34 BauGB führen. Vorhaben des Einzelhandels sind gemäß § 34 Abs. 3 BauGB unzulässig, wenn von ihnen „schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sind“. Dies gilt unabhängig davon, ob es sich um einen großflächigen Betrieb im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO handelt oder um einen kleineren Betrieb. Die Überschreitung der Grenze zur Großflächigkeit darf nicht als Indiz dafür verwendet werden, dass schädliche Auswirkungen zu erwarten

sind. Dies muss immer im Einzelfall nachgewiesen werden. Das Einzelhandelskonzept kann durch seine Datengrundlage einen solchen Nachweis erleichtern.

Schädliche Auswirkungen im Sinne des § 34 Abs. 3 BauGB sind insbesondere dann zu erwarten, wenn der prognostizierte Kaufkraftabfluss aus zentralen Versorgungsbereichen dort zu Ladenleerständen, zu einer Einschränkung der Angebotsvielfalt oder zur Aufgabe eines für den Fortbestand des Zentrums wichtigen „Frequenzbringers“ führt, so dass mit einem erheblichen Absinken des Versorgungsniveaus zu rechnen ist. § 34 Abs. 3 stellt dabei ausschließlich auf in der Realität bereits vorhandene zentrale Versorgungsbereiche ab. Eine mögliche Beeinträchtigung von lediglich geplanten Zentren kann einem Vorhaben nicht entgegengehalten werden. Ein Einzelhandelskonzept muss also – wie hier geschehen – klare Aussagen dazu treffen, ob definierte zentrale Versorgungsbereiche bereits vorhanden sind oder erst entwickelt werden sollen.

Das Einzelhandelskonzept für die Stadt Eschwege ist also auch zur Beurteilung von Vorhaben nach § 34 Abs. 3 BauGB heranzuziehen. Es benennt den zentralen Versorgungsbereich (Innenstadt), der vor schädlichen Auswirkungen durch Neuansiedlung von Betrieben außerhalb des Zentrums bewahrt werden soll und grenzt ihn ab. Das Konzept definiert zudem die Bedingungen, bei deren Vorliegen Einzelhändler zur Nahversorgung auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches zugelassen werden.

Aufstellung von Bebauungsplänen mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB

Da sich der Nachweis der „Zentrenchädlichkeit“ eines Projektes im Baugenehmigungsverfahren mit seinen engen Fristen oft nur schwer führen lässt, eröffnete die BauGB-Novelle 2007 zusätzlich die Möglichkeit, durch einen einfachen Bebauungsplan bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. § 9 Abs. 2a BauGB lautet:

2a) Für im Zusammenhang bebaute Ortsteile (§ 34) kann zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche, auch im Interesse einer verbrauchernahen Versorgung der Bevölkerung und der Innenentwicklung der Gemeinden, in einem Bebauungsplan festgesetzt werden, dass nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen zulässig oder nicht zulässig sind oder nur ausnahmsweise zugelassen werden können; die Festsetzungen können für Teile des räumlichen Geltungsbereichs des Bebauungsplans unterschiedlich getroffen werden. Dabei ist insbesondere ein hierauf bezogenes städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 zu berücksichtigen, das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält. In den zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereichen sollen die planungsrechtlichen Voraussetzungen für Vorhaben, die diesen Versorgungsbereichen dienen, nach § 30 oder § 34 vorhanden oder durch einen Bebauungsplan, dessen Aufstellung förmlich eingeleitet ist, vorgesehen sein.

Ein Bebauungsplan, der lediglich Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a Satz 1 BauGB enthält, kann gemäß § 13 Abs. 1 BauGB im vereinfachten Verfahren aufgestellt werden. Damit kann u.a. von einer frühzeitigen Beteiligung der Öffentlichkeit und der Behörden abgesehen und auf einen Umweltbericht verzichtet werden. Der Geltungsbereich eines

Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB kann aber auch auf ganze Quartiere ausgedehnt werden, die zum Teil bereits mit rechtsverbindlichen Bebauungsplänen überplant sind. Dort ist das identische Regelungsziel der Steuerung des zentrenrelevanten Einzelhandels durch die Einfügung von Festsetzungen nach § 1 Abs. 5, 9 BauNVO 1990 zu erreichen. Für derartige „strategische Bebauungspläne“ muss ein Umweltbericht angefertigt werden, da sie nicht nur Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB, sondern auch solche nach der BauNVO enthalten. Der Umweltbericht ist jedoch einfach herzustellen, da von einem Plan zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels die „klassischen“ Umweltschutzgüter (Tiere, Pflanzen, Boden, Wasser, Luft) nicht betroffen sind.

§ 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf „ein ... städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB..., das Aussagen über die zu erhaltenen oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“. Damit wird verdeutlicht und anerkannt, dass die Aufstellung eines Einzelhandelskonzeptes in aller Regel Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels werden direkt aus dem Einzelhandelskonzept abgeleitet. Das gesamtstädtische Einzelhandelskonzept rechtfertigt die gesamtstädtische Steuerung des Einzelhandels durch strategische Bauleitplanung. Diese Bauleitplanung kann zweckmäßigerweise auf mehrere Bebauungspläne verteilt werden. Das Einzelhandelskonzept definiert den zentralen Versorgungsbereich und bietet die Maßstäbe und Argumente dafür, auf welche Weise dieser zu schützen ist und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

Möglicher Geltungsbereich von Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels

Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB können nur für unbeplante Innenbereichsflächen gemäß § 34 BauGB getroffen werden. Wie oben bereits erwähnt wurde, kann der Geltungsbereich von strategischen Bebauungsplänen zur Steuerung der Standortfindung des zentrenrelevanten Einzelhandels aber auch die Flächen von rechtsverbindlichen Bebauungsplänen mitumfassen, denen Festsetzungen nach § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO hinzugefügt werden sollen. Der jeweilige Bebauungsplan ändert dann als Sammelbebauungsplan die einbezogenen, bereits vorhandenen Bebauungspläne. Nur auf diese Weise lässt sich verhindern, dass sich die Geltungsbereiche vorhandener Bebauungspläne ohne gezielte Festsetzungen zur Zulässigkeit des zentrenrelevanten Einzelhandels in einem sonst nach § 34 BauGB zu beurteilendem Umfeld wie Schlupflöcher auswirken.

Die vordringlichen Geltungsbereiche zur Abwehr von zentrenunverträglichen Einzelhandelsansiedlungen in besonders gefährdeten Bereichen (z.B. Konversionsflächen, aufgegebene Bahnflächen, Gewerbebrachen, Bauflächen an Ausfallstraßen) lassen sich meist aus der örtlichen Gebietsstruktur ableiten.

Der zentrale Versorgungsbereich muss innerhalb der Pläne jeweils flächenscharf abgegrenzt werden. Dabei gelten die üblichen Anforderungen an solche Abgrenzungen,

insbesondere das Bestimmtheitsgebot: es muss ohne Interpretationsspielraum erkennbar sein, für welche Flächen welche Festsetzungen gelten. Im Regelfall sollte die Abgrenzung nach innen den Flurstücksgrenzen folgen. Nach außen können die Grenzen der Stadt und der Stadtteile verwendet werden.

Festsetzungsinhalte

§ 9 Abs. 2a BauGB eröffnet ebenso wie § 1 Abs. 5 bis 9 BauNVO die Möglichkeit, bestimmte Arten von Nutzungen auszuschließen oder auf den Ausnahmetatbestand zu beschränken. Als „Arten von Nutzungen“ kommen sowohl Einzelhandelsbetriebe generell als auch bestimmte Typen von Einzelhandelsbetrieben (etwa Lebensmittelgeschäfte) in Frage. Dabei ist auf in der Realität vorzufindende und im Einzelfall nach objektiven Kriterien eindeutig bestimmbare Typen abzustellen. Die Betriebsform (z.B. Bedienungsladen oder Selbstbedienung, Discounter oder Vollversorger) ist kein zulässiges Kriterium, sondern dem Wettbewerb zu überlassen. Dabei ist auch zu berücksichtigen, dass die Schwelle der „Zentrenschädlichkeit“ für unterschiedliche Sortimente unterschiedlich anzusetzen ist.

Analog zu § 1 Abs. 9 BauNVO muss eine Feindifferenzierung der Nutzungsarten städtebaulich begründet sein. Ausgeschlossene Sortimente müssen auch tatsächlich in der jeweiligen örtlichen Situation zentrenrelevant sein. Allerdings dürfen auch Sortimente ausgeschlossen werden, die in den zu schützenden zentralen Versorgungsbereichen noch nicht vertreten sind, wenn ihre Ansiedlung zur Entwicklung dieser Zentren nur dort zulässig sein soll.

Die Bauleitplanung zur Steuerung der Standortfindung des Einzelhandels kann für Teile des Geltungsbereichs eines Bebauungsplans jeweils unterschiedliche Festsetzungen treffen, also z.B. für bereits gut versorgte Bereiche oder nicht integrierte Lagen weitergehende Nutzungsbeschränkungen vorsehen als für unterversorgte Stadtteile.

Besondere Anforderungen an die Begründung und Abwägung

In der Begründung der Bebauungspläne ist darzulegen, in welcher Weise deren Festsetzungen dem Erhalt und der Entwicklung des zentralen Versorgungsbereiches dienen und im Interesse der verbrauchernahen Versorgung und der Innenentwicklung liegen. Der Ausschluss bestimmter Arten von Nutzungen muss daraufhin geprüft werden, ob er zur Umsetzung dieser Ziele geeignet, erforderlich und angemessen ist. Dabei kann auf eine schlüssige, städtebaulich begründete Planungskonzeption, insbesondere also auf das Einzelhandelskonzept, zurückgegriffen werden; ein konkreter Gefährdungsnachweis für jede einzelne ausgeschlossene Nutzung ist nicht erforderlich.

Der Ausschluss bestimmter Arten von Einzelhandelsnutzungen kann die Privatnützigkeit des Grundeigentums in erheblichem Maße einschränken, denn die Ansiedlung eines Einzelhandelsbetriebes stellt oft die wirtschaftlichste Verwertungsmöglichkeit eines Grundstücks dar, z.B. an stark befahrenen Verkehrsstraßen. Diese privaten Belange sind zutreffend zu ermitteln und mit dem ihnen zukommenden Gewicht in die Abwägung einzustellen. Zur frühzeitigen Ermittlung der privaten Belange kann es angeraten sein,

auch bei Aufstellung im vereinfachten Verfahren eine frühzeitige Beteiligung der Öffentlichkeit durchzuführen.

Im Rahmen der Planaufstellung ist weiterhin die Frage zu prüfen, ob durch den Bebauungsplan Entschädigungsansprüche ausgelöst werden können. Dies ist grundsätzlich möglich, da das Planungsziel darin besteht, bisher zulässige Grundstücksnutzungen künftig auszuschließen. Allerdings dürfte i.d.R. die Frist von sieben Jahren ab Zulässigkeit der Nutzung abgelaufen sein, so dass nach § 42 BauGB allenfalls Eingriffe in ausgeübte Nutzungen zu entschädigen wären.

Anhang

Fragebogen Einzelhändlerbefragung (Mai 2022)

Einzelhändlerbefragung in Eschwege 2022

Befragung im Rahmen der Fortschreibung des Einzelhandelskonzepts für die Kreisstadt Eschwege

Bitte nehmen Sie sich ein paar Minuten Zeit für unsere vorbereiteten Fragen.

Name des Betriebs/des teilnehmenden Einzelhändlers (freiwillige Angabe):

Handelt sich um einen inhabergeführten Betrieb (1) oder einen Filialbetrieb (2): 1 2

Sind Sie Eigentümer (1) oder Mieter (2) Ihres Ladenlokals: 1 2

Wie lange sind Sie bereits an dem Standort in Eschwege niedergelassen (Angabe in Jahren)?

1. Erwägen Sie in absehbarer Zeit Veränderungen an Ihrem Betrieb vorzunehmen?

- | | |
|---|--|
| <input type="checkbox"/> Nein | <input type="checkbox"/> Ja, Modernisierung |
| <input type="checkbox"/> Ja, (Verkaufsflächen-)Erweiterung | <input type="checkbox"/> Ja, (Verkaufsflächen-)Verkleinerung |
| <input type="checkbox"/> Ja, Standortverlagerung, nach: _____ | <input type="checkbox"/> Ja, Geschäftsaufgabe |
| <input type="checkbox"/> Ja, Sonstiges: _____ | |

2. Wie war die Umsatzentwicklung in den vergangenen zwei Jahren und wie schätzen Sie sie für 2022 ein?

2020 gegenüber Vorjahr

- | | | | | |
|--------------------------------------|---|---|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 0 bis +10 % | <input type="checkbox"/> über +10 bis +20 % | <input type="checkbox"/> über +20 bis +30 % | <input type="checkbox"/> über +30 % | <input type="checkbox"/> keine Veränderung |
| <input type="checkbox"/> 0 bis -10 % | <input type="checkbox"/> über -10 bis -20 % | <input type="checkbox"/> über -20 bis -30 % | <input type="checkbox"/> über -30 % | <input type="checkbox"/> keine Angabe |

2021 gegenüber Vorjahr

- | | | | | |
|--------------------------------------|---|---|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 0 bis +10 % | <input type="checkbox"/> über +10 bis +20 % | <input type="checkbox"/> über +20 bis +30 % | <input type="checkbox"/> über +30 % | <input type="checkbox"/> keine Veränderung |
| <input type="checkbox"/> 0 bis -10 % | <input type="checkbox"/> über -10 bis -20 % | <input type="checkbox"/> über -20 bis -30 % | <input type="checkbox"/> über -30 % | <input type="checkbox"/> keine Angabe |

Prognose 2022 gegenüber Vorjahr

- | | | | | |
|--------------------------------------|---|---|-------------------------------------|--|
| <input type="checkbox"/> 0 bis +10 % | <input type="checkbox"/> über +10 bis +20 % | <input type="checkbox"/> über +20 bis +30 % | <input type="checkbox"/> über +30 % | <input type="checkbox"/> keine Veränderung |
| <input type="checkbox"/> 0 bis -10 % | <input type="checkbox"/> über -10 bis -20 % | <input type="checkbox"/> über -20 bis -30 % | <input type="checkbox"/> über -30 % | <input type="checkbox"/> keine Angabe |

Welche Aspekte sind aus Ihrer Sicht wichtig oder weniger wichtig?					
einheitliche Ladenöffnungszeiten	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Gastronomieangebot	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
kulturelle Veranstaltungen/Feste	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Bereitstellung kostenloser WLAN-Hotspots	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Vermissen Sie bestimmte Angebote oder Sortimente in der Eschweger Innenstadt?

Nein

Ja, und zwar: _____

7. Wie bewerten Sie die Einzelhandels- und Gewerbesituation in der Eschweger Innenstadt?
Verwenden Sie Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).

1 2 3 4 5 6 keine Angabe

8. Hat sich die Eschweger Innenstadt Ihrer Ansicht nach durch die Corona-Pandemie verändert?

Nein

Ja, und zwar: _____

9. Wie bewerten Sie die Arbeit der Initiative Stadtmarketing e. V.?
Verwenden Sie Schulnoten von 1 (sehr gut) bis 6 (ungenügend).

1 2 3 4 5 6 keine Angabe

Fragebogen Online-Befragung der Kunden (Mai/Juni 2022)

1. In welchem Ort/Stadtteil wohnen Sie?
2. Bitte wählen Sie eine der folgenden Antworten:
3. Wie oft kommen Sie normalerweise in die Innenstadt in Eschwege um einzukaufen oder Besorgungen zu machen?
 - täglich
 - mehrmals wöchentlich
 - alle 14 Tage
 - einmal im Monat
 - seltener
 - eigentlich nie
4. Wo kaufen Sie normalerweise
 - Lebensmittel ein?
 - Bekleidung und Textilien?
 - Schuhe?
 - Freizeit- und Sportartikel?

- Bücher?
- Spielwaren?
- Unterhaltungselektronik?
- Elektrohaushaltsgeräte?
- Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik?
- Uhren, Schmuck, Foto, Optik?
- Möbel?
- Haus- und Heimtextilien, Gardinen, Teppiche?
- Baumarkt- und Gartenbedarf?
- Gesundheit und Körperpflege?

(Mehrfachantwort möglich)

5. Was spricht aus Ihrer Sicht für einen Einkauf in der Eschweger Innenstadt?

5 a) Fragen nach dem Angebot

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	k.A.
Angebotsvielfalt				
Preisgünstiger Einkauf möglich				
Gute Qualität des Angebots				
Vertrautes Bedienungspersonal/ gute Beratung				

5 b) Fragen nach dem Einkaufsumfeld

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	Trifft zu	Trifft teilweise zu	Trifft nicht zu	k.A.
Gute Parkmöglichkeiten				
Gute Erreichbarkeit mit dem ÖPNV				
Ansprechende Gestaltung des Geschäftsbereichs/ gute Einkaufsatmosphäre				
Individualität/ Originalität				
Nähe zum Wohnort				
Nähe zum Arbeitsort				

Kombination mit anderen Aktivitäten				
-------------------------------------	--	--	--	--

7. Wie wichtig sind Ihnen nachfolgend genannte Punkte?

Bitte wählen Sie die zutreffende Antwort für jeden Punkt aus:

	sehr wichtig	wichtig	weniger wichtig	unwichtig
Mehr Parkmöglichkeiten				
Erreichbarkeit mit öffentlichen Verkehrsmitteln				
Mehr Sauberkeit				
Bessere Fassadengestaltung				
Bessere Warenpräsentation				
Besserer Service/ Beratung in den Geschäften				
Längere Ladenöffnungszeiten				
Verbessertes Gastronomieangebot				
Mehr kulturelle Veranstaltungen/ Feste				
Fahrradinfrastruktur				

8. Haben Sie Verbesserungsvorschläge für Eschwege?

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel (2009 bis 2022)	21
Abbildung 2:	Umsatzentwicklung im Einzelhandel nach Branchen 2020 gegenüber dem Vorjahr	22
Abbildung 3:	Zahl der Unternehmen im Einzelhandel 2009 bis 2020	23
Abbildung 4:	Entwicklung der Marktanteile der Betriebsformen im deutschen Einzelhandel 2010 bis 2021	24
Abbildung 5:	Online-Umsätze von ausgewählten Warengruppen 2019 bis 2021	26
Abbildung 6:	Warengruppenspezifische Verkaufsflächen in Eschwege – Vergleich 2008/2022.....	40
Abbildung 7:	Räumliches Einkaufsverhalten (n=885)	55
Abbildung 8:	Einkauf innerhalb von Eschwege (n=847)	56
Abbildung 9:	Häufigkeit der Innenstadtbesuche (n=847)	56
Abbildung 10:	Aspekte für einen Besuch der Eschweger Innenstadt (n=847) ...	57
Abbildung 11:	Aspekte der Eschweger Innenstadt mit Verbesserungsbedarf (n=847)	58
Abbildung 12:	Anteil inhabergeführter Geschäfte	59
Abbildung 13:	Eigentumsverhältnis	59
Abbildung 14:	Veränderungen am Betrieb (Mehrfachnennungen möglich).....	60
Abbildung 15:	Veränderungen durch die Corona Pandemie.....	60
Abbildung 16:	Internetnutzung.....	61
Abbildung 17:	Beurteilung der Eschweger Innenstadt	61
Abbildung 18:	Wichtige Aspekte aus Sicht der Einzelhändler	62
Abbildung 19:	Entwicklung des privaten Verbrauchs / Entwicklung des Anteils der Einzelhandelsausgaben am privaten Verbrauch (bundesweit).....	77
Abbildung 20:	Zielzentralitäten des Einzelhandels in Eschwege als rein quantitative Orientierungsgröße.....	79
Abbildung 21:	Standortstrukturmodell für die Stadt Eschwege	88
Abbildung 22:	Bestimmung der Zentrenrelevanz von Sortimenten	114

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Sortimentspezifische Erhebungssystematik Junker + Kruse	12
Tabelle 2:	Definition von Lagekategorien	15
Tabelle 3:	Angebotsbausteine der Nahversorgung	17
Tabelle 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftpotenziale in Eschwege	36
Tabelle 5:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	38
Tabelle 6:	Kennzahlen des Eschweger Einzelhandels (2019-2022)	39

Tabelle 7:	Einzelhandelsbestand in Eschwege nach Warengruppen, Umsätzen und Zentralitäten	42
Tabelle 8:	Verkaufsflächenausstattung pro Kopf mit Vergleichskommunen der Größenklasse 10.000 - 25.000 Einwohner	44
Tabelle 9:	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots nach Stadtteilen	45
Tabelle 10:	Verkaufsflächenangebot in der Innenstadt von Eschwege	52
Tabelle 11:	Verkaufsfläche am Sonderstandort Thüringer Straße/ Niederhoner Straße	65
Tabelle 12:	Räumliche Differenzierung des Einzelhandelsangebots im Bereich Nahrungs- und Genussmittel nach Stadtteilen	66
Tabelle 13:	Kennzahlen des Eschweger Einzelhandels (2019-2022) 71	
Tabelle 14:	Sortimentsliste für die Stadt Eschwege	116
Tabelle 15:	Ansiedlungsempfehlungen für Einzelhandelsbetriebe nach Lage und Größe (Prüfschema)	131

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Eschwege in der Region	31
Karte 2:	Siedlungs- und Stadtstruktur Eschweges	32
Karte 3:	Einzugsbereich des Eschweger Einzelhandels	34
Karte 4:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern im regionalen Vergleich	37
Karte 5:	Großflächige Einzelhandelsbetriebe in Eschwege	47
Karte 6:	Leerstände in Eschwege	48
Karte 7:	Die Eschweger Innenstadt	49
Karte 8:	Der zentrale Versorgungsbereich Am Dünzebacher Tor (2009) .	53
Karte 9:	Der zentrale Versorgungsbereich Niederhone (2009)	54
Karte 10:	Der Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße	64
Karte 11:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Eschwege mit 600 m – Fußwegedistanzen	68
Karte 12:	Strukturprägende Lebensmittelanbieter in der Kernstadt Eschwege mit 600 m - Fußwegedistanzen	69
Karte 13:	Perspektivische Standortstruktur in Eschwege	92
Karte 14:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	99
Karte 15:	Sonderstandort Thüringer Straße/Niederhoner Straße	104
Karte 16:	Sonderstandort Thüringer Straße/Helgoländer Straße	105

Glossar – Definitionen einzelhandelsrelevanter Fachbegriffe

Begriff	Erläuterung
Einzelhandel im engeren Sinne	Absatz von Waren an Endverbraucher ohne Kraftfahrzeughandel, Brenn-, Kraft- und Schmierstoffhandel sowie rezeptpflichtige Apothekenwaren.
Einzelhandelsbetrieb	Ein Einzelhandelsbetrieb ist ein Betrieb, der ausschließlich oder überwiegend an letzte Verbraucher verkauft. Hierzu zählen u. a. alle Kauf- und Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Fachgeschäfte, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte. Dazu gehört auch der Direktverkauf von Herstellern an Endverbraucher, unabhängig davon, ob dieser am Standort des Fertigungsbetriebes oder in einem eigens dazu geschaffenen Zentrum (Factory-Outlet-Center) erfolgt.
Einzelhandelsrelevante Kaufkraft	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft bezeichnet denjenigen Anteil an den privaten Verbrauchsausgaben, der dem Einzelhandel zufließt. Verschiedene Institute (GfK, IFH RETAIL CONSULTANTS) ermitteln diesen Schätzwert auf unterschiedlichen räumlichen Einheiten und in der Regel in regelmäßigen Abständen (jährlich aktualisiert).
Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt das Verhältnis der in einer räumlichen Teileinheit vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner zur einzelhandelsrelevanten einwohnerbezogenen Kaufkraft in der gesamten Bundesrepublik. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer pro Kopf gibt die prozentuale Abweichung der Pro-Kopf-Einzelhandelsrelevanten-Kaufkraft vom Bundesdurchschnitt (Indexwert = 100) an. Die Kennziffern werden z. B. von der Gesellschaft für Konsum- Markt- und Absatzforschung (GfK) in Nürnberg oder der IFH RETAIL CONSULTANTS in Köln ermittelt und jährlich aktualisiert.
Einzelhandelsrelevante Zentralität	Die einzelhandelsrelevante Zentralität einer Stadt/Region stellt ein Kriterium nicht zuletzt für die Leistungsstärke des Einzelhandels dar, denn sie ist Indikator dafür, wie weit es einem Teilraum gelingt, zur lokal gebundenen Kaufkraft zusätzliche Kaufkraft zugunsten des niedergelassenen Einzelhandels anzuziehen. Die Einzelhandelszentralität ist damit eine Maßzahl für den Kaufkraftzufluss oder den Kaufkraftabfluss einer Gemeinde. Die gesamtstädtische Zentralität sagt jedoch nichts darüber aus, welche räumlichen Teilbereiche einer Gemeinde/Region zu dieser Zentralität beitragen. Hierzu ist eine weitergehende Analyse erforderlich.

Einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer	Die einzelhandelsrelevante Zentralitätskennziffer wird durch das Verhältnis von Einzelhandelsumsatz zu dem vorhandenen einzelhandelsrelevanten Nachfragevolumen berechnet. Ein Wert von 100 bedeutet, dass der Einzelhandelsumsatz genauso groß ist, wie die einzelhandelsrelevante Kaufkraft in dieser Region. Abweichungen über den Basiswert (Indexwert = 100) deuten auf eine regionale Ausstrahlung hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deuten auf mögliche Strukturschwächen des Einzelhandels in der untersuchten Region hin. Differenziert nach Warengruppen lassen sich auch auf dieser Ebene entsprechende Bewertungen vornehmen.
Fachmarkt	Einzelhandelsbetrieb, in der Regel ab 400 m ² Verkaufsfläche, Konzentration des Sortiments auf eine oder einige wenige Branchen des mittel- oder langfristigen Bedarfs (Non-Food, ausgenommen Kfz-Handel), meist Standorte außerhalb zentraler Einkaufsbereiche mit guter Pkw-Erreichbarkeit (v. a. in Gewerbe- und Sondergebieten, an Ausfallstraßen, im Außenbereich von Städten), Dominanz des Selbstbedienungsprinzips. (Beispiele: Bekleidungsfachmarkt, Schuhfachmarkt, Unterhaltungselektronikfachmarkt, Drogeriefachmarkt).
GPK	Gängige Sortimentsgruppenbezeichnung für „Glas/Porzellan/Keramik“.
Großflächiger Einzelhandel	Großflächige Einzelhandelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von mehr als 800 m ² unterliegen dem Sonderregime des § 11 (3) BauNVO, da von ihnen (als zu widerlegende Vermutungsregel) negative städtebauliche Auswirkungen ausgehen können. Zu den großflächigen Einzelhandelsbetrieben zählen u. a. Einkaufszentren, Warenhäuser, SB-Warenhäuser, Kaufhäuser, Verbrauchermärkte sowie Fachmärkte.
Kaufkraftabfluss	Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die durch die am Ort vorhandenen Anbieter nicht gebunden werden kann und folglich in andere Orte/das Umland oder in den Versand-/Internethandel abfließt. Kaufkraftabflüsse zeigen die räumliche Einkaufsorientierung der ansässigen Bevölkerung auf.
Kaufkraftbindung	Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft der Einwohner einer Gemeinde/Region, der vom örtlichen Einzelhandel gebunden und somit in Umsatz umgewandelt werden kann.
Einzelhandelsrelevantes Kaufkraftpotential	Das am Ort vorhandene einzelhandelsrelevante Kaufkraftvolumen, ermittelt aus der Einwohnerzahl und der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft.

Kernsortiment/Randsortiment	Zwischen den Begriffen Kernsortiment und Randsortiment besteht insofern eine Wechselbeziehung, da das Randsortiment zu einem spezifischen Kernsortiment lediglich hinzutritt und dieses gleichsam ergänzend durch solche Waren anreichert, die jedenfalls 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 (i. d. R. bis zu 10 % der Gesamtverkaufsfläche). Randsortimente sind damit nur solche Warengruppen, die einem bestimmten Kernsortiment sachlich zugeordnet und hinsichtlich des Angebotsumfangs deutlich untergeordnet sind.
Lebensmitteldiscounter	Lebensmittelmarkt ohne Bedienungselemente (z. B. Käse- oder Wursttheke) mit deutlich eingeschränkter Artikelzahl (ca. 1.000 bis 3.000 Artikel) im Vergleich zu z. B. Supermärkten (Artikelzahl ca. 7.500). Angebotsschwerpunkte sind Lebensmittel und Drogerieartikel sowie Randsortimente (Aktionswaren), die einen bedeutsamen Bestandteil der Marketingstrategie von Lebensmitteldiscountern ausmachen; z. B. Aldi, Penny, Lidl, Netto. Verkaufsfläche ab 800 – 1.300 m ² .
Lebensmittelvollsortimenter	Im Praxisgebrauch wird der Begriff des „Lebensmittelvollsortimenters“ zur Abgrenzung gegenüber den „Lebensmitteldiscountern“ verwendet. Im Vergleich zum Discounter (rd. 1.000 bis 3.000 Artikel) verfügt der Vollsortimenter über Bedienelemente (Wurst-/Käsetheke) und vor allem ein deutlich breiteres und tieferes Sortiment im Schwerpunktbereich Lebensmittel. Das Spektrum der Lebensmittelvollsortimenter reicht von Supermärkten über Verbrauchermärkte bis hin zu SB-Warenhäusern. Diese Betriebsformen unterscheiden sich untereinander vor allem hinsichtlich der Verkaufsflächengröße (400 m ² bis teilweise mehr als 10.000 m ²) und der Anzahl der angebotenen Artikel (zwischen rd. 7.000 bis 60.000 Artikel).
Nahversorgungs-relevantes Sortiment	Als nahversorgungsrelevantes Sortiment werden Warengruppen bezeichnet, die dem täglichen Bedarf dienen (Lebensmittel, Getränke sowie ggf. auch Drogerie- und Kosmetikartikel) und demzufolge wohnortnah (auch fußläufig) nachgefragt werden können. Die nahversorgungsrelevanten Sortimente sind (bzw. sollten auch) zentrenrelevant sein.
Nahversorgungsstandort	Ein Nahversorgungsstandort ist ein (meist solitärer) Einzelhandelsstandort und kann z. B. aus einem Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter bestehen. Aus städtebaulicher Sicht ist er nicht in eine funktionale Einheit eingebunden (somit i. d. R. kein zentraler Versorgungsbereich). Ein Nahversorgungsstandort ist lediglich in städtebaulich integrierten Lagen anzutreffen.
Nahversorgungszentrum	Ein Nahversorgungszentrum verfügt über eine erkennbare städtebauliche Einheit (z. B. durch Platz oder Straßengestaltung) und liegt im Siedlungsgefüge integriert in räumlicher Nachbarschaft zu Wohngebieten. Es stellt ein lokales Versorgungszentrum dar,

welches überwiegend der Nahversorgung im Bereich der kurzfristigen Bedarfsdeckung dient. Die Angebotsstruktur wird in der Regel durch einen Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter, Lebensmittelfachgeschäfte, Lebensmittelhandwerksbetriebe sowie vereinzelt kleineren Fachgeschäften bestimmt. Darüber hinaus sind zum Teil Dienstleistungsbetriebe, wie beispielsweise Friseur, Bank, Sonnenstudio angegliedert.

Nicht zentrenrelevante Sortimente

Nicht zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich i. d. R. durch hohen Flächenanspruch, geringe Kopplungsaktivitäten und, aufgrund ihrer Größe, eingeschränkte Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Möbelanbieter) keine Bedeutung, so dass sie insbesondere an nicht integrierten Standorten vorhanden sind, an denen sie eine gute verkehrliche Erreichbarkeit und ausreichend große Flächen vorfinden. Ein Gefährdungspotential für gewachsene Zentren ist bei den nicht zentrenrelevanten Sortimenten i. d. R. nicht gegeben.

Problematisch ist in diesem Zusammenhang allerdings der Anteil zentrenrelevanter Randsortimente, die i. d. R. als ergänzende Sortimente von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten angeboten werden (z. B. GPK/Haushaltswaren in Möbelhäusern) und, je nach Größenordnung, durchaus negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in den zentralen Bereichen einer Gemeinde haben kann.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsgroßbetrieb mit Bedienungselementen. Verkaufsfläche mindestens 3.000 m² bzw. 5.000 m², umfassendes Sortiment mit Schwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel (> 50 % Verkaufsflächenanteil); Standort häufig in Stadtrandlagen, weiträumige Kundenparkplätze (z. B. Real, Marktkauf, Kaufland).

Sonderstandort bzw. Ergänzungsstandort

Sonder-/Ergänzungsstandorte des Einzelhandels sind Standorte des i. d. R. großflächigen Einzelhandels. Es handelt sich dabei zum einen um Einkaufszentren und zum anderen um Einzelhandelsbetriebe sowohl mit zentren- als auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (z. B. Gartenmärkte, Baumärkte, Möbelmärkte). Kennzeichnend ist dabei eine autokundenorientierte Lage.

Sortimentsliste (ortstypische)

Eine ortstypische Sortimentsliste ist eins der wesentlichen Steuerungsinstrumente im Rahmen der Bauleitplanung. Sie nimmt eine Differenzierung nach nahversorgungsrelevanten, zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten vor, um in der Praxis die Zuordnung des sortimentspezifischen Einzelhandels zu räumlich und funktional definierten zentralen Versorgungsbereichen vornehmen zu können.

Bei der Erstellung der Sortimentsliste wird der aktuell vorhandene Bestand berücksichtigt; es können allerdings auch zentrenrelevante Sortimente aufgenommen werden, die noch nicht angeboten werden (perspektivisches Kriterium).

Dabei muss eine Sortimentsliste immer auf die gemeindespezifische Situation abgestellt werden, die einen Bezug zu den örtlichen

Verhältnissen und den Entwicklungsperspektiven einer Gemeinde besitzt. Bei der Erstellung einer ortstypischen Sortimentsliste sind zudem die auf Landesebene vorgegebenen Zielaussagen (z. B. durch Landesentwicklungsprogramme oder Einzelhandelserlasse) zu berücksichtigen.

Stadtteilzentrum

Ein Stadtteilzentrum stellt eine städtebauliche Einheit dar. Aus städtebaulicher Sicht ist es i. d. R. abgesetzt vom Hauptsiedlungsgefüge und liegt in räumlicher Nähe zu Wohngebieten. Es dient zum einen der Nahversorgung und zum anderen der Grundversorgung eines Stadtteils (bzw. Versorgungsbereichs) mit Waren des mittel- bis langfristigen Bedarfs. Die Angebotsstruktur ist gekennzeichnet durch Lebensmittelvollsortimenter und/oder Lebensmitteldiscounter (z. T. mit Konkurrenzsituation), Lebensmittelgeschäftchen und Lebensmittelhandwerksbetriebe. Darüber hinaus umfasst das Einzelhandelsangebot Warengruppen des mittel- und langfristigen Bedarfs, jedoch z. T. in geringer Tiefe und Breite. Darüber hinaus sind zentrentypische Dienstleistungen (z. B. Bank, Versicherungsbüro, Post, Friseur, Reisebüro, Ärzte, Gastronomie, aber auch Freizeit- und Verwaltungseinrichtungen) vorhanden.

(Städtebaulich) Integrierte Lage

Eine Legaldefinition des Begriffs der „städtebaulich integrierte Lage“ existiert nicht. Im Sinne eines Einzelhandelskonzepts werden hierbei Einzelhandelsbetriebe bezeichnet, die in das Siedlungsgefüge der jeweiligen Stadt/Gemeinde integriert und weitestgehend von Wohnsiedlungsbereichen umgeben sind, in denen die Einzelhandelsdichte und -konzentration jedoch nicht ausreicht, um sie als Zentrum zu bezeichnen. Dabei werden auch teilintegrierte Standorte, die nicht vollständig von Wohnbebauung umgeben sind, in dieser Kategorie erfasst. Konkret werden alle Standorte als städtebaulich integriert eingestuft, die von mehr als zwei Seiten von zusammenhängender Wohnbebauung umgeben sind, ohne dass städtebauliche Barrieren wie Autobahnen oder Bahngleise den Standort von der Wohnbebauung separieren.

Supermarkt (= Lebensmittelmarkt)

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von mind. 400 m² – max. 1.500 m². Deutlicher Angebotsschwerpunkt (> 80 % der Verkaufsfläche) im Bereich Nahrungs- und Genussmittel einschl. Frischwaren und ergänzend Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs, aber Bedienungselemente (Käse- und Wursttheke) und Selbstbedienungsprinzip. Weitgehender Verzicht auf Aktionswaren und zentrenrelevante Randsortimente.

Umsatzkennziffer

Umsatzkennziffern bringen die regionale Verteilung der Einzelhandelsumsätze in Deutschland zum Ausdruck. Berechnungsgrundlage ist die Umsatzsteuerstatistik, wobei diese regional bereinigt werden muss. Der Umsatz in Euro gibt den gesamten im jeweiligen Gebiet getätigten Einzelhandelsumsatz an. Der Umsatz pro Kopf gibt einen Durchschnittsbetrag des Einzelhandelsumsatzes für jeden Einwohner des Gebietes an. Die Umsatzkennziffer pro Kopf stellt somit die prozentuale Abweichung des Pro-Kopf-Umsatzes vom Durchschnitt der Bundesrepublik (Indexwert = 100) dar. Abweichungen über den Basiswert deuten auf einen

umsatzstärkeren Einzelhandel im Vergleich mit dem Bundesdurchschnitt hin bzw. eine Abweichung unterhalb des Basiswerts deutet auf vergleichsweise niedrigere Umsätze im Einzelhandel in der untersuchten Region hin, und kann somit Hinweise auf die Attraktivität einer Stadt als Einzelhandelsstandort geben.

Verbrauchermarkt

Lebensmittelmarkt mit einer Verkaufsfläche von 1.500 – 3.000 bzw. 5.000 m², breites und tiefes Sortiment an Nahrungs- und Genussmitteln und an Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Angebotsschwerpunkt Nahrungs- und Genussmittel, aber mit zunehmender Größe nehmen die Verkaufsflächenanteile von Non-Food-Artikeln zu. Überwiegend Selbstbedienung, häufig Dauerniedrigpreispolitik oder Sonderangebotspolitik, Standort auch autokundenorientiert.

Verkaufsfläche

Gemäß des Urteils des Bundesverwaltungsgerichts vom 24. November 2005 (BVerwG 4 C 10.04) sind in die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebes auch Thekenbereiche, die vom Kunden nicht betreten werden können, die Vorkassenzone sowie ein ggf. vorhandener Windfang einzubeziehen. Ohnehin gilt die Definition, dass Verkaufsfläche diejenige Fläche ist, die dem Verkauf dient, einschließlich der Gänge, Treppen in den Verkaufsräumen, Standflächen für Einrichtungsgegenstände, Kassenzonen, Schauwindower, und sonstige Flächen, soweit sie dem Kunden zugänglich sind, sowie Freiverkaufsflächen, soweit sie nicht nur vorübergehend genutzt werden.

**Verkausflächenausstat-
tung je Einwohner**

Das Verhältnis der einzelhandelsrelevanten Verkaufsfläche (gesamstädtisch oder auch branchenspezifisch) bezogen auf die jeweilige Einwohnerzahl (der Gemeinde/Region) ist ein quantitativer Versorgungsindikator für den Ausstattungsstandard des jeweiligen Untersuchungsgebietes.

**Zentraler Versorgungs-
bereich**

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein (im Sinne der §§ 1 (6) Nr. 4, 2 (2), 9 (2a), 34 (3) BauGB und § 11 (3) BauNVO) schützenswerter Bereich, der sich aus planerischen Festlegungen (Bauleitplänen, Raumordnungsplänen), raumordnerischen und oder städtebaulichen Konzeptionen sowie tatsächlichen, örtlichen Verhältnissen ergibt.

Innerhalb einer Kommune kann es mehr als nur einen zentralen Versorgungsbereich geben (innerstädtisches Hauptzentrum sowie Stadtteil-/Neben oder Nahversorgungszentren). Daneben muss ein zentraler Versorgungsbereich zum Betrachtungszeitraum noch nicht vollständig entwickelt sein, wobei eine entsprechende, eindeutige Planungskonzeption (zum Genehmigungszeitpunkt eines Vorhabens) vorliegen muss. Innerhalb der Innenstadt setzt sich ein zentraler Standortbereich für Einzelhandel und Dienstleistungen ab. Bei dem zentralen Versorgungsbereich der Innenstadt handelt es sich somit lediglich um einen Teil der durch ein hohes Maß an Nutzungsvielfalt geprägten Innenstadt. Die Innenstadt „als Ganzes“ übernimmt dabei über den Einzelhandel hinausgehende Funktionen wie öffentliche und private Dienstleistungen, Wohnen, Freizeit, Kultur und Erholung.

Die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten vorzunehmen. Dabei kann ein zentraler Versorgungsbereich über die Grenzen des innerstädtischen Geschäftsbereiches hinausgehen und muss nicht zwingend mit einer Kerngebietsausweisung (im Bebauungsplan) übereinstimmen. Wesentliche Abgrenzungskriterien sind: Funktionale Kriterien: Einzelhandelsdichte, Passantenfrequenz, Kundenorientierung der Anbieter (Autokunden, Fußgänger), Multifunktionalität (Dienstleistungen, Einzelhandel, Gastronomie). Städtebauliche Kriterien: Bebauungsstruktur, Gestaltung und Dimensionierung der Verkehrsstruktur, Barrieren (Straße, Bahnlinie etc.), Gestaltung öffentlicher Raum (Pflasterung, Begrünung etc.) und Ladengestaltung/-präsentation.

**Zentrenrelevante
Sortimente**

Zentrenrelevante Sortimente zeichnen sich durch Besucherfrequenzerzeugung, Integrationsfähigkeit, Einzelhandelszentralität, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit aus. Sie sind abzugrenzen von nahversorgungsrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten. Für den zentrenbezogenen Einzelhandel besitzen Warensortimente mit Zentrenrelevanz eine hohe Bedeutung, die mit zunehmender Sortimentsüberschneidung der an den nicht integrierten Standorten geführten Warensortimente geschwächt werden kann. Insbesondere Betriebe, die an dezentralen bzw. städtebaulich nicht integrierten Standorten angesiedelt werden, können durch das Angebot von zentrenrelevanten Sortimenten, d. h. durch Angebotsüberschneidungen bei gleichzeitig wesentlich

günstigeren Wettbewerbsbedingungen (Standortvorteile u. a. aufgrund günstiger Miet- bzw. Grundstückspreise; geringen Betriebs- und Personalkosten, besserer (Pkw-) Erreichbarkeit; kostenfreiem Parken), zu einem Bedeutungsverlust der Innenstädte und Stadtteilzentren beitragen. Die von zentrenrelevanten Sortimenten ausgehenden Gefährdungspotentiale für gewachsene Zentren sind zudem abhängig von der Größe und der zentralörtlichen Bedeutung der Kommune (z. B. kann der Lebensmitteleinzelhandel in Grundzentren - angesichts der daraus resultierenden Kundenfrequenz, von denen auch Anbieter in anderen Branchen profitieren - durchaus zentrentragend sein). Im Hinblick auf die Verwendung von ortstypischen Sortimentslisten als räumliches Steuerungsinstrument (Bauleitplanung) zur Sicherung städtebaulicher Ziele ist eine einzelfallbezogene bzw. stadtspezifische Konkretisierung notwendig (z. B. in Form von Positiv-, Negativlisten).

Zielzentralität

Berechnungsgröße zur modelltheoretischen Ermittlung von Entwicklungspotenzialen. Die Zielzentralität definiert eine – gemessen an der Versorgungsfunktion eines Einzelhandelsstandorts – realistisch erreichbare Kaufkraftabschöpfung im Einzugsgebiet.