



Fortschreibung des Gutachtens zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt

SCHLÜCHTERN

Auftraggeber: Stadt Schlüchtern

Projektleitung: Dipl.-Geogr. Gerhard Beck

Projektbearbeitung: Dipl.-Kfm. Dirk Riedel M.A.

Ludwigsburg, August 2014



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg | Dresden, Hamburg, Köln, München
Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl
Hohenzollernstr. 12 - 14, 71638 Ludwigsburg
Telefon: 07141 / 9360-0 Telefax: 07141 / 9360-10
eMail: info@gma.biz, <http://www.gma.biz>

Vorbemerkung

Im August 2013 erteilte die Stadt Schlüchtern der GMA, Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH (GMA), Ludwigsburg, den Auftrag zur Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes aus dem Jahr 2009/2010. Ziel der Fortschreibung ist es, die vorhandenen Leitlinien für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Schlüchtern zu überprüfen und ggf. anzupassen. Vor dem Hintergrund der Einzelhandelsentwicklung seit dem letzten Einzelhandelskonzept sowie der aktuellen Situation werden Empfehlungen für die Weiterentwicklung und Stärkung des Einzelhandels in Schlüchtern sowie zur Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung gegeben.

Für die Bearbeitung der vorliegenden Untersuchung wurde im Oktober 2013 eine Kompletterhebung des Einzelhandels im Stadtgebiet durchgeführt. Darüber hinaus standen der GMA Daten und Informationen des Hessischen Statistischen Landesamtes, der Stadt Schlüchtern sowie interne Daten der GMA zur Verfügung. Alle Informationen im vorliegenden Dokument sind sorgfältig recherchiert; der Bericht wurde nach bestem Wissen und Gewissen erstellt.

Die vorliegende Untersuchung dient der Entscheidungsvorbereitung und -findung für kommunalpolitische und bauplanungsrechtliche Entscheidungen in der Stadt Schlüchtern. Vorliegendes Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Sofern nicht anders mit dem Auftraggeber vereinbart, ist eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung nur nach vorheriger Genehmigung und unter Angabe der Quelle erlaubt.

G M A

Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Ludwigsburg / Köln, im Januar 2014
BE RLD baz aw

INHALTSVERZEICHNIS		Seite
I.	Rahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Schlüchtern	1
1.	Aufgabenstellung	1
2.	Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	3
2.1	Allgemeine Tendenzen im Einzelhandel	4
2.2	Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	6
2.2	Internethandel	7
3.	Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	9
3.1	Bauplanungsrecht	9
3.2	Landes- und Regionalplanung	11
4.	Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Schlüchtern	13
4.1	Standortbeschreibung und Lage im Raum	13
4.2	Bevölkerungsstruktur und -entwicklung	15
4.3	Wirtschaftsstruktur	16
4.4	Einzelhandelsstandortgefüge	17
II.	Angebots- und Nachfragesituation	21
1.	Angebotssituation	21
1.1	Einzelhandelsbestand	21
1.2	Entwicklung des Einzelhandelsbestandes seit 2009	23
1.3	Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Schlüchtern	27
2.	Nachfragesituation	31
2.1	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Schlüchtern	31
2.2	Kaufkraftpotenzial für den Schlüchterner Einzelhandel	33
3.	Bewertung	34
III.	Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandort Schlüchtern bis 2020	36
1.	Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose	36

2.	Überprüfung der branchenbezogenen Defizite und Entwicklungspotenziale	38
IV.	Einzelhandelskonzept für die Stadt Schlüchtern	41
1.	Ziele des Einzelhandelskonzeptes	41
2.	Überprüfung des Standortkonzeptes	43
2.1	Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche	43
2.2	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	46
2.3	Ergänzungsstandort	48
3.	Sortimentskonzept	49
4.	Empfehlungen zur Standortentwicklung in der Stadt Schlüchtern	56
5.	Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	62

I. Rahmenbedingungen und wesentliche Strukturdaten der Stadt Schlüchtern

1. Aufgabenstellung

Die Stadt Schlüchtern, mit ca. 16.100 Einwohnern Mittelzentrum im östlichen Main-Kinzig-Kreis, hat im Einzelhandel in den vergangenen Jahren seit der Erstellung des Einzelhandelskonzeptes im Jahr 2009 / 2010 einige **Entwicklungen** erfahren. Hierzu gehören vor allem:

- Die **Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes in der Innenstadt** unter Beibehaltung der bestehenden baulichen Strukturen ist nach Absage von Edeka nun endgültig **gescheitert**.
- Gleichzeitig wird der tegut-Markt nördlich der Innenstadt vollständig modernisiert. Der tegut-Markt **am südlichen Innenstadtrand** wurde geschlossen.
- Das **Kaufhaus Langer** hat eine weitere Konsolidierung durchgeführt und das **zweite Obergeschoss komplett geschlossen**. Damit ist auch das einzige Angebot an größeren Elektrowaren (sog. „weiße Ware“ wie Kühlschränke etc.) in der Innenstadt weggefallen.
- **Für das** rd. 4.000 m² große städtische **Grundstück hinter dem Kaufhaus Langer** gibt es nach der Absage von Edeka derzeit **keine konkreten Ansätze**. Gleichzeitig muss die Stadt Schlüchtern jedoch bemüht sein, dieses Grundstück wieder in Wert zu setzen.
- Wie bereits in der Vergangenheit sind **im Umfeld von Schlüchtern** nach wie vor intensive Bemühungen zu einem **Ausbau der Einzelhandelsstruktur** im Gange. Zu nennen sind das Kasernen-Areal in Gelnhausen, die Globus-Erweiterung in Wächtersbach, die Erweiterung des Möbelstandortes Fulda und viele andere Planungen.
- Mit der **Schließung des Baumarktes Bau King Knothe** kommt ein weiteres Grundstück auf den Markt, das eventuell für eine Einzelhandelsnutzung in Frage kommt. Hierzu ist im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes eine Aussage zu treffen.

- Noch ungeklärt sind die Verlagerung und die **Nachfolgenutzung des Grundstücks Vomberg** in der Gartenstraße.

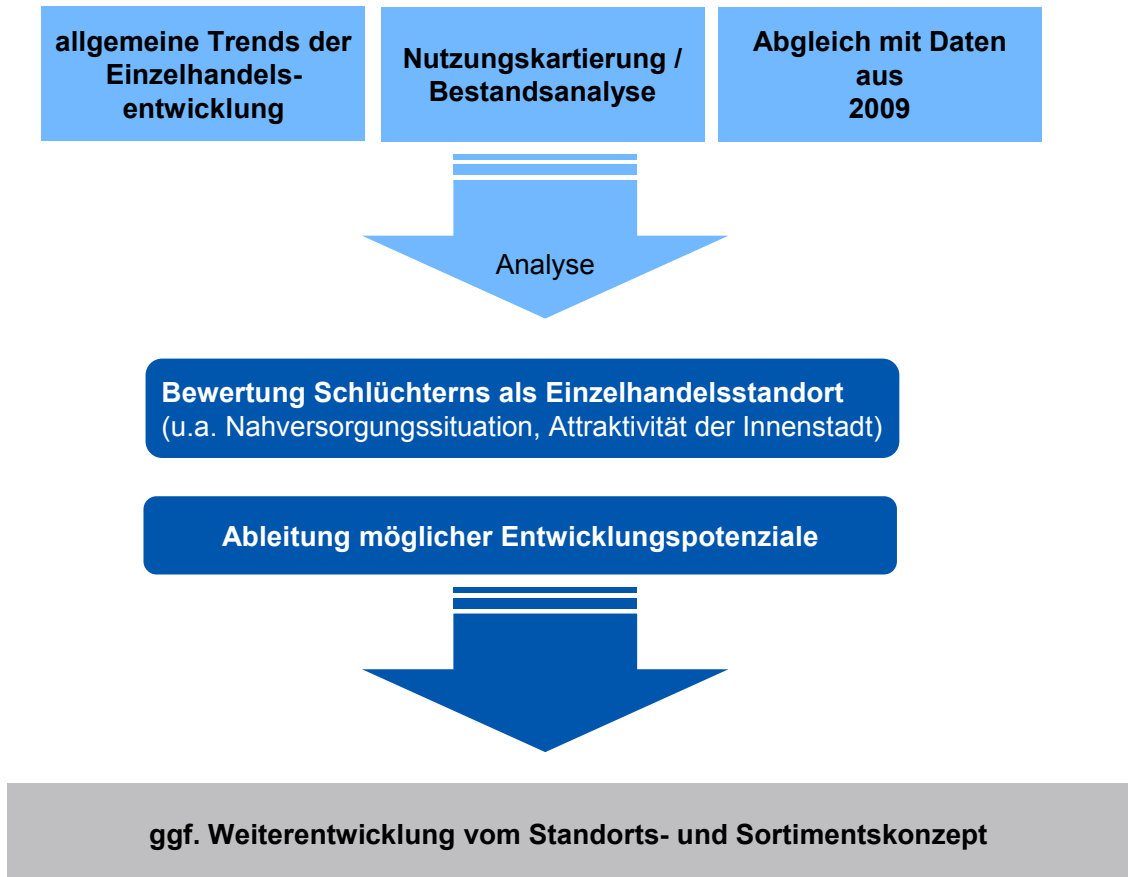
Zusammenfassend sind nach wie vor viele Fragen zur zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Schlüchtern offen. Umso wichtiger erscheint es daher, **mit der vorliegenden Fortschreibung des Einzelhandelskonzeptes geeignete Leitplanken aufzustellen**, um die zukünftigen Entwicklungen und Investitionen in Schlüchtern insgesamt und insbesondere in der Innenstadt zu kanalisieren.

Zur umsetzungsorientierten Fortschreibung der gesamtstädtischen Einzelhandelskonzeption sind daher insbesondere nachstehende **Untersuchungsbausteine** vorgesehen:

- Aktualisierung der Daten zur Angebotsstruktur in Schlüchtern sowie Angebotsveränderungen und -planungen in den Nachbargemeinden
- Aktualisierung der wesentlichen Daten zum Nachfragepotenzial (Einwohnerentwicklung gemäß Mikrozensus, Kaufkraftpotenzial etc.)
- Überprüfung der Sortimentsliste gemäß Einzelhandelskonzept
- Überprüfung und Anpassung der Empfehlungen zur Standortkonzeption (Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche inklusive Darstellung der funktionalen und räumlichen Versorgungsbedeutung)
- Empfehlungen zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebotes (branchenbezogene Potenziale)
- Empfehlungen zur Sicherung der Nahversorgungsstruktur inklusive planungsrechtlicher Steuerungsempfehlungen
- Empfehlungen zur Einzelhandelsentwicklung in der Innenstadt.

Zur Erarbeitung der Fortschreibung erfolgte im Oktober 2013 eine Aktualisierung der Bestandsdaten des Einzelhandels in der Stadt Schlüchtern. Abbildung 1 fasst die wesentlichen Arbeitsschritte der Fortschreibung zum kommunalen Einzelhandelskonzept für die Stadt Schlüchtern zusammen:

Abbildung 1: Arbeitsschritte zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schlüchtern



GMA-Darstellung 2014

2. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Eine Beurteilung der Entwicklungschancen des Einzelhandels in Schlüchtern kann nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends des Einzelhandels in Deutschland erfolgen. Nachfolgend werden daher die strukturprägenden Aspekte des Wandels auf der Nachfrage- und Angebotsseite dargestellt.

2.1 Allgemeine Tendenzen im Einzelhandel

Auf der **Nachfrageseite** sind folgende wesentliche Veränderungen hervorzuheben:

- **Verändertes Ausgabeverhalten:** Von der Steigerung der Konsumausgaben der privaten Haushalte in den letzten Jahren konnte der Einzelhandel nur unterproportional profitieren. So sank in den letzten 10 Jahren der Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von ca. 36 auf 28 %¹, während gleichzeitig die Ausgaben für Miete, Freizeit und sonstige Lebenshaltungskosten anstiegen. Dabei stiegen die Lebenshaltungskosten auch absolut deutlich stärker als die Einzelhandelspreise. Für das Jahr 2012 lag der Anteil des Einzelhandels am privaten Verbrauch laut Statistischem Bundesamt bei nur noch 25 %.
- **Ausdifferenzierung der Nachfrage:** Die ursprünglich trennscharfe Unterscheidung der Verbraucher in Zielgruppen wird zunehmend von einem sog. „hybriden“ Kunden abgelöst, der nicht mehr entweder „Billigprodukte“ oder „Exklusives“ will sondern vielmehr beides. Das hybride Kaufverhalten führt zu einem Verlust der Mitte. Der Marktanteil hochwertiger Produkte steigt leicht, der von Billigprodukten deutlich an, während das mittlere Preissegment zurückgehen wird.
- **Gestiegene Mobilität:** Durch die allgegenwärtige Verfügbarkeit des Autos entwickelten sich autokundenorientierte Einzelhandelsstandorte, welche außerhalb geschlossener Siedlungsbereiche liegen. Als besonders profitabel erwiesen sich Einzelhandelsstandorte an Schnittstellen von überregionalen Verkehrsachsen, Durchgangs- und Ausfallstraßen mit hoher Verkehrsfrequenz.
- Als weiterer wichtiger Trend im Verbraucherverhalten ist das **steigende Anspruchsniveau bei abnehmender Toleranz** (z. B. Beeinträchtigungen durch Laufwege zum Geschäft, Ladenschlusszeiten) zu benennen, das eine sinkende Standort- und Unternehmensbindung zur Folge hat. So ist der moderne Verbraucher informiert, vergleicht Angebote und akzeptiert auch weitere Wege, um bestimmte Käufe zu tätigen.

¹ Quelle: Statistisches Bundesamt.

Auf der **Angebotsseite** gewinnen folgende Trends an Einfluss auf die Einzelhandels- und Standortentwicklung:

- **Wachstum der Einzelhandelsflächen:** Der zurückhaltenden Nachfrage steht ein nach wie vor dynamisches Wachstum der Einzelhandelsflächen gegenüber. Gleichzeitig stagnieren jedoch die Einzelhandelsumsätze, so dass eine abnehmende Flächenproduktivität die zwangsläufige Folge ist.
- **Entwicklung der Betriebstypen:** Während Fachmärkte Anfang der 1980er Jahre erst etwa 3 % des Einzelhandelsumsatzes erzielen konnten, stieg ihr Marktanteil bis heute auf etwa 25 % an². Da in traditionellen Stadt- / Ortskernen Fachmarkt-konzepte nur mit erheblichen Anstrengungen in historischer Bausubstanz unterzubringen sind, ist ein weiterer Ausbau dieses Betriebstyps in autokundenorientierten Lagen zu erwarten.
- **Zunehmende Preisaggressivität und Konzentration:** Besonders in Deutschland resultiert die Konzentration aus der Enge und Sättigung der Marktlandschaft und der anhaltenden Verbraucherzurückhaltung, auf die die Branche fast ausschließlich mit aggressivem Preiswettbewerb reagiert. In vielen Sortimentsbereichen regiert seit Jahren ein zunehmend harter Preiswettbewerb, mit entsprechenden Auswirkungen auf die betriebswirtschaftliche Situation der Betriebe wie auch auf die Branchenstruktur selbst. In der Folge scheiden v. a. kleinflächige und unproduktive Betriebe in ungünstigen Standortlagen aus dem Wettbewerb aus. Unternehmensübernahmen bzw. -abgaben, Fusionen oder Kooperationen tragen zusätzlich zur Konzentration bei. Der Marktanteil von Unternehmen mit einem Jahresumsatz von über 2,5 Mrd. € liegt derzeit bei ca. 53 % und könnte in den kommenden Jahren auf etwa 80 % anwachsen³. Im Lebensmitteleinzelhandel beträgt der Marktanteil der führenden acht Handelsgruppen bereits jetzt über 98 %⁴.

² Quelle: EHI Retail Institute.

³ Quelle: EHI Retail Institute.

⁴ Quelle: EHI Retail Institute.

2.2 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

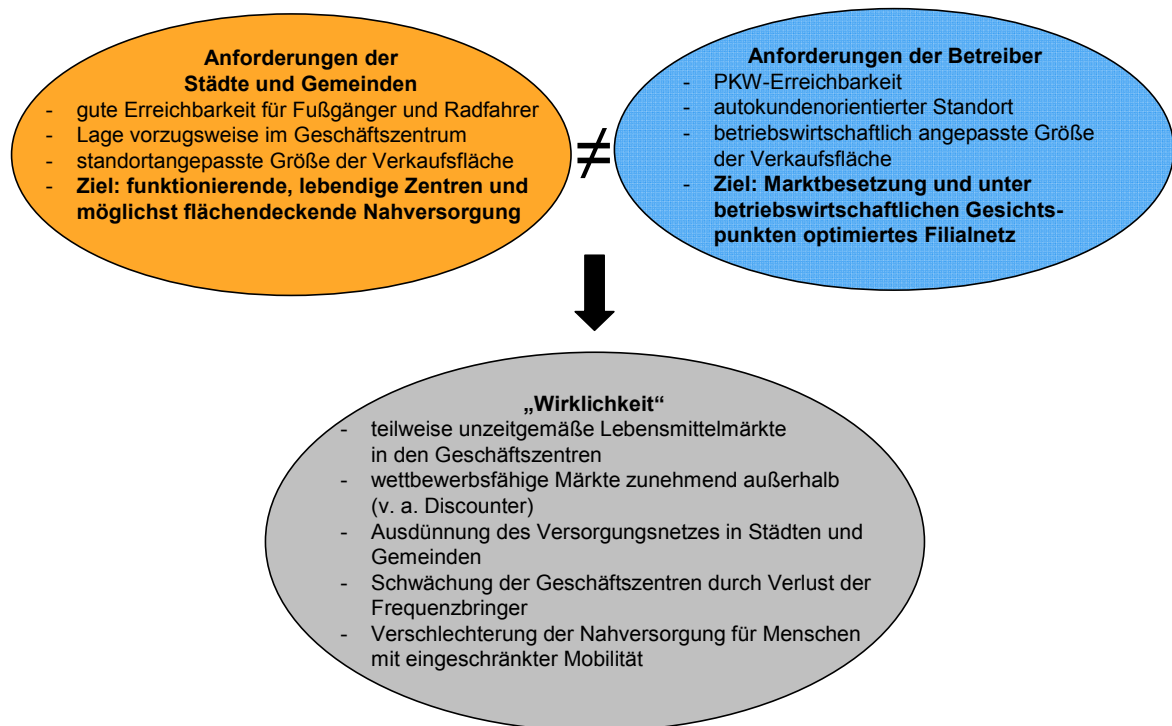
Besondere Bedeutung für die Entwicklung des Lebensmitteleinzelhandels in Deutschland kommt **discountierenden Angebotsformen** zu. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen wie z. B. Lebensmitteldiscounter. Sie verfügen mittlerweile über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 43 %. Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine divergente Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen Bedeutungsverlust.

Als **Standorte** werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert (vgl. Tabelle 1).

Tabelle 1: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Lebensmittel-discounter	Supermarkt (inkl. Getränkemarkt)	Großer Supermarkt
Verkaufsfläche	800 – 1.300 m ²	1.500- 2.500 m ²	> 2.500 m ²
Parkplätze	100	100	250
Grundstücksgröße	ab 5.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 8.000 m ²
Einzugsgebiet	ab 5.000 EW	ab 5.000 EW	ab 15.000 EW
Quelle: GMA-Standortforschung 2013, ca.-Werte, gerundet			

Die Entwicklung der Nahversorgungsstandorte, die derzeit in deutschen Städten und Gemeinden Realität ist, wird in Abbildung 2 dargestellt:

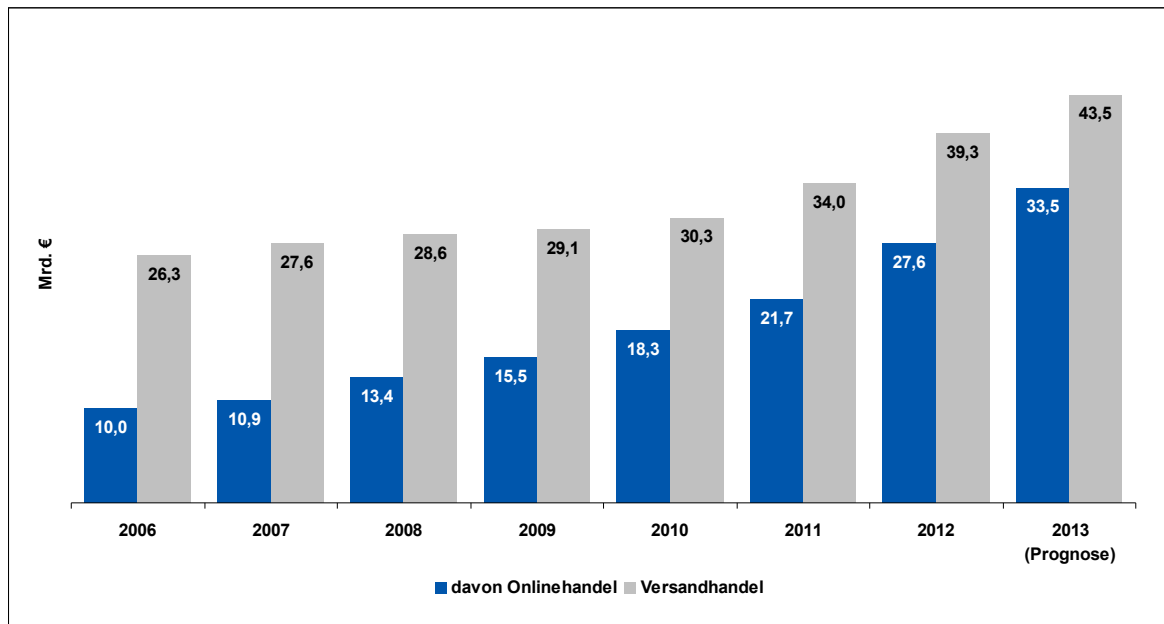
Abbildung 2: Nahversorgungsrealität zwischen konträren Anforderungen


GMA 2013

2.2 Internethandel

Im Gegensatz zum stationären Einzelhandel kann der Internethandel jährlich zweistellige Wachstumsraten erzielen. Für 2013 wird das Umsatzvolumen mit Endverbrauchern im Versandhandel auf **knapp 44 Mrd. €** geschätzt, was etwa 10 % des Einzelhandelsumsatzes entspricht⁵. Der Versandhandel hat inzwischen praktisch alle Warengruppen erfasst. Alle Prognosen gehen davon aus, dass das starke Wachstum auch in den nächsten Jahren anhalten wird. Allerdings sind die Übergänge zwischen Versandhandel und stationärem Einzelhandel mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Alle namhaften (stationären) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind.

⁵ Quelle: handelsdaten.de.

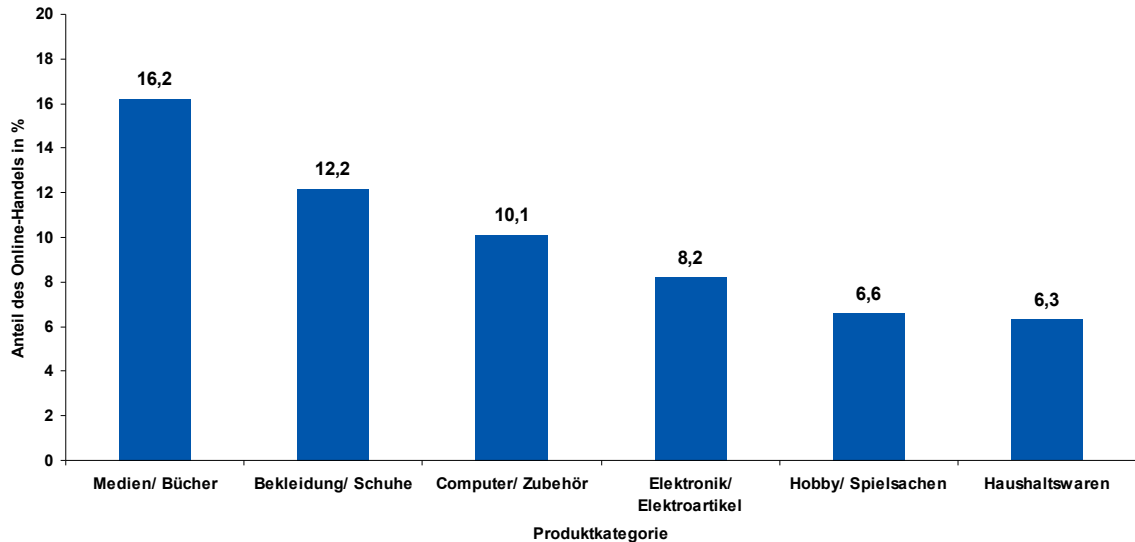
Abbildung 3: Umsatz im Versandhandel in Deutschland (in Milliarden Euro)⁶

Quelle: handelsdaten.de

Nach wie vor gibt es jedoch eindeutige Schwerpunkte, in denen der Versandhandel eine besondere Bedeutung hat. An erster Stelle steht hierbei der **Handel mit Büchern und Medien**. Mit der Verbreitung des E-Books wird der stationäre Buchhandel noch weiter an Boden verlieren, auch wenn im Jahr 2013 der Marktanteil des Versandhandels in diesem Segment gegenüber dem stationären Einzelhandel erstmals leicht rückläufig war.

Das Europäische Handelsinstitut (EHI) geht in einer aktuellen Studie davon aus, dass der Onlinehandel **bis zum Jahr 2025** einen **Marktanteil von bis zu 25 %** erreichen kann. Dies wird gravierende Auswirkungen auf den stationären Einzelhandel haben, sofern dieser es nicht schafft, über sog. Multi-Channel-Strategien ebenfalls am Wachstum des Versandhandels zu partizipieren.

⁶ Absatz von Endverbraucher (B2C), inkl. Dienstleistungen

Abbildung 4: Anteil des Versandhandels (klassisch und online) am deutschen Einzelhandelsumsatz nach Produktkategorie

Quelle: eWeb-Research-Center (Hochschule Niederrhein)

3. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

3.1 Bauplanungsrecht

Städte und Gemeinden haben mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrumentarium zur Hand, mit dem die Standortentwicklung im Einzelhandel gesteuert werden kann; dabei sind zunächst folgende Gebietskategorien grundlegend zu unterscheiden:

Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit Bebauungsplänen kommt es auf deren Festsetzungen an. Werden in Bebauungsplänen die in der BauNVO bezeichneten Baugebiete festgelegt, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der §§ 2 bis 9 BauNVO - teils ausdrücklich als Läden oder Einzelhandelsbetriebe, teils allgemein als Gewerbebetriebe - in allen Baugebieten vorgesehen:

- sie sind zulässig in allgemeinen und besonderen Wohngebieten sowie in Dorf-, Misch-, Gewerbe- und Industriegebieten (§§ 4 bis 9 BauNVO)

- in Kleinsiedlungsgebieten und reinen Wohngebieten können sie als Ausnahme zugelassen werden (§§ 2 und 3 BauNVO).

Für Einzelhandelsgroßbetriebe enthält der **§ 11 Abs. 3 BauNVO** eine Sonderregelung für alle Baugebiete. Einkaufszentren und großflächige Einzelhandelsbetriebe mit bestimmten städtebaulichen und raumordnerischen Auswirkungen sind außer in Kerngebieten nur in speziell ausgewiesenen Sondergebieten zulässig. Der letzte Satz des § 11 Abs. 3 beinhaltet eine widerlegbare Regelvermutung. Die konkrete Prüfung hat zweistufig stattzufinden:

- liegt ein großflächiger Handelsbetrieb vor? Wenn ja (über 800 m² Verkaufsfläche) dann:
- liegen Auswirkungen vor? Wenn ja: Nur im Kerngebiet oder Sondergebiet zulässig (die Regelvermutung für potenzielle Auswirkungen liegt vor, wenn die Geschossfläche 1.200 m² überschreitet).

Nicht beplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)

Nach § 34 Abs. 1 BauGB ist ein Vorhaben zulässig, wenn es sich nach Art und Maß der baulichen Nutzung, der Bauweise und der Grundstücksfläche, die überbaut werden soll, in die Eigenart der näheren Umgebung einfügt und gleichzeitig die Erschließung gesichert ist. Nach § 34 Abs. 2 BauGB ist hinsichtlich der Art der baulichen Nutzung die BauNVO anzuwenden, wenn die Eigenart der näheren Umgebung einem der Baugebiete der BauNVO entspricht. Nach § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von den Vorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein. Im Einzelfall (z. B. Erweiterung) kann vom Erfordernis des Einfügens abgewichen werden.

Das Ziel der gesetzlichen Neuregelung im besagten Paragraphen ist es, durch das Ausfüllen einer Rechtslücke bei Genehmigungsverfahren für großflächige Einzelhandelsvorhaben in Gemengelage im unbeplanten Innenbereich auch hier eine städtebauliche Steuerung ohne Bauleitplanung zu ermöglichen. Dies soll durch die Sicherung der zentralen Versorgungsbereiche, insbesondere dem Schutz der Angebotsstrukturen in den Kernstadtbereichen und damit deren Attraktivitätserhalt dienen.

Mit der Novellierung des BauGB 2007 hat der Gesetzgeber darüber hinaus die Möglichkeit geschaffen, über § 9 Abs. 2a BauGB im nicht beplanten Innenbereich einen Bebau-

ungsplan aufzustellen, in dem zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche nur bestimmte Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 zulässigen baulichen Nutzungen festgelegt oder ausgeschlossen werden können.

3.2 Landes- und Regionalplanung

Die wesentlichen Grundlagen zur Einzelhandelssteuerung der Landes- und Regionalplanung sind im Landesentwicklungsplan Hessen 2000 (LEP 2000), dem ergänzenden Einzelhandelserlass⁷ aus dem Jahr 2005 sowie dem Regionalplan Südhessen / Regionalen Flächennutzungsplan 2010 dargelegt.

Die Ziele der Raumordnung und Landesplanung bezüglich großflächiger Einzelhandelsvorhaben beziehen sich insbesondere auf folgende Prüfkriterien:

- **Zentralitätsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben sind grundsätzlich nur in Ober- und Mittelzentren zulässig⁸.
- **Kongruenzgebot:** Der Einzugsbereich des Vorhabens darf den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Standortkommune nicht wesentlich überschreiten.
- **Integrationsgebot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben müssen enge räumliche und funktionale Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen, d. h. sie sind in bestehende Siedlungsgebiete und ÖPNV-Netze zu integrieren und sollen Nähe zu Wohnstandorten aufweisen. Der LEP räumt jedoch Ausnahmen für großflächige Vorhaben ein, die für eine Ansiedlung in einer Innenstadt nicht geeignet sind (z. B. Bau- und Gartenmärkte, Baustoffmärkte).
- **Beeinträchtigungsverbot:** Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen keine wesentlichen schädlichen Auswirkungen auf die Funktionsfähigkeit von zentralen Orten und ihrer zentralen Versorgungsbereiche ausüben. Zudem darf laut Regionalplan Südhessen / Regionalem Flächennutzungsplan die verbrauchernahe Versorgung in der Standortgemeinde nicht beeinträchtigt werden.

⁷ Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht – Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005)

⁸ Ausnahmen für Lebensmittelmärkte zur Sicherung der örtlichen Grundversorgung möglich.

Bei **regional bedeutsamen großflächigen Einzelhandelsvorhaben** tritt seit dem Inkrafttreten des neuen Regionalplans / Regionalen Flächennutzungsplans zudem eine räumliche Lenkung ein. Großflächige Vorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten dürfen nur noch in den zentralen Versorgungsbereichen angesiedelt werden; Vorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind – wenn in den zentralen Versorgungsbereichen keine geeigneten Flächen zur Verfügung stehen – außerdem in definierten Ergänzungsstandorten zulässig. Die Zentrenrelevanz wird in einer Sortimentsliste im Regionalplan / Regionaler Flächennutzungsplan eingeordnet, die zulässigen Standorte gebietsscharf abgegrenzt (vgl. Regionalplan Südhessen / Regionaler Flächennutzungsplan Z3.4.3-4 und Z3.4.3-5). Bei Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment (wie z. B. Möbelhäuser, Bau- und Gartenmärkte) sind zentrenrelevante Randsortimente nur in untergeordnetem Umfang bis zu max. 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. bis zur Grenze der Großflächigkeit – derzeit 800 m² – erlaubt, sofern sie inhaltlichen Bezug zum Hauptsortiment aufweisen.

Zu berücksichtigen ist ferner der **Regionalplan Südhessen 2010**, welcher folgende wesentliche Ziele definiert:

Z 3.4.3-2

Die Ausweisung, Errichtung oder Erweiterung von großflächigen Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich nur in den Ober- und Mittelzentren zulässig. Dabei ist die Verkaufsfläche von Einzelhandelsprojekten so zu bemessen, dass der angestrebte Einzugsbereich des Vorhabens den zentral-örtlichen Verflechtungsbereich der Standortgemeinde nicht wesentlich überschreitet. [...]

Zur Sicherung der Grundversorgung und unter Einhaltung der sonstigen Verträglichkeitsanforderungen kann für einen Lebensmittel-Vollversorger bis zu 2.000 qm Verkaufsfläche oder für einen Lebensmitteldiscounter bis zu 1.200 qm Verkaufsfläche die Raumverträglichkeit in städtebaulich integrierten Lagen angenommen werden. [...]

Z 3.4.3-3

In den „Vorranggebieten Industrie und Gewerbe“ (Bestand und Planung) widerspricht auch die Ansiedlung von nicht großflächigen zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben den Zielen der Raumordnung. [...]

Z 3.4.3-4

Regional bedeutsame großflächige Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevanten Sortimenten sind nur in den – für die Mittel- und Oberzentren [...] gebietsscharf dargestellten – zentralen Versorgungsbereichen innerhalb der „Vorranggebiete Siedlung“ anzusiedeln.

Z 3.4.3-5

Regional bedeutsame großflächige Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten sind nach Möglichkeit den zentralen Versorgungsbereichen zuzuordnen. Wenn hier nach Prüfung keine geeigneten Flächen zur Verfügung

stehen, ist die Ansiedlung und Erweiterung solcher Betriebe in die [...] dargestellten Ergänzungsstandorte zu lenken.

Von großflächigen Einzelhandelsvorhaben an anderer Stelle dürfen nach Art, Lage und Größe keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche und Versorgungskerne in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden zu erwarten sein.

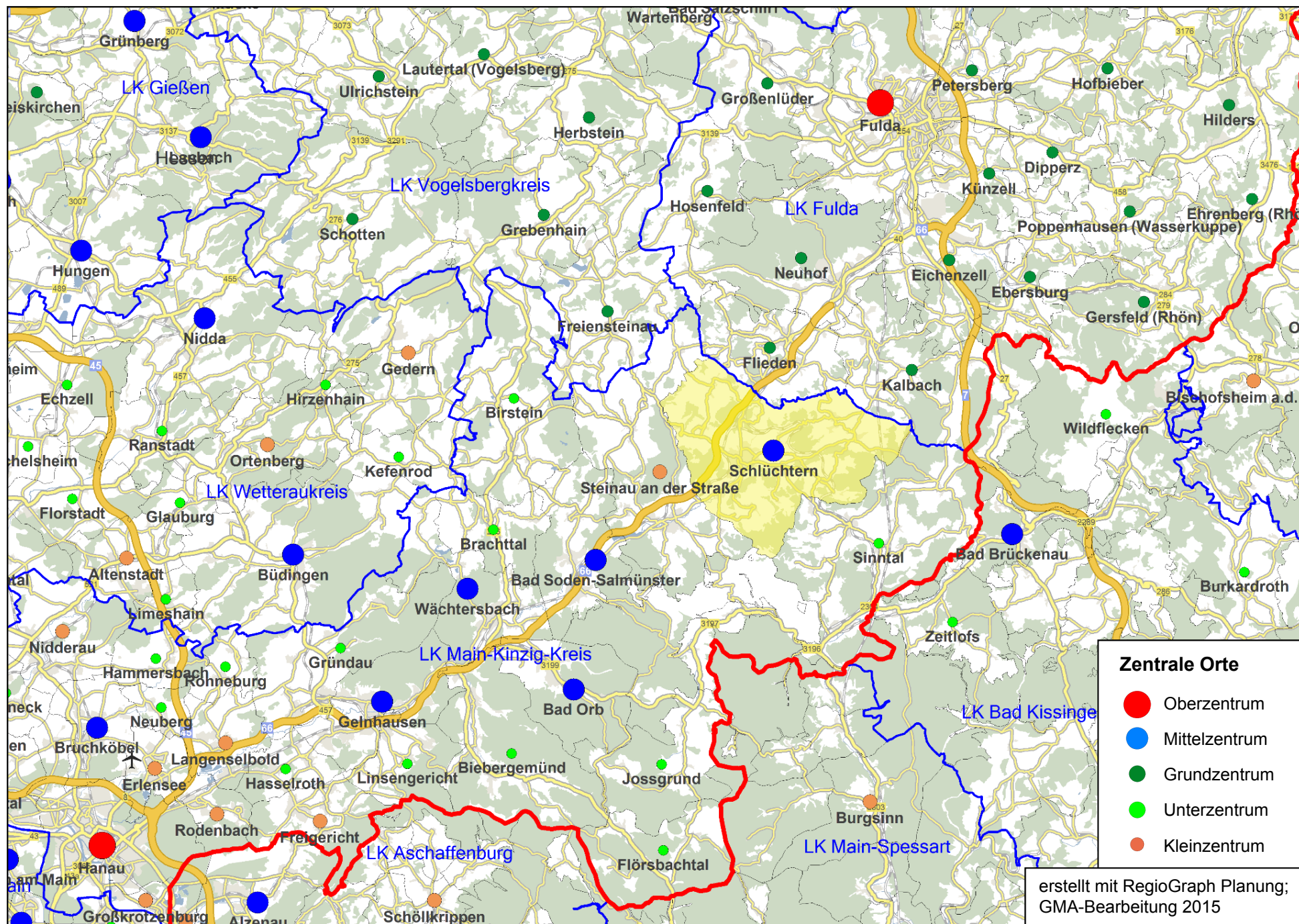
Zentrenrelevante Randsortimente sind insgesamt auf maximal 10 Prozent der Gesamtverkaufsfläche, höchstens 800 qm Verkaufsfläche zu begrenzen.

4. Standortbeschreibung und wesentliche Strukturdaten der Stadt Schlüchtern

4.1 Standortbeschreibung und Lage im Raum

Die im Main-Kinzig-Kreis, rd. 30 km südwestlich des Oberzentrums Fulda gelegene Stadt Schlüchtern ist im Regionalplan von Südhessen aus 2010 **als Mittelzentrum** ausgewiesen (vgl. Karte 1) und übernimmt eine **wichtige Funktion als Versorgungs-, Dienstleistungs- und Schulstandort für den Nahversorgungsbereich**. Dieser umfasst neben der Stadt Schlüchtern auch die Stadt Steinau an der Straße und die Gemeinde Sinntal, die gemeinsam die „Bergwinkel-Region“ bilden. Außerdem ist Schlüchtern im Regionalplan der Regionalachse Frankfurt, Offenbach, Hanau, Gelnhausen, Schlüchtern und Fulda zugeordnet und weist sowohl über zwei Anschlussstellen an die BAB 66 4 km nördlich bzw. westlich als auch über den Bahnhof ca. 1,5 km nordwestlich der Innenstadt eine gute Anbindung an die Oberzentren Hanau / Frankfurt und Fulda auf. Mit dem Lückenschluss der BAB 66 bei Neuhof (Fulda) verkürzt sich die Fahrtzeit nach Fulda (u. a. Einkaufszentrum Kaiserwiesen) um ca. fünf Minuten. Das direkte Wettbewerbsumfeld bildet sich aus dem Mittelzentrum Bad Soden-Salmünster (ca. 15 km südwestlich), den Grundzentren Steinau an der Straße (ca. 5 km südwestlich), Flieden (ca. 10 km nordöstlich), Neuhof (ca. 15 km nordöstlich) und nicht zuletzt mit dem nahegelegenen Oberzentrum Fulda (ca. 30 km nordöstlich).

Karte 1: Lage der Stadt Schlüchtern und zentralörtliche Struktur im Umland



erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2015

Die **Siedlungsstruktur** Schlüchterns befindet sich zwischen den Ausläufern der Mittelgebirgslandschaften Spessart, Rhön und Vogelsberg an der Mündung von Elmbach und Kinzig nahe der BAB 66 und setzt sich aus der Kernstadt sowie den Stadtteilen Ahlersbach, Breitenbach, Elm, Gundhelm, Herolz, Hutten, Hohenzell, Klosterhöfe, Kressenbach, Niederzell, Vollmerz und Wallroth zusammen. Im gesamten Nahbereich leben rd. 16.100 Menschen⁹. Die Stadtteile befinden sich in einem Abstand von ca. 2 – 10 km von der Kernstadt entfernt und sind ländlich geprägt.

4.2 Bevölkerungsstruktur und -entwicklung

Die meisten der ca. 16.100 Einwohner¹⁰ konzentrieren sich auf die gleichnamige Kernstadt (ca. 6.950 Einwohner) mit einer vergleichsweise dichten Bebauung. Die übrigen Einwohner verteilen sich auf die insgesamt dispers gelegenen 12 Stadtteile, wobei kein Stadtteil mehr als 1.700 Einwohner aufweist.

Zwischen den Jahren 2002 und 2012 verzeichnete die Stadt Schlüchtern einen Bevölkerungsrückgang um rd. 1.050 Personen (- 6,1 %), der insgesamt deutlich über dem Main-Kinzig-Kreis (- 1,6 %) lag. Perspektivisch wird die Bevölkerung im Main-Kinzig-Kreis bis zum Jahr 2020 (Basisjahr 2010) um ca. 1,3 % zurückgehen. Im Gegensatz dazu ist im gesamten Bundesland Hessen von einem Bevölkerungsrückgang in Höhe von ca. 1,5 % auszugehen.

⁹ Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand: 31.12.2012, Angaben nach Basis-Zensus 2011.

¹⁰ Quelle: Stadt Schlüchtern, Stand: Juni 2013

Tabelle 2: Einwohner in den Schlüchterner Stadtteilen

Stadtteil	Einwohner	
	absolut	relativ
Schlüchtern (Innenstadt)	6.951	43%
Ahlersbach	163	1%
Breitenbach	582	4%
Elm	1.243	8%
Gundhelm	563	3%
Herolz	1.693	11%
Hohenzell	668	4%
Hutten	763	5%
Klosterhöfe	182	1%
Kressenbach	330	2%
Niederzell	1.254	8%
Vollmerz	747	5%
Wallroth	951	6%
Gesamt	16.090	100%
Quelle: Stadt Schlüchtern, Stand: Juni 2013		

4.3 Wirtschaftsstruktur

Bei der **Wirtschaftsstruktur** von Schlüchtern stellt der Produktionssektor einen bedeutenden Schwerpunkt dar. So lag der Anteil des produzierenden Gewerbes im Jahr 2011 bei ca. 36 %. Im Bereich Handel, Gastgewerbe und Verkehr arbeiteten ca. 29 % der Beschäftigten und im Bereich der sonstigen Dienstleistungen ca. 33 %. Der Anteil des produzierenden Gewerbes liegt damit leicht über dem Durchschnitt des Main-Kinzig-Kreises (35 %), jedoch deutlich höher als im landesweiten Vergleich (Hessen: 25 %). In Schlüchtern standen im Jahr 2012 den ca. 3.082 Einpendlern ca. 3.427 Auspendler gegenüber.¹¹ Der Pendlersaldo fällt für den Main-Kinzig-Kreis vergleichsweise positiv aus, was der verkehrlichen Anbindung Schlüchterns zuzuschreiben ist.

¹¹ Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Stand: 30.06.2012.

Im **kulturellen / touristischen Bereich** ist neben der landschaftlich reizvollen Landschaft der Bergwinkel-Region insbesondere die historische Altstadt Schlüchterns zu nennen, u. a. mit Benediktinerkloster und Schlösschen. Mehrere touristische Auto-, Rad und Wanderrouten mit überregionaler Bedeutung führen durch Schlüchtern (u. a. Deutsche Märchenstraße, Eselsweg, Rhein-Main-Kinzig-Radweg). Der Übernachtungstourismus ist mit jährlich ca. 199 Übernachtungen pro 100 Einwohnern im Vergleich zum Landkreis (332 Übernachtungen) eher schwach ausgeprägt, weist jedoch in den vergangenen Jahren eine positive Entwicklung auf.

Tabelle 3: Touristische Kennzahlen

Jahr	Betten	Ankünfte	Übernachtungen	Aufenthaltsdauer in Tagen
2006	311	12.477	27.837	2,2
2011	482	13.188	32.173	2,4
Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt 2013.				

4.4 Einzelhandelsstandortgefüge

Als Handlungspunkte sind in Schlüchtern folgende Standortbereiche hervorzuheben:

- Der **innerstädtische Einkaufsbereich von Schlüchtern erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Obertorstraße** und deren Querstraßen. Ein aufgelockerter Geschäftsbesatz ist in der Fuldaer Straße, der Straße Unter den Linden vorhanden sowie entlang der Krämerstraße / Wassergasse bis zur Einmündung Grabenstraße / Brückenauer Straße vorzufinden. Als mittel- bis großflächige Magnetbetriebe in dem ansonsten überwiegend kleinteiligen Fach- und Einzelhandel treten insbesondere das Kaufhaus Langer (mit Rossmann Drogeriemarkt im Erdgeschoss) sowie ein räumlich von der Haupteinkaufslage bereits leicht abgesetzter Supermarkt an der Breitenbacher Straße (u. a. mit Vögele Textilfachmarkt) auf.

Foto 3: Obertorstraße



Foto 4: Kaufhaus Langer



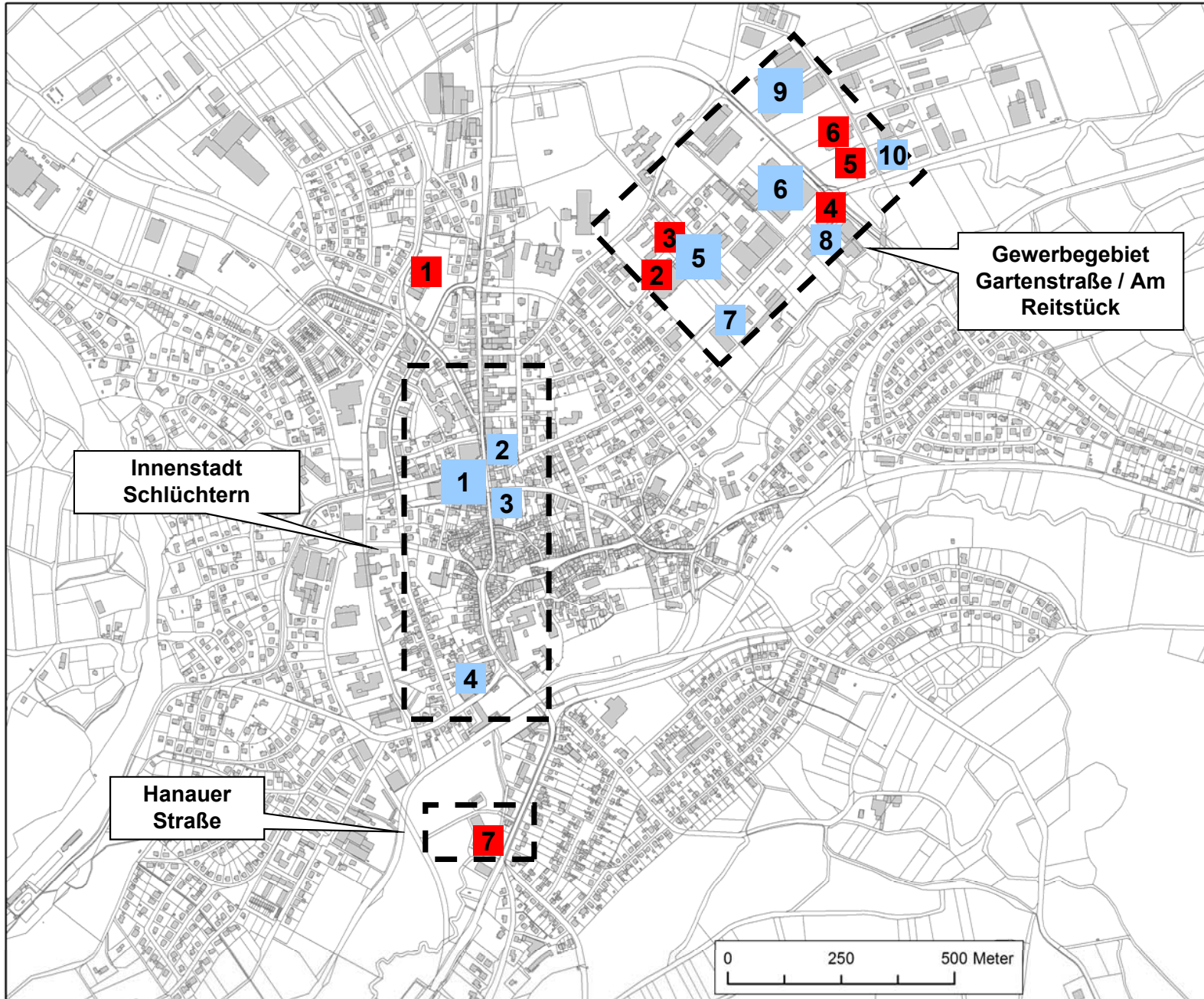
Quelle: GMA 2013

- Südlich der Innenstadt befindet sich die Einzelhandelslage **Hanauer Straße**, welche die Verlagerung des Lidl Lebensmitteldiscounters und des Möbelmitnahmemarktes Dänisches Bettenlager verkraften muss und in seiner Bedeutung geschwächt wurde. Ein Norma Lebensmittelmarkt, ein Getränkemarkt und ein Bäcker sind dort weiterhin vorzufinden.
- Der höchste Besatz an Einzelhandel ist in der **Gewerbegebietslage Gartenstraße / Auf der Landwehr / Am Reitstück** angesiedelt. Hier befinden sich großflächige Lebensmittelmärkte und Fachmärkte (u. a. E-Center Herkules, Herkules Getränkemarkt, Lidl, Penny, Aldi, Netto, Herkules Baumarkt, Hafu Sonderpostenmarkt, dm, kik, Takko, Schuh Weishaar). Außerdem ist das Dänische Bettenlager von der Hanauer Straße hinzugezogen, mit der angrenzenden Neuansiedlung eines Fressnapf Fachmarktes für Heimtierbedarf. Des Weiteren haben die ehemaligen Innenstadtanbieter Hüniche Baby Express und Vitalzentrum Rupert dort angesiedelt und ihren Betrieb ausgebaut.
- In den Ortsmitten der Schlüchterner Stadtteile sind nur vereinzelte Einzelhandelsbetriebe vorzufinden. Es handelt sich um Betriebe mit Lebensmitteln, Fahrrädern und Zubehör sowie Sonderposten und Gartenutensilien.

Übersicht 1: Standortprofil der Stadt Schlüchtern

zentralörtliche Funktion	Mittelzentrum
Einwohner (30.06.2013) ¹	16.090
Bisherige Einwohnerentwicklung: ² - Stadt Schlüchtern - Main-Kinzig-Kreis - Hessen	2002 – 2012 - rückläufig (- 6,1 %) - leicht rückläufig (- 1,6 %) - leicht rückläufig (- 1,2 %)
Bevölkerungsprognose: ² - Stadt Schlüchtern - Main-Kinzig-Kreis - Hessen	2010 – 2020 - leicht steigend (k. A.) - leicht rückläufig (-1,3 %) - leicht rückläufig (- 1,5 %)
Einzelhandelsrelevanter Kaufkraftindex: ³ - Stadt Schlüchtern - Main-Kinzig-Kreis - Hessen	Bundesdurchschnitt = 100 - leicht unterdurchschnittlich (97,3) - überdurchschnittlich (103,2) - überdurchschnittlich (103,8)
Zentralitätskennziffer Main-Kinzig-Kreis ³	durchschnittlich (100,5)
Wirtschaftsstruktur Main-Kinzig-Kreis (2013) ⁴	- Land- und Forstwirtschaft: 0,5 % - Produzierendes Gewerbe: 34,6 % - Handel, Gastgewerbe, Verkehr: 23,6 % - Sonstige Dienstleistungen: 41,3 %
Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte am Arbeitsort (30.06.2012) ⁵	5.019
Pendlersaldo (30.06.2012) ⁵	- 345 (3.082 Einpendler - 3.427 Auspendler)
Arbeitslosenquote (August 2013) ⁵ - Stadt Schlüchtern - Main-Kinzig-Kreis - Hessen	3,6 %. 5,2 % 5,9 %
¹ Stadt Schlüchtern; nur Hauptwohnsitze ² Hessisches Statistisches Landesamt, verschiedene Auswertungen ³ MBR, 2012 ⁴ Main-Kinzig-Kreis ⁵ Agentur für Arbeit Quelle: GMA-Zusammenstellung 2013	

Karte 2: Wesentliche Einzelhandelslagen in der Stadt Schlüchtern



Lebensmittelanbieter

- 1** tegut
- 2** Herkules E-Center
- 3** Netto
- 4** Penny
- 5** Lidl
- 6** Aldi
- 7** Norma

Wesentliche Nonfood-Anbieter

- 1** Kaufhaus Langer + Rossmann
- 2** TEDi
- 3** Möbel Rudolf
- 4** dm, Deichmann, kik
- 5** Hafu Sonderpostenmarkt + Technik Partner + Sport Treff
- 6** Schuh Weishaar
- 7** Takko
- 8** Herkules Baumarkt + Fressnapf + Dänisches Bettenlager
- 9** Ruppert Vitalzentrum + Hüniche Baby Express
- 10**

Quelle: Kartengrundlage
Stadt Schlüchtern
GMA-Bearbeitung 2015

II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Angebotssituation

1.1 Einzelhandelsbestand

Im Oktober 2013 wurde durch GMA-Mitarbeiter eine Aktualisierung der Bestandsdaten des Einzelhandels in Schlüchtern durchgeführt (vgl. Tabelle 2). Zum Zeitpunkt der Erhebung gab es in der Stadt Schlüchtern **insgesamt**

- 115 Betriebe des Ladeneinzelhandels und Ladenhandwerks
- ca. 43.290 m² Gesamtverkaufsfläche
- ca. 114,9 Mio. € Umsatzleistung.

Hiervon entfallen auf **Nahrungs- und Genussmittel**

- 38 Betriebe = ca. 33 % des Gesamtbestandes
- ca. 11.800 m² Verkaufsfläche (= ca. 27 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 40,8 Mio. € Umsatz (= ca. 36 % des Gesamtumsatzes).

Auf **Nicht-Lebensmittel** entfallen

- 77 Betriebe (= ca. 67 % des Gesamtbestandes)
- ca. 31.490 m² Verkaufsfläche (= ca. 73 % der Gesamtverkaufsfläche)
- ca. 74,1 Mio. € Umsatz (= ca. 64 % des Gesamtumsatzes).

Differenziert nach **Branchen** liegen die Verkaufsflächenschwerpunkte des Schlüchterner Einzelhandels in den Bereichen Nahrungs- und Genussmittel, Bekleidung / Schuhe / Sport sowie bei Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, in denen einige strukturprägende und z. T. großflächige Anbieter im Stadtgebiet ansässig sind.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Branchen in der Stadt Schlüchtern

Branchen	Daten		Betriebe*		Verkaufsfläche*		Umsatz** (brutto)	
	abs.	in %	in m ²	in %	in Mio. €	in %		
Nahrungs- und Genussmittel	38	33,0	11.800	27,2	40,8	35,5		
Gesundheit, Körperpflege	10	8,7	1.730	4,0	11,9	10,4		
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	4	3,5	650	1,5	2,7	2,3		
kurzfristiger Bedarf	52	45,2	14.180	32,7	55,4	48,2		
Bücher, Schreib-, Spielwaren	6	5,2	920	2,1	6,6	5,7		
Bekleidung / Schuhe / Sport	18	15,7	10.660	24,6	19,7	17,1		
mittelfristiger Bedarf	24	20,9	11.580	26,7	26,3	22,9		
Elektrowaren, Medien, Foto	9	7,8	1.140	2,6	8,6	7,5		
Hausrat, Einrichtung, Möbel	10	8,7	4.650	10,7	11,6	10,1		
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche***	3	2,6	6.420	14,8	7,5	6,5		
Optik, Uhren / Schmuck	9	7,8	550	1,3	2,9	2,5		
sonstige Sortimente****	8	7,0	4.810	11,1	2,6	2,3		
langfristiger Bedarf	39	33,9	17.570	40,6	33,2	28,9		
Nicht-Lebensmittel gesamt	77	67,0	31.530	72,8	74,1	64,5		
Einzelhandel gesamt	115	100,0	43.330	100,0	114,9	100,0		

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt
 ** bereinigte Werte, d. h. Umsätze von Mehrbranchenunternehmen (z. B. Supermärkte, Drogeriemärkte) wurden den jeweiligen Branchen zugeordnet.
 *** einschließlich des Anbieters Bau King Knothe, der zwischenzeitlich den Betrieb aufgegeben hat
 **** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchsgüter)
 GMA-Erhebungen 2013 (ca.-Werte, gerundet)

Differenziert nach **Standortlagen** ist festzustellen, dass der eindeutige Einzelhandelschwerpunkt im Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück zu finden ist (ca. 50 % der Verkaufsfläche), was v. a. auf zahlreiche mittel- und großflächige Fach- und Lebensmittelmärkte zurückzuführen ist. In der Innenstadt sowie im weiteren Stadtgebiet sind hingegen mit dem Innenstadt-Kaufhaus Langer sowie dem RL Sonderpostenmarkt in Herolz ausschließlich kleinflächige Betriebe ansässig. Der Verkaufsflächenanteil der Innenstadt liegt bei ca. 38 %, die übrige Kernstadt vereint etwa 7 % der Verkaufsflächen auf sich. Diese Standorte fallen ebenso wie Standorte in Stadteillagen mit weniger als 5 % deutlich untergeordnet aus.

Insgesamt weist die räumliche Einzelhandelsstruktur in der Stadt Schlüchtern somit **insbesondere zwei Standortlagen** auf, wobei eine ausgeprägte Arbeitsteilung zwischen dem Standortbereich Gartenstraße / Am Reitstück mit mittel- und großflächigen Versorgungseinrichtungen des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs und der Innenstadt mit einem dominierenden und prägenden Anteil an inhabergeführten Fachgeschäften und untergeordnet auch Nahversorgungsfunktionen durch die hier ansässigen Lebensmittelmärkte auffällig ist.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Standortlagen

Standortlagen	Betriebe		Verkaufsfläche		Umsatz	
	absolut	in %	absolut	in %	absolut	in %
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt*	68	59	16.480	38	42,5	37
Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück	25	22	21.740	50	61,2	53
sonstige Kernstadtlagen	16	14	2.940	7	7,3	6
Stadtteile	6	5	2.170	5	3,9	3
Stadt Schlüchtern gesamt	115	100,0	43.330	100,0	114,9	100,0
* nach Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2010 GMA-Erhebung 2013						

1.2 Entwicklung des Einzelhandelsbestandes seit 2009

Im Juli 2009 wurde im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes eine Erhebung des Einzelhandels im Schlüchterner Stadtgebiet durchgeführt, was eine vergleichende Betrachtung und Bewertung mit der Situation zum Erhebungszeitpunkt im Oktober 2013 ermöglicht. Gegenüber dem Jahr 2009 sind insbesondere folgende Veränderungen herauszustellen:

- Unter Bereinigung aufgrund von Veränderungen in der Erhebungssystematik im Vergleich zu 2009 ist – bezogen auf die Anzahl der Betriebe in Schlüchtern in den vergangenen vier Jahren – ein **Rückgang der Verkaufsflächenausstattung von ca. 8 % gegenüber 2009** festzustellen.

- Differenziert nach Branchen ist der Verkaufsflächenrückgang insbesondere auf die **Teilschließung des Kaufhauses Langer** in der Innenstadt (2. Obergeschoss mit v. a. „weißer Ware“) sowie die **Betriebsaufgaben der Anbieter Polster-Oase** im Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück zurückzuführen. Bei Bau- / Heimwerkerbedarf wird mit der geplanten Betriebsschließung des Anbieters **Bau King Knothe** die Verkaufsfläche ebenfalls zurückgehen.
- Demgegenüber gab es per Saldo kleinere Verkaufsflächenzugänge im Bereich **Gesundheit / Körperpflege** (v. a. Vitalzentrum Ruppert).
- Im **Nahrungs- und Genussmittelsegment** sind gegenüber 2009 keine Veränderungen zu verzeichnen. Der tegut Supermarkt an der Breitenbacher Straße führte zum Zeitpunkt der Erhebung jedoch umfangreiche Modernisierungsarbeiten durch. Demgegenüber ist der Verbleib des tegut Supermarktes am Standort Unter den Linden aufgrund seiner unzeitgemäßen Standortrahmenbedingungen (v. a. geringe Verkaufsflächendimensionierung, geringe Stellplatzkapazitäten) fraglich. Mit seiner Betriebsaufgabe würde sowohl unter qualitativen wie auch unter räumlichen Gesichtspunkten eine Angebotslücke in der Kernstadt entstehen.
- **Alle übrigen Warengruppen** verzeichnen negative Verkaufsflächenentwicklungen (vgl. Tabelle 4), wobei diese – abgesehen von den o. g. Verkaufsflächenrückgängen bei Bekleidung / Schuhe / Sport und Hausrat / Einrichtung / Möbel – im kleinflächigen Bereich zu verzeichnen waren.
- **Nach Standortlagen** ist ein Rückgang der Verkaufsfläche in der Innenstadt von ca. 19 % festzustellen, der insbesondere auf die Teilschließung des Kaufhauses Langer zurückzuführen ist. Demgegenüber gab es im Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück noch einen moderaten Verkaufsflächenzuwachs von ca. 5 %. In den übrigen Standortlagen der sonstigen Kernstadt und in den Stadtteilen waren Verkaufsflächenrückgänge im kleinflächigen Bereich zu verzeichnen.

Tabelle 6: Verkaufsflächenentwicklung 2009 – 2013

Branche	2009	2013	VK-Veränderung gegenüber 2009		Zu- / Abgänge (Auswahl)
	VK in m ^{2*}	VK in m ²	absolut	in %	
Nahrungs- und Genussmittel	11.800	11.800	+/- 0	+/- 0	plus Norma, 5 Meister-Bäcker minus Türkisch Schlüchtener Markt, Raduga Russische Spezialitäten
Gesundheit, Körperpflege	1.550	1.730	+ 180	+ 12	plus Ulrich-von-Hutten-Apotheke, Vitalzentrum Rupert minus Schlecker
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	710	650	- 60	- 9	plus Andrea Denner Blumengalerie, Fressnapf minus Blumenparadies Dörr
Bücher, Schreib-, Spielwaren	1.030	920	- 110	- 11	plus Hüniche Baby Express minus Deko & more, Basteln-Schreibwaren-Geschenke
Bekleidung / Schuhe / Sport	13.500	10.660	- 2.840	- 21	plus K-Moden, Tropics Jeans Mode minus Teilflächen des Kaufhauses Langer, Quarter Master
Elektrowaren, Medien, Foto	1.210	1.140	- 70	- 6	plus Telekommunikation Peyam Njami, Miavillja minus Arcor, Sounds-Studio, The Phonehouse, Euronics Simon
Hausrat, Einrichtung, Möbel	6.130	4.650	- 1.480	- 24	minus Polster-Oase
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche***	6.420	6.420	+/- 0	+/- 0	-
Optik, Uhren / Schmuck	420	550	+ 130	+ 31	plus Neusehland, Sehzentrum Stollfuss
sonstige Sortimente****	4.350	4.810	+ 460	+ 11	plus T€Di minus MäcGeiz
Einzelhandel gesamt	47.140	43.330	- 3.810	- 8	

* Abweichend von Erhebungssystematik 2009 Zuordnung nach Umsatzschwerpunkt
 ** Betriebsaufgabe nach der Erhebung
 *** Aufgrund von Veränderungen in der Erhebungssystematik im Vergleich zu 2009 fällt die tatsächliche Verkaufsflächenausstattung in diesem Sortimentsbereich geringer aus.
 **** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchsgüter)
 GMA-Erhebungen 2009 und 2013 (ca.-Werte, gerundet)

Die **rein quantitative negative Entwicklung des Schlüchterner Einzelhandels** ist maßgeblich auf **zwei Faktoren** zurückzuführen:

- Die **restriktivere Handhabung von Einzelhandelsansiedlungen durch die Stadt Schlüchtern in dezentralen Standortbereichen** hat sich bewährt; das Verkaufsflächenwachstum im Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück hat sich verlangsamt und konzentriert sich auf Angebote mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten, die dem Einzelhandelskonzept nach auch dort angesiedelt werden sollen (z. B. Tierfachmarkt) oder verlagert werden können (z. B. Dänisches Bettenlager). Daneben gab es auch Ansiedlungen von Betrieben, die bereits eine Ladeneinheit in der Innenstadt betreiben (Vitalzentrum Ruppert, Hüniche Baby Express) und dies mit betrieblichen Anforderungen begründen; Entwicklungen an unerwünschten Standorten konnten so vermieden werden.
- Gleichzeitig ist es noch nicht gelungen, den innerstädtischen Einzelhandel in ausreichendem Maß zu stärken. Eine besondere Bedeutung kommt hier der zentral gelegenen Immobilie des Kaufhauses Langer zu, welche zwischenzeitlich das 2. Obergeschoss als Handelsebene aufgegeben hat. Überlegungen zur Neu- und Umstrukturierung der Immobilie haben bislang noch nicht zu einem Ergebnis geführt. Des Weiteren ist diese Entwicklung auch der im übrigen **Innenstadtbereich** vorhandenen **geringen Zahl an modernen Einzelhandelsimmobilien**, die mit den gestiegenen Betreiberanforderungen kompatibel sind, geschuldet.

Tabelle 7: Verkaufsflächenentwicklung nach Standortlagen

Standortlagen	Verkaufsfläche in m ²		Veränderung	
	2009	2013	absolut	in %
zentraler Versorgungsbereich Innenstadt*	20.720	16.480	- 4.240	- 20
Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück	20.610	21.740	+ 1.130	+ 5
sonstige Kernstadtlagen	3.450	2.940	- 510	- 15
Stadtteile	2.360	2.170	- 190	- 8
Stadt Schlüchtern gesamt	47.140	43.330	- 3.810	- 8
* nach Abgrenzung Einzelhandelskonzept 2009 GMA-Erhebungen 2009 und 2013				

Aus der Entwicklung der vergangenen Jahre ergeben sich für den Einzelhandelsstandort Schlüchtern damit folgende **Schlussfolgerungen**:

- Insgesamt hat sich der **Einzelhandelsstandort Schlüchtern nicht wesentlich weiterentwickeln oder profilieren können**. Marktreichweite und Marktdurchdringung konnten nicht ausgebaut werden.
- Im **regionalen Kontext** ist eher eine **rückläufige Bedeutung** festzustellen, da sich andere Standorte parallel weiter entwickeln konnten (z. B. Globus-Erweiterung in Wächtersbach, Kasernen-Areal in Gelnhausen, Erweiterung des Möbelstandortes Fulda); dies zeigt auch die nachstehende Tabelle der Entwicklung der Zentralität von Gemeinden im Umland.

Tabelle 8: Verkaufsflächenentwicklung nach Standortlagen

Stadt / Gemeinde	Zentralität		Veränderung
	2005	2012	
Schlüchtern	168,9	136,0	- 32,9
Bad Soden-Salmünster	93,7	86,4	- 7,3
Wächtersbach	225,4	258,3	+ 32,9
Gelnhausen	145,2	158,8	+ 13,6
Fulda	194,4	195,3	+ 0,9
Quelle: 2005: GfK Nürnberg, 2012: MB Research GMA-Zusammenstellung 2014			

- Durch die konsequente Steuerung auf Grundlage des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schlüchtern als städtebauliches Entwicklungskonzept konnten die **Chancen für eine gezielte Weiterentwicklung des Einzelhandelsstandortes und insbesondere der Innenstadt** gewahrt werden.

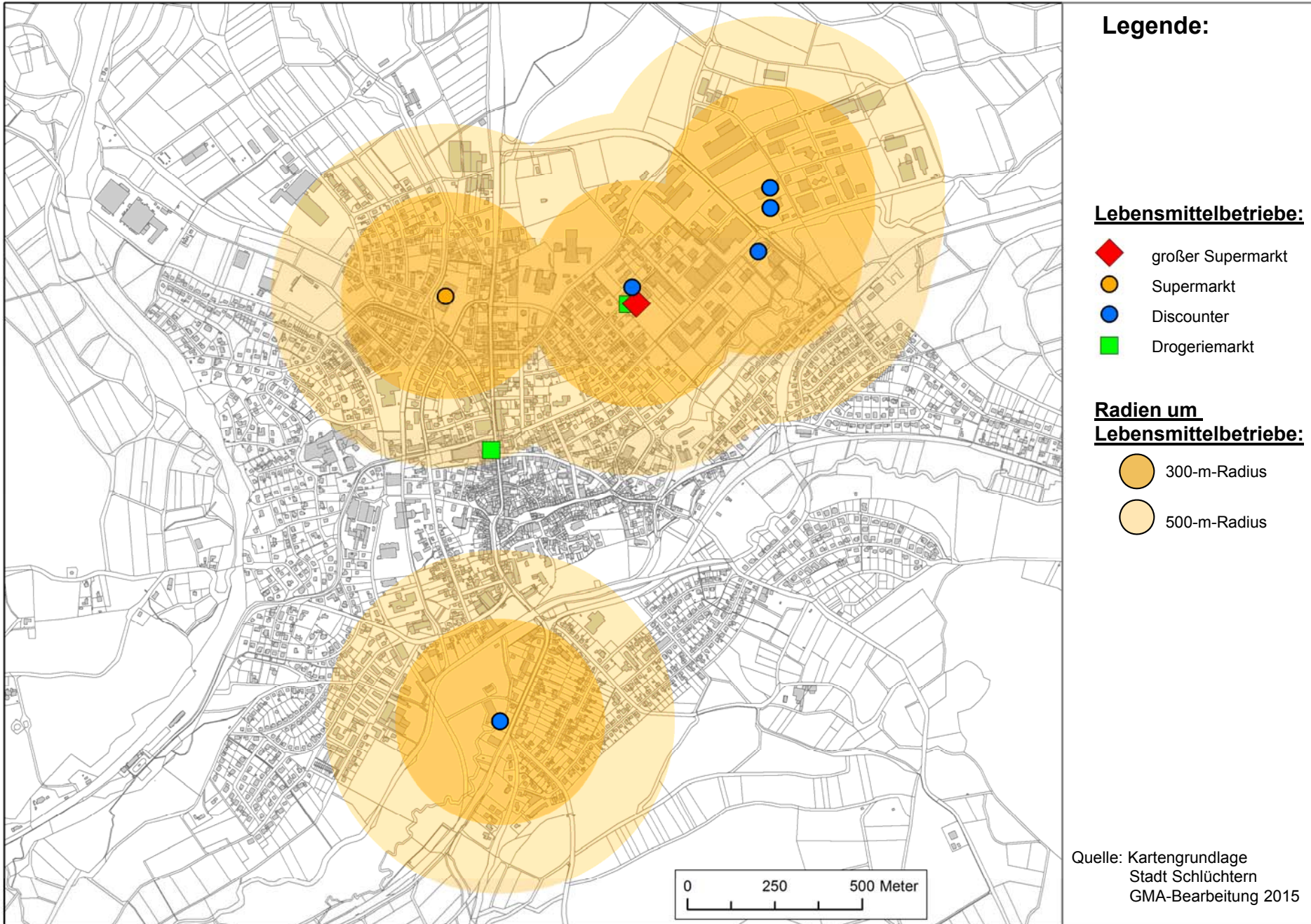
1.3 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Schlüchtern

Die quantitative Bewertung der Versorgungssituation im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich, v. a. Nahrungs- und Genussmittel sowie Gesundheit / Körperpflege anhand verschiedener Kennziffern ist um qualitative Aspekte zu ergänzen. Zusammenfassend sind hinsichtlich der Versorgungssituation in Schlüchtern folgende Punkte festzuhalten:

- Im Hinblick auf die **Verkaufsflächenausstattung** ist rein quantitativ im Nahrungs- und Genussmittelsegment aktuell eine insgesamt gute Ausstattung festzustellen. Im Bereich Gesundheit / Körperpflege ist trotz der insolvenzbedingten Schließung der Schlecker-Filiale Obertorstraße eine ausreichende Verkaufsflächenausstattung gegeben, die um etwa ein halbes Dutzend Apotheken sowie einige Spezialanbieter (u. a. Vitalzentrum Ruppert) ergänzt wird.
- Grundsätzlich besteht aktuell in der Stadt Schlüchtern eine ausgeglichene **Betriebstypenstruktur** im Lebensmittelsektor. Derzeit dominieren mit fünf Lebensmitteldiscountern niedrigpreisige Angebote, während im Vollsortimentsbereich ein großer Supermarkt (E-Center Herkules) sowie ein tegut Supermarkt in Schlüchtern ansässig sind. Darüber hinaus ergänzen ein Reformhaus, zwei kleinflächige Anbieter sowie zahlreiche Getränkeanbieter, ein Dutzend Bäckereien und drei Metzgereien das Angebot. Eine ausgeglichene Betriebstypenstruktur ist im Segment Drogeriewaren vorhanden, wo zwei Fachmärkte, ein Parfümeriefachgeschäft sowie insgesamt fünf Apotheken und nicht zuletzt der Sanitätswarenanbieter Ruppert (zwei Standorte) ansässig sind.
- Unter **räumlichen Gesichtspunkten** ist festzuhalten, dass trotz dreier kleinflächiger Anbieter in den Stadtteilen Hutten, Vollmerz und Sinntal der eindeutige Verkaufsflächenschwerpunkt im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich auf der Kernstadt (99 % der Verkaufsfläche) liegt. Als Hauptversorgungslage innerhalb der Kernstadt fungiert insbesondere die Standortlage Gartenstraße / Am Reitstück, auf die knapp 8.000 m² Verkaufsfläche (ca. 59 %) im nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich entfallen, und wo mit einem großen Supermarkt sowie vier Discountern und einem Drogeriefachmarkt auch moderne Angebote konzentriert sind, die sich in der Innenstadt nicht ohne Weiteres unterbringen lassen. Demgegenüber weisen die beiden tegut Supermärkte Unter den Linden sowie Breitenbacher Straße im Hinblick auf die geringe Verkaufsflächenausstattung von jeweils unter 1.200 m² quantitative und qualitative Defizite auf. Während der tegut-Markt an der Breitenbacher Straße derzeit modernisiert wird (u. a. Erweiterung um Vögele Textilfachmarkt), ist der Verbleib der tegut-Filiale Unter den Linden aufgrund der unzeitgemäßen Standortrahmenbedingungen (v. a. geringe Verkaufsflächenausstattung, kleiner Kundenparkplatz) fraglich, so dass im Hinblick auf eine langfristige Sicherung der wohnortnahen Versorgung in der Innenstadt eine Aufwertung der Angebotssituation erfolgen sollte.

- Bislang fehlt es jedoch an entsprechenden **Erweiterungs- bzw. Ansiedlungsflächen** in der Innenstadt bzw. der Kernstadt Schlüchterns. Die Integration eines Supermarktes auf dem Langer-Areal ist zwischenzeitlich nicht mehr aktuell und gutachterlich auch unter Beibehaltung der äußeren Baulichkeit des Kaufhauses Langer für nicht umsetzbar gehalten.
Vor dem Hintergrund der räumlichen Verteilung der Lebensmittelbetriebe in der Kernstadt von Schlüchtern ist darauf hinzuweisen, dass in den Ortsteilen aufgrund der dispersen Siedlungsstruktur und der geringen Einwohnerzahl als Nachfragebasis eine Ansiedlung größerer Nahversorgungsbetriebe (auch Lebensmittel) marktseitig nicht gegeben ist, da schlichtweg das entsprechende Kaufkraftpotenzial fehlt. Innerhalb der Kernstadt sind neben den bestehenden Standorten grundsätzlich auch zwei weitere Standorte für die Etablierung eines Lebensmittelmarktes zu prüfen (vgl. Karte 3).

Karte 3: Nahversorgungssituation in der Kernstadt Schlüchtern



2. Nachfragesituation

2.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Schlüchtern

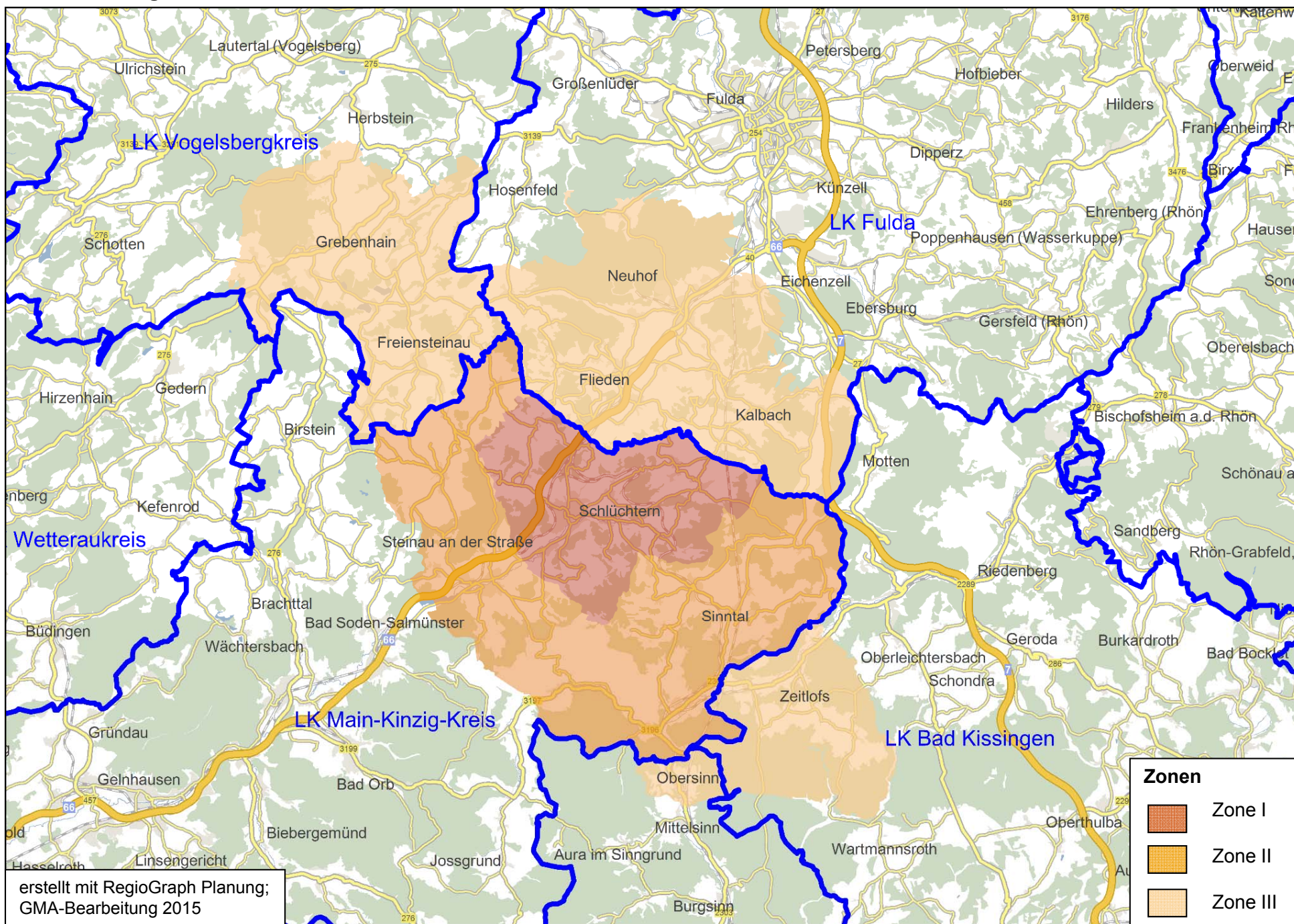
Die Abgrenzung des Marktgebietes stellt die wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Im Einzelhandelskonzept 2009 / 2010 wurde das Marktgebiet für den Einzelhandelsstandort Schlüchtern bereits abgegrenzt. Diese Abgrenzung behält weiterhin ihre Gültigkeit, da keine wesentlichen Veränderungen der Kaufkraftströme zu registrieren sind. Die Gemeinden Kalbach und Neuhof (Fulda) werden nunmehr aus Vereinfachungsgründen ganz dem Marktgebiet zugeordnet.

Dabei unterscheidet sich die wettbewerbliche Abgrenzung von der regionalplanerischen Abgrenzung. Regionalplanerisch wird der Einzugsbereich für Schlüchtern auf den Nahbereich, d. h. Schlüchtern selbst und die angrenzenden Gemeinden Steinau an der Straße und Sinntal begrenzt. Aus wettbewerblicher Sicht ist das Einzugsgebiet weiter zu fassen, da hierfür derjenige Bereich definiert wird, innerhalb dessen die Verbraucher den Standort regelmäßig aufsuchen. Auf einzelbetrieblicher Ebene kann das individuelle Einzugsgebiet von dem gesamten Schlüchterner Einzelhandel abweichen. Das Einwohnerpotenzial für den Einzelhandel in Schlüchtern umfasst demnach ca. 72.035 Einwohner¹² (vgl. Karte 4):

Zone I:	Stadt Schlüchtern	ca. 16.057 Einwohner
Zone II:	Gemeinde Steinau an der Straße , Gemeinde Sinntal	ca. 19.336 Einwohner
Zone III:	Gemeinde Flieden , Gemeinde Freiensteinau , Gemeinde Grebenhain , Gemeinde Kalbach , Gemeinde Neuhof , Gemeinde Obersinn , Gemeinde Zeitlofs	ca. 36.642 Einwohner
Marktgebiet gesamt:		ca. 72.035 Einwohner

¹² Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt, Stand: 31.12.2012.

Karte 4: Marktgebiet des Einzelhandels in der Stadt Schlüchtern



erstellt mit RegioGraph Planung;
GMA-Bearbeitung 2015

2.2 Kaufkraftpotenzial für den Schlüchterner Einzelhandel

Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen liegt die einzelhandelsrelevante Kaufkraft pro Kopf der Wohnbevölkerung derzeit bei ca. € 5.247.

Davon entfallen auf

- Nahrungs- und Genussmittel ca. € 1.870 p. a.
- Nichtlebensmittel ca. € 3.377 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der regionale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen.¹³ Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen (vgl. Tabelle 5) im gesamten Marktgebiet der Stadt Schlüchtern von **ca. 360,4 Mio. €**. Davon entfallen auf die Stadt Schlüchtern ca. 81,8 Mio. €, was einem Kaufkraftrückgang um ca. 3,5 % gegenüber 2009 entspricht. Auf die Bergwinkelregion (Schlüchtern, Steinau an der Straße, Sinntal) entfallen ca. 177,5 Mio. € (- 5,3 %).

Differenziert nach **Hauptwarengruppen** entfallen

- ca. 128,5 Mio. € (= ca. 36 %) auf Nahrungs- und Genussmittel,
- ca. 231,9 Mio. € (= ca. 64 %) auf Nichtlebensmittel.

¹³ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2012. Werte über 100 deuten auf ein im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau. Für die Stadt Schlüchtern liegt der Kaufkraftkoeffizient bei 97,2.

Tabelle 9: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet der Stadt Schlüchtern

Branchen / Bedarfsbereiche	Zone I Schlüchtern	Zone II	Zone III	Marktgebiet gesamt
	Kaufkraft in Mio. €			
Nahrungs- und Genussmittel	29,2	34,1	65,2	128,5
Gesundheit, Körperpflege	5,5	6,5	12,3	24,3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2,0	2,3	4,4	8,7
kurzfristiger Bedarf	36,7	42,9	81,9	161,5
Bücher, Schreib-, Spielwaren	4,1	4,8	9,2	18,1
Bekleidung / Schuhe / Sport	10,6	12,4	23,7	46,7
mittelfristiger Bedarf	14,7	17,2	32,9	64,8
Elektrowaren, Medien, Foto	8,2	9,6	18,3	36,1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	9,1	10,6	20,3	40,0
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche	7,4	8,7	16,6	32,7
Optik, Uhren / Schmuck	1,7	2,0	3,9	7,6
sonstige Sortimente*	4,0	4,7	9,0	17,7
langfristiger Bedarf	30,4	35,6	68,1	134,1
Nicht-Lebensmittel gesamt	52,6	61,6	117,7	231,9
Einzelhandel gesamt	81,8	95,7	182,9	360,4

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)
GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)

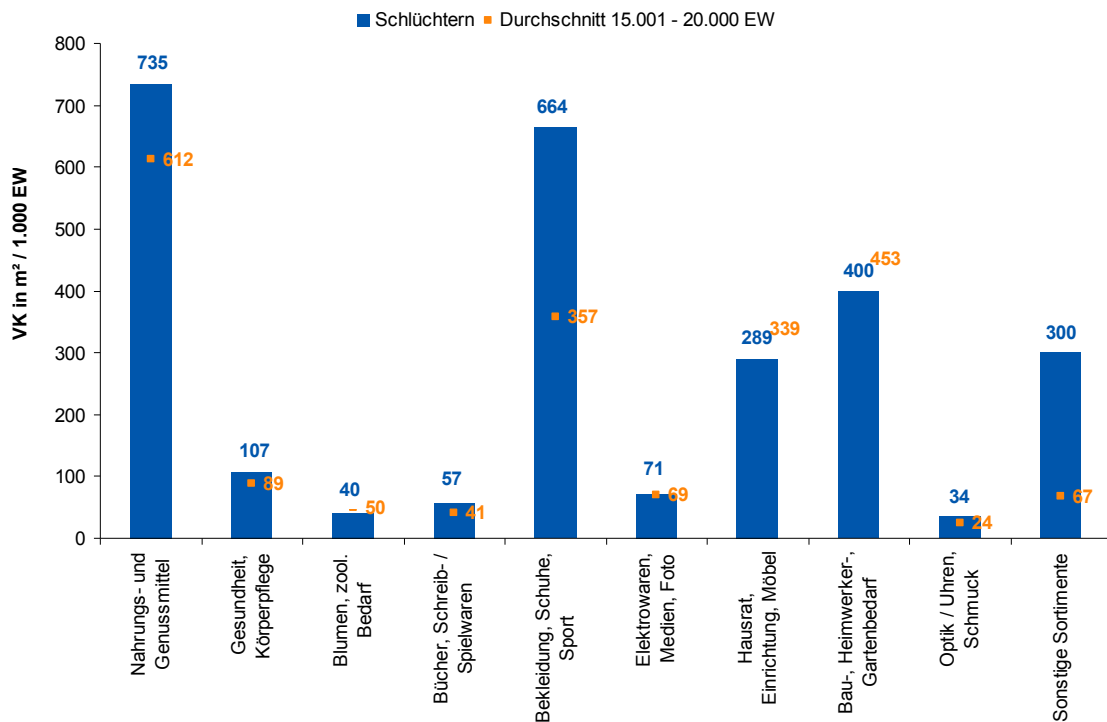
3. Bewertung

Die **branchenbezogene Betrachtung der Verkaufsflächenbetrachtung** in Abbildung 5 zeigt, dass im Vergleich zur GMA-Kennziffer¹⁴ in vielen Branchen eine überdurchschnittliche Ausstattung besteht. Ein deutlich überdurchschnittliches Angebot besteht bei Bekleidung / Schuhe / Sport, wo Schlüchtern im Vergleich zu anderen Städten dieser Größenordnung von seiner zentralen Lage im östlichen Kinzigtal profitiert und für dieses auch in diesem Sortimentsbereich eine überdurchschnittliche Versorgungsfunktion einnimmt. Leicht unterdurchschnittlich sind in der Stadt Schlüchtern die Warengruppen Blumen /

¹⁴ Die GMA veröffentlicht regelmäßig ihre Grundlagenuntersuchung zur Einzelhandelsausstattung und zum Branchenmix von Städten und Gemeinden in Deutschland und Österreich. Bei der Grundlagenuntersuchung 2009 wurden fast 500 Städte und Gemeinden berücksichtigt.

Pflanzen / zoologischer Bedarf sowie aufgrund der Erhöhung der Kennziffer nunmehr die Branchen Hausrat / Einrichtung / Möbel sowie Bau- / Heimwerker- / Gartenbedarf vertreten.

Abbildung 5: Relative Verkaufsflächenbetrachtung im Vergleich



GMA-Berechnungen 2014

Hierzu ist anzumerken, dass dieser Kennziffernvergleich lediglich ein Anhaltswert zur Bewertung der Ausstattung eines Einzelhandelsstandortes liefern kann. Es handelt sich hierbei zunächst um eine rechnerische Beurteilung des Einzelhandelsbestandes, die erste Rückschlüsse auf die Leistungsfähigkeit, besondere Stärken bzw. Schwächen sowie Entwicklungspotenziale zulässt. Diese quantitative Analyse ist durch eine qualitative Bewertung zu ergänzen, in der – differenziert nach Branchen – die konkreten räumlichen Strukturen des Einzelhandelsstandortes, die Qualität des Angebotes (u. a. Leistungsfähigkeit, Betriebsgrößen / Betriebstypenstruktur) sowie auch die Wettbewerbssituation im regionalen Umfeld berücksichtigt werden muss.

III. Entwicklungsperspektiven des Einzelhandelsstandort Schlüchtern bis 2020

1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose

Die Entwicklung der Kaufkraftvolumina in der Stadt Schlüchtern bis zum Jahr 2020 steht v. a. in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung der Bevölkerung, vom Verbraucher- und Ausgabeverhalten, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum.

Das der GMA-Kaufkraftprognose zugrunde liegende **Szenario des Verbraucherverhaltens** lässt sich wie folgt skizzieren:

- Die Verbraucher verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“, d. h., es werden keine größeren Veränderungen des aktuellen Ausgabe- und Sparverhaltens erwartet.
- Die Preise für Dienstleistungen werden schneller ansteigen als die Preise im Einzelhandel. Als Folge dieser Entwicklung wird der Ausgabenanteil des Einzelhandels im verfügbaren Einkommen leicht zurückgehen.
- Die Pro-Kopf-Ausgaben im Einzelhandel real von derzeit ca. € 5.247 auf ca. € 5.387 im Jahr 2020.
- Die Bevölkerungszahl im Marktgebiet Schlüchterns ist insgesamt rückläufig; Grundlage für die Einschätzung der Bevölkerungszahl im Jahr 2020 ist das in Kapitel I, 4. dargestellte Entwicklungsszenario, wobei sich die Entwicklung der Bevölkerung in den einzelnen Teilräumen des Marktgebietes bis 2020 wie in nachstehender Tabelle dargestellt, vollziehen wird.

Tabelle 10: Entwicklung der Bevölkerung im Marktgebiet 2013 – 2020

Marktgebiet	Jahr	2013	2020	Veränderung 2013 - 2020	
				abs.	in %
Zone I		16.057	16.080	+ 23	+ 0,1
Zone II		19.336	18.760	- 576	- 3,0
Zone III		36.642	34.730	- 1.912	- 5,2
Marktgebiet gesamt		72.035	69.570	- 2.465	- 3,4

Quelle: Hessisches Statistisches Landesamt; Bertelsmann Stiftung, Wegweiser Demographischer Wandel; GMA-Berechnung 2014 (ca.-Werte, gerundet)

Tabelle 11: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet im Jahr 2020 (Kaufkraftprognose)

Branchen / Bedarfsbereiche	Zone	Zone I Schlüch- tern	Zone II	Zone III	Marktge- biet ge- samt
	Kaufkraft in Mio. €				
Nahrungs- und Genussmittel		29,9	33,8	63,2	126,9
Gesundheit, Körperpflege		5,7	6,5	12,1	24,3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf		2,0	2,3	4,3	8,6
kurzfristiger Bedarf		37,6	42,6	79,6	159,8
Bücher, Schreib-, Spielwaren		4,0	4,5	8,4	16,9
Bekleidung / Schuhe / Sport		10,7	12,1	22,6	45,4
mittelfristiger Bedarf		14,7	16,6	31,0	62,3
Elektrowaren, Medien, Foto		8,9	10,0	18,7	37,6
Hausrat, Einrichtung, Möbel		9,5	10,8	20,1	40,4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf, Teppiche		7,6	8,6	16,0	32,2
Optik, Uhren / Schmuck		1,8	2,1	3,9	7,8
sonstige Sortimente*		4,1	4,7	8,7	17,5
langfristiger Bedarf		31,9	36,2	67,4	135,5
Nicht-Lebensmittel gesamt		54,3	61,6	114,8	230,7
Einzelhandel gesamt		84,2	95,4	178,0	357,6

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)
GMA-Berechnungen 2014 (ca.-Werte, gerundet)

In der Stadt Schlüchtern und im Marktgebiet kann unter Verwendung dieser Kriterien im Jahr 2020 mit einem Kaufkraftvolumen von ca. 84,2 Mio. € gerechnet werden. Dies entspricht für das im Jahr 2020 erwartete Kaufkraftvolumen einem **leichten realen Zuwachs von ca. 2,4 Mio. € (= + 2,9 %)**. Der leichte Kaufkraftanstieg in der Stadt Schlüchtern wird allerdings durch den Bevölkerungsrückgang im überörtlichen Marktgebiet überkompensiert, so dass per Saldo eine rückläufige reale Kaufkraftentwicklung von ca. - 2,8 Mio. € bzw. - 0,8 % zu erwarten ist.

2. Überprüfung der branchenbezogenen Defizite und Entwicklungspotenziale

Für die verschiedenen Branchen wurde im Einzelhandelskonzept 2009 / 2010 eine Bewertung vorgenommen, inwiefern ein Handlungsbedarf besteht. In der nachfolgenden Tabelle wird festgehalten, welche Entwicklungen zwischenzeitlich erfolgten bzw. zu erwarten sind und wo weiterhin Handlungsbedarf besteht.

Tabelle 12: Handlungsbedarf in der Standortpolitik der Stadt Schlüchtern

Branche	im Einzelhandelskonzept 2009 / 2010 festgestellter Handlungsbedarf	heutige Einschätzung
Nahrungs- und Genussmittel	<p>mittel unter qualitativen Gesichtspunkten Modernisierungsbedarf v. a. für Supermärkte und unter räumlichen Gesichtspunkten im Innenstadtbereich</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Modernisierung des tegut Supermarktes Breitenbacher Straße - Modernisierung des Edeka Supermarktes Gartenstraße - Betriebsaufgabe des tegut Supermarktes Unter den Linden - unter qualitativen und räumlichen Gesichtspunkten wäre Ersatzfläche für tegut Supermarkt im Kernstadtbereich wünschenswert (z. B. Langer-Areal, ehem. Bau King Knothe)
Gesundheit, Körperpflege	<p>gering kein Handlungsbedarf</p>	<ul style="list-style-type: none"> - trotz Schließung eines Schlecker-Marktes weiterhin gute Ausstattung und geringer Handlungsbedarf - unter qualitativen Gesichtspunkten Modernisierung und Erweiterung des Innenstadtanbieters Rossmann wünschenswert
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf*	<p>mittel Ansiedlung eines Fachmarktes für Heimtierbedarf zur qualitativen Angebotsergänzung darstellbar</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Betriebsabgänge bei Blumen, Pflanzen, Ergänzungen bei Blumen im klein- und mittelflächigen Bereich darstellbar - Ansiedlung von Fressnapf Fachmarkt für Heimtierbedarf im zoologischen Bedarfssegment, kein Handlungsbedarf bei zoologischem Bedarf
Bücher, Schreib-, Spielwaren	<p>gering kein Handlungsbedarf</p>	<ul style="list-style-type: none"> - weiterhin gute Ausstattung - aufgrund starker Konkurrenz durch den Onlinehandel sind Neuansiedlungen durch Filialisten unwahrscheinlich - Angebotsergänzungen im kleinflächigen Bereich bei Büchern und Schreibwaren durch inhabergeführte Fachgeschäfte darstellbar
Bekleidung, Schuhe, Sport	<p>gering qualitative Angebotsergänzungen (z. B. Junge Mode, Herrenausstattung)</p>	<ul style="list-style-type: none"> - deutliche Verkaufsflächenabnahme in den letzten Jahren, v. a. durch Teilschließungen Kaufhaus Langer - vor dem Hintergrund der traditionellen Versorgungsbedeutung Schlüchterns in diesem Segment weitere Ergänzungen im Fachmarkt- und Markensegment in der Innenstadt anzustreben

Fortsetzung nächste Seite

Fortsetzung von vorheriger Seite		
Branche	im Einzelhandelskonzept 2009 / 2010 festgestellter Handlungsbedarf	heutige Einschätzung
Elektrowaren	gering nur eingeschränkt Ergänzungspotenziale vorhanden	<ul style="list-style-type: none"> - Verkaufsflächenreduzierung v. a. durch Teilschließung im Kaufhaus Langer und durch Betriebsaufgaben eines mittelflächigen, filialisierten Fachgeschäftes sowie mehrerer Telekommunikationsanbieter - unter qualitativen Gesichtspunkten grundsätzlich Ansiedlung eines auch großflächigen Elektromarktes darstellbar
Hausrat, Einrichtung, Möbel	mittel v. a. Ergänzungspotenziale bei Möbeln vorhanden, hier insbesondere für spezialisierte Anbieter	<ul style="list-style-type: none"> - Verlagerung des Anbieters Dänisches Bettenlager - nach wie vor hoher Kaufkraftabfluss (u. a. nach Fulda, Gelnhausen) anzunehmen - aufgrund der begrenzten Möglichkeiten nur moderater Ergänzungsbedarf, v. a. durch spezialisierte Anbieter, vorhanden
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	gering kein Handlungsbedarf	<ul style="list-style-type: none"> - Wegfall des in Streulage gelegenen Anbieters Bau King Knothe - aktuell kein Handlungsbedarf
Optik, Uhren, Schmuck	gering kein Handlungsbedarf	<ul style="list-style-type: none"> - aktuell kein Handlungsbedarf
sonstiger Einzelhandel**	mittel Ergänzungspotenziale bei Fahrrädern vorhanden	<ul style="list-style-type: none"> - keine wesentlichen Veränderungen - Ergänzungspotenziale bei Fahrrädern und bei Outdoorartikeln nach wie vor vorhanden
<p>* ohne Gartenbaubetriebe</p> <p>** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)</p> <p>GMA-Zusammenstellung 2014</p>		

IV. Einzelhandelskonzept für die Stadt Schlüchtern

Die Einzelhandelskonzeption 2009 / 2010 hat eine Sortimentsgliederung (zentrenrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente) sowie eine Standortgliederung (räumliche Funktionsteilung) vorgenommen. Diese Konzeption soll einer kritischen Überprüfung unterzogen werden, insbesondere vor dem Hintergrund der in den vergangenen Jahren eingetretenen Veränderungen im Einzelhandelsbestand.

1. Ziele des Einzelhandelskonzeptes

Zur Sicherung und gezielten Weiterentwicklung des Einzelhandels in Schlüchtern ist die Aktualisierung des Einzelhandelskonzeptes zu empfehlen, welches als Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung herangezogen werden sollte.

Nachstehend erfolgt eine Überprüfung der im Jahr 2009 / 2010 formulierten Ziele für die Einzelhandelsentwicklung:

- **Erhaltung und Stärkung der Versorgungsfunktion der Stadt Schlüchtern als Mittelzentrum:** Die Verkaufsflächenausstattung und Zentralität des Schlüchterner Einzelhandels ist in den vergangenen Jahren zurückgegangen. Gleichzeitig konnten sich Nachbargemeinden und Gemeinden im weiteren Umland parallel weiterentwickeln (v. a. Wächtersbach, Gelnhausen, Fulda). Um die Position Schlüchterns als Mittelzentrum und Versorgungsstandort für die eigene Bevölkerung und das Umland zu stabilisieren und zu stärken, ist ein differenzierter Ausbau der Verkaufsfläche weiterhin möglich und anzustreben. Dabei ist eine Lenkung von zentrenrelevanten Sortimenten gemäß der Sortimentsliste auf den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt vorzunehmen, während Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten auch an anderen Standorten gemäß Standortkonzept angesiedelt werden können.
- **Stabilisierung und Aufwertung der Innenstadt von Schlüchtern:** Zur Aufwertung der Innenstadt ist insbesondere eine Mischung aus inhabergeführten Fachgeschäften und überregional agierenden, bekannten Markenstores anzustreben.

Hierfür sollten eine Nachverdichtung, die Zusammenlegung von Flächen und die Bereitstellung geeigneter Flächen sowie einzelbetrieblicher Maßnahmen und städtebauliche Sanierungsmaßnahmen erfolgen. Neben der Zusammenlegung von kleinflächig strukturierten Ladenlokalen ist hier insbesondere eine Neu- und Umstrukturierung des Langer-Areals aus gutachterlicher Sicht wünschenswert, um die Innenstadt wieder zu stärken. In seiner zentralen Lage an der Obertorstraße ist die Immobilie in der Lage, eine Magnetfunktion für die gesamte Innenstadt Schlüchterns zu übernehmen. Dabei kann die Immobilie von den tradierten Einkaufsbeziehungen auf das heutige Kaufhaus Langer profitieren. Aktuell ist jedoch von der Aufrechterhaltung des Betriebs durch das Kaufhauses Langer auszugehen, so dass das Grundstück mittelfristig noch nicht überplant werden kann.

- **Zielgerichtete Steuerung der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Schlüchtern:** Grundsätzlich ist die bisherige restriktive Vorgehensweise für zentrenrelevante Sortimente in den Gewerbegebieten beizubehalten, da sie eine geordnete und städtebaulich verträgliche Handelsentwicklung begünstigt. Demnach sind zentrenrelevante Sortimente in den Gewerbegebieten nicht zulässig. Eine Fortführung der Zonenregelung in der Stadt Schlüchtern ist somit zu empfehlen, wobei die Abgrenzung der einzelnen Zonen vor dem Hintergrund der tatsächlichen Handelsentwicklung angepasst werden sollte.
- **Investitionssicherheit für den Einzelhandel und Entscheidungsträger:** Die Verabschiedung eines Einzelhandelskonzeptes als städtebauliches Entwicklungskonzept trägt grundsätzlich zu einer Investitionssicherheit für den Einzelhandel bzw. die entsprechenden Entscheidungsträger bei, da Leitplanken aufgestellt werden, innerhalb derer sich die zukünftige Entwicklung vollziehen wird. Das Ziel der Schaffung von Investitionssicherheit für den Einzelhandel und die entsprechenden Entscheidungsträger bleibt bestehen.

Eine geordnete Weiterentwicklung des Einzelhandels erfordert die Beachtung zweier städtebaulich relevanter Kernpunkte (vgl. Abbildung 6):

- Die Erstellung eines sortimentsbezogenen Leitbildes der Stadtentwicklungsplanung mit Definition zentrenrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente, das als Grundlage für die weitere Beurteilung von Ansiedlungsvorhaben heranzuziehen ist (= **Sortimentskonzept**),

- die Überprüfung und ggf. Neuformulierung von räumlichen Prioritäten hinsichtlich der Weiterentwicklung des Einzelhandels nach Standorten (= **Standortkonzept**).

Es ist an dieser Stelle darauf hinzuweisen, dass im Zentrenkonzept nur die entsprechenden Rahmenbedingungen für eine adäquate Entwicklung bereitgestellt werden. Es entbindet jedoch nicht von weiteren aktiven Modernisierungs- und Aufwertungsmaßnahmen an städtebaulich gewünschten Standorten (v. a. in den zentralen Lagen).

Abbildung 6: Standort- und Sortimentskonzept



2. Überprüfung des Standortkonzeptes

2.1 Abgrenzung und Bedeutung zentraler Versorgungsbereiche

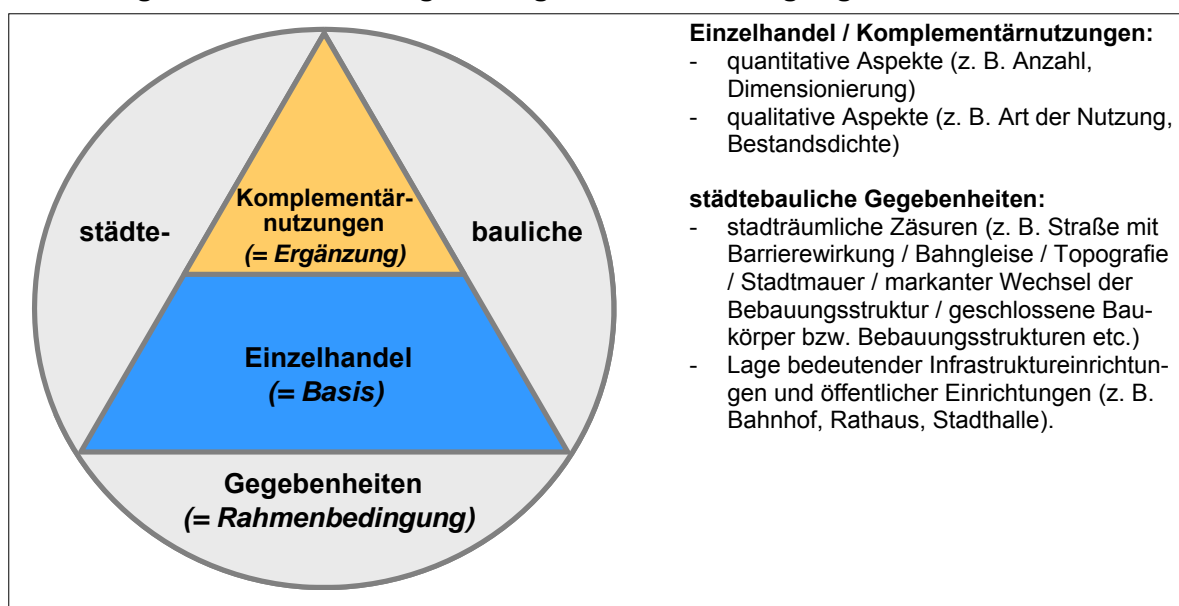
Im Rahmen der Novellierungen von BauGB und BauNVO 2004 bzw. 2007 wurde der Begriff des „zentralen Versorgungsbereiches“ eingeführt. Zentrale Versorgungsbereiche übernehmen die Funktion eines Zentrums zur Versorgung der Gemeinde bzw. eines Teilbereiches der Gemeinde mit einem bestimmten Spektrum an Waren und Dienstleistungen. Es handelt sich um schutzwürdige Bereiche im Sinne des Baugesetzes, d. h., diese Bereiche dürfen durch Einzelhandelsneansiedlungen in der Kommune und in Nachbarkommunen nicht geschädigt werden.

Bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche kommt dem Einzelhandel eine konstituierende Funktion zu. Die vorhandenen oder geplanten Einzelhandels-

betriebe müssen in einem räumlichen und funktionalen Kontext stehen und vom Kunden als zusammenhängende Versorgungslage wahrgenommen werden. Als Maßstab kann hier die fußläufige Erreichbarkeit und ein Geschäftsbesatz ohne bzw. nur mit kleineren Lücken angesetzt werden. Eine ausreichend hohe Kundenfrequenz wird häufig maßgeblich von größeren „Magnetbetrieben“ gewährleistet. Jedoch kann sich die Attraktivität eines zentralen Versorgungsbereiches auch aus einer bestimmten Anzahl kleinerer Betriebe begründen, sofern eine hohe Funktionsdichte gegeben ist.

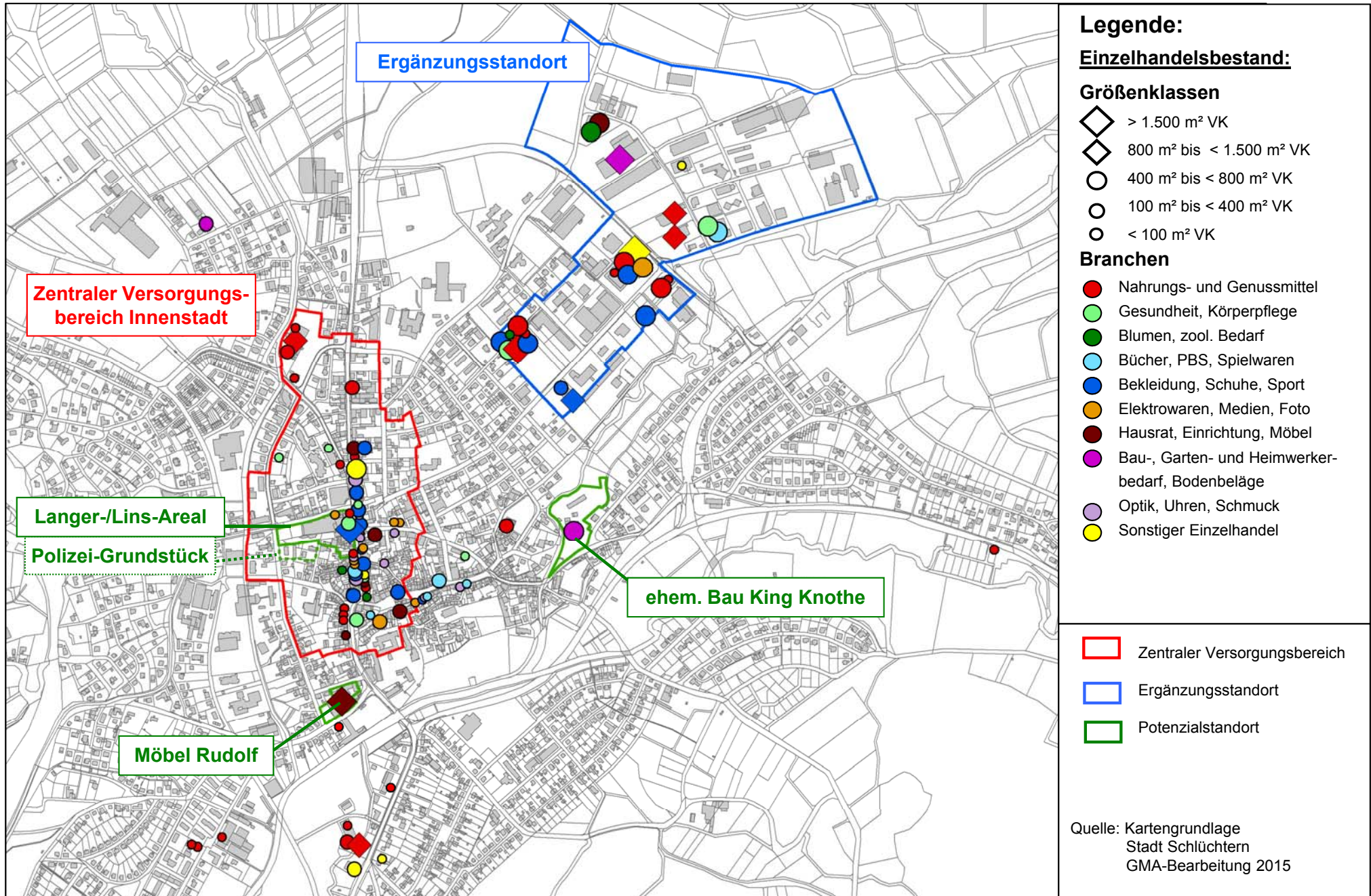
Ergänzend werden bei der Abgrenzung die Standorte öffentlicher und privater Dienstleistungen berücksichtigt. Zur Abrundung kommen darüber hinaus städtebauliche Gegebenheiten (z. B. Straßenverlauf, Topografie, Flusslauf, markanter Wechsel der Bebauungs- oder Nutzungsstruktur) sowie die Lage bedeutender infrastruktureller und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Rathaus) zum tragen (vgl. Abbildung 7). Es ist zu unterstreichen, dass sich die Schutzfunktion nicht nur auf den Einzelhandel alleine bezieht. Beispielsweise können auch Freizeiteinrichtungen geschützt werden, sofern sie in einem zentralen Versorgungsbereich liegen. Weiterhin ist im Sinne der Abgrenzungskriterien darauf hinzuweisen, dass nicht grundsätzlich überall in einem zentralen Versorgungsbereich Einzelhandel erwünscht oder erlaubt sein muss; die einzelhandelsgeprägten Bereiche können sich auf Teilgebiete beschränken. Für Schlüchtern wird folgende Zentren- und Standortstruktur vorgeschlagen (vgl. Abb. 7).

Abbildung 7: Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche



GMA-Darstellung 2014

Karte 5: Zentren- und Standortstruktur für die Stadt Schlüchtern



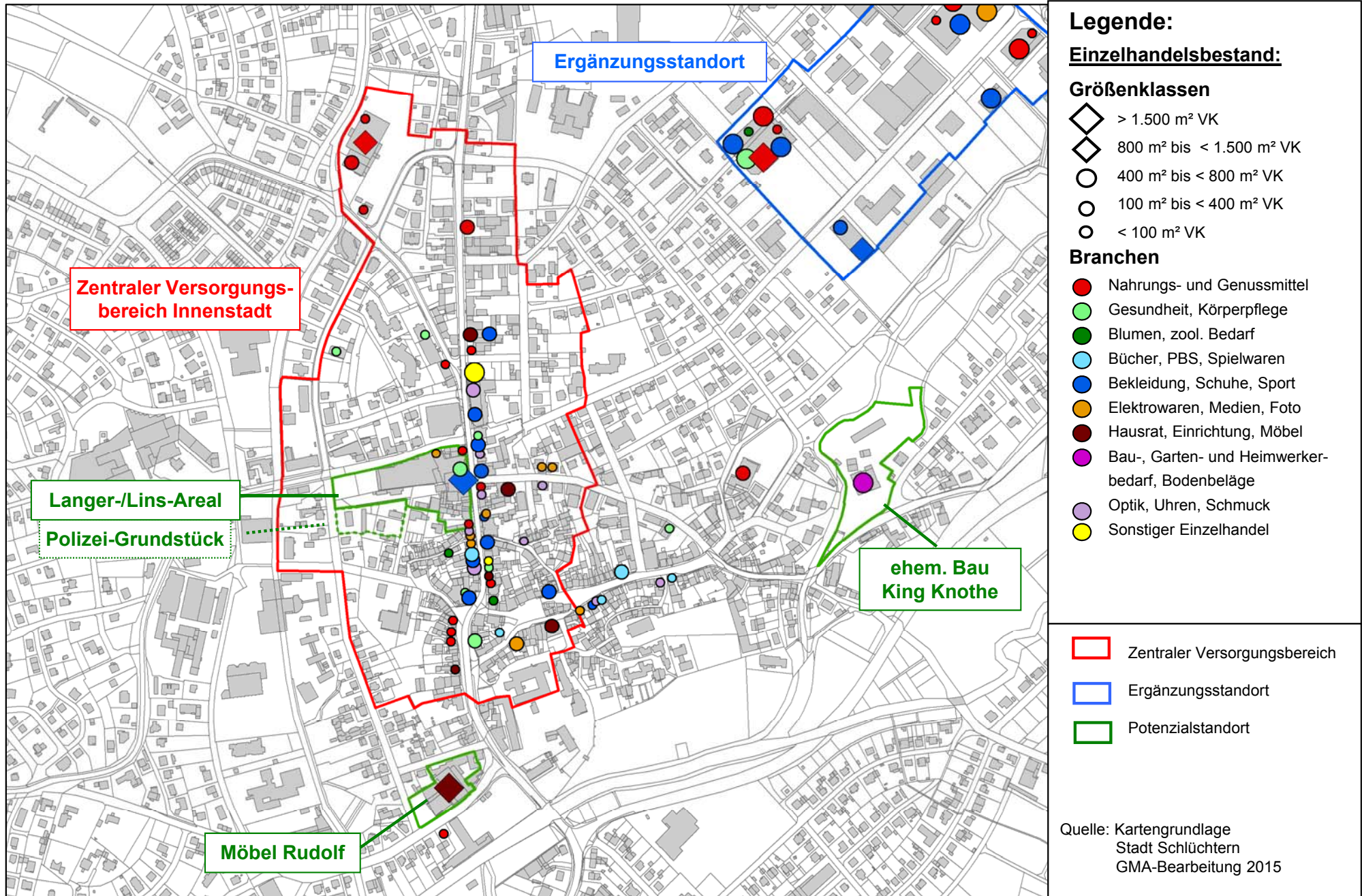
2.2 Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Karte 6 zeigt die für die Stadt Schlüchtern vorgenommene Abgrenzung der Innenstadt (Standorte für zentrenrelevante Sortimente). Der markierte Bereich bildet einen zentralen Versorgungsbereich. Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** übernimmt eine wesentliche lokale und regionale Versorgungsaufgabe für das gesamte Schlüchterner Stadtgebiet und darüber hinaus auch eine für das ermittelte Marktgebiet. Bei der räumlichen Definition des zentralen Versorgungsbereiches wurden neben den hier ansässigen Einzelhandelsbetrieben auch Komplementärnutzungen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeiteinrichtungen, öffentliche Einrichtungen) berücksichtigt. Die Abgrenzung entspricht dem Regionalplan.

Anders als bei z. B. Stadtteil- und Nahversorgungszentren in größeren Städten ist das Kriterium der Nahversorgungsfunktion für die umliegenden Wohngebiete bei dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadt in einem Mittelzentrum nachrangig, wenngleich dieses unterstützend wirken und zu einer Grundfrequenz beitragen kann. Die **vorrangige Versorgungsfunktion** des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt besteht im Einzelhandelsbereich jedoch **in der Bereitstellung von Angeboten des mittel- und langfristigen Bedarfs mit zentrenrelevanten Sortimenten** für die Gesamtstadt bzw. für das Marktgebiet.

Als wesentliche Potenzialfläche zur Weiterentwicklung des Einzelhandelsbestandes innerhalb der Innenstadt kann dabei das Langer-Areal gesehen werden (vgl. Kapitel 4.).

Karte 6: Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt



2.3 Ergänzungsstandort

Das Verkaufsflächenwachstum im Ergänzungsstandort im Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück hat sich in den vergangenen Jahren verlangsamt. Seit Erarbeitung des Einzelhandelskonzeptes 2010 ist die Verkaufsfläche um ca. 1.130 m² auf ca. 21.740 m² angewachsen, was einem Zuwachs von ca. 5 % entspricht. In erster Linie ist das Verkaufsflächenwachstum auf die Ansiedlung von Anbietern mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment (Fressnapf Fachmarkt für Heimtierbedarf, Dänisches Bettenlager Möbelfachmarkt) an der Kurfürstenstraße zurückzuführen. Ferner bilden der Sanitätswarenanbieter Vital-Zentrum Ruppert sowie der Spielwarenanbieter Hüniche Baby Express am Standort Gartenstraße eine Standorteinheit. Als Betriebsabgang sind der Polstermöbelanbieter Polster Oase sowie im kleinflächigen Bereich ein Blumen- und Bastelartikelanbieter zu verzeichnen. Größte Anbieter sind der Herkules Bau- und Heimwerkermarkt (ca. 5.500 m² VK) und das Herkules E-Center (ca. 3.500 m² VK).

Der Ergänzungsstandort stellt eine wichtige Standortlage in der Stadt Schlüchtern zur Etablierung mittel- und großflächiger Betriebseinheiten dar, die in ihrer Gesamtheit in der Innenstadt nicht untergebracht werden können. Mit der Ausweisung als Ergänzungsstandort soll weiterhin die verkehrliche Bündelung von Verkehrsströmen am Standort Gartenstraße / Am Reitstück angestrebt werden.

Im Bereich des Ergänzungsstandortes sind noch Potenzialflächen, z. B. im Bereich der Landwehr / Kurfürstenstraße vorhanden, die über eine Anbindung an die Umgehungsstraße vorhandenen Nutzungen zugeordnet und unter verkehrlichen Aspekten funktionsgerecht angebunden werden können und die für die mögliche Ansiedlung weiterer Betriebe in Frage kommen. Aus gutachterlicher Sicht empfiehlt sich dabei eine Weiterentwicklung des Ergänzungsstandortes nur in unmittelbarer räumlicher Zuordnung zum derzeitigen Bestand. Bei Neuansiedlung sind zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment gemäß Regionalplan auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. absolut maximal bis zur Grenze der Großflächigkeit – derzeit 800 m² – erlaubt, sofern sie inhaltlichen Bezug zum Hauptsortiment aufweisen. Begründete Abweichungen vom Sortiments- und Zentrenkonzept müssen stadtplanerisch abgewogen werden.

3. Sortimentskonzept

Neben dem Standortkonzept bildet das **Sortimentsleitbild als planungsrechtliches Instrumentarium** im Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO den zweiten wesentlichen Baustein des Einzelhandelskonzeptes, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels in Schlüchtern gezielt gesteuert werden kann. Sie baut auf den in den vorangegangenen Kapiteln dargestellten Bestandsdaten und Analyseergebnissen auf.

Damit ein Ausschluss von bestimmten Sortimenten in Bebauungsplangebietern zum Schutz und zur Stärkung der Attraktivität und Funktion der Innenstadt rechtssicher möglich ist, müssen städtebauliche Gründe vorliegen, die mit einem Einzelhandelskonzept als städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB geschaffen werden können. In diesem ist eine **ortsspezifische, d. h. an den jeweiligen Ort angepasste Sortimentsliste** zu erarbeiten, welche die konkrete Angebotssituation in der Gemeinde sowie ggf. zukünftige Planungsabsichten berücksichtigt.

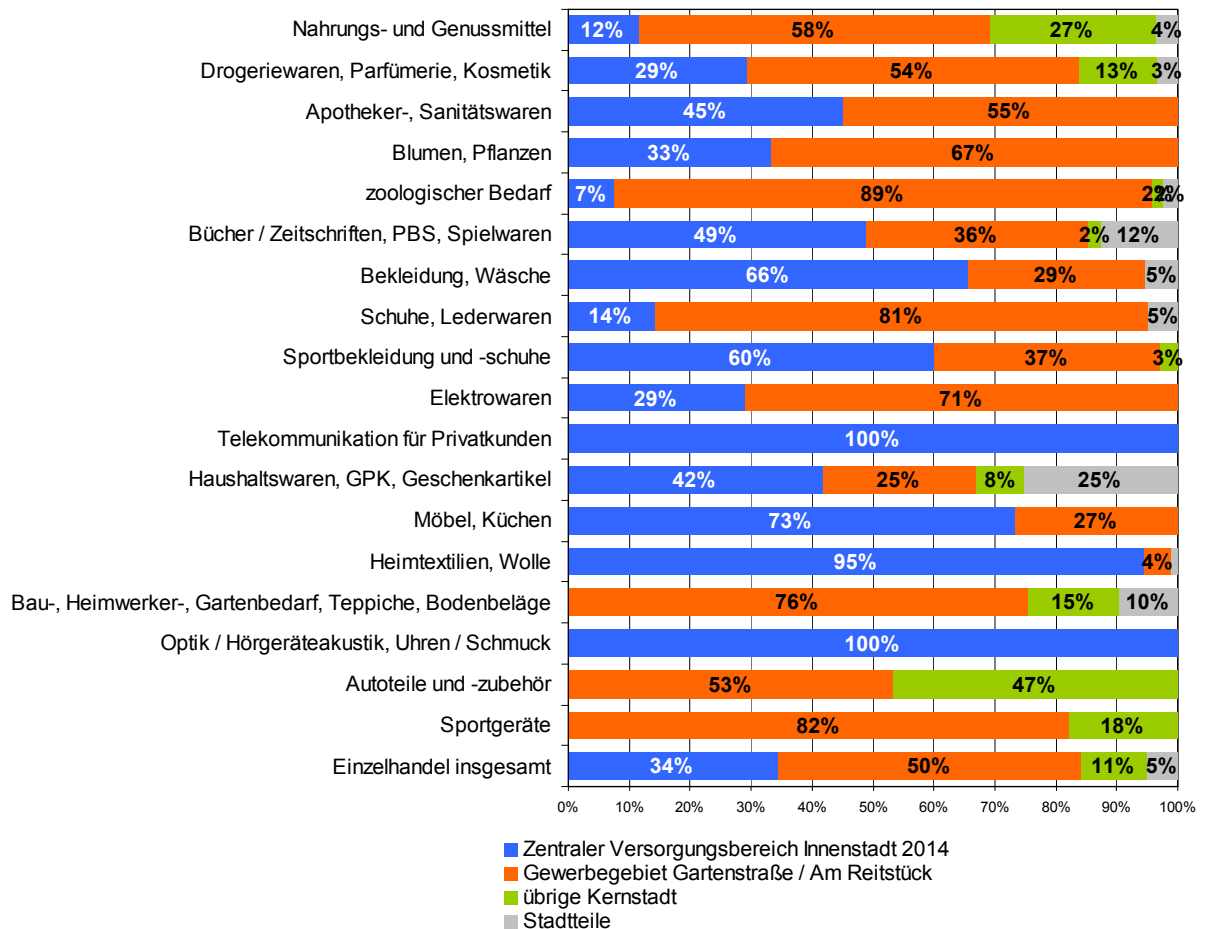
Dabei wird mit dem Sortimentskonzept zwischen zentrenrelevanten und nicht zentrenrelevanten Sortimenten unterschieden, die sich hinsichtlich der nachstehend beschriebenen, vorwiegenden Merkmale unterscheiden lassen:

- **Zentrenrelevante Sortimente** weisen eine hohe Attraktivität für zentrale Lagen auf, sind i. d. R. ohne Pkw transportierbar und führen zu einer hohen Kundenfrequenz bzw. sind auf diese angewiesen. Sie tragen dazu bei, dass integrierte Lagen eine hohe Bedeutung als Einkaufsstandort erfahren und in diesem Zusammenhang Synergien zu anderen Nutzungen (z. B. Dienstleistungen, Gastronomie, Ärzte, öffentliche Einrichtungen etc.) verstärkt werden. Zentrenrelevante Sortimente werden vorwiegend in der Innenstadt angeboten.
- **Nicht zentrenrelevante Sortimente** hingegen tragen nicht oder nur in geringem Maße zur Attraktivitätssteigerung der integrierten Lagen bei. Meist handelt es sich um Betriebskonzepte mit gewissen Flächenanforderungen, welche sich städtebaulich nur schwer integrieren lassen (z. B. Baumärkte). Oftmals sind die Sortimente nur schwer zu transportieren und / oder weisen eine hohe Autokundenorientierung auf, so dass diese Sortimente an dezentralen Lagen keine wesentliche Gefährdung für die integrierten Standortlagen darstellen oder unter Umständen dort auch städtebaulich erwünscht sind.

Die **Überprüfung des Sortimentskonzeptes** für Schlüchtern erfordert zunächst einen Abgleich der bislang verwendeten Liste der zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente mit dem aktuellen Bestand im zentralen Versorgungsbereich von Schlüchtern. Dabei ist zu prüfen, ob die für die Stadt Schlüchtern als zentrenrelevant definierten Sortimente nach wie vor in der Innenstadt vertreten sind. Im Einzelfall können solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft wurden, aber mittlerweile in der Innenstadt weggefallen sind, und eine Neuansiedlung sowohl aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) als auch aufgrund der tatsächlichen örtlichen Verhältnisse auch mittel- und langfristig nicht realistisch erscheinen lässt, aus der Liste herausgenommen werden.

Die nachfolgende Abbildung zeigt an, welche Sortimente an welchen Standorten in Schlüchtern angeboten wird.

Abbildung 8: Verteilung der Sortimente in Schlüchtern nach Standortlagen



* Zuordnung der Verkaufsflächen von Mehrbranchenunternehmen > 1.000 m² zu den jeweiligen Branchen

In Schlüchtern ist zur räumlichen Verteilung einzelner Sortimente folgendes festzustellen:

- Im Bereich **Nahrungs- und Genussmittel** ist heute keine Orientierung des Angebots mehr auf die Innenstadt Schlüchtern festzustellen. Lediglich 12 % der Verkaufsfläche in diesem Segment werden dort vorgehalten. Die Bemühungen um die Ansiedlung eines großflächigen Lebensmittelmarktes innerhalb der engen baulichen Strukturen der Schlüchterner Innenstadt auf dem rückwärtigen Bereich des zur Obertorstraße gelegenen Langer- / Lins-Areal, welches die aktuell größte innerstädtische Potenzialfläche darstellt, sind als gescheitert anzusehen. Das Einkaufsverhalten der Schlüchterner Bürgerinnen und Bürger ist – dem deutschlandweiten Trend folgend – überwiegend auf den wöchentlichen Versorgungseinkauf

mit dem Pkw ausgerichtet.¹⁵ Da die bis zu zehn Kilometer entfernten und dispers gelegenen Stadtteile selbst keine tragfähigen Kaufkraftpotenziale für den wirtschaftlichen Betrieb eines größeren Lebensmittelmarktes bieten, ist das Versorgungsverhalten der Bewohnerinnen und Bewohner der Stadtteile, in denen 57 % der Schlüchterner Bevölkerung leben, auch beim kurzfristigen Bedarf maßgeblich auf die Kernstadt ausgerichtet. Die unmittelbare Entfernung eines Angebots von Nahrungs- und Genussmitteln zum Wohnort, also eine Nahversorgung im engeren Sinne, spielt in Schlüchtern hingegen nur eine untergeordnete Rolle.

- Bei **Tiere, Zooartikel, Tiernahrung** ist mit der Ansiedlung eines Fressnapf Fachmarktes für Heimtierbedarf ein neuer Betriebstyp an den Standort Schlüchtern getreten, welcher das gesamteinzelhändlerische Angebot aus Gutachtersicht gut ergänzt. In diesem Segment haben sich die Vertriebsformen stark zu mittel- und großflächigen Betriebseinheiten (filialisierte Fachmarktanbieter) in verkehrsorientierten Lagen hin verschoben, da die Kunden zur Vorratshaltung meist größere Mengen mit dem Pkw einkaufen wollen. Eine Trendumkehr ist derzeit nicht erkennbar. Aus Gutachtersicht ist daher zu erwarten, dass dieses Sortiment zukünftig im Wesentlichen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche verortet sein wird. In der Stadt Schlüchtern sind über den Fressnapf Fachmarkt für Heimtierbedarf hinaus ein kleinflächiger Zooanbieter in der Innenstadt (Hausverkauf) sowie die in Lebensmittelmärkten und im Bau- und Heimwerkerbedarf Herkules auf untergeordneten Teilflächen geführten Randsortimente zu nennen. Insgesamt sind 93 % der Verkaufsfläche außerhalb der Innenstadt angesiedelt. Die Warengruppe spielt für die Besucherfrequenz bzw. Prägung der Innenstadt Schlüchterns keine Rolle. Vor diesem Hintergrund sowie der Marktentwicklung in dieser Branche wird aus Sicht der GMA die Beibehaltung der Zuordnung von Tieren, Zooartikeln und Tiernahrung zu den nicht zentrenrelevanten Sortimenten bestätigt.
- In der Warengruppe **Elektrowaren** (ohne Telekommunikation für Privatkunden) liegt der Angebotsschwerpunkt mit 71 % Verkaufsflächenanteil im Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück. Mit der Teilschließung des Kaufhauses Langer befindet sich aktuell kein größeres Angebot an „weißer Ware“ (Elektrohaushaltsgeräte) in der Schlüchterner Innenstadt; das Angebot beschränkt sich auf kleinflächige Spezialanbieter unter 100 m² Verkaufsfläche. In diesem Segment präsentieren

¹⁵ Vgl. Einzelhandelskonzept für die Stadt Schlüchtern, Mai 2010.

sich moderne Vertriebsformen in überwiegend großflächigen Ladeneinheiten und deutschlandweit vorwiegend in autokundenorientierten Lagen. Dabei ist die Warengruppe differenziert zu betrachten. Während Elektrogroßgeräte (z. B. Wasch- / Spülmaschinen, TV-Großgeräte) aufgrund ihrer schweren Transportierbarkeit überwiegend mit dem Pkw eingekauft werden und daher als nicht zentrenrelevant deklariert werden können, sind Elektrokleingeräte (z. B. Toaster, Bügeleisen), Kleingeräte und -artikel bei Unterhaltungselektronik und Computern / EDV-Bedarf (z. B. Ton- / Bildträger, Kameras, Navigationsgeräte, Software) sowie Kommunikationselektronik auch gut zu Fuß transportierbar und lassen Kopplungseffekte mit dem übrigen Innenstadt Einzelhandel erwarten. Letztere sind zudem noch in nennenswertem Umfang im Innenstadtbereich angesiedelt. Im Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2010 wurde ein Kaufkraftabfluss aus der Stadt Schlüchtern in Höhe von ca. 30 % festgestellt, der mit der Teilschließung des Kaufhauses Langer noch angewachsen sein dürfte. Grundsätzlich wurde noch ein Nachholbedarf im Bereich Elektrowaren für die Stadt Schlüchtern festgestellt. Für Schlüchtern ist die mögliche Ansiedlung eines Elektrofachmarktes grundsätzlich in der Innenstadt zu empfehlen. Eine Ansiedlung an dem Ergänzungsstandort sollte erst näher in Betracht gezogen werden, wenn eine entsprechende Ansiedlung in der Innenstadt nicht umsetzbar ist.

- Das Sortiment **Matratzen** wird in Schlüchtern aktuell von den Anbietern Druschel Raum & Design im zentralen Versorgungsbereich, vom Möbelfachmarkt Dänisches Bettenlager Kurfürstenstraße sowie vom Sanitätswarenanbieter Vital-Zentrum Ruppert Gartenstraße in jeweils dezentraler Standortlage angeboten. Matratzen weisen aufgrund ihrer Sperrigkeit eine schwere Transportierbarkeit auf, weshalb Kunden beim Transport auf den Pkw oder andere Hilfsmittel (z. B. Anhänger) angewiesen sind. Dieses Sortiment wird i. d. R. gezielt eingekauft und ist somit für Innenstädte nicht prägend bzw. nicht frequenzerzeugend, weshalb eine Schutzbedürftigkeit nicht besteht.
- Einen Anbieter mit Kernkompetenz bei **Beleuchtungskörpern und Lampen** gibt es in Schlüchtern aktuell nicht. Dieses Sortiment wird überwiegend auf Teilflächen vom Elektroanbieter TechnikPartner Gartenstraße, dem Anbieter Dänisches Bettenlager sowie im Herkules Bau- / Heimwerker- und Gartenmarkt (beide Kurfürstenstraße) in dezentralen Standortlagen angeboten. Dieses Sortiment ist zudem

für Innenstädte i. d. R. ebenfalls nicht prägend bzw. nicht frequenzerzeugend und daher als nicht schützenswert anzusehen.

- Die Sortimente **Sportgroßgeräte (inkl. Fahrräder und -zubehör, Fitnessgeräte)** werden in Schlüchtern derzeit durch einen Anbieter außerhalb der Innenstadt von Schlüchtern sowie im Herkules Bau- / Heimwerker- und Gartenmarkt am dezentralen Standort Kurfürstenstraße angeboten. **Campingartikel und -zubehör** wird derzeit u. a. untergeordnet auf Teilflächen der dezentral gelegenen Sonderpostenmärkte (R&L Fundgrube, hafu Sonderpostenmarkt) vorgehalten. In der Innenstadt Schlüchtern ist kein nennenswertes Angebot vorhanden. Vor dem Hintergrund der tatsächlichen Verteilung dieser Sortimente in der Stadt Schlüchtern können diese Sortimente zukünftig auch außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches angesiedelt werden und sind somit als nicht zentrenrelevant einzustufen.
- Ein Angebot bei **Kinderwagen** besteht in Schlüchtern aktuell nicht. Aufgrund der Sperrigkeit sind diese nur schwer zu transportieren und werden i. d. R. gezielt eingekauft, so dass keine nennenswerten Kopplungsvorgänge mit anderen Innenstadtsortimenten erfolgen. Eine Zuordnung zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten ist daher – anders als sonstige Baby- und Kinderartikel (Baby- / Kinderkleidung, -schuhe) – möglich.

Vor diesem Hintergrund wurde folgende Sortimentsliste als Diskussionsgrundlage erarbeitet:

Übersicht 2: Diskussionsgrundlage Sortimentsliste für die Stadt Schlüchtern

zentrenrelevante Sortimente	nicht zentrenrelevante Sortimente
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Drogerie, Kosmetik, Parfümerie ▪ Pharmazeutika, Sanitätswaren, Orthopädie ▪ Haushaltswaren, Wasch- und Putzmittel ▪ Hausrat, Glas / Porzellan / Keramik ▪ Schnittblumen, Topfpflanzen ▪ Bücher, Zeitungen / Zeitschriften, Papier, Büroorganisation (ohne Möbel), Schreibwaren, Schulbedarf, Briefmarken ▪ Spielwaren ▪ Bekleidung, Wäsche, Modewaren inkl. Hüte und Schirme, Accessoires ▪ Baby- und Kinderartikel (ohne Kinderwagen) ▪ Schuhe, Lederwaren ▪ Sportbekleidung und -schuhe, kleinteilige Sportartikel (Kleingeräte) ▪ Haus- und Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Stoffe ▪ Kurzwaren, Handarbeiten, Wolle, Nähmaschinen und Zubehör ▪ Glas / Porzellan / Keramik, Geschenkartikel ▪ Kunst und –gewerbe, Bilder, Antiquitäten, Bastelartikel ▪ Musikalien, Musikinstrumente, Bild- und Tonträger ▪ Foto / Video, Optik / Akustik, feinmechanische Erzeugnisse ▪ Uhren / Schmuck, Silberwaren ▪ Waffen und Jagdbedarf ▪ Teppiche (ohne Teppichböden) ▪ Unterhaltungselektronik, Kommunikationselektronik und EDV-Bedarf (jeweils Kleingeräte und -artikel) ▪ Elektrokleingeräte 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bad-, Sanitäreinrichtung und –zubehör, Installationsmaterial, Heizung, Öfen ▪ Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen Baustoffe, Holz, Rollläden, Gitter, Rollos, Markisen ▪ Beschläge, Eisenwaren, Werkzeuge ▪ Bodenbeläge, Teppichböden (ohne Teppiche), Fliesen ▪ Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse, Erde, Torf ▪ Farben, Lacke, Tapeten ▪ Pflanzen und Zubehör, Pflege- und Düngemittel, Pflanzgefäße, Gartenmöbel, Gartenwerkzeuge und -geräte, Zäune, Gartenhäuser, Gewächshäuser, Naturhölzer u. ä. ▪ Fahrzeuge aller Art (Kfz / Motorräder / Mopeds, Kfz-Zubehör, Rasenmäher, Motorradzubehör, Boote) und Zubehör ▪ Kinderwagen ▪ Sportgroßgeräte (inkl. Fahrräder und -zubehör, Fitnessgeräte), Campingartikel und -zubehör ▪ Büromöbel und –maschinen ▪ Möbel, Küchen, Einrichtungszubehör, Haushaltsgroßgeräte, Einbaugeräte ▪ Beleuchtungskörper, Lampen ▪ Matratzen ▪ Tiere, Zooartikel, Tiernahrung ▪ Lebensmittel, Genussmittel, Reformwaren, Getränke ▪ Unterhaltungselektronik, Computer und EDV-Bedarf (jeweils Großgeräte) ▪ Elektrogroßgeräte
<p>GMA-Diskussionsgrundlage auf Basis der erhobenen Standortverteilung 2013 und des GMA-Gliederungsvorschlags aus dem Jahr 2010</p>	

4. Empfehlungen zur Standortentwicklung in der Stadt Schlüchtern

Die Überprüfung der branchenbezogenen Defizite und Entwicklungspotenziale für die Stadt Schlüchtern im Einzelhandel ergab insbesondere in den Branchen

- Nahrungs- und Genussmittel
- Bücher, Schreibwaren
- Bekleidung, Schuhe / Lederwaren
- Elektrowaren
- Einrichtung / Möbel

noch **Ergänzungsbedarf**. Dabei geht es nicht allein um den Verkaufsflächenausbau in diesen Sortimenten, sondern um die maßvolle Ergänzung mit Betriebstypen bzw. Marken, die in Schlüchtern noch nicht vorhanden sind, an städtebaulich geeigneten Standorten. Mit Blick auf die künftige Standortentwicklung ist allgemein zu empfehlen, dass mit Ausnahme des Sortiments Einrichtung / Möbel eine Lenkung der genannten Sortimente auf die Innenstadt erfolgen sollte, um die Wechselwirkungen und Kopplungseffekte innerhalb der Innenstadt zu erhöhen.

Standortseitig sollte in der Innenstadt der Fokus insbesondere auf Langer und Lins-Areal gelegt werden. In der übrigen Kernstadt sind mit dem zwischenzeitlich brachgefallenen Grundstück der Firma Bau King Knothe und dem Areal Möbel Rudolf / ehemals tegut weitere Potenzialflächen in Streulage für die Weiterentwicklung des Einzelhandels vorhanden.

Übersicht 3: Entwicklungsfläche Langer-Areal und Lins-Areal, Obertorstraße

Lage	zentrale, exponierte Lage im zentralen Versorgungsbereich an der Haupteinkaufsstraße Obertorstraße
aktuelle Nutzung / Flächenzuschnitt / Größe	Langer-Areal derzeit durch Kaufhaus Langer auf zwei von fünf Geschossen genutzt, übriges Gebäude leerstehend, Lins-Areal Leerstand; unregelmäßiger Flächenzuschnitt zwischen Lotichiusstraße, Bahnhofstraße und Obertorstraße, ca. 12.700 m ² Grundstücksfläche
Umfeldnutzung (Erdgeschoss)	entlang der Obertorstraße überwiegend Einzelhandel, Bahnhofstraße überwiegend Dienstleistungen, unmittelbar benachbart an der Lotichiusstraße Polizei, sonst überwiegend Wohnen (Lotichiusstraße, Sandgarten, Linsengasse)
Erreichbarkeit	fußläufig sowie mit dem PKW / ÖPNV (Bus) sehr gut erreichbar; eingeschränkte Stellplatzkapazitäten entlang der Obertorstraße, jedoch rückwärtige Stellplatzanlage mit Verkehrsanbindung an die Lotichiusstraße oder Bahnhofstraße darstellbar
Einbindung in die Innenstadt	unmittelbare Anbindung an die Obertorstraße (Laufwege), wobei mit der rückwärtigen Erschließung für den motorisierten Individualverkehr (v. a. Parken) auch die dort gelegenen Flächen an die Haupteinkaufsstraße eingebunden werden und bei entsprechender Frequentierung für Einzelhandel in Frage kommen
Bewertung / mögliche Nutzungen	<p>Bietet Flächenpotenziale für mittel- und großflächigen Einzelhandel mit zentrenprägender Bedeutung (z. B. Bekleidung / Schuhe, Elektrowaren als Fachmarkt / Filialist), dem aufgrund der dichten Bebauungsstrukturen im Innenstadtkern derzeit ansonsten kein Entwicklungspotenzial zur Verfügung steht. Für die Grundfrequenz ist die Etablierung eines Lebensmittelmarktes (1.000 – 1.500 m² VK) zu empfehlen. Immobilie mit zentraler Bedeutung für die Innenstadtentwicklung Schlüchterns, daher priorisiert zu entwickeln.</p> <p>Empfehlungen: Im Rahmen einer separaten GMA-Vorstudie¹ wurde eine Entwicklung des Areals durch Neu- / Umstrukturierung empfohlen. Es ist aus GMA-Sicht nicht zu erwarten, dass nur ein weiterer Umbau des Kaufhauses Langer langfristig zur gewünschten Attraktivierung des Standorts führen wird. Vielmehr ist zu empfehlen, eine Handelsimmobilie mit maximal zwei Verkaufsebenen zu errichten, die sich sowohl zu einer rückwärtigen, neu angelegten Parkierungsanlage als auch stärker zur Obertorstraße öffnet (Passage / Mall). Dabei ist den betreiberseitigen Anforderungen an ausreichende Flächen und Deckenhöhen als auch den Kundenanforderungen in Bezug auf großzügig bemessene Stellplätze Rechnung zu tragen.</p>
<p>¹ GMA, Weiterentwicklung Langer-Areal in Schlüchtern, März 2012 (Präsentation) GMA-Darstellung 2014</p>	

Übersicht 4: Entwicklungsfläche Möbel Rudolf und tegut, Unter den Linden

Lage	Lage außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches südlich der Haupteinkaufslage; aufgrund der Lage im Eingangsbereich zur Schlüchterner Innenstadt Immobilie mit guten Präsentationsmöglichkeiten zur Bahnhofstraße und entsprechender Signalwirkung
aktuelle Nutzung / Flächenzuschnitt / Größe	Möbelanbieter Rudolf mit Eingang zur Klosterstraße, Leerstand ehemaliger tegut, ca. 5.100 m ² Grundstücksfläche bei unregelmäßigem Grundstückszuschnitt
Umfeldnutzung (Erdgeschoss)	Gastronomie unmittelbar am Kreisverkehr gelegen; entlang der Straße Unter den Linden lockerer Besatz aus Einzelhandel, Dienstleistungen und Gastronomie, Schule und großer Parkplatz gegenüber
Erreichbarkeit	fußläufig bereits leicht von Haupteinkaufslage abgesetzt, funktionsfähige Erschließung über die Straße Unter den Linden / Alte Bahnhofstraße / Klosterstraße, mit dem PKW und ÖPNV (Bus) sehr gut erreichbar
Einbindung in die Innenstadt	aufgrund der bereits abgesetzten Lage von der Haupteinkaufslage Obertorstraße keine wesentlichen Austauschbeziehungen mit übriger Innenstadt zu erwarten
Bewertung / mögliche Nutzungen	etablierte Einzelhandelslage mit funktionalen Schwächen (v. a. fehlende Stellplätze und Präsentationsmöglichkeiten beim Möbelanbieter. Empfehlungen: Prüfung der Verlagerung des Anbieters Möbel Rudolf, wo dieser über bessere Stellplatz- und Präsentationsmöglichkeiten verfügt; evtl. als Standort für neu aufgestellten Lebensmittelmarkt zu prüfen, der über adäquate Standortrahmenbedingungen (v. a. ausreichende Verkaufsflächendimensionierung und Stellplatzkapazitäten) verfügt, idealerweise unter Einbeziehung der zum Kreisverkehr und der Straße Unter den Linden gelegenen Grundstücke.
GMA-Darstellung 2014	

Übersicht 5: Entwicklungsfläche ehem. Bau King Knothe, Elmer Landstraße

Lage	Lage östlich des zentralen Versorgungsbereichs
aktuelle Nutzung / Flächenzuschnitt / Größe	ehemaliger Baustoffhändler Bau King Knothe; ca. 14.300 m ² Grundstücksfläche bei unregelmäßigem Grundstückszuschnitt
Umfeldnutzung (Erdgeschoss)	überwiegend Wohnen, Grünfläche
Erreichbarkeit	fußläufig bereits deutlich von Haupteinkaufslage abgesetzt; gute Erreichbarkeit für Pkw über Brückenauer Straße gegeben, eingeschränkte Erreichbarkeit mit dem ÖPNV
Einbindung in die Innenstadt	keine, jedoch vorbehaltlich der Schaffung einer Brücke über den Flusslauf der Elm geeigneter Standort für fußläufig erreichbaren Nahversorgungsanbieter
Bewertung / mögliche Nutzungen	Standort mit Vorprägung durch Einzelhandel im nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereich; vorbehaltlich einer Verkehrsuntersuchung städtebaulich und funktional für Supermarkt geeignet (v. a. Stellplatzkapazitäten, Verkaufsflächendimensionierung), bei jedoch eingeschränkter Fernwirkung des Grundstücks Empfehlungen: Prüfung der Ansiedlung eines Supermarktes, wenn sich einer der beiden anderen Potenzialstandorte nicht für die Entwicklung mit einem Supermarkt eignet; Einzelhandelsnutzungen mit zentrenrelevantem Kernsortiment (z. B. Bekleidung / Schuhe) sind im Hinblick auf die Entwicklungsfähigkeit der Schlüchterner Innenstadt am Standort nicht zu empfehlen und planungsrechtlich auszuschließen.
GMA-Darstellung 2014	

Die weitere Standort- und Sortimentspolitik in der Stadt Schlüchtern sollte aus handelswirtschaftlichen, verkehrlichen und städtebaulichen Gründen weiterhin grundsätzlich eine **Konzentration** der Einzelhandelsbetriebe auf wenige, flächenmäßig begrenzte Standortbereiche zum Ziel haben. Dabei soll das Einzelhandelskonzept nicht darauf abzielen, Konkurrenz einzudämmen oder zu vermeiden. Vielmehr stehen eine maßvolle und geordnete städtebauliche Entwicklung im Vordergrund dieses Einzelhandelskonzeptes, welches den vorhandenen Betrieben und (potenziellen) Investoren weitgehende Planungs- und Investitionssicherheit bietet und Einzelhandel für die Weiterentwicklung des Handelsstandortes Schlüchtern an städtebaulich geeignete und / oder erwünschte Standorte lenkt.

Dabei sollen in den abgegrenzten Standortkategorien folgende Sortimente zulässig sein:

- Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** als Standort mit gesamtstädtischer und regionaler Versorgungsbedeutung soll Betriebe mit zentrenrelevanten als

auch mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten (Kern- und Randsortiment) gleich welcher Größenordnung aufnehmen dürfen.

- In dem als **Ergänzungsstandort** abgegrenzten Gewerbegebiet Gartenstraße / Am Reitstück soll die Ansiedlung von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten – auch im großflächigen Bereich – möglich sein. Der Standort weist eine gute verkehrliche Erreichbarkeit innerhalb der Kernstadt Schlüchtern auf und ist daher gut geeignet, eine Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen vorzunehmen. Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten sind an den Standorten grundsätzlich auszuschließen, um negative Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und eine Beeinträchtigung der Entwicklungsmöglichkeiten zu verhindern. Zentrenrelevante Randsortimente sollen bis zu maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche von Betrieben – maximal bis zur Grenze der Großflächigkeit, derzeit 800 m² Verkaufsfläche – begrenzt werden.

Bei den **sonstigen Standortlagen** (einschließlich des ehemaligen Nahversorgungsstandortes Hanauer Straße) ist zwischen gewerblich strukturierten Gebieten und Lagen im Siedlungszusammenhang zu unterscheiden. Für diese soll unverändert gelten:

- Die **gewerblich strukturierten Gebiete**¹⁶ sollten mit Ausnahme des Ergänzungsstandortes – ihrer primären Funktion entsprechend – als Gewerbeflächen insbesondere für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe, aber auch für Handwerks – und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. An diesen Standorten sollte – soweit planungsrechtlich möglich – jeglicher Einzelhandel ausgeschlossen werden. Ausnahmsweise können Verkaufsstellen im unmittelbar räumlichen und betrieblichen Zusammenhang mit Gewerbe-, Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben zugelassen werden. Diese ausnahmsweise Zulässigkeit kann insbesondere mit der Stärkung der Betriebe und somit der Sicherung der planungsrechtlich zulässigen Nutzungen begründet werden.
- Bei Verkaufsstellen von Gewerbe-, Handwerks- und Dienstleistungsbetrieben besteht der betriebliche Zusammenhang dann, wenn die vertriebenen Produkte

¹⁶ Als gewerblich strukturierte Gebiete sind im Folgenden neben den durch die Bauleitplanung ausgewiesenen Gewerbe- / Industriegebieten i. S. v. §§ 8, 9 BauNVO auch diejenigen Gebiete zu verstehen, die sich im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB) befinden und aufgrund ihrer Eigenart einem Gewerbe- / Industriegebiet entsprechen.

überwiegend am Produktionsstandort im gewerblich strukturierten Gebiet / Gewerbegebiet hergestellt werden oder wenn sie nach Art und Umfang im eindeutigen Zusammenhang mit der Produktion, der Ver- und Bearbeitung von Gütern einschließlich Reparatur und Serviceleistungen der Betriebsstätten im Plangebiet stehen.

- Die Verkaufsfläche muss mit dem Hauptbetrieb in unmittelbarer räumlicher und funktionaler Verbindung stehen und diesem flächenmäßig und baulich in Grundfläche und Baumasse deutlich untergeordnet sein. Außerdem dürfen hierdurch keine negativen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sein. In gewerblich strukturierten Gebieten kann außerdem Kfz-Handel angesiedelt werden.
- An **Lagen im Siedlungszusammenhang** (Streu- und Nebenlagen) ist eine Ansiedlung von Betrieben mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten vor dem Hintergrund der Sicherung der wohnortnahen Versorgung (z. B. in den Ortsteilen) möglich, sofern dadurch eine Verbesserung der Nahversorgung entsteht und keine Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche hervorgerufen werden.
- Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten sollten – vor dem Hintergrund der Bündelung an einem Standort und zur Stärkung der Innenstadt – grundsätzlich auf die Innenstadt Schlüchtern gelenkt werden. Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten sind aus gutachterlicher Sicht – wie oben dargestellt – auf den Ergänzungsstandort zu lenken und zu konzentrieren. Um negative Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche zu vermeiden, ist außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Überplanung zum Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel an städtebaulich unerwünschten Standorten bzw. an Standorten mit Ansiedlungsdruck zu empfehlen.

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten ist außerdem eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente**¹⁷ bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten zu empfehlen. Um der Gefahr einer Aushöh-

¹⁷ Lt. OVG Münster sind als Randsortimente solche Waren zu betrachten, die ein Kernsortiment lediglich ergänzen und eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft zu den Waren des Kernsortiments haben. Gleichzeitig muss das Angebot des Randsortiments in seinem Umfang (Verkaufsfläche) und in seiner Gewichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

lung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, sollte bei Ansiedlungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen auf 10 % der realisierten Verkaufsfläche bzw. max. 800 m² erfolgen¹⁸.

5. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Bei Einzelhandelskonzepten handelt es sich zunächst um ein informelles Planungsinstrument. Um eine konsequente Verfolgung der konzeptionellen Aussagen zu erreichen, ist der **Beschluss des Einzelhandelskonzeptes** mit seinen grundlegenden Aussagen zu Planungsabsichten (v. a. Definition und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs, Definition und Abgrenzung des Ergänzungsstandortes, Schlüchterner Sortimentsliste) in den entsprechenden politischen Gremien der Stadt erforderlich. Außerdem ist eine **Abstimmung mit der Regionalplanung** hinsichtlich der wesentlichen Aussagen des Einzelhandelskonzeptes, insbesondere der Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt sowie des Ergänzungsstandortes, anzuraten.

Mit der **Berücksichtigung** und der Übernahme des Konzeptes **bei der Aufstellung von Bauleitplänen** wird eine rechtsverbindliche Wirkung erzielt. Dabei ist das Konzept nicht nur bei der Aufstellung neuer Bebauungspläne zu berücksichtigen und kann zur Begründung herangezogen werden, sondern es empfiehlt sich auch eine Überplanung von Bereichen, die ohne weitere bauleitplanerische Maßnahmen unerwünschte Entwicklungen nehmen können und von denen daher Handlungsdruck ausgeht. Dies können sowohl Gebiete im beplanten Innenbereich (§§ 30 und 31 BauGB) als im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB) sein. Bei letzteren bietet insbesondere der § 9 Abs. 2a BauGB die vergleichsweise zeitnahe Aufstellung eines Bebauungsplans mit ausreichenden Festsetzungsmöglichkeiten. Allerdings weist auch der novellierte § 34 Abs. 3 BauGB die Möglichkeit auf, nicht erwünschte Einzelhandelsansiedlungen im unbeplanten Innenbereich zu verhindern. Für akute Fälle stellt das Baurecht auch die Möglichkeit einer Veränderungssperre (§ 14 BauGB) zur Verfügung.

¹⁸ Lt. § 11 Abs. 3 BauNVO liegt die Grenze zur Großflächigkeit, ab der nicht nur unwesentliche Auswirkungen zu erwarten sind (Vermutungsregel) bei 800 m² VK. Die vorgeschlagene Randsortimentsregelung mit 10 % der realisierten Verkaufsfläche, max. jedoch bis zur Grenze der Großflächigkeit, entspricht den Vorgaben des Einzelhandelserrlasses Hessen.

Bestehende Betriebe genießen grundsätzlich **Bestandsschutz**. Zur Sicherung des Standortes sowie der wirtschaftlichen Tragfähigkeit ist bestehenden Betrieben außerdem eine gewisse Erweiterungsmöglichkeit einzuräumen. Voraussetzung hierfür ist, dass hierdurch keine negativen Auswirkungen auf die zentralen Versorgungsbereiche hervorgerufen werden. Dies ist im Rahmen einer Einzelfallbetrachtung zu prüfen. Bei Erweiterung in die Großflächigkeit hinein sowie bei Ansiedlungsanfragen großflächiger Einzelhandelsbetriebe generell wird eine **Verträglichkeitsuntersuchung** empfohlen.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept bildet ein Steuerungsinstrumentarium zum Umgang mit großflächigem Einzelhandel aus raumordnerischer / landesplanerischer und bauplanungsrechtlicher Sicht. Die Untersuchung sollte darüber hinaus aktiv genutzt werden, um hiermit eine **gezielte Ansprache sowohl von Investoren als auch von Handelsunternehmen** vorzunehmen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Schlüchterner Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit.

Abbildungs-, Übersichts-, Karten- und Abbildungsverzeichnisse **Seite**

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Arbeitsschritte zur Fortschreibung des kommunalen Einzelhandelskonzeptes für die Stadt Schlüchtern	3
Abbildung 2:	Nahversorgungsrealität zwischen konträren Anforderungen	7
Abbildung 3:	Umsatz im Versandhandel in Deutschland (in Milliarden Euro)	8
Abbildung 4:	Anteil des Versandhandels (klassisch und online) am deutschen Einzelhandelsumsatz nach Produktkategorie	9
Abbildung 5:	Relative Verkaufsflächenbetrachtung im Vergleich	35
Abbildung 6:	Standort- und Sortimentskonzept	43
Abbildung 7:	Kriterien zur Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche	44
Abbildung 8:	Verteilung der Sortimente in Schlüchtern nach Standortlagen	51

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Stadt Schlüchtern und zentralörtliche Struktur im Umland	14
Karte 2:	Wesentliche Einzelhandelslagen in der Stadt Schlüchtern	20
Karte 3:	Nahversorgungssituation in der Kernstadt Schlüchtern	30
Karte 4:	Marktgebiet des Einzelhandels in der Stadt Schlüchtern	32
Karte 5:	Zentren- und Standortstruktur für die Stadt Schlüchtern	45
Karte 6:	Zentraler Versorgungsbereich Innenstadt	47

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	6
Tabelle 2:	Einwohner in den Schlüchterner Stadtteilen	16
Tabelle 3:	Touristische Kennzahlen	17
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Branchen in der Stadt Schlüchtern	22
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand nach Standortlagen	23
Tabelle 6:	Verkaufsflächenentwicklung 2009 – 2013	25
Tabelle 7:	Verkaufsflächenentwicklung nach Standortlagen	26
Tabelle 8:	Verkaufsflächenentwicklung nach Standortlagen	27
Tabelle 9:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet der Stadt Schlüchtern	34
Tabelle 10:	Entwicklung der Bevölkerung im Marktgebiet 2013 – 2020	37
Tabelle 11:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet im Jahr 2020 (Kaufkraftprognose)	37
Tabelle 12:	Handlungsbedarf in der Standortpolitik der Stadt Schlüchtern	39