



Regionales Einzelhandelskonzept für das perspektivische Oberzentrum Südthüringen

-Aktualisierung Entwurf nach 2. Präsentation in
KAG am 18.3.2021

AUFTRAGGEBER: KAG Entwicklung Oberzentrum Südthüringen

PROJEKTLEITUNG: Dr. Eddy Donat, Niederlassungsleitung
Sophie Männel, M. Sc. Geografie

Dresden, den 03.05.2021

GMA
Forschen. Beraten. Umsetzen.

Urheberrecht

Das vorliegende Dokument unterliegt dem Urheberrecht gemäß § 2 Abs. 2 sowie § 31 Abs. 2 des Gesetzes zum Schutze der Urheberrechte. Eine Vervielfältigung, Weitergabe oder (auch auszugsweise) Veröffentlichung ist im Rahmen des politischen Prozesses, von Bauleitplanverfahren, Baugenehmigungsverfahren, Rahmenplanungen und Gerichtsverfahren ohne Genehmigung möglich. Für alle anderen Zwecke ist das Dokument nur nach vorheriger schriftlicher Genehmigung der GMA und des Auftraggebers unter Angabe der Quelle zulässig.

Quelle Titelbild: GMA



Gesellschaft für Markt- und Absatzforschung mbH
Ludwigsburg / Dresden / Hamburg / Köln / München

Niederlassung Dresden
Königsbrücker Straße 31-33
01099 Dresden

Geschäftsführer: Dr. Stefan Holl

Tel 0351 / 21 67 273 / Fax 0351 / 80 23 895
info@gma.biz / www.gma.biz

Vorbemerkung

Die Städte Suhl, Zella-Mehlis, Oberhof und Schleusingen haben sich in einer kommunalen Arbeitsgemeinschaft (KAG) zur Entwicklung des Oberzentrums Südthüringen zusammengeschlossen, um über einen Zweckverband und das damit in Zusammenhang stehende Regionalmanagement die Entwicklungsziele für das gemeinsame Oberzentrum zu erfüllen. Die GMA wurde dabei mit der Erarbeitung des Fachkonzeptes „Regionales Einzelhandelskonzept (REHK) Oberzentrum Südthüringen“ im Rahmen des zu erarbeitenden Regionalen Entwicklungskonzeptes (REK) beauftragt.

G M A
Gesellschaft für Markt- und
Absatzforschung mbH

Dresden, den 03.05.2021
DTE MLS wym aw

Inhaltsverzeichnis	Seite
I. Grundlagen	7
1. Aufgabenstellung	7
2. Aufgabe von (Regionalen) Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung	8
3. Methodische Vorgehensweise	9
4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung	10
4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung	11
4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel	12
4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter	12
4.1.3 Internethandel	12
4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel	13
4.2 Entwicklungen auf Nachfrageseite	14
4.2.1 Demografische Entwicklung	14
4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel	14
4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen	15
4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends	15
4.5 Entwicklung der Nahversorgung	17
4.6 Bedeutung verschiedener Betriebstypen für die Nahversorgung	17
5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel	18
5.1 Bauplanungsrecht	18
5.1.1 Gebiete mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)	18
5.1.2 Unbeplanter Innenbereich (§ 34 BauGB)	18
5.1.3 Besonderes Städtebaurecht	19
5.2 Landesplanung	19
6. Standortbeschreibungen und wesentliche Strukturdaten des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen	20
6.1 Einzelhandelsstandort Suhl	20
6.2 Einzelhandelsstandort Zella-Mehlis	23
6.3 Einzelhandelsstandort Schleusingen	24
6.4 Einzelhandelsstandort Oberhof	24
7. Regionale und überregionale Wettbewerbsstrukturen	24

II. Angebots- und Nachfragesituation	26
1. Einzelhandelsbestand im Oberzentrum Südthüringen	26
1.1 Gesamtbetrachtung	26
1.2 Einzelhandelsstruktur und Nahversorgungssituation in der Stadt Suhl	29
1.3 Einzelhandelsstruktur in der Stadt Zella-Mehlis	34
1.4 Einzelhandelsstruktur in der Stadt Schleusingen	36
1.5 Einzelhandelsstruktur in der Stadt Oberhof	38
2. Nachfragesituation	40
2.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Oberzentrum Südthüringen	40
2.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel im perspektivischen OZ Südthüringen	42
2.3 Kaufkraftbewegungen	43
3. Zentralitätskennziffer	43
III. Entwicklungspotenziale des Einzelhandelsstandortes perspektivisches Oberzentrum Südthüringen	45
1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose	45
2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	45
IV. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Oberzentrum Südthüringen	50
1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung	50
2. Sortimentskonzept	51
2.1 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente	52
2.2 Sortimentsliste für Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof	54
3. Standortkonzept	55
3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“	56
3.2 Zentren- und Standortstruktur im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen	58
3.3 Zentrale Versorgungsbereiche im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen	64
3.3.1 Hauptzentren	64
Innenstadt Suhl	64
Ortszentrum Talstraße in Zella-Mehlis	68
Innenstadt Schleusingen	71
Innenstadt Oberhof	75
3.3.2 Nahversorgungszentren	79
Nahversorgungszentrum Ilmenauer Straße	79
Nahversorgungszentrum Rimbachstraße	81
Nahversorgungszentrum Döllberg	84

Nahversorgungszentrum Lautenberg	86
Nahversorgungszentrum Jägerhausstraße	89
3.3.3 Ortsteilzentren	91
Ortsteilzentrum Dietzhausen in Suhl	91
Ortsteilzentrum Heinrichser Straßenmarkt in Suhl	94
Ortsteilzentrum Heidersbach / Goldlauter in Suhl	96
Ortsteilzentrum Schmiedefeld am Rennsteig in Suhl	99
Ortsteilzentrum Benshausen	102
Ortsteilzentrum Zella	103
Ortsteilzentrum Mehliß	106
Potenzielles Ortsteilzentrum Albrechts	108
3.4 Nahversorgungsstandorte	112
3.5 Nebenzentren und Ergänzungsstandorte	112
3.5.1 Nebenzentrum Aue III in Suhl	113
3.5.2 Ergänzungsstandorte	116
4. Nahversorgungskonzept Suhl	118
4.1 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Suhl	118
4.2 Nahversorgungsfunktion der Lebensmittelmärkte in Suhl	119
4.3 Weiterentwicklung der Nahversorgungsstruktur in Suhl	123
5. Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung	124
5.1 Steuerungsregeln des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	124
5.1.1 Hauptzentrum Innenstadt und Ortszentrum	124
5.1.2 Ortsteil- und Nahversorgungszentren	125
5.1.3 Nebenzentrum	125
5.2 Steuerungsregeln des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche	125
5.2.1 Nahversorgungsstandorte	125
5.2.2 Ergänzungsstandorte	126
5.2.3 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)	126
5.2.4 Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)	127
5.2.5 Randsortimentsregelung	127
5.3 Fazit zu den Steuerungsregeln	128
6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes	130
V. Zusammenfassung	131
1. Ergebnisse der Potenzialanalyse	131
2. Leitlinien	132

I. Grundlagen

1. Aufgabenstellung

Vor dem Hintergrund aktueller Entwicklungen im Einzelhandel sowie sich zunehmend verändernder Rahmenbedingungen in der Stadtentwicklung ist die Erarbeitung und kontinuierliche Aktualisierung von Einzelhandels- und Zentrenkonzepten immer mehr ein Bestandteil der Planungsaufgaben der Städte geworden.

Das Regionale Einzelhandelskonzept (REHK) muss auf fachlich fundierte Erkenntnisse aus der aktuellen Situation aufbauen um daraus plausible bzw. nachvollziehbare Entwicklungsperspektiven aufzeigen. Die parallele bzw. gemeinsame Betrachtung von vier beteiligten Städten erfordert ein hohes Maß an Recherche- und Analysetätigkeit und Strukturierung des Projektes.

Das zu betrachtende Gebiet für das Oberzentrum Südthüringen setzt sich zusammen aus den Städten Suhl, Zella-Mehlis, Oberhof und Schleusingen. Suhl und Zella-Mehlis bilden bereits durch vorhandene enge wirtschaftliche und strukturelle Verflechtungen ein gemeinsames Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums. Alle vier Städte sind aufgrund ihrer regionalen Einordnung bereits als wirtschaftliches, touristisches und kulturelles Zentrum in Südthüringen zu sehen. Somit ergeben sich auch viele weitere gemeinsam zu betrachtende Funktionen wie Wohnen, Bildung, soziale- und medizinische Einrichtungen, Arbeitsplatz und Versorgungseinrichtungen, Verkehrsinfrastruktur etc.

Die Entscheidungsträger für das Oberzentrum Südthüringen haben sich in einer kommunalen Arbeitsgemeinschaft (KAG) zusammengeschlossen, um auch später über einen Zweckverband und damit im Zusammenhang stehenden Regionalmanagement die Entwicklungsziele zu erfüllen.

Mit dem **REHK Oberzentrum Südthüringen** wollen die vier Städte ein gemeinsames informelles Planungsinstrument erarbeiten, um die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels im gemeinsamen Oberzentrum zu erörtern und Rahmenbedingungen zu definieren. So werden u. a. Entwicklungsziele formuliert, eine Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche vorgenommen sowie Sortimentslisten erstellt. Basis hierfür bilden die Einzelhandelsdaten aus der Gesamterhebung Thüringen 2017 / 2018, die ermittelten Branchen- und Standortpotenziale sowie vorhandene und zu bewertende städtebauliche Strukturen.

Mit dem Konzept werden im Wesentlichen **folgende Schwerpunkte** bearbeitet:

- /// Darstellung der allgemeinen Tendenzen der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland und der Region
- /// Darstellung der planungsrechtlichen Rahmenbedingungen zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel
- /// Darstellung und Bewertung des Einzelhandelsangebotes in den vier Städten des Oberzentrums Südthüringen
- /// Entwicklungsperspektiven und Zielsetzungen für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung im Oberzentrum Südthüringen
- /// Formulierung von Empfehlungen für das REHK Oberzentrum Südthüringen
- /// Abgrenzung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche
- /// Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgungsstrukturen inklusive Steuerungsempfehlungen
- /// Grundsätze zur planungsrechtlichen Steuerung der Einzelhandelsentwicklung.

Abbildung 1: Untersuchungsaufbau



GMA-Zusammenstellung 2020, schematisches Beispiel

2. Aufgabe von (Regionalen) Einzelhandelskonzepten und Zielsetzungen der Einzelhandelssteuerung

Kommunale und regionale Einzelhandelskonzepte dienen v. a. der Erarbeitung von Leitlinien für eine zielgerichtete und nachhaltige Einzelhandelsentwicklung. Diese werden in Form eines Standort- und Sortimentskonzeptes konkretisiert. Das im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes erarbeitete **Sortimentskonzept** (sog. „Sortimentsliste“) stellt einen gutachterlichen Vorschlag zur künftigen Einstufung der Sortimente in nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevante Sortimente dar. Mithilfe des **Standortkonzeptes** soll eine Funktionsteilung zwischen zentralen und dezentralen Einzelhandelslagen erfolgen. Der Fokus liegt dabei v. a. auf der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche, deren Lage, Ausdehnung und Funktion im Einzelhandelskonzept definiert wird. Die Grundlage des Standort- und Sortimentskonzeptes stellt die aktuelle Einzelhandelsituation in der Kommune dar, die im Rahmen der Konzepterarbeitung erhoben und ausgewertet wird.

Ein Einzelhandelskonzept ermöglicht folglich die Steuerung des Einzelhandels auf gesamtstädtischer Ebene. Dabei stellt es zunächst eine informelle Planungsgrundlage ohne rechtliche Bindungswirkung gegenüber Dritten dar.

Durch einen Beschluss des Stadtrates bzw. der Lenkungsgruppe der KAG Entwicklung Oberzentrum Südthüringen wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB und ist damit im Rahmen der Bauleitplanung als Abwägungsgrundlage zu berücksichtigen.

Um das Gewicht des Einzelhandelskonzeptes nicht zu mindern, sollen die Städte bei zukünftigen Entscheidungen zur Einzelhandelssteuerung konsequenterweise nicht oder allenfalls nur im begründeten Ausnahmefall abweichen, um das städtebauliche Gewicht des Konzeptes und letztlich seine Steuerungswirkung und die rechtliche Bedeutung nicht in Frage zu stellen.

Als wesentlicher Aspekt bei der Einzelhandelssteuerung sind zunächst der **Schutz und die Stärkung zentraler Versorgungsbereiche** zu nennen.¹ Durch die Konzentration zentrenprägender Einzelhandelsbetriebe innerhalb der definierten zentralen Versorgungsbereiche können diese nachhaltig gestärkt werden. Dies setzt jedoch die Ermittlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente voraus, die im Rahmen des Einzelhandelskonzeptes festgesetzt werden.

Ferner stellt auch die **Sicherung des jeweiligen Baugebietscharakters** eine legitime Zielsetzung der Einzelhandelssteuerung dar. Durch den generellen bzw. gezielten Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten können diese für das produzierende und verarbeitende Gewerbe gesichert werden.

3. Methodische Vorgehensweise

Die vorliegende Untersuchung stützt sich auf eine umfassende Datenbasis. Dabei handelt es sich um überwiegend primärstatistisches Datenmaterial, welches durch die GMA erfasst und ausgewertet wurde. Darüber hinaus standen der GMA sekundärstatistische Daten des Statistischen Bundesamtes, des Statistischen Landesamtes Thüringen sowie Datenmaterial der beteiligten Städte zur Verfügung.

Die Daten zur **Angebotssituation** basieren auf der flächendeckenden Vor-Ort-Aufnahme der Verkaufsflächen² aller Einzelhandelsbetriebe im Rahmen der Einzelhandelserhebung Thüringen 2017 / 2018. Bekannte Änderungen bzw. Aktualisierungen wurden berücksichtigt und eingearbeitet. Die Erhebung erfolgte auf Grundlage der GMA-Branchensystematik (38 Sortimentsgruppen). Für die Darstellung und Auswertung der Einzelhandelsdaten wurden die einzelnen Sortimente den Branchen lt. Tabelle 1 zugeordnet.

Tabelle 1: GMA-Branchensystematik

Branche	Sortimente
Nahrungs- und Genussmittel	Lebensmittel (inkl. Back- und Fleischwaren), Reformwaren, Getränke, Spirituosen, Tabak
Gesundheit, Körperpflege	Drogerie, Kosmetik, Parfümerie- / Sanitätswaren, Arzneimittel und apothekenübliche Waren
Blumen, zoologischer Bedarf	Schnittblumen, Zimmerpflanzen, zoologischer Bedarf
Bücher, Schreib- / Spielwaren	Bücher, Zeitschriften, Schreib-, Papierwaren, Büroartikel (inkl. Büromaschinen), Bastelbedarf, Spielwaren (ohne PC-Spiele), Modellbau
Bekleidung, Schuhe, Sport	Oberbekleidung, Damen-, Herren-, Kinderbekleidung, Schuhe, Lederwaren, Handtaschen, Koffer, Schirme, Hüte, Sport (Bekleidung, Schuhe)
Unterhaltungselektronik / Multimedia	Telekommunikation (Telefon, Fax, Mobil- und Smartphones), Unterhaltungselektronik (Audio, Video, Spiele, Speichermedien, Foto), Informationstechnologie (Computer, Drucker etc.)
Elektrohaushaltsgeräte	sog. weiße Ware wie Spül- oder Waschmaschinen, Kühlschränke, Herde etc.
Haushaltswaren, Heimtextilien	Glas / Porzellan / Keramik, Haus-, Tischwäsche, Bettwäsche, Bettwaren, Gardinen, Wolle, Stoffe

¹ Vgl. Urteile BVerwG (27.03.2013), Az. 4 CN 7.11 und OVG NRW (28.01.2014), Az. 10 A 152/13.

² Verkaufsfläche wird in dieser Analyse wie folgt definiert: „Verkaufsfläche ist die Fläche, auf der die Verkäufe abgewickelt werden und die vom Kunden zu diesem Zwecke betreten werden darf, einschließlich der Flächen für Warenpräsentation (auch Käse-, Fleisch- und Wursttheken), Kassenvorraum mit „Pack- und Entsorgungszone“ und Windfang. Ebenso zählen zur Verkaufsfläche auch Pfandräume (ohne Fläche hinter den Abgabegeräten), Treppen, Rolltreppen und Aufzüge im Verkaufsraum sowie Freiverkaufsflächen. Nicht dazu gehören reine Lagerfläche und Flächen, die der Vorbereitung / Portionierung der Waren dienen sowie Sozialräume, WC-Anlagen etc. (vgl. hierzu auch BVerwG Az. 4C 10.04 und Az. 4C 14.04 vom 24.11.2005).

Branche	Sortimente
Möbel, Einrichtung	Möbel (inkl. Matratzen), inkl. Gartenmöbel, Badmöbel, Spiegel, Küchenmöbel / -einrichtung, Antiquitäten, Kunst, Rahmen, Bilder, Leuchten und Zubehör
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf (inkl. Gartencenter, Pflanzen, Sanitär, Holz, Tapeten, Farben, Lacke), Teppiche, Bodenbeläge (Laminat, Parkett)
Optik / Uhren, Schmuck	Optik, Hörgeräte (inkl. Service-Flächen), Uhren, Schmuck
Sonstige Sortimente	Autozubehör (ohne Multimedia), Motorradzubehör, -bekleidung, Sportgeräte (Fahrräder, Camping, u. a.), Sonstiges (Musikalien, Waffen, Gebrauchsgüter, Second-Hand, Münzen, Stempel, Briefmarken, Nähmaschinen)

GMA-Darstellung 2020

Im Rahmen intensiver Vor-Ort-Arbeiten und zusätzlicher Begehungen im Juli 2020 wurden durch Mitarbeiter*innen der GMA auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen der verschiedenen Einzelhandelslagen in den Städten des Oberzentrums Südthüringen analysiert und bewertet. Ein besonderer Fokus lag dabei auf den **zentralen Lagen**. Die Analyse der städtebaulichen Situation stellt im Abgleich mit den vorhandenen Nutzungen einen unerlässlichen Arbeitsschritt für eine sachgerechte Abgrenzung der zentralen Versorgungsbeiriche einer Kommune dar.

4. Rahmenbedingungen der Einzelhandelsentwicklung

Mögliche Entwicklungschancen des Einzelhandels in Suhl können nicht losgelöst von wesentlichen Entwicklungstrends im Handel und bei den Kunden in Deutschland erfolgen, die auch die Standortwahl des Einzelhandels maßgeblich beeinflussen.

Abbildung 2: Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung

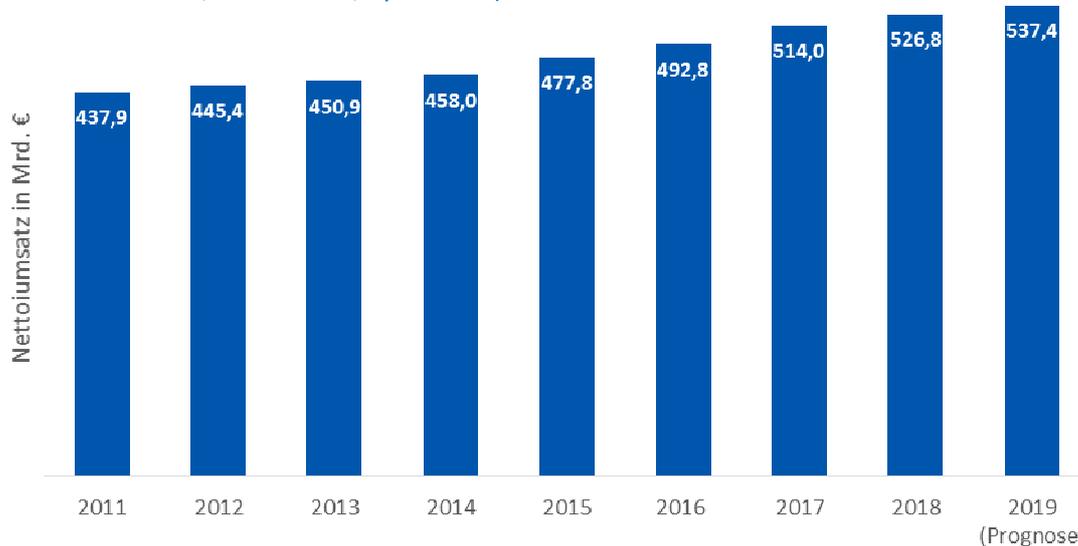


GMA-Darstellung 2020

4.1 Grundzüge der Einzelhandelsentwicklung

Der volkswirtschaftliche Stellenwert des Handels wird häufig unterschätzt; mit rund 523 Mrd. € Jahresumsatz³ (vgl. Abbildung 3) ist der Handel Deutschlands drittstärkste Wirtschaftsgruppe⁴; etwa jeder sechste Arbeitsplatz kann dem Handel zugeordnet werden⁵.

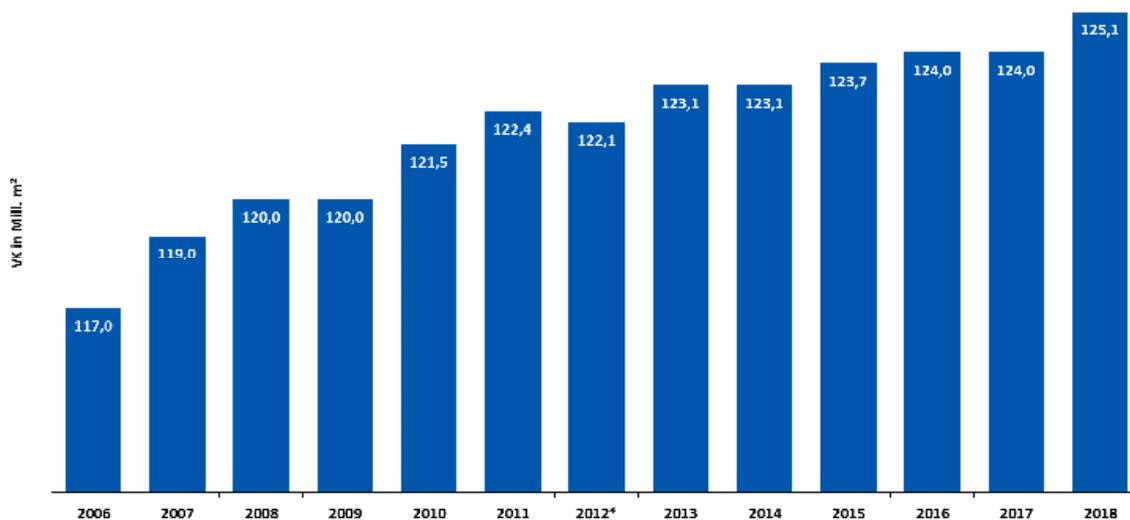
Abbildung 3: Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)



Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2019, GMA-Darstellung 2020

Der deutsche Einzelhandel war bis 2011 durch eine beachtliche Verkaufsflächenexpansion gekennzeichnet (vgl. Abbildung 4); in den Folgejahren hat sich der Verkaufsflächenzuwachs deutlich verringert und war zwischenzeitlich während der Finanzkrise ab dem Jahr 2011 sogar durch einen leichten Rückgang gekennzeichnet. Deutlich zeigt sich die Finanzkrise in der Betrachtung des Einzelhandelsumsatzes; hier war 2009 ein Rückgang zu verzeichnen gewesen, der jedoch durch ein kontinuierliches Wachstum bis 2011 ausgeglichen werden konnte.

Abbildung 4: Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2006-2018



Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2018, GMA-Darstellung 2020

³ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2018.

⁴ Quelle: Destatis, Bruttowertschöpfung nach Wirtschaftsbereichen, 2018.

⁵ gerade in strukturschwächeren Gebieten ist der Einzelhandel oft wichtigster Arbeitgeber.

4.1.1 Starker Rückgang der Einzelunternehmen im Handel

Seit Anfang der 1970er Jahre vollzieht sich im deutschen Einzelhandel ein **Strukturwandel**, der v. a. zu Lasten inhabergeführter Fachgeschäfte geht. Aktuelle Untersuchungen zufolge nahm der Anteil von Einzelunternehmen von rd. 55 % im Jahr 1980 auf aktuell rd. 20 % ab.⁶ Als Gewinner zeigen sich meist filialisierte und discountorientierte Unternehmen sowie Franchisekonzepte, welche ihre größenbedingten, beschaffungsseitigen und logistischen Vorteile nutzen. Der Online-Handel hat den Wettbewerb nochmals intensiviert.

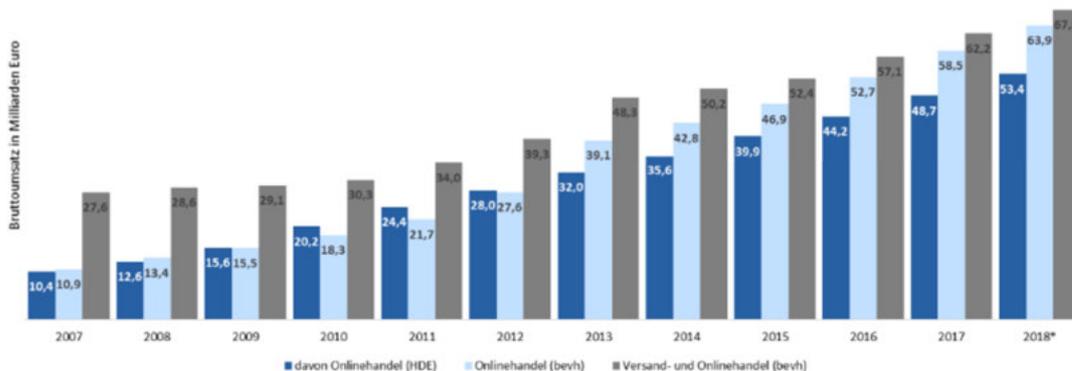
4.1.2 Warenhäuser, Fachmärkte und Shoppingcenter

Die Warenhäuser und der Fachhandel haben ihre Funktion als Leitbetriebe der Innenstädte vielerorts verloren⁷. In den Innenstädten wurden diese durch Handelsmarken (sog. „**Retail Brands**“) aus dem Textilbereich, Elektronikmärkte und neuerdings auch Anbieter des täglichen Bedarfs (Drogeriewaren, auch Nahrungs- und Genussmittel) abgelöst. Auch Neuentwicklungen von **Shoppingcentern** fanden – nicht zuletzt auch aufgrund des restriktiveren Planungsrechts an Grüne-Wiese-Standorten – zunehmend in Innenstädten statt. Betrug der Anteil innerstädtischer Shoppingcenter an allen Shoppingcentern bis 1990 ca. 47 %, wuchs ihr Anteil durch Neueröffnungen auf ca. 85 % zwischen den Jahren 2011 und 2015.⁸ Gerade die Shops in den Centern traten in den Wettbewerb mit ähnlichen Textilangeboten in den Warenhäusern, auch für Shoppingcenter zeichnet sich nach 40 Jahren erfolgreicher Marktbearbeitung ein nachlassendes Wachstum und steigender Revitalisierungsbedarf ab.⁹

4.1.3 Internethandel

Während der stationäre Einzelhandel zwischen 2007 und 2017 nur ein leichtes Plus verzeichnete, verdoppelte der Versandhandel (inkl. Online-Handel) seinen Umsatz; der Online-Handel weist sogar eine jährliche Wachstumsrate von 10 % und mehr auf.

Abbildung 5: Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland



* Daten des bevh als Prognose / Quelle: Handelsdaten aktuell 2018; bevh, GMA-Darstellung 2020

Für das Jahr 2018 geht der bevh von einem Gesamtumsatz für den Versandhandel von 67,3 Mrd. € aus (vgl. Abbildung 5). Vergleicht man den Wert des Online-Handels lt. bevh im Jahr 2017 von 62,2 Mrd. € mit dem Umsatz des gesamten Einzelhandels für 2017, so liegt der Anteil des Online-Handels bei rd. 12 %. Allerdings

⁶ GMA-Grundlagenforschung.

⁷ Diese Leitfunktion wurde weniger durch den Flächenanteil am Gesamteinzelhandel der jeweiligen Stadt begründet, sondern durch die besondere Anziehungskraft als Betriebstyp im 20. Jahrhundert. G. Hessert zeigt mit der in den 70er Jahren gestarteten Expansion der Warenhäuser in die Kleinstädte und mit den nicht erfüllten wirtschaftlichen Erwartungen an Standorte in Ostdeutschland nach der Wiedervereinigung zwei zentrale Ursachen für den verhaltenen wirtschaftlichen Erfolg des Betriebstyps auf. Vgl. G. Hessert: Standortanforderungen des Warenhauses in Ostdeutschland, Leipzig 2012, S. 1 ff.

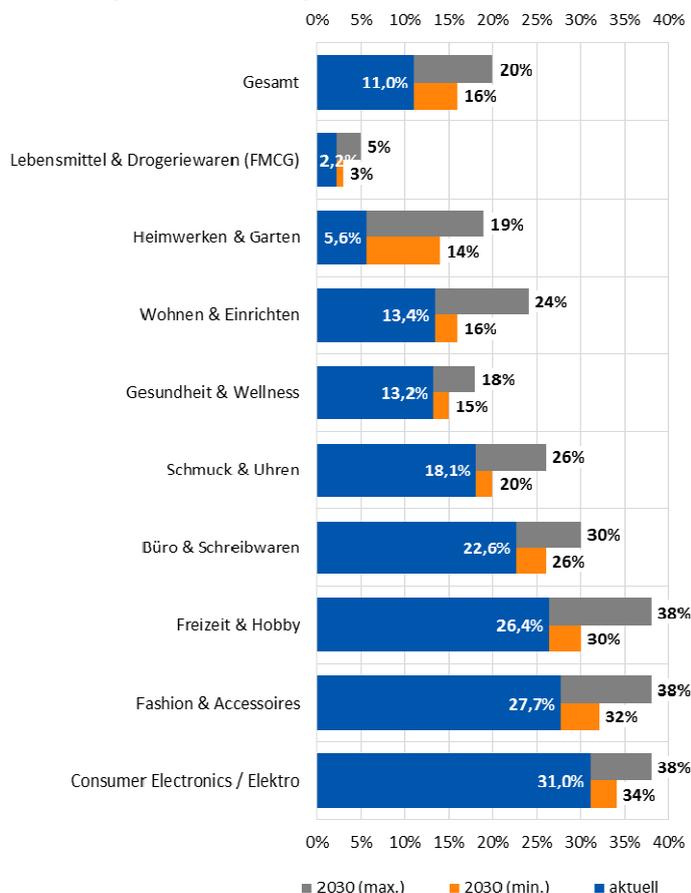
⁸ Quelle: EHI Köln, Handelsdaten aktuell 2016

⁹ Vgl. hierzu: GMA und Sonae Sierra: Shoppingcenter-Revitalisierung in Deutschland, Hamburg 2010.

schwanken die Anteile des Online-Handels je nach Branche stark. Während im Bereich Consumer-Electronics / Elektro, Mode / Accessoires und Freizeit / Hobby Werte von über 25 % erreicht werden, liegt im Heimwerker- und Gartenbereich der Anteil lediglich bei rd. 3 %. Insbesondere der Lebensmitteleinzelhandel, der einen Großteil der Umsätze im gesamten Einzelhandel repräsentiert, weist mit unter 1 % immer noch sehr geringe Anteile im Online-Handel auf. Prognosen bis 2030 gehen davon aus, dass sich der Marktanteil des Online-Handels insgesamt verdoppeln könnte, bei Heimwerken / Garten sogar verdreifachen.

Die Übergänge zwischen Online-Handel und stationärem Einzelhandel sind mittlerweile nicht mehr klar abgrenzbar. Viele (stationäre) Einzelhändler bieten mittlerweile auch Onlineshops an, in denen entweder das Gesamtangebot oder zumindest ausgewählte Artikel verfügbar sind. Ziel der sog. Multi- oder Omni-Channel-Strategien des Einzelhandels ist die Verknüpfung der unterschiedlichen Vertriebskanäle. Weiter ist in Großstädten ist zu beobachten, dass auch reine Online-Händler (sog. Pure-Player) in den vergangenen Jahren ein stationäres Netz aufgebaut haben bzw. aufbauen (z. B. Cyberport, Mymuesli, Fashion For Home, Zalando).

Abbildung 6: Entwicklungsszenarien des Online-Handels nach Branchen bis 2030 (Marktanteil in %)



FMGC = Fast Moving Consumer Goods

* u. a. Lebensmittel, Reinigungsmittel und Körperpflegeprodukte

Quelle: HDE ONLINE-MONITOR 2019, GMA-Darstellung 2020

4.1.4 Entwicklungstrends im Lebensmitteleinzelhandel

Ergänzend zu Supermärkten und Großflächenkonzepten haben sich in Deutschland discountorientierte Angebotsformen entwickelt und fest etabliert. Dabei handelt es sich um Vertriebskonzepte, die auf eine konsequente Niedrigpreispolitik setzen. Sie verfügen aktuell über einen Marktanteil im Lebensmittelsektor von ca. 45 %.¹⁰ Die anderen Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels haben in den vergangenen Jahren hingegen eine unterschiedliche Entwicklung genommen. Supermärkte und SB-Warenhäuser expandierten, kleinere Lebensmittelgeschäfte hingegen verzeichneten einen deutlichen Bedeutungsverlust. So verringerte

¹⁰ Quelle: EHI Köln, handelsdaten aktuell 2017.

sich die Anzahl der kleinen Lebensmittelgeschäfte von ca. 11.200 im Jahr 2010 auf etwa 8.650 Geschäfte in 2017.¹¹

Als **Standorte** für großflächige Discounter, Supermärkte und SB-Warenhäuser werden i. d. R. Lagen mit guter Erreichbarkeit für den motorisierten Individualverkehr und mit großen Stellplatzkapazitäten präferiert. Im Rückblick begünstigte der Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel lange die größeren Zentren. In den einwohnerschwächeren Gemeinden und Stadtteilzentren fand zunächst in vielen Fällen eine Ausdünnung des Nahversorgungsnetzes statt, was v.a. im ländlichen Raum zu größeren Wegstrecken führte. Mittlerweile ist mit der fortschreitenden Verdichtung der Filialnetze eine gewisse Umkehrung dieses Trends zu beobachten. So rücken verstärkt auch kleinere Kommunen in den Fokus der Betreiber.

Tabelle 2: Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)

Daten	Discounter	Supermarkt	Großer Supermarkt / SB-Warenhaus
Verkaufsfläche	ab 800 m ²	ab 1.200 m ²	ab 2.500 m ²
Sortiment	75 – 80 % Foodanteil	80 – 85 % Foodanteil	60 – 70 % Foodanteil
Artikelzahl	ca. 2.000 – 4.000	ca. 10.000 – 15.000	ca. 25.000 – 50.000
Parkplätze	ab 60 Stück	ab 80 Stück	ab 150 Stück
Grundstück	ab 4.000 m ²	ab 5.000 m ²	ab 7.000 m ²
Kernbevölkerung	ab 3.000 EW	ab 4.000 EW	ab 10.000 EW

Quelle: GMA-Standortforschung 2020, ca.-Werte

4.2 Entwicklungen auf Nachfrageseite

4.2.1 Demografische Entwicklung

Gesellschaftliche sowie demographische Veränderungen vollziehen sich mit großer Regelmäßigkeit, genannt seien etwa die im Rahmen der Demografieentwicklung prognostizierte Schrumpfung der Bevölkerung durch das niedrige Geburtenniveau, die steigende Lebenserwartung und die demographische Alterung oder die wachsende Zahl der Haushalte begleitet von einer Verkleinerung der durchschnittlichen Haushaltsgröße.

Des Weiteren lässt sich in vielen Regionen Deutschlands eine Land-Stadt-Migration feststellen. So verzeichnen Metropolregionen hohe Zuwanderungsgewinne, viele ländliche Räume hingegen Abwanderungsverluste. Ein weiterer Trend in diesem Kontext ist die Abwanderung aus den neuen in die alten Bundesländer. Nachdem sich der Einzelhandel an der lokalen Nachfrage orientiert, ist der kleinräumlichen Analyse und Prognose der Kaufkraftentwicklung hohe Aufmerksamkeit zu schenken.¹²

4.2.2 Konsumentenverhalten im Wandel

Die starke Preisorientierung breiter Bevölkerungsschichten hat zu einer Absenkung des Qualitätsniveaus geführt; gleichzeitig profitieren an manchen Standorten auch Anbieter des hochpreisigen Segments von einer in einigen Bevölkerungsteilen gestiegenen Kaufkraft. Zudem lässt sich der Kunde immer weniger in feste Kategorien einpassen. Daher hat sich in den letzten Jahren der Typus des „**hybriden Verbrauchers**“ herausgebildet (vgl. Abbildung 7). Er erwirbt beim selben Einkaufsgang teure Markenware im Fachhandel und im Anschluss Billigprodukte beim Discounter. Dies führt – in Kombination mit der zunehmenden Mobilität der Bevölkerung – zu einer deutlichen Reduzierung der Kundenbindung im Einzelhandel, die wiederum alternative Bezugsquellen wie z. B. den Online-Handel begünstigt.

¹¹ ebd.

¹² Gerade großräumliche Bevölkerungsprognosen bilden die lokalen Verhältnisse nur unzureichend ab. Zudem hat sich eine Reihe von Einwohnerprognosen der letzten beiden Dekaden als nicht belastbar erwiesen.

Abbildung 7: Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers



GMA-Grundlagenforschung 2020

4.3 Standortwahl des Einzelhandels und der Kommunen

Neben Unternehmensprozessen und gesellschaftlichen sowie demographischen Veränderungen hat die **Neubewertung von Standortfaktoren und Standortqualitäten** durch Einzelhandelsunternehmen Veränderungen der Handelslandschaft ausgelöst. Für die **Entwicklung des Einzelhandels in den Innenstädten und Zentren** waren in den letzten Jahren folgende Trends festzustellen:

- /// Die **Konzentration** im Einzelhandel führte in Innenstädten und Ortszentren nicht selten zur Uniformität des Betriebs- und Warenangebotes und zu einer Ausdünnung des Versorgungsnetzes auf leistungsfähige, nachfragestarke Standorte. Als Gegentrend lässt sich die Entwicklung von City-Konzepten beobachten; diese funktionieren jedoch nur in stark frequentierten Innenstädten und Ortszentren.
- /// Die große Bedeutung des Online-Handels hat in den deutschen Innenstädten bereits zu Frequenzrückgängen und einem teilweisen Rückgang einzelner Branchen geführt.
- /// Die 1b- und 1c-Lagen haben mit einem Bedeutungsverlust zu kämpfen. Hier treten verstärkt **Fluktuation, Mindernutzungen und Leerstandsbildung** auf.
- /// Die mittelständischen Anbieter hatten aus unterschiedlichen Gründen deutlich rückläufige Gesamtmarktanteile.

In vielen Kommunen wird die Handelsentwicklung seit langem mit einem kommunalen Einzelhandelskonzept gesteuert. Es werden die zulässigen Gebiete für den Einzelhandel festgelegt und eine sortimentsgenaue Steuerung der Ansiedlung zusätzlicher Handelsflächen vorgenommen.¹³

4.4 Mittelfristige Entwicklungstrends

Unter Berücksichtigung der zunehmenden Digitalisierung der Gesellschaft und der damit wachsenden Bedeutung des Online-Handels wird die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels maßgeblich durch das **Zusammenwirken des stationären Handels mit digitalen Vertriebskanälen** bestimmt. Darüber hinaus wird der

¹³ vgl. hierzu: W. Spannowsky, S. Holl: Die Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Deutschland im Lichte der europäischen Niederlassungsfreiheit; Kaiserslautern 2012.

Einkauf von den Verbrauchern in Zukunft noch stärker unter dem Aspekt seines **Freizeit- und Erlebniswertes** beurteilt. Aktuelle Entwicklungen zeigen, dass der Einzelhandel diesen Trends, zusammen mit gesamtgesellschaftlichen Tendenzen wie dem demografischen Wandel, durch neue Betriebstypen und Präsentationsformen zunehmend Rechnung trägt. Vor dem geschilderten Hintergrund wird sich die **Entwicklung des Einzelhandels in der mittelfristigen Perspektive** nach Einschätzung der GMA folgendermaßen darstellen:

/// **Optimierung der Multi- / Omni-Channel-Konzepte**

Die Verschmelzung des stationären Handels mit verschiedenen digitalen Vertriebskanälen wird in Kombination mit vereinfachten Zahlungsmethoden (u. a. PayPal) und neuen Social-Shopping-Anwendungen, über die der Kunde Punkte o. ä. sammelt oder Coupons erhält (wie z. B. „H&M Club“), zunehmend an Bedeutung gewinnen. Viele Händler setzen mittlerweile auf das Prinzip „Click&Collect“, wobei die Bestellung online abgewickelt wird, die Ware dann aber im nächsten Store abgeholt werden kann.

/// **Showrooming und Vor-Ort-Digitalisierung**

Handelsimmobilien werden verstärkt zu Showrooms mit hohem Erlebnis- und Wohlfühlfaktor umgestaltet, bei denen v. a. die Serviceleistungen einen zentralen Punkt darstellen (z. B. McTrek). Gleichzeitig spielen vor Ort auch digitale Medien (z. B. Tablets) als zusätzliche Informationsträger eine Rolle. Zunehmend wird in vielen Stores kostenfreies WLAN angeboten. Dieses Angebot soll auch die Nutzung der Social-Shopping-Anwendungen, welche über das Smartphone zu bedienen sind, erleichtern.

/// **Verkaufsflächen wachsen moderat**

Der Zuwachs weiterer Verkaufsflächen verlief in den zurückliegenden Jahren eher moderat. In einigen Branchen sind Flächenbereinigungen festzuhalten; so wurden in den vergangenen Jahren größere Flächen des Bucheinzelhandels vom Markt genommen, Elektrofachmärkte eröffnen auf deutlich kleineren Flächen als noch vor 10 Jahren und auch der stationäre Schuhhandel spürt die Konkurrenz des Online-Handels.

/// **Filialisierungswelle hält an**

Die Filialisierungstendenz setzt sich in nahezu allen Branchen fort. Dabei wird die Marktbedeutung von Franchiseunternehmen noch wachsen.

/// **Lebensmittelhandel im Wandel**

Der wachsende Ausbau des Convenience- und Gastronomie-Angebotes sowie neue Vertriebswege über Lieferdienste und Drive-Ins führen zu einer Erneuerung des klassischen Lebensmitteleinkaufs und fördern die Etablierung neuer Nischenanbieter (u. a. Kochhäuser). Auch in dieser Branche werden Omni-Channel-Konzepte eingesetzt. Neben dem Prinzip „Click&Collect“ können Lebensmittel online bestellt und mit einem Lieferdienst in einer bestimmten Zeitspanne nach Hause geliefert werden.

/// **Fachmärkte und Discounter boomen**

Die Umgestaltung der Einzelhandelslandschaft wird auch in den kommenden Jahren v. a. durch Fachmärkte und Discounter bestimmt. Beide Betriebstypen werden ihre Marktanteile weiter ausbauen.

4.5 Entwicklung der Nahversorgung

Verschiedene generelle Entwicklungen sowohl auf der Nachfrage- als auch auf der Angebotsseite haben sich in den vergangenen Jahren unterschiedlich auf die allgemeine räumliche Entwicklung der Nahversorgung ausgewirkt. Dabei waren in den letzten Jahren / Jahrzehnten insbesondere folgende räumliche Konsequenzen festzustellen:

- Suburbanisierung der Handelsstandorte:** In der Folge der Suburbanisierung insbesondere der Wohnfunktion zogen auch die Handelsstandorte nach. Mit der in der Regel großflächigen Handelsentwicklung an dezentralen Standortlagen kam es zunehmend zu einer Verselbstständigung und Zunahme der Eigenzentralität von räumlich isolierten Einzelhandelsstandorten.
- Zunehmender Bedeutungsverlust der Zentren:** Die zunehmende „Eigendynamik der Standorte“ bewirkte einen Bedeutungsverlust der zentralen Lagen insbesondere in Mittel- und Kleinstädten, aber auch in Stadtbezirken / Quartierslagen. In der Folge abgewanderten Grundversorgungseinrichtungen lösen sich zunehmend auch die ergänzenden Einzelhandels- und Dienstleistungsangebote auf. Dieser Prozess kann zu einer umfangreichen Auflösung räumlicher Strukturen und damit einhergehend der Qualität der jeweiligen Bereiche sowohl als Wohn- als auch als Wirtschaftsstandort führen.

4.6 Bedeutung verschiedener Betriebstypen für die Nahversorgung

Die **Lebensmittelmärkte sind als Hauptträger der Nahversorgung** zu klassifizieren. Weitere Betriebe des kurzfristigen, täglichen Bedarfs kommen ergänzend hinzu. Die verschiedenen Betriebstypen unterscheiden sich dabei in einer Vielzahl von Kriterien. Dies betrifft nicht nur die Verkaufsflächengröße, sondern auch die Sortimentszusammensetzung sowie den Bedeutungsgrad für die wohnortnahe Versorgung (Nahversorgung).

Übersicht 1: Wesentliche Träger der Nahversorgung und Einordnung der Nahversorgungsfunktion (i. S. der fußläufigen Erreichbarkeit)

Betriebstyp	Verkaufsflächengröße in m ²	Sortimentsschwerpunkt ¹	durchschnittliche Anzahl der Artikel ¹	Einordnung der Nahversorgungsfunktion
SB-Warenhaus	> 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 8 %	16.470 (34 %) 7.900 (16 %) 25.400 (50 %) Gesamt: 48.870	aufgrund der meist großen Verkaufsflächen ist der Betriebstyp oft nur schwer in zentralen Lagen integrierbar; spricht weites Einzugsgebiet an, daher häufig nur geringe Nahversorgungsfunktion
Großer Supermarkt	2.500 – 5.000	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 17 %	15.730 (62 %) 4.825 (20 %) 4.450 (18 %) Gesamt: 25.005	aufgrund hoher Flächenanforderungen häufig nur schwer in Wohngebietslagen integrierbar (Ausnahme Großstädte)
Supermarkt	i. d. R. 800 – 2.500	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 21 %	8.995 (76 %) 2.030 (17 %) 805 (7 %) Gesamt: 11.830 (Spannweite der Artikelanzahl: 10.000 – 15.000)	maßgeblicher Träger der Nahversorgung; häufig Magnet und Frequenzbringer in Neben- und Nahversorgungszentren und auch kleinen Gemeinden
Kleiner Supermarkt / Lebensmittelmarkt	i. d. R. 400 – 800			Träger der Nahversorgung meist in kleinen Gemeinden
Discounter	i. d. R. 800 – 1.300	Lebensmittel Nonfood I* Nonfood II** Frischeanteil 28 %	1.755 (76 %) 265 (9 %) 275 (15 %) Gesamt: 2.295	in Standort- und Anbieterabhängigkeit teils wichtige Nahversorgungsfunktion

Betriebstyp	Verkaufs- flächengröße in m ²	Sortimentsschwer- punkt ¹	durchschnittliche Anzahl der Artikel ¹	Einordnung der Nahversorgungsfunk- tion
Lebens- mittel- handwerk	i. d. R. < 100	Metzgerei- und Bäckereiartikel	keine Angaben	Rückgrat der Nahversorgung, v. a. im ländlichen Raum und in peripher ge- legenen Stadtteilen; z. T. inkl. Ergän- zungssortimente

¹ in Anlehnung an EHI Handelsdaten aktuell 2018; EHI Retail Institute; GMA-Erfahrungswerte; Werte spiegeln den allgemeinen Markttrend wider.

* Nonfood I-Sortiment: Drogerie, Kosmetik, Wasch-, Putz-, Reinigungsmittel, Tiernahrung / Tierpflege

** Nonfood II-Sortiment: Sonstiges Nonfoodsoriment (mittel- bis langfristig) GMA-Darstellung 2020

5. Planungsrechtliche Instrumente zur Steuerung der Standortentwicklung im Einzelhandel

5.1 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:

5.1.1 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 Bau NVO).

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).

5.1.2 Unbeplanter 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 Gemengelagen 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 Bebauungsplan 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.

5.1.3 Besonderes Städtebaurecht

Das **Besondere Städtebaurecht** mit den §§ 136 ff. BauGB bietet zudem Städten und Gemeinden die Möglichkeit, im Rahmen von Stadterneuerungs- oder -entwicklungsmaßnahmen die besonderen Vorschriften zur Steuerung anzuwenden. So kann durch die Festlegung von Sanierungsgebieten über die jeweilige Sanierungszielsetzung sehr dezidiert die künftige Entwicklung gerade auch im Einzelhandelsbereich geplant und gesteuert werden. Die Regelungen nach §§ 144 ff. BauGB stellen verschiedene Sachverhalte wie beispielsweise den Verkauf von Liegenschaften oder auch deren Anmietung grundsätzlich unter Genehmigungsverbehalt.

Neben diesen Rechtstatbeständen sind insbesondere die möglichen Förderungen für baulich investive Maßnahmen und auch die Umgestaltung im öffentlichen Bereich attraktiv. Durch die Programme der städtebaulichen Erneuerung sind Fördermöglichkeiten geschaffen, die gerade auch an private Grundstückseigentümer zur Modernisierung oder Instandsetzung der Gebäudesubstanz weitergegeben werden können.

5.2 Landesplanung

Für die **raumordnerische Bewertung von Einzelhandelsgroßprojekten** im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen sind – neben den einschlägigen Vorschriften des BauGB und der BauNVO – die Ziele der Raumordnung und Landesplanung, festgelegt im Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 zu berücksichtigen.

Bei der Bewertung von Standorten für großflächigen Einzelhandel sind folgende Prüfkriterien zu beachten:

- // Konzentrations- bzw. Zentralitätsgebot
- // Kongruenzgebot
- // Beeinträchtigungsverbot
- // Integrationsgebot

Bezüglich dieser Prüfkriterien sind folgende wesentliche Ziele (Z) und Grundsätze (G) im LEP Thüringen 2025 genannt¹⁴:

¹⁴ Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Kapitel 2.6 Handel, S. 43 ff..

Konzentrations- bzw. Zentralitätsgebot:

Z 2.6.1 Die Ansiedlung, Erweiterung oder wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten ist nur in Zentralen Orten höherer Stufe zulässig. Ausnahmsweise zulässig sind Einzelhandelsgroßprojekte

- *in Grundzentren, wenn sie zur Sicherung der Grundversorgung dienen und*
- *in nichtzentralen Orten, wenn sie der Grundversorgung dienen, die Funktionsfähigkeit der umliegenden Zentralen Orte nicht beeinträchtigen und der Einzugsbereich nicht wesentlich über das Gemeindegebiet hinausgeht.*

Kongruenzgebot:

G 2.6.2 Die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten soll sich in das zentralörtliche Versorgungssystem einfügen. Als räumlicher Maßstab gelten insbesondere die mittelzentralen Funktionsräume.

Beeinträchtigungsverbot:

G 2.6.3 Die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung im Versorgungsbereich und die Funktionsfähigkeit anderer Orte sollen durch die Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten nicht oder nicht wesentlich beeinträchtigt werden.

Integrationsgebot:

G 2.6.4 Ansiedlung, Erweiterung und wesentliche Änderung von Einzelhandelsgroßprojekten mit überwiegend zentrenrelevantem Sortiment sollen in städtebaulich integrierter Lage und mit einer den örtlichen Gegebenheiten angemessenen Anbindung an den ÖPNV erfolgen.

Der **Regionalplan Südwestthüringen 2011** führt zum Thema „Einzelhandel“ nicht weiter aus.

6. Standortbeschreibungen und wesentliche Strukturdaten des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen

6.1 Einzelhandelsstandort Suhl

Die kreisfreie **Waffenstadt Suhl** (ca. 36.790 Einwohner)¹⁵ liegt im Südwesten des Freistaates Thüringen, im Thüringer Wald und ist Teil des Städtebandes an der A 71 Oberhof – Zella-Mehlis – Suhl – Schleusingen. Vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Einstufung kommt der Stadt im Hinblick auf kulturelle, soziale und wirtschaftliche Einrichtungen sowohl eine gesamtstädtische als auch eine überörtliche Versorgungsfunktion für ihren Verflechtungsbereich zu.

Die **Einzelhandelsstruktur in Suhl** wird durch mehrere Agglomerationsbereiche geprägt. Auf folgende wesentliche Einzelhandelslagen ist hinzuweisen:¹⁶

- /// **Innenstadt Suhl:** Der innerstädtische Haupteinkaufsbereich erstreckt sich östlich der Dr.-Theodor-Neubauer-Straße im Westen, mit dem Penny- und dem Lidl-Standort als markante Einzelhandelspunkte, bis zur Döllstraße im Osten bzw. der Stadthalle und dem Lauterbogen-Center im Norden bis zum Steinweg und der Kreuzkirche im Süden. Der dichteste Einzelhandelsbesatz ist dabei im östlichen Innenstadtbereich vorhanden, mit den beiden Einkaufszentren (Lauterbogen-Center und EKZ Am Steinweg) sowie der Einzelhandelslage Steinweg. Hier sind mehrere großflächige

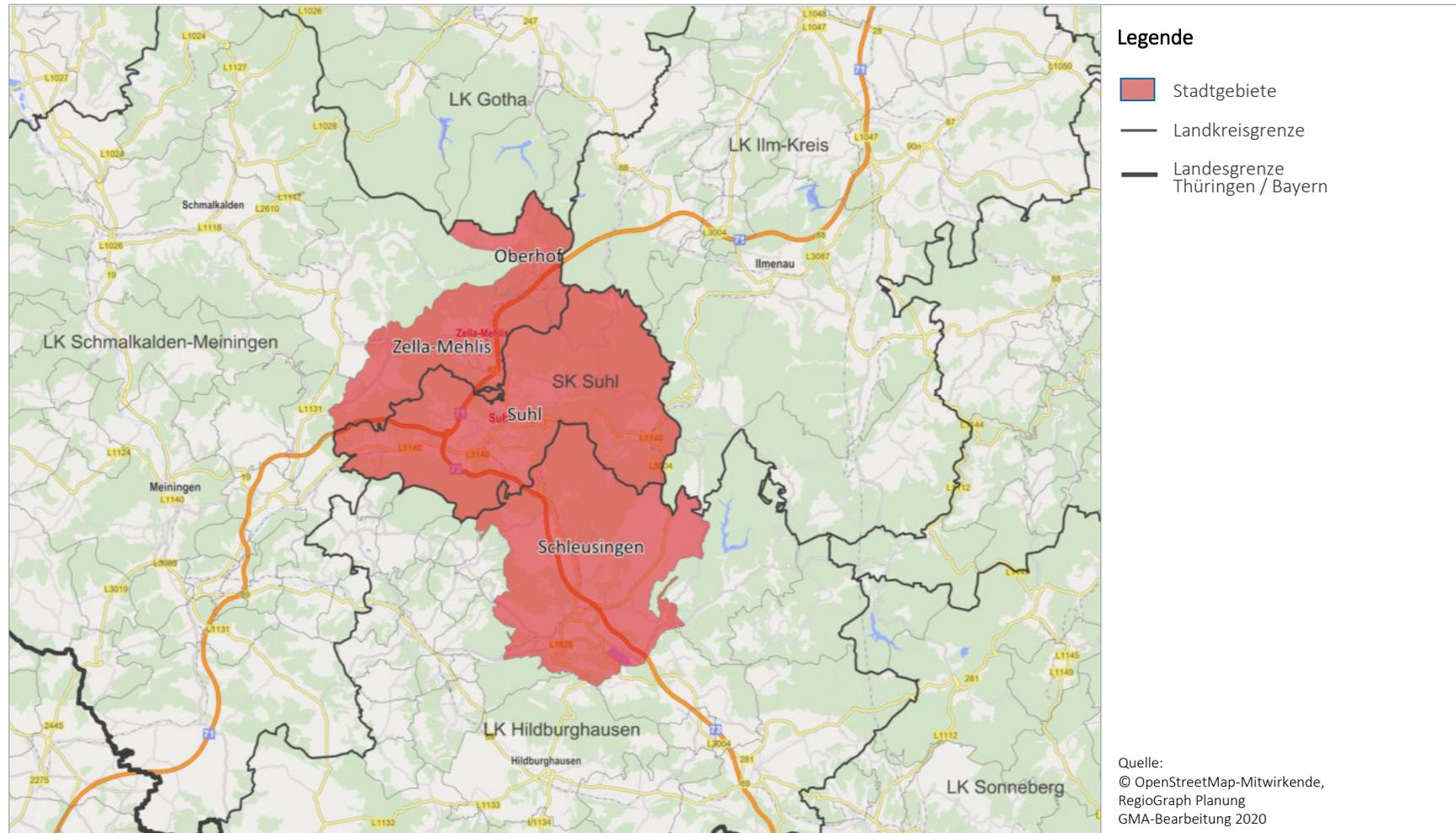
¹⁵ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Stand zum: 31.12.2019.

¹⁶ Vgl. auch Zentren- und Standortstruktur Kapitel IV. 3.

Leitbetriebe sowie kleinteilige Fachgeschäfte aller Branchen und Bedarfsbereiche ansässig. Die Innenstadt stellt den flächenmäßig größten Einzelhandelsstandort in Suhl dar. Damit weist die Innenstadt eine hohe Ausstrahlungskraft auf das gesamte Stadtgebiet sowie auch darüber hinaus auf.

- /// **Einzelhandelslage „Aue III“:** Südwestlich der Innenstadt, zwischen den Bereichen „Aue I“ und „Aue II“ konzentrieren sich am Standort Am Bahnhof / Würzburger Straße mehrere Fachmärkte sowie ergänzende kleinere Anbieter. Als wesentliche Anbieter sind hier Kaufland, EDEKA und Aldi aus dem Lebensmittelbereich sowie dm, das Futterhaus, NKD, K+K Schuhcenter und TTM aus dem Nichtlebensmittelbereich zu nennen. Die Einzelhandelsbetriebe des Nebenzentrums übernehmen gesamtstädtische Versorgungsfunktionen sowie teilweise auch darüber hinaus. Nach der Innenstadt stellt das Nebenzentrum den verkaufsflächenseitig zweitgrößten Einzelhandelsstandort in Suhl dar.
- /// **Einzelhandelsagglomeration „Am Königswasser“:** Im nördlichen Stadtgebiet, westlich der Straße Am Königswasser, ist ein Fachmarktzentrum (FMZ) mit Betrieben des kurz- bis langfristigen Bedarfsbereichs angesiedelt. Als Magnetbetriebe sind u. a. Zoo & Co Brehm, Dänisches Bettenlager und Norma zu nennen. Die Versorgungsfunktion erstreckt sich auf das nördliche Stadtgebiet von Suhl.
- /// **Nahversorgungs- bzw. Ortsteilzentren:** In Ortsteilen bzw. Wohnsiedlungen westlich (Lautenberg) und östlich der Kernstadt sind Nahversorgungszentren vorhanden, die durch jeweils mindestens einen größeren Lebensmittelanbieter sowie auch kleinere weitere Handels- und Dienstleistungsbetriebe geprägt sind.
- /// **Weitere Standorte:** Im Stadtgebiet sind noch weitere v. a. Lebensmittelmärkte, teilweise im Verbund mit anderen meist kleineren Betrieben sowie auch in solitärer Lage ansässig. Sie übernehmen zum Teil Nahversorgungsfunktionen für die im jeweiligen Umfeld lebende Wohnbevölkerung.
- /// Am Ende der Meininger Straße und Beginn der Hauptstraße in **Mäbendorf** westlich der A73 befanden sich mehrere großflächige Einzelhandelsbetriebe (ehem. Marktkauf sowie Möbelmarkt „Möbelpiraten“). Der Standort fungiert demzufolge nicht mehr als aktiver, großflächiger Einzelhandelsstandort und ist deshalb in seiner städtebaulichen Funktion neu zu bewerten.

Karte 1: Lage der Städte im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen



6.2 Einzelhandelsstandort Zella-Mehlis

Die **Stadt Zella-Mehlis** (ca. 12.730 Einwohner)¹⁷ liegt im Südwesten des Freistaates Thüringen, am Südhang des Thüringer Waldes. Sie ist nach Suhl die zweitgrößte Stadt des Städtebandes Oberhof – Zella-Mehlis – Suhl – Schleusingen an der A 71. Vor dem Hintergrund der zentralörtlichen Einstufung kommt der Stadt im Hinblick auf kulturelle, soziale und wirtschaftliche Einrichtungen ebenfalls sowohl eine gesamtstädtische als auch eine überörtliche Versorgungsfunktion für ihren Verflechtungsbereich zu.

Die **Einzelhandelsstruktur in Zella-Mehlis** wird durch mehrere Einzelhandelslagen geprägt. Auf folgende wesentliche Bereiche ist hier hinzuweisen:¹⁸

- 
Ortskern Zella: Der Ortskern der ehem. Gemeinde Zella ist im südöstlichen Stadtgebiet von Zella-Mehlis verortet. Hier sind im Bereich Hauptstraße / Kirchstraße sowie entlang der Kirchstraße bis in die Bahnhofstraße zahlreiche, i. W. kleinteilige Betriebe aus dem kurz- bis langfristigen Bedarfsbereich vorhanden. Die Versorgungsfunktion des Ortskerns erstreckt sich auf die umliegenden Bereiche bzw. auf den südlichen Bereich von Zella-Mehlis.
- 
Ortskern Mehlis: Der Ortskern des ehem. Ortes Mehlis ist im nordwestlichen Stadtgebiet von Zella-Mehlis verortet. Hier sind im Bereich Peter-Haseney-Straße / Hauptstraße / Mühlstraße zahlreiche kleinteilige Betriebe aller Bedarfsbereiche ansässig. Die Versorgungsfunktion des Ortskerns erstreckt sich auf die umliegenden Bereiche bzw. auf den nördlichen Bereich von Zella-Mehlis.
- 
Einzelhandelslage Talstraße: Im südwestlichen Kernstadtbereich ist an der Talstraße ein Fachmarktstandort mit mehreren großflächigen Leitbetrieben (u. a. EDEKA, Lebensmitteldiscounter, Drogeriemarkt) und kleineren Betrieben verschiedener Branchen und Bedarfsbereiche im Bau (ehemaliges ESG-Gelände). Darüber hinaus ist an der Talstraße auch ein moderner Lidl Lebensmittelmarkt mit ergänzenden Betrieben, vorwiegend aus dem kurzfristigen Bedarfsbereich vorhanden. Insgesamt weisen die Märkte an der Talstraße eine hohe Ausstrahlungskraft auf das gesamte Stadtgebiet auf.
- 
EKZ A 71-Center: Im südlichen Stadtgebiet ist an der Suhler Straße / Industriestraße bzw. an der Autobahnabfahrt Suhl / Zella-Mehlis das Einkaufszentrum (EKZ) A 71-Center mit zahlreichen Betrieben aller Bedarfsbereiche angesiedelt. Dabei sind diverse einschlägige Anbieter wie u. a. Rewe, Rossmann, Media Markt, Deichmann und Roller Möbel als Magnetbetriebe zu nennen. Die Versorgungsfunktion erstreckt sich auf das gesamte Stadtgebiet von Zella-Mehlis und darüber hinaus. Das EKZ stellt den flächenmäßig größten Einzelhandelsstandort in Zella-Mehlis dar.
- 
Nahversorgungs- bzw. Ortsteilzentren: Im 2019 angegliederten Ortsteil Benshausen kann mit dem Nahversorger tegut ein Ortsteilzentrum identifiziert werden.
- 
Weitere Standorte: Im Stadtgebiet sind vereinzelt noch weitere Lebensmittelmärkte, teilweise im Verbund mit anderen meist kleineren Betrieben sowie auch in solitärer Lage ansässig. Sie übernehmen zum Teil Nahversorgungsfunktionen für die im jeweiligen Umfeld lebende Wohnbevölkerung.

¹⁷ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Stand zum: 31.12.2019.
¹⁸ Vgl. auch Zentren- und Standortstruktur Kapitel IV. 3..

6.3 Einzelhandelsstandort Schleusingen

Die **Stadt Schleusingen** (ca. 10.930 Einwohner)¹⁹ liegt ebenfalls im Südwesten Thüringens und fungiert als südlichste Stadt im Städteband. Die **Einzelhandelsstruktur in Schleusingen** wird durch mehrere Einzelhandelslagen geprägt. Auf folgende wesentliche Bereiche ist hier hinzuweisen:²⁰

- /// **Innenstadt Schleusingen:** Der Einkaufsbereich der Innenstadt von Schleusingen erstreckt sich i. W. rund um den Markt und die Bertholdstraße bis zur Königstraße. Der dichteste Einzelhandelsbesatz ist dabei im Bereich des Marktes zu konstatieren. Hier sind ein Nahkauf Lebensmittelmarkt verortet sowie mehrere i. W. kleinteilige Betriebe aus dem kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich. Die Versorgungsfunktion der Innenstadt erstreckt sich auf Teile der Kernstadt Schleusingen.
- /// **EKZ Mega Center:** Im nördlichen Bereich der Kernstadt ist an der Suhler Straße das Einkaufszentrum (EKZ) Mega Center mit zahlreichen Betrieben aller Bedarfsbereiche angesiedelt. Bedeutende Magnetbetriebe sind u. a. EDEKA, Müller-Drogerie, AWG, Deichmann, Aldi, OBI und Mega Möbel. Die Versorgungsfunktion erstreckt sich auf das gesamte Stadtgebiet von Schleusingen sowie teilweise auch darüber hinaus.
- /// **Weitere Standorte:** Im Stadtgebiet sind vereinzelt noch weitere Lebensmittelmärkte, teilweise im Verbund mit anderen meist kleineren Betrieben sowie auch in solitärer Lage ansässig. Sie übernehmen zum Teil Nahversorgungsfunktionen für die im jeweiligen Umfeld lebende Wohnbevölkerung.

6.4 Einzelhandelsstandort Oberhof

Die **Stadt Oberhof** (ca. 1.650 Einwohner)²¹ ist die kleinste und nördlichste Stadt des Städtebandes Oberhof – Zella-Mehlis – Suhl – Schleusingen, fungiert aber als wichtige Funktionsstätte des Wintersports. Die **Einzelhandelsstruktur in Oberhof** wird i. W. durch die Innenstadt geprägt:

- /// **Innenstadt Oberhof:** Die Innenstadt von Oberhof bzw. der innerstädtische Haupteinkaufsbereich von Oberhof erstreckt sich von der Breitscheidstraße im Norden, entlang der Crawinkler Straße Richtung Süden, über Teile der Gräfenrodaer Straße bis in die Zellaer Straße / Poststraße im Süden. Hier sind verstreut zahlreiche v. a. kleinteilige Einzelhandelsbetriebe aller Bedarfsbereiche vorhanden. Im Lebensmittelbereich ist ein Tegut Supermarkt ansässig. Die Innenstadt übernimmt Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet.

7. Regionale und überregionale Wettbewerbsstrukturen

Die **überregionale Wettbewerbsstruktur** für das perspektivische Oberzentrum Südthüringen bzw. den dort verorteten Einzelhandel wird v. a. durch den Einzelhandelsstandort Landeshauptstadt Erfurt geprägt. Das dortige Einzelhandelsangebot wirkt teilweise sowohl als einzugsgebietsbegrenzend als auch einzugsgebietsüberlagernd für den Handelsplatz Oberzentrum Südthüringen.

Die **Stadt Erfurt** weist mit einer Gesamtverkaufsfläche von ca. 450.000 m²²² und einer Einzelhandelszentralität²³ von rd. 120²⁴ eine hohe Ausstrahlungskraft auf die ganze Region bis nach Südthüringen auf. Zudem verfügt Erfurt als Landeshauptstadt über die Autobahnen A 4 und A 71 sowie mehrere Bundesstraßen B 4 und B 7 über eine sehr gute regionale Erreichbarkeit. Bedeutende Einzelhandelsstandorte sind z. B. die Er-

¹⁹ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Stand zum: 31.12.2019.

²⁰ Vgl. auch Zentren- und Standortstruktur Kapitel IV. 3.

²¹ Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Stand zum: 31.12.2019.

²² Einzelhandelsuntersuchung Thüringen 2017/2018.

²³ Berechnung Zentralität: = Umsatz des Einzelhandels der Gemeinde / Kaufkraft in der Gemeinde x 100.

²⁴ Einzelhandelsuntersuchung Thüringen 2017/2018, GMA-Berechnungen.

furter Innenstadt, das T.E.C. und der Thüringen-Park, der über rd. 25.000 m² VK verfügt. Mit dem innerstädtischen Einkaufszentrum Anger 1 (ca. 23.000 m² VK) und generell den Geschäften in der Innenstadt verfügt die Stadt über leistungsstarke Innenstadtmagneten und mehrere Fachmärkte.²⁵

Im **regionalen Wettbewerbsumfeld** ist auch auf die Städte **Meiningen** (u. a. Kaufland, Rewe-Center, AWG, Müller Drogerie) und **Hildburghausen** (u. a. Edeka und Rewe) hinzuweisen. Die genannten Städte liegen dabei innerhalb des Marktgebietes des pot. Oberzentrums Südthüringen. Die Städte entfalten allerdings ihrerseits in einem kleineren Einzugsbereich Marktwirkungen v. a. im kurzfristigen Bedarf.

Insgesamt ist der Handelsplatz perspektivisches Oberzentrum Südthüringen damit als regionaler Einzelhandelsmagnet für den Südwesten Thüringens und v. a. für die umliegenden Standorte zu bewerten.

²⁵ Einzelhandelsuntersuchung Thüringen 2017/2018.

II. Angebots- und Nachfragesituation

1. Einzelhandelsbestand im Oberzentrum Südthüringen

1.1 Gesamtbetrachtung

Für die Analyse des Einzelhandelsbestandes wurde auf Bestandsdaten zur Einzelhandelsuntersuchung in Thüringen 2017/2018 zurückgegriffen sowie bekannte und offensichtliche Änderungen im Einzelhandelsbestand berücksichtigt bzw. eingearbeitet (vgl. Tabelle 3). Aufgenommen wurden im Zuge der Totalerhebung 2017/2018 alle Einzelhandelsbetriebe im Stadtgebiet inkl. Adresse, Verkaufsfläche, Branchenzuordnung, Lage sowie Einschätzung der Leistungsfähigkeit. Dabei wird die Verkaufsflächendefinition gemäß gültiger Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichtes zugrunde gelegt. Hierdurch wird eine einheitliche Zuordnung der Betriebe zur Branchensystematik gewährleistet, was ausschließlich durch die direkte Inaugenscheinnahme erfolgte.

Die **Ermittlung der Umsatzleistung** erfolgte einzelbetrieblich auf Basis von branchen- und betriebstypentypischen Durchschnittswerten, die an die spezifische Situation in Südthüringen (u. a. Ausstattungskennziffern, Kaufkraftniveau, zentralörtliche Funktion, regionale- und überregionale Wettbewerbssituation) sowie die mikrogeographischen und standortseitigen Besonderheiten (u. a. Lage, Umfeld, Erreichbarkeit) angepasst wurden.

Mit dem Zeitpunkt der Erhebungen sind in den vier Städten des Oberzentrums Südthüringen folgende **Anzahl an Einzelhandelsbetrieben, Verkaufsfläche und Umsätze je Branche und insgesamt** zu registrieren:

Tabelle 3: Einzelhandelsbestand insgesamt

Stadt		Insgesamt					
Bedarfsbereich	Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz**(brutto)	
		abs.	in %	abs.	in %	in Mio. €	in %
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	168	32	45.110	28	182,4	41
	Gesundheit, Körperpflege	34	7	6.610	4	45,6	10
	Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	38	7	3.290	2	10,7	2
mittelfristig	Bücher, Schreib- / Spielwaren	14	3	3.010	2	12,1	3
	Bekleidung, Schuhe, Sport	84	16	20.680	13	56,9	13
langfristig	Elektrowaren, Medien, Foto	31	6	4.310	3	25,7	6
	Hausrat, Einrichtung, Möbel	58	11	42.570	26	54,8	12
	Bau-, Heimw.-, Gartenbedarf	24	5	27.860	17	38,9	9
	Optik / Uhren, Schmuck	21	4	1.090	1	7,1	2
	Sonstige Sortimente***	47	9	7.790	5	13,8	3
	Nichtlebensmittel insg.	351	68	117.210	72	266,0	59
	Einzelhandel insg.	519	100	162.320	100	448,4	100

GMA-Berechnung 2020, Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt.

Tabelle 4: Einzelhandelsbestand nach Städten und Branchen

Stadt		Suhl						Zella-Mehlis					
Bedarfsbereich	Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz**(brutto)		Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz**(brutto)	
		abs.	in %	abs.	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %	abs.	in %	in Mio. €	in %
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	84	31	22.290	28	89,2	37	43	32	14.580	32	52,3	41
	Gesundheit, Körperpflege	17	6	3.020	4	28,2	12	10	8	1.810	4	13,1	10
	Blumen, zool. Bedarf, Zeitschriften	16	6	2.115	3	7,3	3	10	8	255	1	2,1	2
mittelfristig	Bücher, Schreib- / Spielwaren	7	3	2.570	3	10,7	4	4	3	390	1	1,0	1
	Bekleidung, Schuhe, Sport	49	18	9.980	13	33,2	14	20	15	5.780	13	14,3	11
langfristig	Elektrowaren, Medien, Foto	19	7	1.135	1	6,9	3	8	6	3.085	7	18,7	15
	Hausrat, Einrichtung, Möbel	29	11	18.685	24	30,5	13	13	10	10.385	23	12,8	10
	Bau-, Heimw.-, Gartenbedarf	8	3	13.845	18	25,9	11	9	7	6.605	15	6,3	5
	Optik / Uhren, Schmuck	12	4	635	1	4,1	2	6	5	340	1	2,2	2
	Sonstige Sortimente***	28	10	4.140	5	8,2	3	10	8	1.790	4	3,6	3
	Nichtlebensmittel insg.	185	69	56.125	72	155,0	63	90	68	30.440	68	74,2	59
	Einzelhandel insg.	269	100	78.415	100	244,2	100	133	100	45.020	100	126,5	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen (> 700 m² VK) aufgeteilt; Umsätze der Lebensmittelmärkte (> 700 m² VK) aufgeteilt.

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchsgüter)

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Stadt		Schleusingen						Oberhof					
Bedarfsbereich	Branche	Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz**(brutto)		Betriebe*		Verkaufsfläche**		Umsatz**(brutto)	
		abs.	in %	abs.	in %	in Mio. €	in %	abs.	in %	abs.	in %	in Mio. €	in %
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	34	39	7.440	21	27,6	41	7	24	800	24	3,7	37
	Gesundheit, Körperpflege	6	7	1.740	5	9,8	14	1	3	40	1	0,3	3
	Blumen, zool. Bedarf	10	11	705	2	1,9	3	2	7	80	2	0,3	3
mittelfristig	Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	2	105	< 1	0,5	1	1	3	80	2	0,3	3
	Bekleidung, Schuhe, Sport	8	9	3.405	10	7,1	10	7	24	1.515	46	3,4	34
langfristig	Elektrowaren, Medien, Foto	3	3	75	< 1	0,5	1	1	3	15	< 1	0,1	1
	Hausrat, Einrichtung, Möbel	7	8	12.845	36	10,6	16	9	31	655	20	1,6	16
	Bau-, Heimw.-, Gartenbedarf	7	8	7.410	21	7,0	10	---	---	---	---	---	---
	Optik / Uhren, Schmuck	3	3	115	< 1	0,8	1	---	---	---	---	---	---
	Sonstige Sortimente***	8	9	1.740	5	2,0	3	1	3	120	4	0,3	3
	Nichtlebensmittel insg.	54	61	28.140	79	40,2	59	22	76	2.505	76	6,3	63
	Einzelhandel insg.	88	100	35.580	100	67,7	100	29	100%	3.305	100%	10,0	100

* Zuordnung nach Sortimentsschwerpunkt

** bereinigte Werte, d. h. Verkaufsflächen und Umsätze von Mehrbranchenunternehmen (> 700 m² VK) aufgeteilt; Umsätze der Lebensmittelmärkte (> 700 m² VK) aufgeteilt.

*** sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

Zur Ermittlung der Versorgungsbedeutung des perspektivischen Oberzentrums insgesamt sowie insbesondere unter den beteiligten Städten im Vergleich dient eine Analyse des Verkaufsflächenbesatzes je Einwohner nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf.

Zur Ermittlung der Versorgungsbedeutung des perspektivischen Oberzentrums insgesamt sowie insbesondere unter den beteiligten Städten im Vergleich, dient eine Analyse des Verkaufsflächenbesatzes je Einwohner nach kurz-, mittel- und langfristigem Bedarf.

Tabelle 5: Einzelhandelsbestand nach Städten, Bedarfskategorien und Einwohner

	Suhl	Zella-Mehlis	Schleusingen	Oberhof	Summe
Bevölkerung 2019	36.789	12.727	10.930	1.650	62.096
VKF gesamt	78.915	45.020	35.580	3.305	162.820
VKF kurzfristiger Bedarf	27.625	16.645	9.885	920	55.075
VKF mittelfristiger Bedarf	12.850	6.170	3.510	1.595	24.125
VKF langfristiger Bedarf	38.440	22.205	22.185	790	83.620
VKF je Einwohner gesamt	2,15	3,54	3,26	2,00	2,62
VKF je EW kurzfristiger Bedarf	0,75	1,31	0,90	0,56	0,89
VKF je EW mittelfristiger Bedarf	0,35	0,48	0,32	0,97	0,39
VKF je EW langfristiger Bedarf	1,04	1,74	2,03	0,48	1,35

	= Höchster Wert
	= zweithöchster Wert
	= niedrigster Wert

Quelle: GMA 2020

Das perspektivische Oberzentrum hat einen Verkaufsflächenbesatz von insgesamt 2,61 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Obwohl dieser Wert gegenüber dem Bundesdurchschnitt als überdurchschnittlich anzusehen ist (Bundesdurchschnitt ca. 1,5 m² je Einwohner), kann dieser Flächenbestand als angemessen für die notwendige Versorgungsfunktion bzw. Magnetfunktion für das gesamte Einzugsgebiet des perspektivischen Oberzentrums gesehen werden. Zella-Mehlis hat mit 3,54 m² den höchsten und Schleusingen mit 3,26 m² den zweithöchsten Flächenbesatz je Einwohner im perspektivischen Oberzentrum. Beide Städte haben auch im kurzfristigen Bedarfsbereich sowie im langfristigen Bedarfsbereich die höchsten Verkaufsflächenbestände je Einwohner. Der höchste Verkaufsflächenbestand je Einwohner im mittelfristigen Bedarf in Oberhof resultiert allein aus einem starken Besatz von mehreren Sportgeschäften. In Bezug auf die geringe Einwohnerzahl von Oberhof schlagen somit diese Geschäfte, die vorrangig auf den touristischen Bedarf ausgerichtet sind, sich entsprechend stark nieder. Der Verkaufsflächenbestand in Suhl ordnet sich demgegenüber in allen Bedarfsbereichen sowie insgesamt in einem durchschnittlichen Niveau ein. Perspektivisch sind aus dem vorhandenen Flächenbesatz keine allgemeinen Defizite bzw. nach Bedarfskategorien ebenso keine (quantitativen) Defizite zu ermitteln. Demgegenüber besteht eher in den Städten Zella-Mehlis und Schleusingen ein Verkaufsflächenüberhang. Im Sinne der Gesamtbetrachtung des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen können somit für diese Städte auch Versorgungsfunktionen für den Städteverbund identifiziert werden.

1.2 Einzelhandelsstruktur und Nahversorgungssituation in der Stadt Suhl

Die **Einzelhandelsstruktur in Suhl** wird durch mehrere Agglomerationsbereiche geprägt (vgl. Karte 2). Mit insgesamt 134 Betrieben (ca. 50 %) und einer Verkaufsfläche von rd. 21.470 m² VK (ca. 27 %) nimmt die **Innenstadt** quantitativ insgesamt eine bedeutende Stellung ein. Insbesondere die beiden Einkaufszentren „Lauterbogen-Center“ und das EKZ „Am Steinweg“ vereinen einen Großteil der Verkaufsfläche auf sich. Das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt umfasst alle Bedarfsbereiche, wobei der Schwerpunkt im kurz- bis mittelfristigen Bedarf zu finden ist. Branchenspezifisch liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt in der Innenstadt im

Bereich Lebensmittel (u. a. Rewe, Penny), Gesundheit / Körperpflege u. a. Müller), Bücher / Papier-, Bastel-, Schreib- und Spielwaren (u. a. Askania Center, Weltbild, Buchhandlung Suhl), Bekleidung / Schuhe / Sport bzw. im mittelfristigen Bedarf und wird v. a. durch mehrere Fachmärkte (u. a. K&L Ruppert, C&A, Deichmann, Sport 2000) abgebildet.

Mit den Anbietern Rewe (Lauterbogen-Center) und Penny (Dr.-Theodor-Neubauer-Straße) sind im Lebensmittelbereich zwei größere Magnetbetriebe vorhanden, die im westlichen und zentralen Innenstadtbereich die Nahversorgung sichern. In den anderen Branchen sind darüber hinaus überwiegend kleinere und mittelgroße Fachgeschäfte sowie auch vereinzelt größere Fachmärkte ansässig. Auf die weiteren für Innenstädte attraktivitätsbestimmenden Warengruppen (u. a. Elektrowaren, Optik / Uhren, Schmuck) entfallen Verkaufsflächenanteile zwischen 2 % (Elektrowaren) und 100 % (Optik / Uhren / Schmuck). Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße in der Innenstadt liegt bei ca. 165 m² und wird somit durch kleinflächigen Einzelhandel geprägt.

Sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch der realisierten Umsatzleistung ist der **Standort „Nebenzentrum Aue III“** mit insgesamt 15 Betrieben (ca. 5 - 6 %) bzw. ca. 11.275 m² VK (ca. 14 %), u. a. mit den Magnetbetrieben SB-Warenhaus Kaufland, Edeka, Aldi, Futterhaus, NKD, K+K Schuhe und TTM ein weiterer bedeutender Einzelhandelsstandort der Stadt Suhl.

Im nordöstlichen Stadtgebiet in **Gewerbegebietslage** ist mit ca. 2.545 m² VK (3 %) ein kleineres Fachmarktzentrum Am Königswasser verortet (Magnetbetriebe Norma, Zoo & Co., Dänisches Bettenlager).

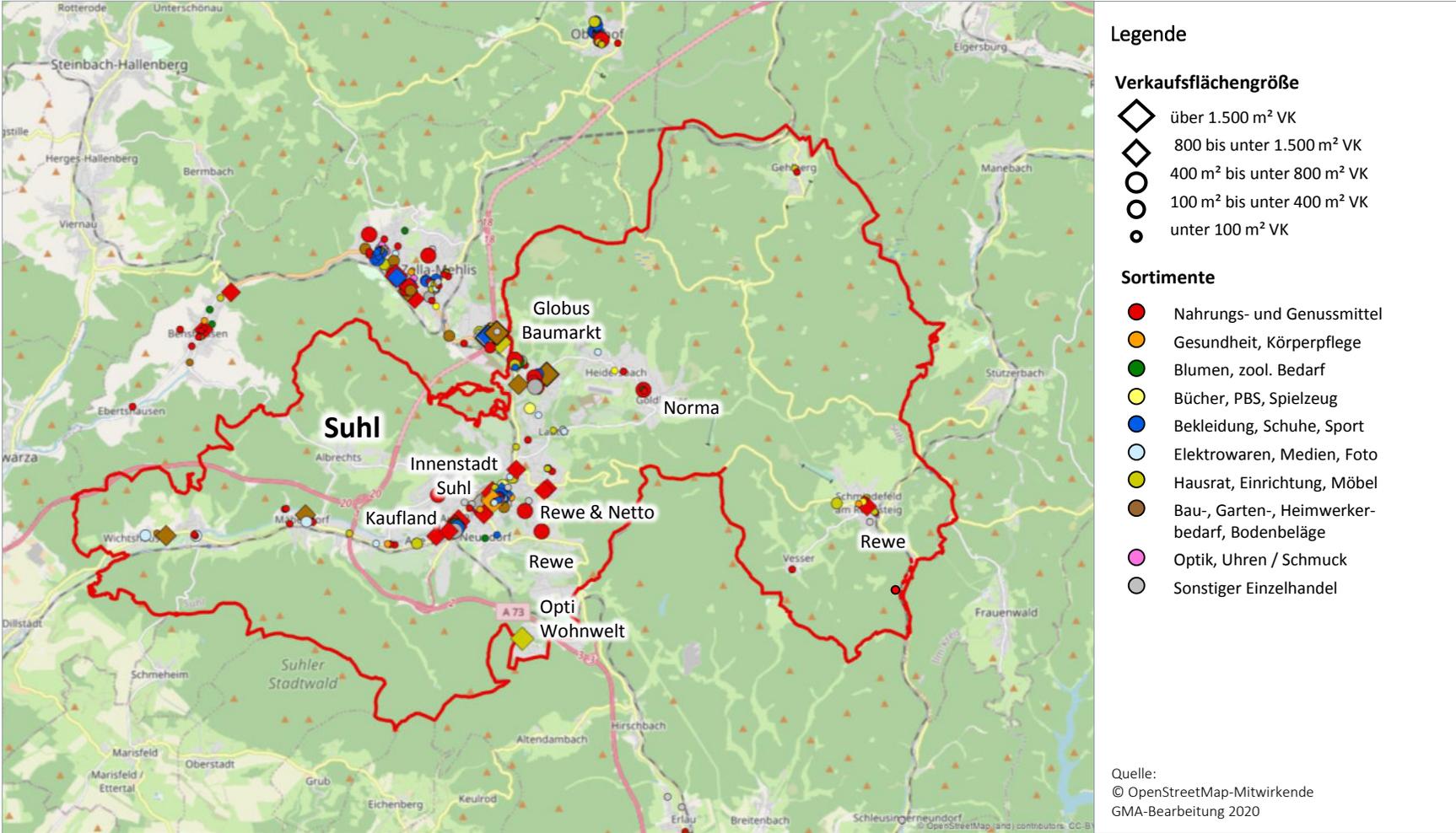
Im weiteren Stadtgebiet von Suhl sind zudem mehrere teilweise **solitär gelegene Lebensmittelmärkte** (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter), die zum Teil durch weitere Betriebe ergänzt werden. Zahlreiche kleinteilige Anbieter ergänzen die Angebotsstrukturen in der Stadt. In den räumlich abgesetzten Ortsteilen von Suhl (u. a. Schmiedefeld am Rennsteig) sind teilweise vereinzelt Lebensmittelmärkte sowie ergänzende Anbieter vorhanden, welche die Nahversorgung sichern.

Die **Betriebsgrößenstruktur** im Stadtgebiet von Suhl weist einen Mix aus kleineren und größeren Betrieben auf. Die rechnerische Durchschnittsgröße (Mittelwert) der Betriebe in Suhl liegt bei rd. 290 m² Verkaufsfläche. Dieser Wert liegt oberhalb des Bundesdurchschnitts von ca. 250 m², was besonders für ostdeutsche Städte, aufgrund ihrer kleinstrukturierten innerstädtischen Gebäude bzw. Ladenlokale eine Besonderheit darstellt.

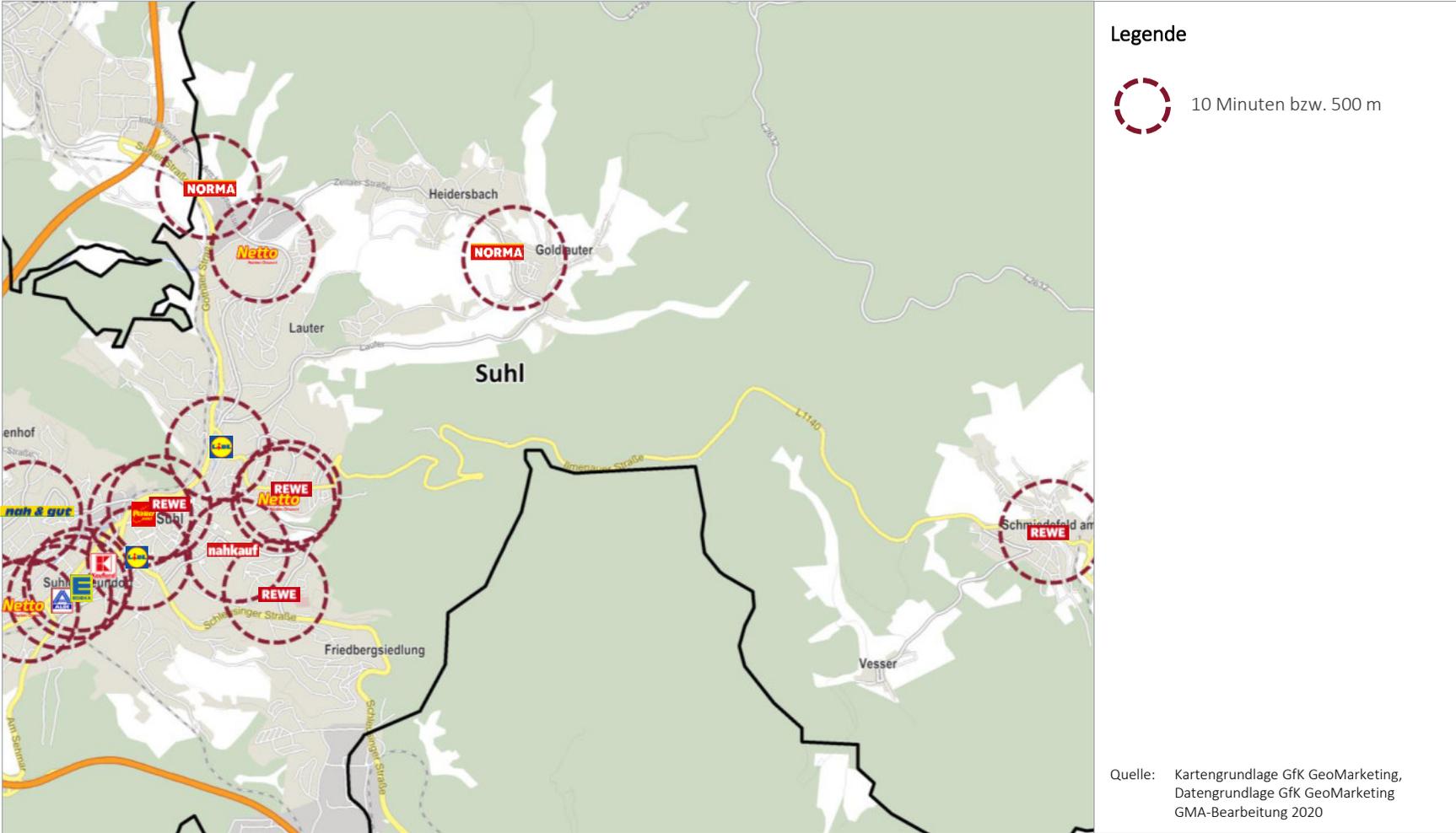
In einer Detailbetrachtung der Betriebsgrößenstruktur verfügen ca. 42 % der Geschäfte über Verkaufsflächen von weniger als 50 m². Diese Betriebe stellen allerdings nur einen kleinen Verkaufsflächenanteil von etwa 4 %. Demgegenüber weisen 9 % der Betriebe Verkaufsflächen von mindestens 800 m² auf. Deren Verkaufsflächenanteil liegt bei ca. 66 % des Gesamtbestandes. Darüber hinaus weisen ca. 38 % der Betriebe Verkaufsflächen zwischen 50 und 199 m², sowie 12 % der Geschäfte Verkaufsflächen zwischen 200 und 799 m² auf.

Die Analyse der **Nahversorgungssituation** bzw. des Einzelhandelsbestandes im Lebensmittelbereich in Suhl zeigt in rein quantitativer Hinsicht insgesamt eine sehr gute Angebotssituation. So ist hinsichtlich der Verkaufsflächendichte in Suhl im Nahrungs- und Genussmittelbereich eine sehr gute Ausstattung festzustellen, was insbesondere auf das Kaufland SB-Warenhaus, sieben Supermärkte und zahlreiche Lebensmitteldiscounter zurückzuführen ist. Mit den genannten Märkten bzw. Betriebstypen ist auch in qualitativer Hinsicht eine ausgewogene Angebotssituation zu konstatieren.

Karte 2: Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Suhl



Karte 3: Nahversorgungssituation in Suhl (Status quo-Situation)



Die aktuelle räumliche Nahversorgungsstruktur in Suhl ist in Karte 3 dargestellt. Hier wurden für die wesentlichen Lebensmittelmärkte Radien für ein sogenanntes Naheinzugsgebiet von ca. 500 m angesetzt. Bei der gewählten Entfernung kann davon ausgegangen werden, dass die Märkte noch fußläufig von Kunden u. a. aus dem Wohnumfeld aufgesucht werden. Damit ist für weite Teile der Kernstadt Suhl eine Nahversorgung gewährleistet. Weniger stark versorgte Gebiete bestehen hier lediglich vereinzelt in den kleinstrukturierten Siedlungsbereich von Suhl (u. a. Friedbergsiedlung und Lauter). Auch die westlich gelegenen eher ländlich geprägten abgesetzten Suhler Ortsteile (u. a. Heinrichs und Mäbendorf) sowie der Ortsteil Heidersbach weisen Versorgungslücken auf, was v. a. auf die kleinstrukturierten und langgestreckten Wohngebiete und die zu geringe Einwohnerzahl zurückzuführen ist. Für diese Bereiche stellen die jeweils nächstgelegenen Standorte von Lebensmittelmärkten (insbesondere die Märkte in den Randbereichen der Kernstadt und den größeren umliegenden Ortsteilen) die Nahversorgung sicher. Darüber hinaus sind in der Kernstadt weitere, hauptsächlich kleinere Lebensmittelanbieter (u. a. Obst- / Gemüsegeschäfte, Spezial- und Feinkostgeschäfte, Bäckereien, Fleischereien, Getränkemärkte, Tankstellenshops) mit Ergänzungsfunktion hinsichtlich der Nahversorgung ansässig.

Insgesamt sichern zahlreiche Lebensmittelmärkte sowohl in den kernstädtischen Bereichen als auch teilweise in den Ortsteilen die fußläufige Nahversorgung für den überwiegenden Teil der Wohngebiete. Diese sind zumeist entweder innerhalb der Neben- und Nahversorgungszentren gelegen oder fungieren als integriert gelegene Nahversorgungsstandorte (vgl. Kapitel IV. 3.). Nachfolgende Tabelle stellt die Ausstattung der Suhler Stadt- bzw. Ortsteile mit Betrieben im Bereich Nahversorgung im Überblick dar.

Tabelle 6: Nahversorgungssituation in Suhl nach Stadtbereichen

	Stadtteil	Wesentliche Lebensmittel- und Drogerieanbieter nach Größenklassen in m ² und Lagekategorie		
		> 800	400 – 800	< 400
Stad- bzw. Ortsteile	Kernstadt Suhl	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufland ▪ Edeka ▪ Rewe (2x) ▪ Netto ▪ Lidl (2x) ▪ Aldi ▪ Müller Drogerie 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Penny ▪ Rewe ▪ Nahkauf ▪ Tegut ▪ dm 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäckereien, Fleischereien ▪ Spezial- und Feinkostgeschäfte ▪ Naturkost Merz ▪ Getränkemärkte ▪ Tankstellenshops
	Dietzhausen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ -- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäcker, Fleischer ▪ Spezialgeschäft ▪ Tankstellenshop
	Goldlauter - Heidersbach	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto ▪ Norma (2x) ▪ Getränkemarkt 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäcker, Fleischer ▪ Dorfladen, Tankstellenshop
	Heinrichs	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Netto 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäcker, Fleischer
	Mäbendorf	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fleischereien, Tankstellenshop
	Schmiedefeld am Rennsteig	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rewe 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Bäcker, Fleischer
	Vesser	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Getränkegeschäft
	Wichtshausen	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fleischer
	Gehlberg	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Fleischer

Die Ortsteile Albrechts und Neudorf verfügen derzeit nicht über Anbieter aus dem nahversorgungsrelevanten Sortimentsbereich.

GMA-Zusammenstellung 2020

1.3 Einzelhandelsstruktur in der Stadt Zella-Mehlis

Die **Einzelhandelsstruktur in Zella-Mehlis** wird durch mehrere Agglomerationsbereiche geprägt (vgl. Karte 4), wobei in der Stadt keine klassische Innenstadt existiert. Die beiden Ortskerne Zella und Mehlis kommen dem am Nächsten, wenngleich hier keine wesentlichen strukturprägenden Einzelhandelsbetriebe vorhanden sind. Als wesentliche Verkaufsflächenschwerpunkte in Zella-Mehlis fungiert die Einzelhandelslage Talstraße sowie das EKZ A 71-Center im südlichen Stadtgebiet.

Mit jeweils 24 (Zella) und 21 (Mehlis) Betrieben (ca. 18 bzw. 16 %) und einer Verkaufsfläche von rd. 1.725 m² bzw. 1.225 m² VK nehmen die beiden **Ortskerne Zella und Mehlis** quantitativ eine eher untergeordnete Stellung ein. Hier sind i. W. kleinteilige Fachgeschäfte und Dienstleister verschiedener Branchen vorhanden, die allerdings keine Versorgungsfunktion für das gesamte Stadtgebiet entfalten.

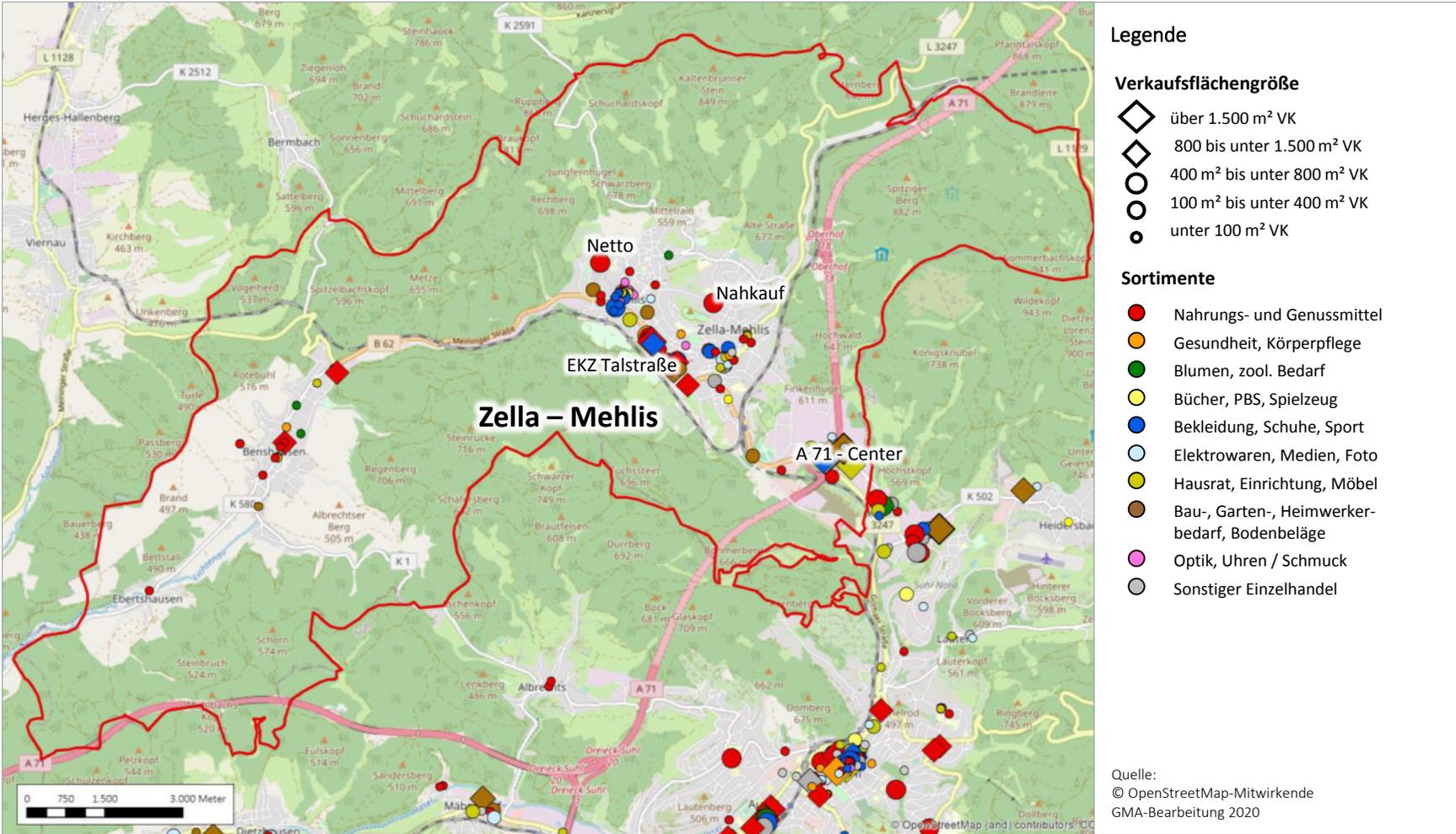
Im westlichen Stadtgebiet entsteht an der **Talstraße**, am Standort des ehem. Elektrogerätewerkes, mit insgesamt rd. 5.400 m² VK ein **Fachmarktstandort**. Als Magnetbetriebe sind laut B-Plan u.a. ein Supermarkt (EDEKA), ein Lebensmitteldiscounter, ein Drogeriemarkt sowie jeweils ein Schuh- und Bekleidungsfachmarkt vorgesehen. Sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch der realisierten Umsatzleistung ist das **EKZ A 71-Center** mit insgesamt 17 Betrieben (ca. 13 %) bzw. ca. 17.210 m² VK (ca. 38 %) der Einzelhandelschwerpunkt in Zella-Mehlis. Hier fungieren als Magnetbetriebe u. a. Rewe, Aldi, Woolworth, Takko, MediaMarkt, Roller sowie Thomas Philipps.

Im weiteren Stadtgebiet von Zella-Mehlis sind darüber hinaus teilweise **solitär gelegene Lebensmittelmärkte** etabliert (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter), die zum Teil durch weitere Betriebe ergänzt werden. Zahlreiche kleinteilige Anbieter ergänzen die Angebotsstrukturen in der Stadt. In den räumlich abgesetzten Ortsteilen von Zella-Mehlis (u. a. Benshausen) sind vereinzelt Lebensmittelmärkte sowie ergänzende Anbieter vorhanden, welche die Nahversorgung sichern.

Die **Betriebsgrößenstruktur** im Stadtgebiet von Zella-Mehlis weist einen Mix aus kleineren und größeren Betrieben auf. Die rechnerische Durchschnittsgröße (Mittelwert) der Betriebe liegt bei rd. 340 m² Verkaufsfläche. Dieser Wert liegt weit oberhalb des Bundesdurchschnitts von ca. 250 m² und ist v. a. auf die ansässigen Fachmärkte zurückzuführen.

In einer Detailbetrachtung der Betriebsgrößenstruktur verfügen ca. 44 % der Geschäfte über Verkaufsflächen von weniger als 50 m². Diese Betriebe stellen allerdings nur einen kleinen Verkaufsflächenanteil von etwa 3 %. Demgegenüber weisen 12 % der Betriebe Verkaufsflächen von mindestens 800 m² auf. Deren Verkaufsflächenanteil liegt bei ca. 70 % des Gesamtbestandes. Darüber hinaus weisen ca. 30 % der Betriebe Verkaufsflächen zwischen 50 und 199 m², sowie 14 % der Geschäfte Verkaufsflächen zwischen 200 und 799 m² auf.

Karte 4: Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Zella-Mehlis



1.4 Einzelhandelsstruktur in der Stadt Schleusingen

Die **Einzelhandelsstruktur in Schleusingen** wird im Wesentlichen durch den Agglomerationsbereich „Mega-Center“ sowie nachgeordnet auch die Innenstadt von Schleusingen geprägt (vgl. Karte 5).

Mit insgesamt 21 Betrieben (ca. 24 %) und einer Verkaufsfläche von rd. 2.020 m² VK (ca. 6 %) nimmt die **Innenstadt** quantitativ insgesamt eine nachgeordnete Stellung ein, während der Verkaufsflächenschwerpunkt außerhalb der Innenstadt verortet ist. Das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt umfasst alle Bedarfsbereiche, wobei der Schwerpunkt im kurz- bis mittelfristigen Bedarf zu finden ist. Branchenspezifisch liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt in der Innenstadt im Bereich Lebensmittel (u. a. Nahkauf) sowie bei Bekleidung / Schuhe / Sport (u. a. NKD).

In den anderen Branchen sind überwiegend kleinere Fachgeschäfte ansässig. Weitere für Innenstädte attraktivitätsbestimmende Warengruppen (u. a. Elektrowaren, Optik / Uhren, Schmuck) sind nur mit geringen Verkaufsflächen oder als Randsortiment anderer Geschäfte vorhanden. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße der Geschäfte in der Innenstadt liegt bei ca. 95 m² und wird durch kleinflächigen Einzelhandel geprägt.

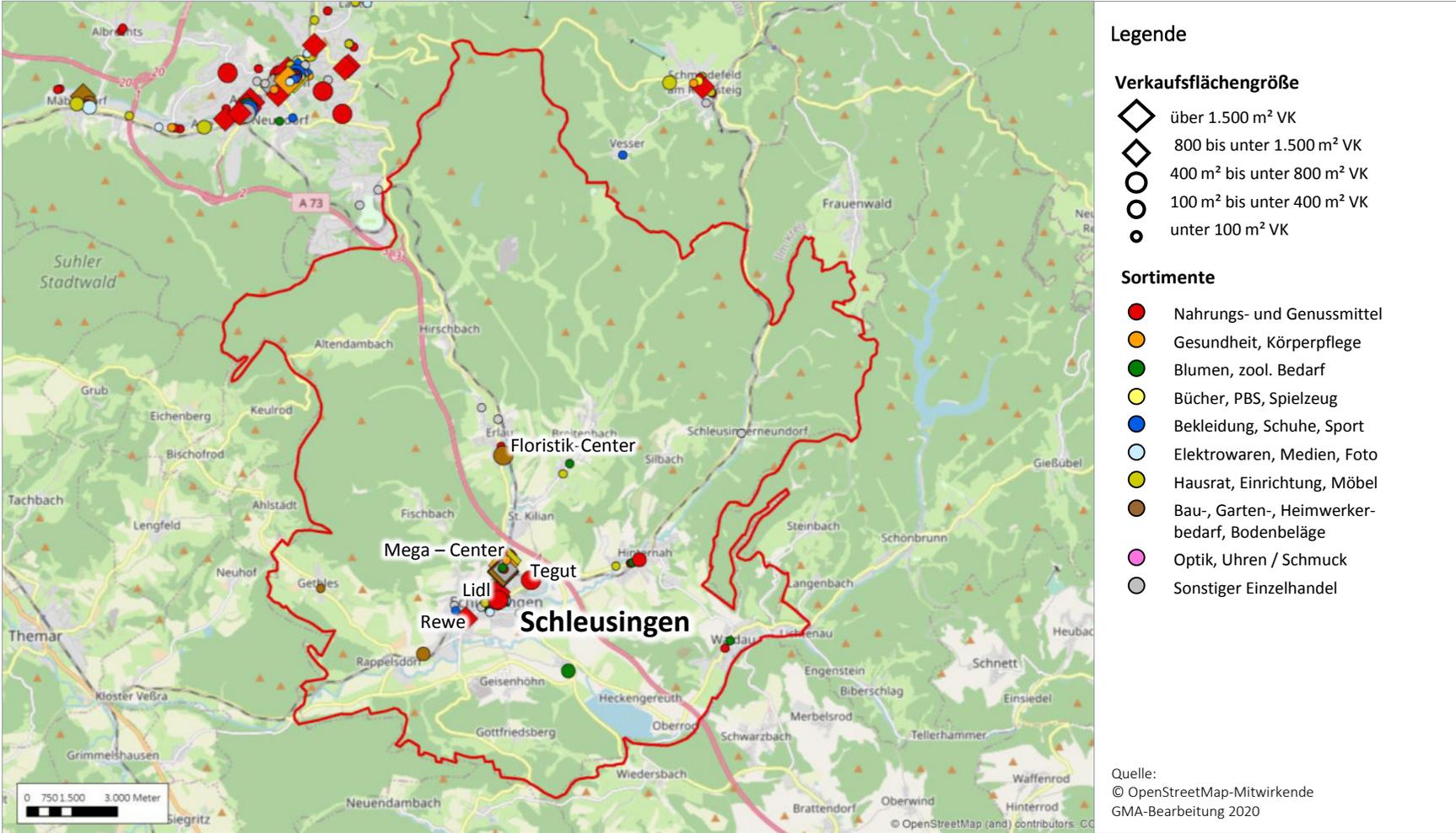
Sowohl hinsichtlich der Verkaufsfläche als auch der realisierten Umsatzleistung ist der **Standort „Mega-Center“** mit insgesamt 21 Betrieben (ca. 24 %) bzw. ca. 27.665 m² VK (ca. 78 %), u. a. mit den Magnetbetrieben EDEKA, Aldi, Futterhaus, Müller Drogerie, AWG, mega Möbel, OBI und REPO der bedeutendste Einzelhandelsstandort der Stadt Schleusingen.

Im weiteren Stadtgebiet von Schleusingen sind zudem mehrere teilweise **solitär gelegene Lebensmittelmärkte** (Supermärkte, Lebensmitteldiscounter) vorhanden, die zum Teil durch weitere Betriebe ergänzt werden. Zahlreiche kleinteilige Anbieter ergänzen die Angebotsstrukturen in der Stadt. In den räumlich abgesetzten Ortsteilen von Schleusingen (u. a. Nahetal-Waldau und St. Kilian) sind lediglich vereinzelt kleinteilige Anbieter bzw. rudimentäre Nahversorgungsstrukturen vorhanden.

Die **Betriebsgrößenstruktur** im Stadtgebiet von Schleusingen weist einen Mix aus kleineren und größeren Betrieben auf. Die rechnerische Durchschnittsgröße (Mittelwert) der Betriebe liegt bei rd. 400 m² Verkaufsfläche. Dieser Wert liegt deutlich oberhalb des Bundesdurchschnitts von ca. 250 m² und stellt im Vergleich mit anderen Städten dieser Größenordnung eine Besonderheit dar. Die hohe Verkaufsflächengröße ist besonders auf die großflächigen, im nördlichen Stadtgebiet angesiedelten Betriebe (Mega-Center) zurückzuführen.

In einer Detailbetrachtung der Betriebsgrößenstruktur verfügen ca. 51 % der Geschäfte über Verkaufsflächen von weniger als 50 m². Diese Betriebe stellen allerdings nur einen kleinen Verkaufsflächenanteil von etwa 3 %. Demgegenüber weisen 11 % der Betriebe Verkaufsflächen von mindestens 800 m² auf. Deren Verkaufsflächenanteil liegt bei ca. 78 % des Gesamtbestandes. Darüber hinaus weisen ca. 23 % der Betriebe Verkaufsflächen zwischen 50 und 199 m², sowie 15 % der Geschäfte Verkaufsflächen zwischen 200 und 799 m² auf.

Karte 5: Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Schleusingen



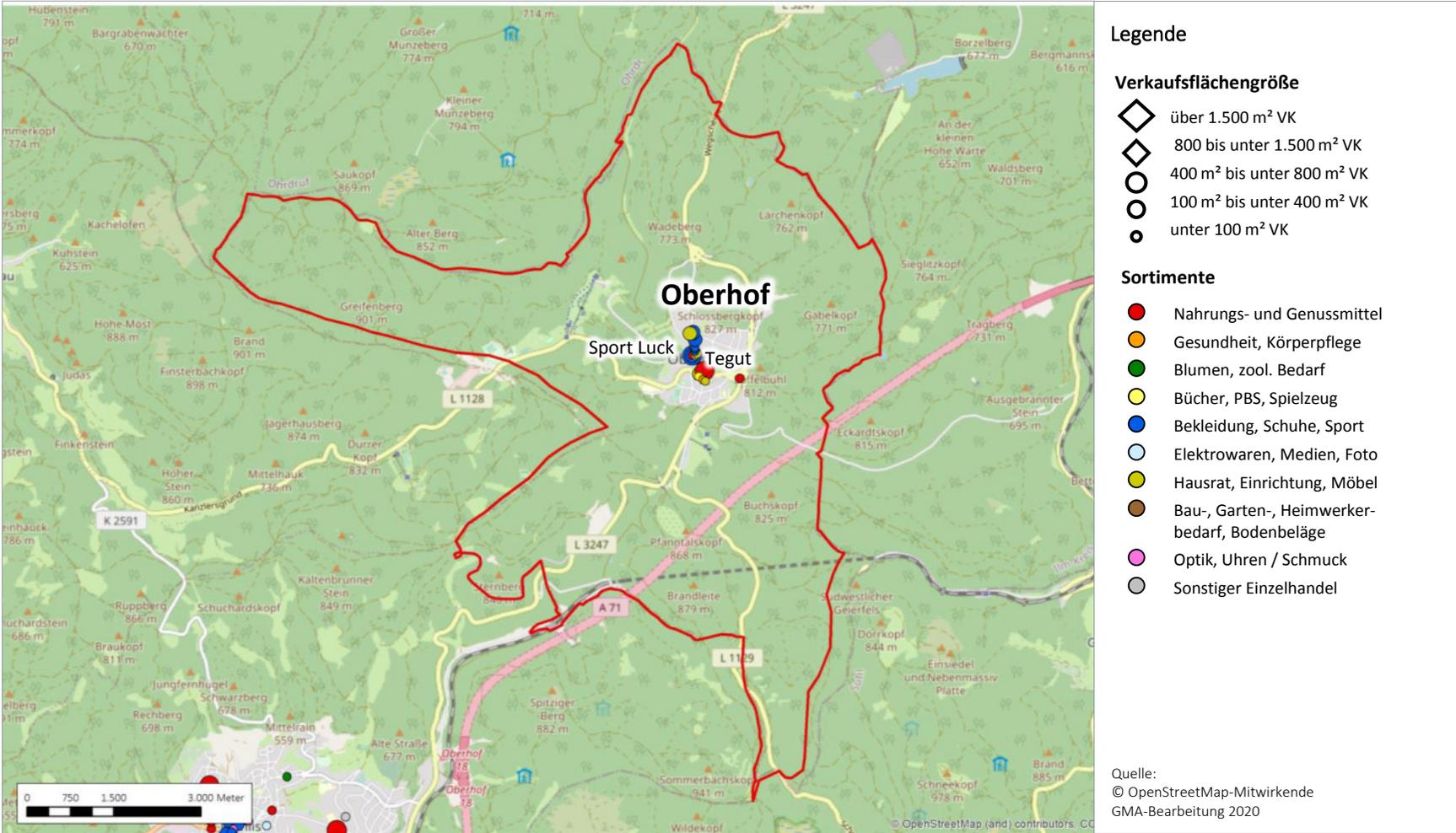
1.5 Einzelhandelsstruktur in der Stadt Oberhof

Die **Einzelhandelsstruktur in Oberhof** wird im Wesentlichen durch die Innenstadt geprägt (vgl. Karte 6). Hier sind insgesamt 28 Betriebe (ca. 97 %) mit einer Verkaufsfläche von rd. 3.255 m² VK (ca. 89 %) verortet. Somit nimmt die **Innenstadt** quantitativ die bedeutendste Stellung ein bzw. stellt den Versorgungsmittelpunkt dar. Das Einzelhandelsangebot in der Innenstadt umfasst alle Bedarfsbereiche, wobei der Schwerpunkt im kurz- bis mittelfristigen Bedarf zu finden ist. Branchenspezifisch liegt der Verkaufsflächenschwerpunkt im Bereich Lebensmittel (u. a. Tegut), Bekleidung / Schuhe / Sport (u. a. Sport Luck) und Hausrat / Einrichtung / Möbel (u. a. Glasstube Oberhof) bzw. im mittel- und langfristigen Bedarf, was v.a. auch auf die Funktion des Ortes als Tourismus- und Sportstadt zurückzuführen ist. Mit dem Anbieter Tegut ist im Lebensmittelbereich ein kleiner Supermarkt vorhanden, der die Nahversorgung sichert. In den anderen Branchen sind darüber hinaus überwiegend kleinere und vereinzelt mittelgroße Fachgeschäfte ansässig. Weitere für Innenstädte attraktivitätsbestimmende Warengruppen (u. a. Elektrowaren, Optik / Uhren, Schmuck) werden lediglich mit geringen Verkaufsflächengrößen oder nur als Randsortiment anderer Geschäfte abgebildet. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße in der **Innenstadt** liegt bei ca. 116 m² und wird durch kleinteiligen Einzelhandel geprägt.

Die **Betriebsgrößenstruktur** im Stadtgebiet von Oberhof weist einen Mix aus kleineren und teilweise mittelgroßen Betrieben auf. Die rechnerische Durchschnittsgröße (Mittelwert) der Betriebe in Oberhof liegt bei rd. 112 m² Verkaufsfläche. Dieser Wert liegt unterhalb des Bundesdurchschnitts von ca. 250 m² und ist auf die kleinteiligen Geschäftsstrukturen zurückzuführen.

In einer Detailbetrachtung der Betriebsgrößenstruktur verfügen ca. 55 % der Geschäfte über Verkaufsflächen von weniger als 50 m². Diese Betriebe stellen einen Verkaufsflächenanteil von etwa 13 % dar. Darüber hinaus weisen ca. 31 % der Betriebe Verkaufsflächen zwischen 50 und 199 m², sowie 14 % der Geschäfte Verkaufsflächen zwischen 200 und 799 m² auf. Großflächige Betriebe mit mindestens 800 m² Verkaufsfläche sind nicht vorhanden.

Karte 6: Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Oberhof



2. Nachfragesituation

2.1 Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Oberzentrum Südthüringen

Die **Abgrenzung des Marktgebietes bzw. Einzugsgebietes für den Einzelhandelsstandort Oberzentrum Südthüringen** stellt eine wesentliche Grundlage zur Ermittlung des Bevölkerungspotenzials und der damit zur Verfügung stehenden Kaufkraft dar. Als Marktgebiet wird der Raum bezeichnet, in dem sich die Verbraucher zum Einkauf überwiegend auf einen Einzelhandelsstandort orientieren. Einer abnehmenden Kaufkraftbindung und einer Relativierung der Einwohnerzahlen wird einerseits durch eine **Zonierung** des Einzugsgebietes und andererseits durch entsprechende Marktanteile in der Umsatzberechnung Rechnung getragen.

Bei der Abgrenzung des Marktgebietes für das perspektivische Oberzentrum Südthüringen wurden **folgende Kriterien** herangezogen:

- /// Angebotssituation in den vier Städten
- /// Angebots- bzw. Wettbewerbssituation im Umland
- /// siedlungs- und zentralörtliche Strukturen im perspektivischen Oberzentrum und im Umland
- /// Beziehungen zu anderen Wettbewerbsstandorten
- /// verkehrliche und topografische Gegebenheiten im perspektivischen Oberzentrum und im Umland und damit in Verbindung stehende Zeit-Distanz-Werte.

Vor dem Hintergrund der Angebotssituation in den vier Städten des Oberzentrums, der regionalen Wettbewerbssituation und den geographischen Gegebenheiten ist davon auszugehen, dass sich die Versorgungsbedeutung im Kern (Zone I) auf die Stadtgebiete der perspektivischen Partnerstädte selbst erstreckt. Die Zonen II und III umfassen darüber hinaus das **nördliche, östliche, südliche und westliche Umland**.

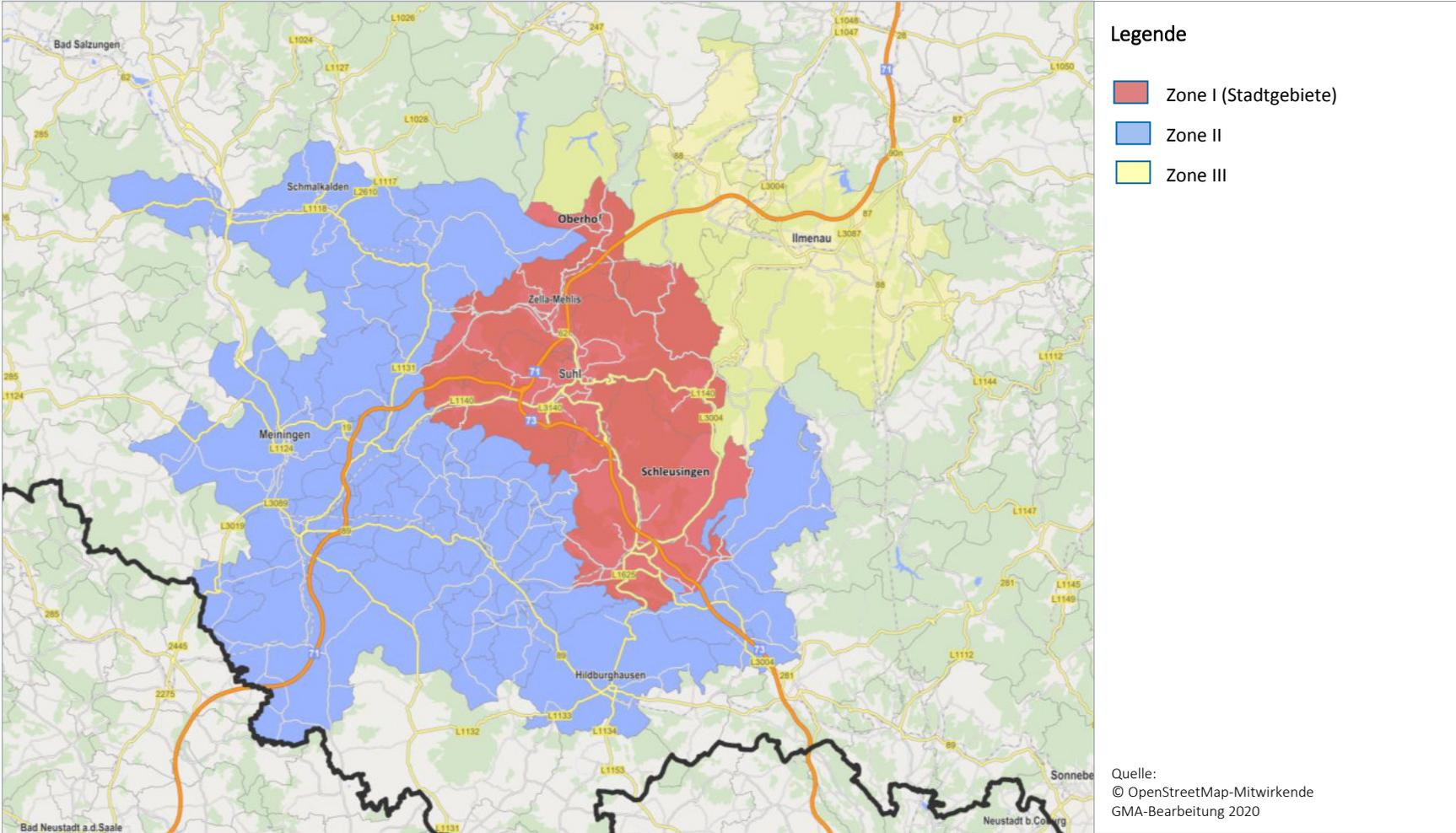
Vor diesem Hintergrund lässt sich für den Einzelhandel im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen folgendes Marktgebiet abgrenzen (vgl. Karte 7)²⁶:

///	Zone I	Oberzentrum Südthüringen (Suhl, Zella-Mehlis, Oberhof, Scheusingen)	ca. 61.520 Einwohner
///	Zone II	Teile der Landkreise Schmalkalden-Meiningen und Hildburghausen	ca. 131.280 Einwohner
///	Zone III	Teile der Landkreise Gotha und Ilm-Kreis	ca. 57.295 Einwohner
///	Marktgebiet insgesamt		ca. 250.095 Einwohner.

Die Ausdehnung des Marktgebietes erschöpft sich mit zunehmender Distanz zu den Städten des perspektivischen Städteverbundes. Es wird stark durch die Einzugsgebiete der umliegenden Städte Erfurt, Gotha im Norden sowie Coburg und Bad Neustadt a. d. Saale (Bayern) im Süden begrenzt. Die genannten Städte sind bedeutende regionale Einzelhandelsmagneten und als direkte Wettbewerbsstandorte im Hinblick auf die Einzugsgebietsabgrenzung für das perspektivische Oberzentrum zu werten. Innerhalb des abgegrenzten Einzugsgebietes sowie in Richtung Nordosten (u. a. Ilmenau), Süden (u. a. Hildburghausen), Westen (u. a. Meiningen) sind mehrere Städte (u. a. Mittelzentren) gelegen, die ihrerseits Marktgebiete erschließen und die Kaufkraftabschöpfung des betrachteten Einzelhandels v. a. im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich begrenzen.

²⁶ Quelle Einwohnerzahlen: Landesamt für Statistik Thüringen, Stand jeweils 30.06.2020.

Karte 7: Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Oberzentrum Südthüringen



2.2 Kaufkraftpotenzial für den Einzelhandel im perspektivischen OZ Südthüringen

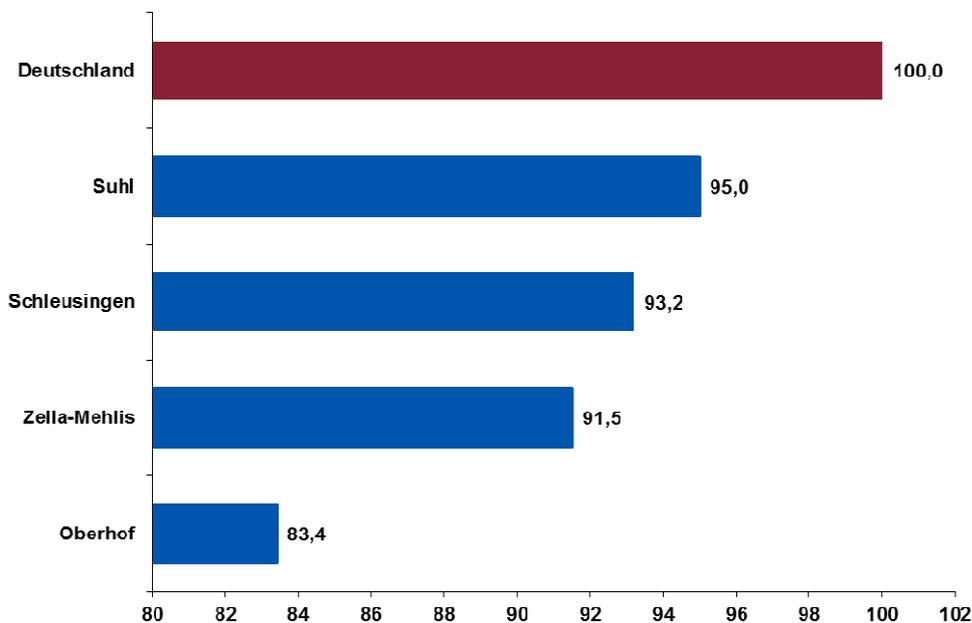
Nach Berechnungen des Statistischen Bundesamtes sowie eigenen Berechnungen der GMA liegt die **einzelhandelsrelevante Kaufkraft** (inkl. Apotheken und Ladenhandwerk) pro Kopf der Wohnbevölkerung in Deutschland **derzeit bei ca. € 6.210**.

Davon entfallen auf

- /// Nahrungs- und Genussmittel ca. € 2.285 p. a.
- /// Nichtlebensmittel ca. € 3.925 p. a.

Neben den Pro-Kopf-Ausgabewerten ist zur Berechnung der Kaufkraft der lokale Kaufkraftkoeffizient zu berücksichtigen. Für die Städte des Oberzentrums Südthüringen liegt dieser zwischen 83,4 und 95,0 und somit unter dem bundesdeutschen Durchschnitt.²⁷ Auch die Städte und Gemeinden in Zone II und III des Einzugsgebietes weisen unterdurchschnittliche Kaufkraftkoeffizienten auf.

Abbildung 8: Vergleich Kaufkraftkennziffern, D = 100



GMA-Darstellung 2020

Bei Zugrundelegung der aktuellen Einwohnerwerte und des Kaufkraftniveaus errechnet sich für das Oberzentrum Südthüringen ein jährliches einzelhandelsrelevantes Kaufkraftvolumen von rd. 357,8 Mio. € (Stadtgebiete bzw. Zone I), im **gesamten Marktgebiet** von

ca. 1.378,8 Mio. €.

Nach Branchen und Bedarfsbereichen differenziert verteilt sich das Kaufkraftvolumen im zugewiesenen Marktgebiet wie in nachfolgender Tabelle dargestellt:

²⁷ Verwendung regionaler Kaufkraftkennziffern von MB Research 2020: Werte über 100,0 deuten auf einen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt höheres Kaufkraftniveau, Werte unter 100,0 auf ein unter dem Bundesdurchschnitt liegendes Niveau hin.

Tabelle 7: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels

Bedarfsbereich	Branchen	Zone I	Zone II	Zone III	Marktgebiet insgesamt
		in Mio. €			
kurzfristig	Nahrungs- und Genussmittel	131,7	263,1	112,6	507,4
	Gesundheit, Körperpflege	26,8	53,7	23,0	103,5
	Blumen, zool. Bedarf	11,6	23,1	9,9	44,6
	Bücher, Schreib- / Spielwaren	14,5	29,0	12,4	55,9
mittelfristig	Bekleidung, Schuhe, Sport	42,5	84,9	36,3	163,7
	Elektrowaren, Medien, Foto	32,9	65,7	28,1	126,7
langfristig	Hausrat, Einrichtung, Möbel	36,1	72,2	30,9	139,2
	Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	30,7	61,4	26,3	118,4
	Optik / Uhren, Schmuck	9,3	18,5	7,9	35,7
	Sonstige Sortimente*	21,7	43,4	18,6	83,7
	Nichtlebensmittel insgesamt	226,1	451,9	193,4	871,4
	Einzelhandel insgesamt	357,8	715,0	306,0	1.378,8

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwaren)

GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet, ggf. Rundungsdifferenzen)

2.3 Kaufkraftbewegungen

Die Kaufkraftbewegungen können aufgrund der Verflechtung und räumlichen Nähe nicht jede einzelne Stadt separat dargestellt werden. Insbesondere im langfristigen Bedarfsbereich wird es starke Überschneidungen zwischen den Einzugsgebieten der einzelnen Einzelhandelsagglomerationen geben. Im Bereich des kurzfristigen Bedarfs / Nahversorgung kann von einer vorwiegend ortsbezogenen Kaufkraftbindung ausgegangen werden. Für die Stadt Suhl wird aufgrund der größeren Anzahl an Einzelstandorten und Wohngebietslagen eine gesonderte Potenzialanalyse und Nahversorgungsstruktur vorgenommen. Die Bewertung der Kaufkraftbindung von Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs zielt im Wesentlichen auf eine Erörterung der Magnetwirkungen der jeweiligen Stadt- bzw. Ortszentren ab.

Die per Saldo aus Kaufkraftzu- und Kaufkraftabfluss ermittelte Kaufkraftbindung stellt das Verhältnis von am Standort getätigten Umsatz zur vorhandenen Kaufkraft dar. Liegt der getätigte Umsatz weit über der vorhandenen Kaufkraft, lässt dies Rückschlüsse auf eine hohe Attraktivität bzw. Verkaufsflächenbesatz im Oberzentrum zu. Bei Werten unter 100 sind Defizite erkennbar. Aus branchenbezogenen Analyse lassen sich so Schlussfolgerungen für die Einzelhandelsstruktur und deren Entwicklungsziele ableiten.

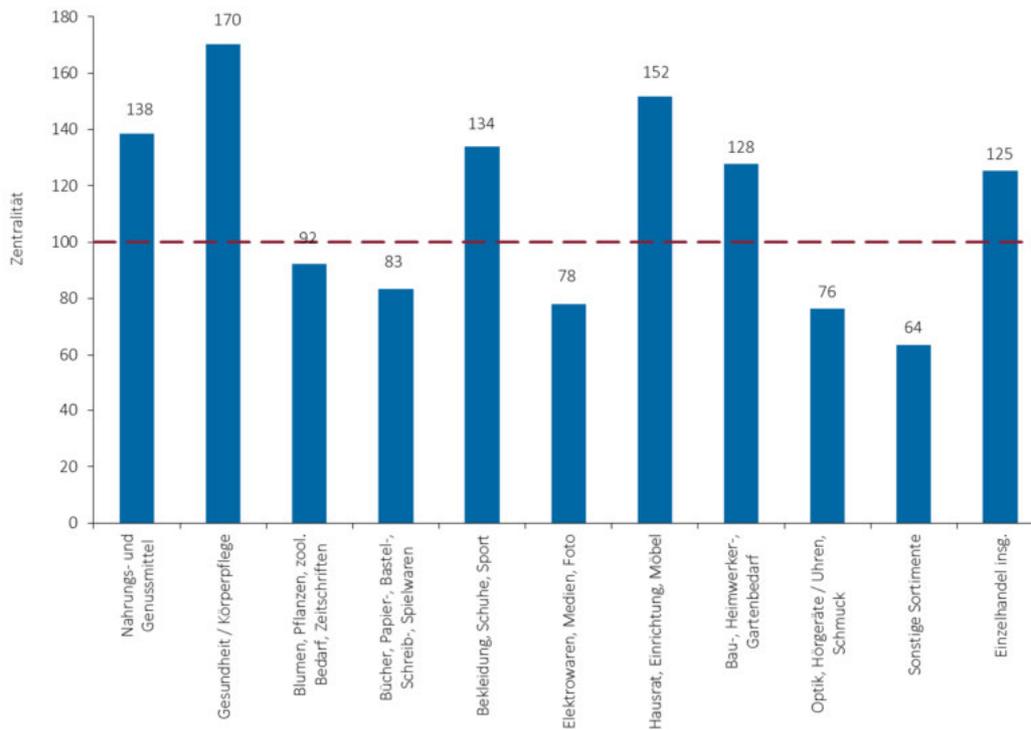
Mit einem jährlichen Umsatz i. H. v. rd. 448,4 Mio. € und einer Kaufkraft der Wohnbevölkerung von rd. 357,8 Mio. € wird ersichtlich, dass deutlich mehr Umsatz generiert wird, als Kaufkraft durch die Wohnbevölkerung vorhanden ist. Demnach fließt aus dem Umland per Saldo weitere Kaufkraft zu (+ 90,6 Mio. €).

3. Zentralitätskennziffer

Die Betrachtung der Einzelhandelszentralität²⁸ zeigt, dass im Vergleich zum örtlichen Kaufkraftvolumen insgesamt höhere Umsätze in den vier Städten Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof getätigt werden. Die **Einzelhandelszentralität** von **insgesamt 126** deutet per Saldo auf Kaufkraftzuflüsse hin (vgl. Abbildung 10). Im Vergleich zu anderen Thüringer Oberzentren ist dieser Wert als sehr gut einzustufen.

²⁸ Die Einzelhandelszentralität stellt den in Südthüringen getätigten Einzelhandelsumsatz der in Südthüringen der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft gegenüber. Werte über 100 weisen dabei – per Saldo – auf einen Ausstrahlungsüberschuss hin, Werte unter 100 entsprechend auf einen Kaufkraftabfluss.

Abbildung 9: Einzelhandelszentralität nach Branchen



100 = ausgeglichene Umsatz-Kaufkraft-Relation
GMA-Berechnungen 2020 (ca.-Werte, gerundet)

In einigen Branchen werden überdurchschnittliche Werte erreicht, wohingegen in anderen Branchen nur unterdurchschnittliche Werte erreicht werden.

Besonders im Nahrungs- und Genussmittelsegment (138) und bei Drogeriewaren (170) erfüllt das Oberzentrum Südthüringen auch Grund- bzw. Nahversorgungsfunktion für das benachbarte Umland ohne adäquate Angebote im kurzfristigen Bedarfsbereich. Hier ist u. a. das SB-Warenhaus ausschlaggebend.

Die höheren Zentralitätswerte in den Warengruppen Bekleidung / Schuhe / Sport (134), Hausrat / Einrichtung / Möbel (152) sowie Bau-, Heimwerker, Gartenbedarf (128) sind auf die Magnetbetriebe dieser Branchen zurückzuführen. Dagegen sind in den für Innerstädte und hier gerade für Orte mit einer hohen zentralörtlichen Einstufung, prägenden und üblicherweise stark ausgebauten Branchen Bücher / PBS / Spielwaren (92), Elektrowaren (78) aber auch Uhren / Optik, Schmuck (76) nur unterdurchschnittliche Werte zu konstatieren. Dies ist allerdings auch auf den zunehmenden Onlinehandel in diesen Branchen zurückzuführen.

Es gelingt demnach teilweise nicht eine angemessene Attraktivität als Handelsplatz zu erreichen. Dies ist u. a. auf Angebotsdefizite in einigen Branchen (vgl. Kapitel III. 2.) und die regionale und überregionale Wettbewerbssituation (vgl. Kapitel I. 7.) zurückzuführen.

III. Entwicklungspotenziale des Einzelhandelsstandortes perspektivisches Oberzentrum Südthüringen

1. Bevölkerungs- und Kaufkraftprognose

Für den Zeitraum zwischen 2009 und 2019 ist für Suhl ein leichter Bevölkerungsrückgang zu konstatieren²⁹. Dagegen weisen die Städte Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof Bevölkerungszuwächse von bis zu 50 % auf, die i. W. auf Eingemeindungen in den letzten Jahren zurückzuführen sind.

Gemäß der 2. regionalisierten Bevölkerungsvorausberechnung des Thüringer Landesamtes wird sich die Einwohnerzahl in den Städten des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen bis zum Jahr 2030 **weiter verringern**.³⁰ Für **die Städte und Gemeinden im Marktgebiet** des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen, das sich auf Teile der Landkreise Schmalkalden-Meiningen, Hildburghausen, Gotha und den Ilm-Kreis erstreckt, wird entsprechend der Prognose bis 2030 ebenfalls ein Rückgang zwischen -5,3 % (Landkreis Gotha) und -9,6 % (Landkreis Hildburghausen) gegenüber 2018 vorausgesagt (GMA-Berechnung).

Die **Entwicklung der Kaufkraft pro Kopf** im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen bis zum Jahr 2030 ist vor allem in Abhängigkeit von der zukünftigen Entwicklung des Verbraucher- und Ausgabeverhaltens, vom Konjunkturverlauf sowie von den speziellen sozioökonomischen Gegebenheiten im Untersuchungsraum zu prognostizieren. Hier besteht in der Forschung eine gewisse Unsicherheit, sodass Vorausberechnungen für einzelne Branchen nur Trends aufzeigen können. Nicht zuletzt die Entwicklung des Onlinehandels wird in einzelnen Branchen zu strukturellen Veränderungen führen, die sich insbesondere auf die Kaufkraft für und die Ausgaben im stationären Einzelhandel auswirken. Trotz auch weiterhin zu erwartender generell steigender Pro-Kopf-Kaufkraftwerte ist kaum davon auszugehen, dass diese Zuwachsraten die rückläufige Entwicklung der Bevölkerung im Marktgebiet der perspektivischen Oberzentrums kompensieren können. Somit wird die Kaufkraft für den lokalen Einzelhandel in Südthüringen zukünftig eher sinken, wobei die einzelnen Branchen davon unterschiedlich betroffen sein werden. Daher sind besondere Anstrengungen vonnöten, um die Kaufkraftbindung im zugeordneten Versorgungsbereich zu halten bzw. zu erhöhen.

2. Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Durch die Analyse des Einzelhandelsbestandes in den vier Städten des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen konnte aufgezeigt werden, dass teilweise noch Entwicklungspotenziale für eine gezielte Weiterentwicklung der vorhandenen Branchenstruktur vorhanden sind.

Hinsichtlich der branchenbezogenen Einzelhandelsausstattung sowie möglicher Entwicklungspotenziale sind unter Berücksichtigung der Einwohner- und Kaufkraftprognose für das perspektivische Oberzentrum Südthüringen die mit nachfolgender Tabelle 8 dargestellten Bewertungen zu treffen und der entsprechende Handlungsbedarf abzuleiten.

²⁹ Quelle: Regionaldatenbank Deutschland und Auskünfte der Kommunen (2019).

³⁰ Voraussichtliche Bevölkerungsentwicklung 2018 bis 2040 nach Kreisen und kreisfreien Städten.

Tabelle 8: Branchenbezogene Entwicklungspotenziale

Sortiment	Aktuelle Ausstattung	Handlungsbedarf
Nahrungs- und Genussmittel	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: überwiegend ausgewogene Verteilung der Lebensmittelmärkte, nahezu flächendeckende fußläufige Erreichbarkeit in der Kernstadt, in den abgetrennten Ortsteilen nur teilweise Versorgungsstrukturen, weitestgehend ausgeglichener Betriebstypenmix, alle Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels mit weitestgehend zeitgemäßen Verkaufsflächen vorhanden, zahlreiche kleine Fachgeschäfte ergänzen die Nahversorgungsstrukturen /// Zella-Mehlis: weitestgehend ausgewogene Verteilung der Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet, eigener Lebensmittelmarkt im abgetrennt gelegenen Ortsteil Benshausen, weitestgehend ausgewogene Betriebstypenstruktur aus Supermärkten und Lebensmitteldiscountern vorhanden, überwiegend zeitgemäße Verkaufsflächengrößen der ansässigen Betriebe, kleine Fachgeschäfte ergänzen das Angebot /// Schleusingen: ansässige Lebensmittelmärkte konzentrieren sich auf die Kernstadt von Schleusingen, OT weitestgehend ohne Nahversorgungsstrukturen, verschiedene Typen des Lebensmitteleinzelhandels vorhanden, Ergänzung durch kleinteiligen Einzelhandel /// Oberhof: ein Lebensmittelmarkt in der Innenstadt verortet, dessen Angebot wird vereinzelt durch kleinteilige Betriebe des Lebensmitteleinzelhandels ergänzt 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung und Erhalt der wohnortnahen Versorgung /// Modernisierung von Lebensmittelmärkten mit Nachholbedarf prüfen /// Sicherung der flächendeckenden Grundversorgung, v. a. in derzeit unterversorgten Bereichen, Prüfung auch neuer Modelle der Nahversorgung, Sicherung und Stärkung der Nahversorgung in den Ortsteilen
Gesundheit, Körperpflege	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: insgesamt unterdurchschnittliche Ausstattung in Suhl, lediglich zwei Drogeriemärkte im Stadtgebiet vorhanden (Innenstadt und Aue), ergänzend verfügt das Kaufland SB-Warenhaus über eine umfangreiche Drogeriewarenabteilung, Versorgung auch durch die ausschnittswisen Randsortimente der anderen Lebensmittelmärkte bei Drogeriewaren, ergänzend mehrere Apotheken und Sanitätshäuser vorhanden /// Zella-Mehlis: insgesamt durchschnittliche Ausstattung mit zwei Drogeriemärkten, beide Märkte in Einkaufszentren verortet (EKZ Talstraße und A 71-Center), ergänzend führen die ansässigen Lebensmittelmärkte Drogeriewaren ausschnittsweise als Randsortiment, mehre Apotheken und Spezialgeschäfte im Stadtgebiet vorhanden /// Schleusingen: durchschnittliche Ausstattung, ein Drogeriemarkt im EKZ Mega-Center verortet, in der Innenstadt lediglich Apotheken und Fachgeschäfte für Orthopädie ansässig, Drogeriewaren werden ergänzend auch als Randsortiment in den ansässigen Lebensmittelmärkten angeboten /// Oberhof: derzeit kein Drogeriemarkt ansässig, Drogeriewaren werden in Oberhof lediglich als Randsortiment im ansässigen Lebensmittelmarkt geführt, ergänzend ist eine Apotheke in der Innenstadt ansässig 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung des Bestandes und der wohnortnahen Versorgung insgesamt /// Einzelfallprüfung bei Ansiedlungsbegehren zur Verbesserung der Nahversorgung (u. a. im Osten von Suhl) /// Ansiedlung einer kleineren Drogerie in der Innenstadt von Schleusingen und Oberhof erstrebenswert

<p>Blumen, zoologischer Bedarf / Zeitschriften</p>	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen einige Fachgeschäfte vorhanden, Angebot im zoologischen Bedarf konzentriert sich auf zwei Fachmärkte, die außerhalb der Innenstadt verortet sind (Aue und FMZ Am Königswasser) sowie auf die Randsortimente der Lebensmittelmärkte, Zeitschriften als Randsortiment bei den ansässigen Lebensmittelmärkten und als Fachgeschäfte hauptsächlich in den zentralen Versorgungsbereichen /// Zella-Mehlis: mehrere Fachgeschäfte im Bereich Schnittblumen und Zimmerpflanzen im Stadtgebiet vorhanden, Angebot im zoologischen Bereich stark unterdurchschnittlich und lediglich durch ein kleines Fachgeschäft und die Randsortimente der Lebensmittelmärkte abgebildet, Zeitschriften lediglich als Randsortiment der Lebensmittelmärkte /// Schleusingen: bei Schnittblumen und Pflanzen vergleichsweise viele Fachgeschäfte vorhanden (u. a. in der Innenstadt), Produkte des zoologischen Bedarfs durch zwei Spezialgeschäfte und die Randsortimente der Lebensmittelmärkte abgebildet, Zeitschriften als Randsortiment in den Lebensmittelmärkten /// Oberhof: zwei Geschäfte im Bereich Schnittblumen / Zimmerpflanzen in der Innenstadt von Oberhof ansässig /// insgesamt unterdurchschnittliche Zentralität 	<ul style="list-style-type: none"> /// kein akuter Handlungsbedarf /// Konzentration auf Bestandssicherung / -optimierung
<p>Bücher, Schreib- und Spielwaren</p>	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: bei Büchern derzeit drei Anbieter in der Innenstadt von Suhl ansässig, im Bereich Schreib- und Papierwaren zwei Fachmärkte vorhanden (1x in den Innenstadt) und vereinzelt Fachgeschäfte im Stadtgebiet, bei Spielwaren lediglich ein Fachgeschäft für Modellbau in der Innenstadt, neben Randsortimenten in Müller-Drogerie, im Askania-Center sowie in Verbraucher- und Supermärkten und Discountern (Letzteres für alle Städte zutreffend) /// Zella-Mehlis: im Bereich Bücher derzeit ein Fachgeschäft im Ortskern Mehliis verortet, bei Schreib- und Papierwaren ebenfalls lediglich ein Anbieter in Zella-Mehlis vorhanden, bei Spielwaren zwei Fachgeschäfte ansässig (1x Ortskern Zella) /// Schleusingen: im Bereich Bücher und Papier-/ Schreibwaren mit jeweils einem Anbieter nur eine unterdurchschnittliche Ausstattung vorhanden, bei Spielwaren derzeit kein Anbieter im Stadtgebiet /// Oberhof: derzeit ein Anbieter bei Büchern vorhanden, bei den anderen Sortimenten aktuell kein Betrieb im Stadtgebiet ansässig /// insgesamt unterdurchschnittliche Zentralität, u. a. durch Onlinehandel* 	<ul style="list-style-type: none"> /// Konzentration auf Bestandssicherung und -optimierung v. a. der Anbieter in den zentralen Versorgungsbereichen /// Ansiedlung weiterer Bücher- und Spielwarengeschäfte in der Innenstadt von Suhl wie auch den anderen Städten wünschenswert
<p>Bekleidung, Schuhe, Sport</p>	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: zahlreiche Betriebe im Bereich Bekleidung vorhanden, Konzentration der Verkaufsflächen auf die Innenstadt von Suhl bzw. die beiden EKZ, sowohl Fachmärkte als auch Fachgeschäfte ansässig, 	<ul style="list-style-type: none"> /// Bestandssicherung und -optimierung

	<p>im Bereich Schuhe mehrere Filialisten ansässig (u. a. Deichmann, Mayers Markenschuhe), ergänzend auch Fachgeschäfte, Schwerpunkt bildet die Innenstadt, bei Lederwaren ein Anbieter in der Innenstadt ansässig, im Bereich Sportwaren insgesamt drei Betriebe in der Innenstadt verortet (u. a. Sport 2000)</p> <ul style="list-style-type: none"> /// Zella-Mehlis: mehrere Fachmärkte vorrangig aus dem günstigeren Preissegment im Bereich Bekleidung vorhanden, ergänzend auch einige Fachgeschäfte, Verkaufsflächenschwerpunkte im A 71-Center und dem EKT Talstraße, bei Schuhen zwei Fachmärkte und vereinzelt Fachgeschäfte verortet, Verkaufsflächenkonzentration auf das A 71-Center und das EKZ Talstraße, in den Bereichen Lederwaren und Sportwaren jeweils ein Anbieter im Stadtgebiet vorhanden (u. a. Fachmarkt für Outdoorsport) /// Schleusingen: Bei Bekleidung derzeit sechs Betriebe ansässig, davon vier Fachmärkte, Verkaufsflächenschwerpunkt im Mega-Center in Schleusingen, im Bereich Schuhe zwei Anbieter vorhanden, bei Leder- und Sportwaren aktuell kein Anbieter im Stadtgebiet /// Oberhof: derzeit zwei Anbieter im Bekleidungssegment (2x Innenstadt) sowie fünf Betriebe im Sportbereich etabliert, bei Schuhe und Lederwaren aktuell kein Anbieter 	<ul style="list-style-type: none"> /// Stärkung des Angebotes in den Innenstädten durch Ansiedlung neuer und Ausbau bestehender Anbieter, sowohl größerer Magnetbetriebe als auch kleiner Fachgeschäfte, Verfügbarkeit auch großer Ladenflächen prüfen /// Nach Möglichkeiten zur Verbesserung der Wegeführung in und zwischen den EKZ sowie in Verbindung mit der Fußgängerzone in Suhl suchen, z. B. durch transparente, markante Orientierungen (Übersichtstafel, Piktogramme, Farben), Übergänge zwischen den EKZ als lange Laufwege auflockern, bauliche Anpassungen prüfen /// kein weiterer Ausbau von Betrieben der Branchen Bekleidung, Schuhe, Sport in dezentralen Standortlagen
<p>Elektrowaren, Medien, Foto</p>	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: derzeit kein größerer Fachmarkt im Bereich Elektrowaren ansässig, Angebot i. W. durch Spezialanbieter aus dem Mobilfunkbereich, bei Unterhaltungselektronik derzeit lediglich vereinzelt Fachgeschäfte vorhanden /// Zella-Mehlis: ein großer Fachmarkt für Unterhaltungselektronik (Media Markt) im A 71-Center etabliert, ergänzend mehrere Spezial- und Mobilfunkanbieter im weiteren Stadtgebiet vorhanden /// Schleusingen: derzeit drei Spezialgeschäfte bei Elektrowaren ansässig /// Oberhof: ein Spezialanbieter in der Oberhofer Innenstadt vorhanden. /// insgesamt unterdurchschnittliche Zentralität, u. a. durch Onlinehandel* 	<ul style="list-style-type: none"> /// Sicherung des Bestandes, Stärkung und Ausweitung des Angebotes mit Vorrang auf den Innenstädten /// Ansiedlung eines Elektrofachmarktes in der Suhler Innenstadt empfehlenswert
<p>Hausrat, Einrichtung, Möbel</p>	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: ein großer und leistungsfähiger Anbieter im südlichen Stadtgebiet vorhanden, ergänzend mehrere mittelgroße Spezialbetriebe (u. a. Polstermöbel, Matratzen, Küchen), bei Hausrat / Einrichtung und Heimtextilien ein Fachmarkt und zahlreiche Fachgeschäfte mit differenzierten Sortimenten, überwiegenden Zahl der Geschäfte VK < 200 m² /// Zella-Mehlis: zwei größere Möbelmärkte im südlichen Stadtgebiet vorhanden (Roller und SB-Möbel Boss), ergänzend kleinere Spezialgeschäfte aus dem Bereich Hausrat / Einrichtung und Heimtextilien, VK der Geschäfte überwiegend < 100 m² 	<ul style="list-style-type: none"> /// kein akuter Handlungsbedarf

	<ul style="list-style-type: none"> /// Schleusingen: ein großer Möbelmarkt im Mega-Center verortet (mega Möbel), bei Hausrat / Einrichtung und Heimtextilien ein Fachmarkt und mehrere kleinteilige Anbieter mit spezialisiertem Sortiment /// Oberhof: mehrere kleinteilige Betriebe aus dem Bereich Hausrat / Einrichtung mit differenzierten Sortimenten 	
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: ein großer Baumarkt mit Vollsortiment vorhanden (Globus), ergänzend vier spezialisierte Fachmärkte (Holzfachmarkt, Baustoffe, Haustechnik, TTM), ergänzend kleinere Nischenanbieter /// Zella-Mehlis: ein größerer Baumarkt mit allerdings eingeschränktem Sortiment vorhanden (Sonderpreisbaumarkt), mehrere große und mittelgroße spezialisierte Fachmärkte (u. a. Baustoffe, Gärtnerei, Fliesen), vereinzelt kleinteilige Nischenanbieter /// Schleusingen: ein Baumarkt im Vollsortiment ansässig (Obi), ergänzend zwei spezialisierte Fachmärkte und mehrere Nischenanbieter, auch aus dem Bereich Hausrat / Einrichtung /// Oberhof: kein Anbieter vorhanden 	/// kein akuter Handlungsbedarf
Optik, Uhren / Schmuck	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: zahlreiche Fachgeschäfte mit Schwerpunkt in der Innenstadt vorhanden /// Zella-Mehlis: mehrere Fachgeschäfte mit Schwerpunkt in den Ortskernen ansässig /// Schleusingen: insgesamt drei Anbieter mit Schwerpunkt in der Innenstadt in Schleusingen vorhanden /// Oberhof: kein Anbieter etabliert 	/// kein akuter Handlungsbedarf
sonstige Sortimente	<ul style="list-style-type: none"> /// Suhl: mehrere Sonderpostenmärkte und -geschäfte in Suhl ansässig, ergänzend Mix aus kleinen und mittelgroßen Spezialanbietern vorhanden /// Zella-Mehlis: zwei Sonderpostenmärkte im Stadtgebiet etabliert, ergänzend Spezialanbieter mit differenzierten Sortimenten /// Schleusingen: zwei Sonderpostenmärkte und mehrere spezialisierte Anbieter ansässig /// Oberhof: ein Spezialanbieter vorhanden 	/// kein akuter Handlungsbedarf

GMA-Darstellung 2020

* die unterdurchschnittliche Zentralität ist u. a. auf den Onlinehandel zurückzuführen. Diese Branchen sind sehr online-affin.

IV. Einzelhandels- und Zentrenkonzept Oberzentrum Südthüringen

Zur **Steuerung der Einzelhandelsentwicklung im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen** stellt das Einzelhandels- und Zentrenkonzept 2020 die künftige Grundlage zur Beurteilung von Erweiterungs- und Ansiedlungsvorhaben sowie zur Formulierung von Standortprioritäten im Zuge der vorbereitenden und verbindlichen Bauleitplanung dar.

1. Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandels- und Zentrenentwicklung

Als wesentliche städtebauliche Zielsetzungen der Einzelhandelsentwicklung sind zu formulieren (vgl. Abbildung 10):

/// Schaffung und Sicherung der oberzentralen Versorgungsfunktion

- Erhalt und zielgerichteter Ausbau des Einzelhandelsangebotes, insbesondere in Branchen mit besonderem Handlungsbedarf und Entwicklungschancen
- Schaffung von Investitionssicherheit durch verbindliche Bauleitplanung

/// Schutz und Stärkung der Innenstädte als dominierende Einkaufslagen

- Stärkung der Innenstädte gegenüber dezentralen Standorten durch zielgerichteten Ausbau des Einzelhandelsangebotes, Sicherung und qualitative Weiterentwicklung des Einzelhandels- und Geschäftsbesatzes in den Innenstädten

/// Sicherung und Weiterentwicklung der wohnortnahen Versorgung

- Sicherung und ausgewogene Weiterentwicklung des nahversorgungsrelevanten Einzelhandelsangebotes, v. a. in derzeit unterversorgten Bereichen
- Sicherung und Stärkung des Nebenzentrums und der Nahversorgungszentren durch Erhalt und ggf. Ausbau des v. a. nahversorgungsrelevanten Einzelhandels
- Sicherung und Erhalt der Nahversorgungsstandorte für eine stabile, nachhaltige und ausgewogene wohngebietsnahe Versorgung der Bevölkerung
- Steuerung der Ansiedlung und Erweiterung von Lebensmittelmärkten außerhalb zentraler Versorgungsbereiche.

Abbildung 10: Ziele des Regionalen Einzelhandelskonzeptes



GMA-Darstellung 2020

Das Einzelhandelskonzept umfasst folgende Bausteine

- / **Sortimentskonzept:** Die Sortimentsliste definiert stadtspezifisch die nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimente und dient somit als Grundlage für die bauplanungsrechtliche Beurteilung von Ansiedlungs- und Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels.
- / **Standortkonzept:** Im Rahmen des Standortkonzeptes erfolgt die Festlegung und Begründung der zentralen Versorgungsbereiche im Sinne von § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO. Auf dieser Basis werden im Rahmen des Zentrenkonzeptes standort- und branchenspezifische Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung formuliert.

2. Sortimentskonzept

Das Sortimentskonzept bildet die **branchenbezogene Grundlage** für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung bzw. zur bauplanungsrechtlichen Beurteilung zukünftiger Ansiedlungs- / Erweiterungsvorhaben. Dabei ist zu definieren, welche Einzelhandelssortimente hinsichtlich des Angebotscharakters, der Attraktivität der Sortimente sowie der Betriebsstruktur heute im Wesentlichen den zentralen Versorgungsbereichen zugeordnet werden können bzw. zukünftig zugeordnet werden sollen, und welche Sortimente auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angesiedelt werden können bzw. sollen. Hierzu wird differenziert in zentrenrelevante, nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente:

- / Im Allgemeinen sind **zentrenrelevante Sortimente** Warengruppen, bei denen von einem besonderen „Gefährdungspotenzial“ für die gewachsenen Zentren auszugehen ist, wenn diese außerhalb der Zentren angeboten werden. Auf das Vorhandensein dieser Sortimente und deren Anziehungskraft gründet sich das aus städtebaulicher Sicht wünschenswerte „Einkaufserlebnis“ bzw. eine zusätzliche Belebung der integrierten Lagen (z. B. durch Verbundkäufe).
- / Darüber hinaus sind Sortimente zu erwähnen, die vorwiegend der Nahversorgung der Bevölkerung dienen, zugleich aber auch zentrenbildende Funktionen aufweisen (v. a. Nahrungs- und Genussmittel, Gesundheits- und Körperpflegeartikel). Dabei handelt es sich um Angebote des kurzfristigen Bedarfs, die regelmäßig (täglich bzw. mehrmals die Woche) nachgefragt werden. Infolge dessen sollen sich diese Angebote in räumlicher Nähe zu den Wohngebieten bzw. verbrauchernah in zentralen Versorgungsbereichen lokalisiert werden. Diese **Sortimente sind als nahversorgungsrelevant** zu bezeichnen.
- / Das Angebot von **nicht zentrenrelevanten Sortimenten** stellt im Allgemeinen auch an Standorten außerhalb von Zentren keine wesentliche Gefährdung für die zentralen Versorgungsbereiche dar; sie sind an solchen Standorten aus planerischer Sicht aufgrund ihres großen Platzbedarfs und der durch sie hervorgerufenen Verkehrsfrequenz u. U. sogar erwünscht. Nicht zentrenrelevante Sortimente sind häufig großteilig und werden überwiegend mit dem Pkw transportiert.

2.1 Kriterien zentren- / nahversorgungsrelevanter und nicht-zentrenrelevanter Sortimente

Im Allgemeinen und vor dem Erfahrungshintergrund der GMA erfolgt die Einordnung von Sortimenten bezüglich ihrer Zentren-, Nahversorgungs- bzw. Nichtzentrenrelevanz vor dem Hintergrund folgender Aspekte:

- // Transportierbarkeit (An- und Ablieferung)
- // Flächenbedarf
- // Bedeutung für die Attraktivität der zentralen Versorgungsbereiche (Einkaufserlebnis / Magnetfunktion)
- // städtebauliche Zielsetzungen der Städte
- // räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes im Stadtgebiet.

Demnach sind Sortimente als **zentrenrelevant / nahversorgungsrelevant** einzustufen, wenn sie

- // Magnetfunktion aufweisen und damit zu einer Attraktivitätssteigerung der Innenstadt beitragen
- // für einen leichten Transport geeignet sind (ohne Pkw)
- // geringe bis mittlere Flächenansprüche aufweisen
- // Bestandteil des innerstädtischen Branchenmixes sind
- // Synergien zu anderen Sortimenten in der Innenstadt aufzeigen (z. B. Schuhe + Bekleidung).

Den **nahversorgungsrelevanten** Sortimenten als Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente sind Warengruppen zuzuordnen,

- // die eine Bedeutung für die Grundversorgung der Bevölkerung haben
- // die häufig nachgefragt werden (mehrmals pro Woche)
- // bei denen die räumliche Nähe (z. B. fußläufige Versorgung) eine wichtige Rolle spielt.

Hingegen können Sortimente dem **nicht zentrenrelevanten** Bereich zugeordnet werden, wenn

- // hohe Flächenansprüche bestehen
- // die Beschaffenheit des Sortimentes einen Transport mit dem Pkw erfordert
- // eine nur geringe Attraktivität für innerstädtische Lagen besteht (z. B. Möbel)
- // keine Synergien zu anderen Betrieben bzw. Sortimenten abgeleitet werden können
- // sie keine Bedeutung als Frequenzbringer aufweisen.

Zur weiteren differenzierten Bewertung der Einzelsortimente werden folgende wesentliche Kriterien zur Einordnung der Zentrenrelevanz zugrunde gelegt.

Tabelle 9: Kriterien der Zentrenrelevanz

Kriterium	Prüfmaßstäbe
1. Warenbeschaffenheit / Transport	Sperrigkeit, Abtransport
2. Flächenbedarf	Warenbeschaffenheit, Verkaufsflächenbedarf
3. Bedeutung für Attraktivität und Branchenmix in den zentralen Versorgungsbereichen	Alltagstauglichkeit, breite Zielgruppenansprache
4. Magnetfunktion	Bekanntheit, Anziehungseffekte auf Kunden
5. Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten	Kopplungseffekte zwischen Sortimenten
6. Städtebauliche Zielsetzungen sowie derzeit vorhandener Besatz	Städtebauliche Zielsetzungen, Anteil der Verkaufsfläche in der Innenstadt / in den zentralen Versorgungsbereichen

GMA-Darstellung 2020

- / Das erste Kriterium wurde allgemein als „**Warenbeschaffenheit / Transport**“ definiert. Dieses schließt neben der Größe des Artikels (Sperrigkeit) auch den Abtransport der Ware durch den Konsumenten ein. Dieser erfolgt bei sperrigen Artikeln i. d. R. mit dem Pkw, wodurch die Zentrenrelevanz deutlich eingeschränkt ist.
- / Das zweite Kriterium „**Flächenbedarf**“ zielt auf die Warenpräsentation und den dafür erforderlichen Flächenbedarf ab. Ist aufgrund der Beschaffenheit des Produktes eine hohe Verkaufsflächengröße unumgänglich, weist dies auf eine tendenzielle Nichtzentrenrelevanz hin. Dies liegt z. B. bei sperrigen Artikeln (z. B. Möbeln), aber auch bei Produkten im Freizeitbereich (z. B. Sportgroßgeräte) vor.
- / Als drittes Kriterium gibt die „**Bedeutung für Attraktivität der Innenstadt**“ Auskunft über die Zentrenrelevanz eines Produktes. Weist der Artikel eine hohe Alltagstauglichkeit und breite Zielgruppenansprache auf, ist er dem kurz- bis mittelfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen oder regt der Artikel zu Spontankäufen an, weist der Artikel eher zentrenrelevante Eigenschaften auf.
- / Das vierte Kriterium „**Magnetfunktion**“ bezieht sich auf die Bedeutung des Artikels bzw. Anbieters als Anziehungspunkt für Kunden. Betriebe mit einer hohen Bekanntheit und Attraktivität (z. B. „Filialisten“) tragen in erheblichem Maße zur Attraktivität einer Einkaufsinnenstadt bei. Weist ein Sortiment eine hohe Attraktivität für die Allgemeinheit auf bzw. führt dazu, einen Einkaufsstandort erheblich zu stärken, indem Kunden gezielt angezogen werden, kann ihm eine Magnetfunktion zugesprochen werden, welche auf eine Zentrenrelevanz hindeutet. Dies gilt auch für Angebote des kurzfristigen Bedarfs.
- / Als fünftes Bewertungskriterium gehen die „**Synergieeffekte mit anderen typischen Innenstadtsortimenten**“ in die Bewertung ein. Ein Artikel weist Synergieeffekte auf, wenn Kopplungseffekte zu anderen Sortimenten bestehen. Dies kann z. B. für Bekleidung in Verbindung mit Schuhen abgeleitet werden. Mit zunehmender Spezialisierung eines Sortimentes nimmt in der Regel die Intensität von Kopplungskäufen ab.
- / Als sechstes Bewertungskriterium sind die stadtentwicklungspolitischen und **städtebaulichen Zielsetzungen** der Städte bezüglich der weiteren Einzelhandelsentwicklung zu berücksichtigen. Dabei sind sowohl die Entwicklungspotenziale in den einzelnen Sortimenten als auch die städtebaulichen Rahmenbedingungen einzelner Standortlagen zu bewerten.

2.2 Sortimentsliste für Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof

Über die ortsspezifische „Sortimentsliste für Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof“ erfolgt eine Einstufung der Sortimente in zentren-, nahversorgungs- und nicht zentrenrelevante Sortimente für alle vier Städte im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen. Dabei ist zu beachten, dass sich die Abgrenzung nicht nur an der derzeitigen räumlichen Verteilung des Einzelhandels in den vier Städten orientiert, sondern auch städtebauliche Zielsetzungen berücksichtigt. So können z. B. Branchen, die derzeit nicht innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche angeboten werden bzw. dort nicht ihren Verkaufsflächenschwerpunkt aufweisen, als zentrenrelevant eingestuft werden, sofern entsprechende Ansiedlungen im zentralen Versorgungsbereich möglich erscheinen und dort zu einer maßgeblichen Steigerung der Attraktivität des Einzelhandelsstandortes beitragen würden. Demgegenüber können im Einzelfall solche Sortimente, die bislang als zentrenrelevant eingestuft worden sind, aber nach aktuellen Erkenntnissen die zentralen Versorgungsbereiche nicht wesentlich prägen oder für die Aufwertung aufgrund veränderter Ansprüche an die Standortrahmenbedingungen (z. B. Flächenverfügbarkeit, verkehrliche Erreichbarkeit) auch auf lange Sicht nicht realistisch erscheinen, den nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet werden.

Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche als unkritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar. Zu beachten ist hierbei jedoch, dass großflächige Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten wie z. B. Möbel oder Baumärkte meist auch zentrenrelevante Sortimente als Untersortimente führen. Diese bleiben dann weiterhin den Regelungen nach deren Zentrenrelevanz unterworfen.

Im Folgenden werden die einzelnen Sortimente gemäß der oben aufgeführten Kriterien bewertet und unter Berücksichtigung von konkreten örtlichen Gegebenheiten den zentren-, nahversorgungsrelevanten bzw. nicht zentrenrelevanten Sortimenten zugeordnet (vgl. nachfolgende Tabelle).

Das Instrument der Sortimentsdifferenzierung (zentrenrelevant bzw. nahversorgungsrelevant – nicht zentrenrelevant) hat sich im Gegensatz zu in früheren Jahren praktizierten Flächenfestsetzungen ohne entsprechende Sortimentshinweise als rechtssicher erwiesen. So können im Rahmen der Baunutzungsverordnung die zentrenrelevanten Sortimente in den außerhalb der Innenstadt bzw. den dezentralen / nicht integrierten Standortlagen ausgeschlossen werden.

Die kommunale Bauleitplanung kann hier zwei Wege wählen:

- /// die **positive Festsetzung**: d. h. es werden bestimmte Sortimente zugelassen, alle anderen sind automatisch ausgeschlossen
- /// die **negative Festsetzung**: d. h. es werden bestimmte Sortimente ausgeschlossen, alle anderen sind zulässig.

Somit bietet das Sortimentsleitbild als ein Baustein des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes in Zusammenhang mit dem BauGB und der BauNVO ein planungsrechtliches Instrument, mit dem die Standortentwicklung des Einzelhandels zukünftig gesteuert werden kann. Die Sortimentsliste ist an die lokale Situation angepasst und somit ortsspezifisch.

Tabelle 10: Sortimentsliste für Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof

Zentrenrelevante Sortimente	Nicht-zentrenrelevante Sortimente*
Nahversorgungsrelevante Sortimente	
/// Nahrungs- und Genussmittel (inkl. Lebensmittelhandwerk und Tabakwaren, Getränke), Reformwaren	/// Tiere, Tiernahrung, Zooartikel, zoolog. Bedarf
/// Drogeriewaren (inkl. Wasch- und Putzmittel), Kosmetika	/// Pflanzen und Zubehör, Pflege und Düngemittel
/// Arzneimittel und apothekenübliche Waren	/// Gartenartikel (inkl. Gartenmöbel), Gartengeräte (z. B. Rasenmäher)
/// Schnittblumen	/// Baustoffe, Bauelemente, Installationsmaterial, Eisenwaren und Werkzeuge
/// Zeitungen, Zeitschriften	/// Sanitärartikel, Fliesen
Zentrenrelevante Sortimente	/// Möbel (inkl. Küchenmöbel / Büromöbel)
/// Bekleidung, Wäsche	/// Matratzen, Bettwaren (z. B. Steppbettdecken)
/// Schuhe, Lederwaren	/// Lampen, Leuchten, Beleuchtungskörper
/// Bücher, Papier- und Schreibwaren, Schulbedarf	/// Elektroinstallationsbedarf
/// Spielwaren und Bastelartikel	/// Antennen / Satellitenanlagen
/// Medizinisch-orthopädische Artikel, Sanitätswaren	/// Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten
/// Baby-, Kinderartikel, Kinderwagen	/// Büromaschinen (gewerbliche Ausrichtung), Büroorganisationsmittel
/// Sportartikel, Sportkleingeräte	/// Holz, Bauelemente wie z. B. Fenster, Türen
/// Sportbekleidung (inkl. Sportschuhe)	/// Campingartikel (z. B. Zelte, Campingmöbel)
/// Heimtextilien, Gardinen und Zubehör, Bettwäsche, Bettlaken	/// Sportgroßgeräte
/// Haushaltswaren, Glas, Porzellan, Keramik, Wohnaccessoires, Dekoartikel	/// Fahrräder, Fahrradzubehör
/// Kunst, Bilder, Briefmarken, Münzen, Antiquitäten	/// Brennstoffe, Mineralölerzeugnisse
/// Uhren, Schmuck	/// Kfz-Zubehör, Motorradzubehör
/// Foto- und Videoartikel	/// Kfz und Fahrzeuge aller Art, Motorräder / Mopeds***
/// Optische Erzeugnisse	
/// Musikinstrumente	
/// Unterhaltungselektronik (Radio, TV, DVD-Player), Ton- /Bildträger, Elektrokleingeräte (braune Ware**)	
/// Computer, -teile, Peripherie, Software	
/// Elektroklein- und Großgeräte (weiße Ware**)	

* Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente soll aufzeigen, dass diese Sortimente auch im Falle von Ansiedlungsbegehren außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche nicht kritisch im Hinblick auf die Zielsetzungen des Einzelhandelskonzeptes angesehen werden. Die Liste der nicht zentrenrelevanten Sortimente erfüllt lediglich darstellenden Charakter und ist im Gegensatz zu den aufgeführten zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten nicht abschließend und um weitere Sortimente ergänzbar.

** weiße Ware: z. B. Haus- und Küchengeräte; braune Ware: z. B. Radio-, Fernsehgeräte, DVD-Player

*** kein Einzelhandel im engeren Sinne

GMA-Übersicht 2020

3. Standortkonzept

Das Standortkonzept dient als räumliche Grundlage für die Einzelhandelsentwicklung. Hier liegt ein wesentliches Augenmerk auf der Bewertung von Ansiedlungsbegehren großflächiger Einzelhandelsbetriebe, sowohl bei Ansiedlungen innerhalb der jeweiligen Stadt als auch bei Planungen in den Nachbarkommunen. Nachfolgend erfolgt zunächst eine ausführliche fachliche Einordnung des Begriffes „zentraler Versorgungsbereich“. Anschließend werden die bestehenden Einkaufslagen in Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof in eine Zentren- und Standortstruktur eingeordnet sowie zentrale Versorgungsbereiche festgelegt und räumlich abgegrenzt.

3.1 Begriffserklärung „zentraler Versorgungsbereich“

Mit der Novellierung des Baugesetzbuches im Jahr 2004 und der Einführung des zusätzlichen Absatzes 3 in § 34 BauGB erfuhr der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches im Baugesetz einen wesentlichen Bedeutungszuwachs.

Dies verdeutlichen die vier Schutznormen, die (auch) zentrale Versorgungsbereiche erfassen:³¹

- / **§ 11 Abs. 3 BauNVO** weist großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige vergleichbare großflächige Handelsbetriebe, die sich u. a. „auf die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden nicht nur unwesentlich auswirken können“, ausdrücklich nur Kerngebieten und speziell für diese Nutzung festgesetzten Sondergebieten zu.
- / **§ 2 Abs. 2 Satz 2 BauGB** in der seit dem 20. Juli 2004 geltenden Fassung erweitert das interkommunale Abstimmungsgebot dahin, dass sich Gemeinden sowohl gegenüber Planungen anderer Gemeinden als auch gegenüber der Zulassung einzelner Einzelhandelsnutzungen auf „Auswirkungen auf ihre zentralen Versorgungsbereiche“ berufen können.
- / **§ 34 Abs. 3 BauGB** knüpft die Zulässigkeit von Vorhaben im nicht beplanten Innenbereich, die sonst nach § 34 Abs. 1 oder 2 BauGB zuzulassen wären, zusätzlich daran, dass von ihnen „keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche in der Gemeinde oder in anderen Gemeinden“ zu erwarten sein dürfen.
- / **§ 9 Abs. 2a BauGB** ermöglicht es den Gemeinden nunmehr, für die im Zusammenhang bebauten Stadtteile im Sinne von § 34 BauGB „zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ mit einem einfachen Bebauungsplan die Zulässigkeit bestimmter Arten der nach § 34 Abs. 1 und 2 BauGB zulässigen baulichen Nutzung zu steuern.

Hinzuweisen ist auch auf die seit 01. Januar 2007 geltende Neufassung des **§ 1 Abs. 6 BauGB**. Hier nach sind bei der Aufstellung der Bauleitpläne insbesondere „die Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ zu berücksichtigen.

Durch diese unterschiedlichen Schutznormen sind zentrale Versorgungsbereiche unter verschiedenen Aspekten geschützt bzw. können geschützt werden. Die Darstellung von zentralen Versorgungsbereichen im Flächennutzungsplan gem. § 5 Abs. 2 BauGB ist seit 2013 möglich.

Der Begriff des zentralen Versorgungsbereiches wurde vom Gesetzgeber als **unbestimmter Rechtsbegriff** eingeführt, sodass keine allgemein gültige Definition vorliegt.

In der Rechtsprechung wurden durch das Oberverwaltungsgericht NRW³² im Jahr 2006 verschiedene Kriterien festgelegt, die durch das Bundesverwaltungsgericht³³ (BVerwG) bestätigt wurden.

Das BVerwG führt in seinem Urteil vom 11.10.2007 aus:

„.....sind zentrale Versorgungsbereiche räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen - häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote - eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt. Innenstädte sind, wenn nicht stets, so doch in der Regel als Versorgungsbereiche zentral, weil sie nach Lage, Art und Zweckbestimmung nicht nur der Versorgung ihrer Bewohner dienen, sondern auf einen Kundenkreis aus einem größeren Einzugsbereich ausgerichtet sind. Für Innenstädte ist typisch, dass in ihnen ein breites Spektrum von Waren für den lang-, mittel- und kurzfristigen Bedarf angeboten wird.“ BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

³¹ Quelle: Ulrich Kuschnerus, Der standortgerechte Einzelhandel, Bonn, 2007, S. 77 f.

³² vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05.

³³ vgl. BVerwG, Urteil vom 11.10.2007 - 4 C 7.07.

In einem weiteren Urteil des BVerwG heißt es:

„Zentrale Versorgungsbereiche i. S. des § 34 III BauGB sind nach der Rechtsprechung des Senats räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungen und gastronomische Angebote – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt (BVerwGE 129, 307 = NVwZ 2008, 308 Rdnr. 11). Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Auch eine räumlich konzentrierte Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben, die darauf angelegt ist, einen fußläufigen Einzugsbereich zu versorgen, kann einen zentralen Versorgungsbereich i. S. des § 34 III BauGB bilden. Entscheidend ist, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat. Der Begriff ist nicht geografisch im Sinne einer Innenstadtlage oder Ortsmitte, sondern funktional zu verstehen (vgl. auch BVerwG, Beschluss vom 20. 11. 2006 – 4 B 50/06, BeckRS 2007, 20074). Zentralität kann durchaus kleinteilig sein.“
BVerwG, Urteil vom 17. 12. 2009 – 4 C 2/08.

Damit ist festzuhalten, dass zentrale Versorgungsbereiche der Versorgung der Bevölkerung mit Waren und Dienstleistungen dienen. Es handelt sich dabei mindestens um das Hauptzentrum eines Ortes (z. B. Stadtzentrum), aber auch Stadtteil- und Nahversorgungszentren können als zentrale Versorgungsbereiche definiert werden. Das Angebotsspektrum und die Nutzungsmischung orientieren sich an dem zu versorgenden Einzugsbereich (z. B. gesamtes Gemeindegebiet, Stadtteil, Wohnumfeld) der Standortlage (vgl. OVG Münster, Beschluss vom 11.12.2006, 7 A 964/05).

Die Festlegung und Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche ergibt sich insbesondere aus

- /// planerischen Festlegungen, d. h. aus Darstellungen im Flächennutzungsplan, Festsetzungen in Bebauungsplänen und aus Festlegungen in Raumordnungsplänen
- /// sonstigen, planungsrechtlich nicht verbindlichen raumordnerischen und städtebaulichen Konzeptionen (z. B. Einzelhandelskonzepte)
- /// nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen.³⁴

Auch informelle Planungen können bei der Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche eine Rolle spielen, sofern diese von einer Kommune als Arbeitsgrundlage für ihre Planungen verwendet werden³⁵ und sich die Planungsabsichten bereits konkretisiert haben.³⁶

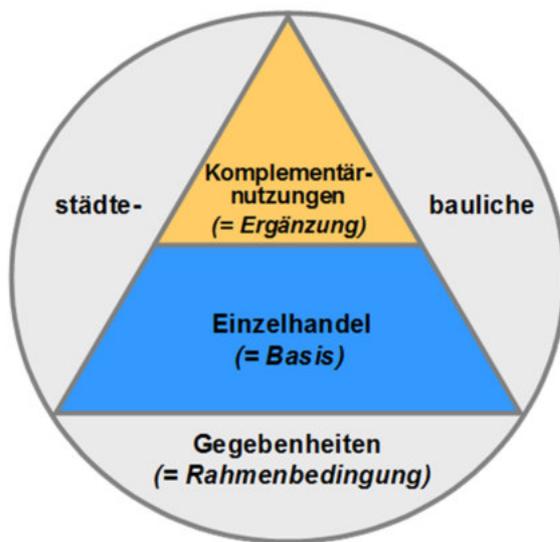
Für einen zentralen Versorgungsbereich ist die Konzentration zentraler Versorgungseinrichtungen maßgeblich, wobei neben dem Einzelhandel auch sonstige (zentrale) Versorgungseinrichtungen von Bedeutung sind. Der Einzelhandel ist dabei als konstituierendes Element zu sehen, das durch Komplementärnutzungen ergänzt wird. Als Rahmenbedingung sind städtebauliche Gegebenheiten sowie die Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen zu berücksichtigen (vgl. Abbildung 12).

³⁴ D. h. aus faktisch vorhandenen zentralen Versorgungseinrichtungen, aber auch aus bereits bestehendem Baurecht für zentrale Versorgungseinrichtungen.

³⁵ Vgl. OVG Lüneburg, Beschluss vom 30.11.2005, 1ME172/05.

³⁶ D. h., die Umsetzung muss in einem absehbaren zeitlichen Rahmen erfolgen, vgl. VG München, Urteil vom 07.11.2005, M8K05.1763.

Abbildung 11: Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche



Einzelhandels- / Komplementärnutzungen:

- /// quantitative Aspekte (z. B. Anzahl, Dimensionierung)
- /// qualitative Aspekte (z. B. Art der Nutzung, Bestandsdichte)

städtebauliche Gegebenheiten:

- /// stadträumliche Zäsuren (z. B. Straße mit Barrierewirkung / Bahngleise / Topografie / Stadtmauer / markanter Wechsel der Bebauungsstruktur / geschlossene Baukörper bzw. Bebauungsstrukturen etc.)
- /// Lage bedeutender Infrastruktureinrichtungen und öffentlicher Einrichtungen (z. B. Bahnhof, Rathaus, Stadthalle)

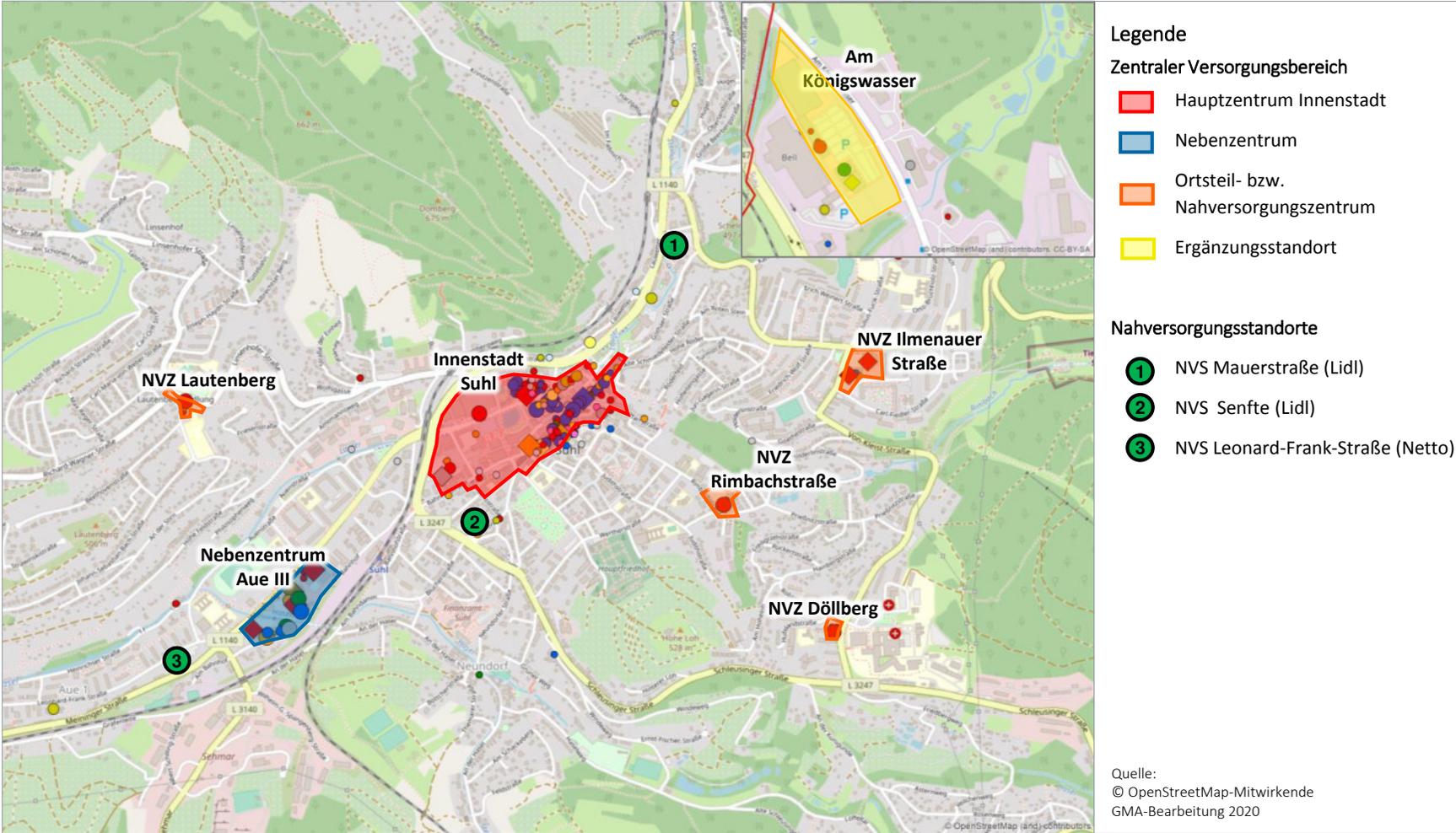
GMA-Darstellung 2020

3.2 Zentren- und Standortstruktur im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen

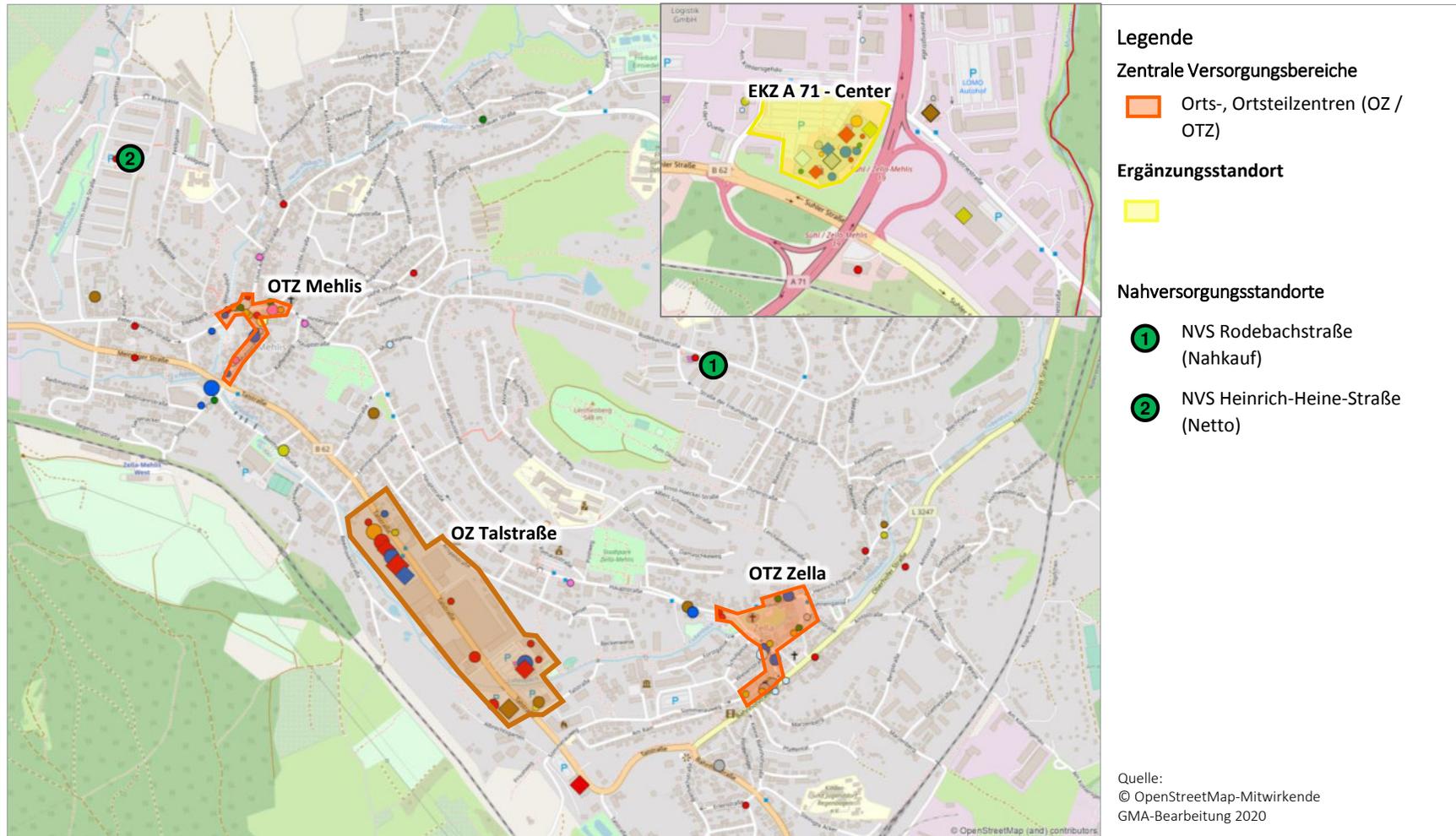
Die folgenden Festsetzungen zur Abgrenzung **zentraler Versorgungsbereiche** basieren auf einer vierstufigen Zentrenstruktur, die neben dem Hauptzentrum Innenstadt auch ein Nebenzentrum, Ortsteilzentren und sog. Nahversorgungszentren kategorisiert (vgl. Abbildung 13). Die räumliche Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche sowie die Festlegung der Zentrenstruktur erfolgen auf Grundlage der durchgeführten Bestandsaufnahme der Einzelhandelsnutzungen sowie anhand intensiver Vor-Ort-Besichtigungen. Die Abgrenzungen basieren auf der aktuellen Situation (faktische Prägung) sowie den stadtplanerischen Vorstellungen und sind weitgehend parzellenscharf, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit zu gewährleisten. In Einzelfällen wird von der Parzellengrenze abgewichen, z. B. bei tiefen Wohngrundstücken oder wenn sich die baulichen Strukturen vor Ort nicht mit den Parzellenstrukturen decken.

- /// Als zentraler Versorgungsbereich **Hauptzentrum Innenstadt** sind zentrale Innenstadtlagen definiert, die aufgrund ihrer Ausstattung im Einzelhandelsbereich sowie hinsichtlich Komplementärnutzungen eine Versorgungsfunktion übernehmen, die über ihren unmittelbaren Nahbereich hinausgehen und sich auf das gesamte Stadtgebiet sowie auch darüber hinaus erstrecken. Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadt gilt als städtebaulich schutzwürdiger Bereich im Sinne des Baugesetzbuchs und als „Investitionsvorrangebot“. Im Sinne einer an den Leitlinien ausgerichteten Einzelhandelspolitik sollten Neuansiedlungen großflächiger Betriebe (> 800 m² Verkaufsfläche) mit zentrenrelevanten Kernsortimenten auf diesen Standortbereich gelenkt werden (vgl. Kapitel IV. 3.3.1).
- /// Eine gesonderte Stellung nimmt das sich entwickelnde **Ortszentrum** an der Talstraße in Zella-Mehlis ein. Auf Grund fehlender räumlicher Entwicklungsmöglichkeiten kann der Ortskern von Zella wie auch von Mehlis nicht die gesamtstädtische Funktion eines zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt übernehmen. Die Stadt hat deshalb schon langfristig an der Talstraße einen Einzelhandelsstandort mit mehreren Einzelhandelsbetrieben in unmittelbarer Angrenzung an Wohngebiete nahezu mittig zwischen den Ortsteilzentren Zella und Mehlis etabliert. Dieser fungiert damit als **zentraler Versorgungsbereich Ortszentrum** für den Gesamtstandort Zella-Mehlis.

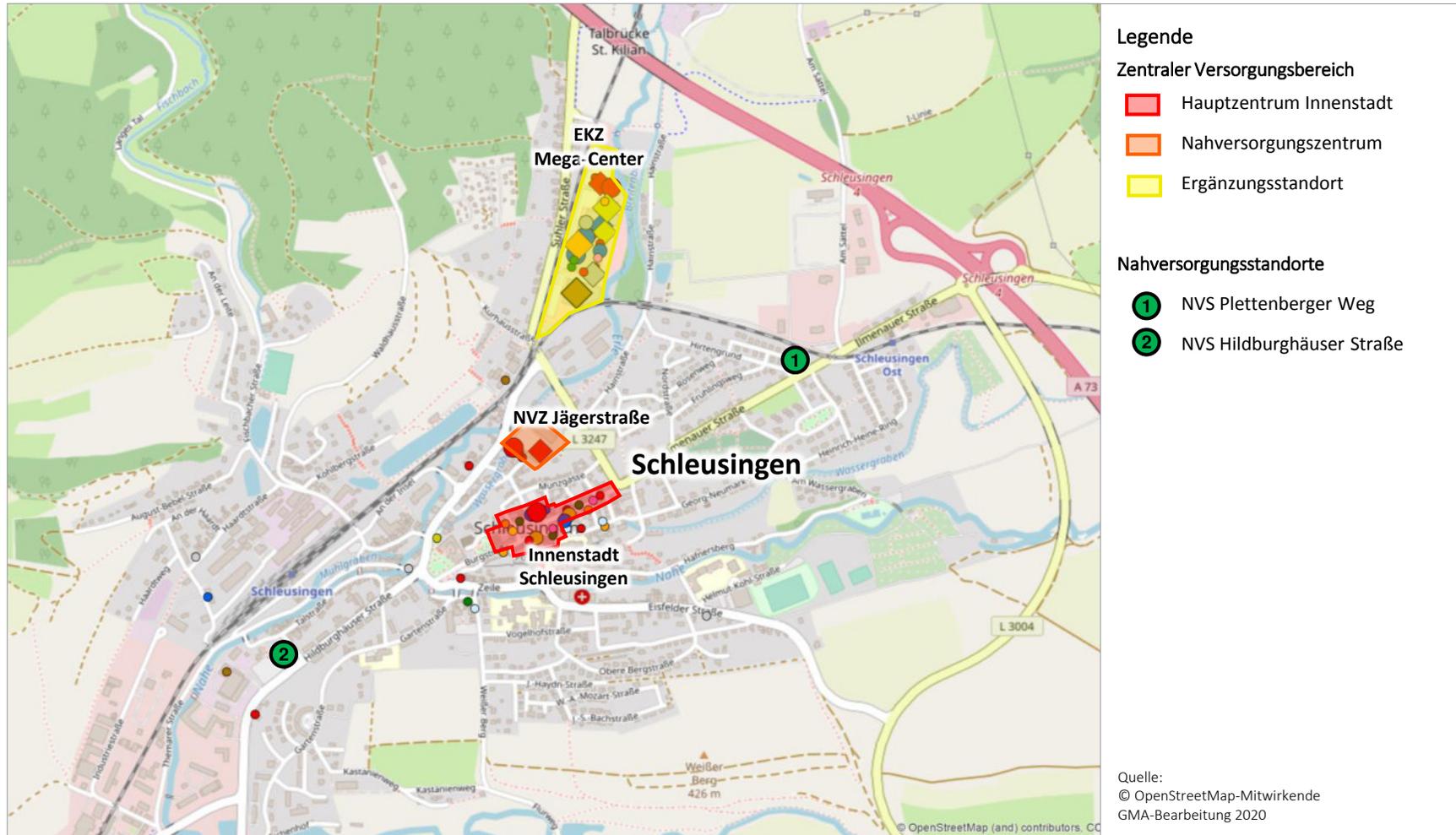
Karte 8: Übersicht Zentren- und Standortstruktur Kernstadt Suhl



Karte 9: Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Zella-Mehlis



Karte 10: Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Schleusingen



Karte 11: Übersicht Zentren- und Standortstruktur in Oberhof

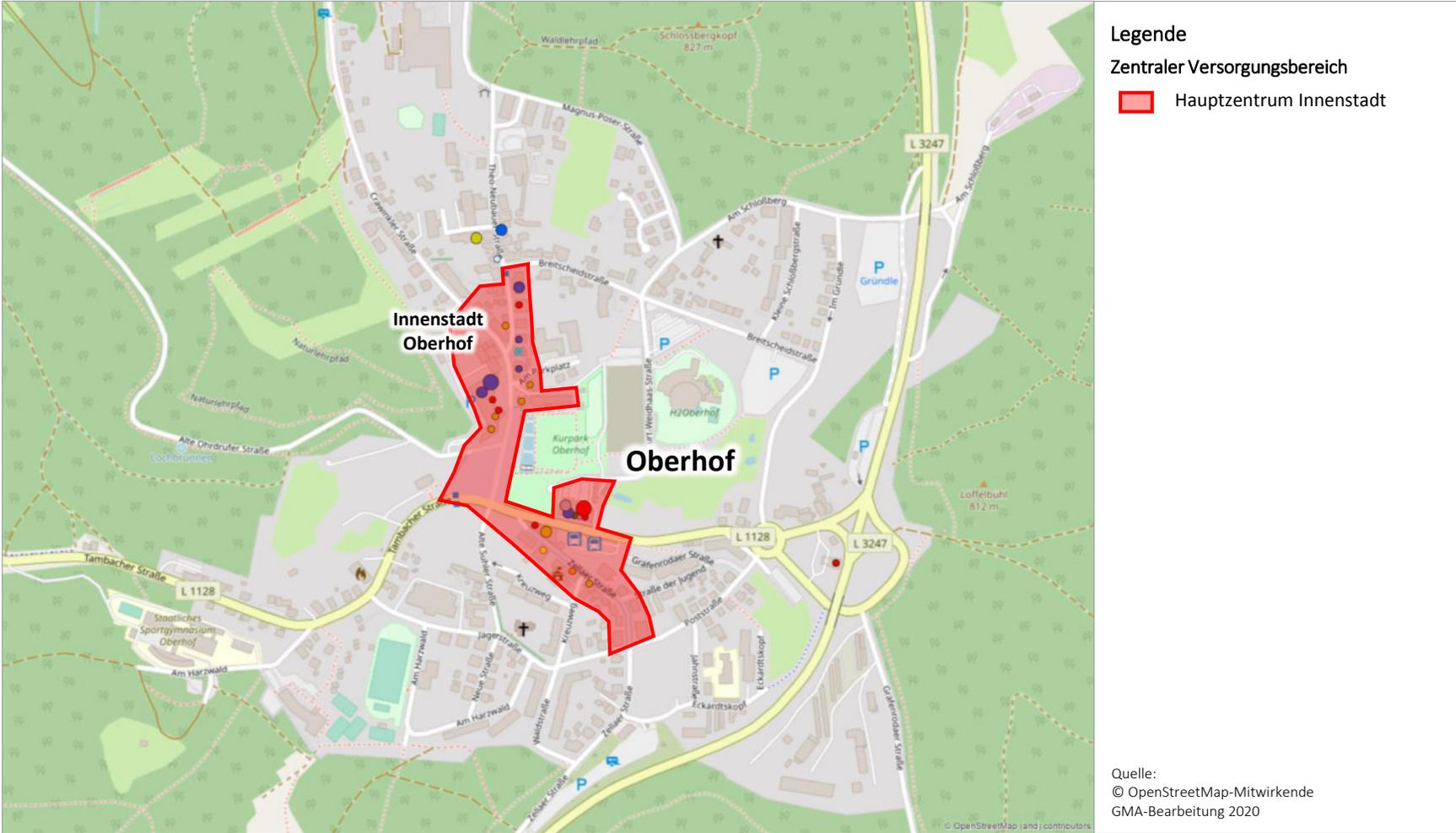


Abbildung 12: Zentrenstruktur des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen

Kategorie Zentrenstruktur	Hauptzentren	Ortsteil- und Nahversorgungszentren (inkl. pot.)	Nebenzentrum und Ergänzungsstandorte	Nahversorgungsstandorte
örtliche Zuweisungen	<p>Innenstädte von</p> <ul style="list-style-type: none"> Suhl Schleusingen Oberhof <p>Ortszentrum</p> <ul style="list-style-type: none"> Zella-Mehlis, Talstraße 	<p>Suhl</p> <ul style="list-style-type: none"> NVZ Ilmenauer Straße NVZ Döllberg NVZ Rimbachstraße NVZ Lautenberg OTZ Dietzhausen OTZ Heinricher Straßenmarkt OTZ Goldlauter-Heidersbach OTZ Schmiedefeld pot. OTZ Mäbendorf, Albrechts und Gehlberg <p>Zella-Mehlis</p> <ul style="list-style-type: none"> OTZ Mehlis OTZ Zella OTZ Benshausen <p>Schleusingen</p> <ul style="list-style-type: none"> NVZ Jägerstraße 	<p>Suhl</p> <ul style="list-style-type: none"> NZ Aue III EKZ Am Königswasser <p>Zella-Mehlis</p> <ul style="list-style-type: none"> EKZ A71-Center <p>Schleusingen</p> <ul style="list-style-type: none"> EKZ Mega-Center 	<p>diverse Standorte von Lebensmittelmärkten</p>
Erläuterungen	<p>Zentrale Versorgungsbereiche gemäß</p> <ul style="list-style-type: none"> § 1 Abs. 6 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a BauGB, § 34 Abs. 3 BauGB, § 11 Abs. 3 BauNVO 		<p>Autokunden-orientierter Standort des i. W. großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandels</p>	<p>wohnnah, fußläufig erreichbare Standorte der Nahversorgung</p>

GMA-Darstellung 2020

- Stadtteil- bzw. Nebenzentren** dienen der (wohnnahen) Grundversorgung mit überwiegend Waren des täglichen bzw. kurzfristigen Bedarfs und Teilbereichen des mittelfristigen Bedarfs in einem begrenzten Einzugsbereich. So sind neben einem Lebensmittelmarkt auch weitere Angebote aus dem kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereich wie bspw. Lebensmittelhandwerk, Blumenladen, Drogeriemarkt, Apotheke, Bekleidungs-geschäfte oder ergänzende Nutzungen wie Frisör, Sparkasse / Bank, Gastronomie erforderlich. Gemäß dieser Kriterien ist aktuell ein Nebenzentrum in Suhl als zentraler Versorgungsbereich auszuweisen (vgl. Kapitel IV 3.3.2 und 3.3.3).
- Ortsteil- und Nahversorgungszentren (OTZ / NVZ)** dienen der (wohnnahen) Grundversorgung mit überwiegend Waren des täglichen bzw. kurzfristigen Bedarfs in einem kleineren Einzugsbereich bzw. für das Umfeld, wobei die Begrifflichkeit bereits die Bedeutung des zentralen Versorgungsbereiches berücksichtigt. Die zu versorgenden bzw. räumlich zugeordneten Bereiche umfassen im Wesentlichen die jeweils umliegenden fußläufig erreichbaren Wohngebiete. Die Anforderungen hinsichtlich Ausstattung mit Einzelhandel und Komplementären sind geringer als beim Haupt- oder Nebenzentrum. So ist mindestens ein Lebensmittelmarkt erforderlich, aber auch weitere nahversorgungsrelevante Angebote wie bspw. Lebensmittelhandwerk, Blumenladen, Apotheke oder Lotto / Tabakladen bzw. ergänzende Nutzungen wie Friseur / Kosmetik, Reinigungsannahme oder Sparkasse / Bank, Gastronomie sollten vorhanden sein. Insofern hier noch keine hinreichende Ausstattung besteht (pot. Nahversorgungsstandort), ist es städtebauliches Entwicklungsziel für diese Zentren, ein angemessenes Niveau zu erreichen.

- // **Nahversorgungsstandorte** (NVS) sowie **potenzielle Nahversorgungsstandorte** (pot. NVS) dienen der funktionalen Ergänzung der Nahversorgungszentren, wenn sie nachweislich zur Verbesserung der verbraucher- oder wohnortnahen Versorgung führen. Diese Standorte resp. Lagen unterliegen zwar nicht dem Schutz zentraler Versorgungsbereiche, übernehmen aber eine für die verbrauchernahe Grundversorgung der Stadt wesentliche Versorgungsfunktion. Die Nahversorgungsstandorte sollen städtebaulich integriert sein.
- // Bei den **Ergänzungsstandorten** des vorwiegend großflächigen Einzelhandels handelt es sich um autokundenorientierte Standorte mit einem Einzelhandelsbesatz, welcher aus überwiegend großflächigen Betrieben des Fachmarktsektors besteht. Aufgrund der nicht oder nur teilweise integrierten Lage, des begrenzten Warenspektrums und der in der Regel fehlenden Komplementärnutzungen sind diese Standorte nicht als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen.

Die **Ergänzungsstandorte** sollen als vorrangige Standorte für die Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten dienen und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – eine ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen einnehmen. Zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche soll zentrenrelevanter Einzelhandel grundsätzlich maximal auf dem bisher genehmigten Niveau bestehen und darüber hinausgehende Ansiedlungsbegehren ausgeschlossen werden.³⁷
- // Darüber hinaus ist eine Vielzahl von Einzelhandelsbetrieben im Stadtgebiet verteilt, die weder als zentrale Versorgungsbereiche noch als Sonderstandorte einzustufen sind. Hierbei handelt es sich um sog. **sonstige Streu- bzw. Nebenlagen**, wozu sowohl siedlungsräumlich integrierte Standorte (z. B. wohnortnahe Lagen) als auch dezentrale Bereiche (z. B. Gewerbe- und Industriegebiete) zählen.

3.3 Zentrale Versorgungsbereiche im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen

3.3.1 Hauptzentren

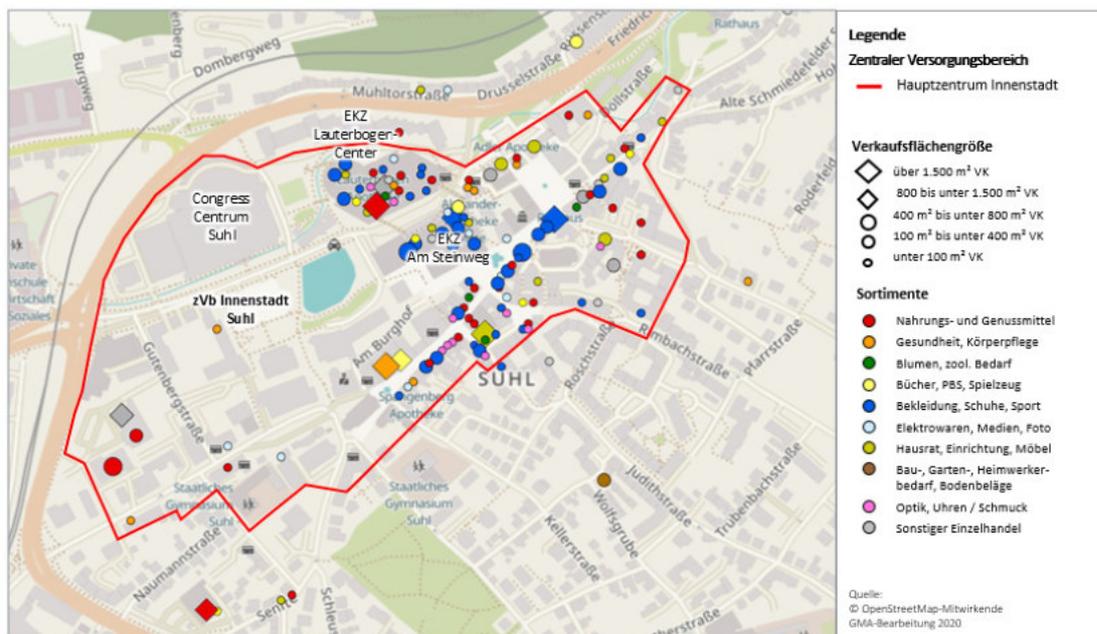
Innenstadt Suhl

- // Der **zVb Hauptzentrum Innenstadt Suhl** umfasst im Wesentlichen die Innenstadt. Er erstreckt sich im Wesentlichen vom Penny-Standort im Westen bis in die Gothaer Straße im Osten, sowie zwischen der Dr.-Theodor-Neubauer-Straße im Norden und dem Steinweg, einschließlich der straßenbegleitenden Bebauung im Süden.
- // Zentrale Achsen bzw. den **innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich der Suhler Innenstadt** stellen die Friedrich-König-Straße und die Straße Am Steinweg dar, die sich parallel zueinander erstrecken und mit den beiden Einkaufszentren „EKZ Lauterbogen-Center“ und „EKZ Am Steinweg“ den dichtesten Besatz aufweisen. Eine weitere markante Lage im zVb ist der Marktplatz im Osten (u. a. Rathaus). Insgesamt umfasst der zVb Innenstadt damit in seiner Nordost-Südwest-Ausdehnung rd. 860 m.
- // Die Abgrenzung des zVb Hauptzentrum Innenstadt Suhl orientiert sich an den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen, wo sich in einem städtebaulichen Zusammenhang Einzelhandel, Gastronomie sowie personenbezogene Dienstleistungen konzentrieren. Die Zentrenabgrenzung erfolgt überwiegend parzellenscharf, jedoch nicht grundstücksgenau

³⁷ vgl. Kapitel IV. 3.4.2 zur Begrenzung bei zentren- bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten.

Im zentralen Versorgungsbereich Suhl hat das perspektivische Oberzentrum Südthüringen mit der Fußgängerzone Steinweg eine Shopping- bzw. Flaniermeile, die für alle beteiligten Städte diese gesonderte Funktion ausfüllt.

Abbildung 13: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Suhl



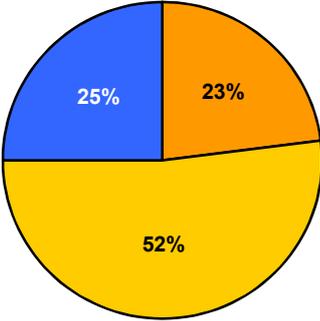
Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	25	19	3.530	16
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	6	4	1.250	6
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	4	3	225	1
Bücher, Schreib- / Spielwaren	7	5	2.175	10
Bekleidung, Schuhe, Sport	45	34	8.960	43
Elektrowaren, Medien, Foto	9	7	490	2
Hausrat, Einrichtung, Möbel	14	10	2.000	9
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	---	---	---	---
Optik / Uhren, Schmuck	12	9	635	3
sonstige Sortimente*	12	9	2.205	10
Einzelhandel insgesamt	134	100	21.470	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)								
Stadtverwaltung, Kirchen, Museen Banken, Sparkasse, Versicherungen Post- und Paketshops Gastronomie, Hotellerie, Cafés konsumorientierte- und Gesundheitsdienstleistungen z.B. Reisebüros, Friseur, Fitnessstudio, Physiotherapie, Ärzte IHK Südthüringen	 <table border="1"> <caption>Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)</caption> <thead> <tr> <th>Bedarfsbereich</th> <th>Anteil (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>kurzfristiger Bedarf</td> <td>52%</td> </tr> <tr> <td>mittelfristiger Bedarf</td> <td>23%</td> </tr> <tr> <td>langfristiger Bedarf</td> <td>25%</td> </tr> </tbody> </table>	Bedarfsbereich	Anteil (%)	kurzfristiger Bedarf	52%	mittelfristiger Bedarf	23%	langfristiger Bedarf	25%
Bedarfsbereich	Anteil (%)								
kurzfristiger Bedarf	52%								
mittelfristiger Bedarf	23%								
langfristiger Bedarf	25%								

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

/	größer 1.500 m ²	Müller, Rewe, K&L Ruppert
/	800 bis unter 1.500 m ²	Action, C&A, Askania Center, Pfennigpfeiffer
/	400 bis unter 800 m ²	Penny, KiK, Deichmann, Sport 2000
/	bis unter 400 m ²	u. a. Buchhandlung Suhl, Der Sportladen, Angelmarkt, Gerry Weber, New Yorker, Jeans Fritz, Getränkemarkt, Mister & Lady Jeans, Mayer’s Markenschuhe, Esprit

Angebots- und Nachfragesituation

- / Die Innenstadt Suhl stellt mit **insgesamt 134 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 21.470 m² Verkaufsfläche** sowohl im Hinblick auf die Zahl der Einzelhandelsbetriebe als auch verkaufsfächenseitig die dominierende Einkaufslage im Stadtgebiet dar.
- / Das innerstädtische Einzelhandelsangebot umfasst Waren nahezu **aller Bedarfsbereiche** und weist dabei eine heterogene Geschäftsstruktur, sowohl aus größeren Fachmärkten als auch zahlreiche kleinteilige inhabergeführte Einzelhandelsbetriebe auf. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße liegt bei rd. 160 m² VK (Mittelwert) bzw. ca. 55 m² VK (Median³⁸).
- / Die **Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkte** innerhalb des zentralen Versorgungsbereichs liegen in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel (25 Betriebe, ca. 3.530 m² Verkaufsfläche³⁹), Bücher, Papier-, Bastel-, Schreib- und Spielwaren (7 Betriebe, ca. 2.175 m² VK), Bekleidung / Schuhe / Sport (45 Betriebe, ca. 8.960 m² Verkaufsfläche) sowie Sonstige Sortimente (12 Betriebe, ca. 2.205 m² VK). Besonders in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung / Schuhe / Sport sind größere Verkaufsflächen von ca. 1.000 m² – 2.000 m² (u. a. Rewe, K&L, C&A) in der Innenstadt verortet. Das Sortiment Bekleidung / Schuhe / Sport ist gleichzeitig als innerstädtisches Leitsortiment zu charakterisieren.

³⁸ Damit ist die Hälfte der Betriebe größer als 55 m² VK und die andere Hälfte kleiner als 55 m² VK.
³⁹ Verkaufsfläche von Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt.

- / Neben dem Einzelhandelsangebot verfügt das Hauptzentrum Innenstadt von Suhl auch über ein umfassendes und vielfältiges Dienstleistungsangebot (u. a. Ärzte, Banken, Reisebüros). Darüber hinaus sind weitere innenstadtprägende Nutzungen aus den Bereichen Gastronomie, Hotellerie und öffentliche Verwaltung ansässig.

Städtebauliche Situation

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt erstreckt sich über weite Teile der Innenstadt von Suhl. Hinsichtlich der Gebäude- und Bausubstanz wird diese im östlichen und südlichen Bereich, bzw. entlang der Achse Steinweg bis zum Markt, v. a. durch überwiegend straßenbegleitende Blockrandbebauung mit überwiegend mehrgeschossigen Bürgerhäusern bzw. Wohn- und Geschäftshäusern und vielen Gebäuden mit markanten, roten Ziegeldächern geprägt. Es handelt sich um Gebäude aus verschiedenen Jahrhunderten, die im Erdgeschoss überwiegend über Ladenlokale verfügen. Der Steinweg ist als Fußgängerzone ausgestaltet mit speziellen Regelungen für den Lieferverkehr. Außenverkauf und Außengastronomie finden sich in einigen Straßenabschnitten.

Im gesamten westlichen Bereich sind vermehrt lockere Strukturen aus neueren, meist größeren Gebäuden vorzufinden, die überwiegend Funktionen aus anderen Bereichen aufweisen. Hier sind u. a. das Congress Centrum Suhl, die IHK Südthüringen, das Ottilienbad sowie diverse Dienstleister ansässig. Im zentralen Bereich der Innenstadt sind die beiden Einkaufszentren von Suhl, Lauterbogen und Einkaufszentrum Am Steinweg, untereinander verbunden über zwei Fußgängerbrücken im Obergeschoss, verortet.



Westlicher Bereich des zVb Innenstadt



Steinweg Richtung Nordosten

GMA-Aufnahmen 2020

Leerstandssituation

- / In der Suhler Innenstadt sind einige Leerstände vorhanden. Verstärkt sind diese in den beiden Einkaufszentren sowie den Nebenlagen verortet. Besonders die Leerstände in den Einkaufszentren sind auf schwindende Magnetwirkungen traditioneller Einkaufszentren zurückzuführen. Dies wird einerseits begünstigt durch verändertes Verbraucherverhalten gegenüber dem lokalen (Innenstadt-) Handel im Gegensatz zu steigendem Online- und Versandhandel. Der sich in den letzten Jahren in den beiden Centern offensichtlich nicht veränderte Branchenmix mit Sortimenten im überwiegend „konsumigen Bereich“, d. h. unteres und mittleres Preisniveau, sowie einer über viele Jahre unveränderten Centergestaltung (lange Wege für Besucher, sternenförmige Anordnung der Laufwege ohne attraktive Endpunkte, monotone, geradlinige Wegführung und Gestaltung/Materialien in den

Kundengängen, kaum Grün, keine attraktiven Sitzgelegenheiten) hat ebenso zu dieser Entwicklung beigetragen.

- /// Darüber hinaus sind vereinzelt Leerstände vorzufinden, die auch zum Teil im Zuge üblicher Geschäftsfluktuationen⁴⁰ zu sehen sind.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Sicherung des Bestandes, Prüfung von Geschäftszusammenlegungen auch im Haupteinkaufsbereich zu Stärkung der Magnetwirkung einzelner Geschäfte (Beachtung Richtlinien Denkmalschutz, Koordinierung über Leerstandsmanagement)
- /// Umstrukturierung und Umbau der beiden Einkaufszentren für einen zum Shopping einladenden Auftritt
- /// ergänzende Ansiedlung weiterer kleinerer Anbieter zur Abrundung des Angebotes
- /// weitere Sanierung von Einzelobjekten, weitere Aufwertung des öffentlichen Raumes
- /// Intensivierung Stadt- und Citymarketing, Verknüpfung mit Tourismusmarketing
- /// Stärkung der Multifunktionalität der Suhler Innenstadt, Forcierung einer integrativen Stadtentwicklung (Wohnen, Leben, Einkaufen, Erleben).

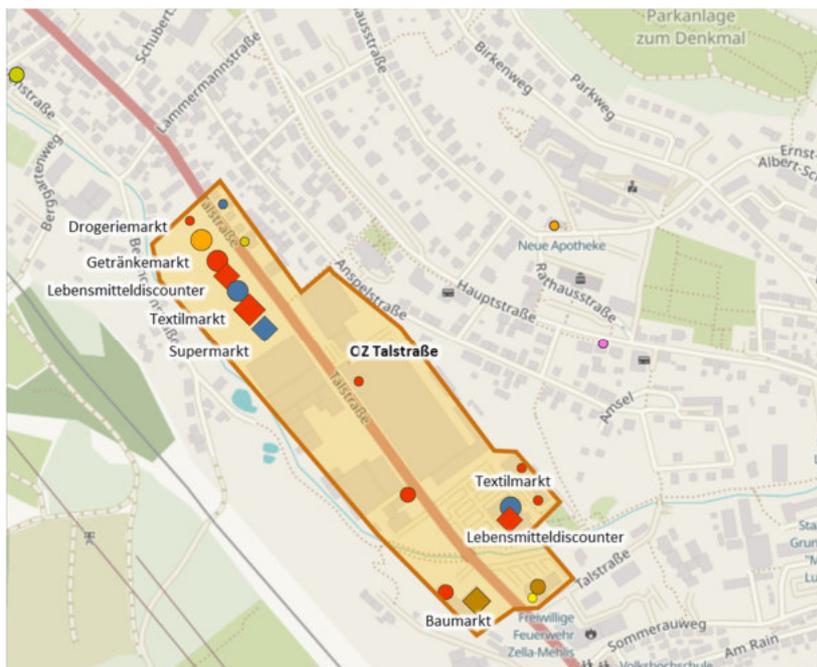
Ortszentrum Talstraße in Zella-Mehlis

Räumliche Situation

- /// Der zentrale Versorgungsbereich Ortszentrum Talstraße in Zella-Mehlis ist im Süden der Kernstadt von Zella-Mehlis an der Talstraße gelegen und umfasst mehrere vorhandene Einzelhandelsbetriebe am südöstlichen Rand, einige Gewerbebetriebe und das gerade im Bau befindliche fachmarktorientierte Einkaufszentrum am nordwestlichen Ende des Bereiches. Der zVb OZ Talstraße erstreckt entlang der stark befahrenen Talstraße, B 62, die als Ortsdurchfahrt bzw. auch Umgehungsstraße für die kleineren Ortskerne Zella und Mehliis fungiert.
- /// Das Ortszentrum ist somit für die beiden Ortsteile per PKW sowie über ÖPNV-Anbindungen sehr gut und durch direkte Wegebeziehungen zu angrenzenden Wohngebieten auch fußläufig bzw. per Fahrrad erreichbar.

⁴⁰ Leerstände aus Geschäftsfluktuationen sind i. d. R. zeitweilig begrenzt. Dagegen sind strukturelle Leerstände permanent unvermietet, was auf mangelnde Nachfrage i. V. m einem baulich ungeeignetem Zustand zurückzuführen ist.

Abbildung 14: OZ Talstraße



© OpenStreetMap-Mitwirkende,
GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	40	1.680	34
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1	10	750	15
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	3	30	1.420	28
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1	10	10	0,2
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	10	1.140	23
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	10	100	5.000	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Post ▪ Fahrschule ▪ DHL Paketshop 	<p>A pie chart illustrating the distribution of retail sales volume (VK) across three demand categories. The largest segment is 'kurzfristiger Bedarf' (short-term demand) at 49%, followed by 'mittelfristiger Bedarf' (medium-term demand) at 28%, and 'langfristiger Bedarf' (long-term demand) at 23%.</p>		
<p>Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ 3 ▪ 3 ▪ Lebensmittelhandwerker, Tankstellenshop, Handwerksbetrieb </td> </tr> </table>		<ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ 3 ▪ 3 ▪ Lebensmittelhandwerker, Tankstellenshop, Handwerksbetrieb
<ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ 3 ▪ 3 ▪ Lebensmittelhandwerker, Tankstellenshop, Handwerksbetrieb 		
<p>Versorgungsgebiet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktionen für den Zella-Mehlis und die hier lebende Bevölkerung. 			

Angebots- und Nachfragesituation

- / Das Ortzentrum verfügt derzeit über 10 Einzelhandelsbetriebe mit rd. 5.000 m² Verkaufsfläche. Der hier verortete Einzelhandel mit der gegebenen Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung stellt eine gute Basis zur Erfüllung der Grundversorgungsfunktion und ergänzenden Versorgung mit ausgewählten Sortimenten des mittelfristigen Bedarfs für die gesamte Stadt Zella-Mehlis auf. Als Magnetbetriebe fungieren die beiden Lebensmitteldiscounter, der sonderpreis-Baumarkt, der Drogeriefachmarkt und der Textilfachmarkt. Mit der Ergänzung um einen Supermarkt wird auch das qualitative Niveau durch eine breitere Sortimentsvielfalt im Lebensmittelbereich erreicht.
- / Das OZ Talstraße bietet die gesamtstädtische Grundversorgung für beide Ortsteile Zella und Mehlis in relativ zentraler Lage.
- / Gastronomische Angebote ergänzen lediglich den Versorgungseinkauf mit Imbiss- und kleineren Kaffee-Einrichtungen. Gastronomie mit Aufenthaltsfunktionen, Unterhaltung und Treffpunkt-Charakter sollen im Mix mit Kultur- und Freizeiteinrichtungen den Ortsteilzentren Zella und Mehlis vorbehalten bleiben.

Städtebauliche Situation

- / Das Umfeld wird nördlich und nordöstlich durch Wohnnutzung in Form von straßenbegleitender Bebauung, meist in Form von Einfamilienhäusern, geprägt. Westlich und südlich grenzen an das Gebiet Wald- und Grünflächen an.

- /// Grundsätzlich besteht ein gewisses Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Insgesamt übernimmt der Standort jedoch gesamtstädtische Nahversorgungsfunktionen für die im gesamten Stadtgebiet lebende Bevölkerung bzw. für den Umfeldbereich der Stadt.
- /// Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Talstraße als Bundesstraße B62 gegeben. Direkt am bzw. im OZ befinden sich zwei Bushaltestellen Talstraße (/Landratsamt).

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Sicherung und Ergänzung des Bestandes zur gesamtstädtischen Grundversorgung
- /// Ansiedlung kleinteiliger Sortimente des mittelfristigen und langfristigen Bedarfsbereiches
- /// Optimierung der Anbindung an die innerstädtischen Wohnbereiche (Wegebeziehungen, Fahrradwege etc.)

Innenstadt Schleusingen

- /// Der **zVb Hauptzentrum Innenstadt Schleusingen** umfasst im Wesentlichen die kleinteilige historische Innenstadt. Er umfasst im Wesentlichen den Markt und die angrenzende Bebauung und reicht im Osten entlang der Bertholdstraße bis zur Königstraße / Ilmenauer Straße, einschließlich der straßenbegleitenden Bebauung.
- /// Den **innerstädtischen Hauptgeschäftsbereich der Schleusinger Innenstadt** stellen Teile des Marktes und der Bertholdstraße dar. Hier ist der dichteste Einzelhandelsbesatz vorhanden. Insgesamt umfasst der zVb Innenstadt damit in seiner Nordost-Südwest-Ausdehnung rd. 350 m.
- /// Die Abgrenzung des zVb Hauptzentrum Innenstadt Schleusingen orientiert sich an den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen, welche im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung sowie der Vor-Ort-Besichtigung durch die GMA erfasst wurden. Die Zentrenabgrenzung erfolgte überwiegend parzellenscharf, jedoch nicht grundstücksgenau.

Tabelle 11: Ausstattung

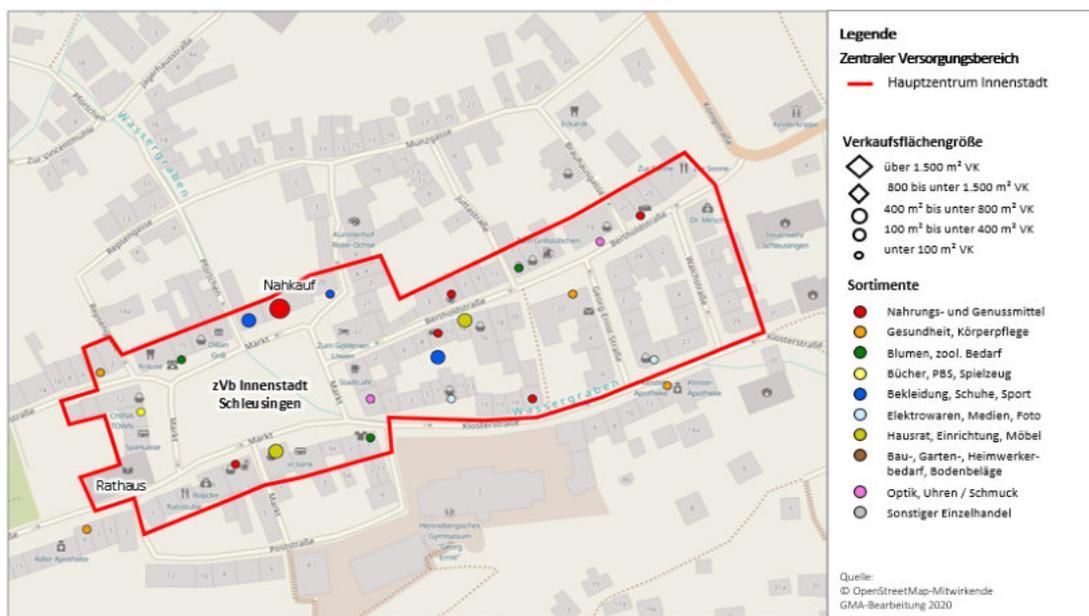
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6	28	530	26
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	3	14	140	7
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	3	14	130	6
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	10	105	5
Bekleidung, Schuhe, Sport	3	14	660	33
Elektrowaren, Medien, Foto	---	---	---	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2	10	340	17
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	---	---	---	---
Optik / Uhren, Schmuck	2	10	115	6
sonstige Sortimente*	---	---	---	---
Einzelhandel insgesamt	21	100	2.020	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

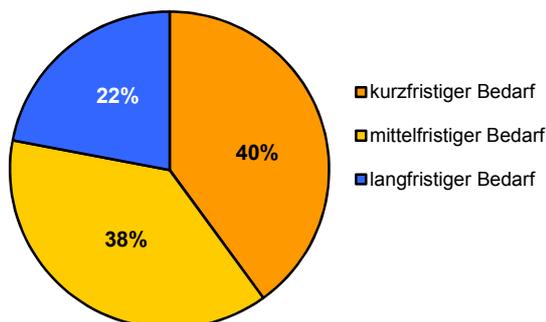
Abbildung 15: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Schleusingen



Komplementärnutzungen (Auswahl)

Stadtverwaltung
Sparkasse, Banken
Krankenkasse
Post- und Paketshop
Gastronomie, Hotellerie, Cafés
konsumorientierte- und Gesundheitsdienstleistungen z.B. Reisebüros, Friseur, Ärzte

Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

/// größer 1.500 m ²	---
/// 800 bis unter 1.500 m ²	---
/// 400 bis unter 800 m ²	Nahkauf
/// bis unter 400 m ²	u. a. NKD, H. Eggers Geschenkehaus, Wohnart zum Wohlfühlen

Angebots- und Nachfragesituation

Die Innenstadt Schleusingen nimmt als Einzelhandelslage mit **insgesamt 21 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 2.020 m² Verkaufsfläche** sowohl im Hinblick auf die Zahl der Einzelhandelsbetriebe als auch verkaufsflächenseitig eine nachgeordnete Stellung im Einzelhandelsgefüge der Stadt ein.

- / Das innerstädtische Einzelhandelsangebot umfasst Waren nahezu **aller Bedarfsbereiche** und weist dabei eine im Wesentlichen kleinteilige Geschäftsstruktur aus vorwiegend kleinteiligen inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben auf. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße liegt bei rd. 96 m² VK (Mittelwert) bzw. ca. 40 m² VK (Median⁴¹).
- / Die **Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkte** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegen in den Branchen Nahrungs- und Genussmittel (6 Betriebe, ca. 530 m² Verkaufsfläche⁴²), Bekleidung / Schuhe / Sport (3 Betriebe, ca. 660 m² Verkaufsfläche) sowie Hausrat, Einrichtung, Möbel (2 Betriebe, ca. 340 m² VK). Die größten Verkaufsflächen in der Innenstadt sind mit 420 m² bzw. 350 m² in den Sortimentsbereichen Nahrungs- und Genussmittel sowie Bekleidung / Schuhe / Sport verortet. Das Sortiment Bekleidung / Schuhe / Sport ist gleichzeitig als innerstädtisches Leitsortiment zu charakterisieren.
- / Neben dem Einzelhandelsangebot verfügt das Hauptzentrum Innenstadt von Schleusingen auch über ein ergänzendes Dienstleistungsangebot (u. a. Ärzte, Sparkasse, Reisebüro). Darüber hinaus sind weitere innenstadtprägende Nutzungen aus den Bereichen Gastronomie, Hotellerie und öffentlicher Verwaltung ansässig.

Städtebauliche Situation

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt umfasst Teile der historischen Innenstadt von Schleusingen. Hinsichtlich der Gebäude- und Bausubstanz wird die Innenstadt v. a. durch den Marktplatz- und straßenbegleitende Blockrandbebauung mit überwiegend mehrgeschossigen Wohngebäuden und markanten roten Ziegeldächern geprägt. Vorherrschend sind Gründerzeitbauten, die größtenteils über Erdgeschosslokalen verfügen. Der Straßenraum ist hier zu großen Teilen gepflastert und nur teilweise befahrbar. Die Bertholdstraße ist hier im Gegensatz zum Marktplatz asphaltiert.



Markt



Mega-Center

Quelle: Stadt Schleusingen, Wikipedia

⁴¹ Damit ist die Hälfte der Betriebe größer als 40 m² VK und die andere Hälfte kleiner als 40 m² VK.
⁴² Verkaufsfläche von Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt.

Leerstandssituation

- /// In der Innenstadt von Schleusingen sind vereinzelt Leerstände vorhanden, die einerseits vor dem Hintergrund der baulichen Strukturen und andererseits auch zum Teil im Zuge üblicher Geschäftsfluktuationen⁴³ zu sehen sind.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Sicherung des Bestandes, Schaffung der Voraussetzungen für Geschäftszusammenlegungen (Richtlinien Denkmalschutz, Leerstandsmanagement)
- /// ergänzende Ansiedlung weiterer kleinerer Anbieter zur Abrundung des Angebotes
- /// weitere Sanierung von Einzelobjekten, weitere Aufwertung des öffentlichen Raumes
- /// Stärkung der Attraktivität rund um den Marktplatz, Forcierung einer integrativen Stadtentwicklung (Wohnen, Leben, Einkaufen, Erleben).

Innenstadt Oberhof

- /// Der **zVb Hauptzentrum Innenstadt Oberhof** umfasst weite Teile der Innenstadt. Er erstreckt sich im Wesentlichen entlang der Nord-Süd-Achse vom Bereich Theo-Neubauer-Straße / Breitscheidstraße im Norden, über die Tambacher Straße bis in die Zellaer Straße im Süden.
- /// Der **innerstädtische Hauptgeschäftsbereich der Oberhofer Innenstadt** wird im Wesentlichen durch zwei Bereiche geprägt: einerseits an der Crawinkler Straße, rund um das Exotarium Oberhof und andererseits an der Gräfenrodaer Straße, im Umfeld des Tegut-Marktes. Hier ist jeweils der stärkste Einzelhandelsbesatz in Oberhof verortet. Insgesamt umfasst der zVb Innenstadt in seiner Nordost-Südwest-Ausdehnung rd. 650 m.
- /// Die Abgrenzung des zVb Hauptzentrum Innenstadt Oberhof orientiert sich an den tatsächlichen örtlichen Verhältnissen, welche im Rahmen der Einzelhandelsbestandserhebung sowie der Vor-Ort-Besichtigung durch die GMA erfasst wurden. Die Zentrenabgrenzung erfolgte überwiegend parzellenscharf, jedoch nicht grundstücksgenau.

⁴³ Leerstände aus Geschäftsfluktuationen sind i. d. R. zeitweilig begrenzt. Dagegen sind strukturelle Leerstände permanent unvermietet, was auf mangelnde Nachfrage i. V. m einem baulich ungeeignetem Zustand zurückzuführen ist.

Ausstattung

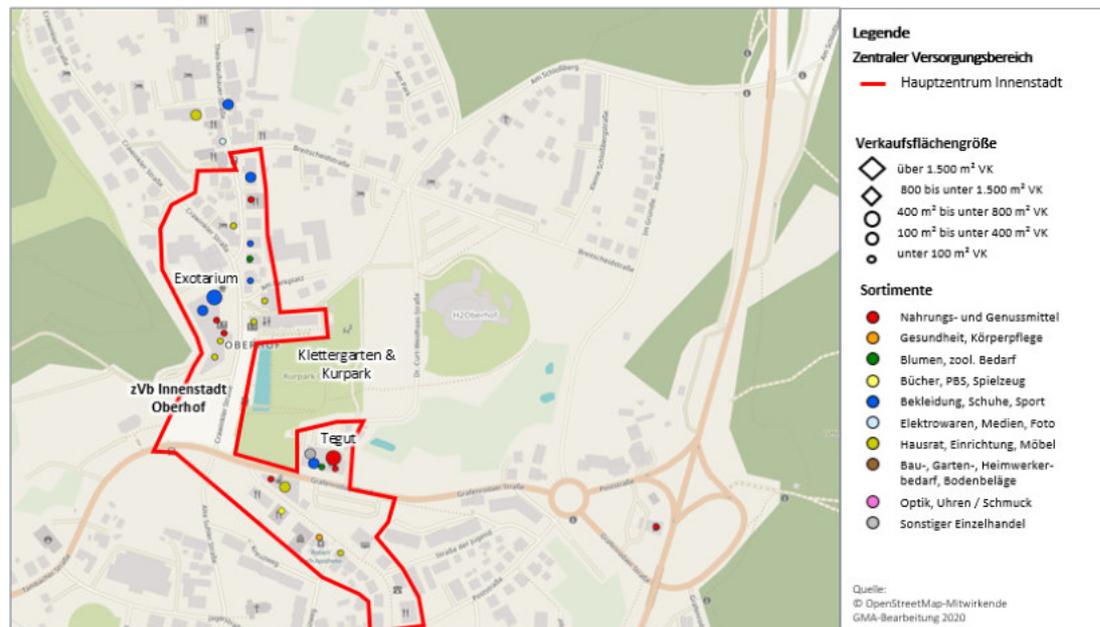
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6	21	750	23
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1	4	40	1
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2	7	80	2
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	4	80	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	7	25	1.515	47
Elektrowaren, Medien, Foto	1	4	15	< 1
Hausrat, Einrichtung, Möbel	9	32	655	20
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	---	---	---	---
Optik / Uhren, Schmuck	---	---	---	---
sonstige Sortimente*	1	4	120	4
Einzelhandel insgesamt	28	100	3.255	100

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Abbildung 16: Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Oberhof



Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VKF in %)
Stadtverwaltung, Kirchen, Museen Banken, Sparkasse, Versicherungen Post- und Paketshops Gastronomie, Hotellerie, Cafés konsumorientierte- und Gesundheitsdienstleistungen z.B. Reisebüros, Friseur, Fitnessstudio, Physiotherapie, Ärzte IHK Südthüringen	<p> ■ kurzfristiger Bedarf ■ mittelfristiger Bedarf ■ langfristiger Bedarf </p>

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

/	größer 1.500 m ²	---
/	800 bis unter 1.500 m ²	---
/	400 bis unter 800 m ²	Sport Luck, Tegut
/	bis unter 400 m ²	u. a. Glasstube Oberhof, Germina Sportwelt, Sport Luck Outlet

Angebots- und Nachfragesituation

- / Die Innenstadt Oberhof ist mit **insgesamt 28 Einzelhandelsbetrieben** und **rd. 3.255 m² Verkaufsfläche** sowohl im Hinblick auf die Zahl der Einzelhandelsbetriebe als auch verkaufsfächenseitig die wesentliche Einkaufslage im Stadtgebiet.
- / Das innerstädtische Einzelhandelsangebot umfasst Waren zahlreicher **Bedarfsbereiche** und weist dabei eine weitestgehend kleinteilige Geschäftsstruktur mit zahlreichen kleinteiligen inhabergeführten Einzelhandelsbetrieben auf. Die durchschnittliche Verkaufsflächengröße liegt bei rd. 116 m² VK (Mittelwert) bzw. ca. 40 m² VK (Median⁴⁴).
- / Der **Betriebs- und Verkaufsflächenschwerpunkt** innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches liegt im Bereich Bekleidung / Schuhe / Sport (7 Betriebe, ca. 1.515 m² Verkaufsfläche). Aufgrund der touristischen Bedeutung von Oberhof als Tourismus- und Wintersportort sind hier vermehrt Betriebe dieser Branche verortet.
- / Neben dem Einzelhandelsangebot verfügt das Hauptzentrum Innenstadt von Oberhof auch über ein ergänzendes Dienstleistungsangebot, vorwiegend aus dem touristischen Bereich (u. a. Gastronomie, Hotellerie, Sparkasse, öffentliche Verwaltung).

⁴⁴ Damit ist die Hälfte der Betriebe größer als 40 m² VK und die andere Hälfte kleiner als 40 m² VK.

Städtebauliche Situation

Der zentrale Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt erstreckt sich über weite Teile der Innenstadt von Oberhof. Hinsichtlich der Gebäude- und Bausubstanz wird diese durch überwiegend lockere Bebauung entlang der Straßenzüge geprägt. Im nördlichen Bereich dominieren dabei freistehende, teilweise villenartige Ein- und Mehrfamilienhäuser, während im südlichen Bereich bzw. südlich der Gräfenrodaer Straße auch traditionelle Wohnhäuser, moderne Mehrfamilienhäuser sowie straßenbegleitender Geschosswohnungsbau vorhanden ist.

Der Straßenraum ist hier weitestgehend asphaltiert und nur im Bereich des Stadtplatzes, nördlich der Gräfenrodaer Straße gepflastert und nur teilweise befahrbar. Der zVb Innenstadt ist durchgängig befahrbar. Außenverkauf und Außengastronomie finden sich in einigen Straßenabschnitten.



Umfeld im Bereich des Exotariums



Blick vom Exotarium nach Süden

GMA-Aufnahmen 2020

Leerstandssituation

- /// In der Oberhofer Innenstadt waren zum Zeitpunkt der Besichtigung keine einzelhandelsbezogenen Leerstände erkennbar.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Sicherung des Bestandes; ergänzende Ansiedlung weiterer kleinerer Anbieter zur Abrundung des Angebotes.

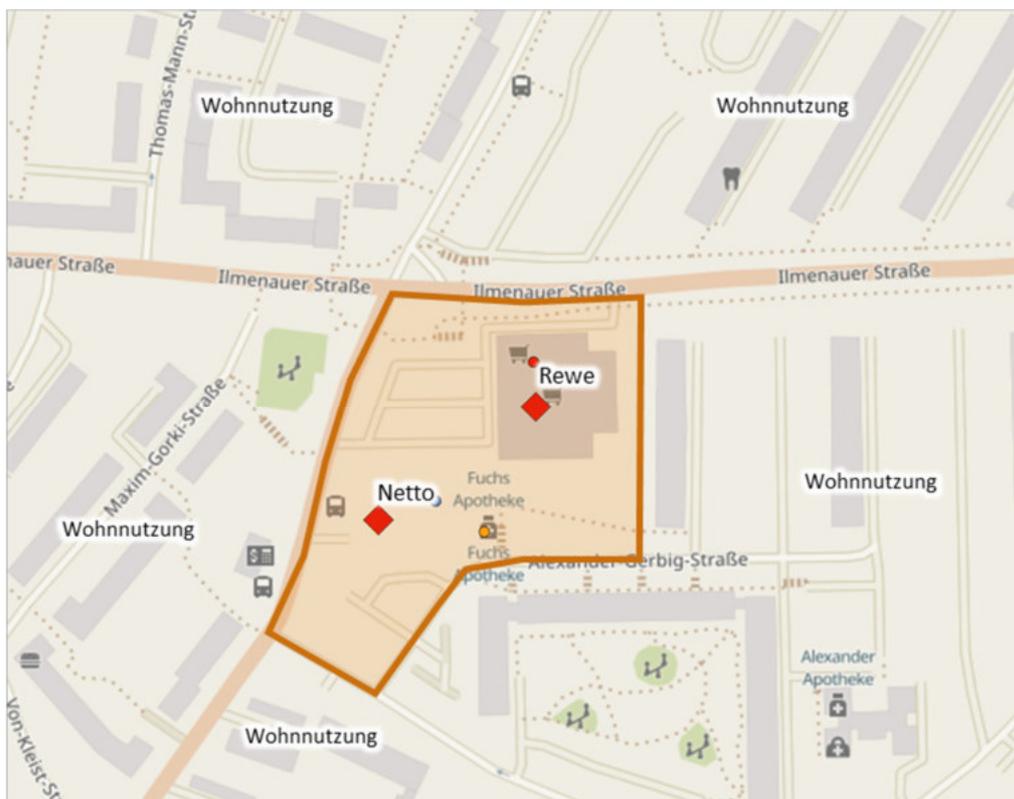
3.3.2 Nahversorgungszentren

Nahversorgungszentrum Ilmenauer Straße

Räumliche Situation

Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Ilmenauer Straße ist im Osten von Suhl, im östlichen Kreuzungsbereich Ilmenauer Straße / Martin-Andersen-Nexö-Straße gelegen. Das Zentrum wird von den beiden genannten Straßen begrenzt. Neben einem Rewe Supermarkt und einem Netto Lebensmittelmarkt als Ankermieter sind hier kleinteilige ergänzende Einzelhandelsbetriebe als Konzessionäre ansässig. Dazu zählt ein gemeinsamer, vorgelagerter Parkplatz.

Abbildung 17: NVZ Ilmenauer Straße in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

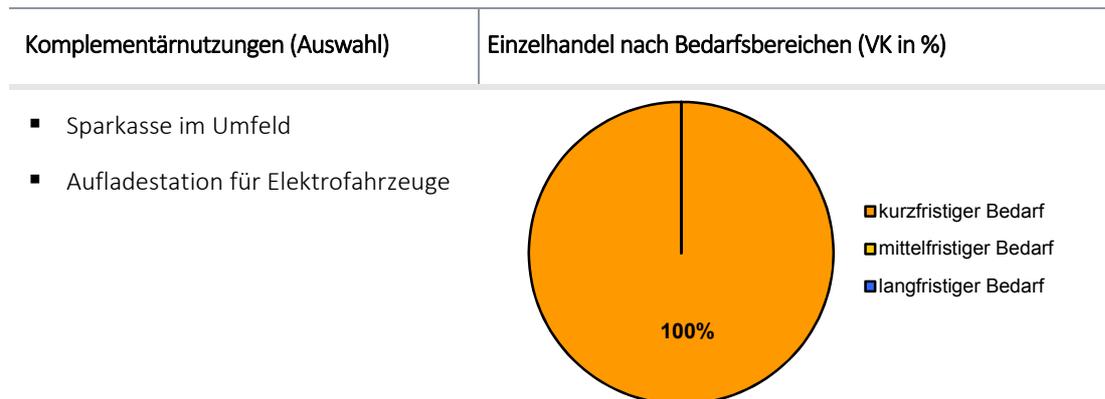
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	75	2.405	97
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1	25	70	3
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	4	100	2.475	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- | | |
|--------------------------------------|--------------------|
| ▪ größer 1.500 m ² | ▪ --- |
| ▪ 800 bis unter 1.500 m ² | ▪ Rewe und Netto |
| ▪ 400 bis unter 800 m ² | ▪ --- |
| ▪ bis unter 400 m ² | ▪ Bäcker, Apotheke |

Versorgungsgebiet

- umgebende Wohngebiete und Teile des östlichen Stadtgebietes

Angebots- und Nachfragesituation

- Das Nahversorgungszentrum weist mit insgesamt 4 Einzelhandelsbetrieben und rd. 2.475 m² Verkaufsfläche eine sehr gute Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für ein Nahversorgungszentrum auf. Im Bereich der Nahversorgung sind im Wesentlichen der Rewe Supermarkt und der Netto Lebensmittelmarkt zu nennen. Weitere kleinteilige Anbieter des kurzfristigen Bedarfes (Bäckerei, Apotheke) runden das Angebot ab.
- Die Versorgungsfunktion des Standortes beschränkt sich auf die umliegenden Bereiche bzw. Wohngebiete.

Städtebauliche Situation

- Das Umfeld des Nahversorgungszentrums Ilmenauer Straße wird im Wesentlichen durch Geschosswohnungsbau geprägt.
- Insgesamt besteht ein hohes Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Somit übernimmt der Standort wesentliche Nahversorgungsfunktionen für die im Umfeld lebende Bevölkerung bzw. für den Nahbereich.
- Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Ilmenauer Straße und die Andersen-Nexö-Straße gesichert. Direkt am Standort befindet sich darüber hinaus die gleichnamige Bushaltestelle.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung des Bestandes,
- Ansiedlung ergänzender, kleinerer nahversorgungsrelevanter Nutzungen einschließlich Dienstleistungen.

Nahversorgungszentrum Rimbachstraße

Räumliche Situation

- Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Rimbachstraße ist im östlichen Teil des Suhler Stadtgebietes verortet. Das Zentrum umfasst i. W. ein kleines, nördlich der Rimbachstraße angesiedeltes Gebäudeensemble. Neben einem kleinen nahkauf Supermarkt als Ankermieter sind ergänzend noch Lebensmittelhandwerker vorhanden. Ein nördlich vorgelagerter Parkplatz zählt ebenfalls zum NVZ.

Abbildung 18: NVZ Rimbachstraße in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

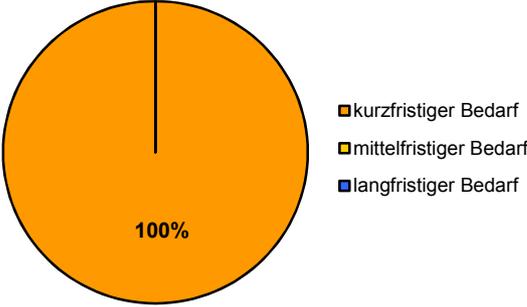
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	100	625	100
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	3	100	625	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)								
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Friseur ▪ Sparkasse ▪ Versicherung ▪ Tierarzt ▪ Pflegedienst und Physiotherapie 	 <p>100%</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ kurzfristiger Bedarf ■ mittelfristiger Bedarf ■ langfristiger Bedarf 								
<p>Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</p> <table border="0"> <tr> <td>▪ größer 1.500 m²</td> <td>▪ ---</td> </tr> <tr> <td>▪ 800 bis unter 1.500 m²</td> <td>▪ ---</td> </tr> <tr> <td>▪ 400 bis unter 800 m²</td> <td>▪ Nahkauf</td> </tr> <tr> <td>▪ bis unter 400 m²</td> <td>▪ Lebensmittelhandwerker</td> </tr> </table>		▪ größer 1.500 m ²	▪ ---	▪ 800 bis unter 1.500 m ²	▪ ---	▪ 400 bis unter 800 m ²	▪ Nahkauf	▪ bis unter 400 m ²	▪ Lebensmittelhandwerker
▪ größer 1.500 m ²	▪ ---								
▪ 800 bis unter 1.500 m ²	▪ ---								
▪ 400 bis unter 800 m ²	▪ Nahkauf								
▪ bis unter 400 m ²	▪ Lebensmittelhandwerker								
<p>Versorgungsgebiet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ umliegende Wohngebiete 									

Angebots- und Nachfragesituation

- / Das Nahversorgungszentrum weist mit insgesamt 3 Einzelhandelsbetrieben und rd. 625 m² Verkaufsfläche eine unterdurchschnittliche Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für ein Nahversorgungszentrum auf. Im Bereich der Nahversorgung ist im Wesentlichen der Nahkauf Lebensmittelmarkt zu nennen, der angebotsseitig durch zwei Lebensmittelhandwerker ergänzt wird.
- / Die am Standort vorhandenen Einzelhandelsbetriebe übernehmen im Wesentlichen Versorgungsfunktionen v. a. für die umliegenden Wohngebiete

Städtebauliche Situation

- / Das Umfeld des Nahversorgungszentrums Rimbachstraße wird im Wesentlichen durch Wohnnutzungen geprägt. Im Westen sind zudem eine Pension, ein Ärztehaus und eine Musikschule vorhanden.
- / Insgesamt besteht ein eher geringes Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich, welches sich jedoch durch in Planung befindliche Wohnanlagen künftig vergrößern wird. Dennoch übernimmt der Standort wesentliche Nahversorgungsfunktionen v. a. für die im Umfeld lebende Bevölkerung.
- / Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Rimbachstraße gegeben, die als Erschließungsstraße des östlichen Stadtgebietes fungiert.

Entwicklungspotenziale und Ziele

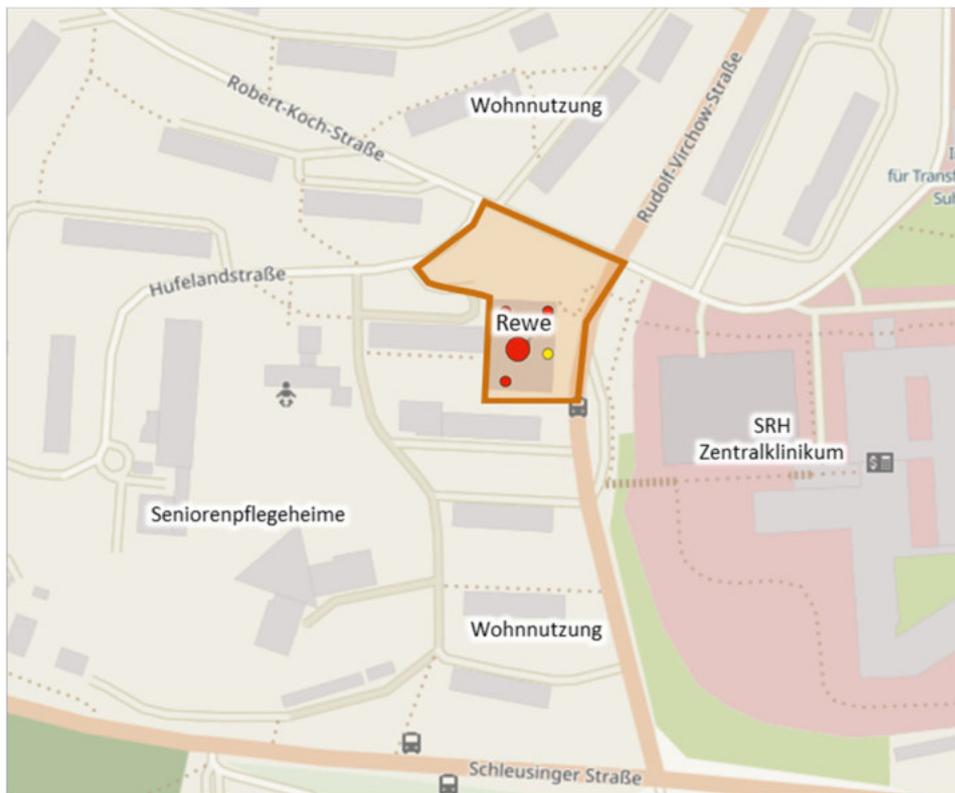
- / Sicherung des Bestandes und Modernisierung/ Erweiterung des Lebensmittelmarktes mit einer modernen, jedoch auch weiterhin verträglichen Verkaufsflächengröße im Hinblick auf wohnartnahe Kaufkraftpotenziale und damit keinen nachhaltig negativen Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche (vgl. dazu auch Pkt. IV, 5.1.2.)

Nahversorgungszentrum Döllberg

Räumliche Situation

- Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Döllberg ist im Südosten von Suhl gelegen und wird von den Straßen Rudolf-Virchow-Straße im Osten und Robert-Koch-Straße im Norden begrenzt.
- Das NVZ besteht i. W. aus einer Einzelhandelsimmobilie bzw. einem Rewe-Lebensmittelmarkt, woran westlich ein mehrgeschossiges Wohnhaus angrenzt. Nördlich des Marktes ist ein Parkplatz vorgelagert. Neben dem Rewe Supermarkt als Ankermieter sind hier noch ergänzende kleinteilige Anbieter (Lebensmittelhandwerker, Kiosk) vorhanden.

Abbildung 19: NVZ Döllberg in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

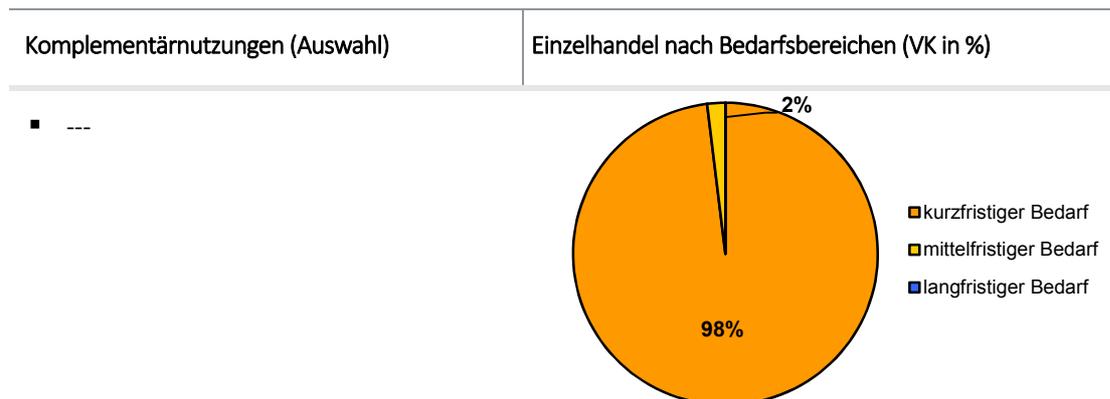
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	75	770	98
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	25	15	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	4	100	785	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ■ größer 1.500 m² ■ 800 bis unter 1.500 m² ■ 400 bis unter 800 m² ■ bis unter 400 m² | <ul style="list-style-type: none"> ■ --- ■ --- ■ Rewe ■ u. a. Lebensmittelhandwerker, Kiosk |
|---|---|

Versorgungsgebiet

- umliegende Wohngebiete

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Das Nahversorgungszentrum weist mit insgesamt 4 Einzelhandelsbetrieben und rd. 785 m² Verkaufsfläche eine unterdurchschnittliche Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für ein Nahversorgungszentrum auf. Der Verkaufsflächenschwerpunkt liegt im kurzfristigen Bedarfsbereich.
- /// Als Ankermieter fungiert ein kleiner Rewe Supermarkt. Ergänzend sind Lebensmittelhandwerker und ein Kiosk ansässig.
- /// Die Versorgungsfunktion des Standortes erstreckt sich auf die umliegenden Wohngebiete.

Städtebauliche Situation

- /// Das NVZ ist in die umliegende Wohnbebauung integriert. Südlich, westlich und nördlich schließt sich mehrgeschossiger, verdichteter Wohnungsbau an. Im Osten ist das SRH Zen-tralklinikum Suhl verortet. Insgesamt wird das Umfeld des NVZ stark durch Wohnnutzung geprägt.
- /// Es besteht durch die teils dichte Wohnbebauung ein vergleichsweise hohes Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Vor allem für diese Bereiche über-nimmt der Standort wesentliche Nahversorgungsfunktionen.
- /// Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist v. a. über die Rudolf-Virchow-Straße gege-ben, die als eine wesentliche Erschließungsstraße des östlichen Stadtgebietes von Suhl fungiert. Direkt östlich von der Rudolf-Virchow-Straße Straße ist eine ÖPNV-Haltestelle „Döllberg / Klinikum“ eingerichtet.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Sicherung des Bestandes,
- /// zeitgemäße Verkaufsflächenerweiterung des bestehenden Rewe-Marktes und
- /// Ansiedlung ergänzender Angebote und Nutzungen.

Nahversorgungszentrum Lautenberg

Räumliche Situation

- /// Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Lautenberg ist im westlichen Stadtgebiet von Suhl gelegen, in der Lautenbergsiedlung. Er erstreckt sich südlich der Lin-senhofer Straße und umfasst i. W. zwei Gewerbeimmobilien: Tegut im Osten und eine Immobile westlich der Richard-Wagner-Straße.
- /// Das Angebot des ansässigen Lebensmittelmarktes wird durch weitere kleinteilige Anbieter ergänzt.

Abbildung 20: NVZ Lautenberg in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

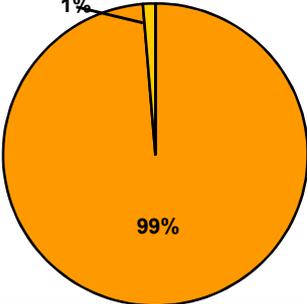
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	5	71	720	96
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	14 – 15	20	3
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	14 – 15	10	1
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	7	100	750	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sparkasse ▪ Imbiss ▪ Deutsche Post ▪ Friseur 	 <p>Legend: ■ kurzfristiger Bedarf ■ mittelfristiger Bedarf ■ langfristiger Bedarf</p>		
<p>Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ Tegut ▪ u. a. Lebensmittelhandwerker </td> </tr> </table>		<ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ Tegut ▪ u. a. Lebensmittelhandwerker
<ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ Tegut ▪ u. a. Lebensmittelhandwerker 		
<p>Versorgungsgebiet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Siedlungsbereich Lautenberg 			

Angebots- und Nachfragesituation

- / Das Nahversorgungszentrum weist mit insgesamt 7 Einzelhandelsbetrieben und rd. 750 m² Verkaufsfläche eine unterdurchschnittliche Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für ein Nahversorgungszentrum auf, wenngleich verschiedene nahversorgungsrelevante Betriebe vorhanden sind. Im Bereich der Nahversorgung ist auf eine Tegut Lebensmittelmarkt hinzuweisen, der durch das Angebot eines kleinen Getränkemarktes und mehrerer Lebensmittelhandwerker ergänzt wird. Darüber hinaus sind auch ein Blumenladen und ein Kiosk vorhanden.
- / Die Betriebe sind im Wesentlichen an zwei Standorten südlich der Linsenhofer Straße ansässig und bilden ein „Knochenprinzip“ (vgl. Abbildung 17). Im Umfeld des Tegut-Marktes sind noch verschiedene Dienstleister und Imbiss-Betriebe vorhanden.
- / Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums bzw. der ansässigen Betriebe erstreckt sich auf den Siedlungsbereich der Lautenbergsiedlung.

Städtebauliche Situation

- / Das Umfeld des Nahversorgungszentrums Lautenberg wird durch heterogene Nutzungen geprägt, wobei Wohnbebauung dominiert. Im Westen und Osten des NVZ erstreckt sich weitläufig Wohnbenutzung mit vorwiegend Eigenheimbebauung entlang der Straßenzüge. Nördlich ist das Areal der Gemeinschaftsschule Lautenberg gelegen, während südlich das Gelände des „Staatlich gewerblich-kaufmännischen Berufsbildungszentrums Suhl“ angrenzt.

- / Insgesamt besteht v.a. durch die umliegende Wohnbebauung ein höheres Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Der Standort bzw. das NVZ übernimmt wesentliche Nahversorgungsfunktionen v. a. für die im Umfeld lebende Bevölkerung bzw. den Siedlungsbereich Lautenberg.
- / Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Linsenhofer Straße gegeben, die als wesentliche Erschließungsstraße im Siedlungsbereich Lautenberg fungiert. Darüber hinaus ist an der Linsenhofer Straße eine gleichnamige ÖPNV-Haltestelle „Lautenberg“ eingerichtet.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- / Sicherung des Bestandes, ggf. Ausbau und Modernisierung des Tegut-Marktes und des kleinteiligen Einzelhandels im nahversorgungsrelevanten Bereich sowie hinsichtlich ergänzender Nutzungen.

Nahversorgungszentrum Jägerhausstraße

Räumliche Situation

- / Der zentrale Versorgungsbereich Nahversorgungszentrum Jägerhausstraße ist nördlich der Innenstadt von Schleusingen, östlich der Jägerhausstraße gelegen. Die Zufahrt erfolgt von der Jägerhausstraße. Das NVZ umfasst dabei drei Immobilien, die um einen gemeinsam genutzten Parkplatz gruppiert sind. Neben einem Lidl Lebensmittelmarkt als Ankermieter sind hier kleinteilige ergänzende Einzelhandelsbetriebe ansässig.

Abbildung 21: NVZ Jägerhausstraße in Schleusingen



© OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

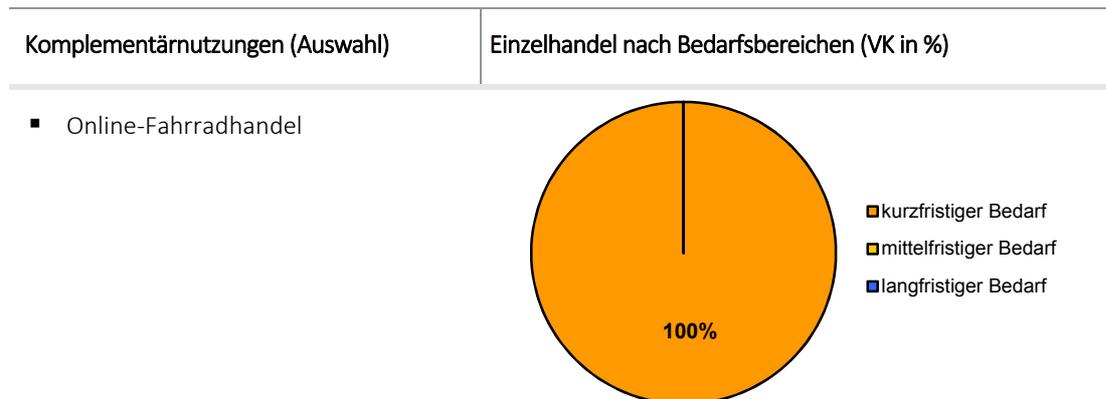
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	100	1.460	100
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	4	100	1.460	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- größer 1.500 m²
- 800 bis unter 1.500 m²
- 400 bis unter 800 m²
- bis unter 400 m²
-
- Lidl
- Sagasser Getränkemarkt
- Lebensmittelhandwerker

Versorgungsgebiet

- umgebende Wohngebiete und Teile des nördlichen Stadtgebietes und der Innenstadt

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Das Nahversorgungszentrum weist mit insgesamt 4 Einzelhandelsbetrieben und rd. 1.460 m² Verkaufsfläche eine gute Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für ein Nahversorgungszentrum auf. Im Bereich der Nahversorgung ist i. W. der Lidl Lebensmittelmarkt zu nennen. Weitere kleinteilige Anbieter des kurzfristigen Bedarfs (Lebensmittelhandwerker und Getränkemarkt) runden das Angebot ab.
- /// Die Versorgungsfunktion des Standortes erstreckt sich auf die umliegenden Bereiche bzw. Wohngebiete sowie teilweise die nördliche Kernstadt und die Innenstadt.

Städtebauliche Situation

- /// Das Umfeld des Nahversorgungszentrums Jägerhausstraße wird i. W. durch wohngenutzte Bereiche in lockerer straßenbegleitender Bebauung geprägt.
- /// Insgesamt besteht ein gewisses Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Auch die Innenstadt von Schleusingen ist vom Lidl-Standort aus gut fußläufig erreichbar. Somit übernimmt der Standort wesentliche Nahversorgungsfunktionen für die im Umfeld lebende Bevölkerung.
- /// Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Jägerhausstraße bzw. Suhler Straße gesichert.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Sicherung des Bestandes, Ansiedlung ergänzender nahversorgungsrelevanter Nutzungen.

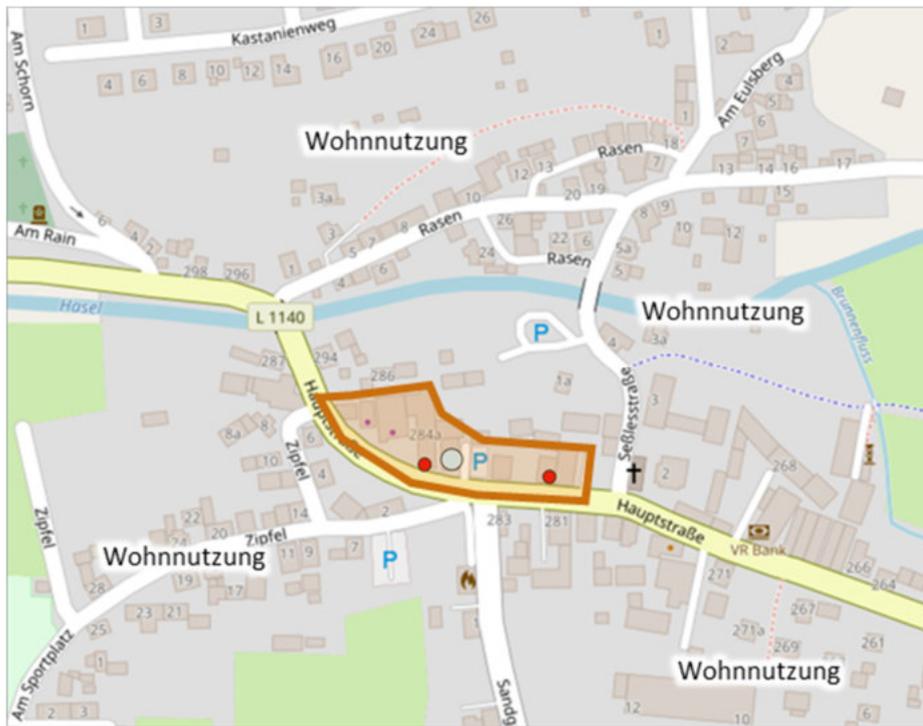
3.3.3 Ortsteilzentren

Ortsteilzentrum Dietzhausen in Suhl

Räumliche Situation

- /// Der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Dietzhausen ist westlich der Kernstadt Suhl, im Ortsteil Dietzhausen gelegen. Er erstreckt sich nördlich der Hauptstraße, von der Straße Zipfel im Westen bis zur Seßlesstraße im Osten. Das NVZ erstreckt sich auf die hier vorhandene kleinteilige straßenbegleitende Bebauung.
- /// Entlang der Hauptstraße sind hier mehrere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe ansässig, welche eine gewisse Grundversorgung für die Bevölkerung in Dietzhausen gewährleisten. Ergänzend sind vereinzelt auch gewerbliche Nutzungen vorhanden.

Abbildung 22: OTZ Dietzhausen in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

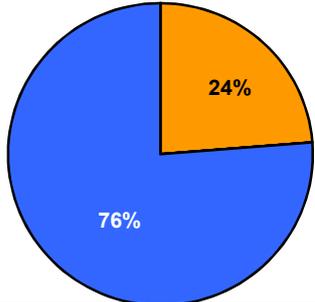
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2	50	40	15
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	1	25	150	57
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	25	75	34
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	4	100	265	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)		
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Beauty-Salon / Friseur ▪ Paketshop 	 <p>A pie chart illustrating the distribution of retail sales volume (VK) by demand horizon. The chart is divided into two segments: a large blue segment representing long-term demand (76%) and a smaller orange segment representing short-term demand (24%). A legend to the right of the chart identifies the colors: orange for 'kurzfristiger Bedarf' (short-term demand), yellow for 'mittelfristiger Bedarf' (medium-term demand), and blue for 'langfristiger Bedarf' (long-term demand).</p>		
<p>Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</p> <table border="0" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² </td> <td style="width: 50%; vertical-align: top;"> <ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ --- ▪ u. a. Lebensmittelhandwerker, Elektronikgeschäft, Gartenmarkt </td> </tr> </table>		<ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ --- ▪ u. a. Lebensmittelhandwerker, Elektronikgeschäft, Gartenmarkt
<ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ --- ▪ u. a. Lebensmittelhandwerker, Elektronikgeschäft, Gartenmarkt 		
<p>Versorgungsgebiet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rudimentäre Versorgungsfunktionen für den Ortsteil Dietzhausen. 			

Angebots- und Nachfragesituation

- / Das Ortsteilzentrum weist mit insgesamt 4 Einzelhandelsbetrieben und rd. 265 m² Verkaufsfläche eine stark unterdurchschnittliche Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für ein Ortsteilzentrum auf, wenngleich die ansässigen Betriebe gewisse Grundversorgungsfunktionen übernehmen.
- / Im Bereich der Nahversorgung sind hier zwei Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker und Fleischer) vorhanden. Ergänzende kleinteilige Anbieter des mittel- und langfristigen Bedarfes (Elektronikfachgeschäft, Gartenmarkt) runden das Angebot ab. Darüber hinaus sind vereinzelt Dienstleistungsangebote etabliert.
- / Das OTZ übernimmt gewisse, wenn auch nur rudimentäre Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung des Ortsteils Dietzhausen.

Städtebauliche Situation

- / Das OTZ liegt im Ortskern des Ortsteils Dietzhausen und fügt sich in die umgebende Bebauung ein. Rund um das Ortsteilzentrum ist Wohnbebauung in lockerer straßenbegleitender Bebauung vorhanden. Nördlich erstreckt sich zudem ein Wohngebiet aus vorwiegend Eigenheimen.
- / Insgesamt besteht durch die umgebende Wohnbebauung ein gewisses Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Somit übernimmt der Standort für die Bevölkerung von Dietzhausen Nahversorgungsfunktionen.

- Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Hauptstraße gegeben, die als wesentliche Achse durch den Ortsteil führt und diesen an die Kernstadt Suhl an- und mit den anderen Ortsteilen verbindet.

Entwicklungspotenziale und Ziele

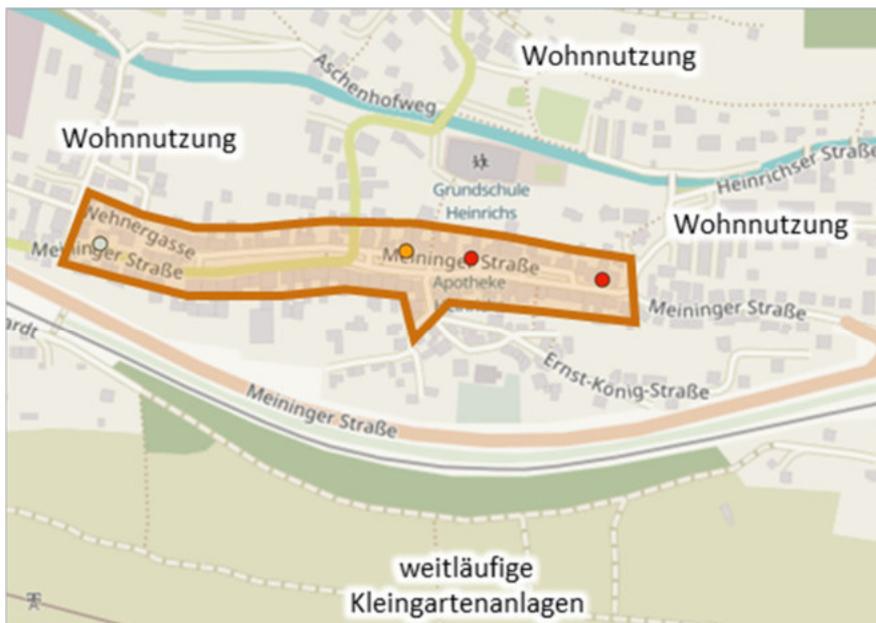
- Sicherung des Bestandes.

Ortsteilzentrum Heinrichser Straßenmarkt in Suhl

Räumliche Situation

- Der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Heinrichser Straßenmarkt ist ebenfalls westlich der Kernstadt Suhl, im Ortsteil Heinrichs gelegen. Er erstreckt sich i. W. über den gleichnamigen Heinrichser Straßenmarkt mit der umgebenden Bebauung, von der Meininger Straße / Wehnerstraße im Westen bis zur Leonhard-Frank-Straße im Osten.
- Entlang des Heinrichser Straßenmarktes sind hier mehrere kleinteilige Einzelhandelsbetriebe ansässig, welche die Grundversorgung für die Bevölkerung im Ortsteil Heinrichs unterstützen, jedoch nicht grundlegend gewährleisten. Ergänzend sind auch vereinzelte gewerbliche Nutzungen vorhanden.

Abbildung 23: OTZ Heinrichser Straßenmarkt in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2	40	40	40
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	1	20	25	25
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	1	20	15	15
Hausrat, Einrichtung, Möbel	1	20	20	20
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	5	100	100	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Volkshochschule ▪ Gastronomie / Café ▪ Ärzte ▪ Friseur ▪ Pension ▪ Post 	<p> ■ kurzfristiger Bedarf ■ langfristiger Bedarf </p>
<p>Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ --- ▪ u. a. Lebensmittelhandwerker, Apotheke, Elektronikgeschäft, Geschäft für Heimtextilien
<p>Versorgungsgebiet</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Rudimentäre Versorgungsfunktionen für den Ortsteil Heinrichs. 	

Angebots- und Nachfragesituation

- Das Ortsteilzentrum weist mit insgesamt 5 Einzelhandelsbetrieben und rd. 100 m² Verkaufsfläche eine stark unterdurchschnittliche Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für ein Ortsteilzentrum auf, wenngleich die ansässigen Betriebe gewissen Grundversorgungsfunktionen für Heinrichs übernehmen und so auch die Attraktivität der besonderen Lage erhalten.
- Im Bereich der Nahversorgung sind hier zwei Betriebe des Lebensmittelhandwerks (Bäcker und Fleischer) vorhanden. Ergänzend runden vereinzelte kleinteilige Arbeiter (u. a. Apotheke, Elektronikfachgeschäft, Geschäft für Heimtextilien) das Angebot ab. Darüber hinaus sind einige gewerbliche Nutzungen und Dienstleistungsangebote vorhanden.
- Das OTZ übernimmt, wenn auch nur bedingt, Versorgungsfunktionen für die Bevölkerung des Ortsteils Heinrichs.

Städtebauliche Situation

- Das OTZ liegt im Ortskern des Ortsteils Heinrichs und erstreckt sich i. W. über den historischen Straßenmarkt (Straßenanger) und die umgebende Bebauung mit den roten Ziegeldächern. Rund um das Ortsteilzentrum ist Wohnbebauung in lockerer straßenbegleitender Bebauung vorhanden.
- Insgesamt besteht durch die umgebende Wohnbebauung ein gewisses Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Somit übernimmt der Standort für die Bevölkerung von Heinrichs eine gewisse Nahversorgungs- und Zentrenfunktion für den Ortsteil.
- Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die (alte) Meininger Straße gegeben, deren Fahrbahnen beidseitig des Heinrichser Straßenmarktes verlaufen. Die Straße mündet in die (neue) Meininger Straße, die als Ortsumgehung um den Ortsteil Heinrichs führt. Darüber hinaus ist am Heinrichser Straßenmarkt die ÖPNV-Haltstelle „Heinrichs, Rathaus“ eingerichtet.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung des Bestandes.

Ortsteilzentrum Heidersbach / Goldlauter in Suhl

Räumliche Situation

- Der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Heidersbach / Goldlauter ist im nordöstlichen Siedlungsgebiet von Suhl gelegen, im Ortsteil Heidersbach / Goldlauter. Er umfasst i. W. das östlich der Zellaer Straße gelegene Areal des ansässigen Norma-Marktes, inkl. Nebengebäude.
- Das Angebot des ansässigen Lebensmittelmarktes wird durch weitere kleinteilige Anbieter ergänzt.

Abbildung 24: OTZ Heidersbach / Goldläuter in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende
GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

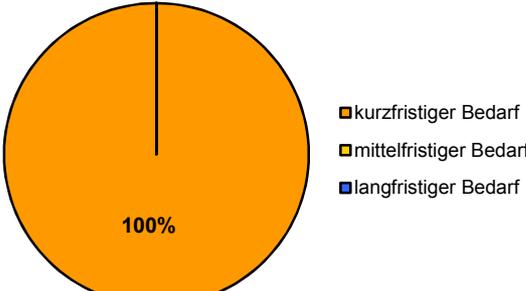
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2	67	735	97
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	33	20	3
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	3	100	755	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sparkassenautomat ▪ Postkasten / Paketstation 	
Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ Norma ▪ u. a. Fleischer, Blumenladen
Versorgungsgebiet	
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Ortsteil Heiderbach / Goldlauter 	

Angebots- und Nachfragesituation

- / Das Ortsteilzentrum weist mit insgesamt 3 Einzelhandelsbetrieben und rd. 755 m² Verkaufsfläche eine angemessene, wenngleich ausbaufähige Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für Heidersbach / Goldlauter auf. Im Bereich der Nahversorgung ist auf einen Norma Lebensmittelmarkt hinzuweisen, der durch das Angebot eines Fleischer und eines Blumenladens ergänzt wird.
- / Die Betriebe sind in einer L-förmigen Immobile untergebracht. Ein Parkplatz ist der Immobilie vorgelagert.
- / Die Versorgungsfunktion des Nahversorgungszentrums bzw. der ansässigen Betriebe erstreckt sich auf den Ortsteil Heidersbach / Goldlauter.

Städtebauliche Situation

- / Das Umfeld des Ortsteilzentrums Heidersbach / Goldlauter wird durch heterogene Nutzungen geprägt, wobei Wohnbebauung dominiert. Im Osten und Süden sowie westlich der Zellaer Straße schließt Wohnnutzung mit vorwiegend Eigenheimbebauung an. Nördlich sind die zu einer Wohnanlage umgebaute ehemalige Grundschule und die Feuerwehr Goldlauter verortet.
- / Insgesamt übernimmt der Standort bzw. das OTZ wesentliche Nahversorgungsfunktionen v. a. für die im Umfeld lebende Bevölkerung bzw. die Ortsteile Goldlauter und Heidersbach.
- / Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist i. W. über die Zellaer Straße gegeben, die als wesentliche Verbindungs- und Erschließungsstraße der nordöstlichen Ortsteile von Suhl fungiert. Darüber hinaus ist ca. 50 m nördlich des Norma-Marktes eine gleichnamige ÖPNV-Haltestelle „Goldlauter, Schule“ eingerichtet.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- // Sicherung des Bestandes,
- // ggf. Ausbau und Modernisierung des Norma-Marktes und des kleinteiligen Einzelhandels im nahversorgungsrelevanten Bereich sowie
- // Etablierung ergänzender Nutzungen.

Ortsteilzentrum Schmiedefeld am Rennsteig in Suhl

Räumliche Situation

- // Der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Schmiedefeld a.R. ist im östlichen Siedlungsgebiet von Suhl gelegen, im Ortsteil Schmiedefeld am Rennsteig. Er umfasst das nördlich der Brunnenstraße gelegenen Grundstück des ansässigen Rewe-Marktes. Östlich ist das Informationsgebäude des „UNESCO Biosphärenreservates Thüringer Wald“ verortet.
- // Das Angebot des ansässigen Lebensmittelmarktes wird durch weitere kleinteilige Anbieter und Dienstleister ergänzt.

Abbildung 25: OTZ Schmiedefeld am Rennsteig in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

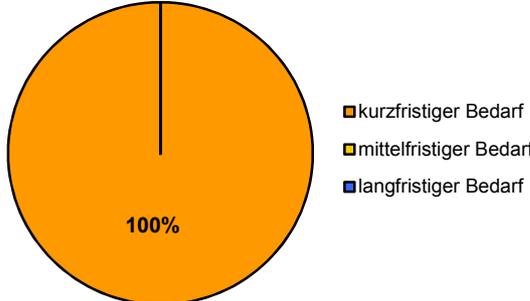
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	2	100	1.450	100
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	-	-	-	-
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	-	-	-	-
Bücher, Schreib- / Spielwaren	-	-	-	-
Bekleidung, Schuhe, Sport	-	-	-	-
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	-	-
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	-	-
sonstige Sortimente*	-	-	-	-
Einzelhandel insgesamt	2	100	1.450	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sparkassenautomat im Umfeld ▪ Kultureinrichtung im Umfeld 	

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- | | |
|--------------------------------------|----------------|
| ▪ größer 1.500 m ² | ▪ --- |
| ▪ 800 bis unter 1.500 m ² | ▪ Rewe |
| ▪ 400 bis unter 800 m ² | ▪ --- |
| ▪ bis unter 400 m ² | ▪ u. a. Bäcker |

Versorgungsgebiet

- Ortsteil Schmiedefeld am Rennsteig

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Das Ortsteilzentrum weist mit insgesamt 2 Einzelhandelsbetrieben und rd. 1.450 m² Verkaufsfläche eine gute, aber ausbaufähige Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung für ein Ortsteilzentrum auf, v. a. im Hinblick auf die Anzahl der ansässigen Betriebe und ergänzenden Nutzungen.
- /// Die ansässigen Betriebe sind in einer großen, zeitgemäßen Immobilie untergebracht, wobei der Bäcker als Konzessionär des Rewe-Marktes fungiert.
- /// Die Versorgungsfunktion des Ortsteilzentrums bzw. der ansässigen Betriebe erstreckt sich auf den Ortsteil Schmiedefeld am Rennsteig.

Städtebauliche Situation

- /// Das Umfeld des Ortsteilzentrums Schmiedefeld wird i. W. durch Wohnbebauung dominiert: südlich westlich und nördlich erstreckt sich lockere Wohnbebauung, östlich ist das Informationsgebäude des „UNESCO Biosphärenreservates Thüringer Wald“ errichtet.
- /// Insgesamt übernimmt der Standort bzw. das OTZ wesentliche Nahversorgungsfunktionen v. a. für die im Umfeld lebende Bevölkerung bzw. den Ortsteil Schmiedefeld.
- /// Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist i. W. über die Brunnenstraße (L 1140) gegeben, die als wesentliche Verbindungs- und Erschließungsstraße mit der Kernstadt Suhl fungiert. Direkt am Standort ist zudem die ÖPNV-Haltestelle „Schmiedefeld, Kino“ eingerichtet.

Entwicklungspotenziale und Ziele

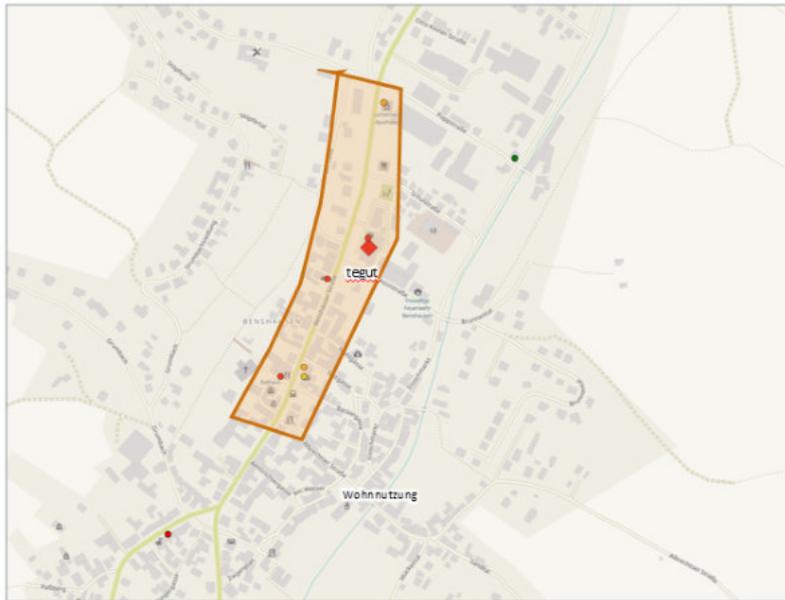
- /// Sicherung des Bestandes,
- /// Ausbau des kleinteiligen Einzelhandels im nahversorgungsrelevanten Bereich sowie
- /// ergänzende Nutzungen.

Ortsteilzentrum Benshausen

Räumliche Situation

Der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Benshausen befindet sich westlich der Kernstadt Zella-Mehlis entlang der auslaufenden Bundesstraße B 62. Die ehemals eigenständige Gemeinde Benshausen wurde zu Beginn 2019 zu Zella-Mehlis eingemeindet, der ZVB OTZ erstreckt sich dabei entlang der Hauptstraße und grenzt durch die Hauptstraße in Norden und die Albrecht-Zeyher-Straße im Süden.

Abbildung 26: OTZ Benshausen



© OpenStreetMap-Mitwirkende,
GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	3	50	1.240	94
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	33	50	4
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	---	---	---	---
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	17	30	2
Bekleidung, Schuhe, Sport	---	---	---	---
Elektrowaren, Medien, Foto	---	---	---	---
Hausrat, Einrichtung, Möbel	---	---	---	---
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	---	---	---	---
Optik / Uhren, Schmuck	---	---	---	---
sonstige Sortimente*	---	---	---	---
Einzelhandel insgesamt	6	100	1.320	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Angebots- und Nachfragesituation

- /// Das Ortsteilzentrum verfügt derzeit über 5 kleinteilige Einzelhandelsbetrieben und einen Lebensmitteldiscounter mit insges. rd. 1.240 m² Verkaufsfläche. Damit weist das OTZ eine noch gute, aber ausbaufähige Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung auf, v. a. im Hinblick auf die Anzahl der ansässigen Betriebe und ergänzenden Nutzungen.
- /// Die Versorgungsfunktion des Ortsteilzentrums bzw. der ansässigen Betriebe erstreckt sich auf den Ortsteil und die unmittelbar umliegenden Bereiche.

Städtebauliche Situation

- /// Das Umfeld des Ortsteilzentrums Benshausen wird i. W. durch Wohnbebauung in form von straßenbegleitender, kleinteiliger Bebauung geprägt.
- /// Grundsätzlich besteht ein gewisses Einwohner- und kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich.
- /// Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die B6 / Hauptstraße gegeben. Direkt am Beginn des OTZ befindet sich südlich die ÖPNV-Haltestelle „Benshausen, Gasthaus“.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Sicherung des Bestandes,
- /// Stärkung durch weitere kleinteilige Nutzungen.

Ortsteilzentrum Zella

Räumliche Situation

- /// Der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Zella ist im Südosten der Kernstadt Zella-Mehlis gelegen und umfasst den historischen Ortskern der ehemals selbstständigen Gemeinde Zella St. Blasii. Der zVb OTZ erstreckt sich ausgehend von der Kirche St. Blasii entlang der Hauptstraße bis zum Zellaer Markt im Osten und entlang der Kirchstraße bis zur Ruppberg-Passage im Südosten.

Abbildung 27: OTZ Zella



© OpenStreetMap-Mitwirkende,
GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

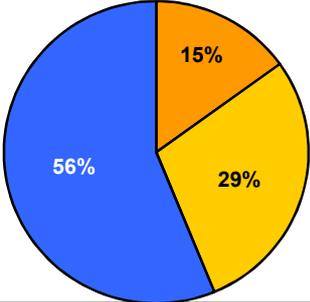
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	17	120	7
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	8	100	6
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	8	40	2
Bücher, Schreib- / Spielwaren	2	4	65	4
Bekleidung, Schuhe, Sport	4	17	430	25
Elektrowaren, Medien, Foto	4	17	470	27
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2	8	100	6
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	2	8	70	4
sonstige Sortimente*	3	13	330	19
Einzelhandel insgesamt	24	100	1.725	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)								
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Friseur ▪ Gastronomie / Imbiss / Café ▪ DHL Paketshop 	 <table border="1" style="display: none;"> <caption>Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)</caption> <thead> <tr> <th>Bedarfsbereich</th> <th>Anteil (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>langfristiger Bedarf</td> <td>56%</td> </tr> <tr> <td>mittelfristiger Bedarf</td> <td>29%</td> </tr> <tr> <td>kurzfristiger Bedarf</td> <td>15%</td> </tr> </tbody> </table>	Bedarfsbereich	Anteil (%)	langfristiger Bedarf	56%	mittelfristiger Bedarf	29%	kurzfristiger Bedarf	15%
Bedarfsbereich	Anteil (%)								
langfristiger Bedarf	56%								
mittelfristiger Bedarf	29%								
kurzfristiger Bedarf	15%								
Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe									
<ul style="list-style-type: none"> ▪ größer 1.500 m² ▪ 800 bis unter 1.500 m² ▪ 400 bis unter 800 m² ▪ bis unter 400 m² 	<ul style="list-style-type: none"> ▪ --- ▪ --- ▪ --- ▪ u. a. Elektro & Küchenstudio, Brautmoden Stöckl, Schuh Knopf, Lebensmittelhandwerker, Apotheke, Juwelier 								
Versorgungsgebiet									
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Rudimentäre Versorgungsfunktionen für den Bereich Zella und die hier lebende Bevölkerung. 									

Angebots- und Nachfragesituation

- / Das Ortsteilzentrum verfügt derzeit über 24 kleinteilige Einzelhandelsbetriebe und rd. 1.725 m² Verkaufsfläche. Insgesamt weist der hier verortete Einzelhandel mit der gegebenen Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung eine gute Basis und Diversität für ein Ortsteilzentrum auf, wenngleich ein Magnetbetrieb fehlt. Im Bereich der Nahversorgung sind im Wesentlichen kleinteilige Angebote, wie Lebensmittelhandwerker, zu nennen. Weitere Anbieter des kurz- bis langfristigen Bedarfes runden das Angebot ab. Ergänzende sind verschiedene gewerbliche Nutzungen ansässig.
- / Die rudimentäre Versorgungsfunktion des OTZ beschränkt sich auf die umliegenden Bereiche.

Städtebauliche Situation

- / Das Umfeld des Ortsteilzentrums Zella wird i. W. durch Wohnnutzung in Form von straßenbegleitender Bebauung, teils in Form von Blockrandbebauung, geprägt.
- / Grundsätzlich besteht ein gewisses Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Insgesamt übernimmt der Standort begrenzte Nahversorgungsfunktionen für die im Umfeld lebende Bevölkerung bzw. für den Nahbereich.
- / Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Hauptstraße und die Kirchstraße / Bahnhofstraße gegeben. Direkt am bzw. im OTZ befinden sich darüber hinaus zwei Bushaltestellen: Zella-Mehlis, Zella, Markt und Zella-Mehlis, Zella, Kirchstraße.

Entwicklungspotenziale und Ziele

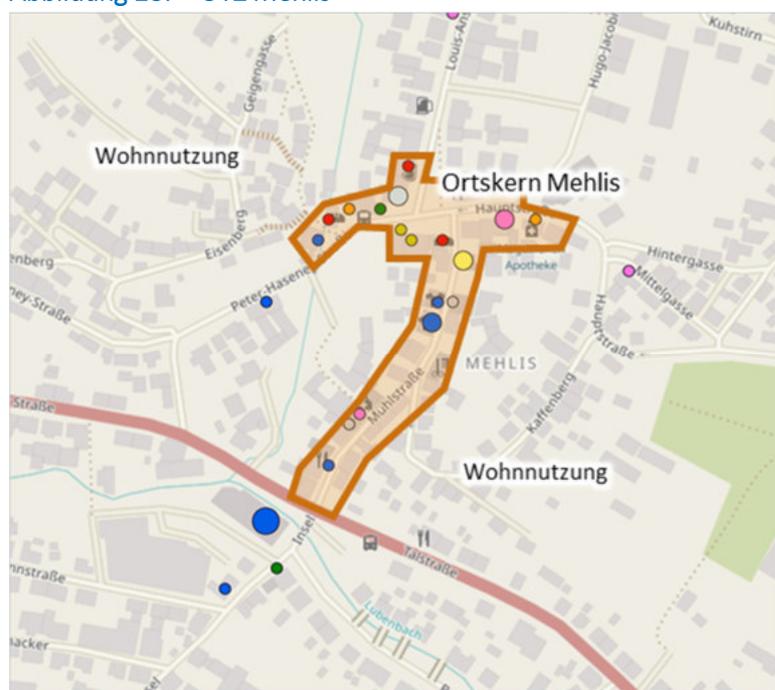
- // Sicherung des Bestandes,
- // Ansiedlung ergänzender nahversorgungsrelevanter Nutzungen.

Ortsteilzentrum Mehlis

Räumliche Situation

- // Der zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Mehlis ist im Nordwesten der Kernstadt Zella-Mehlis gelegen und umfasst den historischen Ortskern der ehemals eigenständigen Gemeinde Mehlis. Der zVb OTZ erstreckt sich dabei im Bereich Hauptstraße / Peter-Haseney-Straße bis in die Mülhstraße.

Abbildung 28: OTZ Mehlis



© OpenStreetMap-Mitwirkende,

GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

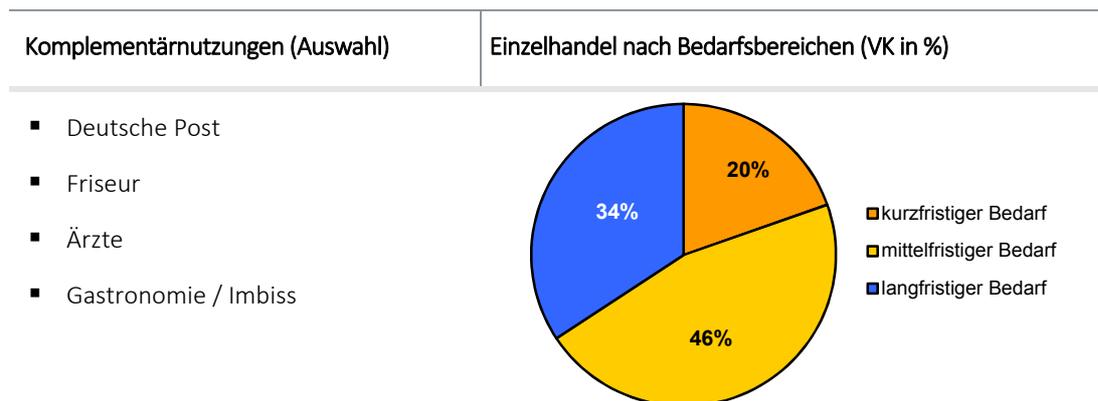
Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m ² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	4	19	95	8
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	9 – 10	75	6
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	2	9 – 10	70	6
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	5	230	19
Bekleidung, Schuhe, Sport	5	24	335	27
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	-	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	2	9 – 10	100	8
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	-	-	-	-
Optik / Uhren, Schmuck	4	19	270	22
sonstige Sortimente*	1	5	50	4
Einzelhandel insgesamt	21	100	1.225	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet



Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- | | |
|--------------------------------------|---|
| ▪ größer 1.500 m ² | ▪ --- |
| ▪ 800 bis unter 1.500 m ² | ▪ --- |
| ▪ 400 bis unter 800 m ² | ▪ --- |
| ▪ bis unter 400 m ² | ▪ u. a. Bücherstube Seifert, Optiker, Presseshop, Blumenladen, Apotheke, Lebensmittelhandwerker |

Versorgungsgebiet

- Rudimentäre Versorgungsfunktionen für den Bereich Mehlis und die hier lebende Bevölkerung.

Angebots- und Nachfragesituation

- Das Ortsteilzentrum verfügt derzeit über 21 kleinteilige Einzelhandelsbetriebe und rd. 1.225 m² Verkaufsfläche. Insgesamt weist der hier verortete Einzelhandel mit der gegebenen Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung eine gute Basis für eine Ortsteilzentrum auf. Ein Magnetbetrieb fehlt allerdings. Im Bereich der Nahversorgung sind auch hier im Wesentlichen kleinteilige Angebote, wie Lebensmittelhandwerker, vorhanden. Ergänzend sind weitere Anbieter des kurz- bis langfristigen Bedarfes sowie verschiedene Dienstleistungsangebote etabliert.
- Die Versorgungsfunktion des OTZ beschränkt sich auf die umliegenden Bereiche.

Städtebauliche Situation

- Das Umfeld des Ortsteilzentrums Mehlis wird i. W. durch Wohnnutzung in Form von straßenbegleitender kleinteiliger Bebauung geprägt.
- Insgesamt besteht ein gewisses Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Insgesamt übernimmt der Standort begrenzte Nahversorgungsfunktionen für die im Umfeld lebende Bevölkerung bzw. für den Nahbereich.
- Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Hauptstraße und die Talstraße / Kirchstraße gegeben. Direkt am OTZ befindet sich darüber hinaus die Bushaltestelle Mehlis, Markt.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung des Bestandes, Ansiedlung ergänzender nahversorgungsrelevanter Nutzungen.

Potenzielles Ortsteilzentrum Albrechts

Potenzielle Ortsteilzentren sind einerseits aus städtebaulicher Sicht dazu geeignet, diese Funktion auf Grund ihrer Lage, möglichen Konzentration von Einzelhandel, Gastronomie und Dienstleistungen zu übernehmen. Andererseits haben sie jedoch aktuell nicht die nötige Einzelhandelsfunktion auf Grund eines zu geringen Bestandes an Einzelhandelsbetrieben, die eine über den unmittelbaren Nahbereich hinausgehende Magnetwirkung für den jeweiligen Ortsteil erzeugen. Da dies jedoch Ziel der städtebaulichen Entwicklung ist, werden diese Bereiche als potenzielle Ortsteilzentren vorgehalten und erhalten damit den Status der OTZ hinsichtlich Steuerungsregeln für Ansiedlungsmöglichkeiten (s. Pkt. IV, 5).

Räumliche Situation

- Der potenzielle (pot.) zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Albrechts ist westlich der Kernstadt Suhl, im gleichnamigen Ortsteil Albrechts gelegen. Er erstreckt sich entlang der Straße Zum Zimmergrund bzw. auf die südöstliche straßenbegleitende Bebauung, und umfasst die Hausnummern 4 bis 12.

Abbildung 29: pot. OTZ Albrechts in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende
 GMA-Darstellung 2020

Angebots- und Nachfragesituation

- Am Standort des pot. OTZ Albrechts ist derzeit kein Einzelhandel verortet.

Städtebauliche Situation

- Das pot. OTZ Albrechts liegt an der Straße Zum Zimmergrund und erstreckt sich auf Teile der angrenzenden kleinteiligen Bebauung. Somit fügt es sich in die umgebende Bebauung ein. Rund um das pot. OTZ ist Wohnbebauung in lockerer straßenbegleitender Bebauung vorhanden.
- Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Straße Zum Zimmergrund bzw. über die Goldbachstraße gegeben. Die Goldbachstraße fungiert als wesentliche Achse durch den Ortsteil und bindet diesen Richtung Osten an die Kernstadt Suhl sowie Richtung Südwesten über die Mühlbergstraße an den Ortsteil Mäbendorf an.

Entwicklungspotenziale und Ziele

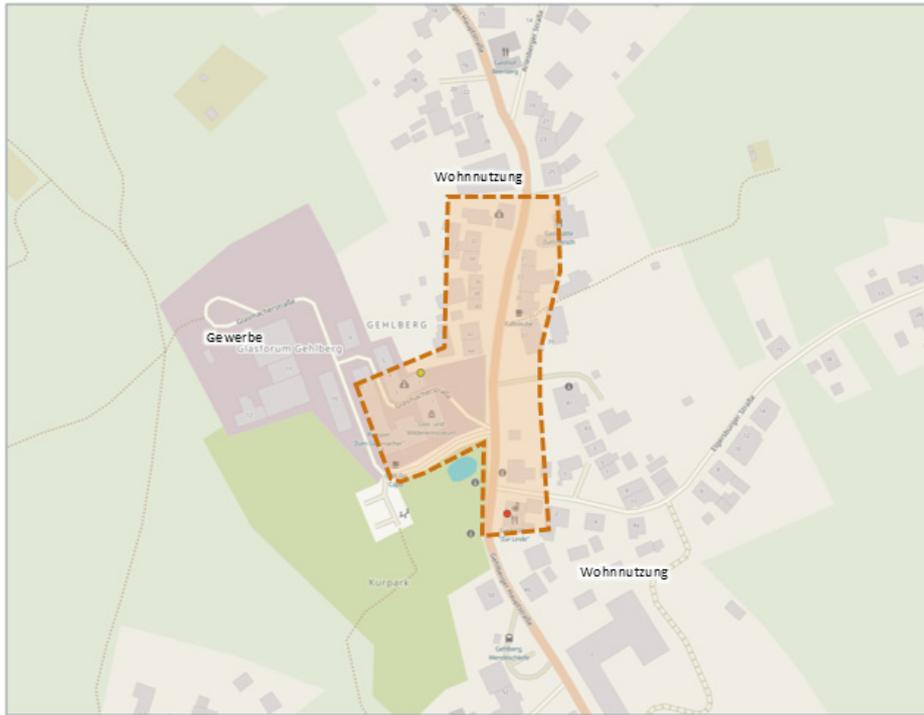
- Ansiedlung nahversorgungsrelevanter Betriebe.

Potenzielles Ortsteilzentrum Gehlberg

Räumliche Situation

- Der potenzielle (pot.) zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Gehlberg befindet sich nördlich der Kernstadt Suhl. Der ehemals eigenständige Ort Gehlberg wurde Anfang 2019 zu Suhl eingemeindet. Das OTZ erstreckt sich in Nord-Süd-Richtung entlang der Hauptstraße und umfasst zusätzlich das Gelände um das Glasmuseum.

Abbildung 30: pot. OTZ Gehlberg in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Angebots- und Nachfragesituation

- Im pot. OTZ Gehlberg befindet sich lediglich eine Fleischerei Heyder-Burmeister. Ansonsten wird der Ortskern vorrangig durch touristische und gastronomische Betriebe sowie dem Glasmuseum geprägt.

Städtebauliche Situation

- Mit dem pot. OTZ soll der Ortskern des ehemals selbständigen Ortes Gehlberg weiterhin die prägende Ortsmitte bleiben und somit die Möglichkeit eröffnet werden, hier weitere kleinteilige Handelsansiedlungen anzusiedeln.
- Insgesamt hat der Ort eine vorrangig aufgelockerte Wohnbebauung. Auch entlang der Hauptstraße als Durchgangsverkehr sind alle Angebote des Ortes gut erreichbar.
- Unmittelbar am Glasmuseum befindet sich ein kostenpflichtiger Pkw-Stellplatz. Die Hauptstraße wird frequentiert vom Nahverkehr mit der Buslinie 359. Südlich des OTZ befindet sich dazu die Haltestelle „Gehlberg, Wendeschleife“.

Entwicklungspotenziale und Ziele

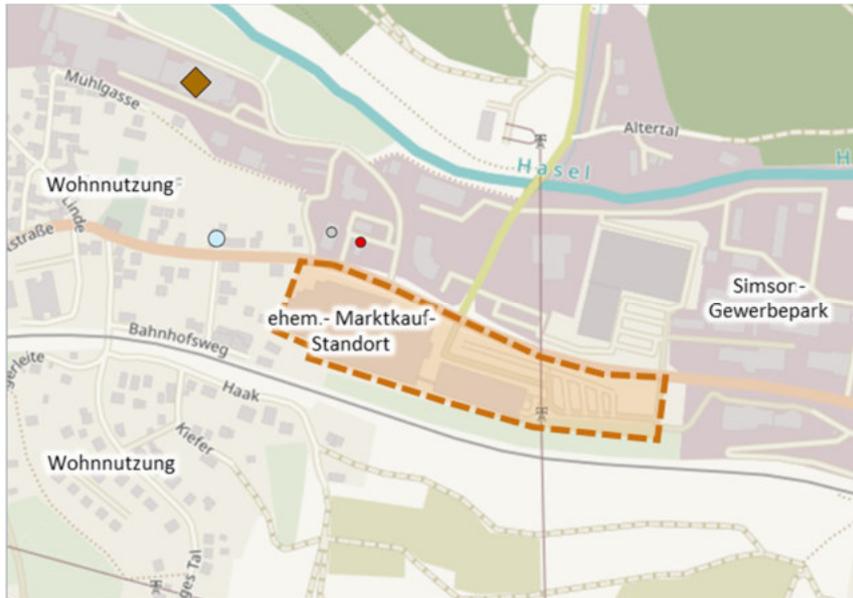
- Unterstützung der Ansiedlung kleinerer Lebensmittelanbieter entsprechend den vorhandenen Potenzialen und Lebensmittelhandwerker.
- Bereicherung der Ortsmitte durch weitere kleinteilige Einzelhandelsfachgeschäfte und Dienstleistungen.

Potenzielles Ortsteilzentrum Mäbendorf in Suhl

Räumliche Situation

- Der potenzielle (pot.) zentrale Versorgungsbereich Ortsteilzentrum Mäbendorf ist westlich der Kernstadt Suhl, im gleichnamigen Ortsteil Mäbendorf gelegen. Er erstreckt sich südlich der Meininger Straße / Hauptstraße und umfasst i. W. das Gelände des ehem. Marktkauf SB-Warenhauses.

Abbildung 31: pot. OTZ Mäbendorf in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Angebots- und Nachfragesituation

- Am Standort des pot. OTZ Mäbendorf ist derzeit kein Einzelhandel verortet.

Städtebauliche Situation

- Das pot. OTZ liegt zentral im Ortsteil Mäbendorf, südlich des Gewerbegebietes Mäbendorf um die Mühlbergstraße. Südlich und westlich des pot. OTZ erstreckt sich Wohnbebauung in lockerer Bauweise. Nördlich und Richtung Osten erstreckt sich das Gewerbegebiet Mäbendorf.
- Insgesamt besteht durch die vorhandene Wohnbebauung nur ein bedingtes Einwohner- und Kaufkraftpotenzial im fußläufigen Nahbereich. Dennoch könnte der Standort für die Bevölkerung von Mäbendorf gewisse Nahversorgungsfunktionen übernehmen.
- Die Erreichbarkeit für den Individualverkehr ist über die Meininger Straße / Hauptstraße gegeben, die als wesentliche Achse durch den Ortsteil führt und diesen an die Kernstadt Suhl an- und mit den anderen Ortsteilen verbindet. Am Standort ist zudem eine ÖPNV-Haltestelle „Mäbendorf, Meininger Straße“ eingerichtet.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- /// Nachnutzung oder Rückbau der Marktkauf-Immobilie.
- /// Etablierung eines Lebensmittelmarktes in einer für den Ortsteil angemessenen Dimensionierung sowie ergänzender Nutzungen (kleinteilige Nahversorgung und Dienstleistungen, nicht zentrenrelevante Betriebe).

3.4 Nahversorgungsstandorte

Darüber hinaus sind im perspektivischen OZ Südthüringen **sieben Nahversorgungsstandorte** zu identifizieren. Diese haben besondere Relevanz für die wohngebietsnahe Versorgung auch nicht mobiler Bevölkerungsgruppen. Gleichwohl ist ihr Angebotspektrum begrenzt und verfügt nicht über die erforderliche Breite und Multifunktionalität, um sie als zentrale Versorgungsbereiche auszuweisen. Auch ihr fußläufiges Einzugsgebiet ist meist zu klein bzw. weist nicht das erforderliche Bevölkerungsaufkommen auf. Dessen ungeachtet gilt es, diese Einkaufslagen zu erhalten und ein angemessenes Versorgungsniveau für die im Umfeld lebende Bevölkerung zu bewahren.

Die **Nahversorgungsstandorte** sind (vgl. Karten 2-5)⁴⁵:

Suhl

- /// Mauerstraße (Lidl)
- /// Senfte (Lidl)
- /// Leonard-Frank-Straße (Netto).

Zella-Mehlis

- /// Rodebachstraße (Nahkauf)
- /// Heinrich-Heine-Straße (Netto).

Schleusingen

- /// Plettenberger Weg (tegut)
- /// Hildburghäuser Straße (Rewe).

3.5 Nebenzentren und Ergänzungsstandorte

Ergänzend zu den Hauptzentren der Innenstädte, den Orts-, Ortsteil- und Nahversorgungszentren sowie den Nahversorgungsstandorten hat sich eine Konzentration von Betrieben (großflächig und nicht großflächig) als Einzelhandelsagglomerationen an autokundenorientierten Standorten entwickelt. Zusätzlich zu den zentralen Versorgungsbereichen werden diese als Nebenzentren und Ergänzungsstandorte ausgewiesen, die im Sinne einer „Arbeitsteilung“ die Zentren im Idealfall funktional ergänzen.

Aufgrund der überwiegend nicht integrierten Lage und oft stark gewerblichen Prägung des Umfeldes sind diese Standorte jedoch nicht als zentrale Versorgungsbereiche zu definieren. Die autokundenorientierte Lage hat dazu geführt, dass hier überwiegend fachmarktorientierte, großflächige Einzelhandelsbetriebe angesiedelt wurden. Dies schließt auch nahversorgungsrelevante und z. T. zentrenrelevante Sortimente ein. Neben der Ergänzung des Angebotes für die Gesamtstadt

⁴⁵ Die Benennung der aktuellen Betreiber der Lebensmittelmärkte dient lediglich der besseren Einordnung ins Stadtgefüge. Die Ausweisung der Nahversorgungsstandorte bezieht sich auf die jeweiligen Standortlagen und ist betreiberunabhängig. Räumlich umfassen die Standorte jeweils im Kern die jeweiligen Immobilien der Lebensmittelmärkte inkl. der in unmittelbaren Zusammenhang stehenden weiteren Einzelhandelsnutzungen bzw. Komplementäre. Dies gilt auch für die Darstellungen in den entsprechenden Karten.

stehen diese oft marktbedeutenden Standorte mit der Entwicklung der jeweiligen Innenstädte im Wettbewerb, da das umfangreiche und breite Angebot eine starke Frequentierung auf sich zieht.

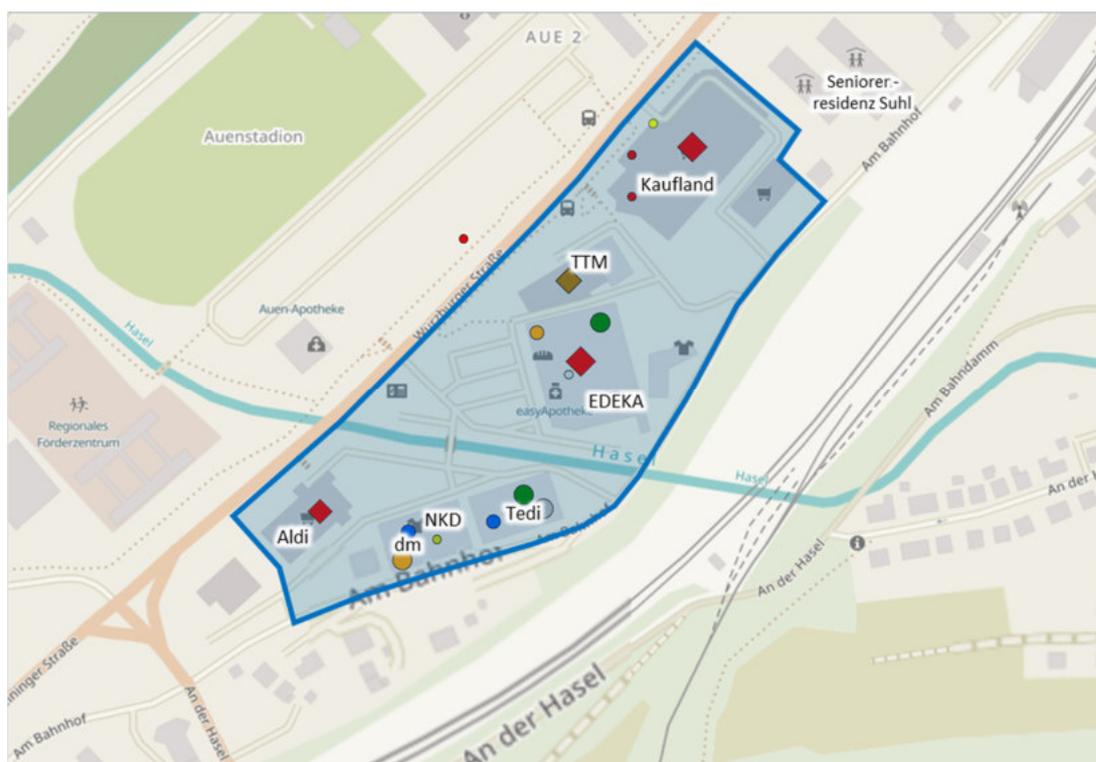
Diese Nebenzentren und Ergänzungsstandorte sollen daher zukünftig vorrangig für die Ansiedlung von (großflächigem) Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten vorbehalten sein und so – im Hinblick auf die gesamtstädtische Zentren- und Standortstruktur – die ergänzende Funktion zu den zentralen Versorgungsbereichen beibehalten. Zum Schutz der Innenstädte und aufgrund der autokundenorientierten Lage sollte an diesen Standorten weiterer zentrenrelevanter Einzelhandel (inkl. Nahrungs- und Genussmittel) ausgeschlossen werden.

3.5.1 Nebenzentrum Aue III in Suhl

Räumliche Situation

Das Nebenzentrum Aue III ist im Südwesten von Suhl, südlich der Würzburger Straße gelegen. Das Zentrum umfasst mehrere Einzelhandelsobjekte im Standortbereich Würzburger Straße / Am Bahnhof (u. a. Kaufland, EDEKA, dm, NKD, Tedi), zwischen dem Kaufland-Standort und der Straße An der Hasel. Ergänzend sind hier u. a. auch Lebensmittelhandwerker und Dienstleister ansässig. Zwischen den Gebäuden liegen drei, jeweils von mehreren Betrieben genutzte, Parkplätze.

Abbildung 32: Nebenzentrum Aue III in Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Ausstattung

Einzelhandelsdaten	Anzahl Betriebe		Verkaufsfläche**	
	abs.	in %	in m² VK	in %
Nahrungs- und Genussmittel	6	40	6.505	58
Gesundheits- / Körperpflegeartikel	2	13	1.380	12
Blumen, Pflanzen, zoologischer Bedarf	1	7	720	7
Bücher, Schreib- / Spielwaren	1	7	160	1
Bekleidung, Schuhe, Sport	3	20	930	8
Elektrowaren, Medien, Foto	-	-	45	-
Hausrat, Einrichtung, Möbel	-	-	470	4
Bau-, Heimwerker-, Gartenbedarf	1	7	610	6
Optik / Uhren, Schmuck	-	-	0	-
sonstige Sortimente*	1	7	455	4
Einzelhandel insgesamt	15	100	11.275	100

- = kein Angebot

* sonstige Sortimente: Sportgeräte, Autozubehör, Sonstiges (z. B. Musikalien, Gebrauchtwagen)

** Mehrbranchenbetriebe aufgeteilt, teilweise Randsortimente dargestellt, deren Branche keinem eigenen Betrieb zuzuordnen ist

GMA-Erhebungen und Berechnungen 2020, ca.-Werte gerundet

Komplementärnutzungen (Auswahl)	Einzelhandel nach Bedarfsbereichen (VK in %)
<ul style="list-style-type: none"> ▪ Sparkasse und Ärztehaus im Umfeld ▪ Imbiss- und Gastronomie ▪ Sparkassenautomat ▪ Postfiliale ▪ Friseur ▪ Spielhalle ▪ Dekra ▪ Aufladestation für Elektrofahrzeuge 	<p>Legend: ■ kurzfristiger Bedarf (76%) ■ mittelfristiger Bedarf (10%) ■ langfristiger Bedarf (14%)</p>

Strukturprägende Einzelhandelsbetriebe

- | | |
|--------------------------|--|
| ▪ größer 1.500 m² | ▪ Kaufland, EDEKA |
| ▪ 800 bis unter 1.500 m² | ▪ Aldi, TTM |
| ▪ 400 bis unter 800 m² | ▪ dm, das Futterhaus, Tedi, K&K Schuhe |
| ▪ bis unter 400 m² | ▪ NKD, Ernstings Family, Apotheke, Kiosk, Lebensmittelhandwerker |

Primäres Versorgungsgebiet

Gesamtes aber v. a. südwestliches Stadtgebiet von Suhl

Angebots- und Nachfragesituation

- Das Nebenzentrum weist mit insgesamt 15 Einzelhandelsbetrieben und rd. 11.275 m² Verkaufsfläche eine angemessene Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung auf. Im Bereich der Grundversorgung stellen drei Lebensmittelmärkte und ein Drogeriemarkt die grundlegende Ausstattung sicher. Weitere kleinteilige Anbieter des kurzfristigen Bedarfes (Bäckerei, Fleischerei, Apotheke) runden das Angebot ab. Ergänzend sind auch Fachmärkte aus den Bereichen zoolog. Bedarf, Bekleidung/Schuhe/Sport, Bau- und Heimwerkerbedarf und sonstiger Einzelhandel vorhanden, die dem mittel- bis langfristigen Bedarfsbereich zuzuordnen sind.
- Das Einzelhandelsangebot wird durch einen Sparkassenautomat, gastronomische Angebote, einen Friseur sowie ein Ärztehaus im Umfeld ergänzt.
- Die Versorgungsfunktion des Nebenzentrums umfasst aufgrund der Betriebs- und Verkaufsflächenausstattung das gesamte Stadtgebiet, mit Fokus auf das südwestliche Stadtgebiet von Suhl.

Städtebauliche Situation

- Das Nebenzentrum Aue III besteht aus mehreren Fachmärkten: im nördlichen Bereich sind das Kaufland SB-Warenhaus und TTM positioniert. Südlich davon gruppieren sich um den Bachlauf der Hasel und dem Parkplatzareal einerseits EDEKA und andererseits zwei Einzelhandelsimmobilien mit den Anbietern Futterhaus und K&K Schuhcenter sowie Ernstings Family, dm und Aldi, der in einer separaten Immobilie untergebracht ist.
- Insgesamt wird die Angebotssituation des Nebenzentrums durch die ansässigen Fachmärkte aller Bedarfsbereiche geprägt, sodass einerseits die Grundversorgung für weite Teile des südlichen und südwestlichen Stadtgebietes gesichert wird, aufgrund des Angebotes aus dem mittel- und langfristigen Bedarfsbereich aber auch Kunden aus dem weiteren Stadtgebiet den Standort aufsuchen.
- Die Umgebungsnutzung des Nebenzentrums ist durch heterogene Nutzungsstrukturen geprägt: westlich und nördlich befinden sich die durch Geschosswohnungsbau geprägten Wohngebiete Aue I und Aue II, nordöstlich sind mehrere Seniorenwohnheime vorhanden, während südwestlich v. a. gewerbliche Nutzungen anschließen. Richtung Osten, durch den Verlauf der Bahntrasse getrennt, ist ein Wohngebiet etabliert. Richtung Nordwesten, jenseits der Würzburger Straße, sind mehrere Bildungs- und Fördereinrichtungen sowie das Aue-Stadion ansässig.
- Als günstig ist die gute Erreichbarkeit des Nebenzentrums für den Individualverkehr über die Würzburger Straße zu bewerten. Direkt westlich von Kaufland ist auch die gleichnamige ÖPNV-Haltestelle „Suhl, Würzburger Straße“ vorhanden.

Entwicklungspotenziale und Ziele

- Sicherung des Bestandes.
- Verbesserung der fußläufigen Erreichbarkeit aus dem östlich gelegenen Wohngebiet.

3.5.2 Ergänzungsstandorte

Aktuell sind im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen **drei Ergänzungsstandorte** zu identifizieren:

Suhl

// Fachmarktstandort „Am Königswasser“ (u. a. Norma, Dänisches Bettenlager, Zoo & Co)

Zella-Mehlis

// A 71-Center (u. a. Rewe, Woolworth, Media Markt, Roller, Thomas Philipps, Aldi, Deichmann)

Schleusingen

// EKZ Mega-Center (u. a. Edeka, Müller, AWG, Deichmann, Obi, mega Möbel, Dänisches Bettenlager).

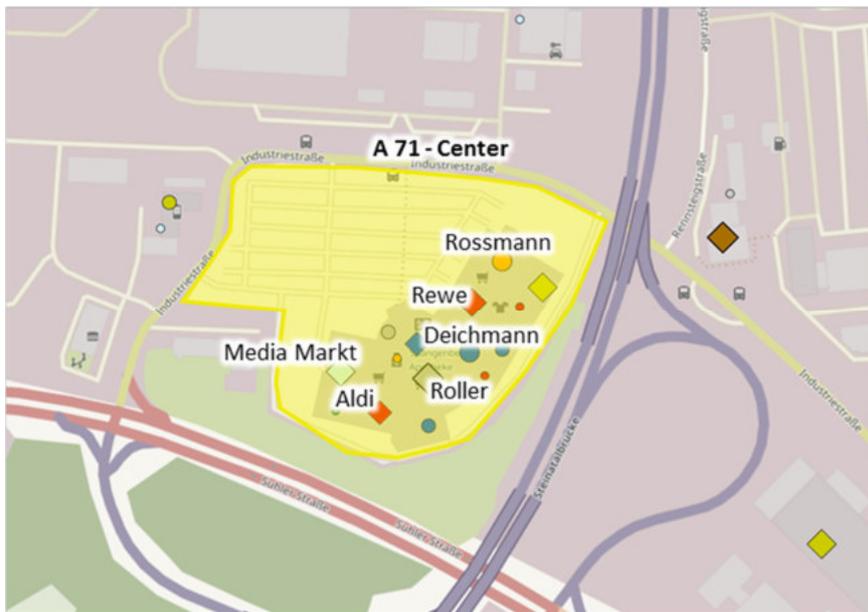
Abbildung 33: Fachmarktstandort „Am Königswasser“ Suhl



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

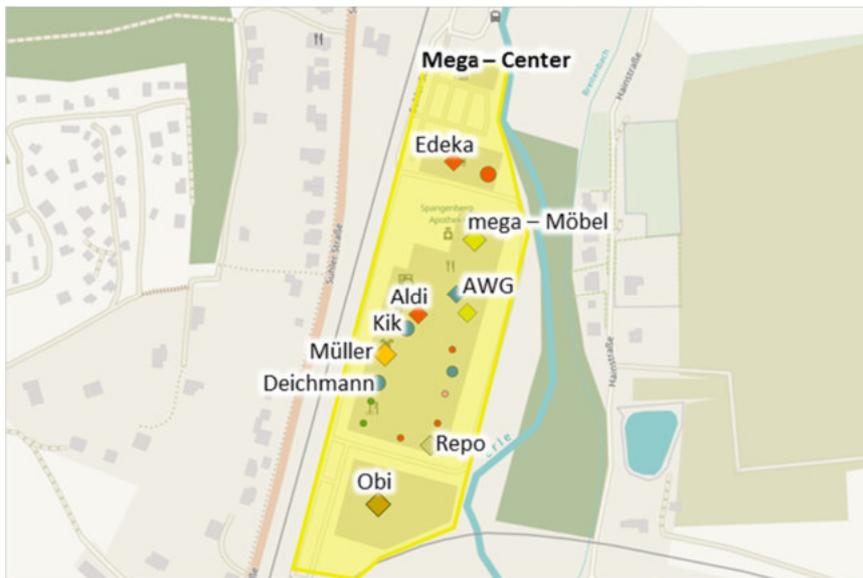
Abbildung 34: A 71 – Center in Zella-Mehlis



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Abbildung 35: EKZ Mega – Center in Schleusingen



© OpenStreetMap-Mitwirkende

GMA-Darstellung 2020

Insgesamt übernehmen die **Ergänzungsstandorte** mit den dort ansässigen Betrieben **gesamtsstädtische** und auch **überörtliche Versorgungsfunktionen**. Die Standorte beziehen ihr Kunden- bzw. Kaufkraftpotenzial aus dem gesamten Stadtgebiet und darüber hinaus.

4. Nahversorgungskonzept Suhl

4.1 Bewertung der Nahversorgungssituation in der Stadt Suhl

Zur **Bewertung der räumlichen Versorgungssituation** in Suhl und zur Ableitung von Entwicklungspotenzialen für einzelne Stadtbereiche wurden um die **wesentlichen Lebensmittelmärkte** (> 400 m² Verkaufsfläche, keine Spezialmärkte) **in siedlungsintegrierten Lagen** 500 m-Radien gezogen, die den Bereich der fußläufigen Erreichbarkeit markieren (vgl. Karte 3, Kapitel II. 1.2). Die Entfernung von rd. 500 m wird unter Berücksichtigung des demografischen Wandels im Sinne einer fußläufigen Nahversorgung als sinnvoll erachtet, nimmt Bezug auf die Siedlungsstruktur in Suhl und entspricht einer fußläufigen Zeitdistanz von ca. 10 Minuten Gehzeit.

Entsprechend der Analyse wird deutlich, dass weite Teile der kernstädtischen Teilräume (ohne abgesetzte Stadtteile) und hier insbesondere die Einwohnerschwerpunkte (Wohngebiete) bereits über mindestens eine fußläufig erreichbare Nahversorgungsmöglichkeit (Lebensmittelmarkt) verfügen. Räumliche „**Versorgungslücken**“ bestehen nur in den kleinstrukturierten und teilweise dünnbesiedelten Siedlungsbereichen (u. a. Friedbergsiedlung und Lauter) von Suhl und den Ortsteilen (u. a. Heidersbach, Heinrichs, Mäbendorf).

Insgesamt ist ein **vielfältiger Betriebstypenbesatz im Lebensmittelbereich** (SB-Warenhaus, Vollsortimenter und Discounter im Stadtgebiet) in Suhl vorhanden, der u. a. durch Bäckereien, Fleischerien, Spezialgeschäfte, Tankstellenshops und Getränkemärkte ergänzt wird.

Im **Innenstadtbereich** sind aktuell im Lauterbogen-Center ein Rewe Supermarkt und in der Dr.-Theodor-Neubauer Straße ein Penny Lebensmitteldiscounter vorhanden. Ergänzend ist in Nahlage zur Innenstadt ein Lidl Lebensmitteldiscounter (Senfte) ansässig. Diese Märkte fungieren im Innenstadtbereich als Nahversorger für die im fußläufigen Umkreis lebende Wohnbevölkerung.

Im weiteren Siedlungsgebiet sind nachhaltig verteilt weitere Lebensmittelmärkte mit weitestgehend zeitgemäßen Verkaufsflächengrößen vorhanden, die wesentliche Versorgungsfunktionen für die Suhler Bevölkerung übernehmen. In diesem Zusammenhang ist im Südosten des Stadtgebietes ein Kaufland SB-Warenhaus ansässig. Aufgrund der Verkaufsflächengröße und der Angebotstiefe entfaltet es v. a. auch gesamtstädtische Versorgungsfunktionen.

Für das ländlich geprägte Stadtgebiet und die **abgesetzten Stadt- bzw. Ortsteile** ist teilweise eine wohnortnahe Versorgung mit Lebensmitteln im Sinne eines Lebensmittelmarktes vorhanden (vgl. Kapitel II.1.2). In den v. a. westlich gelegenen abgesetzten Ortsteilen steht derzeit kein ausreichendes Einwohnerpotenzial zum wirtschaftlichen Betrieb eines zeitgemäßen Lebensmittelmarktes zur Verfügung. Lediglich vereinzelte kleinteilige Anbieter bieten hier im Ausnahmefall die Nahversorgung. Für diese Bereiche übernehmen die Lebensmittelmärkte der Kernstadt Suhl und den umliegenden größeren Ortsteilen die Grundversorgung.

Insgesamt ist eine weitestgehend ausgewogene und nachhaltige Verteilung der Lebensmittelmärkte im Stadtgebiet zu konstatieren. Sie decken mit ihren Einzugsgebieten (auch fußläufig) nahezu das gesamte Stadtgebiet bzw. Siedlungsgebiet von Suhl ab. Gleichzeitig versorgen die Märkte

auch die Randbereiche der Siedlungsflächen und die Ortsteile bzw. auch z. T. umliegende Gemeinden im Verflechtungsbereich. Eine Ausweisung weiterer (potenzieller) Nahversorgungsbereiche ist deshalb aus gegenwärtiger Sicht nicht erforderlich.

4.2 Nahversorgungsfunktion der Lebensmittelmärkte in Suhl

Für eine einzelbetriebliche Bewertung der tatsächlichen Nahversorgungsfunktion der in Suhl vorhandenen Lebensmittelmärkte wird der voraussichtliche **Umsatzanteil** des Gesamtumsatzes berechnet, den jeder Lebensmittelmarkt im **fußläufigen Einzugsgebiet** erwirtschaftet (vgl. Tabelle 10 und Karte 12). Je höher dieser Anteil, desto höher die Nahversorgungsbedeutung des jeweiligen Betriebes.

Zur Berechnung des fußläufig erzielbaren Umsatzanteils werden folgende Faktoren gegenübergestellt:

- /// **fußläufiges Einzugsgebiet** (10 min), die darin zu versorgenden Einwohner sowie das vorhandene Kaufkraftpotential,
- /// **voraussichtlicher Marktanteil im fußläufigen Einzugsgebiet** (Je mehr Märkte sich ein fußläufiges Einzugsgebiet teilen bzw. sich deren fußläufige Einzugsgebiete überschneiden, desto geringer ist der erschließbare Marktanteil.)
- /// **Anteil des Umsatzes im fußläufigen Einzugsgebiet** bzw. Anteil der im fußläufigen Einzugsgebiet gebundenen Kaufkraft.

Ab einem fußläufigen Umsatzanteil von > 60 % am Gesamtumsatz ist der Betrieb als Nahversorgungsbetrieb einzustufen (vgl. Tabelle 10). Mit einem Umsatzanteil zwischen 20 – 60 % ist der Markt als bedingter Nahversorger einzustufen, der aufgrund seiner Lage zwar Nahversorgungsfunktionen übernimmt, allerdings einen größeren Anteil seines Umsatzes von außerhalb des fußläufigen Einzugsgebietes generiert. Mit einem Umsatzanteil des fußläufig erschließbaren Umsatzes von < 20 % am Gesamtumsatz ist dem Betrieb keine wesentliche Nahversorgungsfunktion zuzusprechen.

Tabelle 12: Ermittlung und Festlegung der Nahversorgungsfunktion der Lebensmittelmärkte in Suhl

Nr.	Betrieb	Adresse	Stadtteil	VK gesamt in m ²	NVG 10 min in Einw.	KK NuG/ Drog in Mio Euro	vorauss. MA im fußl. NvG in %	vorauss. Umsatzanteil je Betrieb im fußl. EG in Mio Euro	vorauss. Umsatzanteil je Betrieb aus wohnnahem EG in % v. U*	weitere Wettbewerber im NVG
1	Kaufland	Am Bahnhof 24	Aue	4.300	370	1,0	20	0,2	1	Edeka, Aldi, Netto, weitere EZGÜberschneidungen
2	Edeka Blaufuß	Würzburger Straße 29	Aue	2.350	394	1,0	20	0,2	2	Kaufland, Aldi, Netto, weitere EZG Überschneidungen
3	Rewe Jens Amrell	Friedrich-König-Straße 21	Innenstadt	1.610	2.797	7,3	30	2,2	38	Penny, Lidl, weitere EZG-Überschneidungen
4	Rewe	Brunnenstraße 3	Schmiedefeld	1.420	1.267	3,3	50	1,7	31	alleiniger Lebensmittelanbieter
5	Rewe Glock	Ilmenauer Straße 12	Ilmenauer Str.	1.330	4.280	11,2	35	3,9	77	Netto
6	Netto	Alexander-Gerbig-Straße 3	Ilmenauer Str.	1.050	4.280	11,2	35	3,9	92	Rewe
7	Lidl	Mauerstraße 1	Suhl-Nord	1.000	941	2,5	45	1,1	24	0, geringfügig EZG-Überschneidungen
8	Aldi Nord	Würzburger Straße 35	Aue	960	593	1,5	20	0,3	7	Kaufland, Edeka, Netto, weitere EZG Überschneidungen
9	Netto	Leonhard-Frank-Straße 13	Aue	800	453	1,2	35	0,4	13	Aldi, Edeka, Kaufland
10	Lidl	Senfte 16	Innenstadt	800	1.932	5,0	30	1,5	40	Rewe, Penny, Kaufland, Edeka, weitere EZG- Überschneidungen
11	Netto	Große Beerbergstraße 95	Suhl-Nord	790	1.072	2,8	50	1,4	44	0, EZG-Überschneidungen
12	Penny	Dr.-Theodor-Neubauer-Straße 7	Innenstadt	780	2.583	6,8	35	2,4	76	Rewe, Lidl, Kaufland, weitere EZG- Überschneidungen
13	Rewe Glock	Hufelandstraße 1	Döllberg	740	1.739	4,5	35	1,6	53	Nahkauf
14	Norma	Zellaer Str. 48	Goldlauter	720	866	2,3	50	1,1	41	alleiniger Lebensmittelanbieter
15	Nahkauf Menzel	Rimbachstraße 53	Innenstadt	600	2.320	6,1	40	2,4	94	0, EZG-Überschneidungen
16	Tegut Nah & Gut Keiner	Linsenhofer Straße 63	Lautenberg	560	1.637	4,3	50	2,1	85	alleiniger Lebensmittelanbieter
17	Norma	Am Königswasser 7	Suhl-Nord	530	87	0,2	45	0,1	5	0, EZG-Überschneidungen

*) Berechnung Umsatzanteil: $KK\text{-Potenzial NVG} \times \text{vorauss. MA NVZ} / \text{vorauss. Umsatz des Einzelbetriebes (nicht ausgewiesen)}$

Erläuterung NV-Funktion:

Umsatzanteil aus wohnnahem EG >60%	=	typische NV-Funktion (KK überwiegend aus wohnnaher Umgebung)
Umsatzanteil aus wohnnahem EG >20 <60%	=	bedingte NV oder im NvZ, Lbm-Anbieter mit gesamtstädtischer bzw. (über-)regionaler Versorgungsfunktion
Umsatzanteil aus wohnnahem EG <20%	=	dezentraler, "überregionaler" Versorger

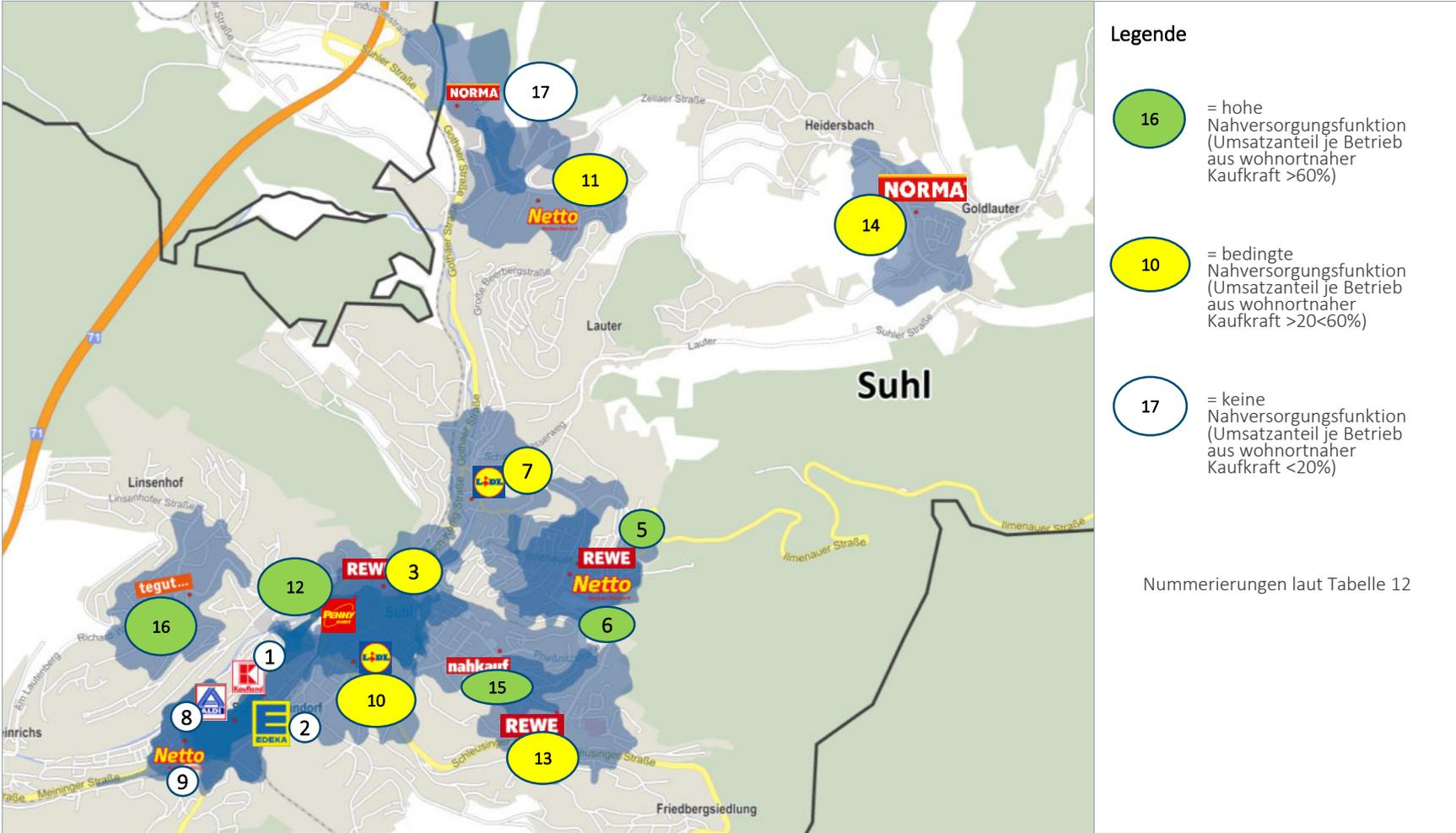
Abkürzungen:

EG	Einzugsgebiet
KK	Kaufkraft
MA	Marktanteil
NV	Nahversorger
NVG	Nahversorgungsgebiet
NvZ	Nahversorgungszentrum
VK	Verkaufsfläche vom Umsatz
v. U.	

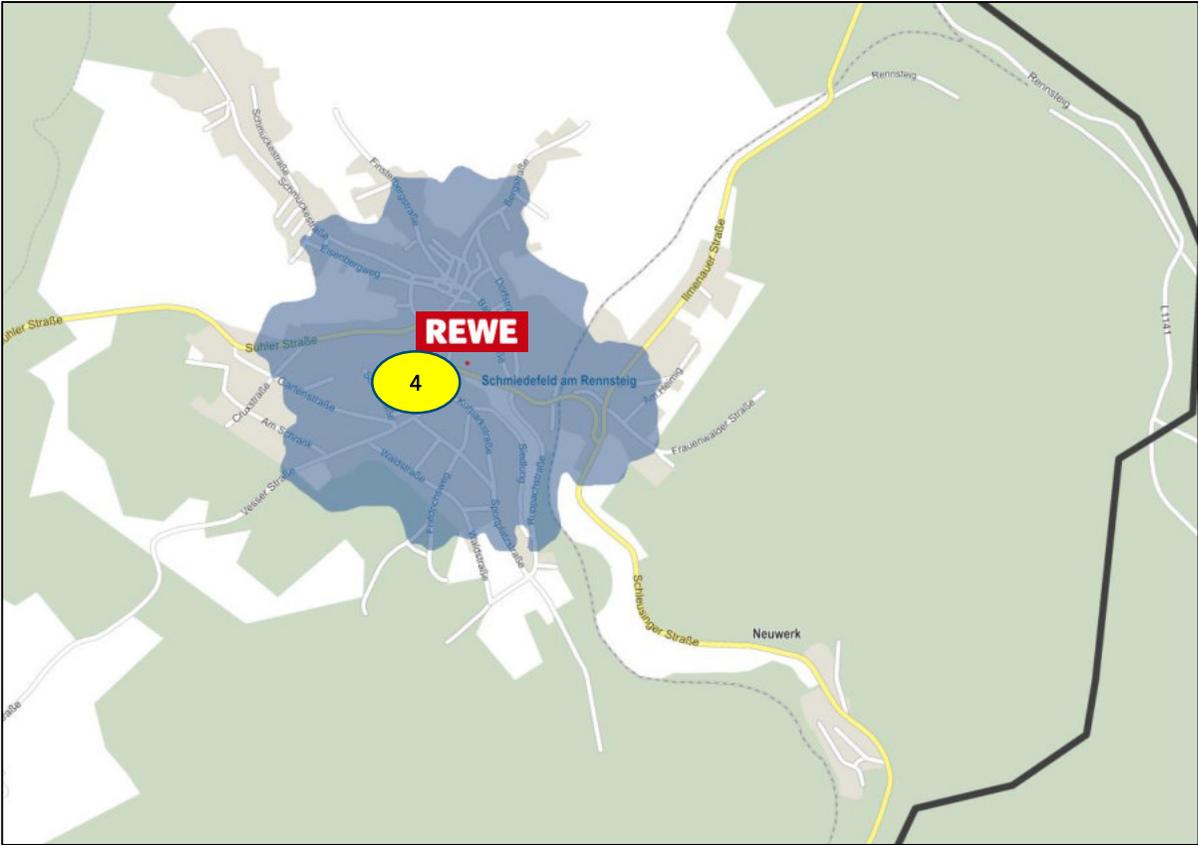
Bemerkungen:

Verbrauchsausgaben Lbm+Drog. pro Kopf p.a. in Euro	2.751	Euro
Kaufkraft-Index Suhl im Vgl. zu Bundesdurchschnitt	0,95	

Karte 12: Nahversorgungsfunktion der Lebensmittelmärkte in Suhl



Karte 13: Nahversorgungsfunktion des Lebensmittelmarktes in Suhl, OT Schmiedefeld



Legende

- 16 = hohe Nahversorgungsfunktion
- 10 = bedingte Nahversorgungsfunktion
- 17 = keine Nahversorgungsfunktion

Nummerierungen laut Tabelle 10

4.3 Weiterentwicklung der Nahversorgungsstruktur in Suhl

Vor dem Hintergrund der demographischen Entwicklung soll für eine nachhaltige Stadtentwicklung die wohnortnahe Versorgung v. a. mit Lebensmitteln in Südthüringen weiterhin möglichst flächendeckend gesichert und zielgerichtet weiterentwickelt werden. Die **Sicherung und der Ausbau der bestehenden Nahversorgungsstrukturen** in den zentralen Versorgungsbereichen sowie die Sicherung der bestehenden ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte haben dabei Priorität (vgl. Kapitel IV. 3.3).

Der überwiegende Teil der Lebensmittelmärkte verfügt über Verkaufsflächen von über > 700 m². Lediglich drei Lebensmittelmärkte (Nahkauf – Rimbachstraße, Tegut – Linsenhofer Straße und Norma – Am Königswasser) weisen Verkaufsflächen von ≤ 700 m² auf. Im Hinblick auf ein derzeit mögliches Angebotsdefizit, v. a. in den fußläufig erreichbaren Betrieben Nahkauf und Tegut bzw. den Standortbereichen sind eine Modernisierung oder ggf. Neupositionierung einzelner Märkte **innerhalb der jeweils zugehörigen Versorgungsbereiche bzw. Stadtteile** zu empfehlen. Die Verlagerung oder Erweiterung eines Lebensmittelmarktes kann unter bestimmten Voraussetzungen durchaus sinnvoll und unterstützenswert sein (vgl. Kapitel IV. 5.2.1). Darüber hinaus können zur Verbesserung der wohnortnahen Versorgung die Ansiedlung von weiteren Betrieben mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt **unterhalb der Großflächigkeit** (max. 799 m² Verkaufsfläche) in Ergänzung der bestehenden Strukturen in siedlungsintegrierten Lagen grundsätzlich möglich sein, wenn Sie bestimmte Voraussetzungen erfüllen (vgl. Kapitel IV. 5.2.3).

Mit der Ausweisung der zentralen Versorgungsbereiche inkl. der dort ansässigen Lebensmittelmärkte und der Ausweisung von Lebensmittelmärkten als Nahversorgungsstandorte wird das angestrebte **Nahversorgungsnetz von Suhl** in seiner **Zielkonzeption** definiert.

Lagespezifisch sind folgende Aussagen zu treffen:

/// Der **zentrale Versorgungsbereich Innenstadt** verfügt am Standort Lauterbogen-Center derzeit über einen Rewe Supermarkt. Dieser ist hier in das EKZ integriert und befindet sich in Erdgeschosslage, im vorderen bzw. westlichen Bereich der Passage. Von außen wird er über das Center beworben. Ein direkter Zugang von außen zum **Rewe-Markt** ist nicht gegeben, der Zugang besteht über das Center. Das Lauterbogen-Center befindet sich im nördlichen Bereich des zVb und wird durch das EKZ „Am Steinweg“ von der Fußgängerzone abgetrennt, sowohl optisch als auch physisch, sodass kaum Synergieeffekte mit der Hauptgeschäftszone aufgebaut werden können. Hier sollte eine bessere Anbindung und Wegeführung zur Fußgängerzone erfolgen, um vermehrt als Magnetbetrieb mit Ankerfunktion im Sinne einer Frequenzerzeugung für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt zu fungieren.

Als weiterer Anbieter ist aktuell in der Dr.-Theodor-Neubauer Straße, bzw. im westlichen Teil der Innenstadt, ein **Penny** Lebensmitteldiscounter vorhanden, der gemeinsam mit dem weiter südlich, bereits außerhalb des zVb, gelegenen **Lidl-Markt** Versorgungsfunktionen i. W. für die umliegenden Wohngebiete übernimmt. Zur Verbesserung der Anbindung an die Hauptgeschäftslage bzw. Fußgängerzone würde eine Aufwertung /Attraktivierung der Bahnhofstraße frequenzsteigernd wirken.

/// Die Standorte **NVZ Rimbachstraße** (Nahkauf) und **NVZ Lautenberg** (Tegut) übernehmen aktuell wesentliche Versorgungsfunktionen für ihr durch Wohnnutzung geprägtes Umfeld. Zur Sicherung der Funktion sollten die Immobilien modernisiert und attraktiv gestaltet sowie verkaufsflächenseitig auf ein modernes Niveau erweitert werden. Ergänzend sollten weitere nahversorgungsrelevante Nutzungen angesiedelt werden.

/// In den **NVZ Ilmenauer Straße und Döllberg** sichern die ansässigen Lebensmittelmärkte die Versorgung für das teilweise durch verdichteten Wohnungsbau geprägte Umfeld. Zur weiteren Funktionssteigerung sollten ergänzend weitere nahversorgungsrelevante Komplementärnutzungen angesiedelt werden.

- // Die **OTZ Heidersbach/Goldlauter** (u. a. Norma) und **OTZ Schmiedefeld** (u. a. Rewe, s. Karte 13) sichern derzeit die Grund- und Nahversorgung für die abgetrennt gelegenen Ortsteile Heidersbach/Goldlauter und Schmiedefeld. Die genannten Standorte weisen überwiegenden Wohngebietsbezug auf und befinden sich in siedlungsstrukturell integrierter Lage. Zur Stärkung ihrer Funktion ist eine Ansiedlung weiterer nahversorgungsrelevanter Nutzungen (Einzelhandel und Dienstleistungen) anzustreben.
- // Der **Ergänzungsstandort Am Königswasser** (u. a. Norma) ist ein Fachmarktzentrum mit autokundenorientierter Lage. Der Standort profitiert i. W. von Kopplungseffekten durch die weiteren teilweise auch großflächigen Einzelhandelsbetriebe am Standort und dem Pendlerverkehr zwischen Suhl und dem benachbarten Zella-Mehlis (A 71-Center). Insgesamt dient die Standortlage Am Königswasser nicht überwiegend als Nahversorgungsstandort mit einem fußläufigen Einzugsgebiet. Eine weitere Ansiedlung von Betrieben oder die Erweiterung bestehender Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Sortimentsschwerpunkt ist grundsätzlich nicht zu empfehlen.
- // Für die **abgesetzten Stadtteile** und die dort verorteten (potenziellen) Ortsteilzentren (vgl. Abb. 22 - 25) sind bedarfs- bzw. nachfrageangepasste Lebensmittelangebote anzustreben, um die Funktion der zVb's zu sichern. Private Initiativen für kleinteilige Fachgeschäfte („Tante-Emma-Laden“) oder mobile Angebote (z. B. Bäckerauto) sind zu begrüßen und wenn möglich zu fördern. Grundsätzlich ist eine Sicherung der Grundversorgung anzustreben und die Einkaufsmobilität der Einwohner aus den **Stadtrandbereichen** und den Ortsteilen durch Nahverkehrsangebote (z. B. Nachbarschaftsinitiativen, Fahrgemeinschaften, Einkaufsbus) zu erhalten und zu verbessern.

5. Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

Zur effektiven Steuerung der Einzelhandelsentwicklung sind **standortbezogene Regelungen zum Ausschluss bzw. zur Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben** erforderlich (vgl. Kapitel IV. 6).⁴⁶ Grundsätzlich kommen verschiedene Stufen zur Begrenzung und zum Ausschluss des Einzelhandels in Betracht:

- // Ausschluss zentrenrelevanter / nahversorgungsrelevanter Sortimente
- // zusätzlicher Ausschluss großflächigen Einzelhandels i. S. v. § 11 Abs. 3 BauNVO
- // Ausschluss des gesamten Einzelhandels.

Die Regeln folgen dem zentralen Grundsatz, dass Ansiedlungen bzw. Erweiterungen nicht zu einer Beeinträchtigung der Funktions- und Entwicklungsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche führen dürfen und sich die Dimensionierung eines Vorhabens am zugeordneten Versorgungsgebiet orientieren muss. Außerdem sind bei Ansiedlungen bzw. Erweiterungen die landesplanerischen Vorgaben zu beachten. Im Folgenden werden auf Grundlage des Sortimentskonzeptes sowie der o. g. Zentren- und Standortstruktur in Südhüringen branchen- und standortbezogene Grundsätze zur Einzelhandelsentwicklung definiert.

5.1 Steuerungsregeln des Einzelhandels innerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

5.1.1 Hauptzentrum Innenstadt und Ortszentrum

Für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadt und Ortszentrum gelten **keine Beschränkungen hinsichtlich möglicher Einzelhandelsansiedlungen hinsichtlich der Klassifizierung nach Sortimentsliste und Großflächigkeit**. Das heißt, dass sowohl großflächige⁴⁷ Betriebe als auch nicht großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten und zentrenrelevanten Sortimenten zulässig und städtebaulich erwünscht sind. Die Erweiterungs-

⁴⁶ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

⁴⁷ großflächiger Einzelhandel ab 800 m² Verkaufsfläche

oder Ansiedlungsvorhaben unterliegen jedoch auch hier der Nachvollziehbarkeit einer generellen wirtschaftlichen und damit städtebaulichen Verträglichkeit, indem deren absehbare Kaufkraftbindung sich nicht nachhaltig negativ auf die Zentrenstruktur der eignen Stadt oder des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen auswirkt. Im Zweifelsfall ist hierzu auch eine detaillierte Auswirkungsanalyse vorzunehmen.

Auch die Ansiedlung großflächiger Betriebe mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten ist hier grundsätzlich zulässig. Ihre Ansiedlung ist aus städtebaulicher Sicht jedoch nicht zu empfehlen und sie soll nicht Teil der Ansiedlungspolitik sein. Etwaige Flächenpotenziale sollen Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten vorbehalten werden, die für die Innenstadt eine frequenzerzeugende Wirkung haben (u. a. Lebensmittelmarkt).

5.1.2 Ortsteil- und Nahversorgungszentren

Innerhalb der Ortsteil- und Nahversorgungszentren soll der Angebotsschwerpunkt bei möglichen Ansiedlungen, Umstrukturierungen oder Erweiterungen bei Betrieben des kurzfristigen und bei Ortsteilen teilweise auch des mittelfristigen Bedarfsbereichs liegen. In den Ortsteilzentren und den Nahversorgungszentren sind so primär Betriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment (gemäß Sortimentsliste für die Städte Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof, vgl. Kapitel IV. 2) zulässig. Die Ansiedlung oder Erweiterung von (auch großflächigen) Betrieben mit dem **Kernsortiment Nahrungs- und Genussmittel** ist hier möglich, insofern sich aus dem örtlichen Nachfragevolumen ein Bedarf ableiten lässt. Diesbezüglich sind die spezifischen städtebaulichen Zielstellungen für die einzelnen zentralen Versorgungsbereiche zu beachten (vgl. Kapitel IV. 3).

Betriebe mit **zentrenrelevantem Kernsortiment**, die nicht der Nahversorgung dienen (z. B. Bekleidung oder Schuhe) sollten insbesondere für die Ergänzung des Branchenmixes in den Ortsteilzentren bis max. 400 m² VK zulässig sein. Ausnahmsweise sind Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment bis max. 800 m² VK im Einzelfall zulässig, insofern eine Einzelfallprüfung deren städtebauliche Verträglichkeit bescheinigt und ausreichendes Nachfragepotenzial im Ortsteil bzw. jeweiligen Nahversorgungsbereich besteht. Neuansiedlungen oder Erweiterungen von großflächigen Betrieben (> 800 m² VK) mit zentrenrelevantem Kernsortiment sind unter Berücksichtigung der Vorrangstellung der Innenstädte auszuschließen; Betriebe mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment wären dagegen grundsätzlich zulässig, wenn auch nicht immer vorbehaltlos zu empfehlen.

5.1.3 Nebenzentrum

Innerhalb des **Nebenzentrums (Aue III)** sollten keine weiteren Neuansiedlungen oder Erweiterungen mit zentrenrelevantem Sortiment zugelassen werden. Die Ansiedlung und Erweiterung großflächiger Lebensmittelmärkte (VK > 800 m²) sowie Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten würde die beabsichtigte Vorrangstellung des zentralen Versorgungsbereiches Innenstadt weiter untergraben. Die Realisierung von großflächigen Betrieben mit nicht zentrenrelevantem Kernsortiment ist möglich bei städtebaulich geordneter Einbindung im Nebenzentrum.

5.2 Steuerungsregeln des Einzelhandels außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche

5.2.1 Nahversorgungsstandorte

Nahversorgungsstandorte⁴⁸ ergänzen das Nahversorgungsnetz und dienen der wohnortnahen Versorgung mit Waren des kurzfristigen Bedarfs. Als Nahversorgungsstandorte wurden raumbedeutende Einzelhandelsbetriebe mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment definiert, die sich in integrierter Lage in einem unmittelbar vorhandenen Wohnumfeld befinden und demzufolge auch vorrangig der Nahversorgung der dort ansässigen Bevölkerung dienen.

Die Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment an bestehenden Nahversorgungsstandorten ist nur vor dem Hintergrund zulässig, wenn auch

⁴⁸ Die ausgewiesenen Nahversorgungsstandorte sind in Kapitel IV. 3.4.1 definiert.

weiterhin die wohnortnahe Grundversorgung gesichert bzw. gestärkt wird. Bis zur Grenze der Großflächigkeit (max. 800 m² VK) kann dies regelmäßig unterstellt werden. Bei Flächengrößen oberhalb von 800 m² VK kann eine Ansiedlung oder Erweiterung der Verbesserung der wohnortnahen Versorgung dienen, wenn dies absatzwirtschaftlich nicht zu einer wesentlichen Überlagerung bzw. Abschöpfung mit den Versorgungsbereichen anderer Nahversorgungsstandorte oder gar zentraler Versorgungsbereiche führt. Hierzu ist ein Verträglichkeitsnachweis zu erbringen (Auswirkungsanalyse).

Potenzielle sowie neue Nahversorgungsstandorte müssen diese Grundregeln zu Nahversorgungsstandorten ebenfalls erfüllen. Bei einer Verlagerung eines Nahversorgungsstandortes ist das Hauptaugenmerk auf die verbesserte wohnortnahe Grundversorgung zu lenken (also mehr Einwohner im fußläufigen Einzugsgebiet von ca. 500 m). Voraussetzung zur Verlagerung ist es, dass der Altstandort nachweisbar nicht für gleichgelagerte Angebote im Lebensmittelbereich wiedergenutzt wird (Nah- und Grundversorgung).

Bestehende baurechtlich genehmigte Lebensmittelmärkte genießen in der aktuellen Dimensionierung Bestandsschutz. Eine Neuaufstellung im Bestand ohne Erweiterung der Verkaufsfläche ist grundsätzlich möglich. Aufgrund der aktuell zu geringen Ausstattung mit ergänzenden Angeboten hinsichtlich des Einzelhandels oder an Dienstleistungen haben Nahversorgungsstandorte nicht den Status eines zentralen Versorgungsbereiches (= Stadtteilzentrum). Betriebe mit zentrenrelevantem Einzelhandel sind ab einer Verkaufsfläche von 100 m² im Kernsortiment an Nahversorgungsstandorten auszuschließen, da diese Betriebe dann als strukturprägend zu werten sind (= Kleinflächenregelung).

5.2.2 Ergänzungsstandorte

Unter städtebaulichen Gesichtspunkten soll im Sinne einer Bündelung von Angeboten und Verkehrsströmen – ergänzend zum Hauptzentrum und den anderen zentralen Versorgungsbereichen – die Konzentration von nicht zentrenrelevanten Betrieben (großflächig und nicht großflächig) angestrebt werden. Zusätzlich zu den zentralen Versorgungsbereichen dienen daher die bestehenden Ergänzungsstandorte der Ansiedlung und Erweiterung von auch großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandelsbetrieben und ergänzen damit funktional die zentralen Versorgungsbereiche im Sinne einer „Arbeitsteilung“. Die Ansiedlung nahversorgungs- und zentrenrelevanter Sortimente in den Städten des perspektivischen Oberzentrums ist zum Schutz der zentralen Versorgungsbereiche und Nahversorgungsstandorte an diesen Standorten grundsätzlich nicht zulässig.

5.2.3 Siedlungsräumlich integrierte Lagen (z. B. Wohngebiete)

Bei den siedlungsräumlich integrierten Lagen handelt es sich um Standorte, die keinem zentralen Versorgungsbereich zuzuordnen sind und nicht die Versorgungsbedeutung von Nahversorgungsstandorten aufweisen. Zu den **siedlungsräumlich integrierten Lagen** zählen alle wohnortnahen Lagen sowie Streulagen des Einzelhandels. Die Ansiedlung von **zentrenrelevantem Einzelhandel unter 100 m² Verkaufsfläche** ist möglich, da hier in der Regel keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche vorliegen (=Kleinflächenregelung).

Die Ansiedlung von kleinteiligen **nahversorgungsrelevanten** Einzelhandelsbetrieben soll hier auch im Sinne einer Quartiersversorgung möglich sein, wenn keine Beeinträchtigungen zentraler Versorgungsbereiche und weiterer Nahversorgungsstandorte vorliegen. Neben kleinteiligen Angeboten wie Bäckereien, Blumenläden, Apotheken wird für Lebensmittelversorger eine grundsätzliche **Zulässigkeit unterhalb der Großflächigkeit (< 800 m² Verkaufsfläche)** als sinnvoll erachtet. Auf diesen Flächen lassen sich „Quartiersversorger“ mit nahversorgungsrelevantem Kernsortiment für die unmittelbare fußläufige Nahversorgung realisieren, die nicht über den Nahbereich hinaus wirken oder die negative Auswirkungen auf andere Nahversorgungsanbieter erwar-

ten lassen. Insbesondere für die Nahversorgung in bisher unterversorgten Stadtgebieten oder in den Ortsteilen dient diese Regelung einer Verbesserung, sofern das nächste Stadtteilzentrum oder der nächste Nahversorgungsstandort sich in einer Entfernung von mehr als 800 m befindet⁴⁹.

5.2.4 Sonstige siedlungsräumlich nicht integrierte Lagen (v. a. Gewerbe- und Industriegebiete)

Diese Lagen sollen – ihrer primären Funktion entsprechend – als Flächen für das produzierende und weiterverarbeitende Gewerbe sowie für Handwerks- und Dienstleistungsbetriebe vorgehalten werden. Aus diesem Grund sowie im Hinblick auf die Zielsetzung des Einzelhandelskonzeptes werden hier Betriebe mit nahversorgungs- und zentrenrelevanten Kernsortimenten vollständig ausgeschlossen. Darüber hinaus ist im Südthüringer Stadtgebiet auch bedarfsgerechte Flächen für Gewerbe und Industriebetriebe bereitzustellen, weshalb ein genereller Einzelhandelsausschluss (Einzelhandel mit nahversorgungs-, zentren- und nicht zentrenrelevanten Sortimenten) in Gewerbe- und Industriegebieten im Rahmen der Bauleitplanung geboten ist.

Ausnahme: Ausnahmsweise können in Gewerbegebieten Verkaufsflächen (auch nahversorgungs- und zentrenrelevant) für Eigenproduktionen und weiter be- oder verarbeitende Produkte (sog. **Annexhandel**) dort ansässiger Gewerbe- und Handwerksbetriebe zugelassen werden. Das Vorhandensein eines sog. Annexhandels ist gegeben, wenn

- /// dieser in unmittelbarem baulichen und betrieblichen Zusammenhang zu einem innerhalb des Gewerbegebietes ansässigen Handwerks- oder Gewerbebetrieb steht,
- /// die Verkaufsfläche dem Hauptbetrieb in Grundfläche und Baumasse untergeordnet ist,
- /// und das Warenangebot aus eigener Herstellung oder aus Produkten, die handwerklich weiter be- oder verarbeitet wurden, besteht.

Die ausnahmsweise Zulässigkeit des Annexhandels ist auch unter dem Aspekt der Sicherung von Flächen für Handwerk und produzierendes Gewerbe innerhalb der Gewerbegebiete zu verstehen. Unter Berücksichtigung einer deutlichen Beschränkung der angebotenen Produkte sowie der geringen Verkaufsflächendimensionierungen sind aus gutachterlicher Sicht keine Beeinträchtigungen für eine geordnete Entwicklung des Zentrenkonzeptes der Städte zu erwarten. Sofern alle oben genannten Kriterien zum Vorhandensein eines Annexhandels erfüllt sind, kann dieser zulässig sein. In jedem Fall ist die Gewährung einer Ausnahme im Einzelfall, v. a. im Hinblick auf eine angemessene Verkaufsflächengröße, zu prüfen.⁵⁰

5.2.5 Randsortimentsregelung

Aufgrund sortiments- und betriebstypenspezifischer Besonderheiten wird eine ergänzende Regelung hinsichtlich der zentrenrelevanten **Randsortimente** bei Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten getroffen. Um der Gefahr einer Aushöhlung des Sortimentskonzeptes durch übermäßige Angebote von zentrenrelevanten Randsortimenten zu begegnen, wird bei Ansiedlungen / Erweiterungen außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche eine Randsortimentsbegrenzung im Rahmen der Bebauungsplanfestsetzungen getroffen. **Bei großflächigen Einzelhandelsbetrieben** (ab 800 m² Verkaufsfläche) mit nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten (z. B. Möbel-, Bau- und Gartenmärkte) wird eine Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente⁵¹ auf maximal 10 % der realisierten Gesamtverkaufsfläche, jedoch maximal 800 m² VK und max. 100 m² VK je Randsortiment festgesetzt. Um sicherzustellen, dass die

⁴⁹ Der fußläufige Nahversorgungsradius wurde für Südthüringen mit 500 m angegeben. Bei einer Distanz zum nächsten Nahversorger von mind. 800 m ist davon auszugehen, dass der Überschneidungsbereich der jeweiligen 500 m Radien nur gering ist.

⁵⁰ Aus der Begründung zum Bebauungsplan muss eine Verkaufsflächenobergrenze deutlich werden. Empfohlen wird hier die Festsetzung einer absoluten Größe in Verbindung mit einer relativen Beschränkung (z. B. max. 10 % der Geschossfläche des Hauptbetriebes).

⁵¹ 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 Wichtigkeit (Umsatz) deutlich untergeordnet sein (vgl. OGV NRW, Beschluss vom 26.01.2000, 7 B 2023/99).

insgesamt zulässige Fläche nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann, ist im Rahmen einer Einzelfallprüfung die Dimensionierung einzelner Sortimente zu prüfen. Auch dies könnte ansonsten zu einer Unterwanderung des Sortimentskonzeptes und letztlich zu Beeinträchtigungen der schutzwürdigen Strukturen führen.

5.3 Fazit zu den Steuerungsregeln

Abbildung 31 stellt die Steuerungsregeln nach Standortkategorien differenziert dar. Grundsätzlich ist das Einzelhandelskonzept ein informelles Konzept, welches bestehendes Baurecht nicht ersetzt. Es ist darauf hinzuweisen, dass auch großflächige Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in siedlungsräumlich integrierten Lagen zulässig sind, sofern keine Auswirkungen im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO zu erwarten sind oder sie eine Atypik im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 4 aufweisen und keine Auswirkungen im Sinne des § 11 Abs. 3 Satz 1 Nr. 2 und 3 hervorrufen.⁵² Darüber hinaus muss die Ansiedlung einer Verbesserung der wohnortnahen Versorgung mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten dienen. Dabei sind insbesondere folgende Kriterien im Rahmen der erforderlichen Einzelfallbetrachtung zu überprüfen:

- // Netzabdeckung
- // die Verkaufsfläche
- // fußläufige Erreichbarkeit
- // Einbindung in das ÖPNV-Netz
- // städtebauliche und versorgungsstrukturelle Auswirkungen.

Um eine Aushöhlung des Einzelhandelskonzeptes zu verhindern, sollten zudem bestehende oder neue Standorte, die städtebaulich nicht erwünscht sind, im vorliegenden Sinne auch als Teilgebiete überplant werden.⁵³

⁵² Vgl. zur bauplanungsrechtlichen Prüffolge: OVG NRW, Urteil vom 02.12.2013 – 2 A 1510/12

⁵³ Neben qualifizierten Bebauungsplänen können auch einfache Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB Steuerungswirkung auf den Einzelhandel entfalten (vgl. Kapitel IV.6).

Abbildung 36: Übersicht Regeln zur Steuerung des Einzelhandels

Ansiedlung in ... mit ...		Haupt- zentren	Ortsteil- und Nahver- sorgungs- zentren	Nebenzentren und Ergänzungs- standorte	Nahver- sorgungs- standorte	sonstige Lagen	
						siedlungs- räumlich integrierte Lagen	Siedlungs- räumlich nicht integrierte Lagen
Betriebe mit nahversorgungs- relevantem Kernsortiment*	> 800 m ² Verkaufsfläche	✓	ⓘ	✗	ⓘ	✗	✗
	100 – 799 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	✗	✓	ⓘ	✗
Betriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment	> 800 m ² Verkaufsfläche	✓	✗	✗	✗	✗	✗
	400 – 799 m ² Verkaufsfläche	✓	ⓘ	✗	✗	✗	✗
	100 – 399 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	✗	✗	✗	✗
nicht zentren- relevantem Kernsortiment	> 800 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	✓	✗	✗	✗
	100 – 799 m ² Verkaufsfläche	✓	✓	✓	✓	✓	✓

* Lebensmittelmärkte / Drogeriemärkte
 ✓ Ansiedlung möglich und städtebaulich **zu empfehlen**
 ✓ Ansiedlung möglich, aber städtebaulich **nicht zu empfehlen**
 ✗ Ansiedlung **nicht möglich**
 ⓘ **Einzelfallprüfung** erforderlich, beachte Ausführungen in den entsprechenden Kapiteln

GMA-Darstellung 2020

6. Empfehlungen zur Umsetzung des Einzelhandelskonzeptes

Das vorliegende Einzelhandelskonzept wurde in Abstimmung mit der KAG Entwicklung Oberzentrum Südthüringen erarbeitet. Um eine Verbindlichkeit dieser so genannten informellen Planung herzustellen, sollten folgende Punkte beachtet werden:

/// Beschluss des Einzelhandelskonzeptes durch die jeweiligen Stadträte der KAG als städtebauliches Entwicklungskonzept im Rahmen einer integrierten Stadtentwicklungsplanung nach § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB auf der Grundlage dieses Konzeptes. Damit ist das regionale Einzelhandelskonzept bei der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen und gilt als Dokumentation der kommunalen Planungsabsichten. Insbesondere sind hier von Belang:

- Städtebauliche Ziele der Städte für die Einzelhandelsentwicklung
- Festlegung der Zentren- und Standortstruktur
- Abgrenzung und Definition der zentralen Versorgungsbereiche
- Festlegung der Nahversorgungsstandorte
- Sortimentsliste für Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof
- Steuerungsregeln zur Einzelhandelsentwicklung

/// Planungsrechtliche Verankerung im Rahmen der Bauleitplanung

Es soll geprüft werden, wie die Ziele und Regeln zur Standortentwicklung möglichst zeitnah in gültiges Baurecht umgesetzt werden können. Festsetzungsmöglichkeiten vor allem im unbeplanten Innenbereich eröffnet der § 9 Abs. 2a BauGB. Dieser Paragraph ermöglicht es für den Innenbereich, B-Pläne aufzustellen, um zu verhindern, dass an städtebaulich nicht gewünschten Standorten eine Entwicklung entsteht, die den Zielen und Grundsätzen des Einzelhandelskonzeptes entgegensteht. Für die Begründung ist das auf der Grundlage dieses Gutachtens erstellte und von den jeweiligen Stadträten beschlossene Einzelhandelskonzept heranzuziehen.⁵⁴ Zudem wird eine Übernahme der Ergebnisse des Einzelhandelskonzeptes in die Flächennutzungsplanung empfohlen.

/// Ansprache von Investoren und Handelsunternehmen

Die vorliegende Untersuchung soll aktiv genutzt werden, um hiermit sowohl Investoren als auch Handelsunternehmen gezielt anzusprechen. Das Einzelhandelskonzept verdeutlicht zum einen die Ausstattungsdefizite und Entwicklungspotenziale im Südthüringer Einzelhandel und vermittelt zum anderen – durch den Beschluss – Investitionssicherheit. Dies gilt umso mehr, da ohne einen Ausschluss von nahversorgungs- und zentrenrelevantem Einzelhandel außerhalb der Stadtkerne eine Entwicklung aus Investoren- bzw. Händlersicht mit höherem Risiko infolge sonst möglicher Wettbewerbsansiedlungen an dezentralen, autokundenorientierten Lagen verbunden wäre.

Das vorliegende Einzelhandelskonzept ist als aktuelle Grundlage der Einzelhandelsentwicklung in den Städten des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen zu verstehen, welches insbesondere vor dem Hintergrund der Dynamik in der Einzelhandelsentwicklung kein „Konzept für die Ewigkeit“ darstellt. Es handelt sich um ein **fortschreibungsfähiges Konzept**, das in der Regel mittelfristig (etwa 5 – 7 Jahre) einer Überprüfung und ggf. Anpassung bedarf.

⁵⁴ Die Umsetzung der Empfehlung ist vor dem Hintergrund der jeweils örtlichen und bauplanungsrechtlichen Gegebenheiten zu prüfen.

V. Zusammenfassung

1. Ergebnisse der Potenzialanalyse

Die Untersuchungen im Rahmen der Erarbeitung des Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes für das perspektivische Oberzentrum Südthüringen kommen zu folgenden wesentlichen Ergebnissen:

- /// Das **perspektivische Oberzentrum Südthüringen** umfasst die Städte Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof. Aktuell (Juni 2020) wohnen rd. 61.520 Einwohner in diesem Oberzentrum. Bis 2030 wird für die beteiligten Städte wie auch die angrenzenden Landkreise ein **weiterer Bevölkerungsrückgang** von -5 bis -9,5% prognostiziert.
- /// Im gesamten **Marktgebiet** des Oberzentrums wohnen gegenwärtig ca. 250.095 Einwohner. Zone I umfasst dabei die vier genannten Städte, die Zonen II und III die Teile der Landkreise Schmalkalden-Meiningen, Hildburghausen, Gotha und Ilm-Kreis.
- /// Das **Kaufkraftvolumen** für alle Einzelhandelsbranchen beläuft sich im gesamten Marktgebiet aktuell auf ca. 1.378,8 Mio. €. Davon entfallen ca. 507,4 Mio. € auf den Warenbereich Nahrungs- und Genussmittel und ca. 871,4 Mio. € auf Nichtlebensmittel. In die Kaufkraftberechnung flossen die mit Bezug auf den Bundesdurchschnitt unterdurchschnittlichen Kaufkraftkennziffern des Untersuchungsraumes mit ein. So verfügen die jeweiligen Städte im Bundesvergleich über einen jeweiligen Kaufkraftindex von ca. 95,0 (Suhl), 93,2 (Schleusingen), 91,5 (Zella-Mehlis) und 83,4 (Oberhof) (Bundesdurchschnitt = 100). Somit liegt die Spannweite der Kaufkraftkoeffizienten bei 11,6.
- /// Der **Einzelhandelsbestand** in den vier Städten umfasst 519 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 162.320 m². Davon können 168 Betriebe und eine Verkaufsfläche von ca. 45.110 m² dem Nahrungs- und Genussmittelsektor zugeordnet werden⁵⁵. Diese generieren eine Bruttoumsatzleistung von ca. 182,4 Mio. €. Auf den Nichtlebensmittelbereich entfallen 351 Betriebe mit einer Verkaufsfläche von ca. 117.210 m² und einem Bruttoumsatz von ca. 266,0 Mio. €. Die rechnerische Durchschnittsgröße der Betriebe liegt bei rd. 312,8 m² VK und damit oberhalb des Bundesdurchschnitts von ca. 250 m² VK je Betrieb.
- /// Im Geschäftsjahr 2019 erzielte der Südthüringer Einzelhandel eine **Umsatzleistung** von ca. 448,4 Mio. €.
- /// Der Einzelhandel in den Städten des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen weist eine **Gesamt-Zentralität von rd. 125** auf, was per Saldo auf Kaufkraftzuflüsse hindeutet. Im Vergleich zu anderen Thüringer Oberzentren ist dieser Wert als sehr gut einzustufen. Die Branchen Lebensmittel, Drogeriewaren, Bekleidung/Schuhe/Sport sowie Hausrat/Einrichtung/Möbel und Bau-/Heimwerker-/Gartenmarkt weisen Zentralitäten z. T. weit über 120 auf, wobei differenzierte Verteilungen der Verkaufsflächen nach den beteiligten Städten und Standortlagen hierfür die Grundlage bilden. Die Branchen Blumen/Pflanzen/zool. Bedarf, Zeitschriften/Bücher/Papier-/Bastel-/Schreib-/Spielwaren, Elektrowaren/Medien/Foto, Optik/Hörgeräte/Uhren/Schmuck sowie Sonstige Sortimente weisen Zentralitäten unter 100 aus. Diese Sortimente sind damit unterrepräsentiert im perspektivischen Oberzentrum, indem per Saldo sogar Kaufkraft in andere Städte und Regionen abfließt.

⁵⁵ Mehrbranchenunternehmen aufgeteilt.

2. Leitlinien

Für die weitere Einzelhandelsentwicklung werden Leitlinien formuliert, welche für in den vier Städten in der Umsetzung handelsbezogener Maßnahmen sowie in der Bauleitplanung als Orientierung bzw. als bindende Grundaussagen dienen.

- Das perspektivische Oberzentrum Südthüringen soll als wettbewerbsfähiges und bedeutsames Versorgungszentrum mit belebten Stadtzentren – mit attraktiven Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastronomie, Freizeit- und Kultureinrichtungen – wahrgenommen werden. Dem Erhalt und dem Ausbau der **Versorgungsfunktionen im zugewiesenen Verflechtungsbereich** kommt eine besondere Bedeutung zu.
- Dem perspektivischen Oberzentrum Südthüringen kommt eine bedeutende Magnetfunktion für die Einwohner, Umlandbewohner und Touristen zu. Zum Erhalt und zur Entwicklung eines breiten und attraktiven Einzelhandelsangebotes werden **zentrale Versorgungsbereiche** (Innenstadt, Orts- teil- und Nahversorgungszentren) sowie **sonstige Standortlagen** (Nahversorgungsstandorte, Neben- zentrum Aue III, Ergänzungsstandorte) ausgewiesen.
- Der **zentrale Versorgungsbereich „Hauptzentrum Innenstadt Suhl“** hat eine oberzentrale Funktion im Sinne eines Stadt-Zentrums mit attraktivem Mix aus Einzelhandel, Dienstleistungen, Gastro- nomie, Kunst und Kultur, Sport-, Freizeit- und soziale Einrichtungen für alle vier Städte des per- spekt. Oberzentrums und die ganze Region wahrzunehmen und ist deshalb weiter insbesondere auch mit Einzelhandelsansiedlungen zu stärken.
- Die **Hauptzentren „Ortszentrum Zella-Mehlis“, „Innenstadt Schleusingen“ und die „Innenstadt Oberhof“** sind in ihrer derzeitigen Funktion als lokale Zentren weiter zu stärken und vor nachhaltig negativen Wettbewerbsentwicklungen außerhalb dieser Zentren zu schützen. Zur Vermeidung von Leerstand sind die Interessen der Immobilieneigentümer und neue, innovative Unterneh- menskonzepte stärker zu berücksichtigen.
- Zur Sicherung der flächendeckenden (Nah-)versorgung im perspektivischen Oberzentrum Süd- thüringen werden mehrere **Nahversorgungszentren** im Sinne zentraler Versorgungsbereiche aus- gewiesen. Zudem werden mehrere **Nahversorgungsstandorte** anerkannt, die ergänzend zu den zentralen Versorgungsbereichen die wohnortnahe Versorgung sichern.
- Als Instrument zur Sortimentsdifferenzierung zwischen zentren- und nicht zentrenrelevanten Sor- timenten wird die **„Sortimentsliste für Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof“** beschlossen. **Zentrenrelevante Sortimente** sollen ab einer Verkaufsflächengröße von 100 m² grundsätzlich nur in den zentralen Versorgungsbereichen zulässig sein. Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten als Teilmenge der zentrenrelevanten Sortimente sind zur Verbesserung der wohn- gebietsnahen Versorgung unter Abwägung der bestehenden Strukturen auch an anderen sied- lungsintegrierten Standorten bis max. 799 m² Verkaufsfläche möglich. Bei großflächigen Einzel- handelsbetrieben mit **nicht zentrenrelevanten Kernsortimenten** sind zentrenrelevante Randsorti- mente **bis zu 100 m² je Randsortiment**, in der Summe bis zu 10 % der gesamten Verkaufsfläche des Betriebes, zulässig.
- Aufbauend auf dem regionalen Einzelhandelskonzept sollte eine **turnusmäßige Abstimmung der gemeinsamen Einzelhandelsentwicklungsstrategie** in der KAG erfolgen. Einzelhandelsvorhaben > 800 m² sind mit Bekanntwerden in der jeweiligen Stadt den anderen Partnern des perspektivi- schen Oberzentrums unverzüglich anzuzeigen. Das Genehmigungsverfahren ist dann von der KAG zu verfolgen.
- Das regionale Einzelhandelskonzept soll nach Beschlussfassung in den Stadträten offen kommu- niert werden und der **aktiven Information von Immobilien- und Grundeigentümern** sowie den **Gewerbetreibenden** dienen, um diese an der Umsetzung und zielgerichteten Weiterentwicklung des Einzelhandels zu beteiligen.

Verzeichnisse

Seite

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Untersuchungsaufbau	8
Abbildung 2:	Wesentliche Einflussfaktoren der Handelsentwicklung	10
Abbildung 3:	Entwicklung des Einzelhandelsumsatzes (netto) in Mrd. € in Deutschland (ohne KFZ, Tankstellen, Brennstoffe, Apotheken)	11
Abbildung 4:	Verkaufsflächenwachstum im deutschen Einzelhandel 2006-2018	11
Abbildung 5:	Entwicklung der Onlineumsätze in Deutschland	12
Abbildung 6:	Entwicklungsszenarien des Online-Handels nach Branchen bis 2030 (Marktanteil in %)	13
Abbildung 7:	Konsumtrends im Zusammenhang mit der Ausbildung des „hybriden“ Verbrauchers	15
Abbildung 8:	Vergleich Kaufkraftkennziffern, D = 100	42
Abbildung 9:	Einzelhandelszentralität nach Branchen	44
Abbildung 10:	Ziele des Regionalen Einzelhandelskonzeptes	50
Abbildung 11:	Wesentliche Bestandteile zentraler Versorgungsbereiche	58
Abbildung 12:	Zentrenstruktur des perspektivischen Oberzentrums Südthüringen	63
Abbildung 13:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Suhl	65
Abbildung 14:	OZ Talstraße	69
Abbildung 15:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Schleusingen	73
Abbildung 16:	Zentraler Versorgungsbereich Hauptzentrum Innenstadt Oberhof	76
Abbildung 17:	NVZ Ilmenauer Straße in Suhl	79
Abbildung 18:	NVZ Rimbachstraße in Suhl	82
Abbildung 19:	NVZ Döllberg in Suhl	84
Abbildung 20:	NVZ Lautenberg in Suhl	87
Abbildung 21:	NVZ Jägerhausstraße in Schleusingen	89
Abbildung 22:	OTZ Dietzhausen in Suhl	92
Abbildung 23:	OTZ Heinrichser Straßenmarkt in Suhl	94
Abbildung 24:	OTZ Heidersbach / Goldlauter in Suhl	97
Abbildung 25:	OTZ Schmiedefeld am Rennsteig in Suhl	99
Abbildung 26:	OTZ Benshausen	102
Abbildung 27:	OTZ Zella	104
Abbildung 28:	OTZ Mehlis	106
Abbildung 29:	pot. OTZ Albrechts in Suhl	109
Abbildung 30:	pot. OTZ Gehlberg in Suhl	110
Abbildung 31:	pot. OTZ Mäbendorf in Suhl	111
Abbildung 32:	Nebenzentrum Aue III in Suhl	113
Abbildung 33:	Fachmarktstandort „Am Königswasser“ Suhl	116
Abbildung 34:	A 71 – Center in Zella-Mehlis	117
Abbildung 35:	EKZ Mega – Center in Schleusingen	117
Abbildung 36:	Übersicht Regeln zur Steuerung des Einzelhandels	129

Kartenverzeichnis

Karte 1:	Lage der Städte im perspektivischen Oberzentrum Südthüringen	22
Karte 2:	Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Suhl	31
Karte 3:	Nahversorgungssituation in Suhl (Status quo-Situation)	32
Karte 4:	Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Zella-Mehlis	35
Karte 5:	Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Schleusingen	37
Karte 6:	Einzelhandelsbesatz im Stadtgebiet von Oberhof	39
Karte 7:	Marktgebiet des Einzelhandelsstandortes Oberzentrum Südthüringen	41
Karte 8:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur Kernstadt Suhl	59
Karte 9:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur Zella-Mehlis	60
Karte 10:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur Schleusingen	61
Karte 11:	Übersicht Zentren- und Standortstruktur Oberhof	62
Karte 12:	Nahversorgungsfunktion der Lebensmittelmärkte in Suhl	121
Karte 13:	Nahversorgungsfunktion OTZ in Schmiedefeld	122

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	GMA-Branchensystematik	9
Tabelle 2:	Standortanforderungen der Betriebstypen des Lebensmitteleinzelhandels (Auswahl)	14
Tabelle 3:	Einzelhandelsbestand insgesamt	26
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand nach Städten und Branchen	27
Tabelle 5:	Einzelhandelsbestand nach Städten , Bedarfskategorien und Einwohner	29
Tabelle 6:	Nahversorgungssituation in Suhl nach Stadtbereichen	33
Tabelle 7:	Einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Marktgebiet des Einzelhandels	43
Tabelle 8:	Branchenbezogene Entwicklungspotenziale	46
Tabelle 9:	Kriterien der Zentrenrelevanz	53
Tabelle 10:	Sortimentsliste für Suhl, Zella-Mehlis, Schleusingen und Oberhof	55
Tabelle 11:	Ausstattung	72
Tabelle 12:	Ermittlung und Festlegung der Nahversorgungsfunktion der Lebensmittelmärkte in Suhl	120