

Einzelhandels- und Zentrenkonzept

Einzelhandels- und Zentrenkonzeption für die Stadt Gotha (2. Fortschreibung)

Auftraggeber:

Stadtverwaltung Gotha
Hauptmarkt 1
99867 Gotha

Projektleitung:

Dipl.-oec. Mathias Vlcek

Gesamtverantwortung:

Dr. Ulrich Kollatz

BBE Handelsberatung GmbH

Büro Erfurt

Futterstraße 14

99084 Erfurt

Telefon: (0361) 77 80 660

Fax: (0361) 77 80 612

E-Mail: vlcek@bbe.de

Wissen schafft Zukunft.

München · Hamburg · Berlin · Köln · Leipzig · Erfurt

Inhaltsverzeichnis

- 1. Einführung 4**
- 2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für den Einzelhandel 6**
 - 2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite 6
 - 2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite 9
- 3. Rahmenvorgaben zur planungsrechtlichen Zulässigkeit im Einzelhandel 14**
- 4. Standortrahmendaten Gotha 19**
 - 4.1. Geographische Lage/ Erreichbarkeit/ Landesplanerische Einstufung 19
 - 4.2. Soziodemographische Rahmendaten 21
 - 4.3. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial 24
- 5. Einzelhandelsanalyse Gotha 26**
 - 5.1. Einzelhandelsbestand 26
 - 5.2. Räumliche Angebotsstruktur 29
 - 5.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung 34
 - 5.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur 38
 - 5.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung 38
 - 5.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Gotha 40
 - 5.5. Bindungsintensität des Gothaer Einzelhandels 43
 - 5.6. Stärken-Schwächen-Analyse 45
- 6. Einzelhandelsentwicklungskonzept Gotha 46**
 - 6.1. Nachfrageprognose 46
 - 6.2. Entwicklungsrahmen des Gothaer Einzelhandels 48
 - 6.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept 53
 - 6.3.1. Vorbemerkung 53
 - 6.3.2. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept 54
 - 6.3.3. Non-Food 57
 - 6.3.4. Zusammenfassung 59
 - 6.3.5. Potenzialflächen 61
- 7. Zentrenkonzept Gotha 64**
 - 7.1. Ziele des Zentrenkonzepts 64
 - 7.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen 65
 - 7.3. Identifikation strukturprägender Versorgungsbereiche in Gotha 68
 - 7.3.1. Zentrale Versorgungsbereiche 68
 - 7.3.2. Sonstige Versorgungslagen 71

| | |
|---|------------|
| 7.4. Zentren- und Standortkonzept Gotha | 73 |
| 7.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur..... | 73 |
| 7.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt..... | 76 |
| 7.4.3. Zentraler Versorgungsbereich Coburger Platz | 81 |
| 7.4.4. Zentraler Versorgungsbereich Städtischer Hof..... | 85 |
| 7.4.5. Komplexe Grundversorgungsstandorte | 89 |
| 7.4.6. Sonderlagen..... | 95 |
| 7.5. Sortimentskonzept Gotha | 101 |
| 7.5.1. Begriffsdefinition..... | 101 |
| 7.5.2. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Gotha | 103 |
| 7.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Gotha | 107 |
| 7.7. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung | 112 |
| 8. Schlusswort | 116 |

1. Einführung

Die Stadt Gotha verfügt über ein Einzelhandelskonzept aus dem Jahr 2011, das vom Gothaer Stadtrat als Grundlage zur weiteren **Einzelhandelsentwicklung der Stadt** beschlossen wurde. Bei diesem Konzept handelt es sich um die 1. Fortschreibung, da bereits im Jahr 2005 ein entsprechendes Entwicklungskonzept erstellt wurde.¹ In den vergangenen Jahren haben sich sowohl die nachfrageseitigen als auch die angebotsseitigen Rahmenbedingungen für den Einzelhandel verändert. Vor diesem Hintergrund erwächst die Notwendigkeit der Anpassung des konzeptionellen Handlungsrahmens zur gesamtstädtischen Einzelhandels- und Standortsteuerung.

Die BBE Handelsberatung hat von der Stadtverwaltung Gotha den Auftrag zur **2. Fortschreibung der Einzelhandelskonzeption** erhalten. Das Ziel der Fortschreibung ist die Erarbeitung einer fachlich determinierten Grundlage für den weiteren planungsrechtlichen Steuerungsprozess der Einzelhandelsentwicklung in Gotha. Somit entsteht Transparenz und Sicherheit für Investoren, aber auch Rechtssicherheit für die Kommune. Die Zielsetzung ist vor allem darauf ausgerichtet, dass zukunftsfähige und attraktive Einzelhandelsstrukturen für die Einwohner der Stadt Gotha und des Umlandes gesichert bzw. langfristig herausgebildet werden.

Grundsätzlich nimmt der Einzelhandel als Träger wichtiger Versorgungsfunktionen maßgeblichen Einfluss auf die Entwicklungsperspektiven von Gotha. Der lokale Einzelhandel ist aktuell durch die Wechselbeziehungen zwischen dem Angebot in der Gothaer Innenstadt, in Nahversorgungslagen und an dezentralen Standorten geprägt. Folgende wesentliche **Ziele** gilt es bei der zu erstellenden Einzelhandelskonzeption zu berücksichtigen:

- Gotha soll den Einwohnern der Stadt und des Umlandes ein breit gefächertes, ausgewogenes und attraktives Versorgungsangebot bereitstellen, um die landesplanerisch verankerte Versorgungsfunktion als Mittelzentrum (mit Teilfunktionen eines Oberzentrums) sowohl für die Stadt selbst als auch für den Verflechtungsbereich langfristig zu erfüllen.
- Die Innenstadt von Gotha soll als zentraler Einzelhandelsschwerpunkt gesichert und ausgebaut werden, um im interkommunalen Wettbewerb attraktiv und marktfähig zu bleiben. Dieser Bereich sollte als Angebotsschwerpunkt für sog. zentrenrelevante Sortimente gefestigt werden.
- Die Grundversorgungseinrichtungen sollen in integrierter Lage sowie fußläufig und möglichst mit dem ÖPNV erreichbar angesiedelt werden. Die Abdeckung der notwendigen Bedürfnisse des periodischen Nachfragebereichs soll für die Wohnbevölkerung engmaschig möglich und mit einem minimalen Zeit- und Kostenaufwand verbunden sein.

Bei der Fortschreibung des gesamtstädtischen Einzelhandels- und Zentrenkonzepts liegt der Fokus auf der umfassenden Bewertung der Bestandsstrukturen und den derzeit erzielten Bindungsquoten des Gothaer Einzelhandels. Perspektivisch soll in Gotha einzelhandelsseitig eine umfängliche Angebotspalette bereitgestellt werden, welche der Größe des mittelzentralen Versorgungsbereiches von Gotha entspricht. Im Rahmen des **Einzelhandelskonzeptes** wird ermittelt, welche flächenseitigen Ansiedlungsspielräume im Gothaer Einzelhandel noch gegeben sind, um eine Verbesserung sowohl der gesamt- als auch der überörtlichen Versorgungsfunktion zu erreichen.

Bei der Bearbeitung der Einzelhandelskonzeption wird der Fokus auf die Gothaer Innenstadt und die bestehenden Nahversorgungsstandorte gelegt. Nach der Ermittlung von möglichen Entwicklungsperspektiven wird das **Zentrenkonzept** für die Stadt aufgestellt. Hierbei werden einerseits zentrale Versorgungsbereiche, aber auch Nahversorgungslagen und Sonderstandorte bzw. Ergänzungslagen für Gotha definiert (Standortkonzept). Diesen Standorten wird dann in einem weiteren Schritt eine sortimentsseitige Funktionszuweisung in Bezug auf den jeweiligen Versorgungsauftrag zugeordnet (Sortimentskonzept).

1 vgl. Fortschreibung des Zentrenkonzeptes für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk in Gotha (Stadt + Handel) vom 17.06.2011.
vgl. Zentrenkonzept für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk in der Stadt Gotha (GMA) vom August 2005.

Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept soll als strategische Arbeitsbasis für die weitere Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Gotha in den nächsten Jahren dienen. Durch den Beschluss des Stadtrates wird diese informelle Planungsgrundlage zu einem städtebaulichen Entwicklungskonzept gemäß **§ 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB** und ist insbesondere im Rahmen der Aufstellung von Bauleitplänen zu berücksichtigen.

Folgende Abbildung stellt überblicksartig den Prozess bzw. die **wesentlichen Bearbeitungsschritte** der Gothaer Einzelhandelskonzeption dar:

Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Gotha

| | | |
|---|---|---------------------------|
| Abstimmung/ Aufsichtberatung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Vor-Ort-Beratung zu den Zielen der Einzelhandelskonzeption ▪ Wesentliche Bearbeitungsschritte ▪ Abstimmung Zeitplan / Ablauf | Feb 2021 |
| Angebotsanalyse | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Analyse sekundärstatistischer Standortrahmendaten ▪ Ermittlung des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials ▪ Aufnahme des lokalen Einzelhandelsbestands ▪ Analyse des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots, Bewertung der Strukturdaten des Einzelhandels | Okt 2021 – Dez 2021 |
| Einzelhandels- entwicklungskonzept | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufkraftprognose für das Jahr 2030 ▪ Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen des lokalen Einzelhandels ▪ Ermittlung von Ansiedlungspotenzialen | Mär 2022 |
| Zentrenkonzept | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Städtebauliche Zielvorstellungen zur Einzelhandelsentwicklung ▪ Ausarbeitung des Zentrenkonzepts ▪ Definition der einzelnen Versorgungslagen ▪ Überprüfung der ortsspezifischen Sortimentsliste ▪ Erarbeitung von Leitlinien zur Einzelhandelsentwicklung | Apr 2022 – Mai 2022 |
| Präsentation/ öffentliche Diskussion/ Überarbeitung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Präsentation des Konzeptes innerhalb der Verwaltung und politischer Entscheidungsgremien ▪ Offenlegung des Konzeptes ▪ Einarbeitung/Abwägung der eingegangenen Stellungnahmen in das Konzept | Jun 2022 – Feb 2023 |
| Beschlussfassung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Beschlussfassung durch den Gothaer Stadtrat in der öffentlichen Sitzung am 23.03.2023 (B 401/23) | Mär 2023 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

2. Allgemeine Strukturdaten / Rahmenbedingungen für den Einzelhandel

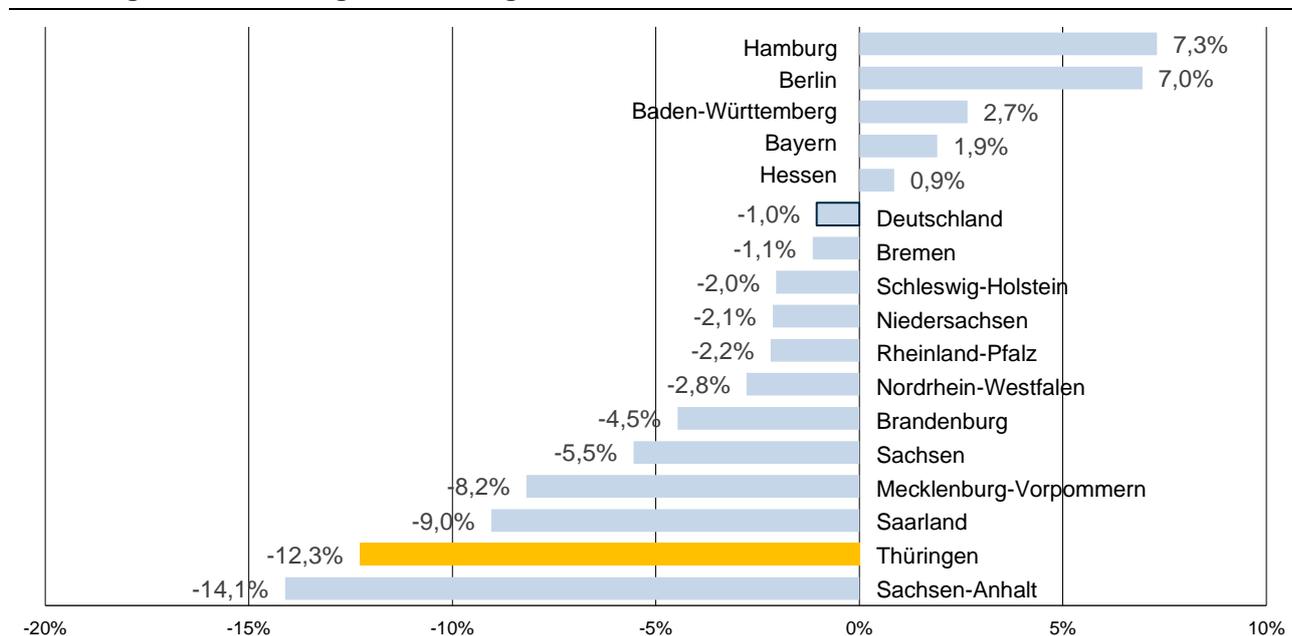
2.1. Ausgewählte Entwicklungstrends im Einzelhandel auf der Nachfrageseite

Der deutsche Einzelhandel wird maßgeblich von übergeordneten Entwicklungstrends beeinflusst. Die Nachfrageseite wird im Wesentlichen durch die **demographische Entwicklung** und die dem Einzelhandel zufließenden Kaufkraftvolumina bestimmt. Die Bevölkerung hat dabei in den letzten 10 Jahren in Deutschland nur geringfügig um 1,7 % zugenommen, wobei das Wachstum maßgeblich durch die Migration bedingt war.

Die Bevölkerungsentwicklung ist in der Vergangenheit räumlich differenziert verlaufen. Die höchsten Einwohnerrückgänge waren in Sachsen-Anhalt (-6,6 %), in Thüringen (-5,1 %), im Saarland (-3,3 %) und in Sachsen (-2,2 %) zu beobachten; Bevölkerungszuwächse ergaben sich in Berlin (+5,9 %), in Bayern (+4,8 %), in Hamburg (+3,7 %) und in Hessen (+3,7 %).²

Die regionalen Unterschiede bleiben bei der **zukünftigen Bevölkerungsentwicklung** bestehen. Durch die innerdeutsche Wanderungsbewegung ist im Süden, in Großstädten und in Ballungsräumen in den nächsten 20 Jahren mit einem Bevölkerungswachstum zu rechnen. Dieses Wachstum geht u.a. zu Lasten der östlichen, aber auch teilweise westlicher Gebiete der Republik. Anhand der prognostizierten Bevölkerungsentwicklung ist bundesweit mit einer leicht sinkenden Einwohnerzahl zu rechnen; auf Grund der regional unterschiedlich verlaufenden Entwicklung ist in allen ostdeutschen Flächenländern – so auch in Thüringen – ein weiterer Bevölkerungsrückgang zu erwarten.

Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer in den Jahren 2020 bis 2040



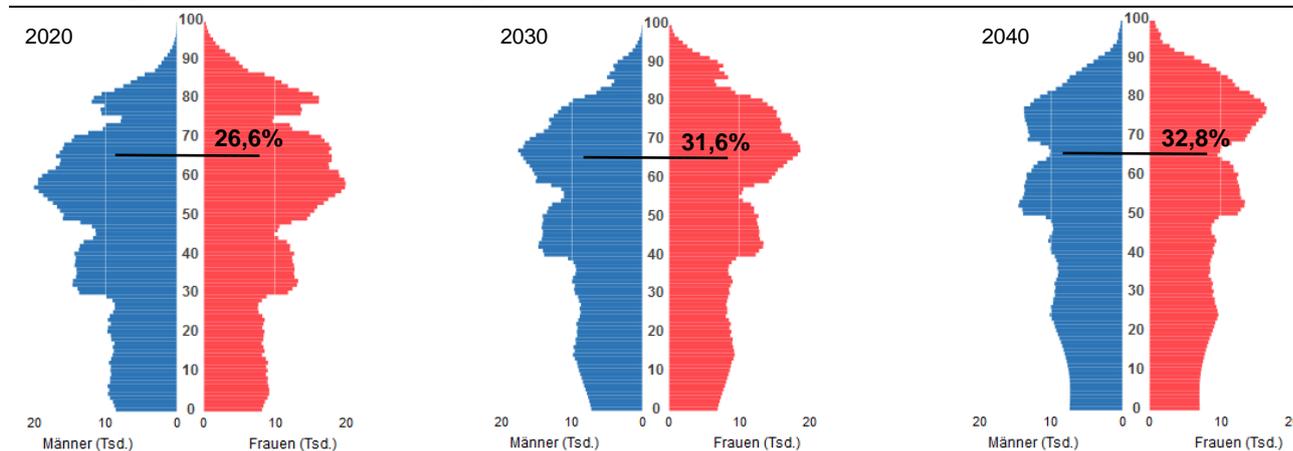
Quelle: Statistisches Bundesamt, 14. Koordinierte Bevölkerungsvorausberechnung (Basis 12/2018), Variante 2 (Moderate Entwicklung der Geburtenhäufigkeit, der Lebenserwartung und des Wanderungssaldos)

Weitere Veränderungen ergeben sich bei der Entwicklung der Alters- bzw. der Bevölkerungspyramide. Die Lebenserwartung steigt sowohl für Männer als auch für Frauen stetig an. Dieser Trend zeigt sich im **Altersdurchschnitt der Bevölkerung**, der sich bis zum Jahr 2040 weiter erhöhen wird und somit – auch bei einer tendenziell wachsenden Geburtenrate in den letzten Jahren – eine (Über-)Alterung der Bevölkerung bewirkt. Im Jahr 2040 werden ca. 29 % der Einwohner in Deutschland älter als 65 Jahre sein.

² Quelle: Statistisches Bundesamt, Bevölkerungsstand nach Bundesländern zum 31.12.2010/2020.

Dieser Trend wird verstärkt auch die Bevölkerungsstruktur in Thüringen betreffen, da das Durchschnittsalter bereits heute mit 47,5 Jahren über dem Bundesdurchschnitt (44,6 Jahre) liegt und Thüringen – zusammen mit den anderen vier ostdeutschen Flächenländern – den höchsten Altersdurchschnitt in Deutschland aufweist.³ Im Jahr 2040 werden knapp 33 % der Bevölkerung in Thüringen älter als 65 Jahre sein.

Abbildung 3: Altersaufbau in Thüringen in den Jahren 2020 bis 2040

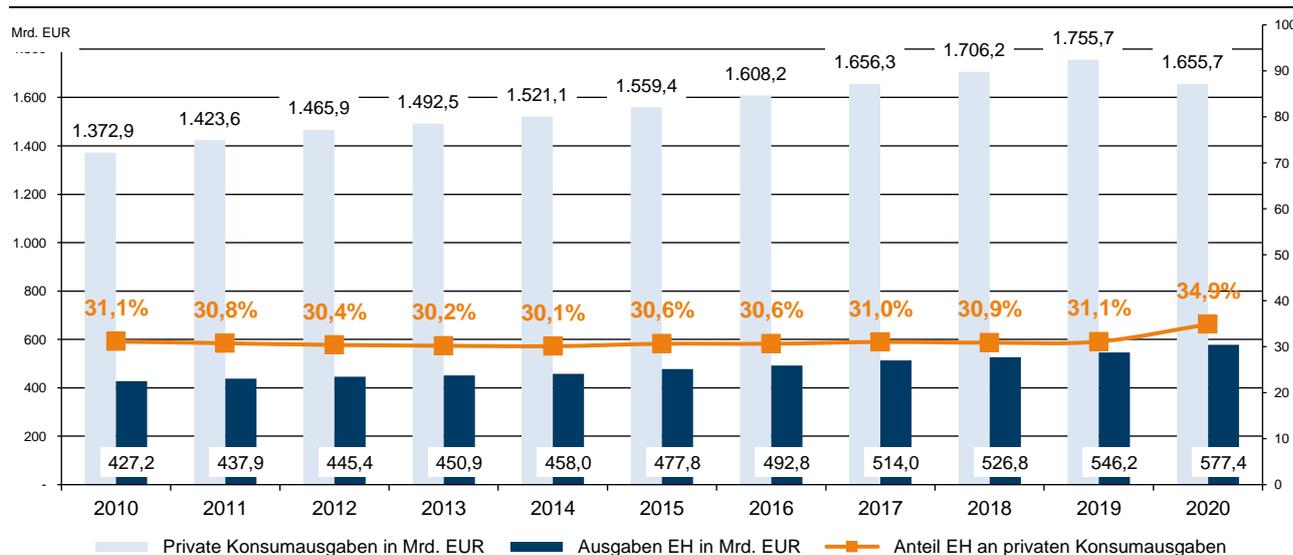


Quelle: Statistisches Bundesamt, 14. Koordinierten Bevölkerungsvorausberechnung, Variante 2

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

In den letzten Jahren ist in Deutschland ein fast **gleichbleibender Ausgabenanteil des Einzelhandels** an den Konsumausgaben zu beobachten. Obwohl das verfügbare Einkommen und die privaten Ausgaben – auch im Handel – in der Vergangenheit stetig gestiegen sind, lag der Anteil des Handels an den Konsumausgaben in der vergangenen Dekade – ohne 2020⁴ – zwischen 30 bis 31 % der privaten Konsumausgaben. Die Einzelhandelsumsätze sind jedoch seit dem Jahr 2010 um 35,2 % auf rd. 577,4 Mrd. EUR gestiegen.

Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2010 bis 2020



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

3 Quelle: Statistisches Bundesamt, Durchschnittsalter in den Bundesländern 2020.

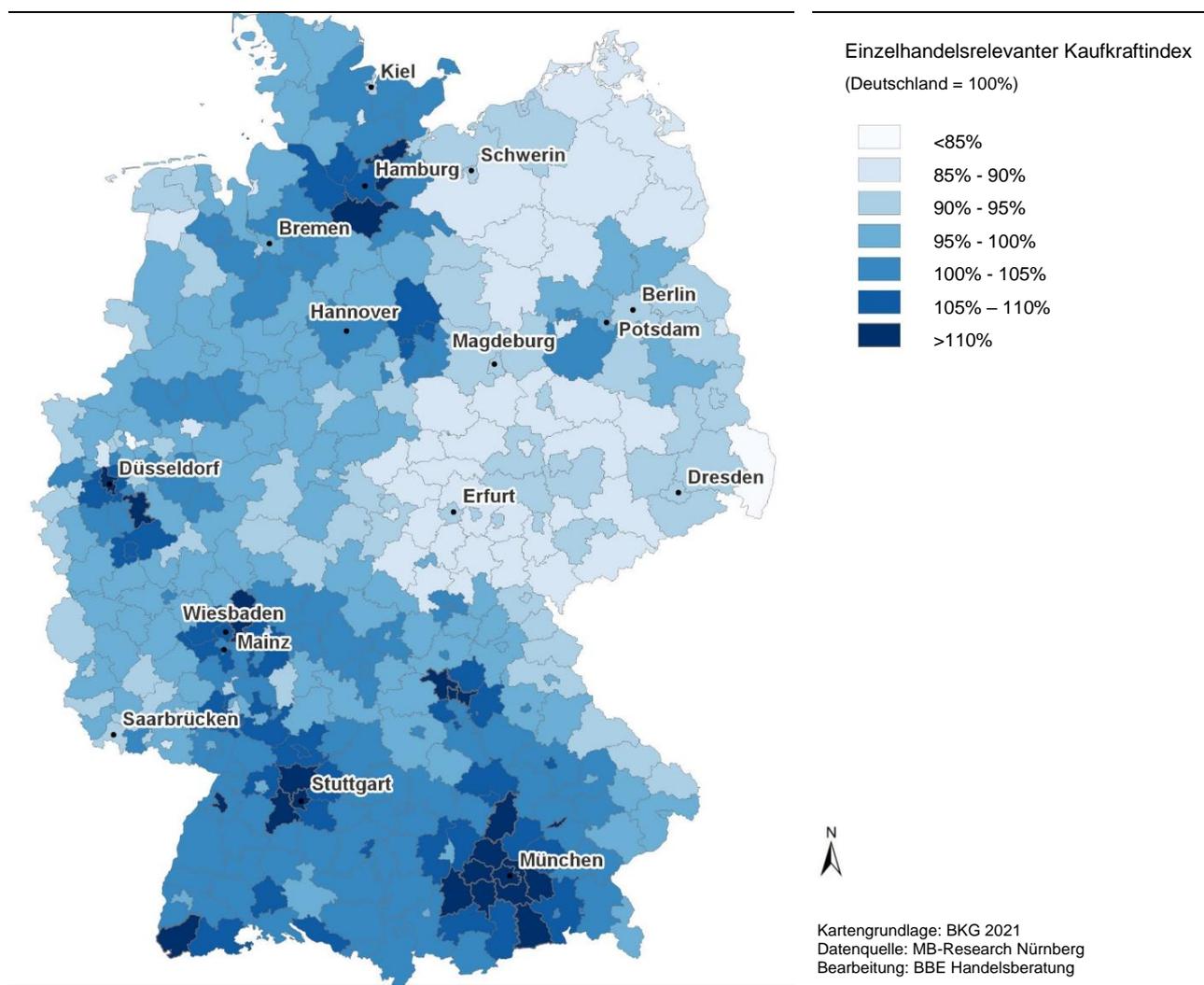
4 Im Jahr 2020 wurden pandemiebedingt die privaten Konsumausgaben seitens der Verbraucher deutlich zurückgefahren.

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

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

In der nachfolgenden Karte sind die Kaufkraftindizes 2021 für die Bundesrepublik auf Landkreisebene dargestellt; dabei gibt der Kaufkraftindex von 100 % den Bundesdurchschnitt an. Im Vergleich der einzelnen Landkreise wird sichtbar, dass innerhalb von Deutschland deutliche regionale Disparitäten bestehen.

Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2021



Der einzelhandelsrelevante Kaufkraftindex⁵ beträgt im Freistaat Thüringen 89,9 %, so dass dem Handel im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (100,0 %) geringere Nachfragepotenziale je Einwohner zur Verfügung stehen; dementsprechend bestehen für den Einzelhandel schlechtere Entwicklungschancen. Dies trifft auch für den Raum Gotha zu, da die einzelhandelsrelevante Kaufkraft im Landkreis Gotha mit 89,4 % unterhalb des bundesdeutschen Kaufkraftdurchschnittswertes rangiert.

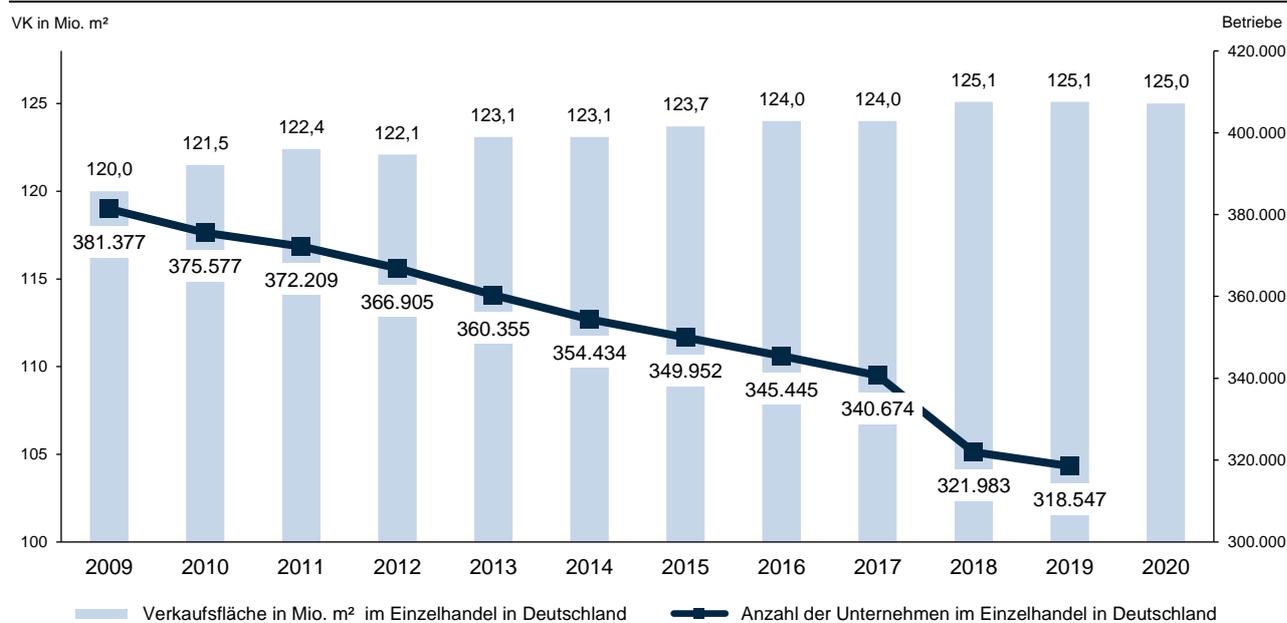
5 Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021.

2.2. Einzelhandelsstrukturdaten der Angebotsseite

Die Entwicklung im Einzelhandel ist in den letzten Jahren durch ein stetiges **Verkaufsflächenwachstum** geprägt. Während der Flächenanstieg Anfang der 1990er Jahre vor allem durch den Flächenaufwuchs in den ostdeutschen Bundesländern bestimmt war, ist der Zuwachs der letzten Jahre wesentlich durch die gesamtdeutsche Expansion von Großbetriebsformen wie Lebensmittelmärkten und Non-Food-Fachmärkten gekennzeichnet. Die Konzepte dieser Vertriebsformen benötigen durch den technologischen und organisatorischen Wandel, die erhöhten Anforderungen an Präsentations- und Laufflächen oder neue Ladenbaukonzepte größere Flächen. Der Flächenzuwachs betrug in der letzten Dekade ca. 3,5 Mio. m² Verkaufsfläche.⁶

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

Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel



Quelle: Statista Hamburg, Handelsverband Deutschland

Die Anzahl der **Einzelhandelsunternehmen** war in den letzten Jahren bundesweit deutlich rückläufig; in dem Zeitraum zwischen 2009 und 2019 hat sich die Zahl der Einzelhandelsbetriebe deutschlandweit um rd. 16 % reduziert. Als Konsequenz zu dem vorstehend dargestellten Verkaufsflächenwachstum ergeben sich daraus im Mittel größere Betriebseinheiten; die durchschnittliche Verkaufsfläche beträgt zwischenzeitlich ca. 390 m² je Betrieb (2009: 310 m² je Betrieb).

Die Folge des stetigen Flächenwachstums – dem ein nur leicht steigender Einzelhandelsumsatz gegenübersteht – wird in einer sinkenden **Flächenproduktivität** deutlich. Diese Kennziffer hat sich in den vergangenen Jahren (seit 1995) um rd. 7 % verringert und liegt derzeit bei rd. 3.600 EUR/m² Verkaufsfläche.⁸ Durch diese disparate Entwicklung von Verkaufsflächen zu Umsätzen ist die ökonomische Flächenauslastung in

6 Anmerkung: Der Verkaufsflächenzuwachs betrug allein im Lebensmittelhandel zwischen 2010 und 2020 rund 2,2 Mio. m² Verkaufsfläche. Quelle: Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2021.

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

8 Die Verkaufsflächenproduktivität lag im Jahr 1995 bei 3.900 EUR/m². Dieser Wert hat sich im Jahr 2018 auf rd. 3.620 EUR/m² reduziert. Quelle: Statista Hamburg, Umsatz je Quadratmeter Verkaufsfläche im Einzelhandel in Deutschland.

vielen Betrieben nicht mehr vollumfänglich möglich. Dies trifft vor allem Anbieter an kostenintensiven Standorten und Betriebe mit einer unterdurchschnittlichen Leistungsfähigkeit (sog. Grenzertragsbetriebe). Unrentable Betriebe in ungünstigen Standortlagen werden folglich auch zukünftig aus dem Markt ausscheiden.

Hiervon sind vor allem mittelständische Anbieter in den ostdeutschen Bundesländern betroffen, da hier eine höhere Verkaufsflächendichte bei einer offensichtlich niedrigeren Kaufkraft (vgl. Karte 1) und zudem oft ein Flächenüberhang an dezentralen Standorten bestehen. Auf Grund der teilweise geringen Eigenkapitalausstattung der Handelsbetriebe ist demnach ein vergleichsweise hohes Gefährdungspotenzial gegeben, woraus sich Abschmelzungstendenzen ableiten lassen.

Der bereits seit längerem andauernde Strukturwandel im deutschen Einzelhandel wird auch in der Veränderung der **Marktanteile einzelner Betriebsformen** deutlich. Zu den Verlierern gehören insbesondere die traditionellen, meist inhabergeführten und nicht-filialisierten Fachgeschäfte, gefolgt von SB-Warenhäusern und Waren-/ Kaufhäusern. Auf diese Betriebsformen entfallen die höchsten Marktanteilsverluste.

Einen Bedeutungszuwachs konnten andererseits filialisierte Einzelhändler sowie Franchisekonzepte und discountlastige Handelsunternehmen erzielen, wenngleich sich das Wachstum der discount- bzw. fachmarktorientierten Vertriebsformen und der filialisierte Einzelhändler in den letzten Jahren abgeschwächt hat. Wesentlich Marktanteilszuwächse sind dagegen im Versandhandel (inkl. Online-Handel) auszumachen, was auf das Wachstum im Bereich des E-Commerce zurückzuführen ist.

Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2005 bis 2020



Quelle: Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2021

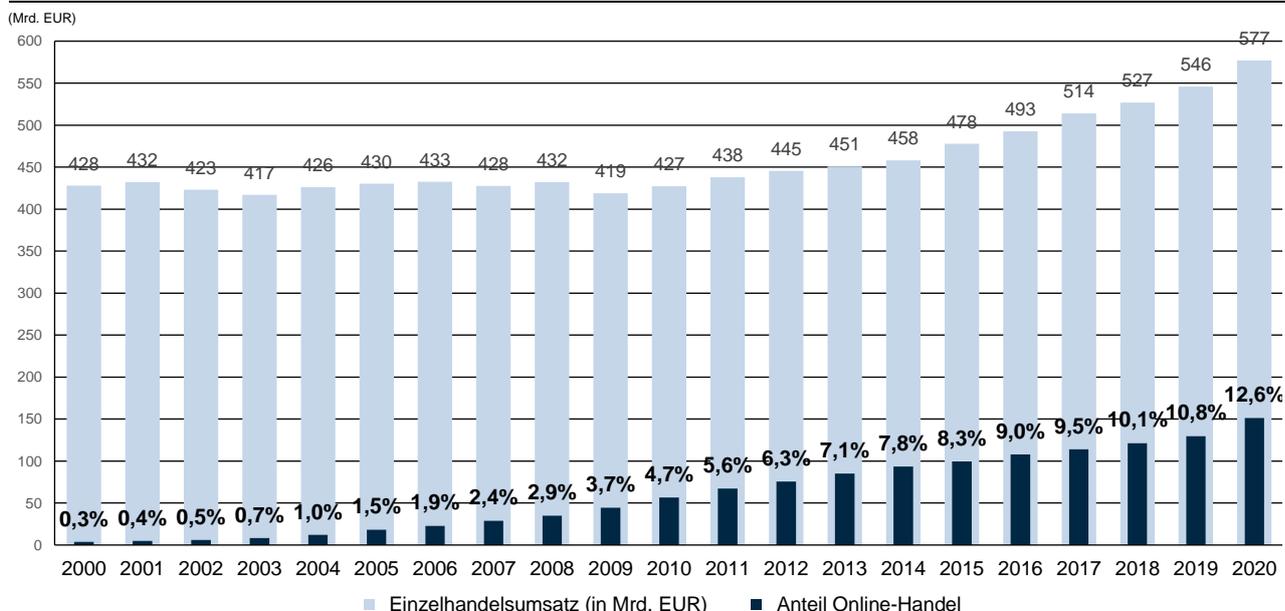
Neben der Marktanteilsverschiebung bei den Betriebstypen und einem stetigen Anstieg des E-Commerce-Umsatzes ist der deutsche Einzelhandel ferner durch einen fortschreitenden **Konzentrationsprozess** gekennzeichnet, da sich der Umsatz auf wenige bundesweit agierende Unternehmen konzentriert. Besonders stark ist dieser Trend im Lebensmitteleinzelhandel zu beobachten. Während im Zeitraum zwischen den Jahren 2010 bis 2020 der Umsatz der Lebensmittelhändler um rd. 37 % anstieg, ging die Anzahl der Verkaufsstellen um rd. 5 % zurück.⁹

Derzeit erzielen im Lebensmittelhandel weniger als 1 % der Unternehmen mehr als zwei Drittel des Branchenumsatzes. Der gleiche Trend ist im Non-Food-Handel zu beobachten, da lediglich zehn Handelsunternehmen über 80 % des Umsatzes in diesem Segment erbringen.

9 Quelle: Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2021.

Im Zuge des Strukturwandels des Einzelhandels nimmt der wachsende Online-Handel eine wesentliche Bedeutung ein. Nachstehende Abbildung beschreibt den Anteil des **Online-Handels** am Einzelhandelsumsatz in den letzten beiden Dekaden. Die Umsatzanteile sind kontinuierlich gestiegen und lagen im Jahr 2020 bei knapp 13 % des Einzelhandelsumsatzes.

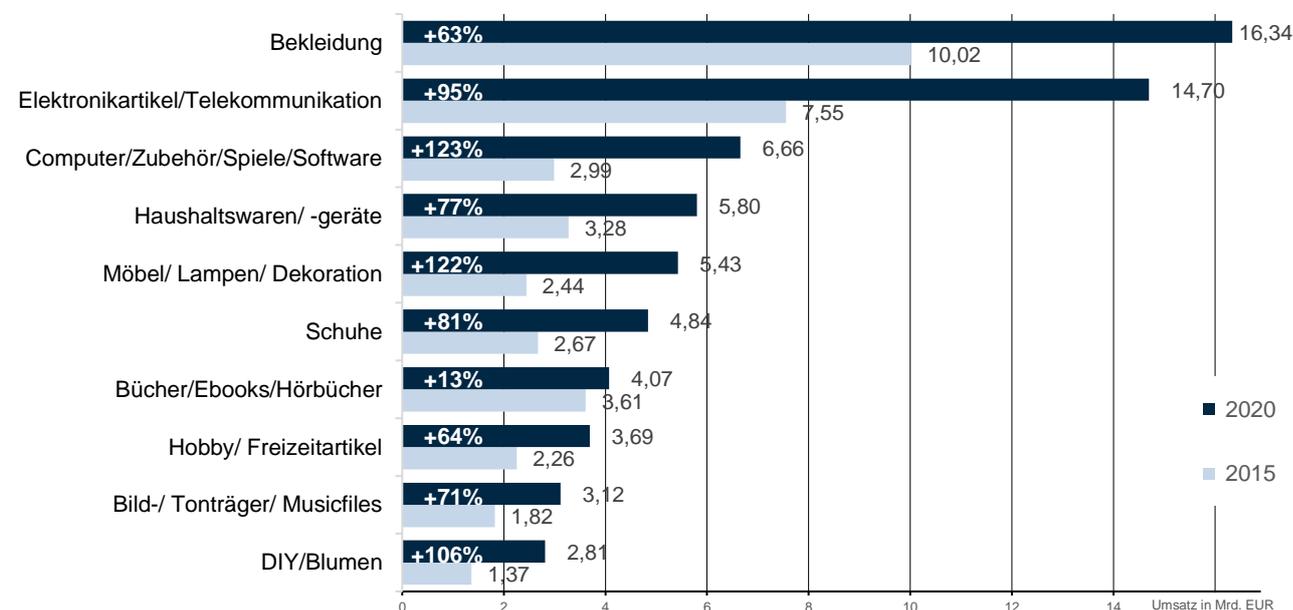
Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2000 bis 2020



Quelle: Handelsverband Deutschland, Online Monitor 2021

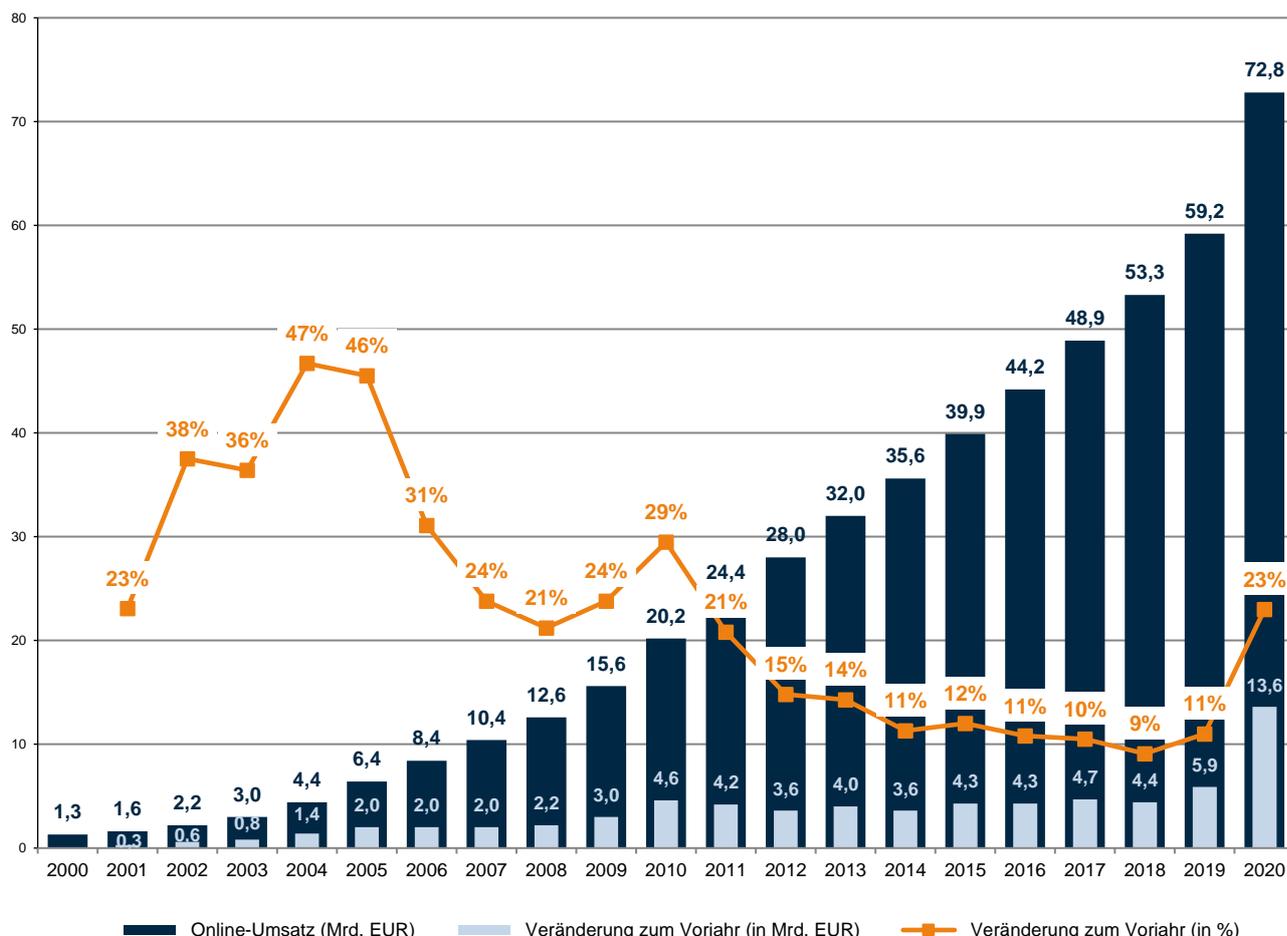
Für jede Warengruppe existiert ein **Online-Vertrieb**. Die höchsten Umsätze erzielen die Segmente Bekleidung und Elektronikartikel, gefolgt von Computern/Spielen, Haushaltswaren, der Einrichtungsbranche und der Schuhbranche. Die durchschnittlichen Steigerungsraten der letzten Jahre konnten jedoch nicht in allen Branchen erzielt werden, da bereits partiell Sättigungstendenzen erkennbar sind. So fallen beispielsweise die Umsatzsteigerungen in den Branchen Schuhe oder Bücher in den letzten Jahren nur noch moderat aus.

Abbildung 8: Umsätze Top 10-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2015-2020



Quelle: Statista Hamburg

Die **Entwicklung des Online-Handels** zeigt beachtliche Steigerungsraten auf, die sich jedoch in den vergangenen Jahren abgeschwächt haben und zwischen 2014 und 2019 bei ca. 10 % p.a. lagen. Der jährliche Umsatzzuwachs war in den letzten Jahren relativ gleichbleibend und fiel zwischen 4 bis 5 Mrd. EUR p.a. aus; im Jahr 2020 ist der Umsatzzuwachs jedoch vorwiegend pandemiebedingt um fast 14 Mrd. EUR und somit um 23 % gegenüber dem Vorjahr angestiegen.

Abbildung 9: Entwicklung des Online-Umsatzes in Deutschland in 2000-2020


Quelle: Handelsverband Deutschland, Zahlenspiegel 2021

Perspektivisch ist mit einem weiter steigenden Marktanteil des Online-Handels zu rechnen, wobei sich in den nächsten Jahren jedoch branchenspezifisch gewisse Marktsättigungen ergeben werden. So ist in den ehemaligen Wachstumsbranchen Technik/Elektro/Medien, Schuhe oder Bücher von einer nachlassenden Dynamik auszugehen, während beispielsweise die Entwicklung in den modischen Sortimenten (Bekleidung, Schuhe, Accessoires, Lifestyle-Produkte) oder bei DIY-Produkten relativ stabil verlaufen wird.

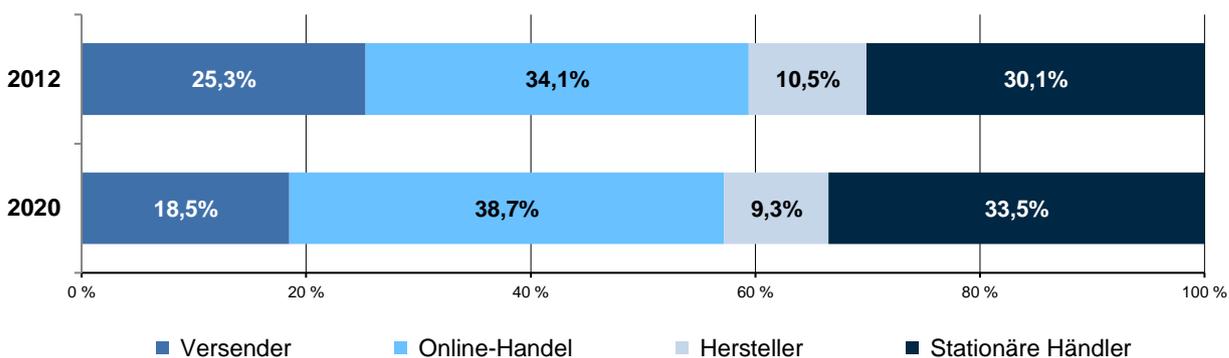
Bisher spielt der Online-Handel bei dem ausgabenstärksten Sortiment Lebensmittel, in dem knapp über 37 % der jährlichen Ausgaben getätigt werden, nur eine Nebenrolle. Allerdings ist davon auszugehen, dass in den periodisch nachgefragten Segmenten (d.h. Lebensmittel, Drogeriewaren) der Online-Handel zunehmend Marktanteile gewinnen wird.

Die Umsatzanteile, die der Online-Handel perspektivisch generieren wird, gehen nicht in vollem Umfang den stationären Handelsbetrieben verloren. Der Online-Handel besteht nicht allein aus „Pure-Playern“, sondern umfasst auch maßgeblich **Multichannel-Konzepte**. Das bedeutet, stationäre Einzelhändler bedienen sich neben dem Verkauf ihrer Waren in einem Geschäft auch zunehmend von Online-Vertriebsschienen.

Demzufolge werden die aus dem lokalen Einzelhandel abfließenden Umsätze nicht vollständig vom „reinen“ Online-Handel gebunden. Ein großer Teil der stationären Einzelhändler – sowohl mittelständische als auch filialbasierte Händler – betreiben bereits eigene Online-Shops oder nutzen Online-Marktplätze (z.B. Amazon, e-Bay), so dass auch stationär präsenten Einzelhandelsunternehmen ein nicht unwesentlicher Umsatzanteil erhalten bleibt.

Derzeit belegen die stationären Händler bzw. deren Online-Aktivitäten einen Anteil von circa einem Drittel des Gesamtmarktes. Die Steigerungsraten der stationären Händler und auch des „reinen“ Online-Handels in den letzten Jahren gingen zu Lasten der klassischen Versender und der Hersteller.

Abbildung 10: Entwicklung der Anteil der Formate (ohne Marktplätze) am Online-Handel 2012-2020



Quelle: Handelsverband Deutschland, Online Monitor 2021

Die skizzierten Trends verdeutlichen, dass der Online-Handel einerseits zwar eine zunehmende Konkurrenz für den stationären – vor allem den mittelständischen bzw. inhabergeführten – Einzelhandel darstellt; andererseits ist die Verschiebung der „traditionellen“ Vertriebswege auch als eine Chance für die Entwicklung des stationären Einzelhandels zu sehen.

3. Rahmenvorgaben zur planungsrechtlichen Zulässigkeit im Einzelhandel

Die Steuerung des Einzelhandels ist originär eine kommunale Aufgabe. Durch das Bauplanungsrecht kann eine Kommune aktiv auf die Einzelhandelsentwicklung Einfluss nehmen, darf jedoch keinen Marktprotektionismus oder Wettbewerbsschutz betreiben. Das aktuelle bauplanerische Instrumentarium reicht im Wesentlichen aus, um die räumlich-funktionale Steuerung des Einzelhandels in Einklang mit den eigenen städtebaulichen Vorstellungen und auch den raumordnerischen Vorgaben zu bringen.

Zu den Vorschriften, mit denen die **Steuerung des Einzelhandels** möglich ist, zählen vor allem

- **das Baugesetzbuch (BauGB),**
- **die Baunutzungsverordnung (BauNVO),**
- **das Landesentwicklungsprogramm des Freistaats Thüringen und**
- **der Regionalplan Mittelthüringen,**

deren wesentliche Inhalte nachfolgend kurz dargestellt werden.¹⁰

Im Rahmen der Beurteilung der Zulässigkeit von Einzelhandelsvorhaben ist grundsätzlich nach folgenden Gebietskategorien zu unterscheiden:

I. Einzelhandel in Gebieten mit Bebauungsplänen (§ 30 BauGB)

In Gebieten mit bestehenden Bebauungsplänen (§ 30 BauGB) kommt es auf deren konkrete Festsetzungen an. Werden in einzelnen Bebauungsplänen die in der Baunutzungsverordnung bezeichneten Baugebiete definiert, sind Einzelhandelsbetriebe nach Maßgabe der § 2 bis 9 BauNVO in allen Arten von Baugebieten allgemein oder ausnahmsweise zulässig.

■ **Kleinsiedlungsgebiete (§ 2 BauNVO)**

In Kleinsiedlungsgebieten (WS) sind lediglich zur Versorgung des Gebiets dienende Läden zulässig. Solche Läden sind i.d.R. als „Nachbarschaftsläden“ zu bezeichnen, deren Größe deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegt.

■ **Reine Wohngebiete (§ 3 BauNVO)**

In reinen Wohngebieten (WR) sind entsprechend der Zweckbestimmung gewerbliche Tätigkeiten, also auch Einzelhandel ausgeschlossen. Ausnahmsweise können gemäß § 3 Abs. 3 Nr. 1 BauNVO jedoch Läden zugelassen werden, die zur Deckung des täglichen Bedarfs für die Bewohner des Gebietes dienen. Eine „Großflächigkeit“ eines Einzelhandelsgeschäftes ist auf alle Fälle ausgeschlossen.

■ **Allgemeine Wohngebiete (§ 4 BauNVO)**

Durch die Festsetzung eines allgemeinen Wohngebietes (WA) in einem Bebauungsplan können gemäß § 4 Abs. 2 Nr. 2 BauNVO solche Läden zugelassen werden, die der Versorgung des Gebiets dienen. Hierbei muss der Laden funktional in das Wohngebiet eingebunden sein und in einem erheblichen Umfang von Bewohnern der näheren Umgebung aufgesucht werden.¹¹ Dies ist anhand objektiver Kriterien wie Größe, Beschaffenheit, wirtschaftlich tragfähige Ausnutzung, fußläufiger Einzugsbereich des Ladens, Verkehrsanbindung, Parkplätze und den sonstigen örtlichen Gegebenheiten abzuleiten.

■ **Dorfgebiete (§ 5 BauNVO)**

In Dorfgebieten (MD) sind gemäß § 5 Abs. 2 Nr. 5 BauNVO Einzelhandelsbetriebe allgemein zulässig, wobei der Gebietscharakter des Dorfgebiets gewisse Grenzen setzt. Generell unzulässig sind großflächige Einzelhandelsbetriebe bzw. Einkaufszentren im Sinne von § 11 Abs. 3 BauNVO.

¹⁰ Die formulierten Ausführungen dienen ausdrücklich nicht der Rechtsberatung, sondern lediglich der überblicksartigen Darstellung des bestehenden rechtlichen Instrumentariums.

¹¹ vgl. Beschluss OVG Berlin-Brandenburg [10 S 29.10] vom 21.12.2011 / vgl. Beschluss OVG Lüneburg [1 MN 144/15] vom 28.09.2015.

■ **Mischgebiete (§ 6 BauNVO)**

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

■ **Kerngebiete (§ 7 BauNVO)**

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

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

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

II. Einzelhandel im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)

Im Sinne des § 34 Abs. 1 BauGB ist zu klären, ob sich ein Vorhaben in die nähere Umgebung einfügt. Entspricht die nähere Umgebung nach der Art der baulichen Nutzung einem bestimmten Gebietstyp der Baunutzungsverordnung), so richtet sich die Zulässigkeit eines Bauvorhabens allein nach den für diesen Gebietstyp zulässigen Arten der baulichen Nutzung (§ 34 Abs. 2 BauGB, vgl. vorstehende Ausführungen).

Ohne eine klare Zuordnung zu einem Gebietstyp der Baunutzungsverordnung ist das Einfügen in die Eigenart der näheren Umgebung gemäß § 34 Abs. 1 BauGB entscheidend, maßgeblich sind dabei Art und Maß der baulichen Nutzung ebenso wie Bauweise und überbaute Grundstücksfläche. Die nähere Umgebung beschränkt sich dabei nicht nur auf die unmittelbaren bzw. optisch sichtbaren Nachbargrundstücke, sondern kann auch weiter entfernt liegende Grundstücke umfassen, auf die sich die Ausführung des Vorhabens in bodenrechtlicher Hinsicht auswirken kann.

Ein Vorhaben fügt sich ein, wenn es sich an den durch die umgebende Bebauung gebildeten Rahmen hält. Auch ein aus dem Rahmen fallendes Vorhaben (bspw. ein großflächiger Einzelhandelsbetrieb) kann sich dennoch einfügen, wenn es im Verhältnis zu seiner näheren Umgebung weder bewältigungsbedürftige Spannungen erzeugt noch vorhandene Spannungen verstärkt.

Gemäß § 34 Abs. 3 BauGB dürfen von Einzelhandelsvorhaben keine schädlichen Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu erwarten sein. So soll der Schutz des Einzelhandels an solchen Standorten in der Ansiedlungsgemeinde und auch in umliegenden Gemeinden sichergestellt werden, die bisher funktionsgerecht in das städtebauliche Ordnungssystem eingebunden sind.

Schädliche Auswirkungen i.S.d. § 34 Abs. 3 BauGB hat ein Vorhaben, wenn es die Funktionsfähigkeit zentraler Versorgungsbereiche beachtlich beeinträchtigt bzw. stört. Soweit durch ein Vorhaben schädliche Auswirkungen auf zentrale Versorgungsbereiche zu reklamieren sind, ist es bauplanungsrechtlich unzulässig.

III. Einzelhandel im Außenbereich (§ 35 BauGB)

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

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

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

Gemäß § 11 Abs. 3 Satz 3 BauNVO sind die vorstehenden Auswirkungen i.d.R. anzunehmen, wenn die Geschossfläche des Betriebes 1.200 m² überschreitet (Vermutungsregel). Das Kriterium der Großflächigkeit ist dabei von dem vorstehenden Tatbestandsmerkmal der Auswirkungen zu trennen. Die Baunutzungsverordnung unterwirft Einzelhandelsnutzungen nur dann dem Regelungssystem des § 11 Abs. 3 BauNVO, wenn es sich um einen großflächigen Einzelhandelsbetrieb¹² handelt. Beide Kriterien – das Merkmal der Großflächigkeit und das Überschreiten der Regelvermutungsgrenze von 1.200 m² Geschossfläche – müssen erfüllt sein, damit ein Einzelhandelsvorhaben nur in einem Kern- oder Sondergebiet zulässig ist.

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

Bei der kommunalen Bauleitplanung bilden landesrechtliche Rahmenvorgaben – obgleich der Planungshoheit der Kommunen – eine wichtige Grundlage der Einzelhandelssteuerung. Die landesplanerischen Vorgaben sind in den Zielen und Grundsätzen im **Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025**¹³ ablesbar. Das Landesentwicklungsprogramm beinhaltet textliche und zeichnerische Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung für den Gesamttraum Thüringen. Dabei sind die Ziele der Raumordnung verbindliche Vorgaben, die im Rahmen öffentlicher Planungen zwingend einzuhalten sind. Die Grundsätze der Raumordnung enthalten Aussagen zur Entwicklung, Ordnung und Sicherung des Raums als Vorgaben für nachfolgende Abwägungs- oder Ermessensentscheidungen.¹⁴

Den Zielen und Grundsätzen liegt folgende Leitvorstellung zugrunde:

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

Nachstehend werden die Ziele und Grundsätze dargestellt, welche für die Entwicklung des Einzelhandels in Gotha relevant sind. Diese werden im Landesentwicklungsprogramm unter Punkt 2.6 beschrieben und rich-

12 Einzelhandelsbetriebe sind i.S.v. § 11 Abs. 3 Satz 1 + 2 BauNVO großflächig, wenn sie eine Verkaufsfläche von 800 m² überschreiten. vgl. Urteil BVerwG [4 C 10.04] vom 24.11.2005.

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

14 vgl. § 3 Abs. 1 Nr. 2 und 3 ROG.

ten sich an den raumordnerischen Prinzipien Konzentrationsgebot, Kongruenzgebot, Beeinträchtigungsverbot und Integrationsgebot aus.

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

In der Begründung dieses Ziels wird auf die Herstellung gleichwertiger Lebensverhältnisse verwiesen, wobei vor allem durch die Konzentration von Einzelhandelsgroßprojekten in zentralen Orten eine leistungsfähige und auf die jeweilige Bevölkerung abgestellte Versorgungsinfrastruktur vorgehalten werden soll.

Insbesondere sollen zentrale Orte entsprechend ihrer jeweiligen Zentralitätsstufe ausreichend Flächen für den Einzelhandel bereitstellen, damit die Bevölkerung in den jeweiligen Verflechtungsbereichen mit einem differenzierten und bedarfsgerechten Warenangebot in zumutbarer Erreichbarkeit versorgt werden kann. Daher sind zur Erfüllung der Versorgungsfunktion großflächige Einzelhandelsvorhaben, die i.d.R. einen großen Einzugsbereich besitzen, nur in Ober- und in Mittelzentren zu entwickeln.

Gemäß dem Zentralitäts- bzw. Konzentrationsgebot sind großflächige Einzelhandelsprojekte in Gotha grundsätzlich zulässig; die Stadt ist als Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums¹⁵ ausgewiesen.

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

Mit dem sog. Kongruenzgebot soll erreicht werden, dass sich Einzelhandelsgroßprojekte in Bezug auf den Umfang ihrer Verkaufsfläche und ihres Warensortiments an der jeweiligen zentralörtlichen Versorgungsfunktion und dem Einzugsbereich des zentralen Ortes orientieren.

Ein Verstoß gegen das Kongruenzgebot besteht, wenn der betriebliche Einzugsbereich eines Einzelhandelsgroßprojektes den zentralörtlichen Verflechtungsbereich der Ansiedlungsgemeinde wesentlich überschreitet und somit das geplante Einzelhandelsprojekt dem zentralörtlichen Auftrag der planenden Gemeinde nicht entspricht. Im Landesentwicklungsprogramm wird der Verflechtungsbereich bzw. der mittelzentrale Funktionsraum von Gotha räumlich definiert, für welchen die Stadt eine Versorgungsfunktion besitzt.

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

Einzelhandelsgroßprojekte dürfen die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung nicht gefährden. Gegen das Beeinträchtigungsverbot wird i.d.R. verstoßen, wenn durch ein Vorhaben der zentralörtliche Versorgungskern, andere zentrale Orte oder die Versorgungsstrukturen in städtebaulich integrierten Lagen negativ tangiert werden. Diese negativen Effekte wären zu unterstellen, wenn infolge der Entwicklung eines Vorhabens Betriebe geschlossen werden, die für die Funktionsfähigkeit bestehender Versorgungszentren oder die wohnortnahe Versorgung wichtig sind.

Das formulierte Beeinträchtigungsverbot bezieht sich nicht nur auf Neuansiedlungen, sondern ebenfalls auf Erweiterungen oder Änderungen von bestehenden Einzelhandelsgroßprojekten. Dies ist gerade unter dem Aspekt des teilweise gegebenen Revitalisierungsbedarfs bestehender Einzelhandelsgroßprojekte zu sehen.

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

In dem vorstehenden Grundsatz werden die Ansiedlungsprämissen für den Einzelhandel mit zentrenrelevanten Kernsortimenten definiert; d.h. diese Einzelhandelsgroßprojekte sollen an städtebaulich integrierten

15 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Ziel 2.2.9.

Standorten entwickelt werden. Eine Liegenschaft ist im Sinne des Integrationsgebots dann als städtebaulich integriert einzustufen, wenn diese

- in einem baulich verdichteten Siedlungszusammenhang steht bzw. räumlich und funktional dem jeweiligen Siedlungsschwerpunkt (Stadtzentrum, Nebenzentrum, Ortszentrum) zugeordnet ist,
- Teil eines planerischen Gesamtkonzepts ist (u.a. Berücksichtigung von Städtebau, Verkehr, vorhandener Einzelhandelsstruktur)¹⁶ sowie
- den Gegebenheiten angepasst an den öffentlichen Personennahverkehr und in das Fuß- und Radwegenetz eingebunden ist.

Mit dem Integrationsgebot soll der Einzelhandel an wohnortnahe bzw. zentrale Standorte gelenkt werden.

- *Ziel 2.6.5: Einzelhandelsagglomerationen liegen vor bei einer räumlichen und funktionalen Konzentration von Einzelhandelsbetrieben, auch wenn diese einzeln nicht als großflächige Einzelhandelsbetriebe einzustufen sind. Sie sind wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln, sofern von einem großflächigen Einzelhandelsbetrieb vergleichbare negative raumordnerische Wirkungen zu erwarten sind.*

Seit Jahren zeichnet sich der Trend ab, dass Einzelhandelsbetriebe, die jeweils einzeln betrachtet unterhalb der Schwelle der Großflächigkeit liegen, sich gezielt in enger Nachbarschaft zueinander ansiedeln und eine sog. Einzelhandelsagglomeration bilden. Diese Ansammlungen können raumbedeutsame Auswirkungen auf die bestehenden, insbesondere auf die innerörtlichen Versorgungsstrukturen sowohl in der Standortgemeinde als auch in Nachbarorten entfalten, selbst wenn keine Großflächigkeit der einzelnen Vorhaben besteht.

Auf Grundlage der möglichen Wirkungen können diese Einzelhandelsagglomerationen das Ausmaß von Einzelhandelsgroßprojekten im Sinne des § 11 Abs. 3 BauNVO erreichen und somit auch die Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche oder die verbrauchernahe Versorgung gefährden. Aus diesem Grund sind diese Agglomerationen wie großflächige Einzelhandelsbetriebe zu behandeln und stets in ihrer summarischen Wirkung am Standort zu betrachten.

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

Die Planungsgemeinschaft Mittelthüringen als Planträger hat auf die eigenständige Ausweisung von Planansätzen zur raumordnerischen Steuerung des Einzelhandels¹⁷ verzichtet, so dass neben den Zielen und Grundsätzen des Landesentwicklungsprogramms keine weiteren Maßgaben für die Beurteilung von Einzelhandelsvorhaben auf regionaler Ebene relevant sind.

Durch die Änderung der Landesplanung – was mit dem Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025 im Jahr 2014 erfolgt ist – muss der Regionalplan gemäß § 5 Abs. 6 Satz 3 ThürLPIG den neuen Zielen des Landesentwicklungsprogrammes angepasst werden. Die Änderung des Regionalplanes Mittelthüringen wurde von der Regionalen Planungsgemeinschaft am 18.03.2015 beschlossen¹⁸ und damit das Änderungsverfahren eingeleitet; aktuell liegt der Entwurf des neuen Regionalplans vor.¹⁹

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

17 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Regionalplan Mittelthüringen, Genehmigung durch das Thüringer Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Bescheid vom 09.06.2011, Punkt 2.3.

18 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Beschluss PLV 07/03/15.

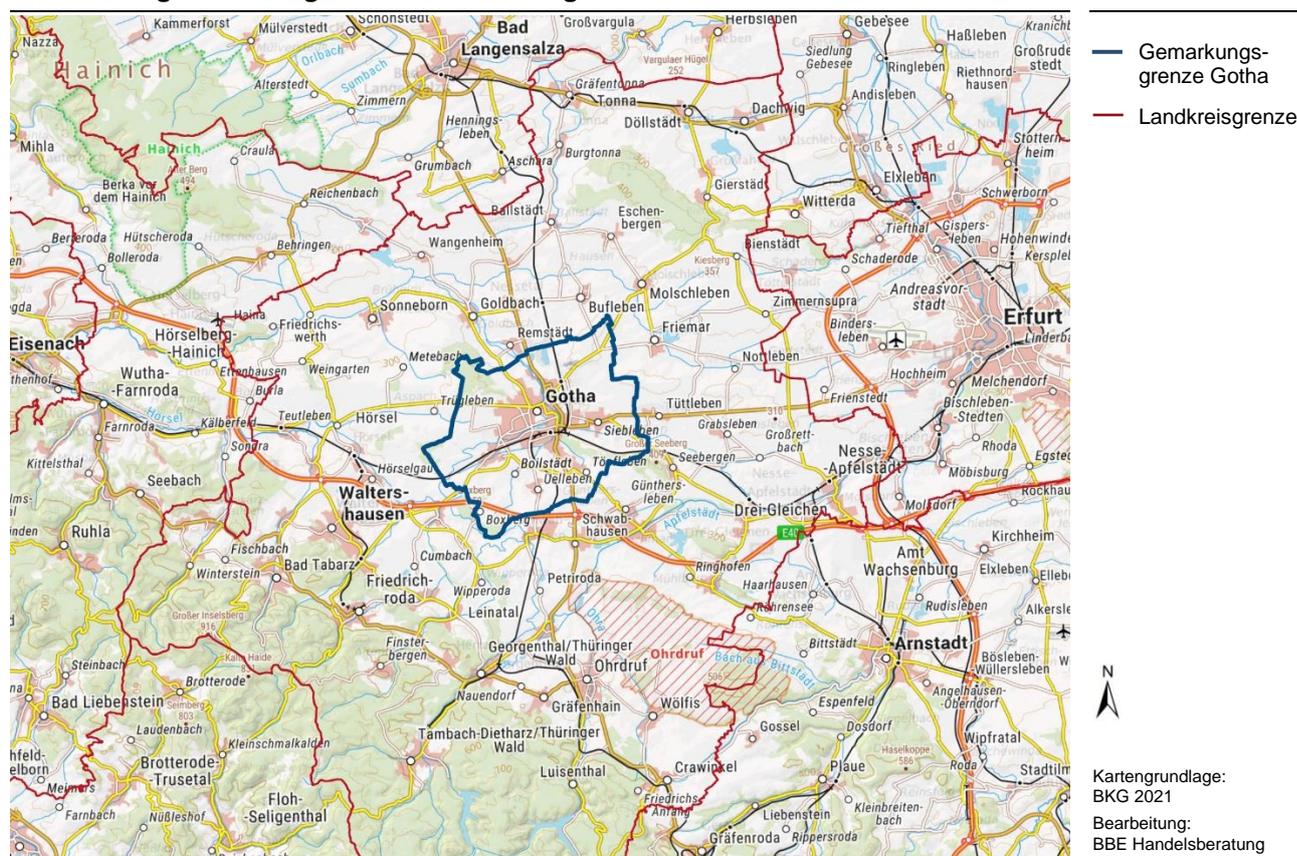
19 vgl. Regionale Planungsgemeinschaft Mittelthüringen, Regionalplan Mittelthüringen (1. Entwurf) 09/2019.

4. Standortrahmendaten Gotha

4.1. Geographische Lage/ Erreichbarkeit/ Landesplanerische Einstufung

Die Stadt Gotha ist in Bezug auf ihre **geographische Lage** im zentralen Bereich des Freistaats Thüringen verortet. Gotha befindet sich im gleichnamigen Landkreis und fungiert als Sitz der Landkreisverwaltung. Die Lage der Stadt ist durch die räumliche Nähe zu Erfurt geprägt, da die Landeshauptstadt nur knapp über 20 Kilometer östlich von Gotha entfernt liegt.

Karte 2: Lagebeziehungen von Gotha im regionalen Kontext



Die überregionale **verkehrliche Erreichbarkeit** von Gotha erfolgt über die Autobahn A4, deren Trassierung unmittelbar südlich der Stadt verläuft. Ferner ermöglichen zwei Bundesstraßen (B4 / B247) eine gute infrastrukturelle Anbindung und eine schnelle Erreichbarkeit von Gotha aus dem regionalen Umfeld der Stadt. Des Weiteren ist Gotha durch verschiedene Landes- und Kreisstraßen mit den umliegenden, vorwiegend ländlich geprägten Orten vernetzt, wobei die Kreisstadt auf Grund der radialen Bündelung der benannten Straßenverbindungen einen regionalen Verkehrsknotenpunkt darstellt.

Gotha ist an das **Schiennetz** der Deutschen Bahn angebunden und liegt an der Hauptbahnstrecke Frankfurt - Leipzig/Halle; des Weiteren besteht eine Regionalbahnverbindung ins niedersächsische Göttingen. Am Gothaer Hauptbahnhof – ca. 1,2 Kilometer südlich der Innenstadt – beginnt die Überlandlinie der Thüringerwaldbahn, die Gotha mit Waltershausen, Friedrichroda und Bad Tabarz verbindet.

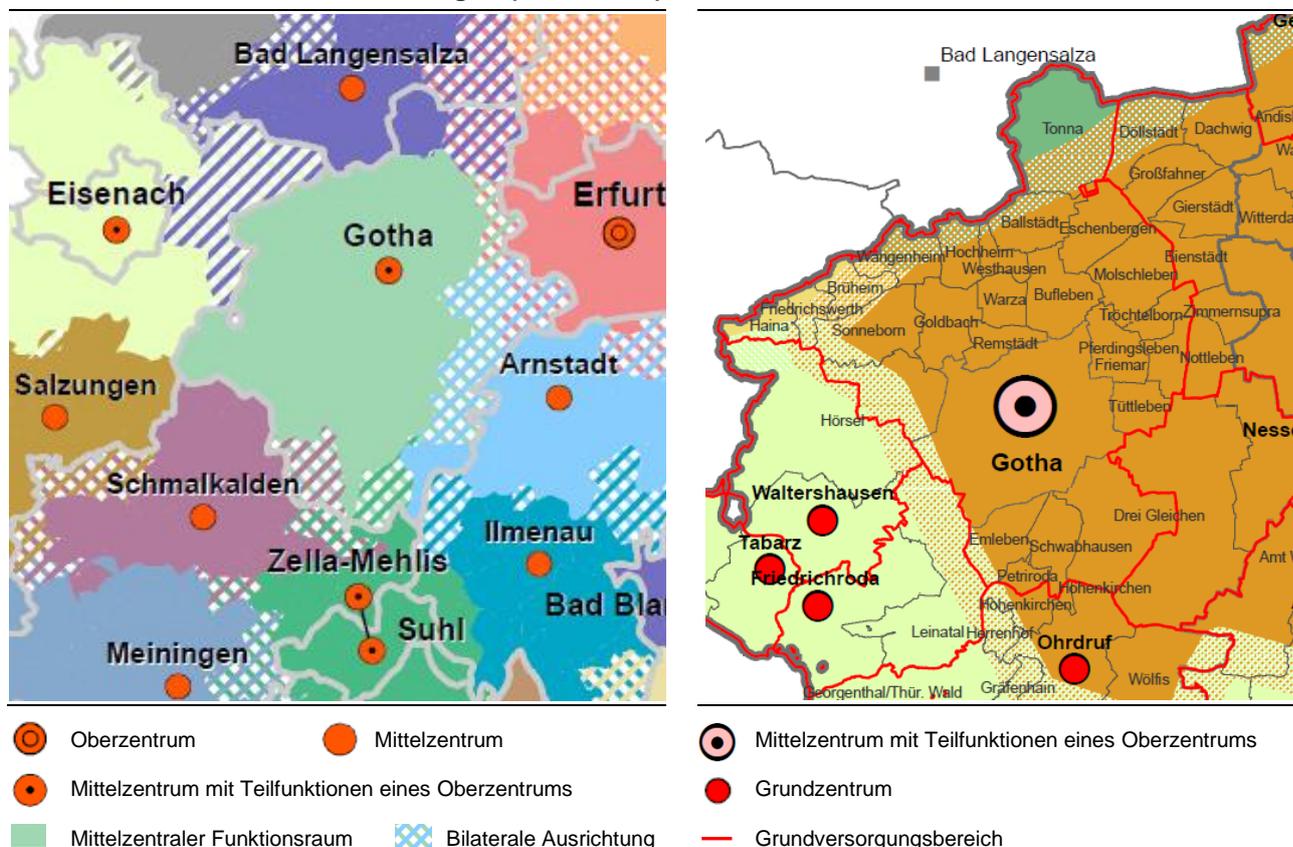
Der lokale **ÖPNV** ist in Gotha durch ein Straßenbahnnetz geprägt, welches das Grundgerüst des städtischen Nahverkehrs darstellt. Verschiedene Stadtbusverbindungen ergänzen dieses Angebot und stellen die kleinräumige Erreichbarkeit in der Kernstadt und in Ortsteilen sicher. Weiterhin fahren diverse Regionalbuslinien auch innerörtliche Haltestellen an und gewährleisten die Erreichbarkeit zu umliegenden Orten. Die zentrale

Abfahrtsstelle des Straßenbahn- und des Busverkehrs (ZOB) ist am Bahnhofsvorplatz eingerichtet, so dass hier alle öffentlichen Verkehrsmittel zusammenlaufen und der Hauptbahnhof als zentraler ÖPNV-Umsteigepunkt fungiert.

Gotha wird in der Landesplanung als **Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums** ausgewiesen. Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm sollen in diesen höherstufigen zentralen Orten die höherwertigen Funktionen der Daseinsvorsorge mit in der Regel überregionaler Bedeutung konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden, wozu auch die Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktion zählt.²⁰

Auf Grund der zentralörtlichen Ausweisung hat die Stadt Gotha neben der Eigenversorgung auch eine Versorgungsaufgabe für die Bewohner in ihrem Verflechtungsbereich mit zu übernehmen; in diesem Funktionsraum leben gemäß der Angabe im Landesentwicklungsprogramm²¹ rd. 113.900 Einwohner.

Karte 3: Raumstruktur Mittelthüringen (Ausschnitt)



Quelle: Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Karte 4 / Regionalplan Mittelthüringen (Entwurf 2019), Karte 1-1

In der **Regionalplanung** werden auch den höherrangigen zentralen Orten sog. Grundversorgungsbereiche zugewiesen, für welche der jeweilige zentrale Ort eine flächendeckende qualifizierte Grundversorgung zu sichern hat.²² Im ausgewiesenen Grundversorgungsbereich Gotha wohnen rd. 66.800 Personen, so dass Gotha für diese Einwohner die Funktion der Grundversorgung übernehmen soll, die ebenfalls entsprechende Versorgungseinrichtungen beinhaltet.

20 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.7 / G 2.2.8.
 21 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Tab. 3 (Stand 2012).
 22 Jeder höherstufige Zentrale Ort übernimmt auch die Funktionen der niedrigeren zentralörtlichen Funktionsstufe. Insofern übernehmen alle Ober- und Mittelzentren auch grundzentrale Aufgaben.

4.2. Soziodemographische Rahmendaten

Gotha ist mit etwa 45.000 Einwohnern die fünfgrößte Stadt im Freistaat Thüringen. Die **Bevölkerung** von Gotha hat sich in den letzten knapp zehn Jahren geringfügig um -1,0 % vermindert; der Rückgang lag unter dem Mittel des Landkreises Gotha (-2,6 %), wobei in der gesamten Region im Vergleich zum Landesdurchschnitt (-5,1 %) ein geringerer Bevölkerungsrückgang zu verzeichnen ist.

Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Gotha im Vergleich

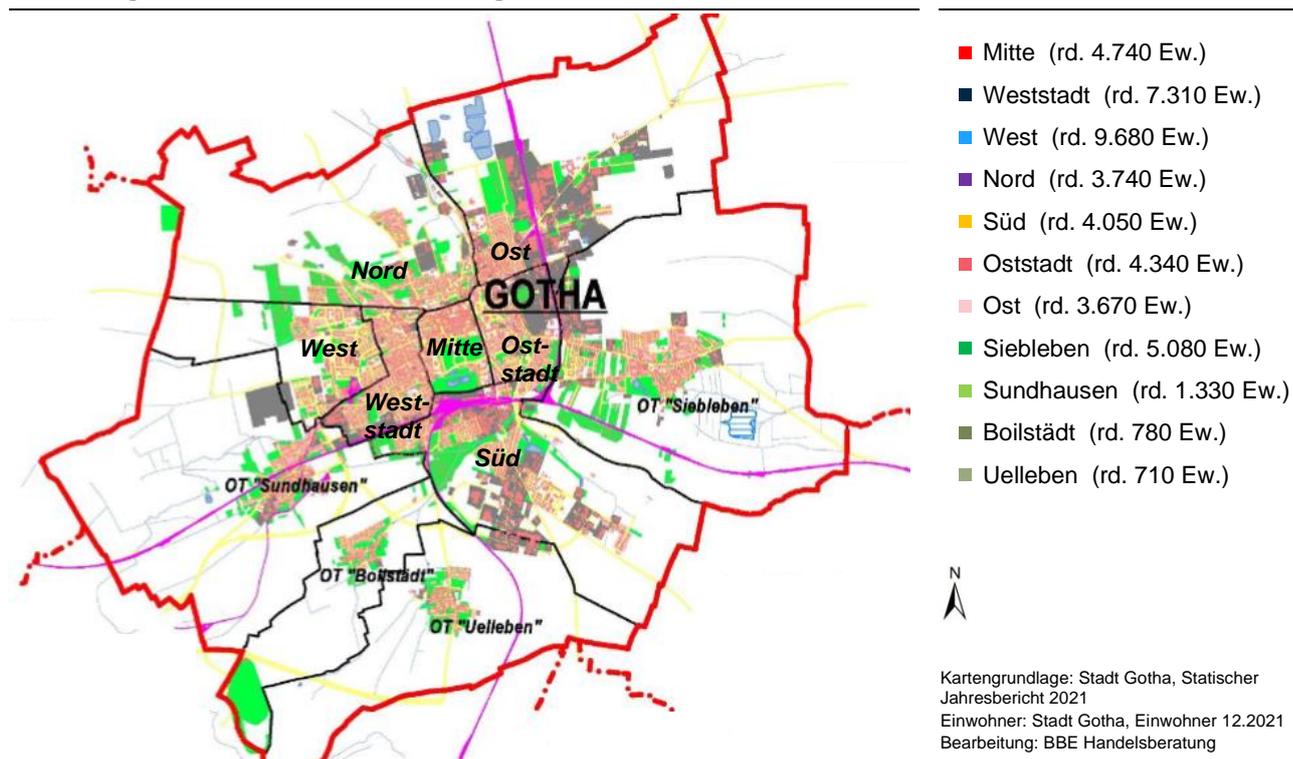
| | Einwohner | | Veränderung | Einwohner | |
|---------------------|-----------|-----------|-------------|-----------|------|
| | 2011 | 2021 | | 2030 | |
| | abs. | abs. | % | abs. | % |
| Gotha | 45.564 | 45.099 | -1,0 | 43.000 | -4,7 |
| Landkreis Gotha | 137.340 | 133.825 | -2,6 | 126.610 | -5,4 |
| Freistaat Thüringen | 2.221.222 | 2.108.863 | -5,1 | 1.989.500 | -5,7 |

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung 31.12.2011/31.12.2021
2. regionalisierte Bevölkerungsvorausberechnung / 1. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung

Vor dem Hintergrund der **demographischen Entwicklung** wird sich in Zukunft die Bevölkerungszahl in Gotha rückläufig entwickeln; auf Basis der Prognose des Statistischen Landesamts wird die Einwohnerzahl im Jahr 2030 bei ca. 43.000 Personen liegen. Der Rückgang von -4,7 % wird im Vergleich zur Entwicklung im Landkreis Gotha (-5,4 %) und auch in Relation zum Landesdurchschnitt (-5,7 %) niedriger ausfallen.

Die **Siedlungsstruktur** von Gotha ist durch eine baulich größtenteils geschlossene Kernstadt gekennzeichnet; dieser Siedlungsbereich stellt mit rd. 35.900 Einwohnern (ca. 79 % der gesamtstädtischen Einwohner) den lokalen Bevölkerungsschwerpunkt dar. Die Ortsteile Siebleben und Sundhausen sind mit der Kernstadt siedlungsgeographisch verbunden; Boilstädt und Uelleben liegen von der Kernstadt räumlich abgesetzt.

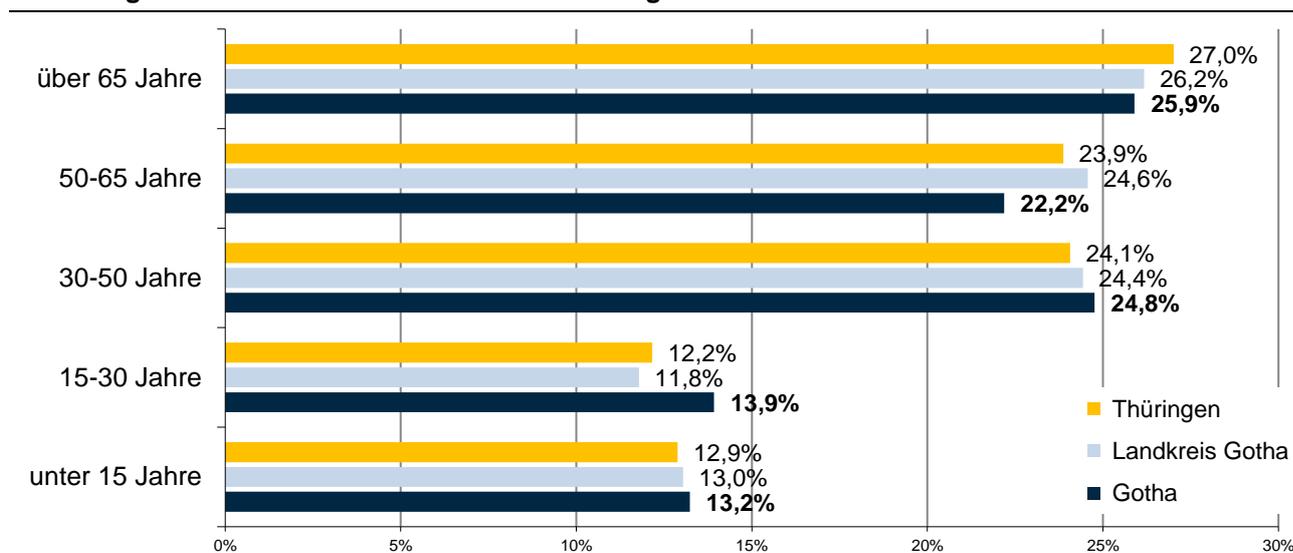
Abbildung 11: Räumliche Bevölkerungsstruktur von Gotha



Die örtlichen Bevölkerungsschwerpunkte befinden sich im Gothaer Westen, da der Stadtteil West einen Anteil von 21 % und die Weststadt von 16 % der gesamtstädtischen Bevölkerung einnimmt; es folgen die Stadtteile Mitte und Siebleben (beide 10 %) und die Oststadt (9 %).

Mit Blick auf die **Altersstruktur** ist der Großteil der Gothaer Bevölkerung (knapp 26 %) über 65 Jahre alt, so dass sich tendenziell – wie im Landesvergleich – eine Überalterung der lokalen Bevölkerung zeigt. Im Verhältnis zum Landesdurchschnitt weist Gotha jedoch in den jüngeren Altersgruppen (bis 30 Jahre) einen höheren Bevölkerungsanteil auf, wengleich der Anteil der jüngeren Bevölkerung an der Gesamtbevölkerung grundsätzlich verhältnismäßig niedrig ausfällt (vgl. auch Abb. 3).

Abbildung 12: Altersstruktur Gotha im Landesvergleich



Quelle: Statistisches Landesamt Thüringen, Bevölkerung nach Altersgruppen am 31.12.2021

Die **Pendler** können ein zusätzliches Potenzial für den Einzelhandel darstellen, da auch Besorgungen auf dem Arbeitsweg und am Arbeitsort getätigt werden. Mit einem positiven Pendlersaldo von ca. 1.800 Personen besitzt Gotha mehr Ein- als Auspendler, was die Position der Stadt als Arbeitsplatzstandort für die umliegende Region verdeutlicht.²³ Somit sind auf Grund der Arbeitsplatzzentralität zusätzliche Kaufkraftpotenziale für den Gothaer Einzelhandel zu erwarten.

Tabelle 2: Pendlersaldo von Gotha

| | 2011 | 2021 |
|-------------------------|----------------|----------------|
| | Personen | Personen |
| Einpendler / Auspendler | 11.031 / 7.732 | 11.510 / 9.723 |
| Pendlersaldo | +3.299 | +1.787 |

Quelle: Bundesagentur für Arbeit, Sozialversicherungspflichtig Beschäftigte nach Wohn- und Arbeitsort mit Pendlerdaten 2011/2021

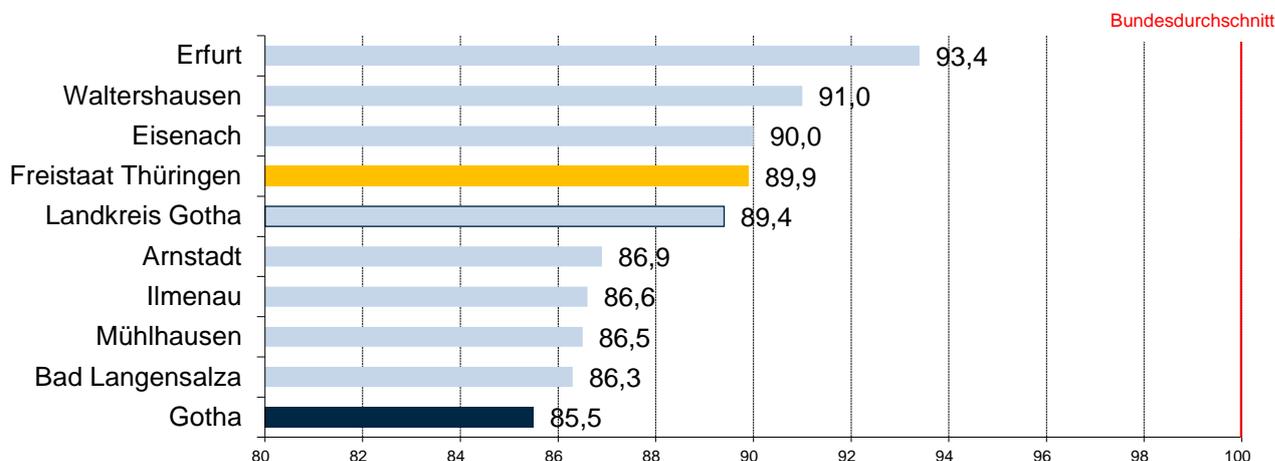
Die Entwicklung der Pendlerquote war in der letzten Dekade rückläufig. Die Zahl der Einpendler hat sich leicht erhöht, jedoch pendeln mehr Personen aus Gotha aus. Hierbei ist besonders auf die hohe Arbeitsplatzzentralität in der naheliegenden Landeshauptstadt Erfurt und im Raum Arnstadt (v.a. in der Wachsenburggemeinde) zu verweisen.

Das **einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau** – durch die Einkommensverhältnisse der Bevölkerung bestimmt – stellt für den Handel einen wichtigen Faktor dar. Die Kennziffer gibt – unabhängig von der Größe einer Stadt bzw. Region – das verfügbare Pro-Kopf-Einkommen im Verhältnis zum Gesamteinkommen der

23 Hierbei spielen insbesondere die gut ausgelasteten Gewerbegebiete in Gotha-Ost und -Süd eine wichtige Rolle

Bundesrepublik an, das nach Abzug einzelhandelsfremder Aufwendungen (z.B. Miete, Vorsorgeleistungen, Versicherungen, Dienstleistungen, Reisen) potenziell für die Ausgaben im Einzelhandel verfügbar ist.

Abbildung 13: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern



Quelle: MB-Research Nürnberg, Einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern 2021

Im nationalen Vergleich besitzt Gotha – wie der Großteil der ostdeutschen Kommunen – eine geringere einzelhandelsrelevante Kaufkraft, die mit 85,5 % unter dem bundesdeutschen Referenzniveau (100,0 %) rangiert. Demnach steht dem lokalen Einzelhandel ein im Bundesvergleich geringeres Ausgabevolumen zur Verfügung. Die niedrige Kaufkraft wird auch im regionalen Vergleich deutlich, da der Kaufkraftindex von Gotha sowohl unter dem Durchschnittswert des Landkreises Gotha (89,4 %) als auch des Freistaats Thüringen (89,9 %) liegt.

Der **Tourismus** kann für den Handel eine wichtige Determinante darstellen, da hieraus Umsatzpotenziale für den lokalen Handel resultieren.²⁴ Im Jahr 2021 konnte Gotha rd. 101.800 Gästeübernachtungen aufweisen; die durchschnittliche Aufenthaltsdauer lag bei 1,9 Tagen, was überwiegend auf Kurzzeitbesuche hindeutet. Die Zahl der Übernachtungen ist in der letzten Dekade deutlich zurückgegangen. Dies ist jedoch nicht durch strukturelle Veränderungen bedingt, sondern auf die COVID-19-Pandemie und die damit einhergehenden Maßnahmen zurückzuführen.²⁵

Tabelle 3: Beherbergungen in Gotha

| | 2011 | 2021 | Veränderung |
|---------------------|----------|----------|-------------|
| | Personen | Personen | % |
| Gästeübernachtungen | 145.866 | 101.827 | -30,2 |

Quelle: Statistisches Landesamt Thüringen, Gäste und Übernachtungen in Thüringen, 2011/2021

Auf Basis der ausgewiesenen Touristenzahl sind die jährlichen Potenziale für den Gothaer Einzelhandel auf ca. 3,1 Mio. EUR²⁶ zu schätzen und verbreitern somit – wenn auch verhältnismäßig geringfügig – die Nachfragebasis des lokalen Handels (vgl. folgende Tabelle 4). Perspektivisch ist beim Wiedereinsetzen der vollen Tourismusaktivitäten von einem steigenden Kaufkraftzufluss auszugehen.

24 Der Einzelhandel profitiert vom Tourismus, da ca. 19 % der Ausgaben von Übernachtungsgästen dem Einzelhandel zu Gute kommen. Im Durchschnitt geben Touristen in dem Reisegebiet „Thüringer Städtekette“ 30,50 EUR pro Tag im Einzelhandel aus, wobei 3,90 EUR auf den Lebensmitteleinzelhandel und 26,60 EUR auf den sonstigen Einzelhandel entfallen.
Quelle: dwif Deutsches Wirtschaftswissenschaftliches Institut für Fremdenverkehr, Ausgaben der Übernachtungsgäste in Deutschland.

25 Im Jahr 2019 – dem letzten Jahr von der COVID-19-Pandemie – waren in Gotha noch 158.641 Übernachtungen zu verzeichnen.

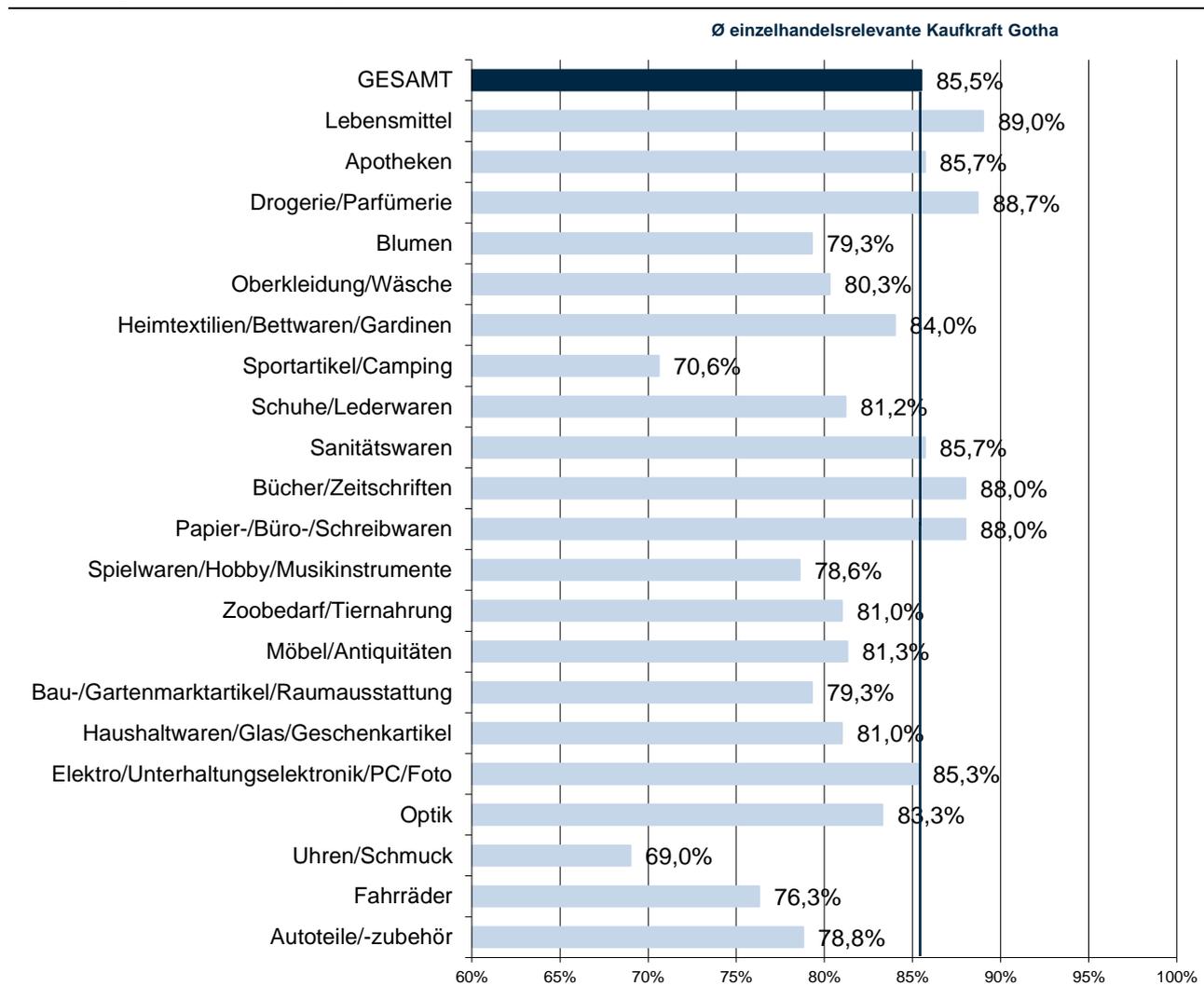
26 Bei 101.827 Gästeübernachtungen ergibt sich ein Nachfragepotenzial von ca. 3,11 Mio. EUR p.a., welches von dem lokalen Einzelhandel gebunden werden kann. Hiervon entfallen 0,40 Mio. EUR auf den Lebensmittelhandel und 2,71 Mio. EUR auf den sonstigen Einzelhandel.

4.3. Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial

Das Marktpotenzial wird durch die jährlichen **bundesdurchschnittlichen Pro-Kopf-Ausgaben** für die verschiedenen Einzelhandels assortimente bestimmt. Bei diesen Verbrauchsausgaben werden die Ausgabe volumina für Direktvertrieb, Home-Shopping und sonstige Anbieter abgezogen, so dass nur die reinen Ausgaben für den Einzelhandel der jeweiligen Branche²⁷ ausgewiesen sind.

Der Durchschnittswert der Verbrauchsausgaben wird mit Hilfe der **sortimentspezifischen Kaufkraftkennziffer**²⁸ an die lokalen Verhältnisse in Gotha angepasst. Die sortimentspezifische Kaufkraft spiegelt die Nachfrage der privaten Haushalte bzw. Personen einer Stadt oder einer Region für spezielle Sortimente bzw. Warengruppen im Einzelhandel wider. Sie weicht von der durchschnittlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ab, die zusammenfassend die Ausgaben über alle Sortimente im Einzelhandel darstellt (vgl. Abb. 13). Durch die sortimentspezifische Kaufkraft werden die unterschiedlichen Elastizitäten innerhalb der einzelnen Branchen des Einzelhandels abgebildet.²⁹

Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Gotha



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

27 Quelle: Institut für Handelsforschung Köln, Marktvolumina.

28 Quelle: MB-Research Nürnberg, Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern 2021.

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

Die beiden vorstehenden Determinanten – d.h. die Verbrauchsausgaben je Branche und die sortiments-spezifischen Kaufkraftkennziffern – werden mit der **Einwohnerzahl** von Gotha multipliziert. Somit errechnet sich das einzelhandelsrelevante Nachfragevolumen, das dem lokalen Handel zur Verfügung steht.³⁰ Diese Nachfrageplattform beläuft sich in Gotha auf ca. 250,9 Mio. EUR p.a., wobei der Großteil der Konsumausgaben auf den sog. kurzfristigen bzw. periodischen Bedarf entfällt.

Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Gotha

| | | Marktpotenzial Gotha | |
|-------------------------------------|---|----------------------|--------------|
| | | Mio. EUR | % |
| 1 | Lebensmittel | 100,99 | |
| 2 | Apotheken | 23,73 | |
| 3 | Drogerie/Parfümerie | 14,20 | |
| 4 | Blumen | 2,32 | |
| Summe kurzfristiger Bedarf | | 141,24 | 56,3 |
| 5 | Oberkleidung/Wäsche | 19,23 | |
| 6 | Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen | 1,70 | |
| 7 | Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe | 3,57 | |
| 8 | Schuhe/Lederwaren | 4,39 | |
| 9 | Sanitärwaren | 4,17 | |
| 10 | Bücher/Zeitschriften | 4,01 | |
| 11 | Papier-/Büro-/Schreibwaren | 3,21 | |
| 12 | Spielwaren/Hobby/Musikinstrumente | 3,40 | |
| 13 | Zoobedarf/Tiernahrung | 2,08 | |
| Summe mittelfristiger Bedarf | | 45,76 | 18,2 |
| 14 | Möbel/Antiquitäten | 15,03 | |
| 15 | Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung | 16,06 | |
| 16 | Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat | 4,05 | |
| 17 | Elektro/Unterhaltungselektronik/PC/Foto | 19,77 | |
| 18 | Optik | 1,95 | |
| 19 | Uhren/Schmuck | 2,36 | |
| 20 | Fahrräder | 2,72 | |
| 21 | Autoteile/-zubehör | 1,92 | |
| Summe langfristiger Bedarf | | 63,86 | 25,5 |
| Summe Marktpotenzial Gotha | | 250,86 | 100,0 |

Berechnung: BBE Handelsberatung

³⁰ Das Marktpotenzial wird nach folgender Formel berechnet:
 Einwohnerzahl je Ort x Verbrauchsausgabe je Sortiment x sortimentspezifische Kaufkraftkennziffer.

5. Einzelhandelsanalyse Gotha

5.1. Einzelhandelsbestand

Für die vorliegende Analyse wurden alle Einzelhandelsbetriebe und deren Verkaufsflächen im November 2021 im Rahmen einer Vollerhebung in Gotha aufgenommen und nach dem Umsatzschwerpunkt der jeweiligen Handelsbranche zugeordnet (vgl. Methodik in Anlage 1). In Gotha agieren aktuell etwa 330 Betriebe des Ladeneinzelhandels und des Ladenhandwerks. Selbige Betriebe verfügen über eine **Verkaufsfläche** von knapp 117.000 m². Die durchschnittliche Verkaufsfläche aller Handelsbetriebe liegt bei ca. 350 m² je Betrieb und hat sich in den letzten Jahren – dem deutschlandweiten Trend folgend (vgl. Seite 9) – sukzessive erhöht.

Mit Blick auf die **Flächenentwicklung** ist in den letzten zehn Jahren eine Abschmelzung von knapp 10 % der Verkaufsfläche zu beobachten. Der Flächenrückgang ist u.a. auf die zwischenzeitliche Absiedlung von verschiedenen großformatigen Handelsbetrieben (z.B. Adler Mode [Ekhofplatz], Aldi [B.-Schneyer-Straße], Netto [Oststraße]) zurückzuführen.³¹

Ferner hat sich in der letzten Dekade ein deutlicher Rückgang an insbesondere kleineren und mittelständischen Handelsbetrieben in fast allen Branchen vollzogen, was mit einem fühlbaren Rückgang der Ladeneinheiten (-28 %) einherging. Hierbei haben sich meist kleinere Läden – vor allem in der Gothaer Innenstadt und in Nebenlagen – abgesiedelt.

Tabelle 5: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Gotha

| | Verkaufsfläche | Betriebe | Ø Betriebsgröße | Verkaufsflächendichte |
|------|----------------|----------|-------------------------|---------------------------|
| | m ² | abs. | m ² /Betrieb | m ² /Einwohner |
| 2005 | 123.980 | 510 | ~240 | 2,6 |
| 2011 | 129.000 | 462 | ~280 | 2,8 |
| 2021 | 116.730 | 333 | ~350 | 2,6 |

Quelle: GMA, Zentrenkonzept für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk in der Stadt Gotha (GMA), August 2005, Tab. 5
 Stadt + Handel, Fortschreibung des Zentrenkonzeptes für den Einzelhandel und das Ladenhandwerk in Gotha), 17.06.2011, Tab. 4
 BBE Handelsberatung, eigene Erhebung, November 2021

Die **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von Gotha rangiert mit etwa 2,6 m² je Einwohner oberhalb des bundesdeutschen Ausstattungswerts von rd. 1,5 m² je Einwohner, so dass für die lokale Bevölkerung eine attraktive Ausstattung mit Handelsfläche besteht. Der Wert der Flächenausstattung deutet auf eine stadtübergreifende Ausstrahlung des örtlichen Handels hin.

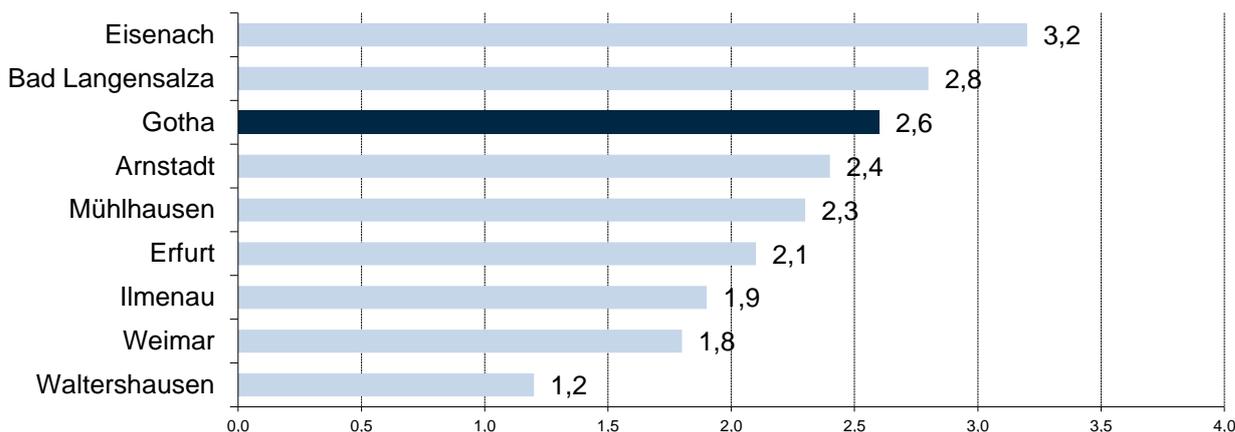
Zentrale Orte weisen i.d.R. eine über dem Bundesdurchschnitt liegende Verkaufsflächendichte auf. Diese Orte übernehmen auch eine Versorgungsfunktion für ihren umliegenden Raum und halten somit meist höhere Flächenangebote vor. Dies ist auch in Gotha der Fall, da in dem mittelzentralen Verflechtungsbereich der Stadt insgesamt rd. 113.900 Personen (vgl. Seite 20) wohnen und Gotha auch für diese Einwohner eine partielle Versorgungsfunktion besitzt.

³¹ Bei der Flächenaufnahme der BBE wurden lediglich Betriebe mit einem Einzelhandelssortiment im engeren Sinn aufgenommen. Hierzu zählen z.B. nicht die Frei- oder Lagerflächen von Baumstoffmärkten, die beispielsweise mit Baumaterialien bestückt sind. Ferner wurden auch keine Gärtnereien oder Baumschulen berücksichtigt, da die Produktionshallen (auch wenn diese temporär für den Verkauf geöffnet sind) nicht mit zur Verkaufsfläche zählen. Diese Flächen wurden offenkundig bei der Flächenaufnahme von Stadt + Handel mit erhoben. Ferner zeigt sich eine deutliche Differenz im Sortiment Elektrowaren/Unterhaltungselektronik. Bei Stadt + Handel wurde hier eine Verkaufsfläche von 8.400 m² angegeben, die von den großformatigen Märkten von MediMax, Technik-Partner, Euronics und der Leuchten-scheune (zusammen rd. 4.000 m² VK) – auch unter Berücksichtigung weiterer kleinformatiger Anbieter – zum damaligen Zeitpunkt nicht vorhanden war.

Die hohe Flächenausstattung in Gotha wird ferner maßgeblich durch die flächenintensive Möbel- bzw. Bau- und Gartenmarktbranche und auch die Lebensmittelbranche getragen, die einen hohen spezifischen Flächenverbrauch aufweisen.³²

Im Vergleich mit anderen Städten³³ im regionalen Umfeld erreicht Gotha eine vergleichsweise übliche Verkaufsflächendichte; der Flächenausstattungsgrad von Gotha lässt sich mit Blick auf umliegende Orte in der Region lässt wie folgt einordnen.

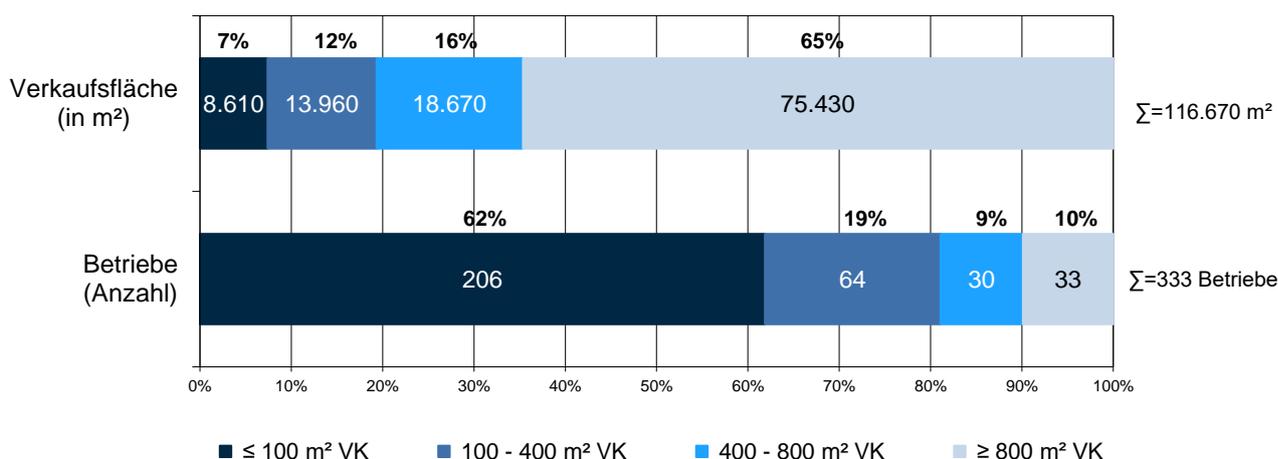
Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte



Quelle: Flächenmonitoring der BBE Handelsberatung

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

Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Gothaer Einzelhandels



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2021

³² vgl. folgende Abbildung 20.

³³ Die ausgewählten Kennziffern der Verkaufsflächendichte dienen lediglich der Orientierung. Die einzelnen Werte sind nicht direkt miteinander vergleichbar, da die Städte über unterschiedliche Einwohnerzahlen, Ortsgrößen, Bevölkerungs- und Siedlungsstrukturen, Historien etc. verfügen und zudem die jeweiligen Erhebungen zeitlich versetzt liegen. Es soll lediglich ein Trend der Flächenausstattung dargestellt werden.

Die Verkaufsflächenstruktur in Gotha basiert überwiegend auf kleinformatischen Einzelhandelsbetrieben, da 206 Geschäfte und somit der Großteil der 333 Handelsbetriebe (ca. 62 %) eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweisen. Die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse nur rd. 40 m² je Ladenlokal; der Großteil dieser Betriebe ist in der Gothaer Innenstadt verortet.

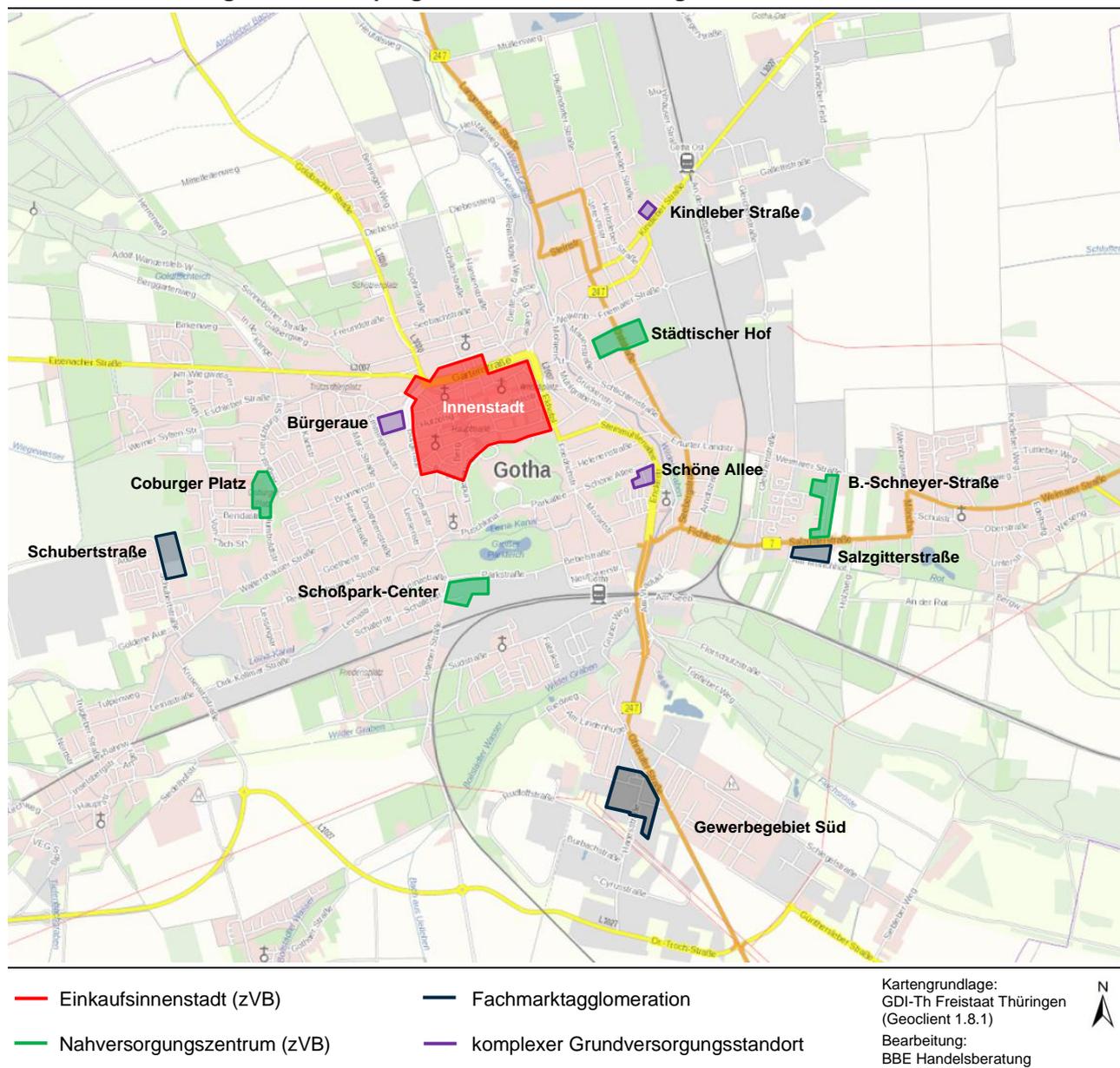
Demgegenüber besitzen die 63 großformatigen Handelsbetriebe (Verkaufsfläche ab 400 m²) – die an der Gesamtzahl der Betriebe einen Anteil von lediglich 19 % repräsentieren – mit einer gemessenen Verkaufsfläche von rd. 94.100 m² einen Anteil von 81 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

Zusammengefasst ist in Gotha eine gut durchmischte Betriebstypenstruktur ausgebildet, die einen Mix aus großformatigen, i.d.R. filialisierten Betrieben und zahlreichen, meist mittelständischen und kleineren Fachanbietern aufweist. Die überwiegend kleinteilige Handelsstruktur birgt jedoch grundsätzlich ein erhöhtes Erosionsrisiko, da es perspektivisch zusehends schwieriger wird, auf einer Kleinfläche dauerhaft einen auskömmlichen Ertrag für einen tragfähigen Vollerwerb eines Handelsbetriebes zu erwirtschaften.

5.2. Räumliche Angebotsstruktur

Für die Analyse der **räumlichen Verteilung** des Einzelhandelsangebots in Gotha wird eine Untergliederung nach dem Angebot in dem zentralen innerstädtischen Versorgungsbereich, den vier ausgewiesenen Nahversorgungszentren (gemäß Zentrenkonzept 2011), in Fachmarkttagglomerationen³⁴ und an sonstigen Standorten vorgenommen. Folgende Karte skizziert die strukturprägenden Einzelhandelsstandorte in Gotha.

Karte 4: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Gotha



In der Gothaer **Einkaufsinnenstadt** – diese umfasst den im Zentrenkonzept 2011 abgegrenzten Bereich – ist ein gemessener Flächenbestand von rd. 28.600 m² vorzufinden; dies entspricht einem Anteil von 25 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche, die innerstädtische Angebotsmasse liegt hoch. In der Innenstadt sind fast 150 Handelsbetriebe etabliert, was einem Anteil von 44 % aller Gothaer Betriebe entspricht. Die Einkaufsinnenstadt stellt den funktionalen Einzelhandelsschwerpunkt in Gotha dar.

34 vgl. Definition in Anlage 2.

Die Handelsbetriebe sind vorwiegend in der innerstädtischen Hauptgeschäftslage, die sich von der Jüdenstraße über den Hauptmarkt, die Marktstraße, den Neumarkt und die Erfurter Straße bis zum Arnoldiplatz erstreckt, verortet. Die Altstadt setzt sich vorwiegend aus historischen Bausubstanzen mit hohem gestalterischem und kulturellem Wert zusammen, es existiert eine fast durchgehende heterogene Bebauung des Hauptgeschäftsbereiches mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern; der Einzelhandel ist überwiegend straßenbegleitend in den Erdgeschosszonen angesiedelt. Die innerstädtischen Bausubstanzen sind größtenteils saniert und in einem optisch sehr guten Zustand; positive Wirkungen ergeben sich durch die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und die ansprechende Stadtmöblierung und Bepflasterung.

In den Randlagen der Einkaufsinnenstadt dünnt der Gewerbebesatz naturgemäß aus. In diesen Bereichen existiert keine durchgängige Schaufensterfront, da Funktionsunterbrechungen durch Wohnnutzungen und auch leerstehende Gewerbeflächen zu verzeichnen sind.

Angrenzend zur Altstadt sind dem zentralen Versorgungsbereich zwei Ergänzungslagen hinzuzurechnen. Hierbei handelt es sich um ein Geschäftshaus an der Bertha-von-Suttner-Straße, das mit einem Elektro-, Fahrrad- und einem Schuhfachmarkt belegt ist. Nördlich der Altstadt wurde im Jahr 2020 das Altstadtforum eröffnet, das verschiedene großformatige Fachmarktanbieter beherbergt. Beide benannten Lagen können das tendenziell kleinformatische Handelsangebot der Altstadt zielgerichtet und arbeitsteilig gut ergänzen.

Mit Blick auf die Sortimentsabdeckung reißt die Gothaer Innenstadt ein breites Warenspektrum an, in fast allen innenstadtprägenden Sortimenten ist ein sehr kompetentes Angebot vorzufinden. Neben verschiedenen profilbildenden Magnetbetrieben – vor allem überregional agierende Filialisten – sind zahlreiche mittelständische Anbieter ansässig, so dass für die Stadtgröße ein attraktiver Angebotsmix präsentiert wird.

In der Gothaer Innenstadt existieren fast 60 komplementäre Angebote (v.a. Dienstleistungen, Gastronomie, Büros), darüber hinaus dient die Innenstadt auch als Wohnstandort und ist Sitz der Stadtverwaltung. In Summe wird eine hohe Multifunktionalität erreicht.

Leerstehende Ladenflächen haben eine hohe Signalwirkung und belasten den Marktauftritt einer Innenstadt in besonderem Maße. Der aktuelle innerstädtische Leerstand umfasst knapp 40 Ladengeschäfte³⁵ mit einer geschätzten Fläche von 4.500 bis 5.000 m². Der Großteil der Leerstandsfläche (ca. 3.000 m²) ist auf zwei Handelsimmobilien verteilt, die vormals durch Adler und dm (im Kaufhaus Moses) genutzt wurden. Eine qualifizierte Nachnutzung der benannten Flächen erscheint auf Grund der Standort- bzw. Lagequalität möglich.

In der Altstadt ist ein hoher Leerstand an kleinen Gewerbeflächen vorzufinden. Diese kleinformatischen Angebotsreserven weisen eine durchschnittliche Größe von ca. 50 m² je Laden auf, so dass eine Belegung mit zeitgemäßen Handelskonzepten – mit Ausnahme von wenigen Handelssparten – auf Grund der geringen Flächendimensionierung bei zahlreichen Leerständen nicht möglich ist. Diese Flächen stehen tendenziell für vor allem für eine Belegung mit Dienstleistungen oder sonstigen komplementären Nutzungen zur Verfügung.

Abbildung 17: Innenstadt (zentraler VB) von Gotha



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

35 Der Leerstand bezieht sich auf den gesamten Innenstadtbereich (vgl. Abgrenzung in Karte 4).

Nachgelagert zu dem innerstädtischen Zentrum sind in dem Gothaer Zentrenkonzept vier **Nahversorgungszentren** ausgewiesen. Das Handelsangebot ist in diesen zentralen Versorgungsbereichen flächenseitig deutlich geringer ausgeprägt als im Hauptzentrum, zumal diese Einkaufsdestinationen lediglich eine bezirks- bzw. quartiersbezogene Versorgungsfunktion übernehmen sollen. Die Ausrichtung dieser wohnortnahen Zentren sollte überwiegend auf sog. nahversorgungsrelevante Sortimente fokussiert sein.

Mit Blick auf den Handelsbesatz (vgl. folgende Tabelle 6) ist in den Nahversorgungszentren Coburger Platz (ca. 3.700 m² VK) und Städtischer Hof (ca. 4.100 m² VK) ein umfangreiches Nahversorgungsangebot ausgeprägt, das jeweils durch einen Supermarkt und einen Discounter geprägt ist. Weitere Handelsbetriebe und vor allem komplementäre Betriebe arrondieren das Angebot und bedingen eine hohe Multifunktionalität dieser beiden wohnsiedlungsintegrierten Zentren.

Abbildung 18: Nahversorgungszentren Coburger Platz/Städtischer Hof (zentraler VB)



NVZ Coburger Platz



NVZ Städtischer Hof

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Das ausgewiesene Nahversorgungszentrum Schloßpark-Center beherbergt sechs Handelsbetriebe mit einer gemessenen Verkaufsfläche von ca. 1.700 m². Der Bestand wird durch einen Sportfachmarkt und vereinzelte kleinformige Betriebe auf dem Areal des Alten Schlachthofs geprägt; verschiedene Komplementäre arrondieren dieses Angebot. Östlich an den Alten Schlachthof schließt sich der Norma-Markt an; wesentliche fußläufige Austauschbeziehungen zwischen beiden Standortbereichen sind nicht zu erkennen.

Der ausgewiesene zentrale Versorgungsbereich Bertha-Schneyer-Straße entspricht auf Grund der eingeschränkten Angebotsvielfalt (ca. 1.200 m² VK, wenige Komplementäre, keine Mittelpunktfunktion) nicht den Maßgaben eines Nahversorgungszentrums. Aktuell sind in dieser bandförmig ausgewiesenen Versorgungslage lediglich ein Lebensmittel-discounter (Netto inkl. Backshop), eine Apotheke und ein Tankstellenshop vorzufinden; eine verdichtete bzw. komprimierte Handelslage existiert nicht.

Abbildung 19: Nahversorgungszentren Schloßpark-Center/Bertha-Schneyer-Straße (zentraler VB)



NVZ Schloßpark-Center



NVZ Bertha-Schneyer-Straße

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der flächenseitig zweitgrößte Handelsstandort in Gotha ist die **Fachmarkttagglomeration Gewerbegebiet Süd**; die 16 Handelsbetriebe (ca. 26.200 m² VK) sind im nördlichen Bereich der Harjesstraße und an der östlichen Rudloffstraße konzentriert. Der gesamte Standortbereich ist durch funktionale, fachmarkttypische Gebäudestrukturen ohne besondere architektonische bzw. städtebauliche Qualitäten geprägt.

Als Magnetbetriebe fungieren ein Verbrauchermarkt, ein Getränkemarkt und ein Baumarkt von Edeka (Herkules), östlich der Harjesstraße sind ein Möbelhaus (Roller), ein Möbelfachmarkt (Jysk), ein Baumarkt (Sonderpreis) und ein Zoofachmarkt (Fressnapf) adressiert. Südlich von Roller befindet sich ein Multisortimentsmarkt (Th. Philipps).

Auf Grund des Handelsbesatzes und der sehr guten verkehrlichen Erreichbarkeit besitzt dieser dezentrale Standortbereich eine hohe Strahlkraft auf Kunden aus Gotha und insbesondere auch auf Kommunen im räumlichen Umfeld der Stadt. Aus städtebaulicher Sicht handelt es sich um eine Fehlallokation von Handelsflächen, da ein Teil der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten belegt ist und so die Entwicklungsmöglichkeiten von integrierten Lagen eingeschränkt werden.

Im Ortsteil Siebleben hat sich an der **Salzgitterstraße** eine weitere Fachmarkttagglomeration, bestehend aus einem Baumarkt (toom), zwei Textilmärkten (Takko, KIK) und einem Multisortimentsmarkt (Tedi) herausgebildet; die Verkaufsfläche umfasst ca. 8.700 m². Der Bereich fokussiert auf autokundenorientierte Verbraucher und ist durch die Lage an der Bundesstraße B7 durch eine sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit geprägt.

Im Stadtteil West ist in der nördlichen **Schubertstraße** das SB-Warenhaus real ansässig. Der Standort befindet sich in einer zurückgesetzten Lage zur Waltershäuser Straße („2. Reihe“), der Bereich ist als nicht-wohnsiedlungsintegriert einzustufen. Angesichts der Standortqualität stellt sich der bereits im Jahr 1994 eröffnete Marktstandort aus Betreibersicht suboptimal dar, was auf der eingeschränkten Erreichbarkeit und der geringen Ausstrahlung dieses Standortbereiches beruht; ferner ist das Konzept von real als unterdurchschnittlich leistungsfähig zu bewerten.³⁶ Trotz der hohen Verkaufsfläche des Marktes von fast 6.000 m² wird dieser Standort überwiegend von lokalen Kunden frequentiert; eine wesentliche stadtübergreifende Ausstrahlung – mit Ausnahme von Gemeinden direkt südwestlich von Gotha – ist nicht festzustellen.

Die komplexen **Grundversorgungsstandorte Kindleber Straße** und **Schöne Allee** befinden sich jeweils in Randlage eines Wohngebietes; das Angebot beider Handelsstandorte fokussiert auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Als Magnetanbieter fungiert jeweils ein Lidl-Markt, ergänzt durch einen Getränkemarkt. Darüber hinaus sind an beiden Standorten je ein Textil- und ein Schuhfachmarkt (NKD; K+K Schuh-Center) verortet, an dem Nahversorgungsstandort Schöne Allee agieren zudem ein Rossmann-Drogeriemarkt und ein Action-Multisortimentsmarkt; komplementäre Angebote existieren jeweils nicht. Beide Handelsstandorte sind durch einfache bzw. fachmarkttypische Gebäudestrukturen geprägt.

In westlicher Randlage zur Einkaufsinnenstadt wurde im Jahr 1999 auf einem vormaligen Kasernengelände der **Nahversorgungsstandort Bürgeraue** entwickelt, der durch einen kundenattraktiven Kaufland-Verbrauchermarkt und weitere kleinformatische Betriebe genutzt wird. Kaufland übernimmt in zentraler kernstädtischer Lage eine wichtige Grundversorgungsfunktion und kann von einem nicht unwesentlichen Teil der Bevölkerung aus dem Umfeld fußläufig erreicht werden. Der Kaufland-Standort besitzt jedoch keine ausgeprägte Anbindung an die zentralen Geschäftslagen der Altstadt.

Ergänzend zu den vorstehenden strukturprägenden Handelsstandorten sind weitere Handelsbetriebe in **Streulagen**³⁷ ansässig. Dieses Angebot bezieht sich – neben zahlreichen kleineren mittelständischen Betrieben – vor allem auf verschiedene Lebensmittelmärkte (REWE, 2x tegut, 3x Netto, 2x Penny, nahkauf) und auf Non-Food-Fachmärkte (u.a. TTM, KIK, ATU, Leuchtenscheune, div. Möbel- und Baumarktanbieter). Auf Grund der diversen großformatigen Fachmärkte erreichen diese Streulagen einen hohen summierten Flächenanteil von 22 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche.

36 Für die Übernahme des real-Marktes zeigt sich derzeit kein konkreter Betreiber.

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

Abschließend wird in der Tabelle 6 die **räumliche Angebotsstruktur** des Gothaer Einzelhandels synoptisch abgebildet.

Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Gotha nach Standortkategorien

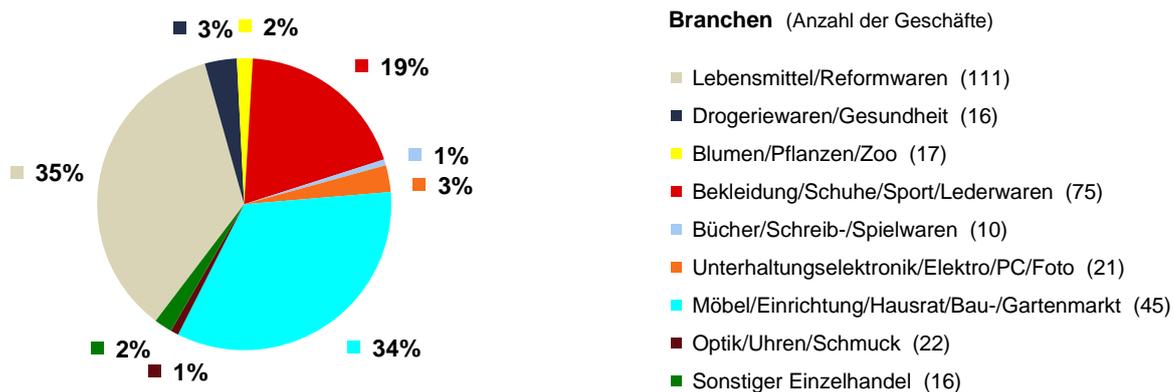
| | Verkaufsfläche | | Betriebe | | Ø Betriebsgröße |
|----------------------------------|----------------|------------|------------|------------|-------------------------|
| | m ² | % | abs. | % | m ² /Betrieb |
| Einkaufsinnenstadt (zVB) | 28.590 | 25 | 147 | 44 | ~190 |
| NVZ Coburger Platz (zVB) | 3.730 | 3 | 10 | 3 | ~370 |
| NVZ Schloßpark-Center (zVB) | 1.750 | 2 | 6 | 2 | ~290 |
| NVZ Städtischer Hof (zVB) | 4.120 | 4 | 10 | 3 | ~410 |
| NVZ Bertha-Schneyer-Straße (zVB) | 1.240 | 1 | 4 | 1 | ~310 |
| FMA Gewerbegebiet Süd | 26.200 | 22 | 16 | 5 | ~1.640 |
| FMA Salzgitterstraße | 8.660 | 7 | 4 | 1 | ~2.170 |
| FMA Schubertstraße | 5.780 | 5 | 3 | 1 | ~1.930 |
| NVS Kindleber Straße | 2.050 | 2 | 6 | 2 | ~340 |
| NVS Schöne Allee | 3.760 | 3 | 6 | 2 | ~630 |
| NVS Bürgeraue | 5.220 | 4 | 8 | 2 | ~650 |
| Streulagen | 25.570 | 22 | 113 | 34 | ~230 |
| Gesamt | 116.670 | 100 | 333 | 100 | ~350 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2021 / zVB = zentraler Versorgungsbereich, NVZ = Nahversorgungszentrum, FMA = Fachmarkttagglomeration, NVS = Nahversorgungsstandort
 Zuordnung der Betriebe/Verkaufsflächen auf Basis des Zentrenkonzeptes 2011

5.3. Sortimentsspezifische Einzelhandelsausstattung

Auf Basis der Vollerhebung aller Einzelhandelsflächen in Gotha (rd. 116.670 m² VK) werden die einzelnen Betriebe nach ihrem Sortimentsschwerpunkt der jeweiligen Einzelhandelsbranche zugeordnet.³⁸ Die lokale **Verkaufsflächenstruktur** in Gotha bildet die folgende Graphik ab.

Abbildung 20: Branchenstruktur Gotha



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2021 / Zuordnung der Betriebe nach der jeweiligen Hauptbranche

Im **kurzfristigen Bedarfsbereich** stellt die Lebensmittelbranche mit rd. 41.300 m² Verkaufsfläche einen flächenseitigen Angebotsschwerpunkt dar. Einerseits wird diese Branche durch 21 großformatige Lebensmittelmärkte geprägt, andererseits sind zahlreiche kleinere Lebensmittelanbieter (v.a. Ladenhandwerker, Spezialgeschäfte) und Getränkemärkte vorhanden.³⁹

Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte rangiert im interkommunalen Vergleich mit rd. 0,9 m² pro Einwohner⁴⁰ auf einem hohen Niveau, wobei in zentralen Orten i.d.R. eine Konzentration von insbesondere großformatigen Lebensmittelmärkten und demzufolge eine höhere Angebotsdichte vorzufinden ist. Auf Grund des flächenseitigen und auch diversifizierten Angebots kann eine kundenattraktive Versorgung sowohl für die lokalen Einwohner als auch die Bewohner in umliegenden Orten sichergestellt werden.

In Gotha sind 13 Apotheken mit einer Offizinfläche von insgesamt ca. 800 m² vorzufinden. Auf Basis der örtlichen Einwohnerzahl errechnet sich eine Apothekendichte von 2,9 Apotheken je 10.000 Einwohner. Der Gothaer Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (2,3 Apotheken/10.000 Ew.) bzw. auch zum Landesdurchschnitt (2,5 Apotheken/10.000 Ew.)⁴¹ einen leicht erhöhten Ausstattungsgrad dar; die Apothekendichte relativiert sich jedoch unter Einbezug der Einwohner in dem Verflechtungsbereich der Stadt, da in den meisten umliegenden Gemeinden keine entsprechenden Versorger vorzufinden sind. Die Nachfrage dieser Bewohner wird demnach größtenteils in Gothaer Apotheken mit abgedeckt.

In der Branche Drogeriewaren sind mit Rossmann und dm zwei Drogeriemärkte vorhanden; mit der Müller Drogerie ist ein weiterer kompetenter Anbieter ansässig. Die Nachfrage nach diesen Produkten wird ferner von Anbietern des Lebensmittelhandels gedeckt, da dieses Sortiment in allen Lebensmittelmärkten im Randsortiment geführt wird. Die größten Randsortimentsabteilungen finden sich bei Kaufland, real und bei Herkuless wieder.

38 Die branchenseitige Zuordnung eines Betriebes erfolgt nach seiner Hauptwarengruppe. Die in Handelsbetrieben geführten Randsortimente ordnen sich dem Kernsortiment in ihrem Umfang und ihrer Wichtigkeit deutlich unter und ergänzen dieses. Die einzelnen Randsortimente werden jedoch bei der Berechnung der sortimentspezifischen Bindungsquoten (vgl. folgende Abb. 22) berücksichtigt.

39 In den folgenden Betrachtungen ist der Netto-Markt in der Eschleber Straße berücksichtigt, wenngleich dieser Markt auf Grund eines Brandschadens derzeit nicht geöffnet ist. Es ist jedoch ein zeitnaher Wiederaufbau des Marktes angedacht.

40 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Der bundesdurchschnittliche Wert liegt bei ca. 0,44 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen lediglich als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

41 Quelle: ABDA, Die Apotheke 2021, Apothekendichte in Deutschland nach Bundesländern im Jahr 2020.

Im Sortimentsbereich Blumen existiert eine umfangliche und ausreichende Offerte, geprägt durch 13 kundenattraktive Floristikanbieter. Das Sortiment wird weiterhin in Gartenmärkten mit angeboten; partiell auch in Lebensmittelmärkten.

Tabelle 7: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich

| | Verkaufs- fläche m ² | Einzelhandels- betriebe abs. | Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb | Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner |
|---------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--|---|
| Lebensmittel | 41.310 | 111 | ~370 | 0,92 |
| Apotheken | 800 | 13 | ~60 | 0,02 |
| Drogerie/Parfümerie | 3.300 | 3 | ~1.100 | 0,07 |
| Blumen | 740 | 13 | ~60 | 0,02 |
| Gesamt | 46.150 | 140 | ~330 | 1,03 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2021

Im **mittelfristigen Bedarfsbereich** stellt die Angebotspalette an modischen Sortimenten (Oberbekleidung, Wäsche, Sportartikel, Schuhe, Lederwaren) hinsichtlich ihrer Magnetfunktion einen wichtigen Attraktivitätsbaustein für eine (Innen-)Stadt dar. Im Segment Bekleidung sind in Gotha fast 50 Betriebe auf rd. 15.300 m² Verkaufsfläche aktiv. Die gesamtstädtische Verkaufsflächendichte von über 0,3 m² Verkaufsfläche pro Einwohner ist im interkommunalen Vergleich⁴² als gut einzustufen. Der Großteil der Textilanbieter ist funktionsgerecht in der Innenstadt verortet, da die hier befindlichen 38 Betriebe einen Anteil von fast 80 % an der gesamtstädtischen Textilverkaufsfläche einnehmen. Der Flächenanteil lag vormals höher, was in der Absiedlung von Adler Mode (ca. 2.300 m² VK) begründet liegt.

Das Textilangebot ist durch zahlreiche Filialunternehmen geprägt, die in Summe ein leistungsfähiges und sehr gut strukturiertes Angebot darstellen. Dabei haben speziell das Warenhaus Moses, verschiedene Filialisten (C&A, New Yorker, Tom Tailor, Jeans Fritz, Mister & Lady Jeans, Bonita, Ernstings Family) und die zahlreichen mittelständischen Modeanbieter eine hohe Magnetwirkung auf die Verbraucher.

Die flächenseitige Betriebstypenstruktur wird auch durch die Betriebsform Textilfachmarkt geprägt, da die sieben Filialen der Textildiscounter KIK, Takko und NKD eine Verkaufsfläche von ca. 3.600 m² einnehmen. Diese Textildiscounter zielen auf eine preissensible Kundengruppe ab, da diese bei breitem und ausreichend tiefem Sortiment aktuelle Mode (i.d.R. No-Name-Ware) in einem äußerst günstigen Preis-Leistungs-Verhältnis anbieten. Die größeren Textilfachmärkte sind meist nicht in der innerstädtischen Hauptgeschäftszone präsent, was auf eine geringe Flächenverfügbarkeit und das gehobene Mietniveau in diesen Lagen zurückzuführen ist.

In der Branche Heimtextilien/Kurzwaren sind verschiedene Fachgeschäfte vorhanden, die eine breite Auswahlvielfalt bieten. Diese Warengruppen werden auch im Randsortiment von Bau- und Einrichtungsmärkten mit geführt.

In der Sportbranche (Sportartikel/ -bekleidung/ -schuhe/ Camping) sind mit Intersport, Sport 2000 und Sport-Treff drei großformatige Fachmärkte aktiv, deren Angebot durch vereinzelte Spezialanbieter arrondiert wird. Es besteht ein attraktives Angebot.

Das Sortiment Schuhe/Lederwaren ist in Gotha – wie auch das Textilangebot – sehr gut ausgeprägt. Insgesamt sind 16 Geschäfte mit einer Verkaufsfläche von ca. 3.800 m² vorhanden. Die Struktur wird vor allem durch kundenattraktive Filialisten (z.B. Deichmann, My Shoes, Reno, Mayers Markenschuhe, K+K Schuhe), aber auch leistungsfähige Fachgeschäfte geprägt.

42 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächenausstattung liegt im Sortiment Bekleidung in vergleichbaren Städten bei ca. 0,30 bis 0,40 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Die angegebenen Werte dienen als Orientierungsgröße, nicht als Zielwerte.

Der Sanitätsfachhandel ist durch zehn Anbieter vertreten, die für die Stadtgröße ein sehr gutes Angebot präsentieren und auch eine Umlandversorgung übernehmen. Diese kleine, jedoch qualitativ gut ausgeprägte Branche spiegelt auch die demographische Entwicklung von Gotha bzw. den hohen Bevölkerungsanteil älterer Bürger wider (vgl. Abb. 12).

In der Buchbranche ist mit Thalia eine große innerstädtische Buchhandlung vorhanden, deren Angebot wird durch zwei kleinere Buchhandlungen und wenige Spezialanbieter ergänzt.

In die Branche Papier-/Büro-/Schreibwaren ist kein kompetentes Angebot ausgeprägt. Dieses Sortiment wurde vormals in dem fachkundigen Askania-Markt (ca. 700 m² VK) geführt; nach der insolvenzbedingten Schließung werden diese Waren lediglich im Randsortiment (u.a. in der Müller Drogerie, in Multisortimentsmärkten und in großen Lebensmittelmärkten) mit verkauft.

In der Spielwarenbranche ist kein Anbieter vorhanden, wenngleich dieses Sortiment in vereinzelt Spezialgeschäften geführt wird. Die Angebotsabdeckung erfolgt analog zur Schreibwarenbranche in den dort genannten Betrieben.

In der Zoobranche ist im Gewerbegebiet Süd ein großflächiger Zoofachmarkt (Fressnapf) ansässig, der auf Grund seiner Leistungsfähigkeit eine hohe Strahlkraft – auch auf die Bewohner außerhalb von Gotha – ausübt.

Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich

| | Verkaufs- fläche m ² | Einzelhandels- betriebe abs. | Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb | Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner |
|----------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--|---|
| Oberkleidung/Wäsche | 15.300 | 46 | ~330 | 0,34 |
| Heimtextilien | 750 | 7 | ~110 | 0,02 |
| Sportartikel | 2.460 | 6 | ~410 | 0,05 |
| Schuhe/Lederwaren | 3.760 | 16 | ~230 | 0,08 |
| Sanitätswaren/-bedarf | 740 | 10 | ~70 | 0,02 |
| Bücher | 700 | 6 | ~120 | 0,02 |
| Papier-/Büro-/Schreibwaren | 20 | 1 | ~20 | <0,01 |
| Spielwaren | 60 | 3 | ~20 | <0,01 |
| Zoobedarf/Tiernahrung | 1.290 | 4 | ~320 | 0,03 |
| Gesamt | 25.080 | 99 | ~250 | 0,56 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2021

Die Güter des **langfristigen Bedarfsbereichs** sind durch eine seltenere bzw. aperiodische Nachfrage gekennzeichnet. In Gotha ist in der Möbelbranche mit dem Möbelhaus Roller, dem Möbelmarkt Gotha und dem Fachmarkt Jysk ein attraktives Angebot ausgebildet. Weitere kleinformartige Spezialanbieter (v.a. Küchenstudios) arrondieren dieses Angebot.

Für die flächenintensive Branche Bau-/Gartenmarktartikel/Raumausstattung ist naturgemäß eine hohe Flächenausstattung zu konstatieren, zumal mit toom und Herkules bereits zwei großflächige Anbieter angesiedelt sind. Auf Basis der lokalen Einwohnerzahl und der gewichteten Verkaufsfläche⁴³ beider Baumärkte errechnet sich eine sog. Flächendichte von rd. 2.540 m² Baumarktfläche je 10.000 Einwohner. Der Gothaer

43 Die folgenden Vergleichszahlen beziehen sich auf die sog. gewichtete Verkaufsfläche, d.h. die Innenflächen werden zu 100 %, die überdachten Freiflächen nur zu 50 % und die offenen Außenbereiche nur zu 25 % auf die Verkaufsfläche angerechnet.

Wert stellt im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 1.430 m²/10.000 Ew.) und zum Landesdurchschnitt (rd. 1.810 m²/10.000 Ew.)⁴⁴ einen erhöhten Ausstattungsgrad dar, so dass mit Blick auf die Einwohnerzahl eine gute Flächenausstattung – auch unter Berücksichtigung der Einwohner im Umland⁴⁵ – besteht.

Das Angebot der beiden Gothaer Baumärkte wird durch verschiedene weitere Spezialanbieter – u.a. durch einen attraktiven Einrichtungsfachmarkt (TTM) – ergänzt, so dass sich die Offerte der insgesamt 17 Betriebe unter dem quantitativen und auch dem qualitativen Blickwinkel attraktiv zeigt.

Das Sortiment Glas/Porzellan/Keramik/Geschenk- und Hausratartikel wird vor allem in sog. Non-Food-Discountern als Hauptsortiment geführt (z.B. Woolworth, Thomas Philipps, Pfennigpfeiffer, Tedi, Mäc Geiz, Action). Es wird eine hohe Auswahlbreite über zahlreiche Sortimente hinweg – in einer teilweise wechselnden Zusammenstellung und in einem unteren Preisbereich – offeriert, wenngleich ein Multisortimentsmarkt gleichzeitig nur eine eingeschränkte Sortimentstiefe besitzt. Mit sieben Non-Food-Discountern ist für die Stadtgröße ein breites Angebot vorhanden. Neben diesen beschriebenen Märkten agieren weitere Fachgeschäfte, allerdings auf einem anderen Preisniveau, in diesem Segment.

Die Branche Elektrogeräte/Unterhaltungselektronik/Foto/PC wird durch einen innerstädtischen Expert-Markt geprägt; ein Elektromarkt für Leuchten, kleinere Elektrofachgeschäfte, Fotostudios und zahlreiche Telefons-hops ergänzen dieses Angebot. In Summe kann eine gute Grundversorgung für Gotha sichergestellt werden. In den Branchen Optik und Uhren/Schmuck existieren 22 Anbieter, die in Summe ein attraktives Sortiment präsentieren; fast alle Anbieter sind funktionsgerecht in der Gothaer Innenstadt adressiert.

Die Fahrradbranche ist durch verschiedene kompetente mittelständische Anbieter gekennzeichnet, wobei die Flächengröße der Betriebe auf Grund des hohen Präsentationsbedarfs bei einigen Betrieben höher ausfallen könnte. Mit der Firma Lucky Bike ist jedoch ein innerstädtischer Fachmarkt ansässig.

In der Branche Kfz-Zubehör ist ein Autoteilefachmarkt (inkl. Service) vorhanden; das Sortiment wird ferner von verschiedenen Betrieben im Randsortiment und teilweise auch in Autohäusern bzw. Werkstätten mit geführt.

Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich

| | Verkaufs- fläche m ² | Einzelhandels- betriebe abs. | Ø Geschäfts- größe m ² /Betrieb | Verkaufsflächen- dichte m ² /Einwohner |
|---------------------------------|---------------------------------------|------------------------------------|--|---|
| Möbel/Antiquitäten | 12.240 | 9 | ~1.360 | 0,27 |
| Bau-/Gartenmarktartikel | 20.300 | 17 | ~1.190 | 0,45 |
| Haushaltwaren/Geschenkartikel | 6.850 | 19 | ~360 | 0,15 |
| Elektro/Unterhaltungselektronik | 3.460 | 21 | ~160 | 0,08 |
| Optik | 640 | 11 | ~60 | 0,01 |
| Uhren/Schmuck | 390 | 11 | ~40 | 0,01 |
| Fahrräder | 1.190 | 5 | ~240 | 0,03 |
| Autoteile/-zubehör | 370 | 1 | ~370 | 0,01 |
| Gesamt | 45.440 | 94 | ~480 | 1,01 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen, November 2021

44 Quelle: gemaba – Gesellschaft für Markt- und Betriebsanalyse, Lev.-Hitdorf, Baumarkt-Strukturdaten 2021.

45 In der Gemeinde Schwabhausen – direkt südlich an Gotha angrenzend – ist zudem mit OBI (ca. 8.600 m²) ein weiterer Baumarkt ansässig, der ebenfalls auf die Verbraucher in Gotha fokussiert.

5.4. Analyse der Nahversorgungsstruktur

5.4.1. Branchenspezifische Verkaufsflächenausstattung

In Gotha ist in der Lebensmittelbranche eine Verkaufsfläche von ca. 41.300 m² vorhanden (vgl. Tab. 7). Auf Basis der lokalen Bevölkerungszahl errechnet sich eine **einwohnerspezifische Verkaufsflächendichte** von rd. 0,9 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner. Aus gutachterlicher Sicht wird somit zwar ein hoher, jedoch auch ein üblicher Versorgungsgrad⁴⁶ erreicht, da zentrale Orte auch eine Versorgungsfunktion für ihr Umfeld bzw. ihren Verflechtungsbereich mit übernehmen und folglich ein höheres Angebot bereitstellen.

Dies ist auch in Gotha der Fall, da in vielen Umlandgemeinden kein größerer Lebensmittelmarkt vorzufinden ist und die Verbraucher somit zum Einkauf von Lebensmitteln auch nach Gotha tendieren. Gotha übernimmt somit nicht nur eine Versorgungsfunktion für die lokalen Kunden, sondern auch für einen großen Teil der Bewohner des grundzentralen Verflechtungsbereiches (vgl. Karte 3). In diesem Bereich leben ca. 21.800 Personen, so dass sich der hohe Wert der Flächenausstattung für Gotha relativiert.

Um einen vergleichbaren Überblick über die für die Versorgung maßgeblich relevanten Lebensmittelanbieter (ab 400 m² VK)⁴⁷ zu erhalten, wird nachstehend die **betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte** für Gotha ermittelt. Dabei werden nur die strukturprägenden Lebensmittelmärkte (d.h. Discounter,⁴⁸ Verbraucher-/ Supermärkte, SB-Warenhäuser - vgl. Definition in Anlage 3) berücksichtigt, die ein umfassendes Lebensmittelangebot präsentieren. Alle anderen Anbieter (bspw. Getränkemarkte, Nahrungsmittelhandwerker, Spezialanbieter⁴⁹) werden hier nicht betrachtet. Folgende Tabelle 10 beschreibt synoptisch die Dichtewerte für Gotha in Bezug auf die einzelnen Betriebstypen im Vergleich zum Bundesdurchschnitt.

Tabelle 10: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Gotha

| | Region/ Anbieter | Anzahl Märkte | Vk.Fl. Gesamt | Vk.Fl. je Objekt | Vk.Fl. je Einwohner | DICHTE- INDEX |
|--|---|------------------|------------------|-----------------------|---------------------------|------------------|
| | | abs. | m ² | m ² /Markt | n ² /Einwohner | |
| Discounter | Vergleich Deutschland | 15.909 | 12.800.000 | ~800 | 0,154 | 100 |
| | Gotha (Aldi [2x], Lidl [2x], Penny [2x], Netto [4x], Norma) | 11 | 9.770 | ~890 | 0,217 | 141 |
| Supermarkt | Vergleich Deutschland | 11.018 | 11.400.000 | ~1.030 | 0,137 | 100 |
| | Gotha (REWE [4x], tegut [2x], nahkauf) | 7 | 9.440 | ~1.350 | 0,209 | 153 |
| Verbraucher- markt / SB-Warenhaus | Vergleich Deutschland | 1.998 | 9.400.000 | ~4.700 | 0,113 | 100 |
| | Gotha (Kaufland, Herkules, real) | 3 | 14.760 | ~4.920 | 0,327 | 289 |
| Gesamt | Vergleich Deutschland | 28.925 | 33.600.000 | ~1.160 | 0,404 | 100 |
| | Gotha | 21 | 33.970 | ~1.620 | 0,753 | 186 |

Quelle: HDE Zahlenspiegel 2021 / Definition Betriebstypen vgl. Anlage 3 / Deutschland: 83.155.031 Einwohner, Gotha: 45.099 Einwohner

46 Die einwohnerbezogene Verkaufsflächendichte liegt laut Ausstattungskennziffern der BBE Handelsberatung in vergleichbar großen Städten bei ca. 0,6 bis 0,7 m² Verkaufsfläche je Einwohner. Im Bundesvergleich wird eine Flächendichte von ca. 0,44 m² je Einwohner erreicht.

47 Ab dieser Verkaufsfläche kann i.d.R. ein handelsseitig ausreichendes Lebensmittelangebot abgebildet werden.

48 In dieser Berechnung ist der Netto-Markt in der Eschleber Straße berücksichtigt, wenngleich dieser Markt auf Grund eines Brandschadens derzeit nicht geöffnet ist.

49 Hierunter sind beispielsweise der Mix-Markt in Reuterstraße oder der Idlo-Markt am Coburger Platz zu zählen, die vorwiegend russische bzw. osteuropäische Lebensmittel anbieten. Der Markt von Big Babas Basar an der Waltershäuser Straße offeriert wiederum überwiegend Lebensmittel aus dem arabischen Raum. Diese Märkte können im qualitativen Sinn auf Grund ihrer Sortimentsspezifikation keine umfängliche Versorgungsfunktion für ihren Nahbereich ausüben.

Ausgehend von einer betriebstypenspezifischen Verkaufsflächendichte von rd. 0,75 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner wird in Gotha im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 0,40 m²/Ew.) ein überdurchschnittlicher Versorgungsgrad erreicht, der um 86 % über dem bundesweiten Referenzwert rangiert. Da Gotha auch eine anteilige Versorgungsfunktion für zahlreiche umliegende kleinere Gemeinden ohne eine adäquate Lebensmittelversorgung übernimmt, relativiert sich das erhöhte Flächenangebot.⁵⁰

Bei der Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen erreichen die Lebensmitteldiscounter einen Dichteindex, der 41 % über dem Bundesdurchschnitt liegt; es ist ein Vollbild des Discounterwettbewerbs ausgebildet. Grundsätzlich ist in den ostdeutschen Flächenländern in diesem Segment meist eine überdurchschnittliche Flächendichte zu beobachten, was u.a. auf die – im Bundesvergleich – geringere Kaufkraft (vgl. Karte 1/ Abb. 13) und die erhöhte Nachfrage nach discount-orientierten Waren zurückzuführen ist.

Der Dichteindex bei Supermärkten fällt ebenfalls hoch aus und liegt 53 % über dem Bundesdurchschnitt. Gerade die Existenz von attraktiven und höherwertigen Supermärkten stellt einen bedeutenden Angebotsbaustein für eine qualitativ umfangreiche Lebensmittelversorgung innerhalb einer Stadt dar. Für Gotha ist ein gut ausgebildetes und zufriedenstellendes Angebot festzustellen.

Bei einer Differenzierung hinsichtlich der einzelnen Betriebstypen fällt auf, dass das Segment Verbrauchermarkt/SB-Warenhaus in Gotha im Vergleich zu bundesdurchschnittlichen Werten einen sehr hohen Ausstattungsgrad erzielt (Dichteindex = 289). Dies ist auf die Existenz von zwei Verbrauchermärkten und einem SB-Warenhaus⁵¹ sowie die für diese Betriebsformen notwendige Verkaufsfläche zurückzuführen. Grundsätzlich stellt diese Betriebsform auf Grund ihres vollumfänglichen Lebensmittelangebots auch einen sehr wichtigen Baustein bei der qualitativen Sicherung der Grundversorgung für Gotha und ausdrücklich auch für die Gemeinden im Umfeld dar.

Abbildung 21: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Gotha (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Im Fazit wird in Gotha – unter Berücksichtigung der Einwohnerzahl – bezüglich der **Durchmischung der einzelnen Betriebsformen** ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot vorgehalten. Die Struktur des Lebensmittelangebots ist durch eine sehr gute Bandbreite von 21 meist konzeptionell unterschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet, deren Angebot u.a. durch zahlreiche Nahrungsmittelhandwerker, SB-Geschäfte und Getränkemärkte arrondiert wird. Somit existiert sowohl für die lokalen Bewohner als auch für die Einwohner im Umland von Gotha eine ansprechende Auswahlvielfalt.

50 Bei den Vergleichswerten handelt es sich um bundesdurchschnittliche Werte. Da in Städten – insbesondere in zentralen Orten – im Vergleich zu kleineren Gemeinden i.d.R. ein höheres Flächenangebot vorgehalten wird, sind diese bundesweiten Vergleichswerte nicht vollumfänglich mit den Gothaer Werten vergleichbar.

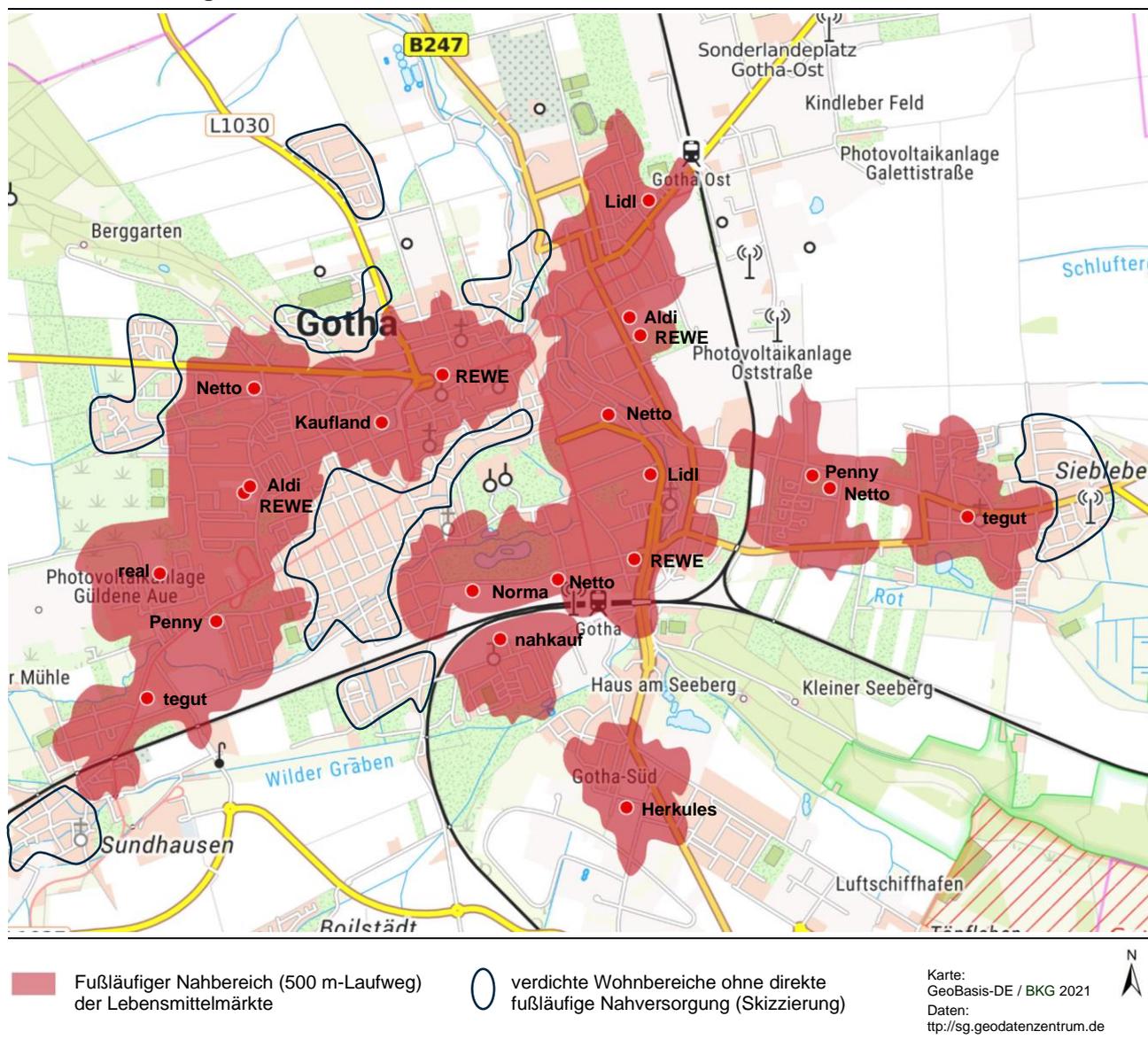
51 Für die Übernahme des real-Marktes zeigt sich derzeit kein potenzieller Betreiber.

5.4.2. Räumliche Verteilung des Lebensmittelangebots in Gotha

Die prospektive Einzelhandelsentwicklung in Gotha soll sich im Bereich der Grundversorgung⁵² u.a. auf die möglichst **flächendeckende wohnortnahe Versorgung** der Bevölkerung mit Gütern des kurzfristigen Bedarfsbereichs, insbesondere mit Lebensmitteln fokussieren. Dies ergibt sich vor allem aus der Prämisse des demographischen Wandels (vgl. Abb. 3/12) und der Zielsetzung, unnötigen Einkaufsverkehr zu vermeiden bzw. Verkehr generell zu minimieren.

Nachstehend werden kartographisch die **fußläufigen Nahbereiche**⁵³ der strukturprägenden Lebensmittelmärkte in Gotha dargestellt. Dabei wird auf die tatsächlichen Laufwege abgestellt (keine Radien), d.h. es werden auch städtebauliche Zäsuren oder Barrieren mit berücksichtigt.

Karte 5: Fußläufige Nahbereiche der Gothaer Lebensmittelmärkte



52 Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.
Quelle: Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1-2.6.4.

53 Als fußläufiger Einzugsbereich wird allgemein unabhängig von den jeweils standörtlichen Gegebenheiten bei Lebensmittelmärkten ein Laufweg von 500 m bis maximal 800 m angesetzt, was ca. 8 bis 12 Gehminuten entspricht. In ländlich geprägten Orten bzw. Gebieten können auch Laufwege bis 1.000 m unterstellt werden.

In Gotha kann für den Großteil der Bevölkerung eine fußläufige Nahversorgung abgebildet werden. Insgesamt wohnen in den Nahbereichen der in der umseitig eingefügten Karte 5 dargestellten Lebensmittelmärkte – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – ca. 28.360 Personen. Demnach ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der lokalen Bevölkerung möglich, da rd. 64 % der Bewohner der **Kernstadt bzw. der siedlungsgeographisch angrenzenden Ortsteile** Siebleben und Sundhausen⁵⁴ fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können.

Die Zahl der Einwohner in den jeweiligen Nahbereichen der aufgelisteten Lebensmittelmärkte unterscheidet sich deutlich hinsichtlich der Standortqualität und auch des Umfeldes des jeweiligen Betriebes. So weisen Lebensmittelmärkte in integrierten Lagen innerhalb ihres Nahbereiches tendenziell eine hohe Einwohnerzahl in ihrem fußläufigen Umfeld auf. Dies wird vor allem bei den Märkten in der Innenstadt (REWE, Kaufland) und in den verdichteten Siedlungsbereichen der westlichen (REWE, Aldi), der östlichen (REWE, Aldi, Lidl) und der nördlichen Kernstadt (Netto) deutlich; die benannten Betriebe weisen hinsichtlich ihrer guten fußläufigen Hinwendung zu verdichteten Siedlungsquartieren eine hohe Einwohnerzahl in ihrem Nahbereich auf.

Tabelle 11: Einwohner in den Nahbereichen der Gothaer Lebensmittelmärkte

| | Betreiber | Adresse | Einwohner Nahbereich | |
|---------------------|------------------|----------------------------|----------------------|--|
| | | | Personen | |
| Mitte | REWE | Gartenstraße 11 | 3.160 | |
| West/Weststadt | Kaufland | Bürgerau 02 | 3.590 | |
| | REWE | Coburger Platz 3 | 4.110 | |
| | Aldi | Coburger Platz 2 | 4.120 | |
| | Penny | Reinhardsbrunner Straße 01 | 1.440 | |
| | real | Schubertstraße 20 | 710 | |
| Nord | Netto | Eschleber Straße 24 | 3.930 | |
| Süd | REWE | Europakreuzung 01a | 1.560 | |
| | Netto | Parkstraße 01 | 560 | |
| | Norma | Parkstraße 09 | 1.050 | |
| | nahkauf | Gerrit-Engelke-Straße 05 | 1.430 | |
| | Herkules (Edeka) | Harjesstraße 4 | 460 | |
| Ost/Oststadt | Lidl | Damaschkestraße 33 | 2.240 | |
| | REWE | Oststraße 52 | 2.790 | |
| | Aldi | Oststraße 56 | 2.970 | |
| | Netto | Mariengasse 2 | 1.910 | |
| | Lidl | Schöne Allee 14 | 1.780 | |
| Siebleben | tegut | Weimarer Straße 120 | 1.740 | |
| | Netto | Bertha-Schneyer-Straße 05 | 1.630 | |
| | Penny | Clara-Zetkin-Straße 87 | 1.860 | |
| Sundhausen | tegut | Leinastraße 80 | 750 | |
| Durchschnitt | | | 2.080 | |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Erhebungen / - sehr geringes - sehr hohes Bevölkerungspotenzial im Nahbereich (ca. 500 Meter Laufweg)

54 In der Kernstadt und in den Ortsteilen Siebleben und Sundhausen wohnen ca. 44.650 Einwohner (vgl. Abb. 11).

Grundsätzlich ist eine flächendeckende und engmaschige Lebensmittelversorgung in Gotha auf Grund der dispersen Siedlungsstruktur, der Topographie der Stadt, bestehender städtebaulicher Barrieren und der daraus resultierenden fußläufigen Erreichbarkeitshemmnisse nur schwer umzusetzen. Naturgemäß sind somit in Gotha – wie auch in anderen Städten – Wohnsiedlungsbereiche vorhanden, in deren unmittelbarer Umgebung kein Lebensmittelmarkt ansässig ist.

Hierbei handelt es sich u.a. um die Weststadt. Das Fehlen eines entsprechenden Marktes resultiert vor allem aus der überwiegend kleinteiligen, größtenteils geschlossenen und historisch gewachsenen Bebauung mit Wohnhäusern, weiterhin stellen auch die topographischen Höhenunterschiede ein Ansiedlungshemmnis für einen größeren Handelsbetrieb dar.

Ferner sind weitere Gebiete ohne eine direkte Nahversorgung in den auslaufenden kernstädtischen Randbereichen und im westlichen Bereich von Sundhausen sowie im östlichen Teil von Sieleben vorzufinden.

Eine tatsächliche Unterversorgung ist jedoch für die vorstehenden Gebiete nicht zu konstatieren, wenngleich die Einwohner – meist geringfügig – längere Laufwege zur fußläufigen Deckung der Nachfrage zurücklegen müssen. Zudem wurde bei der Abbildung der engere fußläufige Nahbereich von ca. 500 Metern zu Grunde gelegt, wobei i.d.R. ein Fußweg von bis zu 800 Metern angesetzt werden kann.

Ungeachtet des Gesamtwertes der städtischen Flächendichte variiert die Ausstattung innerhalb der einzelnen Siedlungsbereiche. So findet sich in der Kernstadt und in Sieleben bzw. Sundhausen eine sehr gute Lebensmittelversorgung wieder, in den beiden ländlich geprägten und nicht verstädterten **Ortsteilen** Boilstädt und Uelleben ist dagegen keine Grundversorgung in Form eines größeren Lebensmittelmarktes ausgebildet.

Das fehlende Angebot in den beiden dezentralen und räumlich von der Kernstadt abgesetzten Ortsteilen ist vor allen mit der geringen Mantelbevölkerung zu begründen; hieraus resultiert ein niedriges einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial. Folglich sind der Ansiedlung von Handelsbetrieben prinzipiell deutliche Grenzen gesetzt und die Installation eines größeren bzw. filialisierten Lebensmittelmarktes ist aus betriebswirtschaftlichen Gründen heute und auch perspektivisch i.d.R. nicht möglich.⁵⁵

Darüber hinaus ist auf das quantitativ sehr gut ausgebildete kernstädtische Lebensmittelangebot zu verweisen, das bezüglich seiner Auswahlvielfalt auch eine Strahlkraft auf die Bewohner in den beiden dezentralen Ortsteilen und deren Einkaufsentscheidung ausübt; zumal die bestehenden kernstädtischen Lebensmittelmärkte meist verkehrsgünstig aus den einzelnen dezentralen Ortsteilen zu erreichen sind. Somit ist der Markteintritt eines Lebensmittelmarktes in den peripheren Ortsteilen auch unter Beachtung des Konkurrenzdrucks unrealistisch.

55 Ein Lebensmittelmarkt, dessen übliche Marktzutrittsgröße i.d.R. bei rd. 800 m² liegt, benötigt am Ansiedlungsort bzw. in seinem Einzugsgebiet ein minimales Konsumentenpotenzial von rd. 3.000 Personen. Dieses Einwohnerpotenzial weisen die beiden peripheren Ortsteile Boilstädt und Uelleben bei Weitem nicht auf (vgl. Abb. 11).

5.5. Bindungsintensität des Gothaer Einzelhandels

Die **Umsatz-Kaufkraft-Relation** bzw. die Bindungsintensität stellt das Verhältnis zwischen den erzielten Einzelhandelsumsätzen⁵⁶ je Sortiment⁵⁷ und dem Nachfragevolumen des Einzelhandels (vgl. Tab. 4) dar. Somit können Aussagen über die Fähigkeit von Gotha getroffen werden, die Kaufkraft der örtlichen Einwohner und der Bewohner anderer Gebiete an den lokalen Einzelhandel zu binden.

Die Bindungsintensität ist ein Indikator für die Einzelhandelsattraktivität. Eine Kennziffer von über 100 % drückt aus, dass eine Stadt mehr Einzelhandelsumsatz bindet, als aus ihrem Einwohnerpotenzial zu erwarten ist. Bei einer Kennziffer von unter 100 % besteht per Saldo demnach ein Umsatzabfluss. Aus den erzielten Werten kann abgeleitet werden, inwieweit **quantitative Angebotslücken** des Einzelhandels von Gotha bei der Versorgung der lokalen Einwohner vorhanden sind.

Nachstehende Übersicht stellt die Bindungsintensität des Gothaer Einzelhandels nach Bedarfsbereichen⁵⁸ zusammengefasst dar. Die Kaufkraftbindung liegt über alle Bedarfsstufen hinweg bei rd. 130 %, so dass die Versorgungsleistung der Stadt mit der zentralörtlichen Ausweisung korrespondiert.

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

| | Marktpotenzial | Umsatz | Bindungsquote |
|--------------------------------|----------------|---------------|---------------|
| | Mio. EUR | Mio. EUR | % |
| Kurzfristiger Bedarfsbereich | 141,23 | 182,95 | 130 |
| Mittelfristiger Bedarfsbereich | 45,76 | 69,40 | 152 |
| Langfristiger Bedarfsbereich | 63,86 | 74,55 | 117 |
| Gesamt | 250,85 | 326,90 | 130 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Bei der Betrachtung der Umsatz-Kaufkraft-Relation wurden die Branchen nach drei **Bedarfsbereichen** zusammengefasst. Eventuelle rechnerische Defizite einer Branche können demnach durch andere Branchen innerhalb der einzelnen Bedarfsbereiche ausgeglichen werden. Aus diesem Grund werden die sortiments-spezifischen Bindungsquoten ermittelt und in der umseitigen Abbildung 22 ausgewiesen; in diesem Zusammenhang ist auch auf die qualitative Branchenbewertung unter dem vorstehenden Punkt 5.3 zu verweisen.

- Im kurzfristigen Bedarfsbereich weist der Gothaer Einzelhandel per Saldo in allen Sortimenten einen Kaufkraftzufluss aus dem Umland auf, der durch das durchgängig umfängliche flächenseitige Angebot in den einzelnen Branchen ausgelöst wird. Als Magnetbranche fungieren der Lebensmittel- und der Drogeriewarenhandel.
- Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Bindungsquote per Saldo bei durchschnittlich 152 %, die Marktdeckung zeigt sich für eine mittelzentrale Angebotsstruktur zufriedenstellend. In allen modischen Segmenten kann der lokale Handel eine hohe Eigenversorgungsquote sicherstellen bzw. auch einen soliden Kaufkraftzufluss auslösen, da Gotha als Einkaufsort für diese Waren auch für Kunden aus dem Umland prädestiniert ist. Kaufkraftzuflüsse können ferner auch in den restlichen Branchen

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

57 Bei dieser Berechnung werden die Umsätze je Sortiment zugrunde gelegt. Führt ein Betrieb mehrere Einzelsortimente (z.B. Lebensmittelmärkte oder Multisortimentsmärkte), so werden die Erlöse innerhalb dieser Sortimentsgruppe der jeweiligen Branche zugeordnet.

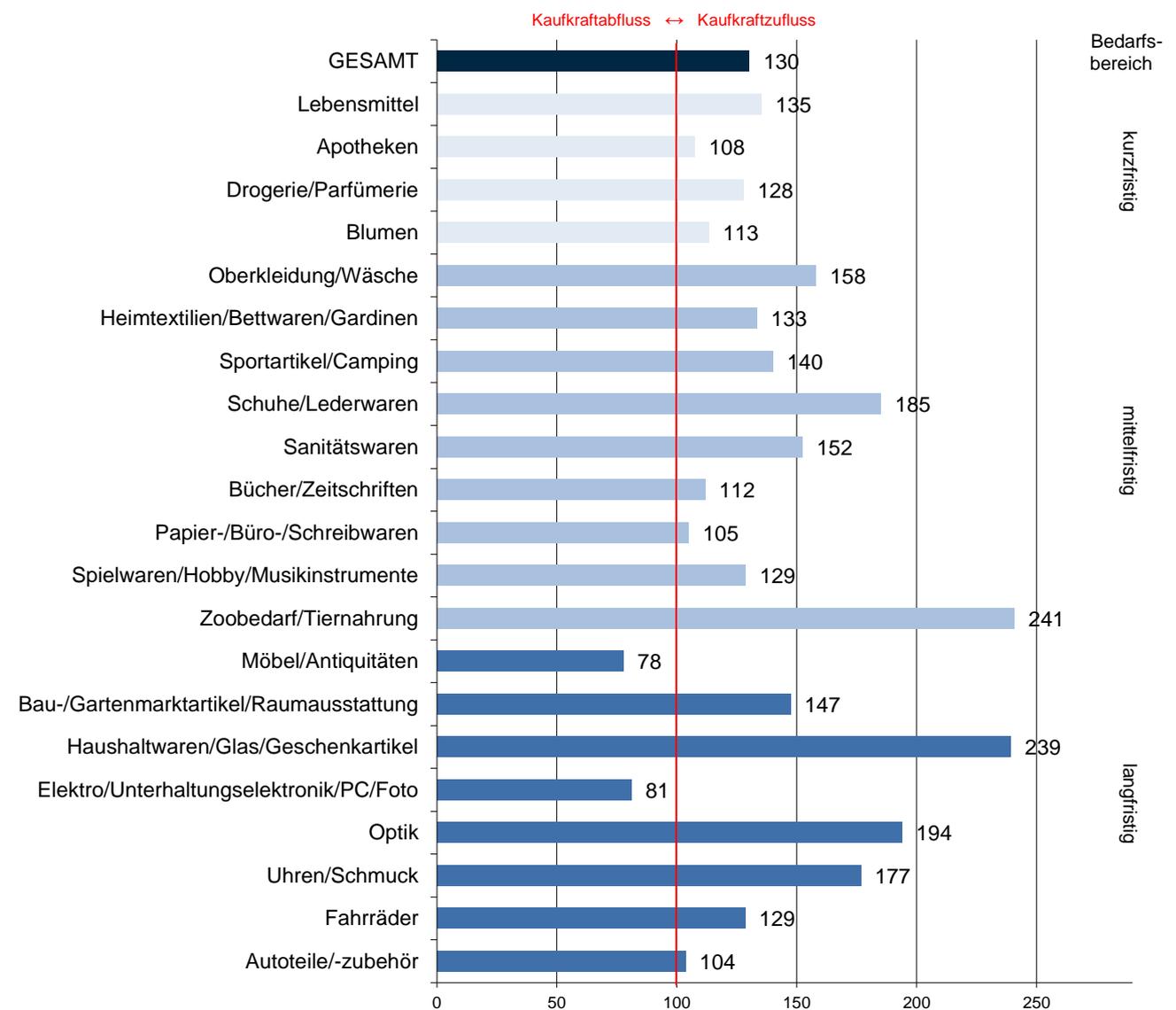
58 Die Bedarfsbereiche wurden nach der Fristigkeit der einzelnen Sortimente eingeteilt (vgl. Anlage 1).

induziert werden, wengleich diese insbesondere bei Papier-/ Büro-/ Schreibwaren und Spielwaren auf Grund fehlender Magnetanbieter geringer ausfallen.

- Die Umsatzbindung des gesamten langfristigen Bedarfsbereichs liegt im Durchschnitt bei 117 %. Den hohen Zentralitäten, die insbesondere durch die Fachmärkte der Branchen Bau-/ Gartenmarktartikel, den Multisortimentsmärkten und auch den kleinformatischen Anbietern bei Optik und Uhren/ Schmuck ausgelöst werden, steht eine geringere Umsatzbindung und ein Kaufkraftabfluss in der ausgabenstarken Möbelbranche und bei Elektroartikeln gegenüber.

Die nachfolgend eingefügte Abbildung verdeutlicht die Kaufkraftbindung von Gotha und weist die sortimentspezifischen Kaufkraftbindungsquoten aus. Es wird deutlich, dass mit Ausnahme weniger Branchen teilweise hohe Kaufkraftzuflüsse nach Gotha zu verzeichnen sind.⁵⁹ Dementsprechend kann Gotha seine landesplanerisch zugedachte Versorgungsfunktion zum größten Teil funktionsgerecht erfüllen.

Abbildung 22: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten (in %) von Gotha



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

⁵⁹ Insbesondere werden in flächenseitig gut ausgeprägten Branchen wie bei Lebensmitteln, Drogeriewaren, Textilien, Schuhe, Sportartikel, Zoobedarf, Bau-/ Gartenmarktartikeln bei Haushaltswaren hohe Kaufkraftzuflüsse nach Gotha induziert.

5.6. Stärken-Schwächen-Analyse

Die nachstehende Stärken-Schwächen-Analyse stellt überblicksartig eine zusammenfassende Bewertung der Standortrahmendaten von Gotha und des lokalen Einzelhandels dar.

Abbildung 23: Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Gotha

| Stärken | Schwächen |
|--|---|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ zentralörtliche Einstufung als Mittelzentrum mit oberzentraler Teilfunktion ▪ großer mittelzentraler Verflechtungsbereich mit rd. 113.900 Personen (gemessen an der Einwohnerzahl Gothas), im Grundversorgungsbereich leben bereits 66.800 Personen ▪ positiver Pendlersaldo, hohe Arbeitsplatz-zentralität, dadurch Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland nach Gotha ▪ Kaufkraftzuflüsse aus dem Tourismus ▪ sehr gute verkehrliche Erreichbarkeit von Gotha durch verkehrsexponierte Lage an der Autobahn A4 und den Bundesstraßen B7/B247 ▪ sehr attraktive gesamtstädtische Flächenausstattung (2,6 m² VK/Ew.) ▪ hohe Kaufkraftzuflüsse für den lokalen Einzelhandel in zahlreichen Branchen ▪ zahlreiche Magnetbetriebe (v.a. kundenattraktive Fachmärkte) mit hoher und regionaler Strahlkraft ▪ sehr gut ausgeprägter Innenstadthandel, hoher Flächenanteil von 25 % an der gesamtstädtischen Handelsfläche ▪ Potenzialstandorte in Randlagen zur Altstadt wurden zur Konzentration des Handels im Innenstadtbereich genutzt ▪ hohe Multifunktionalität der Innenstadt ▪ städtebaulich sehr attraktive Altstadt ▪ wenig Handel mit zentrenrelevanten Sortimenten an peripheren Standorten (Ausnahme Gewerbegebiet Süd) ▪ sehr gute räumliche Lebensmittelversorgung, speziell durch konzeptionell unterschiedlich positionierte Lebensmittelmärkte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gotha weist z.T. negative Rahmenbedingungen auf (u.a. Bevölkerungsrückgang, Überalterung, geringe Kaufkraft) ▪ perspektivisch rückläufige Nachfrage durch leicht sinkende Bevölkerungszahlen in Gotha und in der Region ▪ erfolgte Absiedlung von großformatigen Magnetbetrieben aus der Innenstadt ▪ hoher Leerstand in der Altstadt an kleinen Ladenflächen, die zur Inbetriebnahme von modernen Handelskonzepten wegen ihrer Kleinteiligkeit nicht in Frage kommen ▪ Bestand von großformatigen Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen Standorten (z.B. Gewerbegebiet Süd, Salzgitterstraße) |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

6. Einzelhandelsentwicklungskonzept Gotha

6.1. Nachfrageprognose

Mit der folgenden Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens für den Gothaer Einzelhandel wird unter Berücksichtigung der bestehenden Angebotsstrukturen eruiert, welche branchenspezifischen Ansiedlungspotenziale für die Stadt in den nächsten Jahren bestehen. Dabei sollen vorhandene Kaufkraftabflüsse abgebaut und ein attraktives und ausgewogenes sowie zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsangebot bereitgestellt werden, das der Größe des Versorgungsgebietes der Stadt Gotha (vgl. Verflechtungsbereich in Karte 3) entspricht.

Zur Berechnung des einzelhandelsrelevanten Nachfragepotenzials zum Prognosehorizont 2030 fließen verschiedene Determinanten ein, für die fundierte Prognosen bzw. Annahmen zugrunde gelegt werden. Ein wesentlicher Faktor – der maßgebliche Einfluss auf die zukünftige Einzelhandelsnachfrage nimmt – ist die **Bevölkerungsentwicklung**. Die Bevölkerungsprognose für Gotha bzw. die umliegenden Gebiete geht bis zum Jahr 2030 von einem weiteren Einwohnerrückgang aus (vgl. Tab. 1).

Tabelle 13: Konsumentenpotenzial für den Gothaer Handel im Jahr 2030

| | Einwohner | | Veränderung |
|-------|-----------|--------|-------------|
| | 2021 | 2030 | 2021 - 2030 |
| | abs. | abs. | % |
| Gotha | 45.099 | 43.000 | -4,7 |

Quelle: Thüringer Landesamt für Statistik, Bevölkerung 31.12.2021; 1. Gemeindebevölkerungsvorausberechnung

Für die Prognose des Kaufkraftvolumens in der folgenden Dekade werden neben der Bevölkerungsschätzung folgende weitere **Eingangsgroßen** zugrunde gelegt:

- Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft (vgl. Abb. 13) wird sich in Gotha in den nächsten Jahren auf einem etwa gleichbleibenden Niveau bewegen bzw. nur leicht ansteigen; tendenziell ist jedoch eine Annäherung an den Landesdurchschnitt zu erwarten. Dies ist aus der Entwicklung in der Vergangenheit und der arbeitsmarktpolitischen Situation (u.a. Beschäftigungsverhältnisse, Lohnniveau, Arbeitslosenquote) abzuleiten.
- Die Konsumenten verhalten sich für die Dauer des Prognosezeitraums „normal“; die coronabedingten Minderausgaben im stationären Handel werden sich relativieren. Es ist nicht von extremen Veränderungen des gegenwärtigen Spar- und Ausgabeverhaltens der Bevölkerung auszugehen. Auf Grund der gesamtwirtschaftlichen Lage wird unterstellt, dass die Binnennachfrage nur unwesentlich ansteigen wird.
- Der Anteil der Ausgaben⁶⁰ im Einzelhandel an den privaten Konsumausgaben wird sich im Verhältnis zu den verfügbaren Einkommen marginal vermindern. Dies ist mit dem stärkeren Anstieg der Preise für einzelhandelsfremde Ausgaben (Dienstleistungen, Reisen, Miete, Energie, private Vorsorge etc.) im Verhältnis zu den Preisen für Einzelhandelswaren zu begründen (vgl. Abb. 4). Der Handel kann somit von den steigenden Lohn- und Einkommensverhältnissen in Deutschland nur unterdurchschnittlich partizipieren.
- Die realen Ausgaben im Einzelhandel werden sich geringfügig erhöhen (vgl. Abb. 4). Innerhalb der Einzelhandelsbranchen wird es zu geringfügigen Verschiebungen im Ausgabeverhalten kommen, wobei lediglich marginale Wachstumsimpulse in einzelnen Branchen zu erwarten sind.

60 Für die Berechnung der zukünftigen Verbrauchsausgaben im Einzelhandel sind inflationsbereinigte (reale) Werte zugrunde zu legen, da in der nominalen Entwicklung mögliche inflationäre Tendenzen nicht berücksichtigt werden und somit keine Rückschlüsse auf realistische Entwicklungspotenziale möglich sind.

- Eine Ausweitung des Marktgebietes des Gothaer Einzelhandels ist im weiteren Zeitablauf unwahrscheinlich. Dies ist auch aus dem leistungsstarken Handelsangebot im weiteren Umfeld (z.B. in Erfurt und in Eisenach) abzuleiten. Es ist nicht davon auszugehen, dass die Attraktivität dieser Städte nachlassen wird.

Als Konsequenz der aufgezeigten Entwicklungen empfiehlt sich eine **vorsichtige Prognose** des Nachfragevolumens des Gothaer Einzelhandels. Bis zum Jahr 2030 ist unter Berücksichtigung der vorstehenden Determinanten von einem Rückgang des jährlichen einzelhandelsrelevanten Kaufkraftvolumens von derzeit rd. 250,9 Mio. EUR (vgl. Tab. 3) auf dann rd. 243,5 Mio. EUR auszugehen. Dies entspricht einer Verminderung gegenüber der aktuellen einzelhandelsrelevanten Nachfrageplattform um ca. 3 %.

Tabelle 14: Prospektive Entwicklung des Marktpotenzials in Gotha

| | Marktpotenzial | | Veränderung | |
|-------|----------------|----------|-------------|------|
| | 2021 | 2030 | 2021-2030 | |
| | Mio. EUR | Mio. EUR | Mio. EUR | % |
| Gotha | 250,86 | 243,53 | -7,33 | -2,9 |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

Zuzüglich zu dem vorstehenden Marktpotenzial für das Jahr 2030 sind Nachfragevolumina zu rechnen, die aus sog. **Streuumsätzen** resultieren. Diese Erlöse ergeben sich beispielsweise von Einpendlern, Besuchern/Touristen (vgl. Seite 22/23) oder durch Zufallskunden. Demnach wird sich das Nachfragevolumen durch die genannten Faktoren erhöhen.

6.2. Entwicklungsrahmen des Gothaer Einzelhandels

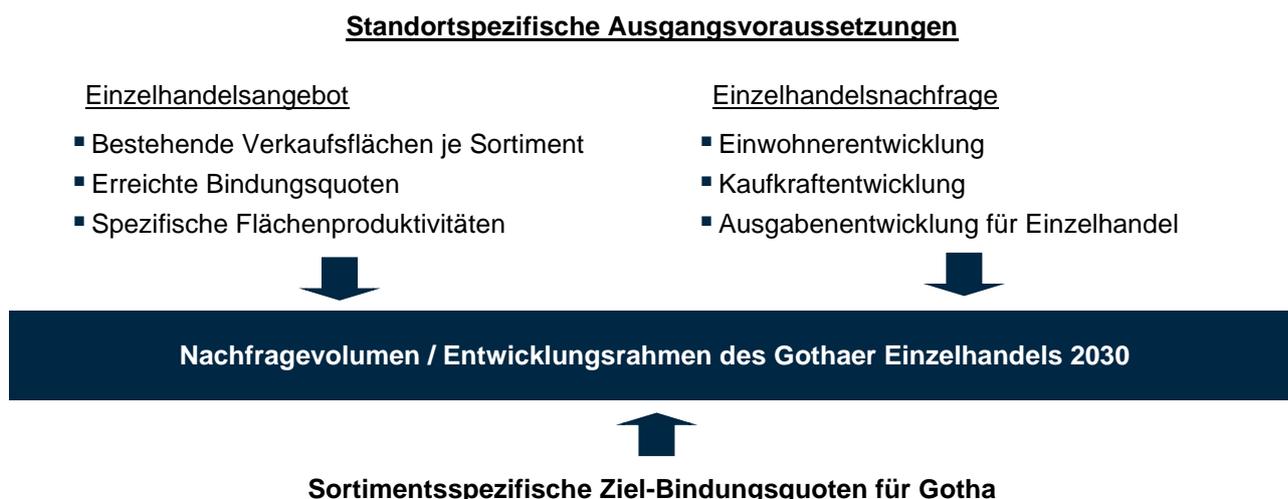
Der **zukünftige Verkaufsflächenbedarf** für den Gothaer Einzelhandel wird unter Verwendung folgender Prämissen für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2030 berechnet:

- Aktuelles Einzelhandelsangebot in Gotha und die erzielten Umsätze je Branche,
- Prospektives Kaufkraftvolumen in Gotha im Jahr 2030,
- Zielwerte hinsichtlich der zukünftigen Kaufkraftbindung des Gothaer Einzelhandels.

Die wesentlichen Eingangsparameter für die Modellrechnung sind die aktuellen Bestandsdaten des Einzelhandels, die im Rahmen der Handelsanalyse erhoben und ausgewertet wurden (vgl. Pkt. 5). Hierbei sind die bestehenden Verkaufsflächen und deren Leistungsfähigkeit sowie die erreichte Kaufkraftbindungsquote (vgl. Abb. 22) je Sortiment von Bedeutung. Auf Grundlage des zu erwartenden Nachfragevolumens bis zum Jahr 2030 und sortimentspezifischer Ziel-Bindungsquoten errechnen sich die flächenseitigen Entwicklungsmöglichkeiten für den Gothaer Einzelhandel.

In der folgenden Abbildung 24 werden die zugrunde gelegten Parameter zur Berechnung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens im Überblick dargestellt.

Abbildung 24: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Verkaufsflächenbedarf für die Stadt Gotha wird aus der prognostizierten Nachfrageplattform für das Jahr 2030 (vgl. Tab. 14) und den dann zu erwartenden branchenspezifischen Bindungsquoten⁶¹ unter Ansetzung einer **Ziel-Kaufkraftbindungsquote** ermittelt. Auf Grundlage dieses sog. Marktanteilkonzepts⁶² errechnet sich unter Berücksichtigung einer branchenüblichen Flächenproduktivität⁶³ die Verkaufsfläche, die in den nächsten Jahren eine Abdeckung des zu kalkulierenden Nachfragevolumens sichern kann. Unter Beachtung des bestehenden Einzelhandelsangebots wird somit eine abgestimmte und versorgungsstrukturell sinnvolle Entwicklung der lokalen Verkaufsflächenausstattung erreicht.

61 Die einzelhandelsrelevante Nachfrage wird für den Prognosezeitraum bis zum Jahr 2030 berechnet. Demgegenüber werden die aktuellen sortimentspezifischen Umsätze der jeweiligen Betriebe gestellt, wobei für die Folgejahre ein gleichbleibendes Umsatzniveau unterstellt wird. Somit errechnen sich die im Jahr 2030 zu erwartenden Bindungsquoten, die auf Grund des rückläufigen Nachfragevolumens naturgemäß im Vergleich zu den aktuellen Bindungsquoten höher ausfallen werden (Abb. 22 vs. Abb. 27). Prinzipiell wurde bei der Berechnung unterstellt, dass keine Handelsbetriebe aus dem Markt ausscheiden werden.

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

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

Für die folgende Modellrechnung wird in zwei Szenarien unterschieden. In Szenario A wird unterstellt, dass Gotha die lokale Kaufkraft vollständig binden kann und die Versorgungsfunktion im Wesentlichen auf die Einwohner der Stadt abgestellt ist. In Szenario B wird angenommen, dass die Bedeutung des Gothaer Einzelhandels gesteigert wird und die Stadt ebenfalls anteilig einen Teil der Kaufkraft aus dem Verflechtungsbereich binden kann.

Abbildung 25: Szenarien der Kaufkraftbindung für Gotha

Szenario A

Der lokale Einzelhandel wird zukünftig die Kaufkraft der Bewohner von Gotha vollständig vor Ort binden. Kaufkraftzuflüsse aus dem Verflechtungsbereich werden nicht kalkuliert. Es wird in den Sortimenten, die derzeit einen Kaufkraftabfluss aus Gotha aufweisen (vgl. Abb. 22), eine Ziel-Bindungsquote von 100 angesetzt.

Szenario B

Der lokale Einzelhandel wird – wie in Szenario A – die Kaufkraft der Bewohner von Gotha vollständig vor Ort binden. Da die Stadt Gotha auch eine Versorgungsfunktion für die Orte in ihrem mittelzentralen Verflechtungsbereich übernehmen soll, wird eine anteilige Kaufkraftbindung in diesem Bereich unterstellt. Es wird – differenziert nach Bedarfsbereichen – eine erhöhte Ziel-Bindungsquote von über 100 angesetzt.

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

Gemäß dem Landesentwicklungsprogramm⁶⁴ sollen in Mittelzentren mit Teilfunktionen eines Oberzentrums die höherwertigen Funktionen der Daseinsvorsorge mit in der Regel überregionaler Bedeutung konzentriert und zukunftsfähig weiterentwickelt werden. Dieser landesplanerisch definierte Versorgungsauftrag – den Gotha für seinen Verflechtungsbereich übernehmen soll – ist bei der Darstellung der weiteren Entwicklungsmöglichkeiten zu berücksichtigen. Prinzipiell ist der Stadt Gotha daher eine offensive und **zentralitätsstärkende Strategie** bei ihrer Einzelhandelsentwicklung zu empfehlen.

Bei der anzustrebenden Versorgungsfunktion von Gotha muss berücksichtigt werden, dass die Bewohner im überörtlichen Verflechtungsbereich nur partiell zum Einkauf nach Gotha fahren. Dies ist insbesondere durch das attraktive und leistungsfähige Einzelhandelsangebot in umliegenden Städten wie beispielsweise Erfurt oder Eisenach zu begründen. Somit würde die Annahme einer „Vollversorgung“ aller Einwohner im Verflechtungsbereich durch den Gothaer Handel zu einer deutlichen Überbewertung der Ansiedlungspotenziale führen.

Bei der Bestimmung des prospektiven Verkaufsflächenrahmens wird keine vollständige, sondern lediglich eine **anteilige Bindungsquote des Gothaer Einzelhandels** in dem Verflechtungsbereich angenommen; diese wird zudem nach den einzelnen Bedarfsstufen differenziert. Demnach werden in den Orten im Verflechtungsbereich auch weiterhin Potenziale für eine mögliche Entwicklung von Einzelhandelsbetrieben bestehen, wenngleich auf Grund der limitierten Einwohnerzahlen in den umliegenden Kommunen – mit Ausnahme der einwohnerseitig größeren Grundzentren – keine maßgebliche Einzelhandelsentwicklung (ausgenommen sind Grundversorgungsangebote) erfolgen wird.

64 Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm (LEP) Thüringen 2025, Z 2.2.7 / G 2.2.8.

Die Ziel-Bindungsquoten werden so angesetzt, dass insbesondere keine Beeinträchtigung der umliegenden gleich- oder höherrangigen **zentralen Orte**, d.h. von ausgewiesenen Ober- und Mittelzentren⁶⁵ anzunehmen ist. Ebenso wird beachtet, dass die bestehenden Grundzentren im räumlichen Umfeld von Gotha⁶⁶ weiterhin ihrer landesplanerisch angedachten Versorgungsfunktion gerecht werden können. Diese besteht in der Abdeckung des Grundbedarfs der Bevölkerung in Ergänzung zu den höherstufigen zentralen Orten, d.h. diese Orte haben einen Versorgungsauftrag für die allgemeine tägliche Grundversorgung ihrer jeweiligen Bevölkerung und der Einwohner ihres Verflechtungsbereiches zu übernehmen.⁶⁷

In der nachstehenden Abbildung 26 werden die Eingangsparameter, die für die folgende Berechnung des **flächenseitigen Entwicklungsrahmens des Einzelhandels** in Gotha bis zum Jahr 2030 relevant sind, überblicksartig dargestellt.

Abbildung 26: Einflussgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens

| Entwicklungsperspektiven für Gotha | |
|--|---|
| Ausgaben im Einzelhandel | <ul style="list-style-type: none"> Stagnation bzw. nur geringfügig steigende Ausgaben für den Einzelhandel in der nächsten Dekade |
| Einzelhandelsrelevante Kaufkraft | <ul style="list-style-type: none"> marginale Steigerung der lokalen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Gotha und im regionalen Umfeld nur langfristige Annäherung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft an den Bundesdurchschnitt |
| Bevölkerungsentwicklung / Entwicklung Marktpotenzial | <ul style="list-style-type: none"> rückläufige Bevölkerungsentwicklung in Gotha leichtes Absinken des Nachfragepotenzials in Gotha zusätzliche Impulse für den örtlichen Einzelhandel auf Grund einer positiven Pendlerquote und dem Tourismusaufkommen |
| Einzelhandelsbestand Gotha | <ul style="list-style-type: none"> flächenseitig bereits gut ausgeprägter Einzelhandelsbestand (rd. 2,6 m² Verkaufsfläche je Einwohner) und entsprechende Agglomerationseffekte umfangreiches und diversifiziertes Angebot in zahlreichen Branchen, jedoch auch Branchen mit geringem Angebotsbestand |
| Zentralität / Bindungsquote | <ul style="list-style-type: none"> hohe gesamtstädtische Einzelhandelszentralität, jedoch auch partiell Branchen mit einem flächenseitigen Ansiedlungsbedarf unterschiedliche Ausrichtung der prospektiven Kaufkraftbindung nach Bedarfsbereichen |
| Entwicklungsziele | <ul style="list-style-type: none"> Sicherung der bestehenden Einzelhandelszentralität partieller Ausbau des Einzelhandels in schwächer ausgeprägten Branchen Sicherung einer qualitativ hochwertigen Versorgung für Gotha und die Orte im Verflechtungsbereich keine raumordnerische Beeinträchtigung von umliegenden zentralen Orten |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Im Fazit der vorstehenden Ausführungen wird der Stadt Gotha aus fachgutachterlicher Sicht eine Orientierung an dem skizzierten Positivszenario (Szenario B, vgl. Abb. 25) empfohlen, um die mittelzentrale Versorgungsbedeutung von Gotha zu sichern und branchenspezifisch dynamisch zu ertüchtigen. Unter Berücksichtigung des grundzentralen bzw. des mittelzentralen Verflechtungsbereichs des Gothaer Einzelhandels ist im

65 Östlich von Gotha liegt das Oberzentrum Erfurt. Im regionalen Umfeld befinden sich die Mittelzentren Arnstadt, Ilmenau, Schmalkalden, Bad Salzungen und Bad Langensalza sowie die Mittelzentren mit Teilfunktion eines Oberzentrums Eisenach und Suhl/Zella-Mehlis.

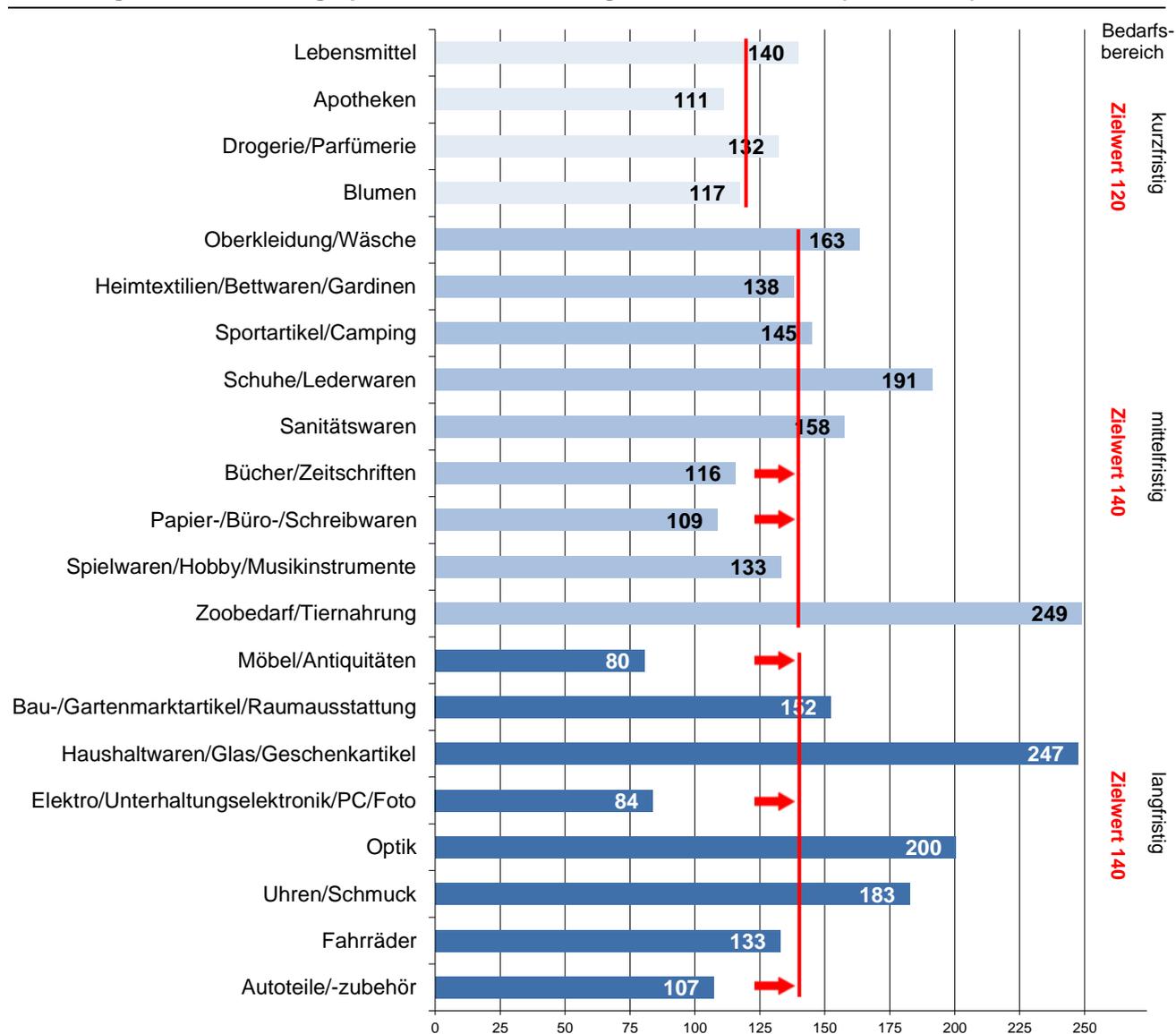
66 Im Umfeld von Gotha liegen die Grundzentren Nesse-Apfelstädt, Ohrdruf, Friedrichroda, Tabarz und Waltershausen.

67 vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm 2025, Pkt. 2.2.12 G.

kurzfristigen Bereich eine idealtypische Ziel-Bindungsquote für den stationären Handel von 120 %, im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von 140 %⁶⁸ versorgungsstrukturell sinnvoll.

In der folgenden Darstellung werden die zu erwartenden Bindungsquoten der einzelnen Branchen im Jahr 2030⁶⁹ und die empfohlenen **Ziel-Bindungsquoten** für den Gothaer Einzelhandel zu diesem Zeitpunkt dargestellt.

Abbildung 27: Ziel-Bindungsquoten und Erweiterungsbedarfe für Gotha (Szenario B)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Berechnungen

68 Die Kaufkraftbindungsquote von 140 % entspricht auf Basis der aktuellen Bevölkerungszahl von Gotha einer zu versorgenden Einwohnerzahl von ca. 63.130 Personen. Im Verflechtungsbereich von Gotha leben ca. 113.900 Einwohner (Stand: 2012), so dass bei dieser Bindungsquote allenfalls ein Teil der Bewohner des Verflechtungsbereiches von Gotha versorgt werden kann. Es werden daher auch zukünftig Einkaufsfahrten von Bewohnern aus den Orten dieses Verflechtungsbereiches in umliegende Städte in der Region notwendig sein.

69 Bei der Modellierung der Bindungsquoten für das Jahr 2030 wird die zu dem Zeitpunkt zu erwartende Kaufkraft in Gotha von rd. 243,5 Mio. EUR zugrunde gelegt (vgl. Tab. 14). Auf der anderen Seite werden der lokalen Kaufkraft die aktuell erzielten Umsätze des Gothaer Handels gegenübergestellt. Da sich das Marktpotenzial bis zum Jahr 2030 vermindern wird, werden bei einem unterstellten gleichbleibenden Umsatz erhöhte branchenspezifische Zentralitäten – im Vergleich zum aktuellen Zeitpunkt (vgl. Abb. 22) – ausgewiesen. Bei der Betrachtung wurde nicht berücksichtigt, dass sich ggf. unrentable Betriebe vom Markt zurückziehen werden bzw. alle Handelsbetriebe auf Grund der sinkenden Nachfrageplattform (vgl. Tab. 14) mit gewissen Umsatzeinbußen zu rechnen haben. Die Umsatzrückgänge bis zum Jahr 2030 würden im Durchschnitt deutlich unter 1 % p.a. betragen.

Mit Blick auf die Zielwerte und unter Berücksichtigung des leicht rückläufigen Marktpotenzials zeichnet sich in der auf das Jahr 2030 projizierten Bestandssituation in verschiedenen Branchen ein quantitativer Flächenüberhang ab, da der Zielwert der Kaufkraftbindung bereits erreicht bzw. überschritten wurde. Ein tatsächlicher Flächenüberhang ist jedoch nicht zu konstatieren, da Gotha – bereits auch heute – lediglich einen größeren Teil des Verflechtungsbereiches mit versorgt. Ein Überangebot ist nicht auszumachen, zumal alle Handelsbetriebe in Gotha eine ortsgerechte Flächendimensionierung aufweisen und keine überregionale Strahlkraft ausüben.

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

Die skizzierte Darstellung orientiert sich an dem beschriebenen Szenario B (vgl. Abb. 25). Es wird eine vollständige Kaufkraftbindung (100 %) der lokalen Nachfrage angenommen, während darüber hinaus im überörtlichen Verflechtungsbereich des Gothaer Einzelhandels eine **anteilige Kaufkraftbindungsquote** unterstellt wird.

Im kurzfristigen Bedarfsbereich wird für die Stadt Gotha eine Bindungsquote von 120 % und im mittel-/ langfristigen Bedarfsbereich von 140 % angesetzt, um so auch langfristig eine anteilige Versorgung der Bevölkerung im Umfeld von Gotha zu gewährleisten.⁷⁰ Folglich kann auch im gewissen Umfang sichergestellt werden, dass bei Vorhandensein eines optimal ausgeprägten Angebots vor Ort die Kaufkraftabwanderung in andere Städte und auch in Richtung des Online-Handels minimiert werden kann.

Die Kaufkraftbindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich von 120 % entspricht auf Basis der aktuellen Bevölkerungszahl von Gotha einer zu versorgenden Personenzahl von ca. 54.100 Personen. Im Grundversorgungsbereich von Gotha leben derzeit rd. 66.800 Personen (vgl. Seite 20), so dass nur eine anteilige Versorgung der Bevölkerung im näheren Umfeld von Gotha erreicht wird.

Grundsätzlich ist darauf zu verweisen, dass in den Orten des grundzentralen Verflechtungsbereich (vgl. Karte 3) kein größerer bzw. komplexer Handelsstandort ausgeprägt ist; das Angebot in den einwohnerseitig kleinen Kommunen dieses Bereiches fokussiert meist ausschließlich auf die Lebensmittelversorgung. Demnach tendieren die Einwohner aus diesem Bereich zu großen Teilen zum Einkauf nach Gotha.

Im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich wird eine – auf den ersten Blick hohe – Kaufkraftbindungsquote von 140 % angesetzt, was einer zu versorgenden Einwohnerzahl von ca. 63.100 Personen entspricht. Im mittelzentralen Verflechtungsbereich von Gotha leben jedoch ca. 113.900 Einwohner (Stand: 2012), so dass selbst bei Erreichen dieser Kaufkraftbindungen bei Weitem keine „Vollversorgung“ aller Bewohner des Verflechtungsbereich von Gotha erfolgen kann. Die Bindungsquote ist demnach auf eine „verträgliche“ Abschöpfung des Nachfragevolumens in diesem Verflechtungsbereich – auch unter Berücksichtigung der abfließenden Nachfrage zum Online-Handel – ausgelegt.

70 Höherstufige zentrale Orte haben gleichzeitig auch grundzentrale Funktionen wahrzunehmen.

6.3. Einzelhandelsentwicklungskonzept

6.3.1. Vorbemerkung

Auf Basis der Erkenntnisse der Einzelhandelsanalyse (vgl. Pkt. 5) und der angesetzten Bindungsintensität (vgl. Abb. 27) werden im Folgenden konkrete Nutzungsmöglichkeiten für die funktionale **Ertüchtigung des Gothaer Einzelhandels** erarbeitet. Die nachstehenden Ansiedlungsvorschläge beziehen sich auf Nutzungen, die auf Grundlage der derzeitigen angebots- und nachfrageseitigen Strukturen und der prospektiven Entwicklung der Nachfrage in Gotha umsetzbar sind.

Ein Augenmerk wird auf die vorhandenen Angebotsstrukturen gelegt, um die Attraktivität von Gotha als Handelsstandort insgesamt zu stärken. Weiterhin werden auch die Umsetzungsfähigkeit und fachspezifische Gesichtspunkte (bspw. Marktfähigkeit, Mindestbetriebsgrößen) berücksichtigt.⁷¹

Ferner werden bei der Weiterentwicklung des Gothaer Einzelhandels auch lagespezifische Aspekte mit beachtet. Grundsätzlich kann beispielsweise bereits eine ausreichende gesamtstädtische Verkaufsflächenausstattung vorhanden sein, jedoch besteht die Möglichkeit der Fehlallokation von Verkaufsfläche. Dies kann sich z.B. in einer eingeschränkten Betriebstypenvielfalt oder einem unzureichenden Branchenbesatz in der Innenstadt oder in Nahversorgungslagen zeigen.

Die ausgewiesenen zusätzlichen Einzelhandelsflächen sind nicht als **starre Obergrenze der Verkaufsflächenentwicklung** in Gotha zu verstehen. Bei einer wesentlichen Überschreitung sind jedoch ggf. Umsatzumverteilungseffekte bzw. eine Marktverdrängung bei bestehenden Einzelhandelsbetrieben zu erwarten, die im Einzelfall unter der Berücksichtigung von versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten zu bewerten sind. Ferner sind größere Flächen, die auf eine raumordnerische Beeinträchtigung von umliegenden Orten deuten, abzulehnen (vgl. landesplanerisches Kongruenzgebot auf Seite 17).

Durch eine Abwägung der ausgewiesenen Verkaufsflächenpotenziale (vgl. folgende Tab. 15) mit dem konkreten Abgleich eines avisierten Neu- bzw. Erweiterungsvorhaben, u.a. nach

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

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

Des Weiteren können auch Vorhaben – die flächenseitig über den dargestellten Ansiedlungspotenzialen liegen – im Einzelfall zur Attraktivierung des gesamtstädtischen Angebots beitragen, sofern diese mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen in Gotha übereinstimmen. Dies bedeutet jedoch, dass diese Vorhaben in den stadtentwicklungspolitisch präferierten Lagen, d.h. in der Regel in **zentralen Versorgungsbereichen** oder an **städtebaulich integrierten Lagen** entwickelt werden. Eine mögliche Verdrängung von bestehenden Angeboten in dezentralen Lagen – z.B. im Gewerbegebiet Süd – ist dabei als hinnehmbar und unter versorgungsstrukturellen und städtebaulichen Aspekten ggf. sogar als wünschenswert einzustufen.

Vorstehend wurde die Anlehnung der zukünftigen Einzelhandelsausrichtung am Szenario B empfohlen und Gotha gemäß seiner landesplanerischen Einstufung zu einem leistungsfähigen Versorgungsstandort weiterzuentwickeln. Die folgenden Ausführungen beziehen sich deshalb auf diesen Betrachtungsfall.

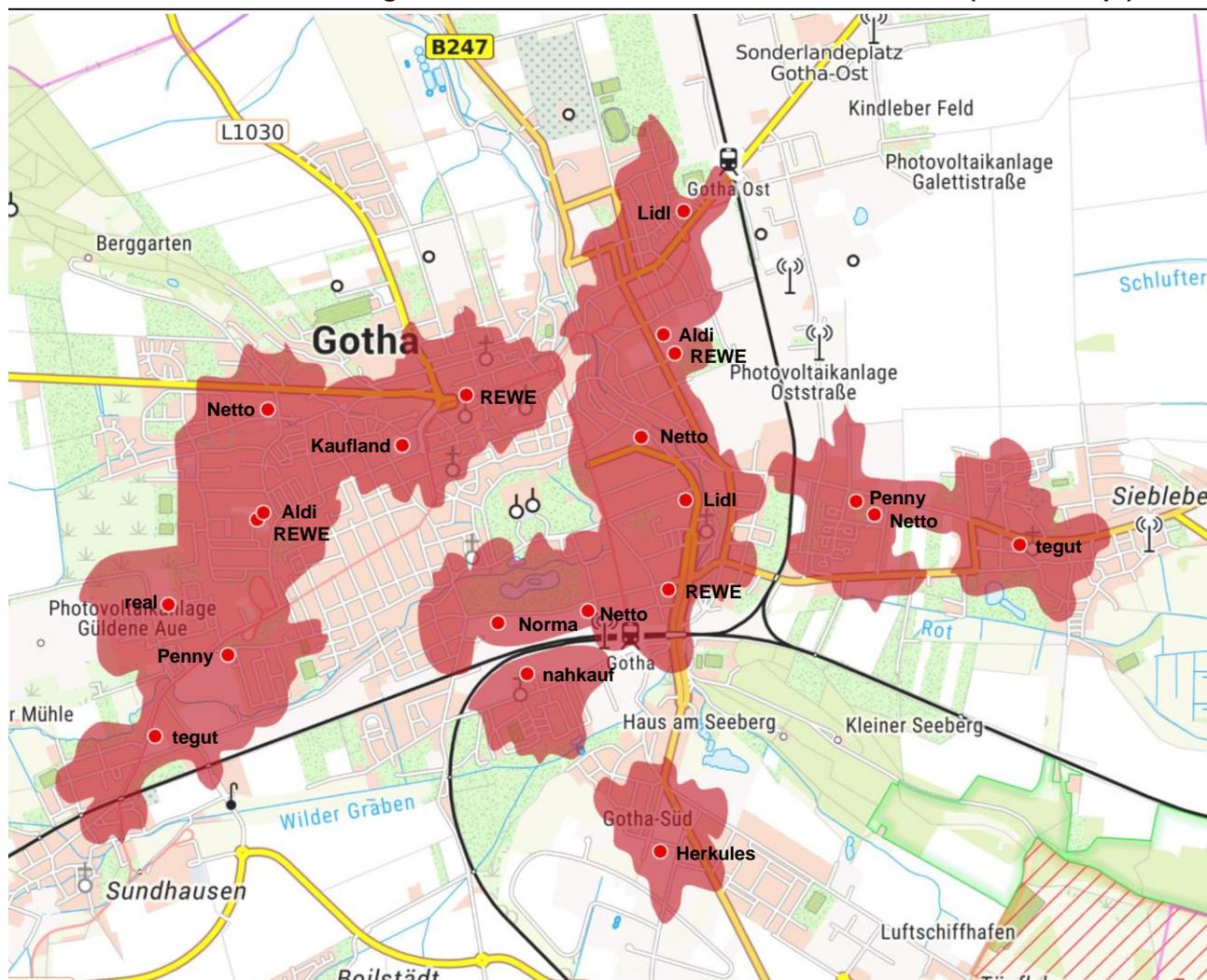
⁷¹ Anmerkung: Die folgenden Aussagen zu den offenen Potenzialen ersetzen nicht die betriebswirtschaftliche Machbarkeitsberechnung im Einzelfall. Ferner können naturgemäß die zukünftigen Trends bei der Entwicklung der einzelnen Branchen nicht berücksichtigt werden. Die empfohlenen Flächengrößen stellen einen Anhaltspunkt der Flächendimensionierung dar.

6.3.2. Lebensmittel (Food) – Nahversorgungskonzept

Unter Punkt 5.4 wurde eine Analyse der Grundversorgungsstrukturen von Gotha erstellt. Auf Basis des Bestandes an Lebensmittelverkaufsfläche und der zu erwartenden Nachfrage bis zum Jahr 2030 ist zukünftig kein rechnerischer Mehrbedarf an Verkaufsfläche in Gotha vorhanden. Die Angebotsanalyse zeigt, dass für die Einwohnerzahl von Gotha mit rd. 0,9 m² Lebensmittelverkaufsfläche je Einwohner (vgl. Tab. 7) eine **ausreichende Gesamtlebensmittelverkaufsfläche** besteht. Hinsichtlich der räumlichen Verteilung und der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen ist ein – für die Stadtgröße – ausgewogenes Versorgungsangebot vorhanden, wobei als Träger der Lebensmittelversorgung die drei Betriebstypen Verbrauchermarkt, Supermarkt und Discounter fungieren (vgl. Tab. 10).

Die **strukturprägenden Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels** liegen weitgehend gleichmäßig über das Kernstadtgebiet verteilt, so dass bereits heute eine gute fußläufige Abdeckung eines großen Teils des Kernstadtgebietes möglich ist.

Karte 6: Standorte und fußläufige Nahbereiche der Gothaer Lebensmittelmärkte (Ziel-Konzept)



Fußläufiger Nahbereich (500 m-Laufweg)

Karte:
GeoBasis-DE / BKG 2021
Daten:
[ttp://sg.geodatenzentrum.de](http://sg.geodatenzentrum.de)



In den **Nahbereichen** der vorstehend skizzierten Lebensmittelmärkte wohnen – unter Berücksichtigung der Überschneidungsbereiche – ca. 28.360 Personen, so dass rd. 64 % der Bewohner der Kernstadt bzw. der siedlungsgeographisch angrenzenden Ortsteile Siebleben und Sundhausen⁷² fußläufig einen Lebensmittelmarkt erreichen können. Folglich ist eine wohnortnahe Versorgung des Großteils der lokalen Einwohner möglich; dieser Abdeckungsgrad stellt im interkommunalen Vergleich einen zufriedenstellenden Wert dar.

Um die **Nahversorgung mit Lebensmitteln** weiter zu optimieren, wäre eine (Neu-)Ansiedlung von Lebensmittelmärkten in den unterversorgten Gebieten notwendig. Bei diesen Siedlungsbereichen – mit Ausnahme der Weststadt im Bereich der Waltershäuser Straße – handelt es sich um Gebiete in städtischen bzw. auslaufenden Randlagen mit einer tendenziell lockeren Wohnbebauung. Da die Einwohner aus diesen Bereichen meist nur eine geringfügig längere Laufstrecke⁷³ zur Deckung der Lebensmittelnachfrage in Kauf nehmen müssten, ist den Randsiedlungsgebieten der Markteintritt eines Lebensmittelmarkts nicht zu empfehlen.

Mit Blick auf die vorstehende Karte 6 wird deutlich, dass eine räumliche **Optimierung der Nahversorgungsstruktur** – mit Ausnahme der Weststadt⁷⁴ – durch die weitere Eröffnung von Lebensmittelmärkten nicht zwingend notwendig ist. Modelltheoretisch wäre eine Verdichtung der räumlichen Angebotsstruktur zwar möglich, jedoch ist eine Verlagerung von bestehenden Märkten auf Grund der bereits langfristig eingeführten Angebotsstandorte naturgemäß nicht realistisch. Grundsätzlich sollten daher die bestehenden Lebensmittelanbieter – insbesondere in wohnsiedlungsintegrierten Lagen – gestärkt werden, um das aktuelle Netz an Lebensmittelmärkten zu sichern (Bestandssicherung).

Die **Bestandssicherung** beinhaltet die Schaffung bzw. die Sicherung optimaler Standortvoraussetzungen für die einzelnen Märkte. Hierzu zählt aus Betreibersicht u.a. die Gewährleistung

- der verkehrlichen und fußläufigen Erreichbarkeit der Märkte,
- ein optimaler verkehrlicher Zugang auf die Parkplatzanlage der Märkte,
- der barrierefreie Zugang zu den Märkten aus dem Umfeld,
- die Schaffung von attraktiven Angebotsstrukturen im jeweiligen Standortumfeld,
- eine optische Werbewirksamkeit der Märkte bzw. eine Sichtachse zu (Haupt-)Verkehrsträgern,
- die Möglichkeit einer attraktiven baulichen Positionierung der Märkte und auch
- die Sicherung einer angemessenen und marktkonformen Verkaufsfläche dieser Betriebe.

Angesichts der flächenseitigen Ausstattung mit Lebensmittelverkaufsfläche wurde für Gotha ein ausreichendes quantitatives Angebot konstatiert. Bezüglich der Durchmischung der einzelnen Betriebsformen wird ein ausgewogenes und kundenattraktives Versorgungsangebot vorgehalten. Die Struktur des Lebensmitteleinzelhandels ist durch ein Vollbild von verschiedenen und teilweise konzeptionell unterschiedlich ausgerichteten Lebensmittelmärkten gekennzeichnet; diese Bandbreite wird von kleinformatigen Betrieben arrondiert, so dass für die lokalen Bewohner und die Einwohner im Verflechtungsbereich der Stadt eine ansprechende Auswahlvielfalt existiert.

Unter Berücksichtigung von qualitativen Aspekten zeigt sich lediglich im Segment **Bio-Lebensmittel** ein zusätzlicher Bedarf. In Gotha ist aktuell kein größerer Bio-Markt ansässig, so dass dieses spezielle Segment derzeit noch nicht abgedeckt wird. Perspektivisch wird sich die Nachfrage nach Bio-Lebensmitteln weiter verstärken, so dass ein entsprechender Markt langfristig in Gotha etabliert werden sollte. Je nach Betreiberfügbarkeit ist ein Bio-Supermarkt mit einer Verkaufsfläche ab ca. 400 bis 500 m² zu empfehlen. Als Standort kommt eine Lage in einem zentralen Versorgungsbereich oder an einem wohnsiedlungsintegrierten Standort in der Kernstadt in Frage.

72 In der Kernstadt und in den Ortsteilen Siebleben und Sundhausen wohnen ca. 44.650 Einwohner (vgl. Abb. 11).

73 In der Karte 6 wurde der engere fußläufige Nahbereich von ca. 500 Metern abgebildet. Als maximaler Nahbereich kann jedoch ein Laufweg von bis zu 800 m unterstellt werden, was bis 12 Gehminuten entspricht.

74 Das Fehlen eines entsprechenden Marktes in der Weststadt resultiert vor allem aus der überwiegend kleinteiligen, größtenteils geschlossenen und historisch gewachsenen Bebauung mit Wohnhäusern, ferner stellen auch die topographischen Höhenunterschiede im Umfeld der Waltershäuser Straße ein Ansiedlungshemmnis für einen größeren Handelsbetrieb dar.

In den nicht-verstäderten bzw. den beiden **ländlich geprägten Ortsteilen** von Gotha – Boilstädt (ca. 800 Ew.) und Uelleben (ca. 700 Ew.) – ist kein Lebensmittelmarkt ansässig. Grundsätzlich ist bezüglich der limitierten Einwohnerzahlen in diesen dezentralen Ortsteilen der wirtschaftliche Betrieb sowohl von Lebensmittelmärkten als auch von größeren inhabergeführten Lebensmittelgeschäften schwierig.⁷⁵ Dies resultiert u.a. aus folgenden Gründen:

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

Das Fehlen von größeren Lebensmittelanbietern ist vor allem auf die geringe Mantelbevölkerung in den beiden peripheren Ortsteilen und das hieraus resultierende niedrige Nachfragepotenzial zurückzuführen.⁷⁶ Ferner wird die Lebensmittelversorgung bereits durch Lebensmittelmärkte der Gothaer Kernstadt übernommen, so dass auch zukünftig in den einwohnerseitig kleineren Ortsteilen die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes nicht realistisch ist.⁷⁷

Für die beiden ländlich geprägten Ortsteile von Gotha kommen daher zukünftig lediglich Kleinflächenkonzepte bzw. eine mobile Versorgung in Frage. Zur Abdeckung der Nachfrage bestehen folgende Alternativen:

- Hofläden/ Direkterzeuger, ggf. mit einem ausgeweiteten Sortiment,
- Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker, Fleischer) mit einem erweiterten Lebensmittelsortiment bzw. ein „Tante-Emma-Laden“,
- mobiler Handel der Nahrungsmittelhandwerker (Bäcker- oder Fleischerwagen) oder durch „Rollende Supermärkte“,
- Liefer-/ Bestellservice von stationären Lebensmittelmärkten (meist nur durch inhabergeführte Supermärkte) oder
- digitale Selbstbedienungsläden (ohne Personal).

⁷⁵ Bei einer ortsteilbezogenen Einwohnerzahl von beispielsweise 800 Personen errechnet sich ein Nachfragevolumen nach Lebensmitteln von ca. 1,79 Mio. EUR (vgl. Berechnungsmethodik unter Pkt. 4.3). Würde z.B. ein entsprechender Markt mit ca. 300 m² Verkaufsfläche einen Marktanteil von maximal 30 % erzielen, errechnet sich ein Jahresumsatz von rd. 0,54 Mio. EUR. Auf Basis der Verkaufsfläche ergibt sich eine Raumleistung von 1.800 EUR/m². Bei diesem Wert ist der rentable Betrieb eines entsprechenden Marktes langfristig nicht möglich, da i.d.R. von solchen Betrieben eine Raumleistung von über 2.500 EUR/m² erzielt werden muss.

⁷⁶ Als minimale Untergrenze benötigt ein Lebensmittelmarkt von rd. 800 m² VK i.d.R. eine Einwohnerzahl von minimal rd. 3.000 Personen.

⁷⁷ Neben den strukturellen Nachteilen von kleineren SB-Geschäften besteht grundsätzlich das Problem der Betreiberverfügbarkeit. Da diese Geschäfte i.d.R. nur einen geringen Gewinn erwirtschaften, stellt sich der Betrieb oft wenig lukrativ dar. Aus diesem Grund findet auch selten die Übernahme eines Bestandsbetriebes statt, da es sich meist um sog. Grenzertragsbetriebe handelt. Die Ansiedlung in Ortsteilen mit einer geringen Mantelbevölkerung ist oft nicht umsetzbar.

6.3.3. Non-Food

Auf Grundlage des Einzelhandelsbestandes, der aktuellen sortimentspezifischen Kaufkraftbindung (vgl. Pkt. 5.3/5.5) und der angesetzten Zielwerte hinsichtlich der prospektiven Umsatzbindung der Stadt Gotha (vgl. Abb. 27) errechnet sich in verschiedenen Branchen ein Flächenmehrbedarf.⁷⁸

Diese Ansiedlungspotenziale wurden für den Prognosezeitraum von rd. 10 Jahren ermittelt. Da in diesem Zeitraum mit einem sukzessiv rückläufigen Nachfragevolumen zu rechnen ist, liegt die aktuelle Flächennachfrage derzeit naturgemäß höher. Nachfolgend werden mögliche Ansiedlungsoptionen im Segment Non-Food diskutiert.

- Im mittelfristigen Bedarfsbereich wird in den modischen Sortimenten **Textilien, Schuhe/Lederwaren und Sport** bis zum Jahr 2030 kein rechnerischer Verkaufsflächenmehrbedarf signalisiert. Grundsätzlich ist die Modebranche mit die wichtigste Leitbranche und trägt wesentlich zur Attraktivitätssteigerung einer (Innen-)Stadt bei. Eine höhere Angebotsvielfalt führt dabei erfahrungsgemäß nicht unbedingt zu einem verstärkten örtlichen Wettbewerb, sondern erzeugt i.d.R. zusätzliche Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland und eine verstärkte Kundenakzeptanz einer Stadt. Aus diesem Grund sollte – um eine höhere lokale Angebotsdichte in den modischen Sortimentsbereichen zu erzielen – die Ansiedlung von Modeanbietern in Gotha forciert werden.

In den Modebranchen besitzen ausdrücklich überregional aktive Filialisten eine hohe Anziehungskraft und könnten wesentlich zur Attraktivierung von Gotha als Einkaufsstadt beitragen. Ferner kann durch ein verstärktes Angebot auch einer weiteren Kundenabwanderung zum Online-Handel vorgebeugt werden. Grundsätzlich sollte versucht werden, flächenseitig größere Modegeschäfte zu etablieren, um die Auswahlbreite und -tiefe innerhalb der einzelnen Modelabels zu erhöhen. Hierbei sind auch unterschiedliche bzw. polarisierende Konzepte empfehlenswert, da so eine möglichst breite Kundengrundlage angesprochen werden kann.

Die Ansiedlung von Modeanbietern ist ausschließlich auf den innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich zu lenken. Die vorstehende Einschätzung trifft nicht nur auf die Textilbranche, sondern auch auf die Schuh- bzw. die Sportbranche zu, da diese Sortimente eine wichtige Ergänzung zu dem Segment Textilien darstellen und so optimale Kopplungen zwischen den Branchen induziert werden können.

- Für den **Buchhandel** ist eine angespannte Marktsituation zu reklamieren, da der Online-Handel hohe Marktanteile in dieser Branche generiert (vgl. Abb. 8) und tendenziell im stationären Bucheinzelhandel von stagnierenden Erlösen auszugehen ist. Dennoch ist für diese Branche ein zusätzlicher Flächenbedarf erkennbar, da die innerstädtische Thalia-Buchhandlung und weitere kleinere Anbieter das Nachfragevolumen nicht vollständig abdecken können. Eine flächenseitige Erweiterung wäre wünschenswert.
- In Gotha ist kein Fachanbieter für **Papier- und Schreibwaren** ansässig, das Sortiment wird lediglich in verschiedenen Betrieben im Randsortiment geführt. Ein größeres Fachgeschäft (ca. 200 m² VK) wäre wünschenswert. Die gleiche Einschätzung trifft auch auf die **Spielwarenbranche** zu, hier ist kein „reiner“ Anbieter vorhanden; das Sortiment wird – wie Schreibwaren – vor allem in der Müller Drogerie und im Randsortiment von Multisortimentsmärkten geführt. Die Erweiterung dieses Sortiments ist rechnerisch um ca. 200 m² sinnvoll und wünschenswert; hierbei ist jedoch auf die demographische Entwicklung und die entsprechend geringe sortimentspezifische Kaufkraft in Gotha zu verweisen (vgl. Abb. 12 i.V.m. Abb. 14). Dennoch ist in dieser Branche ein Erweiterungsbedarf zu sehen.
- Im langfristigen Bedarfsbereich besteht in der **Möbelbranche** ein rechnerischer Flächenbedarf von rd. 5.000 m². Das genannte Flächenpotenzial liegt unterhalb der Marktzutrittsgröße von potenziellen

⁷⁸ Der Verkaufsflächenbedarf wird aus der Division der offenen bzw. aus Gotha und dem anteiligen Verflechtungsbereich abfließenden Nachfrage und der durchschnittlichen Raumleistung je Branche ermittelt. Ein tatsächlicher Bedarf ist zu konstatieren, wenn die Differenz zwischen der im Jahr 2030 prognostizierten Zentralität und der Ziel-Bindungsquote (vgl. Abb. 27) mindestens über 10 %-Punkten liegt.

Betreibern,⁷⁹ so dass die Inbetriebnahme eines Möbelhauses nicht realistisch ist. Ferner fällt das Nachfragepotenzial in Gotha bzw. im Umfeld der Stadt – auch unter Berücksichtigung des Möbelangebots im Raum Erfurt – für den rentablen Betrieb eines größeren Möbelhauses zu gering aus, so dass die Ansiedlung nicht erfolgsversprechend sein kann.⁸⁰ Realisierbar wäre u.U. die Entwicklung von weiteren Spezialanbietern (bspw. Küchenstudio, Möbelstudio, Möbelfachmarkt).

- Im Segment Consumer Electronics (**Elektrowaren/ Unterhaltungselektronik/ Foto/ Computer/ Telefonie**) besteht ein rechnerischer Ansiedlungsbedarf von rd. 1.500 m², da ein Teil der lokalen Kaufkraft aus Gotha abfließt. Die Nachfrage wird u.a. von Großbetriebsformen (sog. Elektrofachmärkte) außerhalb von Gotha gebunden und fließt auch in den Online-Handel; das Segment zählt nach Bekleidung mit zu den umsatzstärksten Warengruppen im Online-Handel (vgl. Abb. 8). Die Ansiedlung eines größeren Marktes innerhalb des zentralen Versorgungsbereiches wäre wünschenswert.
- In Gotha ist ein zusätzlicher rechnerischer Bedarf in der Branche **Autoteile/ -zubehör** erkennbar, wobei in diesem Nischensegment auf Grund der limitierten Nachfrage die Erweiterung von Bestandsangeboten in Frage kommt.

Die aufgelisteten Ansiedlungsvorschläge dienen einer Optimierung des gesamtstädtischen Angebotsbestands. Die Inbetriebnahme von zusätzlichen Betrieben oder weiteren Flächen ist grundsätzlich möglich, da mit dem Einzelhandelskonzept **kein Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb** erfolgen soll. Im später folgenden Zentrenkonzept wird jedoch die Standortlage definiert, d.h. welche Sortimente sind in welchen Standortbereichen zulässig.

79 Die Marktzutrittsgröße für einen Möbelmitnahmemarkt liegt bei ca. 3.000 m², für ein Wohnkaufhaus bei minimal 10.000 m².

80 In Erfurt sind u.a. mit IKEA, Höffner, Sconto, Möbel Roller und im Umfeld der Stadt mit Möbel Rieger, Möbel Kraft oder Möbel Boss verschiedene leistungsstarke Anbieter situiert, die auch auf die Verbraucher in Gotha ausstrahlen.

6.3.4. Zusammenfassung

In der folgenden Tabelle erfolgt eine zusammenfassende Darstellung der angesprochenen Erweiterungsbedarfe im Gothaer Einzelhandel.

Tabelle 15: Entwicklungspotenziale für den Gothaer Einzelhandel (Zusammenfassung)

| Branche | Betriebstyp | Bemerkung |
|--------------------------------|-------------------------------|--|
| Lebensmittel | Bio-Supermarkt | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung eines Bio-Supermarktes, wobei i.d.R. eine Verkaufsfläche ab 400 m² zu veranschlagen ist <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich, bei nicht gegebener Flächenverfügbarkeit auch wohnsiedlungsintegrierter Standort innerhalb der Kernstadt, möglichst zentrumsnah</p> |
| Textilien/ Schuhe/ Sport | Fachgeschäft/ Fachmarkt | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ansiedlung oder Erweiterung von Modeanbietern wünschenswert, jedoch ausschließlich in der Gothaer Innenstadt, um auf Kopplungen innerhalb der Modebranche zurückgreifen zu können und die Strahlkraft der City zu erhöhen ▪ Fokussierung auf Textil-/ Schuh-/ Sportfilialisten mit hoher Ausstrahlungskraft ▪ Entwicklung möglichst großer Ladenflächen (>200 m² VK) <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt</p> |
| Bücher | Fachbuchhandlung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Angebotsausbau eines bestehenden Betriebes oder Neuansiedlung ▪ zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei ca. 200 m² VK <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt</p> |
| Spielwaren/ Schreibwaren | Fachgeschäft | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung eines bestehenden Betriebes bzw. Markteintritt je eines leistungsstarken und größeren Fachgeschäftes ▪ zusätzlicher Flächenbedarf liegt bei minimal je 200 m² VK ▪ Kombination bei Spielwaren auch mit dem Segment Baby-/ Kinderausstattung möglich, bei Schreibwaren ist eine Kombination auch mit Bastelbedarf/Hobbyartikeln möglich <p><u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt</p> |
| Möbel | Fachmarkt/ Spezialanbieter | <ul style="list-style-type: none"> ▪ freies Nachfragepotenzial, jedoch ist lediglich der Markteintritt von Möbelspezialanbietern (z.B. Küchenstudio, Möbelstudio, Möbelfachmarkt) realistisch <p><u>Standort:</u> verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort; Ansiedlung auch in den bestehenden Sonderlagen möglich und wünschenswert</p> |
| Consumer Electronics | Fachmarkt | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Neuansiedlung eines Elektrofachmarktes, der rechnerische zusätzliche Flächenbedarf liegt bei ca. 1.500 m² ▪ <u>Standort:</u> zentraler Versorgungsbereich, bei fehlender Flächenverfügbarkeit auch an einem zentrumsnahen Standort |

| | | |
|-------------|--------------|--|
| Autozubehör | Fachgeschäft | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Erweiterung des bestehenden Anbieters, Sortiment kann auch als Randsortiment geführt werden <p><u>Standort:</u> verkehrsgünstiger, möglichst integrierter Standort; Ansiedlung auch in den bestehenden Sonderlagen möglich und wünschenswert</p> |
|-------------|--------------|--|

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Anmerkung: Bei den vorstehenden quantitativen Entwicklungspotenzialen wurden mögliche Abschmelzungen von leistungsschwachen oder sog. Grenzertragsbetrieben nicht berücksichtigt. Naturgemäß würden sich demzufolge weitere Ansiedlungspotenziale ergeben.

Die vorstehend ausgewiesenen Ergänzungsbedarfe basieren auf einer Steigerung der **Marktbedeutung des Gothaer Einzelhandels** im eigenen Stadtgebiet und (anteilig) im Verflechtungsbereich der Stadt. Diese gründen sich unter Berücksichtigung der zukünftigen Kaufkraftentwicklung u.a. auf eine Erhöhung der Marktanteile des Gothaer Einzelhandels. Selbige sind raumordnerisch vertretbar, da die Umsätze der bestehenden Anbieter und der empfohlenen Neuansiedlungen bzw. Erweiterungen mit einem sehr hohen Sicherheitspuffer unter dem Marktvolumen in dem Verflechtungsbereich des Gothaer Einzelhandels liegen.

Die skizzierten Flächengrößen sollen als Leitplanke bzw. Anhaltspunkt dienen, welche Sortimente in Gotha als notwendig bzw. wünschenswert zu klassifizieren sind, um einen dauerhaft abgerundeten Branchenmix für die lokalen Konsumenten und die Verbraucher im räumlichen Umfeld der Stadt zu präsentieren. Die zusätzlichen Handelsflächen sind nicht als **starre Obergrenze** zu sehen, da bei einer höheren Flächenansiedlung lediglich einen größeren Teil des Verflechtungsbereiches mit versorgt wird.

Die angesetzte Kaufkraftbindungsquote im kurzfristigen Bedarfsbereich von 120 % entspricht auf Grundlage der Bevölkerungszahl von Gotha einer zu versorgenden Einwohnerzahl von ca. 54.100 Personen; die Kaufkraftbindungsquote im mittel- und langfristigen Bedarfsbereich von 140 % einem zu versorgenden Bevölkerungsanteil von ca. 63.100 Personen. Im landesplanerisch ausgewiesenen Verflechtungsbereich von Gotha leben ca. 113.900 Einwohner (Stand: 2012), somit kann selbst bei Erreichen dieser Kaufkraftbindungen **keine „Vollversorgung“** aller Bewohner innerhalb dieses mittelzentralen Verflechtungsbereich erfolgen. Die Bindungsquoten sind demnach auf eine „verträgliche“ Abschöpfung der Nachfrage in diesem Verflechtungsbereich ausgelegt.⁸¹

Folglich besitzen die Orte in dem ausgewiesenen Verflechtungsbereich ebenfalls Spielräume zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben in allen Bedarfsbereichen, wenngleich sich – mit Ausnahme der grundzentralen Orte – auf Basis der geringen Bevölkerungszahl gerade in den kleinen Orten im Umfeld von Gotha keine dauerhaft tragfähigen Einzelhandelsstrukturen herausbilden können.

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

⁸¹ In diesem Zusammenhang wurden auch Kaufkraftabflüsse zum Online-Handel berücksichtigt, da ansonsten auf Grund der sehr hohen zu versorgenden Einwohnerzahl eine deutlich höhere Bindungsquote anzusetzen wäre.

6.3.5. Potenzialflächen

Für einen großen Teil der vorstehenden Ansiedlungspotenziale wird eine Entwicklung in dem innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich vorgeschlagen. Als Potenzialflächen kommen u.a. **Leerstandsobjekte** in Frage, wobei diese Gewerbeflächen größtenteils in kleinteilig organisierten Immobilien untergebracht sind. In der Gothaer Innenstadt sind 37 freie Ladenlokale sichtbar. Ein großer Teil der Angebotsreserven befindet sich in einem augenscheinlich ordentlichen Zustand und könnte sofort durch eine Einzelhandelsnutzung belegt werden.

Abbildung 28: Innerstädtische Leerstandsflächen – sofort nutzbar (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Neben zahlreichen sofort beziehbaren Ladenflächen sind in der Altstadt auch verschiedene Gewerbeeinheiten vorzufinden, die einer kompletten bzw. auch nur einer teilweisen Überarbeitung bedürfen. Diese Betriebe stehen für eine kurzfristige Nutzung nicht zur Verfügung, zumal es partiell auch einer Komplettsanierung der Immobilie bedarf.

Abbildung 29: Innerstädtische Leerstandsflächen – sanierungsbedürftig (Auswahl)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Der aktuelle innerstädtische Leerstand⁸² umfasst 37 Ladengeschäfte mit einer geschätzten Fläche von 4.500 bis 5.000 m². Mit Ausnahme von zwei größeren Leerstandsflächen (ca. 3.000 m²) in zwei Handelsimmobilien – die vormals durch Adler und dm genutzt wurden – zeigen sich die restlichen Angebotsreserven ausschließlich kleinteilig.

82 Der Leerstand bezieht sich auf den gesamten Innenstadtbereich (vgl. Abgrenzung in Karte 4).

Diese 35 leerstehenden Gewerbeeinheiten nehmen eine geschätzte Fläche von ca. 1.500 bis 1.800 m² ein; die durchschnittliche Leerstandsfläche beträgt demnach lediglich ca. 50 m² je Geschäft. Mit Blick auf die Einzelflächen zeigt sich, dass lediglich drei Einheiten eine Fläche von über 100 m² aufweisen. Demnach ist eine qualifizierte Nachnutzung des gesamten Leerstands bzw. auch nur eines großen Teils hiervon durch Handelsbetriebe ist sehr unwahrscheinlich, da der Großteil der leerstehenden Läden unter der Mindestbetriebsgröße fast aller Handelsbranchen liegt.

Als Möglichkeit der Inwertsetzung von kleineren Leerstandsflächen bzw. auch zur Schaffung von größeren Ladeneinheiten ist lediglich die Zusammenlegung von Geschäften in Betracht zu ziehen, wobei im Einzelfall aus zwei benachbarten Leerständen oft eine langfristig marktgängige Ladeneinheit geschaffen werden kann. Diese Möglichkeit erscheint offenkundig bei einem Großteil der innerstädtischen Leerstandsflächen baulich nicht durchführbar und gestaltet sich auch meist hinsichtlich der unterschiedlichen Eigentumsverhältnisse schwierig; zumal die Leerstandsflächen größtenteils räumlich nicht beieinander liegen. Die Zusammenlegung von disfunktionalen Kleinflächen zu größeren Einheiten erfordert ferner i.d.R. eine größere Investition, die sich auf Grund der Mietsituation in Gotha – wie auch in vergleichbaren Mittelstädten – oft wirtschaftlich nicht darstellen lässt.

Bei einer flächenseitigen Erweiterung des Innenstadthandels ist neben der Nutzung von Leerstandsreserven auch eine **Bebauung von Potenzial-/ Brachflächen** bzw. die Schließung von Baulücken in Betracht zu ziehen. Aktuell konnten in der Altstadt jedoch – auf Grund der überwiegend kleinteiligen, historisch geprägten und meist geschlossenen Baustruktur – keine größeren bzw. verwertbaren Potenzialflächen identifiziert werden, die beispielsweise durch ein Wohn- und Geschäftshaus bebaut werden könnten. Die flächenseitigen Ansiedlungsmöglichkeiten für potenzielle Handelsbetriebe sind folglich als eingeschränkt zu bewerten.

An der östlichen Gartenstraße ist eine Potenzialfläche ausgewiesen, für die ein Städtebaulicher Rahmenplan⁸³ aufgestellt wurde. Der Rahmenplan schlägt – neben dem westlichen Teilbereich der Gartenstraße bzw. dem zwischenzeitlich errichteten „Altstadtforum“ – die Entwicklung eines zweiten Einzelhandelsstandortes vor. Der Standort kann speziell durch großformatige Betriebe genutzt werden, für die in der Altstadt keine Potenzialflächen zur Verfügung stehen (z.B. ein Bio-Supermarkt). Im Rahmen der Inwertsetzung des Areals können eine funktionale Aufwertung und eine Neuordnung dieses Standortbereiches erfolgen, der im östlichen Zufahrtbereich zur Innenstadt liegt und einen städtebaulichen Missstand darstellt.

Abbildung 30: Innerstädtische Potenzialfläche an der Gartenstraße/Remstädter Straße



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Aufnahmen

Des Weiteren kann durch die Revitalisierung dieses Standortbereiches eine funktionale Verbindungsachse zwischen dem Altstadtforum, der Raiffeisenbank und dem Kino Cineplex geschaffen werden, zumal direkt westlich des Kinos mit einem Schnellrestaurant eine weitere zentrenbildende Funktion angedacht ist. Speziell die Ansiedlung einer Gastronomie in Verbindung mit dem Kino ist in diesem Bereich zu befürworten.

83 vgl. Büro für urbane Projekte, Städtebaulicher Rahmenplan Gartenstraße / Moßlerstraße (Nov. 2015).

Derzeit werden zahlreiche innerstädtische Gewerbeeinheiten durch **einzelhandelsfremde Nutzungen** belegt; oft auch als Nachnutzung von leergezogenen Handelsbetrieben. Grundsätzlich ist davon auszugehen, dass bei einer erhöhten Nachfrage nach Einzelhandelsflächen diese Potenziale einer Einzelhandelsnutzung wieder zugeführt werden könnten. Wie im Fall der Leerstandsflächen ist jedoch zu konstatieren, dass der Großteil dieser Ladeneinheiten nur eine geringe Verkaufsfläche besitzt und für eine Belegung mit leistungsfähigen Handelskonzepten nicht geeignet ist.

Im Fazit sind die folgenden zwei Fakten für die **handelsseitige Weiterentwicklung** der Gothaer Einkaufsinnenstadt zusammenzufassen:

- Die Unterbringung von flächenseitig größeren Handelsbetrieben in der Altstadt ist auf Grund der limitierten marktgängigen Flächen unrealistisch. Die Weiterentwicklung, die Attraktivierung der Gothaer Altstadt und die überwiegende Nutzung von kleinformatischen Leerstandsflächen durch zusätzliche Handelsnutzungen⁸⁴ sind tendenziell unwahrscheinlich. Diese Geschäfte sind meist für die Ansiedlung von modernen und zeitgemäßen Handelskonzepten nicht geeignet; vor allem auch nicht für überregional agierende Filialisten, die als Frequenzbringer oder Magnetbetriebe fungieren würden. Für kleineren Leerflächen sind alternative, einzelhandelsfremde Nutzungen auszuarbeiten.
- Eine flächenseitige Weiterentwicklung des Innenstadthandels ist durch die Inwertsetzung einer Potenzialfläche an der Gartenstraße/Remstädter Straße möglich. Als Nutzung ist großformatiger Handel und Gastronomie zu favorisieren.

84 Die Einzelhandelslandschaft unterliegt seit Jahren einem Strukturwandel, der sich zunächst zwischen inhabergeführten Fachgeschäften und Kleinfilialisten hin zu überregionalen Filialisten, Franchisesystemen und fachmarktorientierten Vertriebsformen vollzog. Seit etwa einer Dekade tritt zudem verstärkt die Konkurrenz des Online-Handels hinzu, der zusehends das „typische“ Fachgeschäft in kleineren bis mittleren Städten ablöst (vgl. auch Pkt. 2.2).

Diese Entwicklung setzt bestehende Fachgeschäfte nicht nur unter wirtschaftlichen Druck, sondern limitiert auch die Weiterführung der Handelsbetriebe im Zuge eines Generationenwechsels; ebenso wie die Neugründung von Geschäften. Somit stehen immer häufiger keine Betreiber als Nachfolge für ausscheidende Betriebe – insbesondere in Klein- und Mittelstädten – zur Verfügung; ebenso ist die Zahl der Existenzgründungen im Handel in kleineren Orten rückläufig.

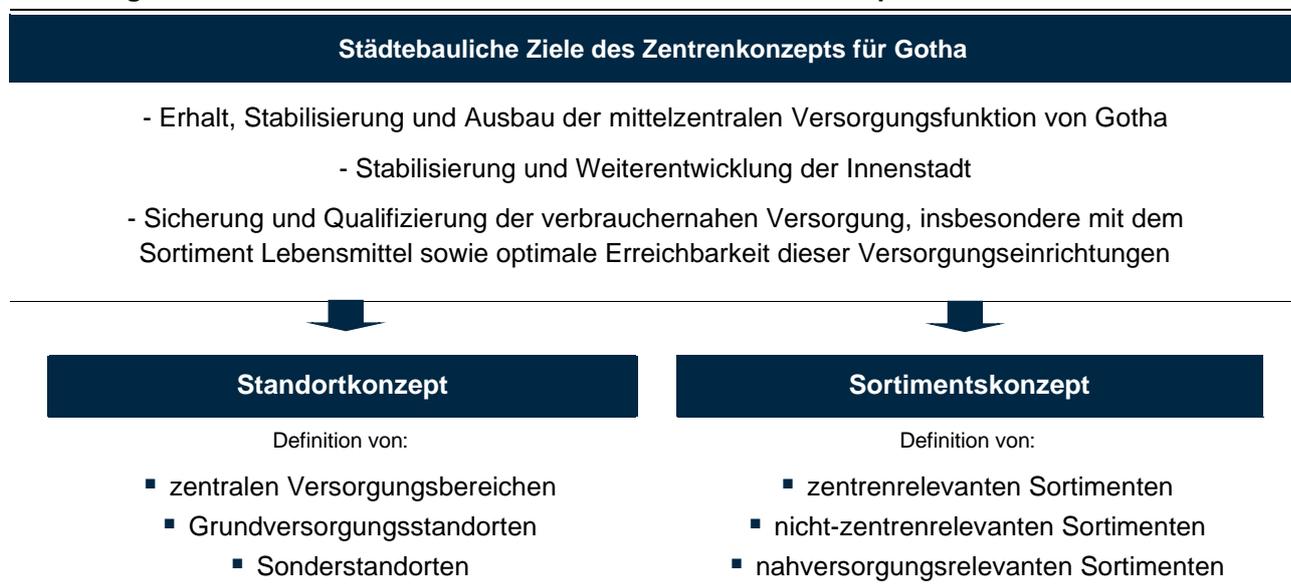
7. Zentrenkonzept Gotha

7.1. Ziele des Zentrenkonzepts

Mit dem folgenden Zentrenkonzept werden die **städtebaulichen Zielvorstellungen** von Gotha zur Einzelhandelsentwicklung determiniert. Hierzu werden hierarchisch abgestufte Versorgungsbereiche definiert und diesen eine Versorgungsaufgabe zugewiesen. Somit soll möglichst im gesamtörtlichen Kontext ein räumlich ausgewogenes und zugleich versorgungsstrukturell sinnvolles Einzelhandelsnetz entwickelt werden, das den lokalen Siedlungsstrukturen von Gotha Rechnung trägt.

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

Abbildung 31: Städtebauliche Ziele und Standort-/ Sortimentskonzept für Gotha



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für die zukünftige Entwicklung des Einzelhandels in Gotha sind die beiden städtebaulich relevanten Punkte Standort- und Sortimentskonzept zu bestimmen. Im **Standortkonzept** werden die räumlichen Vorstellungen zur Ansiedlung und Weiterentwicklung von Einzelhandelsstandorten definiert. Es werden zentrale Versorgungsbereiche identifiziert und abgegrenzt, die für den Erhalt und die Stabilisierung der Versorgungsfunktion von Gotha wichtig sind. Weiterhin werden Grundversorgungsstandorte und Ergänzungs- bzw. Sonderlagen mit ihren jeweiligen Versorgungsfunktionen festgelegt.

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

7.2. Grundlagen der Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen

Auf Basis der dargestellten Ist-Situation im lokalen Einzelhandel sowie der Stadt- und Siedlungsstruktur wird nachfolgend für Gotha ein Zentrenkonzept abgeleitet. Das Zentrenkonzept verfolgt dabei nicht den Eingriff in den einzelbetrieblichen Wettbewerb und stellt auch **keinen Konkurrenzschutz** für Handelsbetriebe dar, da die Entwicklung des Handels eine originär privatwirtschaftliche Aufgabe ist. Mit dem Konzept soll jedoch eine räumlich-funktionale Steuerung des Einzelhandels hin zu einer geordneten Stadtentwicklung erfolgen; insbesondere sollen langfristig nicht korrigierbare Fehlentwicklungen vermieden werden bzw. eingetretene Fehlallokationen von Handelsbetrieben möglichst korrigiert werden.

Der Erhalt und die Weiterentwicklung der zentralen Versorgungsbereiche ist dabei von hoher städtebaulicher Bedeutung, da somit eine Stärkung der Innenentwicklung und der Urbanität von Gotha sichergestellt wird; ebenso spielt die Gewährleistung einer attraktiven wohnortnahen Versorgung angesichts der demografischen Entwicklung und auch der geringen Mobilität älterer Menschen eine wichtige Rolle.

Bei dem Begriff „**zentraler Versorgungsbereich**“ handelt es sich um räumlich abgrenzbare Bereiche einer Gemeinde, denen auf Grund vorhandener Einzelhandelsnutzungen eine bestimmte Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt.⁸⁵ Neben Handelsbetrieben sollte der zentrale Versorgungsbereich auch Dienstleistungsbetriebe und sonstige Nutzungen aufweisen, welche die Handelsfunktion ergänzen, so dass dieser Bereich einen funktionalen Mittelpunkt darstellt.

Idealerweise sind zentrale Versorgungsbereiche – vor allem mit dem ÖPNV und für Fußgänger – verkehrsgünstig erreichbar. Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt eine städtebaulich integrierte Lage voraus.⁸⁶

Eine bloße Agglomeration von Einzelhandelsnutzungen in einem räumlich abgegrenzten Bereich – z.B. in einem Fachmarktzentrum – kann nicht zwangsläufig als zentraler Versorgungsbereich deklariert werden.⁸⁷ Einem zentralen Versorgungsbereich muss die städtebauliche Funktion eines Zentrums zukommen, das die Versorgung des Gemeindegebiets oder eines Teilbereichs mit einem abgestimmten Spektrum an Waren des kurz-, mittel- oder langfristigen Bedarfs und mit Dienstleistungen funktionsgerecht sicherstellen kann.

Zentrale Versorgungsbereiche können sowohl einen umfassenden als auch einen hinsichtlich des Warenangebots oder des örtlichen Einzugsbereichs eingeschränkten Versorgungsbedarf abdecken. Innerhalb von Städten kann es demnach mehr als einen zentralen Versorgungsbereich und unterschiedliche Hierarchiestufen bzw. **Typen von Versorgungsbereichen**⁸⁸ geben:

- **Innenstadtzentren (A-Zentren)** versorgen meist einen größeren Einzugsbereich (Stadtgebiete und darüber hinaus) und bieten regelmäßig ein umfassendes Spektrum von Waren für den kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich an. Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot i.d.R. durch die öffentliche Verwaltung, finanz- und konsumorientierte Dienstleister, medizinische Einrichtungen, freie Berufe, Gastronomie, Entertainment- und Kulturanbieter (abhängig von der Stadtgröße).
- **Neben- oder Stadtteilzentren (B-Zentren)** haben i.d.R. einen mittleren Einzugsbereich (Stadtteile, Stadtbezirke größerer Städte), in denen ein breiteres Spektrum von Waren des kurz- und mittelfristigen (ggf. auch des langfristigen) Bedarfs sowie diverse Dienstleistungs- und Gastronomieangebote vorhanden sind. Nebenzentren können auch eine Teilfunktion des eigentlichen Innenstadtzentrums übernehmen, jedoch bleiben der Umfang des Angebots (Verkaufsfläche) und die Diversifizierung (Sortimentsbreite und -tiefe) deutlich hinter der Angebotspalette eines Innenstadtzentrums zurück.

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

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

87 Isolierte Standorte mit einzelnen Handelsbetrieben bilden keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn sie über einen weiten Einzugsbereich verfügen und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllen mögen.
vgl. Urteil BVerwG [4 C 2.08] vom 17.12.2009.

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

- Grund- bzw. Nahversorgungszentren (**C-Zentren**) offerieren vorwiegend Waren des kurzfristigen Bedarfs und auch Teilbereiche des mittelfristigen Bedarfs. Der Einzelhandel wird durch komplementäre Angebote (z.B. Dienstleistungen, Gastronomie) arrondiert, so dass eine gewisse Funktionsbündelung besteht. Diese wohnortnahen Versorgungsbereiche besitzen im Vergleich zu Nebenzentren einen kleineren Einzugsbereich, der i.d.R. Stadtquartiere oder Wohnortlagen umfasst.

Diese Versorgungszentren sind durch einen „Frequenzbringer“ gekennzeichnet, um welchen sich diverse andere Einzelhandelsanbieter mit einem ergänzenden, ggf. auch konkurrierenden Angebot gruppieren.⁸⁹ Diese Versorgungsbereiche müssen ein umfassendes Nahversorgungsangebot vorhalten, wobei ein Supermarkt oder Discounter i.d.R. als Magnetbetrieb unverzichtbar ist.⁹⁰

Entscheidend ist weiter, dass der Versorgungsbereich nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale⁹¹ Funktion, d.h. eine Mittelpunktfunktion hat. Ferner muss ein Nahversorgungszentrum auch einen gewissen, über seine eigenen Grenzen hinausreichenden räumlichen Einzugsbereich mit städtebaulichem Gewicht haben.⁹² Das weitere Umfeld eines Nahversorgungszentrums sollte dadurch geprägt sein, dass dieser zentrale Versorgungsbereich für einen gewissen räumlichen Bereich das einzige Nahversorgungszentrum darstellt.⁹³

Für Gotha kann bereits heute und auch zukünftig auf die Ausweisung eines sog. B-Zentrums (Stadtteilzentrum) verzichtet werden, da bezüglich der Einwohnerzahl ein derartiges Zentrum nicht vorhanden ist bzw. auf Grund des Fehlens von größeren Stadtbezirken auch nicht entwickelt werden kann. Des Weiteren sollte das begrenzte Nachfragepotenzial vorwiegend in der Innenstadt gebunden und nicht auf weitere Stadtbereiche verteilt werden. Letztlich ist auch die rückläufige Bevölkerungsentwicklung (vgl. Tab. 1) zu beachten, so dass zukünftig mit einer sinkenden Nachfrage und als Folge mit geringeren Umsatzpotenzialen in Gotha zu rechnen ist.

Gemäß dem umseitig eingefügten **Anforderungskatalog** wird später die Identifizierung von zentralen Versorgungsbereichen in Gotha bzw. die Überprüfung der bereits ausgewiesenen Zentren aus dem Einzelhandelskonzept 2011 vorgenommen. Die Aufstellung ortsspezifischer Anforderungskriterien für einen zentralen Versorgungsbereich kann auch bei einer zukünftig möglichen Fragestellung in Bezug auf die Einstufung eines neu hinzutretenden Handelsstandortes und dessen denkbare Funktion als zentraler Versorgungsbereich (z.B. eines Nahversorgungszentrum) zur Beantwortung herangezogen werden.

Unter Einbezug der vorhandenen Siedlungs- und Einzelhandelsstrukturen werden in Gotha aus gutachterlicher Sicht nachfolgende ortsspezifische Anforderungskriterien als Grundlage für die Ausweisung von zentralen Versorgungsbereichen definiert.

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

90 Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläuft.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

Als eine wesentliche Grundvoraussetzung für ein funktionsfähiges Nahversorgungszentrum wird die Existenz eines modernen und zukunfts-fähigen Lebensmittelmarktes unter Einschluss weiterer Handels- und vor allem Dienstleistungsbetriebe gesehen.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

91 Das Adjektiv "zentral" ist nicht rein geografisch in dem Sinne zu verstehen, dass es sich um einen räumlich im Zentrum der jeweiligen Gemeinde gelegenen Bereich handeln muss, es hat vielmehr eine funktionale Bedeutung.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7 A 964/05] vom 11.12.2006.

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

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

Abbildung 32: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen

| | Innenstadtzentrum (A-Zentrum) | Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) |
|--|--|---|
| Einzugsgebiet | <ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtisch sowie überörtlich | <ul style="list-style-type: none"> Wohnquartier, min. 3.000 Einwohner |
| Lage | <ul style="list-style-type: none"> im zentralen Innenstadtbereich Hauptzentrum als größter integrierter Geschäftsbereich | <ul style="list-style-type: none"> städtebaulich integrierte Lage bzw. wohnsiedlungsintegrierter Standort |
| Branchenmix | <ul style="list-style-type: none"> alle Bedarfsbereiche, v.a. spezialisierte Güter des mittel- und langfristigen Bedarfsbereichs | <ul style="list-style-type: none"> Konzentration auf nahversorgungsrelevante Sortimente ggf. Ergänzung durch einzelne Angebote des mittelfristigen Bedarfsbereichs |
| Sortiment | <ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite und -tiefe, möglichst in allen zentrenrelevanten Branchen | <ul style="list-style-type: none"> hohe Sortimentsbreite bei Lebensmitteln bzw. nahversorgungsrelevanten Sortimenten |
| Mindeststandard für eine funktionsfähige Versorgungsstruktur | <ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtischer Angebotsschwerpunkt hinsichtlich der Anzahl der Einzelhandelsbetriebe und der Verkaufsfläche mit zentrenrelevanten Sortimenten | <ul style="list-style-type: none"> ab 5 Betrieben und ca. 2.500 m² Gesamtverkaufsfläche, davon zwingend ein größerer und leistungsfähiger Lebensmittelanbieter (z.B. Supermarkt, Discounter) |
| Einzelhandelsmagneten | <ul style="list-style-type: none"> in möglichst vielen Bereichen | <ul style="list-style-type: none"> Supermarkt/ Discounter |
| Betriebstypen | <ul style="list-style-type: none"> alle Betriebstypen | <ul style="list-style-type: none"> Supermarkt/Discounter, Getränkemarkt, Drogeriemarkt, Apotheke, Nahrungsmittelhandwerker |
| Sortimentsniveau | <ul style="list-style-type: none"> v.a. mittleres und gehobenes Niveau, discountlastige Angebote nur als untergeordnete Ergänzung | <ul style="list-style-type: none"> mittleres bzw. auch Discountniveau |
| Komplementärnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> finanz-, personal-, konsumorientierte Dienstleister, Post, freie Berufe (u.a. Ärzte, Rechtsanwälte, Architekten), Gastronomie, Entertainment, Kulturanbieter, öffentliche Verwaltung | <ul style="list-style-type: none"> wünschenswert wären: finanz- und konsumorientierte Dienstleister, Bankfiliale/ Cash-Point, Postfiliale, Ärzte, (Klein-)Gastronomie |
| Räumliche Ausdehnung | <ul style="list-style-type: none"> entsprechend den räumlichen Gegebenheiten | <ul style="list-style-type: none"> funktionsfähige Strukturen i.d.R. bei einer Ausdehnung von max. 100 Metern bzw. innerhalb eines Gebäudekomplexes |
| Verkehrserreichung | <ul style="list-style-type: none"> Parkraumkonzept zentrale ÖPNV-Haltestelle Fußgänger- oder verkehrsberuhigte Zone | <ul style="list-style-type: none"> Pkw-Stellplätze Anbindung an ÖPNV Fuß-/Fahrradwegeanbindung |
| Versorgungsfunktion | <ul style="list-style-type: none"> gesamtstädtische und überörtliche Versorgungsfunktion gesamt- und überörtliche Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion | <ul style="list-style-type: none"> Versorgung für umliegende Wohngebiete/-quartiere vor allem im kurzfristigen Bedarfsbereich Mittelpunkt-/ Kommunikations- und Treffpunktfunktion für ein Wohnquartier |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7.3. Identifikation strukturprägender Versorgungsbereiche in Gotha

7.3.1. Zentrale Versorgungsbereiche

Im Zentrum von Gotha ist die **Einkaufsinnenstadt** (A-Zentrum) verortet. Der Handelsbesatz der fast 150 Geschäfte umfasst rd. 28.600 m², demnach ist diesem Bereich ein hohes versorgungsstrukturelles Gewicht zuzuschreiben. Im arbeitsteiligen Zusammenspiel der Handelsbetriebe und der zahlreichen komplementären Angebote – es existieren fast 60 Komplementärbetriebe – ist eine hohe Angebotszentralität der Gothaer Innenstadt erkennbar.

Mit Blick auf die Sortimentsabdeckung bietet die Gothaer Innenstadt ein breites Warenspektrum an, in allen innenstadtrelevanten Sortimenten ist ein kompetentes Angebot vorzufinden. In dem zentralen Versorgungsbereich ist eine umfängliche Bedarfsabdeckung möglich.

Die städtebauliche Situation der Gothaer Altstadt stellt sich attraktiv dar. Der Zustand der meist kleinteiligen, zum großen Teil aufwendig sanierten Wohn- und Gewerbeimmobilien ist als ansprechend zu bewerten. Eine positive Wirkung erzeugen ferner die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und vor allem die innerstädtische Stadtmöblierung. Der Handelsbesatz in der Altstadt ist hauptsächlich in kleinformatischen Geschäften organisiert, was auf die kleinstrukturierte Bebauung zurückzuführen ist. Dennoch existieren mit einem Kaufhaus, einem Drogeriemarkt und verschiedenen Textilanbietern auch großformatige Anbieter.

Unmittelbar nördlich der Altstadt wurde mit dem Altstadtforum ein innerstädtischer Fachmarktstandort entwickelt, der räumlich und funktional an die Hauptgeschäftslage der Altstadt angebunden ist. Die großformatigen und fachmarkttypischen Handelsbetriebe ergänzen das überwiegend kleinstrukturierte Angebot in der Altstadt zielgerichtet, so dass sich im Zusammenspiel ein attraktiver Mix aus verschiedenen, unterschiedlich positionierten Handelsbetrieben zeigt. Der Fachmarktbereich trägt zur Kundenakzeptanz des Altstadthandels mit bei; so können beide Bereiche arbeitsteilig eine attraktive Nachfrageabdeckung vornehmen.

Nordwestlich der Altstadt ist ein Geschäftshaus mit dem größten Gothaer Elektromarkt und einem Schuhfachmarkt etabliert. Der Bereich ist über den Brühl an den Neumarkt angebunden und stellt ebenfalls eine zielgerichtete Ergänzung des Altstadthandels dar.

Das Einzugsgebiet des Innenstadthandels umfasst die Stadt Gotha und umliegende Orte im räumlichen Umfeld der Stadt. Der Innenstadtbereich besitzt eine stadtübergreifende Ausstrahlung und kann sowohl für die Bewohner von Gotha als auch des Umlandes eine kompetente Versorgung abbilden.

Im Fazit ist unter städtebaulichen und auch versorgungsstrukturellen Aspekten die Gothaer Einkaufsinnenstadt – auch unter Berücksichtigung der Rechtsprechung – unzweifelhaft als ein zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren.

In Bezug auf das Vorhandensein von zentralen Versorgungsbereichen einer niedrigeren Hierarchiestufe wurde im westlichen und im östlichen Kernstadtgebiet je ein **Nahversorgungszentrum** (C-Zentrum) identifiziert. Hierbei handelt es sich um die bereits in dem Zentrenkonzept 2011 ausgewiesenen Nahversorgungszentren Coburger Platz und Städtischer Hof.

In beiden zentralen Versorgungsbereichen operieren je zehn Handelsbetriebe mit einer Verkaufsfläche von 3.700 m² bzw. 4.100 m² (vgl. Tab. 6), deren Angebot maßgeblich auf nahversorgungsrelevante Sortimente ausgerichtet ist.

Das Handelsangebot wird jeweils durch komplementäre Betriebe arrondiert, so dass eine attraktive und komplexe Grundversorgung für die Bewohner in Gotha-West bzw. auch im Gothaer Osten dargestellt wird. Die Nahversorgungszentren erfüllen jeweils eine wichtige Grundversorgungsfunktion, da im fußläufigen Nahbereich beider Standorte eine hohe Wohnverdichtung besteht. Neben der guten fußläufigen Erreichbarkeit verfügen beide Standortbereiche jeweils über eine ÖPNV-Anbindung (Stadtbus).

Mit Blick auf die Definition von **weiteren Nahversorgungszentren** erfolgt keine erneute Ausweisung der beiden anderen, im Zentrenkonzept 2011 festgelegten Zentren. Dies beruht besonders auf den Maßgaben bzw. den Anforderungen an einen derartigen Bereich (vgl. Seite 66 und die Rechtsprechung in den entsprechenden Fußnoten).

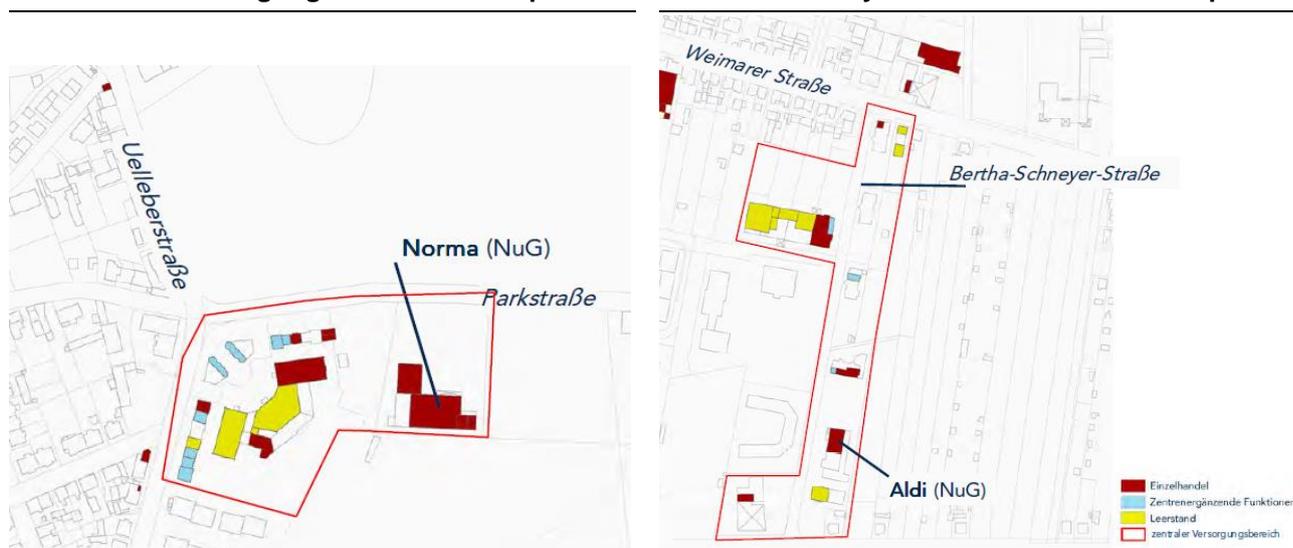
Das vormals ausgewiesene Nahversorgungszentrum Schloßparkcenter verfügt über einen Angebotsbesatz von rd. 1.700 m² und erfüllt folglich die an ein Nahversorgungszentrum gestellten flächenseitigen Anforderungen (min. 2.500 m² VK, vgl. Abb. 32) nicht. Der Flächenbesatz⁹⁴ liegt unterhalb der „kritischen Masse“ für einen entsprechenden Bereich, so dass bereits bei möglichen kleineren Substanzverlusten ein Verlust der Versorgungsfunktion einhergehen könnte. Darüber hinaus fokussiert die Sortimentsausrichtung dieses Standortbereichs nicht auf die Nahversorgung, da mit einem Sportfachmarkt ein großer Anbieter im mittelfristigen Bedarfsbereich angesiedelt wurde; entsprechend fehlen nahversorgungsrelevante Angebote.

Des Weiteren befindet sich der Norma-Markt nicht in einer städtebaulich integrierten Lage bzw. an einem wohnsiedlungsintegrierten Standort; im direkten Umfeld des Discounters zeigen sich lediglich Freiflächen; der Bereich ist zudem mit dem in westlicher Richtung liegenden Alten Schlachthof nur unzureichend verknüpft. Da der Norma-Markt nicht in die Strukturen des städtebaulich attraktiven Schlachthofgeländes eingebunden ist, fehlt diesem Bereich ein Frequenzanker und dementsprechend auch eine entsprechende Mittelpunkts- und Kommunikationsfunktion.

Das definierte Nahversorgungszentrum Bertha-Schneyer-Straße weist mit rd. 1.200 m² unzweifelhaft eine zu geringe Verkaufsfläche auf, die Betriebsanzahl in diesem bandförmigen Bereich liegt bei lediglich vier Handelsbetrieben. Aktuell stellt ein Netto-Markt – arbeitsteilig mit einem naheliegenden Penny-Markt in der Clara-Zetkin-Straße – die Grundversorgung für das Wohnumfeld dar; mit einer Apotheke und einem Sanitäts-haus sowie einem Tankstellenshop zeigt sich nur ein limitiertes nahversorgungsrelevantes Angebot.

Der vormals südlich befindliche Aldi-Markt (im Standortverbund mit einem Getränkemarkt) hat sich bereits langjährig abgesiedelt, die Flächen werden durch einzelhandelsfremdes Gewerbe nachgenutzt. Der zonierte Bereich hat bereits auch schon zum damaligen Zeitpunkt keinen tatsächlichen „Mittelpunkt“ ausgebildet, sondern bestand lediglich aus diesen beiden räumlich versetzt liegenden Märkten und hat einen funktional labilen Gesamteindruck hinterlassen. Unter städtebaulichen Aspekten und auch unter Berücksichtigung der Rechtsprechung ist dieser Bereich nicht als zentraler Versorgungsbereich zu kategorisieren.

Karte 7: Nahversorgungszentren Schloßparkcenter / Bertha-Schneyer-Straße lt. Zentrenkonzept 2011



Quelle: Zentrenkonzept Gotha 2011, Abb. 52 + 54

94 Ein innerstädtischer Bereich mit einem Lebensmitteldiscounter sowie weiteren Einzelhandelsbetrieben und einigen Dienstleistungsangeboten kann regelmäßig keine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen und ist deshalb kein zentraler Versorgungsbereich.
 vgl. auch Urteil OVG NRW [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

Die **Bestimmung und räumliche Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereiches** ist grundsätzlich unter städtebaulichen und funktionalen Gesichtspunkten⁹⁵ vorzunehmen und stellt ein Pflichtgebot eines Zentrenkonzepts dar. Nachstehend werden die wesentlichen Bestimmungskriterien aufgeführt, die in Folge bei der räumlichen Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche beachtet werden; als Hauptpunkte sind städtebauliche Kriterien und der Handelsbesatz zu sehen. Ferner finden die bereits in dem vormaligen Einzelhandelskonzept 2011 abgegrenzte Bereiche Berücksichtigung, die sich weitgehend auf Grundlage der aktuellen Bestandserhebung und der Nutzungsstrukturen als sachgerecht erwiesen haben.

Abbildung 33: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen

| | Bestimmungsgrößen |
|--|--|
| Städtebauliche Kriterien | räumliche Verteilung des Einzelhandelsbesatzes und der komplementären Funktionen, stadthistorische Aspekte, räumliche Zusammenhänge und Wegeverbindungen, Bebauungsstruktur, städtebauliche Barrieren, Verkehrsstruktur, Gestaltung öffentlicher Raum, Stadtbild, Kompaktheit, Architektur |
| Quantitative Kriterien zum Handelsbesatz | Verkaufsflächenbestand und dessen räumliche Verortung (v.a. von Magnetbetrieben), Ladenstruktur, Handelsdichte, Branchenmix, Multifunktionalität durch Dienstleister, Gastronomie, öffentliche Nutzungen etc., Potenzialflächen |
| Bevölkerung | Mantelbevölkerung im fußläufigen Nahbereich, Zuordnung zu einem Einzugsgebiet bzw. einem Ortsteil, bestehende Kundenfrequenzen |
| Erreichbarkeit | fußläufige Erreichbarkeit, Verkehrsanbindung, ÖPNV-Anschluss |
| Versorgungs-/ Einzelhandelscharakter | Bedarfshäufigkeit/Fristigkeit des Angebots, vorhandene Magnetbetriebe, Ausrichtung von standortprägenden Einzelhandelsbetrieben |
| Ökonomische Voraussetzungen | ausreichendes Einzugsgebiet und Nachfragepotenzial, perspektivische Entwicklung der Kaufkraft, Einwohner im Nahbereich |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

⁹⁵ Anmerkung: Ein innerstädtischer zentraler Versorgungsbereich muss nicht zwingend dem Hauptgeschäftsbereich einer Stadt entsprechen und muss beispielsweise auch nicht mit einer Kern- oder Sondergebietsausweisung in Bebauungsplänen übereinstimmen.

7.3.2. Sonstige Versorgungslagen

In der Regel ist eine vollumfängliche und flächendeckende Versorgung durch die Einzelhandelsangebote nur in zentralen Versorgungsbereichen nicht möglich, da eigens in Innenstädten oft größere Handelsbetriebe auf Grund der kompakten und kleingliedrigen Bebauungsstrukturen oder durch räumliche Begrenzungen nicht etabliert werden können. Somit können größere Handelsbetriebe – beispielsweise auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten – in diesen Lagen oft nicht untergebracht werden. Ferner ist auch außerhalb von zentralen Versorgungsbereichen eine Grundversorgung notwendig.

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

Diese Standorte werden i.d.R. monofunktional durch einen Anbieter des Lebensmitteleinzelhandels (bspw. Discounter, Supermarkt), teilweise weitere kleinteilige Lebensmittelanbieter (u.a. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt) oder Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten geprägt und stellen vor allem für ihr näheres räumliches Umfeld die Grundversorgung⁹⁶ dar. Diese Angebotsstandorte dienen vordringlich der Nahversorgung der im fußläufigen Bereich lebenden Bevölkerung.

Die Ausstattung dieser Grundversorgungsstandorte kann in Bezug auf die Größe bzw. Komplexität schwanken, fokussiert jedoch auf nahversorgungsrelevante Sortimente. Die Standorteigenschaften eines Grundversorgungsstandortes werden wie folgt definiert:

- mindestens ein größerer kompetenter Nahversorgungsbetrieb (Discounter, Supermarkt, SB-Markt), in Ergänzung auch kleinformige Lebensmittelanbieter (z.B. Bäcker, Fleischer, Getränkemarkt),
- überwiegende Ausrichtung auf das Sortiment Lebensmittel; in Ergänzung auch andere nahversorgungsrelevante Sortimente möglich und wünschenswert, andere Sortimente nur im Randsortiment und dem Lebensmittelangebot untergeordnet,
- räumliche und funktionale Zuordnung des Standortes zu einem Siedlungsschwerpunkt (bspw. Stadtteil, Wohnquartier), zentrale und für die Wohnbevölkerung fußläufig gut erreichbare Lage,
- möglichst wohnsiedlungsintegrierte Lage, jedoch auch in Randlage – mit direkter fußläufiger Anbindung – zu einem Wohnquartier möglich,
- hohe Mantelbevölkerung im unmittelbaren Umfeld (in Abhängigkeit der lokalen Siedlungsstrukturen) und
- ÖPNV-Anbindung (optional).

Die Grundversorgungsstandorte haben weder funktional noch städtebaulich einen Zentrencharakter, da diese Standorte i.d.R. durch eine eingeschränkte und monofunktionale Angebotsstruktur bzw. eine geringe Nutzungsdurchmischung geprägt sind, keine sog. Mittelpunktfunktion besitzen oder die Komplementärnutzungen (u.a. Dienstleistungen, Gastronomie) nur unzureichend ausgebildet sind.

Diese Standorte stellen keinen zentralen Versorgungsbereich im Sinne der Baunutzungsverordnung und des Baugesetzbuches – d.h. kein sog. Nahversorgungszentrum (vgl. Seite 67) – dar, wenngleich diese Lebensmittelmärkte einen wichtigen Beitrag zur verbrauchernahen Versorgung leisten. Eine Schutzmöglichkeit die-

⁹⁶ Unter Grundversorgung wird i.S.d. LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.
vgl. Ministerium für Bau, Landesentwicklung und Verkehr, Landesentwicklungsprogramm Thüringen 2025, Begründung zu 2.6.1 bis 2.6.4.

ser sog. Nahversorger durch eine Ausweisung als zentraler Versorgungsbereich ist jedoch auch aus Gründen eines individuellen Konkurrenzschutzes unzulässig.⁹⁷

Derzeit sind bereits Grundversorgungsstandorte vorhanden, deren flächen- und branchenseitiges Angebot prinzipiell auf eine Grundversorgung fokussiert; deren Angebot jedoch über die Lebensmittelversorgung hinaus reicht und breiter ausgebildet ist, insbesondere sind in diesen Bereichen auch Betriebe des mittel- und langfristigen Bedarfs etabliert. Diese Standortagglomerationen werden als sog. **komplexe Nahversorgungsstandorte** eingestuft.

Grundsätzlich erfüllen auch die komplexen Nahversorgungsstandorte nicht die beschriebenen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, da diese Bereiche vor allem durch fachmarkttypische Angebotsstrukturen geprägt sind und eine Mittelpunktfunktion nicht ausgeprägt ist. Diese Standortbereiche stellen jedoch hinsichtlich ihrer Funktion einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung, ausdrücklich mit dem Sortiment Lebensmittel, dar. Demnach besitzen diese Standorte – wie auch die Grundversorgungsstandorte – einen gewissen Schutz, der in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formuliert wird.

Neben dem Handel in den zentralen Versorgungsbereichen und an Grundversorgungsstandorten wird das Angebot in Gotha durch **Sonderlagen** (Ergänzungslagen) komplettiert. Diese Handelslagen sind i.d.R. durch einen Besatz von Fachmärkten oder anderen großformatigen Anbietern gekennzeichnet.

Die auf wenige Branchen des großflächigen Einzelhandels spezialisierten Geschäftslagen sind meist an verkehrsgünstig gelegenen Standorten adressiert. Diese Lagen sind als nicht-schützenswert im Sinne der Stadtentwicklung zu reklamieren, da sie wegen ihrer dezentralen Lage, zum Teil auch der Konkurrenzsituation zum innerstädtischen Handel sowie der fachspezifischen Ausrichtung nur ein eingeschränktes Warensortiment führen und nicht durch andere Nutzungen ergänzt werden; wenngleich diese Betriebe über einen weiten Einzugsbereich verfügen können und z.T. auch eine wichtige Versorgungsfunktion erfüllen.

Weiterhin sind außerhalb der vorstehend beschriebenen Einzelhandelsstandorte Handelsbetriebe in **Streulagen** vorhanden, die größtenteils durch kleinteilige und historisch gewachsene Einzelhandelsanbieter – meist Fachgeschäfte – oder durch Non-Food-Fachmärkte in einer Solitärlage geprägt sind.

97 Ein als zentraler Versorgungsbereich zu qualifizierendes Grund- oder Nahversorgungszentrum setzt voraus, dass mehrere Einzelhandelsbetriebe mit sich ergänzenden und/oder konkurrierenden Warenangeboten vorhanden sind, weil anderenfalls der von § 34 Abs. 3 BauGB beabsichtigte Schutz zentraler Versorgungsbereiche der Sache nach auf einen individuellen Schutz einzelner Betriebe vor der Ansiedlung von Konkurrenz in seinem Einzugsbereich hinausläuft.
vgl. auch Urteil OVG NRW [4 A 964/05] vom 11.12.2006.

Ein innerstädtischer Bereich mit einem Lebensmitteldiscounter sowie weiteren Einzelhandelsbetrieben und einigen Dienstleistungsangeboten kann regelmäßig keine zentrale Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus wahrnehmen und ist deshalb kein zentraler Versorgungsbereich.
vgl. auch Urteil OVG NRW [10 D 32/11.NE] vom 15.02.2012.

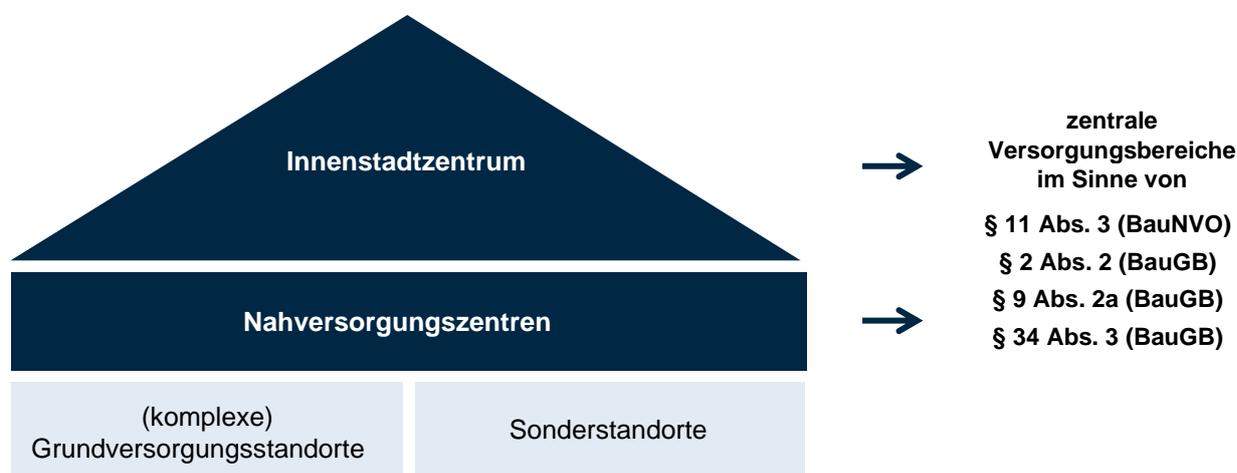
7.4. Zentren- und Standortkonzept Gotha

7.4.1. Überblick über die Zentren-/ Standortstruktur

Für Gotha wird ein **abgestuftes Netz von Versorgungsbereichen** ausgewiesen, um der gesamt- und auch überörtlichen Versorgungsfunktion als Mittelzentrum mit oberzentralen Teilfunktionen, aber auch den versorgungsstrukturellen Anforderungen an den jeweiligen mikroörtlichen Siedlungs- bzw. Wohnbereich gerecht zu werden.

Das künftige **Zentrenleitbild** für die Einzelhandelsentwicklung von Gotha beinhaltet nachfolgende funktionale Gliederung, die auf Basis der sortiments- und lagespezifischen Einzelhandelsanalyse und der lokalen Standortrahmenbedingungen erstellt wurde. Innerhalb von Gotha sind vier strukturprägende Einzelhandelslagen ausgebildet.

Abbildung 34: Modell der Zentrenstruktur von Gotha



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Der Stadt Gotha wird die Ausweisung der **Einkaufsinnenstadt** weiterhin als zentraler Versorgungsbereich empfohlen. Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels und komplementärer Funktionen auf diesen Bereich wird einer weiteren Streuung des Angebots über das gesamte Gothaer Stadtgebiet entgegengewirkt; ferner soll eine Stärkung der Innenstadt durch die räumliche Bündelung des Angebots – auch unter dem Aspekt des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden.⁹⁸

Die Gothaer Einkaufsinnenstadt soll dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden. Nur wenn das Zentrum insgesamt und beständig einen Anziehungsbereich darstellt, kann es langfristig funktionieren, sich vorteilhaft auf die gesamtstädtische Entwicklung auswirken und ausdrücklich auch eine überörtliche Strahlkraft entwickeln.

In den Stadtgebieten Gotha-West und in Gotha-Ost ist jeweils ein **Nahversorgungszentrum** situiert. Diese wohnortnahen Versorgungsbereiche übernehmen eine überwiegend stadtteilbezogene Versorgungsfunktion für die umliegenden Wohnquartiere, wobei eigens in Gotha-West auf Grund der hier befindlichen Großwohnsiedlung eine hohe Verdichtung ausgebildet ist. Die Nahversorgungszentren stellen ebenfalls einen sog. zentralen Versorgungsbereich dar, der dem Schutzstatus des § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung und des Baugesetzbuches (§ 34 Abs. 3 / § 2 Abs. 2 / § 9 Abs. 2a) unterliegt.

⁹⁸ Dies ist auch unter dem Aspekt zu sehen, dass dieser Bereich bereits heute den anzahlmäßig größten zusammenhängenden Einzelhandelsstandort bildet.

Das Angebot in den skizzierten zentralen Versorgungsbereichen wird durch **Grundversorgungsstandorte**⁹⁹ arrondiert. Die Grundversorgungsstandorte sind durch die Existenz eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters (z.B. Supermarkt, Discounter) gekennzeichnet, dessen Angebot u.U. durch andere Lebensmittelanbieter oder Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten ergänzt werden kann. Die Grundversorgungsstandorte befinden sich in einer für die Wohnbevölkerung gut erreichbaren Lage und verfügen über eine – für die jeweiligen lokalen Gegebenheiten – hohe Mantelbevölkerung im direkten fußläufigen Umfeld. Andere Einzelhandelsortimente außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollten an diesen Standorten i.d.R. nicht angesiedelt werden, um die funktionsteilige Angebotsstruktur zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und diesen Standorten nicht zu unterlaufen.

Auf Grund der vorgenommenen Einstufung können dieser Standortkategorie sieben sog. Grundversorgungsstandorte in der Gothaer Kernstadt (Mariengasse [Netto], Europakreuzung [REWE], Parkstraße [Netto], Parkstraße [Norma], Gerit-Engelke-Straße [nahkauf], Reinhardsbrunner Straße [Penny] sowie Eschleber Straße [Netto] und vier Standorte in den Ortsteilen Siebleben und Sundhausen (Weimarer Straße [tegut], Bertha-Schneyer-Straße [Netto], Clara-Zetkin-Straße [Penny] und Leinastraße [tegut]) zugeordnet werden.

An drei weiteren Standorten geht die Versorgungsfunktion dieser Standortbereiche über die Grundversorgung hinaus, da auch weitere Warengruppen – dem Lebensmittelsortiment allerdings deutlich untergeordnet – mit offeriert werden. Diese Bereiche werden als sog. **komplexe Grundversorgungsstandorte** (Kindleber Straße, Schöne Allee, Bürgeraue) definiert.

Die Grundversorgungsstandorte erfüllen nicht die beschriebenen Kriterien an einen zentralen Versorgungsbereich, stellen jedoch hinsichtlich ihrer integrierten Lage einen wesentlichen Beitrag zur verbrauchernahen Grundversorgung der Bevölkerung, insbesondere mit dem Sortiment Lebensmittel, dar. Diese Standorte genießen auch einen Schutz, der in § 11 Abs. 3 Satz 2 BauNVO formuliert wird.

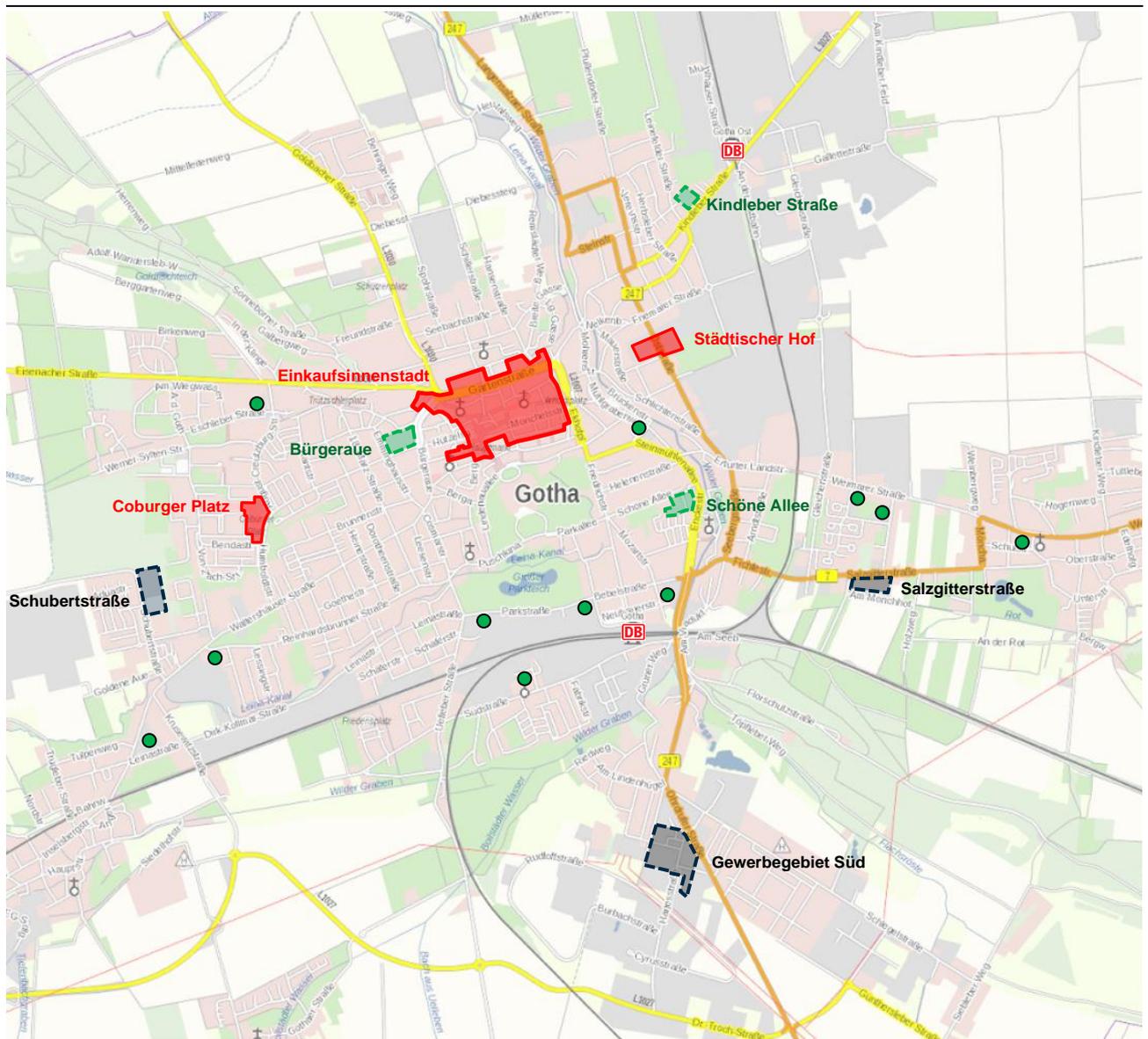
Neben den dargestellten Versorgungsbereichen existieren weitere Einzelhandelslagen, die als **Sonderlagen** zu klassifizieren sind. Diese Standortbereiche besitzen hinsichtlich der Ausprägung und der Lagequalität nicht die Merkmale eines zentralen Versorgungsbereiches. Die Betriebe in dieser Lage sollten vor allem eine Ergänzungsfunktion zu den bereits beschriebenen Einzelhandelslagen darstellen und nicht in einer direkten Konkurrenzsituation zu dem Handel in der Innenstadt oder an den Grundversorgungsstandorten stehen. Derzeit wurden im Gewerbegebiet Süd, an der Salzgitterstraße und an der Schubertstraße drei Sonderlagen identifiziert.

99 Grundversorgungsstandorte werden – anders als zentrale Versorgungsbereiche – nicht räumlich abgegrenzt. Die Schutzwürdigkeit eines Grundversorgungsstandortes bezieht sich immer auf seine ausgeübte Funktion als Grund- bzw. Nahversorger in seinem funktionalen Versorgungsgebiet. Dieser Schutzstatus stellt ausdrücklich keinen Wettbewerbsschutz für Einzelbetriebe oder bestimmte Anbieter dar (keine wettbewerbliche Schutzfunktion).

Einzelhandels- und Zentrenkonzeption für die Stadt Gotha

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

Karte 8: Zentren- und Standortkonzept Gotha



— zentrale Versorgungsbereiche

— komplexer Grundversorgungsstandort

— Sonderlage

● Grundversorgungsstandort

Kartengrundlage:
GDI-Th Freistaat Thüringen
(Geoclient 1.8.1)

Bearbeitung:
BBE Handelsberatung

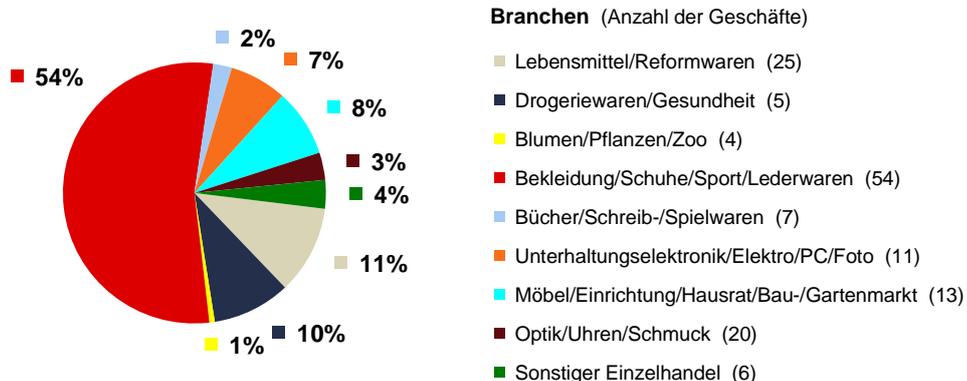


7.4.2. Zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

Nachstehend wird eine Beschreibung der prägenden Versorgungslagen in Gotha vorgenommen, beginnend mit dem Innenstadtzentrum. Des Weiteren erfolgen die räumliche Abgrenzung dieser Bereiche, eine Funktionszuweisung sowie die Formulierung der zukünftigen Entwicklungsziele.

Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

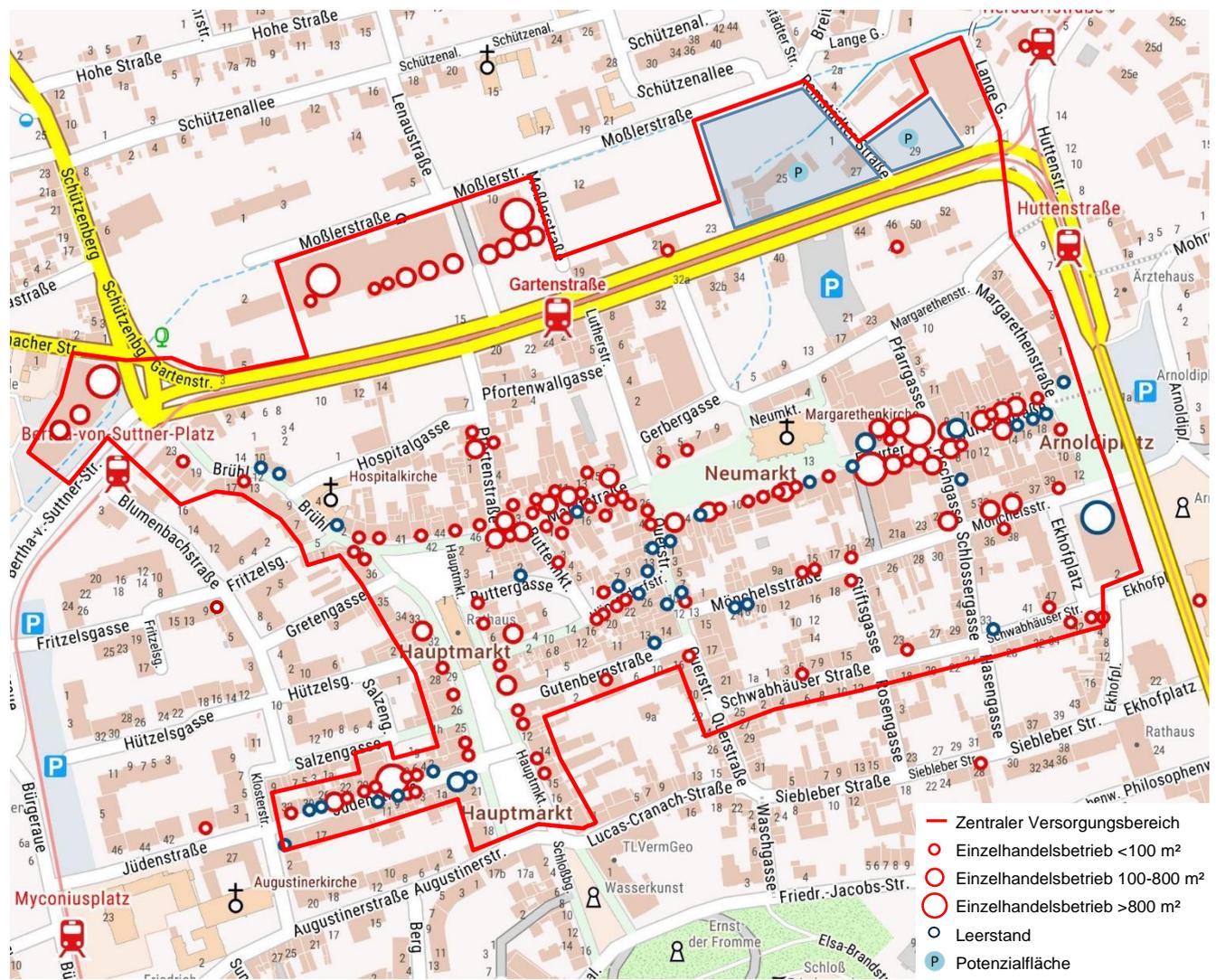
| | |
|------------------|--|
| Zentrentyp | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Innenstadt-/ Hauptgeschäftszentrum (A-Zentrum) |
| Lage | <ul style="list-style-type: none"> ▪ im zentralen Kernstadtgebiet ▪ Innenstadt ist nördlich des topographisch höhenversetzt liegenden Gothaer Schlosses situiert und breitet sich zwischen der Bürgerau, straßenbegleitend zur Gartenstraße und der Huttenstraße/Arnoldplatz aus ▪ die traditionelle Hauptgeschäftslage innerhalb der Altstadt verläuft von der Jüdenstraße über den Hauptmarkt, die Marktstraße, den Neumarkt bis zur Erfurter Straße; nördlich an die Altstadt schließt sich das Altstadtforum an |
| Erreichbarkeit | <ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anbindung des Zentrums über die östlich und nördlich verlaufende Landesstraße L3007, die als innerörtliche Hauptdurchfahrtsstraße fungiert; mehrere direkte Zufahrten zur Altstadt ▪ Verkehrssystem der Altstadt ist teilweise durch enge Straßenquerschnitte und Einbahnstraßenregelungen geprägt |
| Parken | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Pkw-Abstellmöglichkeiten durch vereinzelte innerstädtische Parkplätze und verschiedene straßenbegleitende Parkmöglichkeiten in der Altstadt (überwiegend kostenpflichtig) ▪ betriebseigene Parkplatzanlagen u.a. des Altstadtforums, des Kaufhauses Moses, am Bertha-vom-Suttner-Platz oder am Innenstadtrand bei Kaufland ▪ weitere kostenfreie Parkplätze in begrenzter Anzahl in Randlage zum Zentrum |
| ÖPNV | <ul style="list-style-type: none"> ▪ mehrere Straßenbahn- und Bushaltestellen direkt am Altstadtrand, somit sehr gute Anbindung an den ÖPNV |
| Leitbranchen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ breitgefächertes Angebot, eine Leitfunktion übernimmt funktionsgerecht die Modebranche ▪ überwiegend mittleres bis gehobenes Sortiments- und Preisniveau, auch discountorientierte Angebote vorhanden |
| Aktive VK-Fläche | <ul style="list-style-type: none"> ▪ ca. 28.560 m² Verkaufsfläche (rd. 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) |
| Anzahl Geschäfte | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 145 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 44 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe) |
| Branchenstruktur | |



Einzelhandels- und Zentrenkonzeption für die Stadt Gotha

| | |
|-----------------------|--|
| Einzelhandelsmagneten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kaufhaus Moses, C&A, New Yorker, Sport 2000, Thalia, Müller Drogerie, Expert, Betriebe des Altstadtforums (u.a. REWE, dm, Woolworth, Mister & Lady, Deichmann) |
| Filialisierungsgrad | <ul style="list-style-type: none"> ▪ hoher Filialisierungsgrad, ca. 58 % (ca. 16.700 m²) der Verkaufsfläche werden durch 43 Filialisten belegt |
| Komplementärangebote | <ul style="list-style-type: none"> ▪ konsumnahe Dienstleistungen, Finanzdienstleistungen, Gastronomie, Büros, medizinische Versorgung (58 komplementäre Anbieter) ▪ Stadtverwaltung (Rathaus) ist am Hauptmarkt etabliert, an den Hauptmarkt schließt sich in südlicher Richtung das Gothaer Schloß an |
| Einzugsgebiet | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gotha und umliegende Orte in der Region, hohe Strahlkraft vor allem auf (unterversorgte) Kommunen im Nahbereich von Gotha |
| Einzelhandelsfunktion | <ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtstädtische Versorgungsfunktion in allen Bedarfsbereichen, Fokussierung auf Waren des kurz- und mittelfristigen Bedarfsbereichs ▪ funktionaler Einzelhandelsschwerpunkt von Gotha ▪ überörtliche Versorgungsfunktion für das regionale Umfeld von Gotha |

Räumliche Abgrenzung¹⁰⁰



100 Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlic.

| | |
|------------------------------|---|
| Leerstand | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leerstand von 37 Gewerbeeinheiten in der Altstadt, die sich größtenteils auf Nebengeschäftslagen verteilen ▪ leerstehende Gewerbeflächen – ohne zwei großformatige Leerstände – weisen eine durchschnittliche Ladengröße von lediglich ca. 50 m² je Geschäft auf und fallen für die Ansiedlung von modernen und leistungsfähigen Handelskonzepten zu klein aus; Nutzung u.a. durch Dienstleistungsanbieter, Büros, Kleingastronomie möglich und wünschenswert |
| Potenzialflächen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ keine größeren Baulücken bzw. Potenzialflächen in der Altstadt ▪ nordöstlich der Altstadt – zwischen Raiffeisenbank und dem Kino (Cineplex) – auf einem brachliegenden vormaligen Gewerbegrundstück; der Bereich stellt sich städtebaulich unattraktiv dar, mit der Inwertsetzung kann eine Aufwertung dieses Standortbereiches und eine städtebauliche Neuordnung erreicht werden |
| Planungsrechtliche Situation | <ul style="list-style-type: none"> ▪ in der Altstadt existieren keine den Einzelhandel betreffenden Bebauungspläne ▪ für das Altstadtforum wurde ein Bebauungsplan (gesetzt im April 2018) aufgestellt <ul style="list-style-type: none"> - Ausweisung des Areals als Sondergebiet i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO - Festsetzung von einzelnen Nutzungen und Begrenzung der jeweiligen Verkaufsfläche ▪ für das Geschäftshaus an der Bertha-von-Suttner-Straße wurde ein Bebauungsplan (gesetzt im März 2000) aufgestellt <ul style="list-style-type: none"> - Ausweisung des Areals als Sondergebiet i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO - Festsetzung einer maximalen Verkaufsfläche von 3.300 m² und Festsetzung von einzelnen Nutzungen ▪ Ausweisung des zentralen Versorgungsbereiches im Flächennutzungsplan als Gemische Baufläche und als Wohnbaufläche |
| Städtebauliche Kurzbewertung | <p><u>Altstadt</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ die Altstadt setzt sich vorwiegend aus historischen und attraktiven Bausubstanzen mit hohem gestalterischem und kulturellem Wert zusammen ▪ fast durchgehende heterogene Bebauung des Hauptgeschäftsbereiches mit mehrgeschossigen Wohn- und Geschäftshäusern, der Einzelhandel ist meist straßenbegleitend in den Erdgeschosszonen angesiedelt ▪ im Hauptgeschäftsbereich meist durchgängige Schaufensterfront mit Handelsbetrieben und komplementären Nutzungen, keine spürbaren Funktionsunterbrechungen ▪ attraktive Kombination von großformatigen Handelsbetrieben und zahlreichen kleineren Geschäfte; hohe Angebotsmasse, auch bedingt durch komplementäre Nutzungen ▪ die Bausubstanzen sind größtenteils saniert und in einem optisch guten Zustand ▪ positive Wirkungen ergeben sich durch die gestaltenden Elemente im öffentlichen Raum und die ansprechende Stadtmöblierung und Bepflasterung |



Altstadtforum

- direkt nördlich an die Altstadt angrenzend, zwei gute Überquerungsmöglichkeiten der Gartenstraße
- das bandförmige Areal ist durch eine moderne und zeitgemäße Fachmarktstruktur geprägt
- der großformatige Handel ist in funktionalen Fachmarktgebäuden organisiert; vorgelagert befindet sich die betriebseigene (kostenfreie) Parkplatzanlage
- optimale funktionale Ergänzung des überwiegend kleinformatischen Altstadthandels

Geschäftshaus Bertha-von-Suttner-Platz

- zweigeschossiges funktionales Gebäude mit aufgesetztem Parkdeck
- moderne Architektursprache, der Handel ist großformatigen Einheiten im Erdgeschoss und im Obergeschoss untergebracht



Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich Innenstadt

Stärken

- städtebaulich sehr attraktive Altstadt, die direkt an das Schloß Friedenstein angrenzt
- gute verkehrliche Erreichbarkeit, zufriedenstellende Parkplatzsituation im gesamten Innenstadtbereich
- direkte Anbindung an den lokalen ÖPNV
- verdichtete Wohnbebauung in der westlichen Innenstadt, dadurch hohe Nachfrage bereits im Nahbereich der Altstadt
- anzahlmäßig größter zusammenhängender Einzelhandelsstandort in Gotha mit einer hohen (absoluten) Angebotsmasse
- verschiedene großformatige Einzelhandelsmagneten in der Altstadt
- leistungsstarke Filialisten im Altstadtforum und am Bertha-vom-Suttner-Platz
- überörtliche Strahlkraft des Innenstadthandels
- hohe Anzahl an Komplementärbetrieben, dadurch gute Funktionsdurchmischung und Multifunktionalität der Innenstadt

Schwächen

- relativ hoher Leerstand, jedoch überwiegend in Nebenlagen
- sehr geringe Fläche der Leerstandsobjekte, bei vielen Einheiten ist keine Einzelhandelsnutzung möglich
- prominenter Leerstand des ehemaligen Textilfachmarkts Adler
- relativ geringer Gastronomieanteil in der Altstadt

Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt

- Stärkung/Stabilisierung der bestehenden innerstädtischen Handelsbetriebe, insbesondere der großformatigen Betriebe, die als Frequenzanker fungieren
- Weiterentwicklung des Einzelhandelsangebots in der Altstadt, wenngleich auf Grund der kleinteiligen Bebauungsstrukturen nur limitierte Entwicklungsmöglichkeiten bestehen
- Aktive Lenkung von möglichen, hauptsächlich von profilbildenden Ansiedlungsbegehren auf die Innenstadt (bei Flächenverfügbarkeit)
- Schaffung von möglichst größeren Ladeneinheiten (Flächenzusammenlegung von disfunktionalen Kleinf lächen, sofern baulich möglich), da den zahlreichen kleineren Fachhändlern in der Altstadt zu wenige Großflächen gegenüberstehen
- Aktive Förderung der Verlagerung von Einzelhandelsbetrieben aus Nebenlagen und Innenstadtrandlagen in den Hauptgeschäftsbereich (bei Flächenverfügbarkeit)
- Revitalisierung bestehender Leerstände bzw. Inwertsetzung von derzeit nicht vermietbaren Flächen, dabei Beachtung von notwendigen Mindestbetriebsgrößen von Handelsbetrieben
- Erhöhung der Angebotsmasse auch durch qualifizierte und attraktive komplementäre Betriebe, Ausbau der Funktionsvielfalt und Urbanität der Innenstadt, besonders Weiterentwicklung der Gastronomie
- Sicherung einer direkten Anbindung von der Altstadt in das Altstadtforum und zu dem Geschäftshaus am Bertha-von-Suttner-Platz
- Inwertsetzung der beiden Potenzialflächen mit großformatigen Handelsbetrieben und einer Systemgastronomie, dadurch verbesserte funktionale Anbindung des Kinos an die Altstadt
- Ausbau der Wohnfunktion der Innenstadt bzw. in Innenstadtrandlagen, vor allem von attraktiven und modernen Wohnstrukturen, somit Erhöhung des fußläufigen Nachfragepotenzials
- Weitere Steigerung der Attraktivität und Aufenthaltsqualität der Altstadt, u.a. durch gestalterische Verbesserungen, Aufwertung von Werbeanlagen und Schaufenstern und des öffentlichen Raums, Gestaltung von leerstehenden Gewerbeeinheiten
- Installation eines Leerstandsmanagements, (Zwischen-)Nutzungen von Leerstandsflächen, Erarbeitung von Nachnutzungsmöglichkeiten, auch mit einzelhandelsfremden Belegungsoptionen
- Sicherung der fußläufigen Anbindung zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit, eigens des einkaufsstättennahen Parkplatzangebots (auch in Randlagen zur Innenstadt) und der ÖPNV-Anbindung der Einkaufsinnenstadt

Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006), Bebauungsplan Nr. 89a „Gartenstraße/ Moßlerstraße“, Bebauungsplan Nr. 66 „An der Bertha-von-Suttner-Str.“;
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

7.4.3. Zentraler Versorgungsbereich Coburger Platz

| Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Coburger Platz | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|---|----------|----------------------|--------------------------|---|--------------------------|---|---------------------|---|------------------------------------|---|----------------------------|---|---|---|--|---|---------------------|---|------------------------|---|
| Zentrentyp | ▪ Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lage | <ul style="list-style-type: none"> ▪ westliche Lage im Kernstadtgebiet innerhalb einer Großwohnsiedlung, das Nahversorgungszentrum liegt an der Humboldtstraße und zentral in dem hoch verdichteten Wohngebiet Gotha-West ▪ enge Einbindung in die umliegenden Gebäudestrukturen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Erreichbarkeit | <ul style="list-style-type: none"> ▪ gute verkehrliche Anfahbarkeit über die Humboldtstraße, einem innerörtlichen Hauptverkehrsträger durch die westliche Kernstadt ▪ das Nahversorgungszentrum besitzt eine direkte Sichtachse zur Humboldtstraße und somit eine gute Werbewirksamkeit auf den hier passierenden Verkehr ▪ sehr gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren über mehrere Zugänge | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Parken | <ul style="list-style-type: none"> ▪ kostenfreie betriebseigene Parkplatzmöglichkeiten vor dem Aldi-Markt und dem Tedi-Markt; limitierte Stellplatzanzahl, wobei ein großer Teil der Verbraucher den Standort zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreicht ▪ straßenbegleitendes Parken im Umfeld möglich | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ÖPNV | ▪ ÖPNV-Anbindung durch nahegelegene Bushaltestelle in der August-Creutzburg-Straße („Coburger Platz“) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Leitbranchen | ▪ Lebensmittel | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aktive VK-Fläche | ▪ ca. 3.730 m ² Verkaufsfläche (rd. 3 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Anzahl Geschäfte | ▪ 10 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 3 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Branchenstruktur | <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <table border="1"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anzahl der Geschäfte</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>7</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/Schmuck</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (7) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (1) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (1) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div> | Branchen | Anzahl der Geschäfte | Lebensmittel/Reformwaren | 7 | Drogeriewaren/Gesundheit | 1 | Blumen/Pflanzen/Zoo | 0 | Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren | 1 | Bücher/Schreib-/Spielwaren | 0 | Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto | 0 | Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt | 1 | Optik/Uhren/Schmuck | 0 | Sonstiger Einzelhandel | 0 |
| Branchen | Anzahl der Geschäfte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lebensmittel/Reformwaren | 7 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Drogeriewaren/Gesundheit | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Blumen/Pflanzen/Zoo | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bücher/Schreib-/Spielwaren | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Optik/Uhren/Schmuck | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sonstiger Einzelhandel | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzelhandelsmagneten | <ul style="list-style-type: none"> ▪ REWE, Aldi, Tedi ▪ überwiegend discountorientiertes Sortiments- und Preisniveau | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Filialisierungsgrad | ▪ 4 Filialisten belegen rd. 3.210 m ² der Verkaufsfläche (rd. 86 % der Gesamtverkaufsfläche des Nahversorgungszentrums) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Komplementär-angebote | ▪ konsumnahe Dienstleistungen, Finanzdienstleistungen, Kleingastronomie (7 komplementäre Anbieter) und diverse Arztpraxen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzugsgebiet | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Nahbereich bezieht sich auf die Großwohnsiedlung Gotha-West ▪ erweitertes Einzugsgebiet umfasst auch Bereiche von der Gothaer Weststadt ▪ im fußläufigen Nahbereich (500 Meter Laufweg) wohnen ca. 4.100 Personen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzelhandelsfunktion | <ul style="list-style-type: none"> ▪ stadtteilbezogene Nahversorgungsfunktion für den Gothaer Westen mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten, partielle Ergänzung mit sonstigen Waren ▪ teilweise Versorgungsfunktion für umliegende Stadtgebiete | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Räumliche Abgrenzung¹⁰¹



Leerstand

■ kein Leerstand

Potenzialflächen

■ keine Potenzialflächen, das Nahversorgungszentrum wird durch die umliegende Wohnbebauung bzw. die Humboldtstraße/August-Creutzburg-Straße eingegrenzt

Planungsrechtliche Situation

- Ausweisung im Flächennutzungsplan als Gemischte Baufläche i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr. 2 BauNVO
- für das Areal des Nahversorgungszentrums existiert kein Bebauungsplan, es handelt sich um einen unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)

Städtebauliche Kurzbewertung

- langfristig eingeführter Handelsstandort inmitten einer hochverdichteten Wohnsiedlung mit mehrgeschossigen Zeilenbauten gelegen, westlich befinden sich Bildungseinrichtungen
- das Nahversorgungszentrum setzt sich aus einem zentralen Platz zusammen, um diesen sind die Handelsmärkte REWE und Aldi und weitere Gebäude gruppiert; der Platz ist attraktiv und zeitgemäß gestaltet und weist eine Mittelpunktfunktion auf
- REWE und Aldi als Magnetbetriebe sind in eingeschossigen Funktionsbauten untergebracht
- südlich des zentralen Platzes – über mehrere Zugänge aus dem Umfeld fußläufig sehr gut erreichbar – schließt sich ein dreigeschossiges Geschäftshaus an, dieses ist mit Handel und komplementären Nutzungen belegt und trägt wesentlich zur Multifunktionalität dieses Bereiches bei; rückwärtig befinden sich betriebseigene Parkplätze
- die Immobilien befinden sich in einem augenscheinlich guten Zustand; wenngleich – mit Ausnahme von Aldi – augenscheinlich gewisse Modernisierungsinvestitionen notwendig erscheinen

101 Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich.



Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich Coburger Platz

Stärken

- langjährig eingeführter und etablierter Handelsstandort
- versorgungsstrukturell attraktives Nahversorgungszentrum mit einem umfänglichen Angebot an nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittel, Bäcker/ Fleischer, Apotheke), arrondiert durch einen Textilanbieter und einen Multisortimentsmarkt
- attraktive Auswahlbreite, Abrundung des Handelsangebots durch verschiedene Komplementäre (v.a. Sparkasse, Reisebüro, Friseur) und vor allem durch Ärzte, somit gute Funktionsdurchmischung und Multifunktionalität
- gute Standortqualität (u.a. gute Erreichbarkeit, kostenfreie Parkplatzanlage, ÖPNV-Anbindung, Fernwirkung/ Sichtachse zur Humboldtstraße)
- hohe Bevölkerungsdichte im Umfeld und somit hohes Konsumenten- und Nachfragepotenzial bereits im Nahbereich
- hohe Kundenakzeptanz und gute Frequentierung des Bereiches

Schwächen

- Marktimmobilien von REWE und des südlich liegenden Geschäftshauses (auch der Parkplatzanlage) zeigen einen Modernisierungsbedarf
- die beiden Standortbereiche, insbesondere der tieferliegende Bereich um den Tedi-Markt, sind nicht optimal mit der Ebene von REWE/Aldi verknüpft, es bestehen funktionale Mängel bei der Gewerbeanordnung und folglich bei der Kundenführung
- keine qualifizierte Gastronomie

Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Coburger Platz

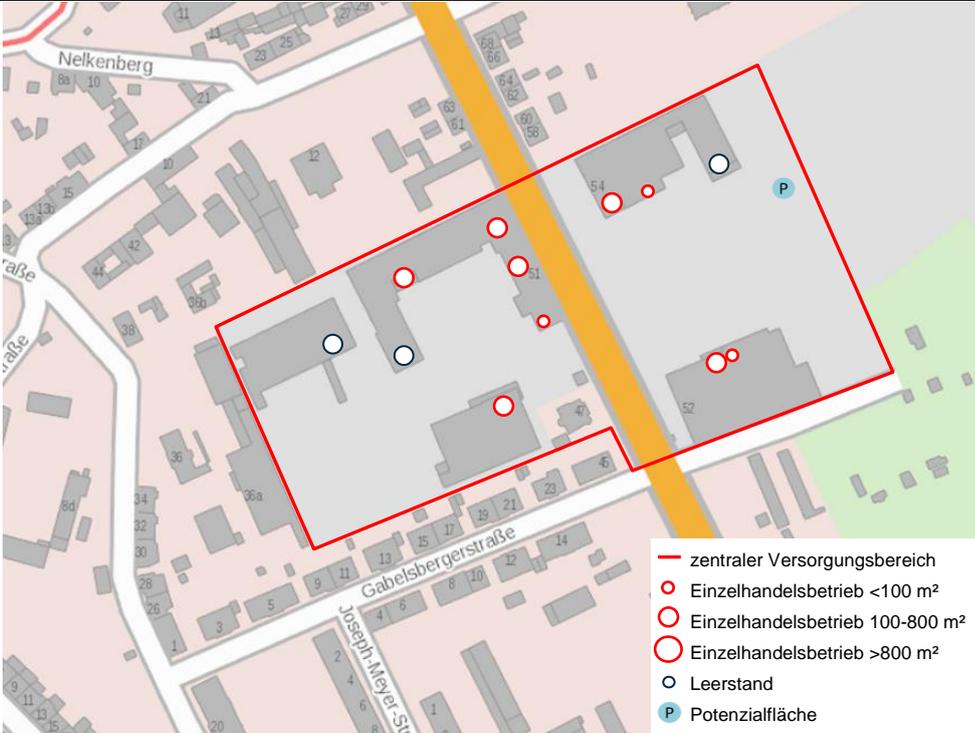
- Positionierung des Nahversorgungszentrums als zentraler Einkaufsort für Waren des überwiegend kurzfristigen Bedarfsbereiches (sog. nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß Gothaer Sortimentsliste) im Gothaer Westen
- punktuelle Ergänzungen des Handelsangebots – wie auch bereits bestehend – in anderen Bedarfsbereichen möglich; eigens sind ergänzende und kleinformatige Betriebe auch mit zentrenrelevanten Sortimenten möglich
- Primärziel ist die langfristige Sicherung der Lebensmittelmärkte in diesem Bereich, die als frequenzbildende Anker für die umliegenden Kleinbetriebe fungieren; speziell sollte mittelfristig eine Aufwertung der baulichen Strukturen des REWE-Marktes erfolgen
- Sicherung des Bestands an derzeit vorhandenen Komplementärfunktionen, weiterer Ausbau von komplementären Angeboten – vor allem mit Gastronomie – empfehlenswert
- Stärkung der Mittelpunkt-/ Kommunikationsfunktion dieses Bereiches
- Erhalt der attraktiven städtebaulichen Gestaltung des zentralen Platzes vor dem REWE-Markt

- Aufwertung und Attraktivierung des tieferliegenden Standortbereichs „Tedi“, d.h. der Immobilien und auch der Parkplatzfazilitäten, bessere Verknüpfung mit dem zentralen Platz vor REWE, Attraktivierung der Parkplatzanlage
- Sicherung der optimalen fußläufigen Verbindung zu den umliegenden Wohnsiedlungsbereichen, insbesondere der verschiedenen Zugänge
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums, des kostenfreien Parkplatzangebots und der ÖPNV-Anbindung

Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006);
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

7.4.4. Zentraler Versorgungsbereich Städtischer Hof

| Standortprofil zentraler Versorgungsbereich Städtischer Hof | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|---|--|----------|----------------------|--------------------------|---|--------------------------|---|---------------------|---|------------------------------------|---|----------------------------|---|---|---|--|---|---------------------|---|------------------------|---|
| Zentrentyp | ▪ Nahversorgungszentrum (C-Zentrum) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lage | ▪ östliche Lage im Kernstadtgebiet innerhalb Gothaer Oststadt ▪ das Nahversorgungszentrum erstreckt sich beidseitig der Oststraße und umfasst das Gelände einer vormaligen Druckerei und von zwei gegenüberliegenden Fachmärkten ▪ Einbindung in die Gebäudestrukturen der Oststraße | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Erreichbarkeit | ▪ gute verkehrliche Erreichbarkeit über die Oststraße (als Bundesstraße [B247] ausgewiesen), dieser Straßenzug fungiert als innerörtlichen Hauptverkehrsträger durch die östliche Kernstadt, dadurch hohe Verkehrsbelastung am Standort ▪ das Nahversorgungszentrum ist direkt östlich und westlich der Oststraße situiert und besitzt eine direkte Sichtachse und eine hohe Werbewirksamkeit auf den passierenden Verkehr ▪ gute fußläufige Erreichbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren über den straßenbegleitenden Fußweg der Oststraße | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Parken | ▪ kostenfreie betriebseigene Parkplatzanlage vor dem REWE-/ Aldi-Markt und auf dem Gelände der Alten Druckerei; ein großer Teil der Verbraucher der Oststadt kann den Standort zu Fuß oder mit dem Fahrrad erreichen ▪ straßenbegleitendes Parken entlang der Oststraße möglich | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ÖPNV | ▪ direkte ÖPNV-Anbindung durch Bushaltestelle in der Oststraße („Oststraße“) ▪ Straßenbahnhaltstelle („Reuterstraße“) ca. 300 Meter nördlich beim Finanzamt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Leitbranchen | ▪ Lebensmittel | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Aktive VK-Fläche | ▪ ca. 4.120 m ² Verkaufsfläche (rd. 4 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Anzahl Geschäfte | ▪ 10 Einzelhandelsgeschäfte (rd. 3 % der gesamtstädtischen Handelsbetriebe) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Branchenstruktur | <table border="1"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anzahl der Geschäfte</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>2</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/Schmuck</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> | Branchen | Anzahl der Geschäfte | Lebensmittel/Reformwaren | 4 | Drogeriewaren/Gesundheit | 1 | Blumen/Pflanzen/Zoo | 0 | Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren | 2 | Bücher/Schreib-/Spielwaren | 0 | Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto | 1 | Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt | 2 | Optik/Uhren/Schmuck | 0 | Sonstiger Einzelhandel | 0 |
| Branchen | Anzahl der Geschäfte | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lebensmittel/Reformwaren | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Drogeriewaren/Gesundheit | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Blumen/Pflanzen/Zoo | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bücher/Schreib-/Spielwaren | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt | 2 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Optik/Uhren/Schmuck | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sonstiger Einzelhandel | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzelhandelsmagneten | ▪ REWE, Aldi, Reno, Pfennigpfeiffer ▪ überwiegend discounterorientiertes Sortiments- und Preisniveau | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Filialisierungsgrad | ▪ 4 Filialisten belegen rd. 3.660 m ² der Verkaufsfläche (rd. 89 % der Gesamtverkaufsfläche des Nahversorgungszentrums) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Komplementärangebote | ▪ konsumnahe Dienstleistungen, Hotel, (Klein-)Gastronomie, Kfz-Gewerbe (8 komplementäre Anbieter) und Arztpraxen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzugsgebiet | ▪ Nahbereich bezieht sich auf den Stadtteil Oststadt ▪ erweitertes Einzugsgebiet umfasst Gotha-Ost bzw. umliegenden Stadtbereiche ▪ im fußläufigen Nahbereich (500 Meter Laufweg) wohnen ca. 2.900 Personen | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

| | |
|-------------------------------------|--|
| Einzelhandelsfunktion | <ul style="list-style-type: none"> ▪ stadtteilbezogene Nahversorgungsfunktion für den östlichen Kernstadtbereich mit überwiegend nahversorgungsrelevanten Sortimenten, partielle Ergänzung mit sonstigen Waren ▪ teilweise Versorgungsfunktion für umliegende Stadtgebiete |
| Räumliche Abgrenzung ¹⁰² |  |
| Leerstand | <ul style="list-style-type: none"> ▪ 2 Leerstände, jeweils ca. 400 m² VK |
| Potenzialflächen | <ul style="list-style-type: none"> ▪ östlich des Aldi-Marktes bzw. des vormaligen Getränkemarktes befindet sich eine unbebaute Freifläche |
| Planungsrechtliche Situation | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausweisung des Bereichs Alte Druckerei im Flächennutzungsplan als Sondergebiet; der Bereich der beiden Fachmärkte ist als Gemischte Baufläche bzw. als gewerbliche Baufläche ausgewiesen ▪ für den Standortbereich Aldi ist ein Bebauungsplan in Aufstellung (Nr. 82-2 Nahversorgungszentrum "Oststraße / Städtischer Hof"); für das restliche Areal des Nahversorgungszentrums existiert kein Bebauungsplan, es handelt sich um einen unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB) |
| Städtebauliche Kurzbewertung | <ul style="list-style-type: none"> ▪ langfristig eingeführter Handelsstandort im Gothaer Osten, Standortbereich ist in die gemischte Nutzung (Handel, Kleingewerbe und Wohnen) entlang der Oststraße eingebettet ▪ das Nahversorgungszentrum setzt sich aus der attraktiv sanierten Alten Druckerei zusammen, die einer multifunktionalen Nutzung u.a. mit Handelsbetrieben, einem Hotel, verschiedenen Dienstleistungsanbietern und Büros unterliegt; die Betriebe sind um einen mittig liegenden Parkplatz gruppiert ▪ im östlichen Bereich sind zwei eingeschossigen Funktionsbauten vorzufinden, die durch REWE und Aldi (inkl. einem leerstehenden Getränkemarkt) genutzt werden; beide Immobilien sind nur als durchschnittlich attraktiv zu werten und entsprechen nicht dem aktuellen konzeptionellen Standard beider Handelsketten ▪ Verbindung beider Bereiche über die vielbefahrene bzw. hoch-frequentierte Oststraße (B247) zeigt sich suboptimal |

102 Die dargestellte Begrenzung des zentralen Versorgungsbereiches ist als gebietsscharfe, jedoch nicht als parzellenscharfe Abgrenzung zu verstehen. Die Abgrenzung ist vor Ort durch erkennbare Gebäude- und Nutzungsstrukturen ersichtlich.

- der Aldi-Markt und der Getränkemarkt sollen auf dem Bestandsareal in einer neuen Handelsimmobilie (Abriss/Neubau) untergebracht werden; ferner ist die Ansiedlung eines Tierfuttermarktes angedacht



Stärken-Schwächen-Bilanz zentraler Versorgungsbereich Städtischer Hof

Stärken

- langjährig eingeführter und etablierter Handelsstandort, städtebaulich attraktiver Bereich der Alten Druckerei
- versorgungsstrukturell ansprechendes Nahversorgungszentrum mit einem umfänglichen Angebot an nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Lebensmittel, Bäcker/ Fleischer, Apotheke), ergänzt durch u.a. einen Schuhmarkt und einen Multisortimentsmarkt
- kundenattraktive Magnetmieter (REWE, Aldi, Reno, Pfennigpfeiffer)
- attraktive Auswahlbreite, Abrundung des Handelsangebots durch diverse Komplementäre (v.a. Hotel, Gastronomie, Gesundheitsdienstleistungen) und durch Ärzte, somit gute Funktionsdurchmischung und vor allem Multifunktionalität im Bereich der Alten Druckerei
- gute Standortqualität (u.a. gute Erreichbarkeit, kostenfreie Parkplatzanlage, ÖPNV-Anbindung, direkte Sichtachse zur Oststraße)
- hohe Bevölkerungsdichte im Umfeld und somit hohes Konsumenten- und Nachfragepotenzial bereits im Nahbereich
- hohe Kundenakzeptanz und gute Frequentierung des Bereiches
- geplante Neupositionierung und Attraktivierung des Aldi-Marktes und des Getränkemarktes (derzeit Leerstand), somit Sicherung der Nahversorgungsfunktion dieses Standortbereiches

Schwächen

- Marktimmobilien von REWE und Aldi zeigen sich unterdurchschnittlich attraktiv
- Leerstand in der Alten Druckerei
- keine optimale Verknüpfung beider Standortbereiche, da die hochfrequentierte Oststraße eine Zäsur darstellt

Entwicklungsziele zentraler Versorgungsbereich Städtischer Hof

- Positionierung des Nahversorgungszentrums als zentraler Einkaufsort für Waren des überwiegend kurzfristigen Bedarfsbereiches (sog. nahversorgungsrelevante Sortimente gemäß Gothaer Sortimentsliste) im Gothaer Osten

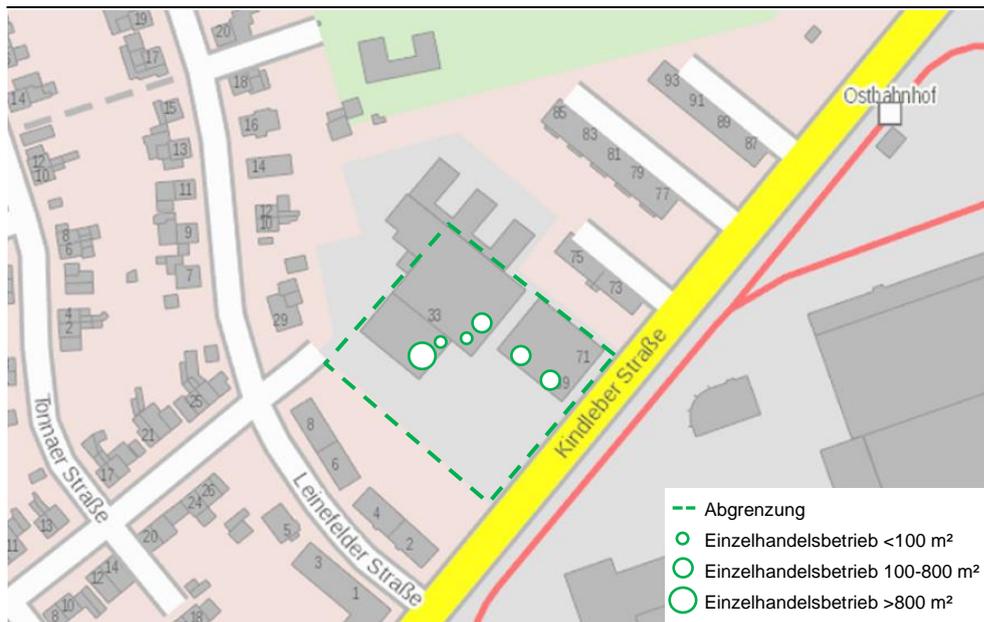
- punktuelle Ergänzungen des Handelsangebots – wie auch bereits bestehend – in anderen Bedarfsbereichen möglich; ausdrücklich sind ergänzende und kleinformatische Betriebe auch mit zentrenrelevanten Sortimenten und auch mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten möglich
- Primärziel ist die langfristige Sicherung der Lebensmittelmärkte in diesem Bereich, die als frequenzbildende Anker für die umliegenden Kleinbetriebe fungieren
- Sicherung des Bestands an derzeit vorhandenen Komplementärfunktionen, weiterer Ausbau von komplementären Angeboten empfehlenswert
- Stärkung der Mittelpunkt-/ Kommunikationsfunktion und der Urbanität dieses Bereiches
- Aufwertung und Attraktivierung des Standortbereiches Alte Druckerei; Schaffung einer Mittelpunktsebene in diesem Bereich
- Schaffung einer Überquerungsmöglichkeit und somit einer besseren Verbindung zwischen den beiden Standortbereichen
- Sicherung der optimalen fußläufigen Anbindung bzw. Verbindung beider Standortbereiche über die Oststraße
- Erhalt und Sicherung der verkehrlichen Erreichbarkeit des Nahversorgungszentrums, des kostenfreien Parkplatzangebots und der ÖPNV-Anbindung

Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006), Bebauungsplan Nr. 82-2 „Nahversorgungszentrum „Oststraße / Städtischer Hof“ (in Aufstellung);
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

7.4.5. Komplexe Grundversorgungsstandorte

| 1 - Standortprofil Komplexer Grundversorgungsstandort Kindleber Straße | |
|--|--|
| Standort | <ul style="list-style-type: none"> im nordöstlichen Kernstadtgebiet zwischen der Kindleber- und der Damaschkestraße im Stadtteil Gotha-Ost die eingeschossigen Handelsimmobilien sind winklig angeordnet mit einer Öffnung zur Kindleber Straße und zu der südlich angrenzenden Wohnbebauung direkte Sichtachse auf die Kindleber Straße und somit hohe Werbewirksamkeit |
| Umfeldnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> das Umfeld ist durch eine Wohnbebauung geprägt; direkt an die Handelsagglomeration grenzen Wohngebäude östlich befindet sich mit einem Autozulieferer (ZF Friedrichshafen) ein Industriebetrieb; die vielbefahrene Kindleber Straße und der Gleiskörper der Straßenbahn stellen eine Zäsur zu dem Werksgebäude dar |
| Erreichbarkeit | <ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit aus Gotha-Ost und den nordöstlich an Gotha angrenzenden Gemeinden über die Kindleber Straße (L1027) Zufahrt direkt von der Kindleber Straße auf die betriebseigene Parkplatzanlage möglich, weitere Zufahrt aus der Damaschkestraße aus dem westlich angrenzenden verdichteten Wohnquartier fußläufige Erreichbarkeit direkt aus der Damaschkestraße und über einen straßenbegleitenden Fußweg der Kindleber Straße, gute fußläufige Hinwendung zu den angrenzenden Siedlungsquartieren |
| Parken | <ul style="list-style-type: none"> standortangepasste Parkplatzanlage zur gemeinsamen Nutzung aller Handelsbetriebe |
| ÖPNV | <ul style="list-style-type: none"> zwei Straßenbahnhaltestellen („Ostbahnhof“ / „Leinefelder Straße“) im näheren Umfeld |
| Einwohner Nahbereich | <ul style="list-style-type: none"> ca. 2.240 Personen im 500 Meter Laufweg kein optimal besiedeltes Naheinzugsgebiet, da östlich auf Grund der bestehenden Gewerbebetriebe keine signifikante Wohnbebauung ausgebildet ist |
| VK-Fläche/Geschäfte | <ul style="list-style-type: none"> ca. 2.050 m² / 6 Betriebe |
| Branchenstruktur | <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <p>A pie chart showing the distribution of branches. The chart is divided into two segments: a larger grey segment representing 67% and a smaller red segment representing 33%.</p> </div> <div style="flex: 2;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (4) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (0) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (2) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div> |
| Einzelhandelsmagneten | <ul style="list-style-type: none"> Lidl, NKD, K+K Schuhcenter |
| Filialisierungsgrad | <ul style="list-style-type: none"> 3 Filialisten belegen rd. 1.700 m² der Verkaufsfläche (rd. 83 % der Gesamtverkaufsfläche des Komplexen Grundversorgungsstandortes) |
| Komplementäre | <ul style="list-style-type: none"> keine Komplementäre |
| Leerstand | <ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand |

Räumliche Abgrenzung



Einzelhandelsfunktion

- Nahversorgungsfunktion für den nordöstlichen Kernstadtbereich bzw. den Stadtteil Gotha-Ost; Ergänzung durch zwei Betriebe des mittelfristigen Bedarfsbereiches (Textil-/ Schuhfachmarkt)
- überörtliche Grundversorgungsfunktion für die nordöstlich an Gotha angrenzenden Gemeinden

Planungsrechtliche Situation

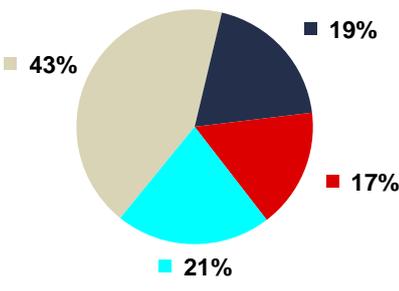
- Ausweisung im Flächennutzungsplan als Wohnbaufläche i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr. 1 BauNVO
- für die Liegenschaft existiert kein Bebauungsplan, es handelt sich um einen unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB)

Entwicklungsziele

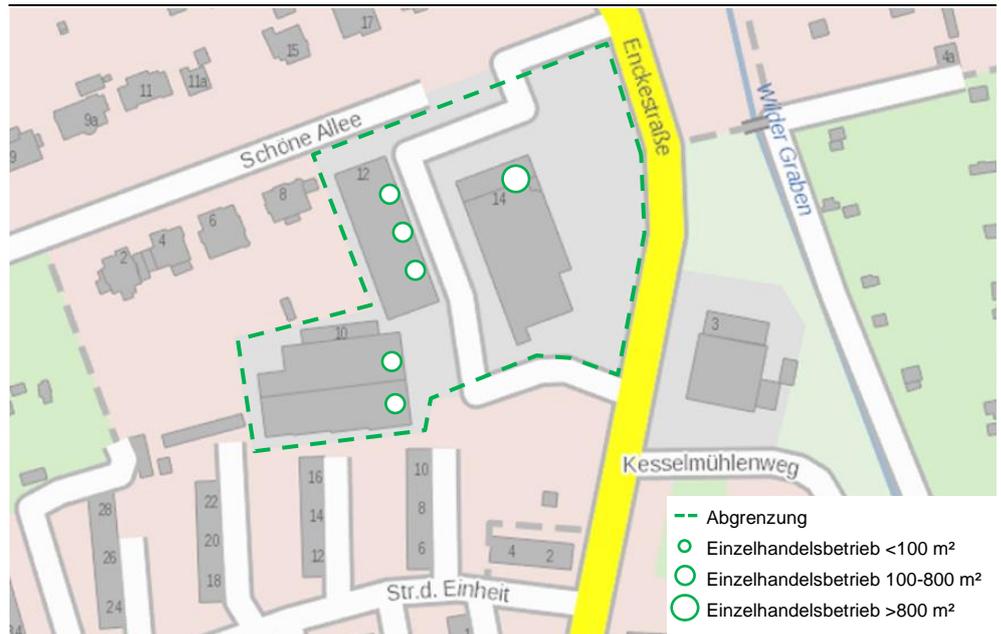
- langfristige Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots
- kein Ausbau des Angebots mit zentrenrelevanten Sortimenten (Ausnahme Lebensmittel)

Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006);
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

2 - Standortprofil Komplexer Grundversorgungsstandort Schöne Allee

| | |
|-----------------------|--|
| Standort | <ul style="list-style-type: none"> im südlichen Bereich der Gothaer Oststadt gelegen die drei eingeschossigen, dispers angeordneten Handelsimmobilien liegen topographisch zur Enckestraße höhenversetzt und grenzen direkt an die umliegende Wohnbebauung an direkte Sichtachse – vor allem des Lidl-Marktes – zur Enckestraße und somit hohe Werbewirksamkeit auf den passierenden Verkehr |
| Umfeldnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> das Umfeld der Einkaufsdestination ist durch Wohnbebauung geprägt; direkt an die Handelsagglomeration grenzen Wohngebäude; südlich mehrgeschossige Zeilenbauten östlich verläuft hoch frequentierte Enckestraße, die – ebenso wie der Flusslauf des Mühlgrabens – eine Zäsur des Standortbereiches zu den dann angrenzenden Wohnsiedlungsbereichen darstellt |
| Erreichbarkeit | <ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Anfahbarkeit aus den umliegenden Wohnquartieren über die Enckestraße (L3007), die als ein innerörtlicher Hauptverkehrsträger fungiert Zufahrt direkt von der Enckestraße auf die betriebseigene Parkplatzanlage möglich, wenngleich sich die Parkplatzanlage höhenversetzt zur Enckestraße befindet fußläufige Erreichbarkeit direkt über die Schöne Allee und über einen Fußweg südlich der Fachmarkttagglomeration möglich, gute fußläufige Hinwendung dieser Handelsdestination zu umliegenden Wohnquartieren |
| Parken | <ul style="list-style-type: none"> standortangepasste Parkplatzanlage zur gemeinsamen Nutzung aller Handelsbetriebe |
| ÖPNV | <ul style="list-style-type: none"> keinen direkten ÖPNV-Anschluss; nächstliegende Bushaltestelle in der Friedrich-Perthes-Straße (über 300 Meter Laufweg) |
| Einwohner Nahbereich | <ul style="list-style-type: none"> ca. 1.780 Personen im 500 Meter Laufweg kein optimal ausgeprägtes Naheinzugsgebiet, da östlich der Mühlgraben und die ansteigende Topographie ein Erreichbarkeithemmnis darstellen |
| VK-Fläche/Geschäfte | <ul style="list-style-type: none"> ca. 3.760 m² / 6 Betriebe |
| Branchenstruktur | <div style="display: flex; align-items: center;">  <div style="margin-left: 20px;"> <p>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ Lebensmittel/Reformwaren (2) ■ Drogeriewaren/Gesundheit (1) ■ Blumen/Pflanzen/Zoo (0) ■ Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (2) ■ Bücher/Schreib-/Spielwaren (0) ■ Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0) ■ Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (1) ■ Optik/Uhren/Schmuck (0) ■ Sonstiger Einzelhandel (0) </div> </div> |
| Einzelhandelsmagneten | <ul style="list-style-type: none"> Lidl, Rossmann, NKD, K+K Schuhcenter, Action |
| Filialisierungsgrad | <ul style="list-style-type: none"> nur Filialisten ansässig, ausschließlich großformatige Betriebe |
| Komplementäre | <ul style="list-style-type: none"> keine Komplementäre |
| Leerstand | <ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand |

Räumliche Abgrenzung



Einzelhandelsfunktion

- Nahversorgungsfunktion für den südlichen Bereich der Gothaer Oststadt und den nordöstlichen Bereich von Gotha-Süd
- Versorgung auch von umliegenden Stadtgebieten, resultierend aus der guten verkehrlichen Erreichbarkeit
- ergänzende Versorgungsfunktion auch im mittelfristigen Bedarfsbereich

Planungsrechtliche Situation

- Ausweisung im Flächennutzungsplan als Sonderbaufläche i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr. 4 BauNVO
- für die Liegenschaft wurden zwei Bebauungspläne aufgestellt, das Areal ist als Sondergebiet i.S.d. § 11 Abs. 3 BauNVO ausgewiesen

Entwicklungsziele

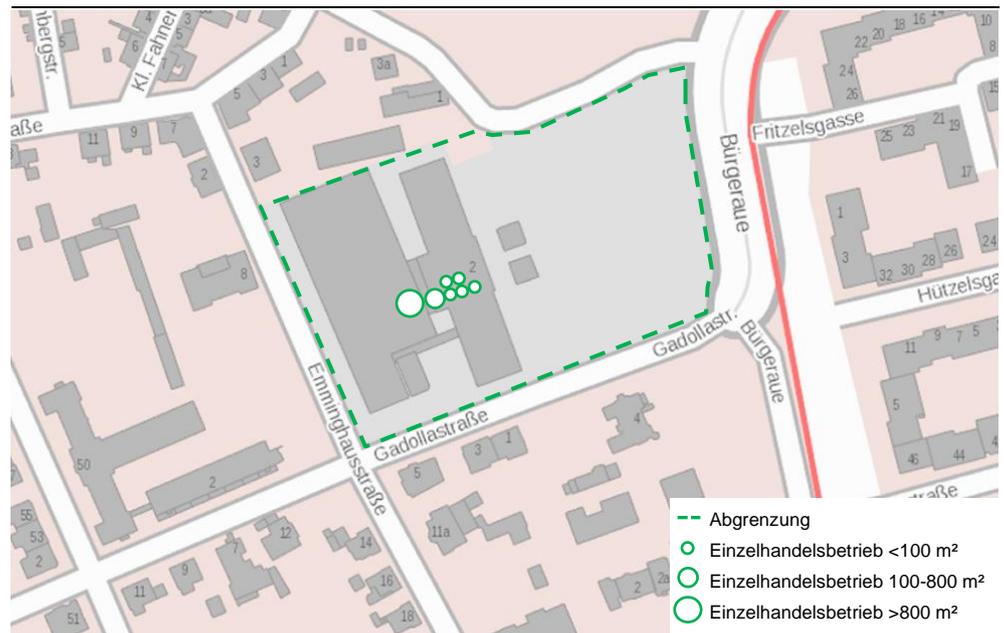
- langfristige Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots
- kein Ausbau des Angebots mit zentrenrelevanten Sortimenten (Ausnahme Lebensmittel)

Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006), Bebauungsplan Nr. 78 (Enckestraße – „Altes Gaswerk“) + Nr. 78.1 (Erweiterung Sondergebiet Handel „Schöne Allee – Altes Gaswerk“);
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

3 - Standortprofil Komplexer Grundversorgungsstandort Bürgeraue

| Standort | <ul style="list-style-type: none"> im zentralen Bereich der Gothaer Kernstadt gelegen der Standort befindet sich am westlichen Innenstadtrand und liegt nur unweit des innerstädtischen zentralen Versorgungsbereiches der Standortbereich besteht aus einem alten Kasernengelände, dass attraktiv saniert und mit einem Kaufland-Verbrauchermarkt bestückt wurde direkte Sichtachse zum vorbeilaufenden Straßenzug Bürgeraue | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
|--|--|----------|--------|--------------------------|---|--------------------------|---|---------------------|---|------------------------------------|---|----------------------------|---|---|---|--|---|---------------------|---|------------------------|---|
| Umfeldnutzungen | <ul style="list-style-type: none"> das gesamte Umfeld ist durch Wohnbebauung geprägt; verschiedene Dienstleistungsnutzungen und Büros (u.a. Landratsamt) prägen weiterhin das Standortumfeld; nördlich befindet sich das Gothaer Stadtbad östlich des Standortes breitet sich die Gothaer Altstadt aus | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Erreichbarkeit | <ul style="list-style-type: none"> gute verkehrliche Anfahrbarkeit aus den umliegenden Stadtquartieren über die Straße Bürgeraue, wenngleich der Standort auf Grund seiner Innenstadtlage durch eine eingeschränkte überörtliche Anfahrbarkeit geprägt ist Zufahrt direkt von der Straße Bürgeraue auf die betriebseigene Parkplatzanlage möglich fußläufige Erreichbarkeit über mehrere Zugänge; ebenfalls aus der Gothaer Altstadt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Parken | <ul style="list-style-type: none"> großzügige, jedoch standortangepasste Parkplatzfazilitäten (kostenfrei, zeitlimitiert) Parkplatz ist dem Eingangsbereich von Kaufland konzeptkonform vorgelagert, ferner steht eine Tiefgarage zur Nutzung zur Verfügung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| ÖPNV | <ul style="list-style-type: none"> 2 Straßenbahnhaltestellen in der Bürgeraue („Bertha-von-Suttner-Platz“/ „Myconiusplatz“ und eine Bushaltestelle („Gadollastraße/Landratsamt“) vor dem westlich befindlichen Landratsamt | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Einwohner Nahbereich | <ul style="list-style-type: none"> ca. 3.590 Personen im 500 Meter Laufweg hohes Einwohnerpotenzial im Nahbereich, da wohnsiedlungsgeprägtes Umfeld mit einer hohen Bevölkerungsverdichtung | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| VK-Fläche/Geschäfte | <ul style="list-style-type: none"> ca. 5.220 m² / 8 Betriebe | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Branchenstruktur | <div style="display: flex; align-items: flex-start;"> <div style="flex: 1;"> <table border="1"> <caption>Branchen (Anzahl der Geschäfte)</caption> <thead> <tr> <th>Branchen</th> <th>Anzahl</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>Lebensmittel/Reformwaren</td> <td>4</td> </tr> <tr> <td>Drogeriewaren/Gesundheit</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Blumen/Pflanzen/Zoo</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Bücher/Schreib-/Spielwaren</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto</td> <td>1</td> </tr> <tr> <td>Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Optik/Uhren/Schmuck</td> <td>0</td> </tr> <tr> <td>Sonstiger Einzelhandel</td> <td>0</td> </tr> </tbody> </table> </div> <div style="flex: 1; padding-left: 20px;"> <p>■ 96%</p> <p>■ 1%</p> <p>■ 1%</p> <p>■ 2%</p> <p>■ <1%</p> </div> </div> | Branchen | Anzahl | Lebensmittel/Reformwaren | 4 | Drogeriewaren/Gesundheit | 1 | Blumen/Pflanzen/Zoo | 1 | Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren | 1 | Bücher/Schreib-/Spielwaren | 0 | Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto | 1 | Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt | 0 | Optik/Uhren/Schmuck | 0 | Sonstiger Einzelhandel | 0 |
| Branchen | Anzahl | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Lebensmittel/Reformwaren | 4 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Drogeriewaren/Gesundheit | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Blumen/Pflanzen/Zoo | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Bücher/Schreib-/Spielwaren | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto | 1 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Optik/Uhren/Schmuck | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Sonstiger Einzelhandel | 0 | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Einzelhandelsmagneten | <ul style="list-style-type: none"> Kaufland, Ernstings Family | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Filialisierungsgrad | <ul style="list-style-type: none"> 5 Filialisten belegen rd. 5.130 m² der Verkaufsfläche (rd. 98 % der Gesamtverkaufsfläche des Komplexen Grundversorgungsstandortes) | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Komplementäre | <ul style="list-style-type: none"> 3 Komplementäre | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |
| Leerstand | <ul style="list-style-type: none"> kein Leerstand | | | | | | | | | | | | | | | | | | | | |

Räumliche Abgrenzung



Einzelhandelsfunktion

- Nahversorgungsfunktion für den zentralen Kernstadtbereich
- Versorgung auch von umliegenden Stadtgebieten; auf Grund der Leistungsfähigkeit von Kaufland bildet der Standort eine gesamtörtliche und auch stadtübergreifende Ausstrahlung aus
- limitierte Versorgungsfunktion im mittelfristigen Bedarfsbereich

Planungsrechtliche Situation

- Ausweisung im Flächennutzungsplan als Sonderbaufläche i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr. 4 BauNVO
- für die Liegenschaft wurde ein V+E-Plan (gesetzt im März 1998) aufgestellt
 - Ausweisung des Areals als Sondergebiet
 - Festsetzung der Zulässigkeit eines SB-Warenhauses mit max. 4.700 m² VK
 - Zulässigkeit von sonstigem Einzelhandel mit max. 450 m² VK und Dienstleistungen mit max. 165 m²

Entwicklungsziele

- langfristige Sicherung des bestehenden Lebensmittelangebots
- kein Ausbau des Angebots mit zentrenrelevanten Sortimenten (Ausnahme Lebensmittel)

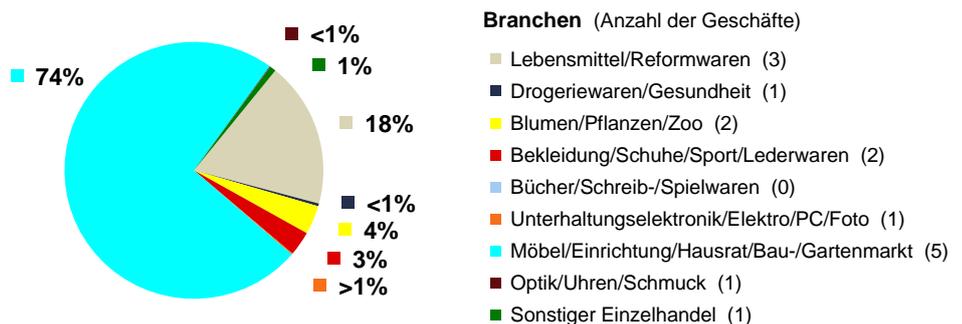
Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006), V+E-Plan Sondergebiet Einkauf „Kaserne Bürgeraue“;
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

7.4.6. Sonderlagen

A - Standortprofil Sonderlage Gewerbegebiet Süd

| | |
|---------------------|--|
| Standort | <ul style="list-style-type: none"> im südlichen Kernstadtgebiet im Gewerbegebiet Süd, dezentraler und auto-kundenorientierter Standort Handelsbetriebe sind beidseitig an der nördlichen Harjesstraße und an der Rudloffstraße (nur Thomas Philipps) etabliert Sichtachse und gute Werbesichtanbindung an die östlich vorbeilaufenden Ohrdruffer Straße |
| Erreichbarkeit | <ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche Anfahrbarkeit von der Ohrdruffer Straße, als Bundesstraße ausgewiesen; hohe Verkehrsgunst dieser Einkaufsdestination fußläufige Erreichbarkeit über die Harjesstraße möglich, Standortbereich zielt jedoch auf Pkw-Kunden ab keine direkte ÖPNV-Anbindung; nächstliegende Bushaltestelle in der Ohrdruffer Straße („Friedensteinkaserne“) |
| Parken | <ul style="list-style-type: none"> jeweils sehr großzügig dimensionierte Parkplatzanlagen (kostenfrei) vor den einzelnen Fachmärkten |
| VK-Fläche/Geschäfte | <ul style="list-style-type: none"> ca. 26.200 m² VK / 16 Betriebe |

Branchenstruktur



| | |
|-----------------------|--|
| Einzelhandelsmagneten | <ul style="list-style-type: none"> Edeka (SB-Warenhaus, Getränkemarkt, Baumarkt), Sporttreff, Fressnapf, Leo-Bikes, Jysk, Sonderpreis Baumarkt, Roller, Thomas Philipps |
|-----------------------|--|

Räumliche Abgrenzung



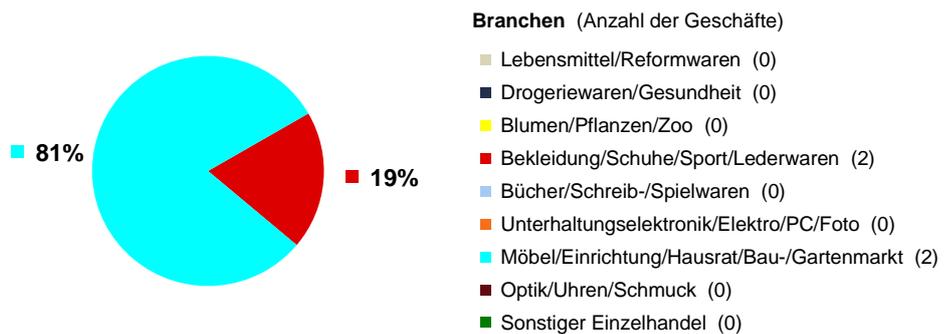
| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>Einzelhandelsfunktion</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtörtliche und auch überörtliche Versorgungsfunktion in verschiedenen Branchen, vor allem mit nicht-zentrenrelevanten Sortimenten, aber auch mit Lebensmitteln, Sportwaren, Fahrrädern oder Tiernahrung ▪ Versorgungsfunktion auch für Gemeinden im Umfeld von Gotha, insbesondere im südlichen Bereich |
| <p>Planungsrechtliche Situation</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausweisung im Flächennutzungsplan als Sonderbaufläche i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr. 4 BauNVO; ein kleiner Bereich im nördlichen Teil ist als Gewerbliche Fläche definiert ▪ die Fachmärkte der Edeka befinden sich innerhalb eines Bebauungsplans (gesetzt März 1993) mit Festsetzung als Sondergebiet, es wurde eine Sortimentsbegrenzung für einzelne Sortimente festgesetzt ▪ der Multisortimentsmarkt von Thomas Philipps befindet sich innerhalb eines Bebauungsplangebiets (als Sondergebiet ausgewiesen, B-Plan im Juli 2003 gesetzt); der Markt wird flächenseitig auf max. 1.500 m² limitiert, ferner ist ein Elektronikfachmarkt mit max. 700 m² VK zulässig |
| <p>Entwicklungsziele</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortbereich ist perspektivisch mit Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu entwickeln ▪ Sicherung der Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an diesem Standort, da diese Anbieter funktionsgerecht in einer dezentralen und verkehrlich gut erreichbaren Lage entwickelt wurden ▪ weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, ebenso auch Erweiterungen; jedoch Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Verkaufsfläche ▪ keine Neuansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten ▪ keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimente ▪ Forcierung der Verlagerung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten in zentrale Versorgungsbereiche oder nachgeordnet auch an städtebaulich integrierte Standorte |

Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006), Bebauungsplan Nr. 21 „Sondergebiet Verbrauchermärkte Ohrdrufer Straße“, Bebauungsplan Nr. 15 „Industrie- und Gewerbegebiet Gotha-Süd/UE“; BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

B - Standortprofil Sonderlage Salzgitterstraße

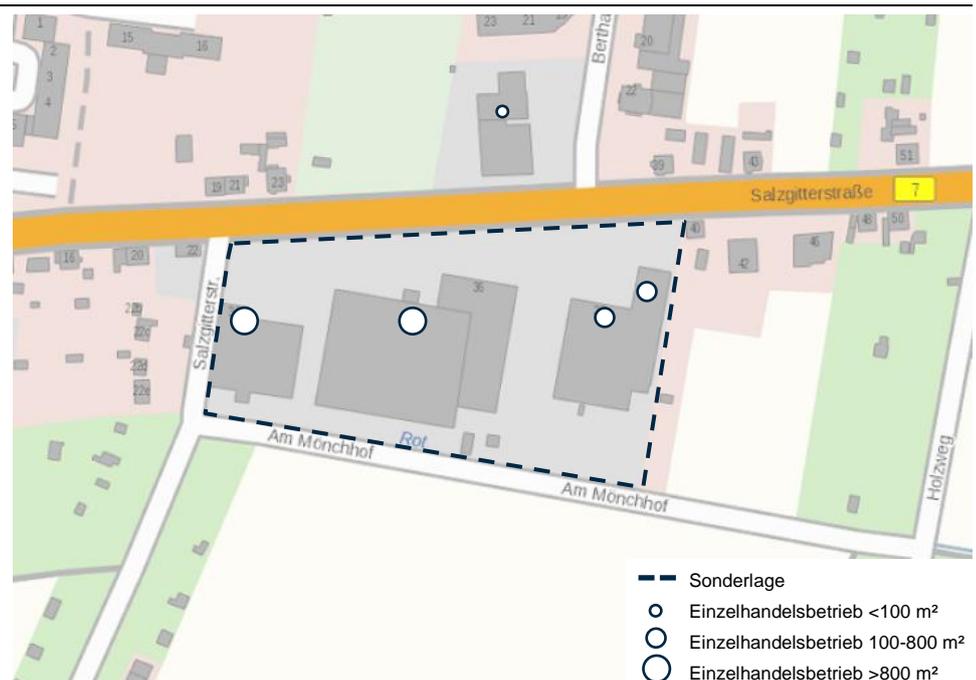
| | |
|---------------------|---|
| Standort | <ul style="list-style-type: none"> im östlichen Stadtgebiet im Ortsteil Siebleben, dezentraler und autokundenorientierter Standort Handelsbetriebe sind südlich der Salzgitterstraße – in Höhe der Einmündung der Bertha-Schneyer-Straße – verortet direkte Sichtachse und sehr gute Werbesichtanbindung an die Salzgitterstraße und den hier passierenden Verkehr |
| Erreichbarkeit | <ul style="list-style-type: none"> sehr gute verkehrliche und direkte Anfahrbarkeit aus dem gesamten Stadtgebiet über die Salzgitterstraße, als Bundesstraße (B7) ausgewiesen; ebenso gute Erreichbarkeit aus umliegenden Gemeinden fußläufige Erreichbarkeit über die Salzgitterstraße möglich, jedoch unattraktive Wegebeziehung bzw. keine funktionale Verknüpfung zu den nördlichen liegenden Wohnquartieren; Standortbereich zielt auf Pkw-Kunden ab im näheren Umfeld keine Haltestelle des ÖPNV |
| Parken | <ul style="list-style-type: none"> ausreichend dimensionierte Parkplatzanlagen (kostenfrei) vor den einzelnen Fachmärkten |
| VK-Fläche/Geschäfte | <ul style="list-style-type: none"> ca. 8.660 m² VK / 4 Betriebe |

Branchenstruktur



Einzelhandelsmagneten **▪ KIK, Takko, Tedi, toom**

Räumliche Abgrenzung



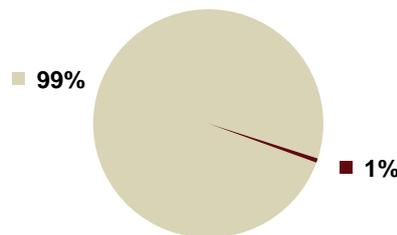
| | |
|-------------------------------------|---|
| <p>Einzelhandelsfunktion</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ gesamtörtliche und auch überörtliche Versorgungsfunktion in verschiedenen Branchen, vor allem mit Baumarktartikeln, aber auch mit Bekleidung und einem Multisortiment ▪ Versorgungsfunktion auch für Gemeinden im Umfeld von Gotha, hauptsächlich östlich der Stadt |
| <p>Planungsrechtliche Situation</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausweisung im Flächennutzungsplan als Sonderbaufläche i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr. 4 BauNVO ▪ für den Standortbereich existiert kein Bebauungsplan, es handelt sich um einen unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB) |
| <p>Entwicklungsziele</p> | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortbereich ist perspektivisch mit Betrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten zu entwickeln ▪ Sicherung der Betriebe mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten an diesem Standort, da diese Anbieter funktionsgerecht in einer dezentralen und verkehrlich gut erreichbaren Lage entwickelt wurden ▪ weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, ebenso auch Erweiterungen; jedoch Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche ▪ keine Neuansiedlung oder Erweiterung von Betrieben mit zentrenrelevanten (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimenten ▪ keine Umnutzung bestehender Verkaufsflächen zugunsten zentrenrelevanter (inkl. nahversorgungsrelevanten) Sortimente ▪ Forcierung der Verlagerung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten in zentrale Versorgungsbereiche oder nachgeordnet auch an städtebaulich integrierte Standorte |

Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006);
BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

C - Standortprofil Sonderlage Schubertstraße

| | |
|---------------------|---|
| Standort | <ul style="list-style-type: none"> im westlichen Kernstadtgebiet, unweit der Großwohnsiedlung Gotha-West Umfeld ist durch das Jobcenter (Osten), die Landespolizeiinspektion (Süden) und eine Kleinwohnsiedlung (Westen) geprägt real ist bereits seit dem Jahr 1994 an diesem Standort aktiv, das SB-Warenhaus liegt rückwärtig („2. Reihe“) zur Walthershäuser Straße, dadurch eingeschränkte verkehrliche Erreichbarkeit des Standortes keine Sichtachse auf den Verkehr der Walthershäuser Straße |
| Erreichbarkeit | <ul style="list-style-type: none"> verkehrliche Erreichbarkeit über die Waltersshäuser Straße; durch zurückversetzte Lage in der „2. Reihe“ nur eingeschränkte Anfahrbarkeit; aus Betreiber-sicht ein Standortnachteil fußläufige Erreichbarkeit aus der westlich liegenden Wohnsiedlung und auch aus der Großwohnsiedlung möglich, jedoch tendenziell unattraktive Wegebeziehung bzw. keine direkte funktionale Verknüpfung zu diesen Wohnquartieren im näheren Umfeld keine Haltestelle des ÖPNV |
| Parken | <ul style="list-style-type: none"> großzügig dimensionierte Parkplatzanlagen (kostenfrei) vor dem Eingangsbe-reich zu real |
| VK-Fläche/Geschäfte | <ul style="list-style-type: none"> ca. 5.780 m² VK / 3 Betriebe |

Branchenstruktur



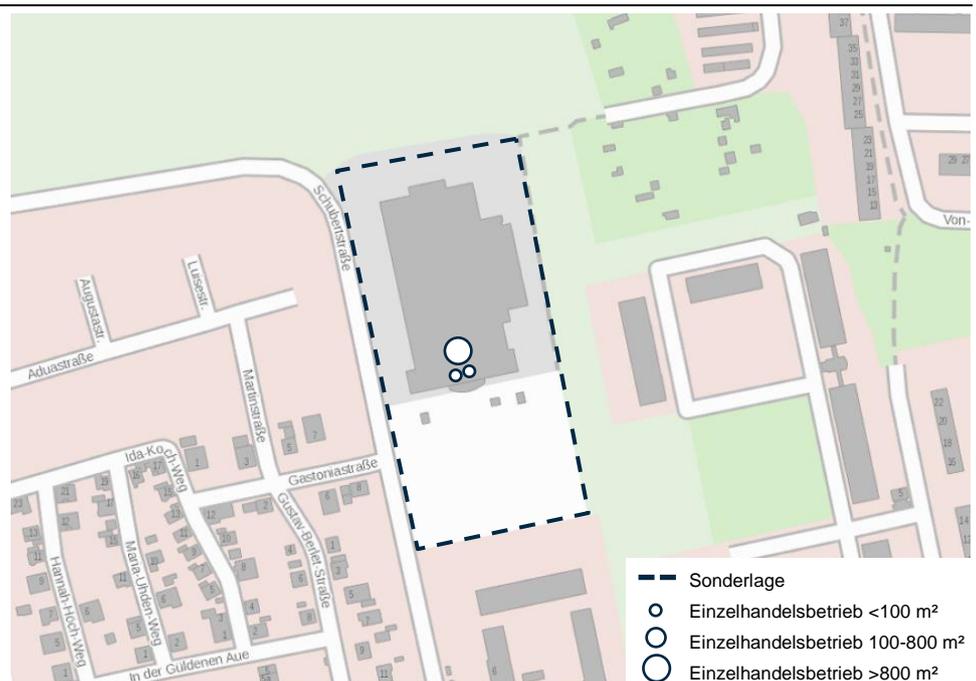
Branchen (Anzahl der Geschäfte)

- Lebensmittel/Reformwaren (2)
- Drogeriewaren/Gesundheit (0)
- Blumen/Pflanzen/Zoo (0)
- Bekleidung/Schuhe/Sport/Lederwaren (0)
- Bücher/Schreib-/Spielwaren (0)
- Unterhaltungselektronik/Elektro/PC/Foto (0)
- Möbel/Einrichtung/Hausrat/Bau-/Gartenmarkt (0)
- Optik/Uhren/Schmuck (1)
- Sonstiger Einzelhandel (0)

Einzelhandelsmagneten

- real

Räumliche Abgrenzung



| | |
|------------------------------|---|
| Einzelhandelsfunktion | <ul style="list-style-type: none"> ▪ stadtteilbezogene Versorgungsfunktion mit Lebensmitteln und ergänzenden Waren ▪ zum Teil gesamtörtliche und auch überörtliche Ausstrahlung, maßgeblich auf den Bereich südwestlich von Gotha; jedoch geringe relativ geringe Strahlkraft |
| Planungsrechtliche Situation | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Ausweisung im Flächennutzungsplan als Sonderbaufläche i.S.d. § 1 Abs. 1 Nr. 4 BauNVO ▪ für den Standortbereich existiert ein Bebauungsplan (gesetzt im April 1995) mit Ausweisung als Sondergebiet, die maximal zulässige Verkaufsfläche wird auf 6.400 m² festgesetzt |
| Entwicklungsziele | <ul style="list-style-type: none"> ▪ Standortbereich ist perspektivisch mit einem Lebensmittelmarkt – in Supermarktgröße – zu entwickeln ▪ keine Neuansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten ▪ weitere Ansiedlung von Handelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten möglich, jedoch Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf 10 % der Verkaufsfläche |

Kartengrundlage GDI-Th Freistaat Thüringen (Geoclient 1.8.1), Flächennutzungsplan Gotha (Juni 2006), Bebauungsplan Nr. 42 „Östlich der Schubertstraße“;

BBE Handelsberatung, eigene Bearbeitung und Darstellung

7.5. Sortimentskonzept Gotha

7.5.1. Begriffsdefinition

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

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

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

zentrenrelevante Sortimente

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

nicht-zentrenrelevante Sortimente

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

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

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

Zu der Sortimentsgruppe der zentrenrelevanten Sortimente zählen auch die sog. **nahversorgungsrelevanten Sortimente**, die überwiegend der kurzfristigen bzw. periodischen Grundversorgung dienen (v.a. Lebensmittel) und durch eine häufige Konsumentennachfrage gekennzeichnet sind. Auf diese Warengruppen treffen auch die Merkmale der zentrenrelevanten Sortimente zu. Da in innerstädtischen zentralen Versorgungsbereichen und z.T. auch in Nahversorgungszentren oft die flächenseitigen Voraussetzungen zur Installation von diesen meist großformatigen Anbietern nicht gegeben sind, sollte eine Ansiedlung auch außerhalb dieser Bereiche im Sinne einer wohnungsnahen und engmaschigen Bedarfsabdeckung möglich sein.

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

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

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

Bei der Definition der Sortimentsgruppen ist grundsätzlich auf eine **ortstypische Sortimentsliste** abzustellen, die sich auf die ortsspezifischen Verhältnisse und auch auf mögliche Entwicklungsperspektiven bezieht und somit auf die konkreten lokalen städtebaulichen Erfordernisse abgestimmt ist.¹⁰³ Ein genereller Rückgriff auf allgemeingültige Auflistungen von Sortimenten – wie dies z.T. in Landes- oder Regionalentwicklungsplänen der Fall ist – reicht im Rahmen einer bauleitplanerischen Steuerung nicht aus und wurde in der Rechtsprechung bereits als fehlerhaft beurteilt.

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

Eine ortsspezifische Sortimentsliste kann solche Sortimente – auch wenn diese in einem zentralen Versorgungsbereich noch nicht vorhanden sind – als zentrenrelevant ausweisen. Es ist möglich, diese Sortimente in anderen Ortsgebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen zwecks Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität dem zentralen Versorgungsbereich zuzuführen.¹⁰⁴ Bei der Darstellung dieser Zielperspektive besteht allerdings die Notwendigkeit, in dem Einzelhandelskonzept eine realistische Option für diese Entwicklung aufzuzeigen.

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

104 Verfolgt eine Gemeinde mit dem Ausschluss innenstadtrelevanter Einzelhandelssortimente außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches das Ziel, die Attraktivität der Ortsmitte in ihrer Funktion als Versorgungszentrum zu erhalten und zu fördern, darf sie in die Liste der ausgeschlossenen innenstadtrelevanten Sortimente auch Sortimente aufnehmen, die in der Innenstadt derzeit nicht (mehr) vorhanden sind.

vgl. Urteil VGH Baden-Württemberg [3 S 1259/056] vom 30.01.2006.

7.5.2. Zentren- und nicht-zentrenrelevante Sortimente für Gotha

Das **Ziel des Sortimentskonzepts** ist, die Sortimente mit einer innenstadtprägenden Funktion dauerhaft im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich in Gotha zu etablieren. Grundsätzlich sollen besonders größere Einzelhandelsansiedlungen mit zentrenrelevanten Sortimenten durch bauleitplanerische und genehmigungsrechtliche Maßnahmen funktionsabhängig maßgeblich auf diesen zentralen Versorgungsbereich gelenkt werden. In den nachgeordneten Nahversorgungszentren soll das Angebot vordringlich auf nahversorgungsrelevante Sortimente fokussieren.

Ferner stellt die Gothaer Sortimentsliste ein möglicherweise wichtiges Element für die Festlegung von sog. **Randsortimenten** bei der Ansiedlung oder Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben dar. Durch eine exakte Definition der Randsortimente nach Warengruppen und deren flächenmäßige Eingrenzung in Bebauungsplänen kann dem Zentrenkonzept Rechnung getragen werden. Nicht nur bei der Festsetzung der Randsortimente, auch im Rahmen von Bebauungsplänen für den großflächigen Einzelhandel kann die Sortimentsliste dazu dienen, zulässige oder ausgeschlossene Sortimente (Positiv-/Negativliste) zu definieren.

Der Erstellung der **Sortimentsliste** für Gotha liegt die allgemeine Begriffsdefinition (vgl. Pkt. 7.5.1) zugrunde. Die Sortimentsliste wird ferner unter Berücksichtigung der städtebaulich-funktionalen Einzelhandelsstruktur in zentralen Versorgungsbereichen und darin bereits angesiedelter Branchen bzw. auch bestehender Teilsortimente abgeleitet (vgl. Pkt. 7.4.2-7.4.4). Bei vielen der ausgewiesenen zentrenrelevanten Sortimente ist in den zentralen Versorgungsbereichen bereits ein Angebot – ggf. auch in Form eines Randsortiments – vorhanden (vgl. Anlage 4).

Von den Branchen, die aktuell nicht in den zentralen Versorgungsbereichen verortet sind, weisen verschiedene Sortimente bezüglich der definierten Beurteilungskriterien (vgl. Abb. 35) die Merkmale von zentrenrelevanten Waren (bspw. Betriebstypenspezifisch, Kopplungsaffinität) auf. Da diese Sortimente auf Basis der formulierten Zielstellung des Zentrenkonzeptes (vgl. Abb. 31) zur Aufwertung und weiteren Ausdifferenzierung insbesondere der innerörtlichen Bestandsstrukturen dienen, werden diese Warengruppen – trotz des **derzeitigen Fehlens** in dem zentralen Versorgungsbereich – als zentrenrelevant definiert.¹⁰⁵ Hierbei handelt es sich um die Sortimente

- Antiquitäten, Kunstgegenstände,
- Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger,

Die vorstehend benannten Sortimente lassen sich in bestehenden kleinformatigen Leerständen in der Gothaer Innenstadt ansiedeln (vgl. Pkt. 6.3.5). Demnach bestehen in dem zentralen Versorgungsbereich realistische Ansiedlungschancen für diese Sortimente.

Auf Basis der Bestandssituation im Einzelhandel und stadtentwicklungspolitischer Ziele wird für Gotha folgende Differenzierung zwischen zentren- und nicht-zentrenrelevanten Sortimenten vorgenommen. Die Aufstellung ist nicht abschließend; sollte möglicherweise eine Warengruppe in der folgenden Aufzählung nicht enthalten sein, so ist eine Eingruppierung gemäß den Ausführungen unter Punkt 7.5.1 vorzunehmen.

¹⁰⁵ In der Rechtsprechung ist anerkannt, dass sog. „zentrumstbildende“ Nutzungsarten, die in der Kernzone nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel, dem Zentrum eventuelle Neuansiedlungen zur Steigerung oder Erhaltung der Attraktivität zuzuführen, ausgeschlossen werden können. Diese Sortimente können als zentrenrelevant in die gemeinde-spezifische Liste aufgenommen werden.
vgl. Beschluss BVerwG [4 BN 33.04] vom 10.11.2004.

Abbildung 36: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Gotha
Teil I

| zentrenrelevante Sortimente | WZ-Nummer / Bezeichnung nach WZ 2008 ¹⁰⁶ | |
|---|---|--|
| <u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u> | | |
| ▪ Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren | 47.73 | Apotheken |
| ▪ Blumen, Zimmerpflanzen | aus 47.76.1 | EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, nur: Blumen |
| ▪ Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, Wasch-/ Putzmittel | 47.75 | EH mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln |
| ▪ Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere | aus 47.76.2 | EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nur: EH mit Futtermitteln für Haustiere |
| ▪ Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost | 47.2 | EH mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren |
| ▪ Zeitungen, Zeitschriften | 47.62.1 | EH mit Zeitschriften und Zeitungen |
| ▪ Antiquitäten, Kunstgegenstände | 47.79.1 | EH mit Antiquitäten und antiken Teppichen |
| ▪ Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse | 47.78.1 | Augenoptiker |
| ▪ Bücher | 47.61 | EH mit Büchern |
| ▪ Computer, Computertechnik, Computerzubehör | 47.41 | EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software |
| ▪ Elektrokleingeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör | aus 47.54 | EH mit elektrischen Haushaltsgeräten, nur: EH mit Elektrokleingeräten einschließlich Näh- und Strickmaschinen |
| ▪ Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör | 47.64.1 | EH mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör |
| ▪ Foto, Fotozubehör | 47.78.2 | EH mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker) |
| ▪ Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen | 47.78.3 | EH mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln |
| ▪ Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel | 47.59.2 47.59.9 | EH mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren EH mit Haushaltsgegenständen, nicht: EH mit Lampen und Leuchten |
| ▪ Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Handarbeitsbedarf, Haushaltstextilien (Haus-/ Tisch-/ Bettwäsche), Gardinen | 47.51 aus 47.53 | EH mit Textilien, nicht: Matratzen EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, nur: Vorhänge und Gardinen |
| ▪ Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren | 47.72.2 | EH mit Lederwaren und Reisegepäck |
| ▪ Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger | 47.59.3 47.42 | EH mit Musikinstrumenten und Musikalien EH mit bespielten Ton- und Bildträgern |

| | | |
|---|-------------------------|--|
| ▪ Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe, sonstige Bekleidung | 47.71 | EH mit Bekleidung |
| ▪ Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bas- telbedarf | 47.62.2 | EH mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln |
| ▪ Sanitätswaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte | 47.74 | EH mit medizinischen und orthopädischen Artikeln |
| ▪ Schuhe | 47.72.1 | EH mit Schuhen |
| ▪ Spielwaren, Bastelartikel | 47.65 | EH mit Spielwaren |
| ▪ Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen | 47.64.2 aus 47.78.9 | EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nicht: Boote Sonstiger Einzelhandel, nur: EH mit Waffen und Munition |
| ▪ Uhren, Schmuck | 47.77 | EH mit Uhren und Schmuck |
| ▪ Unterhaltungselektronik ("Braune Ware"), Ton- und Bildträger, Telekommunikationsgeräte | 47.43 47.63 47.42 | EH mit Geräten der Unterhaltungselektronik EH mit bespielten Ton- und Bildträgern EH mit Telekommunikationsgeräten |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Teil II

| nicht-zentrenrelevante Sortimente | WZ-Nummer / | Bezeichnung nach WZ 2008 |
|--|----------------------|--|
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Autozubehör, -teile, -reifen, Kraftradteile, -zubehör | 45.32 45.40 | EH mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Baumarktartikel (u.a. Bauelemente, Baustoffe, Eisenwaren, Fenster, Türen, Badeeinrichtung, Installationsmaterial, Sanitärerzeugnisse, Holz- und Holzmaterialien, Kamine, Öfen) | 47.52 | EH mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Boote, Zubehör | aus 47.64.2 | EH mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel), nur: Boote |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel | aus 47.41 | EH mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software, nur: Büromaschinen, Büroeinrichtung, Organisationsmittel |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Elektrogroßgeräte („Weiße Ware“) | aus 47.54 | EH mit elektrischen Haushaltsgeräten, nur: EH mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülautomaten, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen) |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Gartenartikel, Gartenbedarf, Gartenmöbel, Gartenmaschinen, Freilandpflanzen, Campingmöbel | 47.76.1 47.52.1 | EH mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln, ohne: Blumen EH mit Metall- und Kunststoffwaren |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Leuchten, Lampen | aus 47.59.9 | EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Lampen und Leuchten |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Kinderwagen | aus 47.59.9 | EH mit Haushaltsgegenständen, nur: EH mit Kinderwagen |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Möbel, Küchen, Büromöbel, Bettwaren (u.a. Matratzen, Lattenroste, Oberdecken) | 47.59.1 aus 47.51 | EH mit Wohnmöbeln EH mit Textilien, nur: Matratzen |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Teppiche, Bodenbeläge, Farben, Lacke, Tapeten | 47.53 aus 47.52.3 | EH mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten, ohne: Vorhänge und Gardinen EH mit Anstrichmitteln, Bau und Heimwerkerbedarf, nur: Einzelhandel mit Farben und Lacken |
| <ul style="list-style-type: none"> ▪ Zooartikel, lebende Tiere, Tierpflegemittel, Zubehör | 47.76.2 | EH mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren, nicht: EH mit Futtermitteln für Haustiere |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

7.6. Grundsätze zur räumlichen Entwicklung und Steuerung des Einzelhandels in Gotha

Im Folgenden werden auf Grundlage der Ergebnisse der Bestandsanalyse und der formulierten Ziele des Zentrenkonzepts (vgl. Abb. 31) Grundsätze zur räumlichen Einzelhandelsentwicklung in Gotha definiert. Hiermit soll eine versorgungsstrukturell bestmögliche und gesamtstädtisch gewinnbringende Einzelhandelsentwicklung für die Zukunft sichergestellt werden. Die Ansiedlungsgrundsätze¹⁰⁷ sind auf eine funktions- bzw. arbeitsteilige Einzelhandelsstruktur zwischen der Gothaer Einkaufsinnenstadt, den beiden Nahversorgungszentren, den Grundversorgungsstandorten und den Sonderlagen abgestimmt.

I. Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevanten und nahversorgungsrelevanten Kernsortimenten in den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt und (flächenbegrenzt) auch in die Nahversorgungszentren

Ziel: Erhalt und Stärkung der mittelzentralen Versorgungsfunktion und der überörtlichen Ausstrahlung der Gothaer Einkaufsinnenstadt, Sicherung der Zukunftsfähigkeit der Einkaufsinnenstadt

Der innerstädtische zentrale Versorgungsbereich besitzt oberste Priorität, so dass perspektivisch Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Kernsortiment in den zentralen Versorgungsbereich Einkaufsinnenstadt anzusiedeln sind. Für diesen Bereich ist keine Entwicklungsobergrenze festgelegt, da die Einkaufsinnenstadt den stadtentwicklungspolitisch bedeutsamsten Einzelhandelsstandort darstellt.

Mit der eindeutigen Fokussierung des Einzelhandels kann einer Angebotsstreuung über das gesamte Gothaer Stadtgebiet – insbesondere in dezentralen bzw. städtebaulich nicht-integrierten Lagen¹⁰⁸ – entgegen gewirkt und die Einkaufsinnenstadt in ihrer heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden.

Die Gothaer Einkaufsinnenstadt soll zum dominierenden flächenseitigen Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente ausgebaut werden. Dies ist für die Stärkung und Qualifizierung der mittelzentralen Versorgungsfunktion, die überörtliche Ausstrahlung des Gothaer Zentrums, seiner Urbanität und damit für die Zukunftsfähigkeit unabdingbar.

Zur Bestimmung der Zentrenrelevanz der einzelnen Sortimente wird die ortstypische Sortimentsliste der Stadt Gotha zugrunde gelegt (vgl. Pkt. 7.5.2). Der vorstehende Grundsatz I trifft sowohl für nicht-großflächige als auch für großflächige Handelsbetriebe¹⁰⁹ zu.

Um die Versorgungsfunktion auch in den verdichteten Wohnsiedlungsbereichen aufrecht zu erhalten, ist die Ansiedlung von Betrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (außerhalb der nahversorgungsrelevanten Sortimente) ausnahmsweise auch außerhalb der Einkaufsinnenstadt möglich; als Standorte kommen lediglich ausgewiesene Nahversorgungszentren in Frage. Es sind folgende Prämissen einzuhalten:

- Die Flächengröße der anzusiedelnden Betriebe mit zentrenrelevanten Kernsortimenten (Ausnahme nahversorgungsrelevante Sortimente) muss deutlich unterhalb der Schwelle zur Großflächigkeit liegen und muss standortangepasst, d.h. der Einwohnerzahl in dem jeweiligen Einzugsgebiet angemessen sein.
- Der Charakter des jeweiligen Nahversorgungszentrums muss weiterhin auf nahversorgungsrelevanten Sortimenten liegen; diese müssen den überwiegenden Anteil (>60 %) an der gesamten Verkaufsfläche einnehmen.

107 Die Steuerungsgrundsätze sind für die Ansiedlung und auch Erweiterungsvorhaben im Einzelhandel anzuwenden. Für bestehende Betriebe wird der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz gewährleistet.

108 In Gewerbegebieten – insbesondere im Gewerbegebiet Süd – ist die Ansiedlung und Erweiterung von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Kernsortimenten unabhängig von der Größenordnung generell auszuschließen. Ausnahmen bilden hier lediglich Betriebe, die das sogenannte „Handwerkerprivileg“ erfüllen.

109 Einer entsprechenden Ansiedlung dürfen jedoch städtebauliche und landesplanerische Belange nicht entgegenstehen.

- Der Großteil der Betriebe (>50 %) in dem jeweiligen Nahversorgungszentrum muss auf nahversorgungsrelevante Kernsortimente fokussieren.
- Bei der Ansiedlung eines Betriebes mit zentrenrelevanten Sortimenten müssen negative Auswirkungen auf andere zentrale Versorgungsbereiche ausgeschlossen sein.

II. Einzelhandelsbetriebe mit dem Kernsortiment Lebensmittel primär in zentrale Versorgungsbereiche sowie nachgeordnet zur Gewährleistung einer engmaschigen Versorgung auch an Grundversorgungsstandorte

Ziel: Erhalt und Stärkung einer möglichst engmaschigen Grundversorgung mit Lebensmitteln für die Bewohner von Gotha

Die Gothaer Einkaufsinnenstadt sowie die Nahversorgungszentren sollten perspektivisch über einen angemessenen Besatz an nahversorgungsrelevanten Sortimenten, insbesondere auch an Lebensmittelverkaufsfläche verfügen; dies wird derzeit bereits durch bestehende Lebensmittelmärkte in allen drei Versorgungsbereichen abgesichert. Daher kommt dem Schutz der bestehenden Lebensmittelmärkte in den zentralen Versorgungsbereichen eine herausragende Bedeutung zu.

Um die Grundversorgung mit Lebensmitteln bzw. ergänzend mit Waren des kurzfristigen periodischen Bedarfs (nahversorgungsrelevante Sortimente)

- möglichst engmaschig und auch
- für nicht-mobile Bevölkerungsteile

fußläufig zu gestalten, ist nachgeordnet zu dem Innenstadthandel bzw. dem Angebot in den Nahversorgungszentren die Ansiedlung von Betrieben mit dem Kernsortiment Lebensmittel auf wohnsiedlungsintegrierte Standorte zu lenken.

Die Ansiedlung eines Lebensmittelmarktes ist somit ausnahmsweise auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche möglich, wenn für einen entsprechenden Anbieter nachweislich

- in den zentralen Versorgungsbereichen keine Flächenkapazitäten bestehen,
- hier bereits ein entsprechender Anbieter ansässig ist und
- schädliche Auswirkungen auf den Lebensmittelhandel in den zentralen Versorgungsbereichen und an anderen Grundversorgungsstandorte

auszuschließen sind. Diese Ausnahmeregelung gilt nicht für Standorte innerhalb von Gewerbe- oder Industriegebieten; in diesen städtebaulich nicht integrierten Lagen ist Einzelhandel mit zentrenrelevanten Sortimenten grundsätzlich auszuschließen.¹¹⁰

Die Ansiedlung von Betrieben des Lebensmitteleinzelhandels ist auf sog. Grundversorgungsstandorte zu lenken; diese sind durch eine städtebaulich integrierte Lage geprägt. Ein Standort ist i.S.d. Gothaer Einzelhandelskonzeptes als städtebaulich integriert einzustufen, wenn sich dieser

- in zentraler und für einen nicht unwesentlichen Teil der lokalen Wohnbevölkerung in *fußläufig gut erreichbaren Lage* befindet,
- im Zusammenhang einer *bestehenden (Wohn-)Bebauung* liegt,

110 Eine Ausnahme bildet das sog. Handwerkerprivileg. Handelsbetriebe sind im Gewerbegebiet zulässig, wenn der Einzelhandelsbetrieb

- im betrieblichen Zusammenhang mit einem Gewerbebetrieb (z.B. Großbäckerei) steht,
- die Verkaufsstätte dem Hauptbetrieb räumlich zugeordnet ist,
- die angebotenen Waren aus eigener Herstellung auf dem Betriebsgrundstück stammen oder im Zusammenhang mit den hier hergestellten Waren oder mit den angebotenen Handwerksleistungen stehen,
- der Umsatz dem Hauptbetrieb deutlich untergeordnet sind und
- die Grenze der Großflächigkeit nach § 11 Abs. 3 BauNVO nicht überschritten wird.

- über eine gute *fußläufige Anbindung* (Straße, Fuß- und ggf. Radweg) verfügt,
- im Umfeld möglichst einen ortsüblichen *ÖPNV-Anschluss* (optional) besitzt,
- sich räumlich in die örtliche Einzelhandelsstruktur integriert (*Einbindung in vorhandene Wohnsiedlung- bzw. Einzelhandelsstrukturen*) und
- ein *hohes zu versorgendes Bevölkerungspotenzial* in seinem fußläufigen Nahbereich besteht.

Bei der Ansiedlung von Lebensmittelmärkten müssen diese Vorhaben eine standortgerechte Dimensionierung besitzen und überwiegend der Grundversorgung¹¹¹ dienen. Der Flächenanteil der zentrenrelevanten Sortimente (Ausnahme: nahversorgungsrelevante Sortimente i.S.d. „Gothaer Liste“) sollte nicht über 10 % liegen und muss dem Hauptsortiment flächen- und umsatzseitig deutlich untergeordnet sein.

Die Ansiedlung von diesen Betrieben ist auf Standorte zu konzentrieren, in deren fußläufigem Umfeld eine hohe Mantelbevölkerung wohnt.¹¹² Eine solche Ansiedlung außerhalb des zentralen Versorgungsbereiches ist prinzipiell im Einzelfall im Rahmen einer zu erstellenden Auswirkungsanalyse zu prüfen und abzuwägen, da neben den Auswirkungen auf den Handel in zentralen Versorgungsbereichen auch die Auswirkungen auf die bestehenden Grundversorgungsstandorte zu prüfen sind.

Die bestehenden Lebensmittelanbieter – auch außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche – genießen Bestandsschutz. Eine flächenseitige Erweiterung dieser Betriebe – die einer möglichen Standortsicherung dient und eine konzeptübliche Fläche umfasst – ist möglich und im Rahmen einer Einzelfallprüfung zu bewerten und zu entscheiden; diese Aussage trifft jedoch nicht für Betriebe in städtebaulich nicht-integrierten Lagen zu. Es sind die vorstehend skizzierten Prämissen anzuwenden.

III. Großflächiger Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in bestehende Sonderlagen, flächenseitig kleinere Betriebe auch in städtebaulich integrierten Lagen möglich

Ziel: Räumliche Konzentration des großflächigen Handels mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten in bestehenden Sonderlagen, Lenkung von diesen Betrieben, insbesondere von nicht-großflächigen Betrieben auch in städtebaulich integrierte Lagen, idealerweise in Randbereiche der zentralen Versorgungsbereiche oder an komplexe Grundversorgungsstandorte

Der großflächige Einzelhandel mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten dient der Ergänzung des Handels in zentralen Versorgungsbereichen und des Angebots an Grundversorgungsstandorten. In der Gothaer Innenstadt und den Nahversorgungszentren ist die Aufnahmefähigkeit größerer Handelsbetriebe begrenzt, da diese Anbieter i.d.R. für Verkaufs-/ Lager- und Parkierungsflächen einen hohen Flächenverbrauch haben, hohe Lieferverkehre erzeugen und sich meist räumlich nicht in die vorhandene Einzelhandelsstruktur einordnen.

Aus diesem Grund ist die Ansiedlung auch an verkehrsgünstigen bzw. autokundenorientierten Standorten in Gotha prinzipiell zulässig. Eine Ansiedlung ist jedoch eigens in den definierten Sonderlagen zu empfehlen, da so eine Konzentration von mehreren verschiedenen Anbietern erfolgen kann. Diese räumliche Angebotsbündelung führt aus Kundensicht zu einem attraktiven und komplexen Gesamtangebot („Cluster“), wobei auch betriebliche Kapazitäten (z.B. Parkplätze) gemeinsam genutzt werden können.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht-zentrenrelevanten Kernsortimenten – speziell kleinformatige Spezialanbieter – können bei Flächenverfügbarkeit auch in zentralen Versorgungsbereichen oder in Randlage hierzu

111 Unter Grundversorgung wird im Sinne des LEP Thüringen die verbrauchernahe Deckung des überwiegend kurzfristigen Bedarfs an Nahrungs- und Genussmitteln, Drogerieerzeugnissen u.ä. verstanden.

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

112 Eine allgemeine Angabe der Einwohnerzahl als Richtlinie ist nicht sinnvoll, da insbesondere auch siedlungsstrukturelle Besonderheiten berücksichtigt werden müssen.

bzw. an komplexen Grundversorgungsstandorten angesiedelt werden, da so eine Angebotsbereicherung dieser städtebaulich integrierten Lagen erfolgt.

Die Erweiterung von bestehenden Einzelhandelsbetrieben mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment ist grundsätzlich zulässig, sofern diese langfristig der Standortsicherung dient.

IV. Zentrenrelevante Randsortimente in Betrieben mit nicht-zentrenrelevantem Einzelhandel nur begrenzt zulässig

Ziel: Schutz der zentralen Versorgungsbereiche – insbesondere der Einkaufsinnenstadt – durch einen Aufwuchs von zentrenrelevanten Sortimenten an dezentralen Standorten

In der Regel führen Einzelhandelsbetriebe mit nicht-zentrenrelevantem Kernsortiment meist Randsortimente, die als zentrenrelevant einzustufen sind. Im Gegensatz zu den nicht-zentrenrelevanten Sortimenten können von diesen Ergänzungs- bzw. Randsortimenten ggf. negative Auswirkungen auf den Einzelhandel in zentralen Versorgungsbereichen oder auch auf Handelsbetriebe an Grundversorgungsstandorten ausgehen, wenn diese eine gewisse Größe und damit Attraktivität erreichen.

Ein prinzipieller Ausschluss von zentrenrelevanten Randsortimenten ist vor dem Hintergrund von Kundenerwartungen unrealistisch und nicht zielführend, da Randsortimente für die Attraktivität der Anbieter wichtig sind und sich diese Sortimente in vielen Branchen etabliert haben.¹¹³ Die zentrenrelevanten Randsortimente können jedoch je nach Umfang, qualitativer Ausrichtung und Angebotstiefe ein Gefährdungspotenzial für den Einzelhandel in integrierten Lagen darstellen.

Um den Handel insbesondere im innerstädtischen zentralen Versorgungsbereich vor möglichen negativen absatzwirtschaftlichen Auswirkungen zu schützen und um die Ansiedlungspotenziale hier nicht einzuschränken, sind die zentrenrelevanten Randsortimente in Betrieben außerhalb der Gothaer Einkaufsinnenstadt auf maximal 10 % der Gesamtverkaufsfläche – maximal auf 800 m² Verkaufsfläche – des jeweiligen Betriebes zu begrenzen.

Die Randsortimente müssen grundsätzlich einen direkten und deutlichen funktionalen Bezug zum Kernsortiment haben.¹¹⁴ Unabhängig von der Obergrenze der für zentrenrelevante Randsortimente insgesamt zulässigen Fläche muss u.a. auch sichergestellt werden, dass diese nicht von einem einzigen Sortiment belegt werden kann.

Prinzipiell ist eine Einzelfallprüfung zu empfehlen, da die Ausprägung dieser Sortimente durch den vorstehenden Schwellenwert nicht ausreichend ausgedrückt werden kann. Unter Umständen kann es sinnvoll sein, zum Schutz des Bestandshandels in integrierten Lagen die Maximalflächen auch unterhalb des vorstehenden Wertes anzusetzen. Maßgeblich hierfür sind die zu erwartenden absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines Ansiedlungs- oder Erweiterungsvorhabens.

113 Als Beispiel sind hier die Randsortimentsabteilungen in Bau- oder Gartenmärkten oder in Möbelhäusern zu nennen.

114 Als Randsortimente sind solche Waren zu definieren, welche u.a. zu einem spezifischen Kernsortiment hinzutreten und dieses gleichsam ergänzen und durch solche Waren anreichern, die eine gewisse Beziehung und Verwandtschaft mit den Waren des Kernsortiments haben. Zugleich muss das Angebot des Randsortiments dem Kernsortiment in seinem Umfang und seiner Gewichtigkeit deutlich untergeordnet sein.
vgl. Urteil OVG Nordrhein-Westfalen [7AD 108/96.NE] vom 22.06.1998.

Abschließend erfolgt überblicksartig eine zusammenfassende Darstellung der empfohlenen **Steuerungsmechanismen** zur weiteren Einzelhandelsentwicklung in Gotha.

Abbildung 37: Übersicht der Steuerungsempfehlungen im Gothaer Einzelhandel

| | | zentraler Versorgungsbereich | | Grundversorgungsstandort | Sonderlage |
|---------------------------------------|-------------------|------------------------------|-----------------------|--------------------------|------------------|
| | | Einkaufsinnenstadt | Nahversorgungszentrum | | |
| zentrenrelevantes Kernsortiment | großflächig | ✓ | ✗ | ✗ | ✗ |
| | nicht-großflächig | ✓ | ✓ | ✗ | ✗ |
| Lebensmittel | großflächig | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ |
| | nicht-großflächig | ✓ | ✓ | ✓ | ✗ |
| nicht-zentrenrelevantes Kernsortiment | großflächig | ✓ | ✗ | ✗ | ✓ ¹¹⁵ |
| | nicht-großflächig | ✓ | ✓ | ✓ | ✓ |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

¹¹⁵ Begrenzung der zentrenrelevanten Randsortimente auf max. 10 % der Verkaufsfläche.

7.7. Umsetzung des Zentrenkonzeptes im Rahmen der Bauleitplanung

Der Stadt Gotha wird empfohlen, die in dem Zentrenkonzept beschriebenen Zielstellungen als Chance für eine vorteilhafte Stadt- und Einzelhandelsentwicklung zu betrachten und eine konsequente, fachlich sinnvolle Umsetzung zu verfolgen. Die vorliegende Einzelhandelskonzeption soll als **Fachbeitrag** eine strategische Arbeitsbasis für die weitere Stadtentwicklung von Gotha in den nächsten Jahren bilden.

Aus rechtlicher Sicht kann die Kommune ihre umfangreichen gesetzlichen Eingriffs- und Lenkungsmöglichkeiten zur Steuerung des Einzelhandels nutzen. Durch das Planungsrecht ist die öffentliche Hand mit Instrumentarien ausgestattet, eine gesamtstädtisch gewinnbringende Einzelhandelssteuerung mit Blick auf eine geordnete Stadtentwicklung hin vorzunehmen. Dies impliziert jedoch die zielgerichtete Anwendung des bauplanungsrechtlichen Instrumentariums zur Umsetzung des Leitbildes bzw. der Steuerungsgrundsätze des vorliegenden Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes.

Dem informellen Einzelhandels- und Zentrenkonzept selbst kommt keine rechtliche Außenverbindlichkeit zu; für die Zulässigkeit von Vorhaben ist uneingeschränkt die bauplanungsrechtliche Situation entscheidend. Als Grundlage speziell folgender kommunaler und privatwirtschaftlicher Entscheidungen hat es jedoch eine **wichtige Bedeutung**:

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

Nachstehend werden einzelne Maßnahmen bzw. Handlungsanleitungen¹¹⁶ zur **Umsetzung des Zentrenkonzeptes** im Rahmen der Bauleitplanung erläutert:

1. Um Ansiedlungsvorhaben außerhalb der zentralen Versorgungsbereiche oder an städtebaulich unerwünschten Standorten mit zentrenrelevanten Sortimenten zu steuern, empfiehlt sich ein präventiver Umgang mit potenziellen Ansiedlungsstandorten im unbeplanten Innenbereich (§ 34 BauGB).

Insbesondere sollten Standorte geprüft werden, die möglicherweise für leistungsstarke und expansive Einzelhandelsbetriebe (v.a. Lebensmittelmärkte und Non-Food-Fachmärkte) mit zentrenrelevantem Kernsortiment interessant sind. Eine Grundlage für die Einschätzung sind üblicherweise die Ansiedlungsprofile der gängigen Fachmarktbetreiber.

Vor diesem Hintergrund kommen beispielsweise Teilbereiche entlang hoch frequentierter Hauptverkehrsstraßen, wie z.B. der Ohrdruffer Straße, Salzgitterstraße/ Weimarer Straße, Langensalzaer Straße oder der Kindleber Straße bzw. auch im Gewerbegebiet Süd in Frage. Denkbare Ansiedlungen in diesen Solitärlagen führen zu einer Zersiedlung des Einzelhandelsangebots, ferner sind diese Standorte u.U. für nicht-mobile Bevölkerungsteile schwer erreichbar. In diesen Gebieten empfiehlt sich der konsequente Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben mit zentrenrelevanten Sortimenten.

¹¹⁶ Die formulierten Ausführungen dienen ausdrücklich nicht der Rechtsberatung, sondern lediglich der überblicksartigen Darstellung des bestehenden rechtlichen Instrumentariums.

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

Im Regelfall wird die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes nach § 9 Abs. 2a BauGB möglich sein. Hier kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind.

2. Die Steuerung des Einzelhandels im Innenbereich kann über die Aufstellung eines einfachen Bebauungsplanes innerhalb im Zusammenhang bebauter Ortsteile (§ 34 BauGB) nach § 9 Abs. 2a BauGB erfolgen, wobei grundsätzlich nicht für alle Stadtbereiche die Notwendigkeit der Aufstellung eines Bebauungsplanes zur Steuerung des Einzelhandels besteht (bspw. in verdichteten Wohngebieten). Es kann zum Erhalt oder zur Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche festgelegt werden, dass nur bestimmte Arten der baulichen Nutzungen zulässig, nicht-zulässig oder nur ausnahmsweise zulässig sind. Der sog. einfache Bebauungsplan unterscheidet sich somit von Bebauungsplänen, welche Festsetzungen nach § 9 Abs. 1 BauGB enthalten.

Ein Bebauungsplan nach § 9 Abs. 2a BauGB nimmt ausdrücklich Bezug auf ein städtebauliches Entwicklungskonzept, da „... insbesondere ein [...] städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zu berücksichtigen [ist], das Aussagen über die zu erhaltenden oder zu entwickelnden zentralen Versorgungsbereiche der Gemeinde oder eines Gemeindeteils enthält“.

Es wird deutlich, dass die Aufstellung eines Einzelhandels- und Zentrenkonzeptes Voraussetzung für die Aufstellung eines Bebauungsplans mit Festsetzungen nach § 9 Abs. 2a BauGB ist. Die Festsetzungen von Bebauungsplänen zur Einzelhandelssteuerung können aus der Zentrenkonzeption abgeleitet werden. Das Zentrenkonzept definiert dabei die zentralen Versorgungsbereiche und liefert Maßstäbe und Ansätze, auf welche Weise diese Versorgungsbereiche zu schützen sind und wie die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung gesichert werden kann.

Im Rahmen des § 9 Abs. 2a BauGB können – anders als bei Anwendung von § 34 Abs. 3 BauGB – auch noch zu entwickelnde zentrale Versorgungsbereiche geschützt werden, die in einer Einzelhandelskonzeption ausgewiesen werden können. In Gotha ist jedoch kein derartiger zu entwickelnder zentraler Versorgungsbereich geplant.

3. Ein wichtiges Instrument der Feinsteuerung innerhalb von Bebauungsplänen ist grundsätzlich der Nutzungsausschluss gemäß § 1 Abs. 5 BauNVO in Verbindung mit § 1 Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten z.B. aus städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können.¹¹⁷ Diese Möglichkeit kann auch dafür genutzt werden, beispielsweise in bestimmten Baugebieten zentrenrelevanten Einzelhandel auszuschließen oder nur nahversorgungsrelevanten Handel ausnahmsweise zuzulassen.¹¹⁸ Gemäß § 1 Abs. 10 BauNVO können in einem Bebauungsplan vorhandenen Betrieben über den Bestandsschutz hinausgehende Entwicklungsmöglichkeiten eingeräumt werden, sofern die allgemeine Zweckbestimmung des Baugebiets gewahrt bleibt.
4. Grundsätzlich sollte in Gewerbegebieten – insbesondere bei Neuausweisungen oder bei der Änderung bestehender Bebauungspläne – von der Steuerungsmöglichkeit des Einzelhandels Gebrauch gemacht werden. Hier empfiehlt sich ein planungsrechtlicher Ausschluss von zentrenrelevantem Einzelhandel, auch um diese Gebiete vor allem für die Ansiedlung von produzierendem Gewerbe vorzuhalten. Dies betrifft vor allem das Gewerbegebiet Süd.

117 „Die Stärkung der Zentren durch Konzentration von Einzelhandelsnutzungen in Stadtbezirks- und Ortsteilzentren ist ein Ziel, das den Ausschluss von Einzelhandelsbetrieben in nicht zentralen Lagen städtebaulich rechtfertigen kann. Der Gemeinde ist es gestattet, „zentrumbildende“ Nutzungsarten, die in Zentren bisher nicht oder nur geringfügig vertreten sind, in anderen Gemeindegebieten mit dem Ziel auszuschließen, eventuelle Neuansiedlungen den Zentren zuzuführen, um deren Attraktivität zu steigern oder zu erhalten.“ vgl. Urteil BVerwG [4 C 21.07] vom 26.03.2009.

118 Werden in Bebauungsplänen sortimentsbezogene Festlegungen zur Art der baulichen Einzelhandelsnutzung getroffen, ist diesen Festsetzungen die in dem vorliegenden Konzept erarbeitete Gothaer Liste zu Grunde zu legen. Bei einer entsprechenden Bezugnahme muss die für die Festsetzungen maßgebliche Liste in dem konstitutiven Regelungsteil des Bebauungsplans mit abgedruckt werden.

Gewerbegebiete besitzen i.d.R. eine höhere Flächenverfügbarkeit bei günstigeren Grundstückspreisen und bedingen geringere Entwicklungs- und Erstellungskosten einer Einzelhandelsimmobilie als städtebaulich integrierte oder Innenstadtstandorte. Auf Grund der Pkw-Erreichbarkeit und der Agglomerationseffekte zu möglichen bestehenden Anbietern ist eine effizientere und schnelle Positionierung eines neuen Einzelhandelsbetriebes möglich. Aus Sicht der Stadtentwicklung führt dies jedoch zu einer Zersplitterung des Angebots und zu einem erhöhten Druck auf integrierte Standorte.

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

Die vorstehende Maßgabe trifft z.B. für den Bebauungsplan Nr. 78.1 „Schöne Allee – Altes Gaswerk“ zu; in den textlichen Festsetzungen sind keine Beschränkungen zur Ansiedlung von Einzelhandelsbetrieben enthalten.

6. Insofern großflächige Einzelhandelsbetriebe nach einer Genehmigung über § 34 BauGB errichtet wurden, sollten diese Gebiete ggf. mit ihrem Bestand festgeschrieben bzw. überplant werden. Dies trifft beispielsweise für verschiedene Lebensmittelmärkte und auch Non-Food-Fachmärkte zu.

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

Die Festsetzungen des Bebauungsplanes müssen (auch) der Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche dienen, hierunter fallen die Gothaer Einkaufsinnenstadt und die beiden Nahversorgungszentren. Der Bebauungsplan soll der Umsetzung der Maßgaben des Zentrenkonzeptes dienen; seine Festsetzungen erfolgen zur Erhaltung und Entwicklung der in dem Konzept definierten zentralen Versorgungsbereiche.

7. Bei der Aufstellung von Bebauungsplänen ist § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB zu berücksichtigen; zentrale Versorgungsbereiche sind nicht nur zu erhalten, sondern auch weiter zu entwickeln. Selbst bei einer möglichen „Verträglichkeit“ eines Einzelhandelsvorhabens ist darauf zu achten, ob dieses der Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs schaden kann. Dies wäre beispielsweise der Fall, wenn zentrenrelevante Sortimente außerhalb eines zentralen Versorgungsbereiches entwickelt werden und diesem Bereich somit vorenthalten würden oder z.B. auf Grund des limitierten Nachfragepotenzials die Ansiedlung eines weiteren Betriebes in diesem Segment in einem zentralen Versorgungsbereich erschwert oder unmöglich würde.
8. Es ist grundsätzlich zu prüfen, ob es sich bei Abfragen zum gemeindlichen Einvernehmen i.S.d. § 36 BauGB um Vorhaben handelt, die dem Zentrenkonzept entgegenstehen. Eine Konzeptwidrigkeit liegt dabei – auch bei Fehlen von Auswirkungen gemäß § 34 Abs. 3 BauGB – vor, wenn der in § 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB verankerte Entwicklungsaspekt nicht eingehalten wird bzw. das Vorhaben nicht den Entwicklungsleitlinien des Zentrenkonzeptes entspricht. In diesem Fall ist zu prüfen, ob zeitnah eine verbindliche Bauleitplanung gemäß § 14 / § 15 BauGB eingeleitet werden sollte.
9. Das Zentrenkonzept ist als Grundlage für die Flächennutzungsplanung zu sehen. Die zentralen Versorgungsbereiche, der i.S.d. § 5 Abs. 2 Nr. 2d) BauGB im Flächennutzungsplan dargestellt werden können, sind in dem Konzept in ihrer räumlichen Ausdehnung eindeutig enthalten und somit für eine Übernahme in den Flächennutzungsplan geeignet.

10. Das vorliegende Einzelhandels- und Zentrenkonzept ist nach dem Ratsbeschluss als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB in der Bauleitplanung zu beachten. Die Berücksichtigung dieses Konzeptes wird sich gewinnbringend auf die weitere Einzelhandels- und Stadtentwicklung in Gotha auswirken.

8. Schlusswort

Die Stadt Gotha ist im zentralen Teil des Freistaats Thüringen und hier im Landkreis Gotha verortet und wird in der Landesplanung als **Mittelzentrum mit Teilfunktionen eines Oberzentrums** ausgewiesen. Gotha ist mit ca. 45.100 Einwohnern die fünftgrößte Stadt in Thüringen und fungiert als Sitz der Landkreisverwaltung. In der näheren Umgebung von Gotha befinden sich vor allem kleinere Kommunen mit einer ländlich geprägten Siedlungsstruktur; die Lage der Stadt ist jedoch durch die räumliche Nähe zu Erfurt geprägt, da die Landeshauptstadt nur knapp über 20 Kilometer östlich von Gotha entfernt liegt.

Die soziodemographischen **Rahmendaten** (u.a. Einwohnerentwicklung, -prognose, Altersstruktur) von Gotha weisen im Vergleich mit den landesweiten Strukturdaten aus Handelssicht teilweise bessere Rahmenbedingungen auf; für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung lassen sich hieraus jedoch keine substantziellen nachfragerlevanten Impulse ableiten. Positiv stellen sich für Gotha jedoch die Arbeitsplatzzentralität und tourismusrelevante Nachfragepotenziale dar.

Der lokale **Einzelhandelsbestand** beträgt rd. 116.700 m² Verkaufsfläche; mit einer Verkaufsflächendichte von 2,6 m² je Einwohner zeigt sich für Gotha ein – im Bundesvergleich – überdurchschnittlicher Flächenwert. Mit Blick auf umliegende Städte in der Region verfügt Gotha über eine durchschnittliche Flächenausstattung, die vor allem durch die flächenintensiven Betriebe des Lebensmittelhandels und der Branche Bau-/ Gartenmarktartikel/ Raumausstattung getragen wird. Die gesamtstädtische Flächendichte relativiert sich, da in dem mittelzentralen Verflechtungsbereich von Gotha rd. 113.900 Einwohner leben. Gotha übernimmt demnach nicht nur eine Versorgungsfunktion für die lokalen Verbraucher, sondern auch für den Großteil der Bewohner seines Verflechtungsbereiches.

Die Handelsfläche ist in Gotha in den letzten zehn Jahren um etwa 10 % abgeschmolzen; ebenso ergab sich ein **Rückgang bei der Zahl der Einzelhändler**; es haben sich meist kleinere innerstädtische Läden und Betriebe in Nebengeschäftslagen – aber auch größere Fachmärkte – abgesiedelt.

Die **Verkaufsflächenstruktur** in Gotha basiert auf kleinformatischen Einzelhandelsgeschäften, da 62 % und somit der Großteil der örtlichen Handelsbetriebe eine Verkaufsfläche von unter 100 m² aufweist; die durchschnittliche Betriebsgröße beträgt in dieser Größenklasse rd. 40 m² je Ladenlokal. Demgegenüber besitzen die großformatigen Handelsbetriebe (Verkaufsfläche ab 400 m²) mit einer Verkaufsfläche von rd. 94.000 m² einen Anteil von 81 % an der gesamtstädtischen Verkaufsfläche; dies bedingt – im arbeitsteiligen Zusammenspiel mit den kleineren Handelsbetrieben – eine hohe Strahlkraft und Attraktivität des lokalen Handels.

Auf Grund des gut ausgeprägten Handelsbesatzes ergibt sich in vielen Branchen eine hohe **Zentralität** (Umsatz-Kaufkraft-Relation), die auf einen Kunden- und Kaufkraftzufluss aus der umliegenden Region nach Gotha hinweist. Der Gothaer Handel kann in fast allen Branchen eine zufriedenstellende Eigenversorgungsquote sicherstellen und zusätzlich eine anteilige Versorgungsfunktion für die Einwohner des Verflechtungsbereiches übernehmen.

Der **innerstädtische Handelsbesatz** ist in Gotha mit ca. 28.600 m² flächenseitig gut ausgeprägt und besitzt mit einem Anteil von 24 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche ein hohes versorgungsstrukturelles Gewicht, zumal hier der Angebotsschwerpunkt für zentrenrelevante Sortimente besteht. Der Bereich setzt sich aus dem Handel in der historischen und städtebaulich attraktiven Gothaer Altstadt zusammen; hierzu gruppieren sich zahlreiche Komplementärangebote, so dass dieser Bereich eine hohe Multifunktionalität besitzt. Nördlich an die Altstadt grenzt mit dem Altstadtforum ein innerstädtischer Fachmarktstandort, der maßgeblich zur Zentralität und Ausstrahlungskraft der Innenstadt beiträgt.

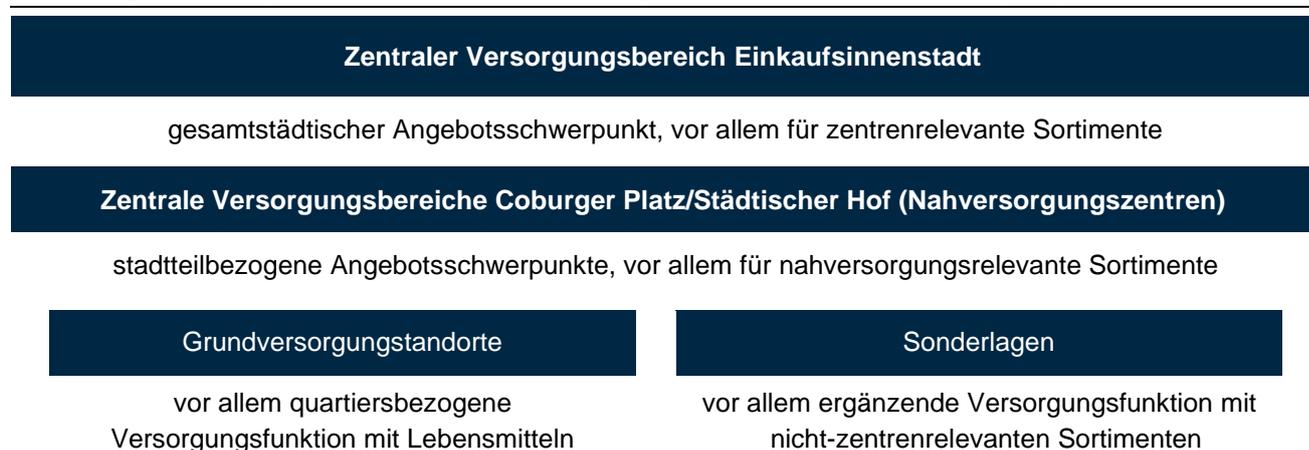
Ein weiterer flächenseitiger Angebotsschwerpunkt befindet sich in Gotha mit rd. 26.200 m² Verkaufsfläche im **Gewerbegebiet Süd**. Das Angebot ist einerseits funktionsgerecht auf Betriebe mit nicht-zentrenrelevantem Handel ausgerichtet; es existieren jedoch auch zahlreiche Betriebe mit zentrenrelevanten Sortimenten, die in Konkurrenz zum Innenstadthandel stehen.

Gotha verfügt über eine **gut strukturierte Lebensmittelversorgung**, die sich aus drei Verbrauchermärkten/SB-Warenhäusern, sieben Supermärkten und elf Discountern zusammensetzt; Getränkemärkte, SB-Betriebe und zahlreiche kleinformatische Anbieter arrondieren dieses Angebot. Der Großteil der lokalen Bevölkerung kann im fußläufigen Nahbereich einen Lebensmittelmarkt erreichen.

Gotha sollte perspektivisch seine **handelsseitige Versorgungsfunktion** stabilisieren und weiter maßvoll ausbauen. Die Gothaer Einkaufsinnenstadt muss dauerhaft als dominierender Einkaufsort für zentrenrelevante Sortimente positioniert werden. Mit der eindeutigen Fokussierung des Handels und komplementärer Funktionen auf diesen Bereich wird einer weiteren Dispersion des Handels über das gesamte Gothaer Stadtgebiet entgegengewirkt; ferner soll eine Stärkung der Innenstadt durch die räumliche Bündelung des Angebots – auch unter dem Aspekt des rückläufigen Einwohnerpotenzials – erreicht werden. Nachgelagert zur Innenstadt ist die Stabilisierung und Weiterentwicklung der beiden Nahversorgungszentren zu forcieren.

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

Abbildung 38: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Gotha (Zielperspektive)



Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

Für das Erreichen der formulierten Ziele zur Einzelhandelsentwicklung wurde die vorliegende Einzelhandelskonzeption entwickelt und mit der Verwaltung von Gotha diskutiert und abgestimmt. Es erfolgten eine Auslage und eine Öffentlichkeitsbeteiligung. Das Zentrenkonzept ist im Sinne des § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB zur Steuerung der Einzelhandels- und der Zentrenentwicklung gedacht und ist durch den Beschluss des Gothaer Stadtrats für die Verwaltung bindend.

BBE Handelsberatung GmbH

i.V. Mathias Vlcek

Projektleiter

Erfurt, 17. August 2022 / Überarbeitung 13. Februar 2023

Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots

Der gesamte Einzelhandel in Gotha wurde im November 2021 im Rahmen der Erstellung der Einzelhandelskonzeption erfasst. Die Erhebung der Verkaufsflächen erfolgte durch eine Begehung aller im Stadtgebiet ansässigen Einzelhandels- und Ladenhandwerksbetriebe (einschließlich Tankstellenshops, Apotheken, Nahrungsmittelhandwerker). Die Betriebe wurden mit Namen, Adresse, Verkaufsfläche und Branche erhoben und in eine Datenbank eingepflegt. Es wurde eine sortimentsgenaue Erhebung in jedem Handelsbetrieb durchgeführt.

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

| Nr. | Branchen bzw. Warengruppen | Bedarfshäufigkeit |
|-----|---|-------------------|
| 1 | Lebensmittel (inkl. Back- & Konditoreiwaren, Fleischwaren, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren) | kurzfristig |
| 2 | Apotheken | |
| 3 | Drogerie/Parfümerie | |
| 4 | Blumen | |
| 5 | Oberkleidung/Textilien/Wäsche (Damen/Herren/Kinder) | mittelfristig |
| 6 | Heimtextilien/Bettwaren/Gardinen | |
| 7 | Sportartikel/-bekleidung/-schuhe/-geräte/Camping/Angler-/Jagdbedarf | |
| 8 | Schuhe/Lederwaren | |
| 9 | Sanitätswaren/-bedarf /medizinische und orthopädische Artikel/Hörgeräte | |
| 10 | Bücher (inkl. Zeitungen/Zeitschriften) | |
| 11 | Papier-/Büro-/Schreibwaren | langfristig |
| 12 | Spielwaren (inkl. Hobby- /Bastelbedarf, Musikinstrumente/ Musikalien) | |
| 13 | Zoobedarf/Tiernahrung | |
| 14 | Möbel/Antiquitäten (inkl. Küchen- und Matratzenstudios) | |
| 15 | Bau-/Gartenmarktartikel/Eisenwaren/ Farben/Lacke/Tapeten/Bodenbelag/Raumausstattung | |
| 16 | Haushaltwaren/Glas/Porzellan/Geschenkartikel/Hausrat | |
| 17 | Elektrogeräte/Leuchten/Unterhaltungselektronik/PC/Foto | |
| 18 | Optik | |
| 19 | Uhren/Schmuck | |
| 20 | Fahrräder/Fahrradzubehör | |
| 21 | Autoteile/-zubehör | |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

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

- Im Rahmen der Untersuchung wurde eine Bestandsaufnahme aller existierenden Einzelhandelsbetriebe in Gotha durchgeführt. Entscheidendes Kriterium für die Erfassung war die Tatsache, dass zum Zeitpunkt der Erhebung von einer branchentypischen und dauerhaften Geschäftstätigkeit ausgegangen werden konnte.

- Die Einzelhandelserhebung wurde für den stationären Einzelhandel im engeren Sinn, d.h. ohne den Handel mit Kraftfahrzeugen, Handel mit Heiz- und Brennstoffen und ambulanten Handel durchgeführt.
- Bei Dienstleistungsbetrieben (Reisebüro, Reinigung etc.), Handwerksbetrieben (Schneiderei, Friseur etc.) und Gastronomiebetrieben (Imbiss, Kiosk, Gaststätte etc.) steht die Handelsfunktion nicht im Vordergrund, so dass diese Anbieter nicht zum Einzelhandel zählen.
- Die Zuordnung eines Betriebes zu einer Branche orientiert sich grundsätzlich am Schwerpunkt des angebotenen Sortiments.
- Die Verkaufsflächen der Handelsbetriebe sind nach Warengruppen differenziert erfasst, dies gilt insbesondere für Betriebe mit größeren Randsortimentsabteilungen (bspw. Discounter oder Supermärkte) oder für Mehrbranchenanbieter (bspw. Multisortimentsmärkte).
- Als Verkaufsfläche wurden die Fläche des Verkaufsraumes sowie die Thekenbereiche, der Kassenvorraum, Ausstellungsflächen und alle dem Kunden begehbaren Flächen zugeordnet. Sonstige Nebenräume (Lager, Büro, Verwaltungs- und Personalräume, Werkstätten) wurden nicht erfasst.¹¹⁹

¹¹⁹ vgl. Urteil BVerwG [4 C 14.04] vom 24.11.2005, vgl. Beschluss OVG Nordrhein-Westfalen [7 B 1767/08] vom 06.02.2009.

Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen

Ambulanter Handel

- nicht ortsgebundene Verkaufsstände bzw. Verkaufsfahrzeuge mit wechselnden Standorten

Beispiele: Verkaufswagen für Backwaren, Fleischwaren oder Fisch, Verkaufsstände für Obst und Gemüse, Tiefkühlheimdienst, Rollende Supermärkte

Cash & Carry (C&C)

- Großhandelsbetrieb für gewerbliche Kunden, meist zur Selbstabholung
- Betrieb umfasst neben einem umfangreichen Lebensmittelangebot eine zusätzliche Non-Food-Abteilung

Beispiele: Metro, Selgros, Edeka C+C

Einkaufspassage

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

Einkaufszentrum

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

Fachgeschäft

- branchenspezialisierter Einzelhandelsbetrieb mit unterschiedlichen Verkaufsflächengrößen
- Lage meist in Innenstadt- oder Stadtteillagen
- hohe Sortimentstiefe
- umfangreiche Beratung und Kundenservice, vorwiegend nach dem Bedienungsprinzip

Fachmarkt

- spezialisierter, oft großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment mit discountorientierter Preispolitik
- Dominanz des Selbstbedienungsprinzips, aber auch teilweise mit Beratung und Service, häufig knappe Personalbesetzung
- Lage vorwiegend außerhalb zentraler Einkaufsbereiche
- gute Pkw-Erreichbarkeit, vorwiegend an Ausfallstraßen oder in Gewerbe- und Sondergebieten gelegen

Beispiele: KIK, Takko, Deichmann, Reno, Spielmax, Media-Markt, Medimax, Saturn, Fressnapf, Zoo & Co., OBI, toom, Hagebau, Jysk

Fachmarktzentrum/Fachmarkttagglomeration

- großflächige Konzentration mehrerer Fachmärkte diverser Branchen
- oft in Kombination mit einem Lebensmittel-Verbrauchermarkt/Discounter/Supermarkt
- dezentrale bzw. periphere Lage bei sehr guter Erreichbarkeit
- großes Angebot an Kundenparkplätzen

Factory Outlet Center

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

Beispiele: Ingolstadt Village, The Style Outlets Halle Leipzig, Designer Outlet Berlin, Wertheim Village

Kaufhaus

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

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

Warenhaus

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

Beispiele: Karstadt, Kaufhof

Anlage 3: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)

Convenience- oder Nachbarschaftsladen

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

Lebensmittel-SB-Markt („Kleiner Supermarkt“)

- „Kleiner Supermarkt“ meist zwischen 400 bis 800 m² Verkaufsfläche mit einem eingeschränkten Sortiment
- in kleinen Orten oder in verdichteten Wohnquartieren von Großstädten anzutreffen, in denen aus betriebswirtschaftlichen Gründen kein Supermarkt oder Discounter rentabel ist

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

Lebensmittel-Discountmarkt

- meist Betriebsgrößen zwischen 700 und 1.200 m² Verkaufsfläche
- ausgewähltes, spezialisiertes, schnelldrehendes Sortiment mit relativ niedriger Artikelzahl, ab 800 Artikel bei Hard-Discountern (z.B. Aldi, Norma), ca. 1.500 bis 2.500 Artikel bei Soft- bzw. Markendiscountern (z.B. Lidl) und ca. 4.000 Artikel bei Supermarkt-Discounter-Hybriden (z.B. Netto Marken-Discount)
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 10 bis 15 % (Non-Food I + II)
- Schwerpunkt ist ein Trockensortiment (ergänzt um Getränke), seit geraumer Zeit kontinuierlicher Ausbau des Frischesortiments (Obst, Gemüse, Fleisch, Backwaren)
- ohne Bedienungsabteilungen (Ausnahme: einige Filialen von Netto Marken-Discount) und weiteren Dienstleistungen, preisaggressiv, werbeintensiv

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

Supermarkt

- Betriebsgrößen meist zwischen 1.200 bis 2.500 m², aktuelle Konzepte ab min. 1.800 m² Verkaufsfläche
- Lebensmittelvollsortiment inkl. Frischfleisch, i.d.R. mit Bedientheken
- Non-Food-Umsatzanteil je nach Betreiberkonzept ca. 8 bis 10 % (Non-Food I + II)
- Standorte in verkehrsgünstigen Lagen mit Wohngebietsorientierung sowie in Einkaufszentren
- als „City-Supermarkt“ in gut hochfrequentierten und verdichteten Stadtteillagen von Großstädten auf geringeren Verkaufsflächen von 400 bis 800 m²
- hohe Kompetenz im Frische-Bereich

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

Verbrauchermarkt („Großer Supermarkt“)

- Verkaufsfläche von 2.500 bis 5.000 m²
- breites und tiefes Lebensmittelvollsortiment, mit zunehmender Fläche stark ansteigender Flächenanteil an Non-Food-Abteilungen (Ge- und Verbrauchsgüter des kurz- und mittelfristigen Bedarfs), Non-Food-Umsatzanteil ca. 20 bis 40 %, Non-Food-Flächenanteil ca. 25 bis 50 %
- autokundenorientierter Standort bzw. in Einkaufszentren
- ab ca. 5.000 m² Übergang zum Betriebstyp SB-Warenhaus

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

SB-Warenhaus

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

Beispiele: Globus, Marktkauf, real

Anlage 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich

| zentrenrelevante Sortimente gemäß Gothaer Sortimentsliste | bestehende Angebote in zentralen Versorgungsbereichen ¹²⁰ | |
|--|--|-----------|
| | A-Zentrum | C-Zentrum |
| <u>davon nahversorgungsrelevante Sortimente</u> | | |
| - Arzneimittel, Pharmazeutika, Apothekenwaren | √ | √ |
| - Blumen, Zimmerpflanzen | √ | √ |
| - Drogeriewaren, Parfüms, Kosmetika, | √ | √ |
| - Heimtiernahrung/ Futtermittel für Haustiere | √ | √ |
| - Nahrungs-/ Genussmittel, Getränke, Tabakwaren, Reformwaren, Naturkost | √ | √ |
| - Zeitungen, Zeitschriften | √ | √ |
| - Antiquitäten, Kunstgegenstände | | |
| - Augenoptik, Brillen und -zubehör, optische Erzeugnisse | √ | |
| - Bücher | √ | |
| - Computer, Computertechnik, Computerzubehör | √ | |
| - Elektrogeräte („Weiße Ware“), Elektrozubehör | √ | |
| - Fahrräder, Fahrradersatzteile und -zubehör | √ | |
| - Foto, Fotozubehör | √ | |
| - Geschenkartikel, Kunstgegenstände, Bilder, Briefmarken, Münzen | √ | √ |
| - Haushaltswaren, Hausrat, Glas, Porzellan, Keramik, Geschenkartikel | √ | √ |
| - Heimtextilien, Stoffe, Kurzwaren, Haushaltstextilien, Gardinen | √ | √ |
| - Lederwaren, Reisegepäck, Kürschnerware, Galanteriewaren | √ | |
| - Musikinstrumente, Musikalien, Tonträger | | |
| - Oberbekleidung aller Art (Damen, Herren Kinder), Wäsche, Strümpfe | √ | √ |
| - Papier- /Schreibwaren, Bürobedarf, Schulbedarf, Bastelbedarf | √ | √ |
| - Sanitärwaren, orthopädische und medizinische Produkte, Hörgeräte | √ | |
| - Schuhe | √ | √ |
| - Spielwaren, Bastelartikel | √ | √ |
| - Sportartikel, -schuhe, -bekleidung, Campingartikel, Jagd-/ Angelbedarf, Waffen | √ | |
| - Uhren, Schmuck | √ | |
| - Unterhaltungselektronik („Braune Ware“), Ton-/Bildträger, Telekommunikation | √ | |

Quelle: BBE Handelsberatung, eigene Darstellung

¹²⁰ Es sind auch Sortimente erfasst, die im Randsortiment geführt werden. Hierbei wurden lediglich die Sortimente berücksichtigt, denen innerhalb eines Betriebes eine prägende Bedeutung zukommt bzw. die eine gewisse Fläche belegen.

Abbildungsverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Abbildung 1: Erarbeitungsschritte des Einzelhandels- und Zentrenkonzepts für die Stadt Gotha | 5 |
| Abbildung 2: Bevölkerungsentwicklung der Bundesländer in den Jahren 2020 bis 2040 | 6 |
| Abbildung 3: Altersaufbau in Thüringen in den Jahren 2020 bis 2040 | 7 |
| Abbildung 4: Anteil des Einzelhandels an den privaten Konsumausgaben von 2010 bis 2020 | 7 |
| Abbildung 5: Entwicklung der Verkaufsfläche und der Betriebe im Einzelhandel..... | 9 |
| Abbildung 6: Entwicklung der Marktanteile nach Betriebsformen von 2005 bis 2020 | 10 |
| Abbildung 7: Anteil des Online-Handels am Einzelhandelsumsatz in Deutschland von 2000 bis 2020 | 11 |
| Abbildung 8: Umsätze Top 10-Warengruppen im Online-Handel und Umsatzentwicklung in 2015-2020.... | 11 |
| Abbildung 9: Entwicklung des Online-Umsatzes in Deutschland in 2000-2020..... | 12 |
| Abbildung 10: Entwicklung der Anteil der Formate (ohne Marktplätze) am Online-Handel 2012-2020 | 13 |
| Abbildung 11: Räumliche Bevölkerungsstruktur von Gotha..... | 21 |
| Abbildung 12: Altersstruktur Gotha im Landesvergleich | 22 |
| Abbildung 13: Ausgewählte einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffern..... | 23 |
| Abbildung 14: Sortimentsspezifische Kaufkraftkennziffern für Gotha | 24 |
| Abbildung 15: Verkaufsflächendichte (m ² Verkaufsfläche/Einwohner) ausgewählter Städte | 27 |
| Abbildung 16: Betriebsgrößenklassen des Gothaer Einzelhandels | 27 |
| Abbildung 17: Innenstadt (zentraler VB) von Gotha..... | 30 |
| Abbildung 18: Nahversorgungszentren Coburger Platz/Städtischer Hof (zentraler VB)..... | 31 |
| Abbildung 19: Nahversorgungszentren Schloßpark-Center/Bertha-Schneyer-Straße (zentraler VB) | 31 |
| Abbildung 20: Branchenstruktur Gotha | 34 |
| Abbildung 21: Strukturprägende Lebensmittelanbieter in Gotha (Auswahl) | 39 |
| Abbildung 22: Sortimentsspezifische Kaufkraftbindungsquoten (in %) von Gotha | 44 |
| Abbildung 23: Stärken-Schwächen-Analyse des Einzelhandelsstandortes Gotha | 45 |
| Abbildung 24: Methodik der Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens | 48 |
| Abbildung 25: Szenarien der Kaufkraftbindung für Gotha..... | 49 |
| Abbildung 26: Einflussgrößen zur rechnerischen Ermittlung des Verkaufsflächenrahmens | 50 |
| Abbildung 27: Ziel-Bindungsquoten und Erweiterungsbedarfe für Gotha (Szenario B)..... | 51 |
| Abbildung 28: Innerstädtische Leerstandsflächen – sofort nutzbar (Auswahl) | 61 |
| Abbildung 29: Innerstädtische Leerstandsflächen – sanierungsbedürftig (Auswahl) | 61 |
| Abbildung 30: Innerstädtische Potenzialfläche an der Gartenstraße/Remstädter Straße | 62 |
| Abbildung 31: Städtebauliche Ziele und Standort-/ Sortimentskonzept für Gotha..... | 64 |
| Abbildung 32: Ortsspezifische Kriterien zur Klassifikation von zentralen Versorgungsbereichen | 67 |
| Abbildung 33: Kriterien zur räumlichen Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen..... | 70 |
| Abbildung 34: Modell der Zentrenstruktur von Gotha | 73 |
| Abbildung 35: Kriterienkatalog zur Unterscheidung zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente | 101 |
| Abbildung 36: Liste zentren-/ nicht-zentrenrelevanter Sortimente für Gotha | 104 |
| Abbildung 37: Übersicht der Steuerungsempfehlungen im Gothaer Einzelhandel | 111 |
| Abbildung 38: Prospektive funktionale Gliederung des Handels in Gotha (Zielperspektive) | 117 |

Tabellenverzeichnis

| | |
|--|----|
| Tabelle 1: Bevölkerungsentwicklung von Gotha im Vergleich | 21 |
| Tabelle 2: Pendlersaldo von Gotha | 22 |
| Tabelle 3: Beherbergungen in Gotha | 23 |
| Tabelle 4: Einzelhandelsrelevantes Nachfragepotenzial in Gotha | 25 |
| Tabelle 5: Einzelhandelsbetriebe und Verkaufsflächen in Gotha | 26 |
| Tabelle 6: Verkaufsflächen und Geschäfte in Gotha nach Standortkategorien | 33 |
| Tabelle 7: Strukturdaten des Einzelhandels im kurzfristigen Bedarfsbereich | 35 |
| Tabelle 8: Strukturdaten des Einzelhandels im mittelfristigen Bedarfsbereich | 36 |
| Tabelle 9: Strukturdaten des Einzelhandels im langfristigen Bedarfsbereich | 37 |
| Tabelle 10: Betriebstypenspezifische Verkaufsflächendichte in Gotha | 38 |
| Tabelle 11: Einwohner in den Nahbereichen der Gothaer Lebensmittelmärkte | 41 |
| Tabelle 12: Umsatz-Kaufkraft-Relation des Gothaer Einzelhandels nach Bedarfsbereichen..... | 43 |
| Tabelle 13: Konsumentenpotenzial für den Gothaer Handel im Jahr 2030 | 46 |
| Tabelle 14: Prospektive Entwicklung des Marktpotenzials in Gotha..... | 47 |
| Tabelle 15: Entwicklungspotenziale für den Gothaer Einzelhandel (Zusammenfassung) | 59 |

Kartenverzeichnis

| | |
|---|----|
| Karte 1: Einzelhandelsrelevante Kaufkraft in Deutschland 2021 | 8 |
| Karte 2: Lagebeziehungen von Gotha im regionalen Kontext..... | 19 |
| Karte 3: Raumstruktur Mittelthüringen (Ausschnitt) | 20 |
| Karte 4: Skizzierung der strukturprägenden Einzelhandelslagen in Gotha..... | 29 |
| Karte 5: Fußläufige Nahbereiche der Gothaer Lebensmittelmärkte | 40 |
| Karte 6: Standorte und fußläufige Nahbereiche der Gothaer Lebensmittelmärkte (Ziel-Konzept) | 54 |
| Karte 7: Nahversorgungszentren Schloßparkcenter / Bertha-Schneyer-Straße lt. Zentrenkonzept 2011 | 69 |
| Karte 8: Zentren- und Standortkonzept Gotha | 75 |

Anlageverzeichnis

| | |
|---|-----|
| Anlage 1: Methodik der Erhebung bzw. Gliederung des Einzelhandelsangebots | 118 |
| Anlage 2: Definitionen verschiedener Handelsbetriebstypen..... | 120 |
| Anlage 3: Definitionen verschiedener Vertriebsformen im Lebensmitteleinzelhandel (LEH)..... | 122 |
| Anlage 4: Existenz von zentrenrelevanten Sortimenten im zentralen Versorgungsbereich | 124 |