

Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Herborn

- Endbericht -
18. September 2017



Auftragnehmer:

Stadt + Handel

Stadt + Handel
Beckmann und Föhler Stadtplaner PartGmbH

Hörder Hafenstraße 11
44263 Dortmund

Fon: +49 231 8626890
Fax: +49 231 8626891

Tibarg 21
22459 Hamburg

Fon: +49 40 53309646
Fax: +49 40 53309647

Beiertheimer Allee 22
76137 Karlsruhe

Fon: +49 721 14512262
Fax: +49 721 14512263

Markt 9
04109 Leipzig

Fon: +49 341 92723942
Fax: +49 341 92723943

info@stadt-handel.de
www.stadt-handel.de

Amtsgericht Essen, Partnerschaftsregisternummer PR 3496, Hauptsitz: Dortmund

Verfasser:

Dipl.-Ing. Marc Föhler
Dipl.-Geogr. Steffen Böttger
Dr. rer. nat. Fabian Schubert

18. September 2017

Abbildungen Titelblatt: Stadt + Handel

Inhalt

Inhalt	i
Abkürzungsverzeichnis	iii
1 Einführung und Ergebnisübersicht	1
2 Rechtliche Rahmenvorgaben	6
2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts	6
2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien	6
2.3 Landesrechtliche und regionalplanerische Rahmenvorgaben	11
3 Methodik	15
4 Markt- und Standortanalyse	19
4.1 Aktuelle Trends im Einzelhandel	19
4.2 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen	22
4.3 Angebotsanalyse	24
4.4 Nachfrageanalyse	27
4.4.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss	28
4.4.2 Umsatzermittlung und Zentralität	30
4.5 Übersicht über die Zentren- und Standortstruktur in Herborn	33
4.6 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Herborn	34
5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung	37
5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen	37
5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen	37
5.1.2 Methodik und Berechnung	38
5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Herborn	45
5.2 Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Herborn	48
6 Einzelhandelsentwicklungskonzept für Herborn	50
6.1 Das Zentrenkonzept: Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich in Herborn	50
6.1.1 Funktion des ZVB Innenstadtzentrum Herborn	51
6.1.2 Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs	52
6.1.3 Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen	54

6.1.4	Bewertungen der Herborner Innenstadt aus Sicht der Kunden und Besucher _____	57
6.1.5	Entwicklungsziele und Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum _____	61
6.2	Konzept für die ergänzenden Standorte _____	67
6.2.1	Übergeordnete Zielstellungen zu den ergänzenden Standorten _____	67
6.2.2	Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße _____	69
6.3	Das Nahversorgungskonzept _____	72
6.3.1	Analyse der Nahversorgungsstruktur in Herborn _____	72
6.3.2	Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Herborn _____	75
6.4	Sortimentsliste für die Stadt Herborn _____	78
6.5	Ansiedlungsleitsätze _____	85
6.5.1	Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze _____	85
6.5.2	Ansiedlungsleitsätze _____	86
6.6	Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen _____	89
6.6.1	Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien _____	89
7	Schlusswort _____	94
	Anhang _____	I
	Literatur- und Quellenverzeichnis _____	I
	Abbildungsverzeichnis _____	III
	Tabellenverzeichnis _____	V
	Glossar _____	VI

Abkürzungsverzeichnis

Abs.	Absatz
B	Bundesstraße
BAB	Bundesautobahn
BauGB	Baugesetzbuch
BauNVO	Baunutzungsverordnung
BVerwG	Bundesverwaltungsgericht
bzw.	beziehungsweise
EAG Bau	Europarechtsanpassungsgesetz Bau
EH.....	Einzelhandel
EHK	Einzelhandelsentwicklungskonzept
EKZ.....	Einkaufszentrum
etc.	et cetera
EW	Einwohner
DL.....	Dienstleitungen
gem.	gemäß
GIB	Bereiche für gewerbliche und industrielle Nutzungen
ggf.	gegebenenfalls
GPK	Warengruppe Glas/Porzellan/Keramik
i. A.	im Auftrag
i. d. R.	in der Regel
i. e. S.	im engeren Sinne
inkl.	inklusive
insb.	insbesondere
i. S. d.	im Sinne des
i. S. v.	im Sinne von
Kap.	Kapitel
Kfz	Kraftfahrzeug
LEP	Landesentwicklungsplan
m	Meter
m ²	Quadratmeter
max.	maximal
Mio.	Millionen
MIV	motorisierter Individualverkehr
Mrd.	Milliarden

niL	städtebaulich nicht integrierte Lage
Nr.	Nummer
NuG	Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel
ÖPNV	öffentlicher Personennahverkehr
o. g.	oben genannte
OVG	Oberverwaltungsgericht
PBS	Warengruppe Papier/Bürobedarf/Schreibwaren
Pkw	Personenkraftwagen
rd.	rund
ROG	Raumordnungsgesetz
S.	Satz
s.	siehe
SB (SB-Warenhaus)	Selbstbedienung
siL	sonstige städtebaulich integrierte Lage
sog.	sogenannt
u. a.	unter anderem
usw.	und so weiter
u. U.	unter Umständen
v. a.	vor allem
VGH	Verfassungsgerichtshof
vgl.	vergleiche
VKF	Verkaufsfläche
WZ	Warengruppenverzeichnis des Statistischen Bundesamtes
ZVB	zentraler Versorgungsbereich
z. B.	zum Beispiel
z. T.	zum Teil

1 Einführung und Ergebnisübersicht

Der Einzelhandel unterliegt seit Jahren einer deutlichen Dynamik mit erheblichen Auswirkungen auf städtische Strukturen und Funktionen, dieser Prozess wird aktuell durch den Online-Handel weiter forciert. Den betriebswirtschaftlich bedingten Entwicklungen des stationären Einzelhandels stehen raumordnerische und städtebauliche Zielvorstellungen auf Basis gesetzlicher Grundlagen verschiedener räumlicher Ebenen aufgrund politischer Beschlüsse gegenüber, die mit den Vorstellungen der Einzelhandelsanbieter sowie von Investoren in Einklang zu bringen sind. Die einzelhandelsbezogenen Steuerungsinstrumente des Bau- und Planungsrechts wurden in den vergangenen Jahren mehrfach modifiziert und den aktuellen Herausforderungen angepasst. Für eine absatzwirtschaftlich und städtebaulich begründete Abwägung wird in einer Vielzahl von ober- und bundesverwaltungsgerichtlichen Entscheidungen und Urteilen die besondere Bedeutung von beschlossenen Einzelhandels- und Zentrenkonzepten (gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB) hervorgehoben.

Die Stadt Herborn (Lahn-Dill-Kreis, 20.717 EW) hat im Jahre 2002 ein Einzelhandelsentwicklungskonzept als Grundlage für die einzelhandelsbezogene Ansiedlungs- und Strukturpolitik beschlossen. Angesichts der hohen Dynamik im Einzelhandel, welche sich insbesondere durch veränderte Betreiber- und Standortanforderungen, den demografischen Wandel und die dynamischen Entwicklungen im Bereich des Online-Handels ausdrücken sowie anhaltender Standortfragen, wird nunmehr die Notwendigkeit gesehen, das Einzelhandelsentwicklungskonzept¹ qualifiziert neu aufzustellen. Auch die zwischenzeitlich angepassten rechtlichen und gesetzlichen Rahmenbedingungen erfordern eine Neuaufstellung des EHK. Nicht zuletzt ergibt sich der Bedarf im Zusammenhang mit den im Integrierten Handlungskonzept formulierten Zielstellungen zur Innenstadtentwicklung.

Insofern sind folgende wesentliche Ziele mit dem EHK verbunden:

- Stärkung und Sicherung der Herborner Innenstadt als Einzelhandels- und Dienstleistungsstandort
- Schaffung von Planungs- und Investitionssicherheit für handelnde Akteure (ins. Stadt Herborn, ortsansässige und ansiedlungsinteressierte Einzelhandelsbetriebe, Immobilien-eigentümer, Investoren)
- Sicherung der wohnortnahen Grundversorgung
- Definition von Entwicklungs- und Taburäumen für den Einzelhandel

Das in diesem Sinne erarbeitete EHK soll eine aktive Steuerung der Einzelhandelsentwicklung in Herborn ermöglichen. Dies impliziert eine konsequente und abgewogene bauleitplanerische Steuerung des Einzelhandels.

Im Rahmen des EHK stehen folgende Themen im Betrachtungsfokus:

¹ Das Einzelhandelsentwicklungskonzept wird nachfolgend als EHK abgekürzt.

- Allgemeine Entwicklungstrends im Einzelhandel inkl. neuer rechtlicher Regelungen. Aufbereitung und Berücksichtigung der stetig fortentwickelten Rechtsprechung zu Einzelhandelsaspekten in Stadtentwicklung und Bauleitplanung.
- Markt- und Standortanalyse in Herborn (Analyse und Beurteilung der IST-Situation, Erfassung und Analyse des Einzelhandelsbestands, Branchenspezifische Kennzahlen (Zentralität, Kaufkraftbindung nach Branchen etc.), Abgrenzung der Einzugsgebiete, Gegenüberstellung der Angebots- und Nachfragesituation).
- Nachfragesituation und -perspektive und Aufzeigen des Versorgungsbedarfs für die Nahversorgung auch vor dem Hintergrund der Entwicklung des Online-Handels und der demografischen Entwicklung.
- Zukünftige Einzelhandelsentwicklung in Herborn: Kaufkraftprognose und Verkaufsflächenbedarf (Berechnung unterschiedlicher Szenarien), Entwicklungspotenziale, -ziele und -strategien, Hinweise zur sinnvollen Ergänzung des Einzelhandelsangebotes.
- Aktualisierung des Zentren-, Nahversorgungs- und Standortkonzepts inklusive Abgrenzung, Beschreibung und Bewertung von zentralen Versorgungsbereichen und sonstigen Einzelhandelsagglomerationen.
- Einen Schwerpunkt des Konzeptes soll die Innenstadt einnehmen: Die Stadt Herborn ist mit ihrer Innenstadt Teil des Bund-Länder-Förderprogramms „Aktive Kernbereiche in Hessen“. Ziel des Förderprogramms ist es, die Unverwechselbarkeit und das urbane Leben in den Zentren und Kernbereichen mit seiner Vielfalt aus Einzelhandel, Dienstleistung, Handwerk, Kultur, Gastronomie und Wohnen nachhaltig zu stärken.
- Herborner Sortimentsliste sowie Ansiedlungsregeln.
- Städtebaulich-funktionale Entwicklungsempfehlungen zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs und zur Optimierung der Nahversorgung.
- Entwicklungsempfehlungen für die unterschiedlichen Einzelhandels- und Standortlagen/Planvorhaben in Herborn.
- Die Einbindung der Händlerschaft, Öffentlichkeit, Behörden und sonstigen Träger zur frühzeitigen/ laufenden Abstimmung der Daten, der Zielerarbeitung und der konzeptionellen Bausteine.
- Eine Integration vorhandener gesamtstädtischer Planwerke und Konzepte in das EHK.

Ziel ist es, mit dem Einzelhandelsentwicklungskonzept bzw. den umsetzungs- und handlungsorientierten Empfehlungen zur Zentren-, Standort- und Nahversorgungsentwicklung in Herborn eine belastbare Grundlage für die kommunale Bauleitplanung und einen Impuls zur Mobilisierung und Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadt, zu liefern.

Bei dem EHK wird ein besonderer Fokus auf die im Rahmen des Integrierten Handlungskonzepts² (Stadt + Handel, DSK 2015) entwickelten Handlungsansätze gelegt. Soweit im Rahmen des EHK möglich, werden wichtige Grundlagen auch für die spätere Umsetzung der im IHK genannten Maßnahmen geschaffen (z.B. im Hinblick auf die Nr. 5.2 (Aufbau eines professionellen Flächenmanagements inkl. Geschäftsflächendatenbank), 5.3 (Ausbau des Innenstadtmarketings und Schaffung einer Onlinepräsenz für den Einzelhandelsstandort Herborn), 5.6 (Schaffung nachfragegerechter Handelsflächen), 5.7 (Realisierung einzelhandelsfremder Nachnutzungen), 5.8 (Realisierung von Zwischennutzungen in leerstehenden bzw. frei werdenden Geschäftsräumen) und 5.12 (Ausweitung des Nahversorgungsangebots).

Im Einzelnen wird im vorliegenden EHK zunächst der aktuelle Zustand der Einzelhandelsstruktur in Herborn für alle relevanten Standorte und für alle angebotenen Warengruppen beschrieben und bewertet. Die Analyse legt folgende Standortstärken, aber auch gewisse Handlungsbedarfe zur Einzelhandelsstruktur offen:

Stärken und Potentiale der Einzelhandelsstruktur in Herborn:

- Die Stadt Herborn verfügt mit rd. 2,54 m² VKF/EW im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (rd. 1,51 m² VKF/EW) über eine quantitativ deutlich überdurchschnittliche Ausstattung in Bezug auf das vorhandene Einzelhandelsangebot. Im Vergleich mit anderen hessischen Mittelzentren³ wird ersichtlich, dass die Stadt Herborn leicht über dem Durchschnitt von 2,36 m² VKF/EW liegt.
- Im Vergleich zu den benachbarten Mittelzentren Dillenburg und Haiger ist die Stadt Herborn hinsichtlich des Einzelhandelsangebots gut aufgestellt.
- Insgesamt weist die Stadt Herborn eine Zentralität von 121 auf. Es wird somit ersichtlich, dass deutliche Kaufkraftzuflüsse nach Herborn erfolgen und die Stadt gemäß ihres zentralörtlichen Status (Mittelzentrum) für die umliegenden Grundzentren insbesondere im mittelfristigen Bedarfsbereich (sowie darüber hinaus auch im kurzfristigen Bedarfsbereich) Versorgungsfunktionen übernimmt.
- Die Passanten- und die Haushaltsbefragungen zeigen eine hohe Orientierung der Herborner auf die Herborner Innenstadt sowie eine hohe Zufriedenheit der Kunden und Besucher mit dem bestehenden Einzelhandelsangebot.
- Das Herborner Innenstadtzentrum (ZVB Innenstadtzentrum) weist einen kleinteiligen Fachgeschäftebesatz, ergänzende großflächige Betriebe (Dillcenter) und zentrenerergänzende Funktionen, eine geringe Leerstandsquote sowie einen attraktiven Fachwerkbestand auf.

² Das Integrierte Handlungskonzept wird nachfolgend als IHK 2015 abgekürzt.

³ Viernheim, Mörfelden-Walldorf, Taunusstein, Rödermark, Friedrichsdorf, Idstein, Korbach, Eschwege, Schwalmstadt, Lauterbach, Homberg (Efze), Lorsch.

Schwächen, Restriktionen und Handlungsbedarfe in Herborn:

- Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Herborn liegt mit rd. 98,6 unter dem Bundes- und Landesdurchschnitt.
- Ein hoher Anteil der Gesamtverkaufsflächen der Stadt Herborn befindet sich in städtebaulich nicht integrierter Lage (rd. 63 %). Ein noch höherer Anteil an Verkaufsflächen in nicht integrierten Lagen wird im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel mit rd. 73 % ersichtlich.
- Der Sonder- und Fachmarktstandort Untere Au – Konrad-Adenauer-Straße in nicht integrierter Lage weist mit rd. 22.470 m² Verkaufsfläche (rd. 43 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen) ein hohes Standortgewicht auf. Bedingt durch die hier verorteten Einzelhandelsbetriebe mit zentren- und zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten steht der Standort in direkter Konkurrenz zum zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum.
- Das Herborner Innenstadtzentrum ist aktuell funktionsfähig. Vor dem Hintergrund der zu erwartenden Bevölkerungsabnahmen, potenzieller Einzelhandelsentwicklungen an Konkurrenzstandorten innerhalb und außerhalb des Stadtgebiets (insbesondere in den zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten) sowie der zunehmenden Bedeutung des Onlinehandels ist der Schutz und die Weiterentwicklung/Stärkung des Innenstadtzentrums anzustreben.

Ausgehend von der analytischen Zustandsbewertung wird ein absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für alle Warengruppen aufgezeigt. Auf dieser Basis werden in diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept zur Sicherung und Fortentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Herborn folgende übergeordnete, gesamtstädtische Entwicklungszielstellungen empfohlen:

1. Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs
2. Stärkung der Nahversorgung
3. Bereitstellung eines ergänzenden Standorts

In Verbindung mit diesen Zielstellungen werden schließlich konkrete Empfehlungen zur gesamtstädtischen Zentren- und Standortstruktur des Einzelhandels in Herborn entwickelt. Gleichzeitig wird die Herborner Sortimentsliste der zentrenrelevanten, zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht-zentrenrelevanten Sortimente aufgestellt. Wesentliches Ergebnis des EHK sind nicht zuletzt die sogenannten Ansiedlungsleitsätze in Form klar formulierter Entwicklungsempfehlungen, die insbesondere vorhabenspezifische Zulässigkeitsentscheidungen und rechtssichere bauleitplanerische Festsetzungsmöglichkeiten vorbereiten.

Aufgrund der Tragweite der Empfehlungen und Konzeptbausteine für die künftige Stadtentwicklung wurden die wichtigen Zwischenschritte und die erarbeiteten Empfehlungen nicht allein zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung abgestimmt,

sondern auch im Rahmen einer Sitzung der lokalen Partnerschaft (Einzelhändler) sowie einer öffentlichen Sitzung des Bauausschusses (Politik und Bürgerschaft) erörtert. Auf diese Weise wurde im Erarbeitungsprozess sichergestellt, dass alle relevanten Aspekte in die Bearbeitung einfließen und auch die besonderen örtlichen Gegebenheiten Herborns Berücksichtigung finden.

Das Einzelhandelsentwicklungskonzept soll Politik und Verwaltung in Herborn als aktuelle, den rechtlichen Grundlagen angepasste, fachlich fundierte und empirisch abgesicherte Entscheidungsbasis zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels entsprechend der stadtentwicklungspolitischen Zielsetzungen dienen. Nicht zuletzt liefert es einen fundierten Handlungs- und Planungsrahmen für die Wirtschaftsförderung, Einzelhändler, Investoren und Eigentümer und dient als wichtige Grundlage zur Umsetzung der im Rahmen des integrierten Handlungskonzepts erarbeiteten Maßnahmen. Das Ziel ist der Beschluss des Einzelhandelsentwicklungskonzepts als städtebauliches Entwicklungskonzept gemäß § 1 Abs. 6 Satz 11 BauGB.

2 Rechtliche Rahmenvorgaben

Nach einführenden Hinweisen zur rechtlichen Einordnung von Einzelhandelskonzepten werden die Abgrenzung und der Schutz der sog. zentralen Versorgungsbereiche vertieft erörtert. Auch die darauf zielende Sortimentsliste sowie ergänzende landes- und regionalplanerische Vorgaben werden nachfolgend skizziert.

2.1 Rechtliche Einordnung eines Einzelhandelskonzepts

Die räumlich-funktionale Steuerung der Einzelhandelsstruktur obliegt der Hoheit der Kommune: durch das Bau- und Planungsrecht ist sie mit Befugnissen ausgestattet, die Standortwahl von Handelsbetrieben im Sinne gesamtstädtisch gewinnbringender Grundsätze zu steuern, ohne jedoch Konkurrenzschutz oder Marktprotektionismus zu betreiben. Durch die kommunale Genehmigungspraxis und Bauleitplanung kann die öffentliche Hand aktiv Einfluss darauf nehmen, den für die Bürger und Besucher interessanten Nutzungsmix der Innenstadt, an Nahversorgungs- und Ergänzungsstandorten dauerhaft zu stabilisieren und auszubauen.

Jede Steuerung von Bauvorhaben mittels Genehmigungsverfahren bzw. der Bauleitplanung bedarf einer aus dem Bauplanungsrecht abgeleiteten, sorgfältig erarbeiteten Begründung. Da die Steuerung im Einzelfall auch eine Untersagung oder eine Einschränkung von Vorhaben bedeuten kann, werden an die Begründung dieses hoheitlichen Handelns bestimmte rechtsstaatliche Anforderungen gestellt. Im Zentrum der kommunalen Steuerungsbemühungen müssen stets raumordnerische oder städtebauliche – also bodenrechtliche – Aspekte stehen, zu denen insbesondere der Schutz zentraler Versorgungsbereiche gehört.

Rechtliche Grundlagen für das vorliegende Einzelhandelsentwicklungskonzept sind das BauGB und die BauNVO sowie die dazu ergangene Rechtsprechung.

Der Bundesgesetzgeber hat mit der Novelle des BauGB zu Beginn des Jahres 2007 den Stellenwert kommunaler Einzelhandelskonzepte im Rahmen der Bauleitplanung weiter gestärkt. Nachdem sie bereits als besonderer Abwägungsbelang in § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB verankert waren, stellen sie neuerdings auch in § 9 Abs. 2a BauGB (einfache Innenbereichs-Bebauungspläne zur Erhaltung oder Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche) eine wesentliche Abwägungsgrundlage dar.

2.2 Zentrale Versorgungsbereiche: Planungsrechtliche Einordnung und Festlegungskriterien

Die Innenstädte und die Nahversorgungszentren sind als Ausprägung zentraler Versorgungsbereiche städtebaurechtliches Schutzgut im Sinne des BauGB und der BauNVO. An ihre Bestimmung bzw. Abgrenzung werden rechtliche Anforderungen gestellt, die sich aus den neuerlich geänderten bundesrechtlichen Normen und vor allem aus der aktuellen Rechtsprechung ergeben. Der räumlich abgegrenzte zentrale Versorgungsbereich der Stadt

Herborn (Innenstadtzentrum) bildet die essentielle Grundlage zur Konkretisierung der bauleitplanerischen Umsetzung der empfohlenen Einzelhandelsentwicklung.

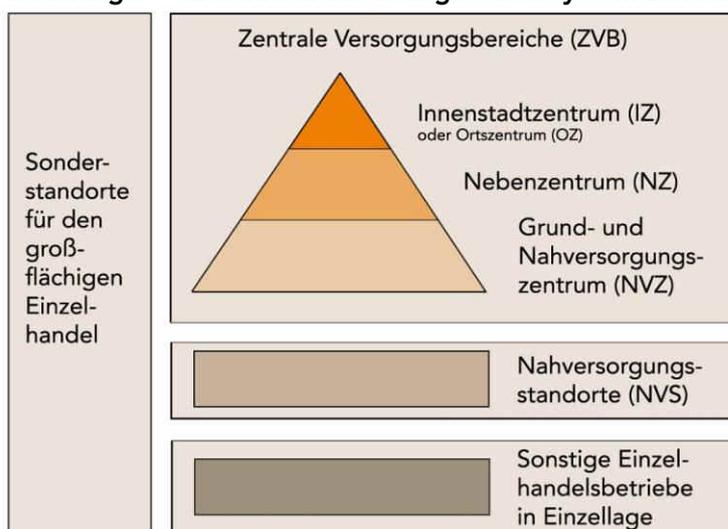
Entwicklungen in Planungsrecht und Rechtsprechung

Der Begriff der zentralen Versorgungsbereiche ist schon länger Bestandteil der planungsrechtlichen Normen (§ 11 Abs. 3 BauNVO) und beschreibt diejenigen Bereiche, die aus städtebaulichen Gründen vor mehr als unwesentlichen Auswirkungen bzw. vor Funktionsstörungen geschützt werden sollen. Durch das Europarechtsanpassungsgesetz Bau (EAG Bau) wurde der Begriff im Jahr 2004 in den bundesrechtlichen Leitsätzen zur Bauleitplanung (§ 2 Abs. 2 BauGB) sowie den planungsrechtlichen Vorgaben für den unbeplanten Innenbereich ergänzend verankert (§ 34 Abs. 3 BauGB). Durch die Novellierung des BauGB zum 01.01.2007 wurde die „Erhaltung und Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche“ schließlich auch zum besonders zu berücksichtigenden Belang der Bauleitplanung erhoben (§ 1 Abs. 6 Nr. 4 BauGB). Das Sicherungs- und Entwicklungsziel für zentrale Versorgungsbereiche berechtigt nunmehr zur Aufstellung einfacher Bebauungspläne nach § 9 Abs. 2a BauGB.

Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche

In der planerischen Praxis der Zentrendefinition ergibt sich je nach Größe und Struktur einer Kommune i. d. R. ein hierarchisch abgestuftes kommunales System aus einem Innenstadtzentrum, aus Nebenzentren sowie Grund- bzw. Nahversorgungszentren (vgl. folgende Abbildung). Zusammen mit den übrigen Einzelhandelsstandorten im Stadtgebiet bilden die zentralen Versorgungsbereiche das gesamtstädtische Standortsystem.

Abbildung 1: Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft)



Quelle: Eigene Darstellung.

Der Bundesgesetzgeber erläutert zu zentralen Versorgungsbereichen, dass sich ihre Festlegung

- aus planerischen Festsetzungen in Bauleitplänen und Festlegungen in Raumordnungsplänen,
- aus sonstigen städtebaulichen oder raumordnerischen Konzepten (also insbesondere Einzelhandelskonzepten),

oder aus nachvollziehbar eindeutigen tatsächlichen Verhältnissen ergeben kann⁴.

Nach Rechtsprechung des Bundesverwaltungsgerichts sind zentrale Versorgungsbereiche i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB räumlich abgrenzbare Bereiche einer Stadt, denen aufgrund vorhandener Einzelhandelsnutzungen – häufig ergänzt durch diverse Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe – eine Versorgungsfunktion über den unmittelbaren Nahbereich hinaus zukommt⁵.

Bei der Beurteilung, ob ein Versorgungsbereich einen zentralen Versorgungsbereich i. S. d. § 34 Abs. 3 BauGB bildet, bedarf es einer wertenden Gesamtbetrachtung der städtebaulich relevanten Gegebenheiten. Entscheidend für die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs ist, dass der Bereich eine für die Versorgung der Bevölkerung in einem bestimmten Einzugsbereich zentrale Funktion hat und die Gesamtheit der dort vorhandenen baulichen Anlagen aufgrund ihrer Zuordnung innerhalb des räumlichen Bereichs und aufgrund ihrer verkehrsmäßigen Erschließung und verkehrlichen Anbindung in der Lage sind, den Zweck eines zentralen Versorgungsbereichs – sei es auch nur die Sicherstellung der Grund- oder Nahversorgung – zu erfüllen⁶.

Die Funktionszuweisung eines zentralen Versorgungsbereichs setzt demnach eine integrierte Lage voraus. Ein isolierter Standort mit einzelnen Einzelhandelsbetrieben bildet keinen zentralen Versorgungsbereich, auch wenn dieser über einen weiteren Einzugsbereich verfügt und eine beachtliche Versorgungsfunktion erfüllt⁷.

Tabelle 1: Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Ein zentraler Versorgungsbereich ist ein

räumlich abgrenzbarer Bereich,
der nach Lage, Art und Zweckbestimmung eine zentrale Funktion für einen bestimmten Einzugsbereich übernimmt,
eine integrierte Lage aufweist und durch vorhandene Einzelhandelsnutzung – häufig ergänzt durch Dienstleistungs- und Gastronomieangebot - geprägt ist.

Quelle: Eigene Darstellung.

⁴ Vgl. Begründung zum Europarechtsanpassungsgesetz Bau 2004. Bundestagsdrucksache 15/2250, S. 54.

⁵ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

⁶ Vgl. BVerwG Beschluss vom 20. November 2006 – AZ: 4 B 50.06.

⁷ Vgl. BVerwG Urteil 11. Oktober 2007 – AZ: 4 C 7.07.

Grundsätzlich geht es dem Bundesgesetzgeber zufolge bei dem Schutz und der Entwicklung zentraler Versorgungsbereiche im Kern darum, die Innenentwicklung und die Urbanität der Städte zu stärken und damit angesichts des demografischen Wandels und der geringeren Mobilität älterer Menschen auch die verbrauchernahe Versorgung der Bevölkerung zu sichern.⁸

Sind die Definition und hierarchische Struktur von zentralen Versorgungsbereichen durch die erläuterte Rechtsprechung hinreichend gegeben, fehlen allgemein gültige Kriterien für eine räumliche Abgrenzung. Insbesondere für die Abgrenzung zentraler Versorgungsbereiche im Rahmen von Einzelhandelskonzepten sind diese unabdingbar, um eine transparente Vorgehensweise zu gewährleisten. In diesem Zusammenhang ist der konkrete Bezugsraum für die vom Gesetzgeber vorgesehene Schutzfunktion zu berücksichtigen. Wird im Rahmen des § 34 Abs. 3 BauGB auf die faktischen (tatsächlichen) Gegebenheiten abgestellt, ist hiervon abweichend bei der Abgrenzung von zentralen Versorgungsbereichen im Rahmen eines Einzelhandelskonzepts auch der Erhalt und die Entwicklung (i. S. d. § 1 Abs. 6 Nr. 4 und 11 BauGB, § 2 Abs. 2 BauGB, § 9 Abs. 2a sowie § 11 Abs. 3 BauNVO) solcher zu betrachten.

Im Rahmen der Abgrenzung der zentralen Versorgungsbereiche werden daher – ausgehend von der Leitfunktion des Einzelhandels unter Berücksichtigung einer gewissen erforderlichen Nutzungsmischung und -dichte – folgende Kriterien zur Festlegung für zentrale Versorgungsbereiche zugrunde gelegt:

⁸ Vgl. Gesetzentwurf zur BauGB-Novelle 2007. Bundestagsdrucksache 16/2496, S. 10.

Tabelle 2: Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB)

Aspekte des Einzelhandels:
Warenspektrum, Branchenvielfalt, räumliche Dichte und Anordnung des Einzelhandelsbesatzes, aktuelle und/oder zukünftig vorgesehene Versorgungsfunktion des Zentrums (räumlich und funktional).
Sonstige Aspekte:
Art und Dichte ergänzender öffentlicher wie privater Einrichtungen (wie etwa Dienstleistungen und Verwaltung, Gastronomie, Bildung und Kultur etc.), städtebauliche Gestaltung und Dichte, stadthistorische Aspekte sowie Aufenthaltsqualität des öffentlichen Raums, integrierte Lage innerhalb des Siedlungsgebiets, verkehrliche Einbindung in das öffentliche Personennahverkehrsnetz, verkehrliche Erreichbarkeit für sonstige Verkehrsträger, bedeutende Verkehrsanlagen wie etwa Busbahnhöfe und Stellplatzanlagen, ggf. Einbezug potenzieller und städtebaulich vertretbarer Entwicklungsareale auch in Abhängigkeit von der empfohlenen Funktionszuweisung.

Quelle: Eigene Darstellung.

In diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept werden Stärken und Schwächen der Einkaufsstandorte ergänzend untersucht. Zur Darstellung der Gesamtattraktivität des zentralen Versorgungsbereichs werden ggf. auch Leerstände von Ladenlokalen und erkennbare städtebauliche Missstände im Zentrum erfasst – sie verdichten qualitativ wie auch quantitativ die städtebaulich-funktionale Bewertungsgrundlage.⁹

Eine sinnvolle Begrenzung in ihrer Ausdehnung erfahren zentrale Versorgungsbereiche stets dadurch, dass Flächen, die nicht mehr im unmittelbaren, fußläufig erlebbaren städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit den zentralen Bereichen eines Zentrums stehen und deren mögliche Entwicklung nicht mehr zur Stärkung des zentralen Versorgungsbereichs *als Ganzem* beitragen würden, nicht in die zentralen Versorgungsbereiche einbezogen werden sollten. Aus diesem Grunde werden auch städtebauliche Barrieren nä-

⁹ Das Bundesverwaltungsgericht hat die Auffassung des OVG Münster bestätigt, wonach die Verträglichkeitsbewertung zu Vorhaben in Bezug auf zentrale Versorgungsbereiche im Einzelfall auch die konkrete städtebauliche Situation des betroffenen Versorgungsbereichs einbeziehen sollte, etwa wenn ein zentraler Versorgungsbereich durch Leerstände besonders empfindlich gegenüber zusätzlichen Kaufkraftabflüssen ist (vgl. BVerwG, Urteil 4 C 7.07 vom 11.10.2007).

her untersucht, die eine Begrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs begründen können.¹⁰

Grundsätzlich sollte die Abgrenzung eines zentralen Versorgungsbereichs parzellenscharf vorgenommen werden, um der Anforderung späterer Bauleitplanverfahren an eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit gerecht zu werden. Von einer parzellenscharfen Abgrenzung sollte in begründeten Einzelfällen abgewichen werden, etwa wenn

- kartografische Parzellenstrukturen nicht (mehr) mit realen Grundstücksnutzungen übereinstimmen (insofern ist neben der Parzellenstruktur auch die Baulichkeit vor Ort zugrunde zu legen),
- in einem Bereich homogener Grundstückszuschnitte bestimmte einzelne Grundstücke den Rahmen sprengen, also etwa gegenüber der Mehrzahl der anderen besonders tief geschnitten sind, und daher nur in Teilen zum zentralen Versorgungsbereich hinzugefügt werden sollten,
- oder wenn potenzielle, empfohlene Entwicklungsflächen nur angeschnitten werden.

2.3 Landesrechtliche und regionalplanerische Rahmenvorgaben

Eine wichtige Grundlage der kommunalen Einzelhandelssteuerung bilden trotz der kommunalen Planungshoheit die landes- und regionalplanerischen Vorgaben. Die kommunale Bauleitplanung hat deren Ziele und Grundsätze entsprechend der lokalen Gegebenheiten zu beachten bzw. zu berücksichtigen. Im Folgenden sind die für die Entwicklung des Einzelhandels in Herborn wesentlichen Vorgaben aus der Landesplanung und der Regionalplanung beschrieben.

Landesentwicklungsplan Hessen 2000

Im Landesentwicklungsplan Hessen finden sich folgende Ziele zur Ansiedlung großflächiger Einzelhandelsvorhaben, die im Folgenden zusammenfassend dargestellt werden und die bei der Aufstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzeptes für Herborn Beachtung finden müssen:

- *„Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe (großflächige Einzelhandelseinrichtungen)) kommen nur in Oberzentren und Mittelzentren (zentrale Ortsteile) in Betracht. In begründeten Ausnahmefällen, z. B. zur örtlichen Grundversorgung, und unter Einhaltung der übrigen landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren (Unter- und Kleinzentren) zulässig. Hierbei kommt dem interkommunalen Abstimmungsgebot eine besondere Bedeutung zu.“*

¹⁰ Als städtebauliche Barrieren wirken etwa Bahnanlagen, Gewässer, stark befahrene Hauptverkehrsstraßen, Hangkanten, Höhenversätze, nicht zugängliche Areale wie etwa größere Gewerbebetriebe oder Industrieanlagen usw.

- *Sondergebiete für großflächigen Einzelhandel im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 BauNVO sind nur in den im Regionalplan ausgewiesenen "Siedlungsbereichen" zulässig.*
- *Großflächige Einzelhandelsvorhaben haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen. Sie sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren. Vorhaben, die für eine Unterbringung im innerstädtischen Bereich ungeeignet sind (z.B. Baustoff-, Bau-, Garten-, Reifen-, Kraftfahrzeug-, Brennstoffmärkte), können davon ausgenommen werden. Großflächige Einzelhandelsvorhaben dürfen nach Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit von - auch benachbarten - zentralen Orten und ihrer bereits integrierten Geschäftszentren/Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, z.B. städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen.*
- *Bei der geplanten Errichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsvorhaben außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche (Innenstadtbereiche, Ortskerne, Stadtteilzentren) sollen innenstadtrelevante Sortimenten ausgeschlossen werden.*
- *Die vorgenannten Ziele gelten auch für die beabsichtigte Umnutzung von bisher gewerblichen Betrieben oder anderen vorhandenen baulichen Anlagen zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben, für die beabsichtigte Umwidmung von Gewerbegebieten zu Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel sowie für die - auch mit der Zeit gewachsene - Agglomeration von mehreren kleineren Einzelhandelsbetrieben, die zwar jeder für sich nicht das Kriterium der Großflächigkeit erfüllen, aber in der Summe zu den in § 11 Abs. 3 BauNVO genannten Auswirkungen führen können" (LEP Hessen 2000, S. 17ff).*

Regionalplanerische Vorgaben

Der für die Stadt Herborn relevante Regionalplan Mittelhessen aus dem Jahr 2010 beinhaltet folgende regionalplanerische Ziele, die bei der weiteren Erarbeitung dieses Einzelhandelsentwicklungskonzepts zugrunde zu legen sind:

- *„G5.4-1
Die verbrauchernahe Versorgung soll unter der Zielsetzung räumlich ausgeglichener Versorgungsstrukturen, insbesondere einer wohnortnahen Grundversorgung, in zumutbarer Erreichbarkeit auch für immobile Bevölkerungsschichten erhalten bleiben. Dies gilt in besonderer Weise für die ortsteilbezogene Versorgung mit Gütern des täglichen Bedarfs.*

- **G5.4-2**

Großflächige Einzelhandelsprojekte (Einkaufszentren, großflächige Einzelhandelsbetriebe und sonstige großflächige Handelsbetriebe) müssen sich in die bestehende raumordnerische und städtebauliche Ordnung einfügen.
- **Z5.4-3**

Flächen für großflächige Einzelhandelsprojekte kommen nur in Oberzentren und Mittelzentren in Betracht. Standorte außerhalb der zentralen Ortsteile sind auszuschließen. Zur örtlichen Grundversorgung und unter Einhaltung der landes- und regionalplanerischen Zielsetzungen zu den Einzelhandelsvorhaben ist eine Ausweisung auch in den zentralen Ortsteilen von Grundzentren zulässig (Zentralitätsgebot).“
- **Z5.4-4**

Großflächige Einzelhandelsprojekte haben sich nach Größe und Einzugsbereich in das zentralörtliche Versorgungssystem einzufügen (Kongruenzgebot). Sie haben bei Festlegung ihrer Verkaufsflächengrößen, der Sortimentsgruppen und des daraus resultierenden Einzugsbereichs des zentralörtlichen Verflechtungsbereichs (Versorgungsbereich) zu beachten. Dabei kommt dem interkommunalen Abstimmungsgebot eine besondere Bedeutung zu.
- **Z5.4-5**

Sondergebiete für den großflächigen Einzelhandel im Rahmen der kommunalen Bauleitplanung nach § 11 Abs. 3 Baunutzungsverordnung (BauNVO) sind nur in den im Regionalplan ausgewiesenen Vorranggebieten Siedlung Bestand und Planung zulässig (siedungsstrukturelles Integrationsgebot).“
- **Z5.4-6**

Die großflächigen Einzelhandelsvorhaben sind unter besonderer Berücksichtigung ihrer Auswirkungen auf die städtebauliche Entwicklung und Ordnung sowie der Umweltverträglichkeit auch im Hinblick auf die Ziele der Verkehrsvermeidung und -verlagerung in bestehende Siedlungsgebiete möglichst unter Erreichbarkeit im ÖPNV zu integrieren. Sie müssen eine enge bauliche und funktionelle Verbindung zu bestehenden Siedlungsgebieten aufweisen. Vorhaben, die für eine Unterbringung im innerstädtischen Bereich ungeeignet sind, können davon ausgenommen werden (Städtebauliches Integrationsgebot). Bei der geplanten Er- bzw. Einrichtung und Erweiterung großflächiger Einzelhandelsprojekte außerhalb der städtebaulich integrierten Bereiche (Innenstadt, Ortskerne, Stadtteilzentren) sind innenstadtrelevante Sortimente auszuschließen.“
- **Z5.4-7**

Großflächige Einzelhandelsprojekte dürfen nach Art, Lage und Größe die Funktionsfähigkeit von – auch benachbarten - zentralen Orten und ihrer bereits integrierten

Geschäftszentren / Versorgungskerne nicht wesentlich beeinträchtigen. Dies gilt insbesondere für solche Orte, in denen Maßnahmen zur Stärkung oder Beibehaltung zentralörtlicher Versorgungsfunktionen durchgeführt wurden oder vorgesehen sind, zum Beispiel städtebauliche Sanierungs- und Entwicklungsmaßnahmen, Stadt- und Dorferneuerungsmaßnahmen (Beeinträchtigungsverbot).“

■ Z5.4-9

Die genannten Ziele gelten auch für die beabsichtigte Umnutzung von bisher gewerblichen Betrieben oder anderen vorhabenbedingten baulichen Anlagen zu großflächigen Einzelhandelsbetrieben, für die beabsichtigte Umwidmung von Gewerbegebieten zu Sondergebieten für großflächigen Einzelhandel sowie für die auch mit der Zeit gewachsene Agglomeration von mehreren kleineren Einzelhandelsbetrieben, die zwar jeder für sich nicht das Kriterium der Großflächigkeit erfüllen, aber in der Summe die Ziele der Raumordnung verletzen bzw. zu den in § 11 BauNVO genannten Auswirkungen führen (de-facto-Einkaufszentrum) können.“

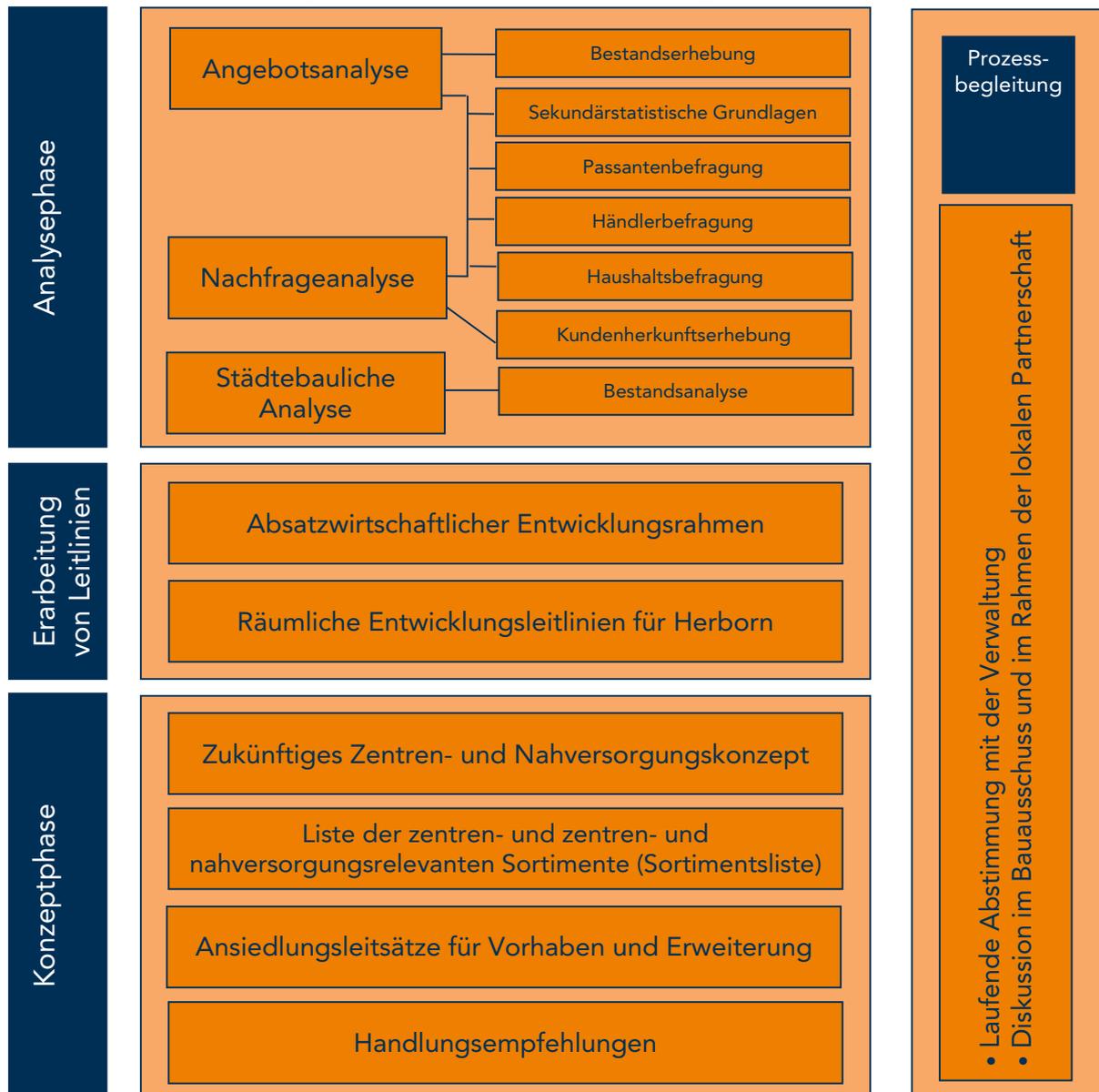
In Anlehnung an den Regionalplan Mittelhessen 2010 definiert das Einzelhandelsentwicklungskonzept für die Stadt Herborn auf Basis von Bestandsanalysen (Kapitel 4.3) und den Leitlinien für die zukünftige Einzelhandelsentwicklung, mit übergeordneten Entwicklungszielen für die Stadt Herborn (Kapitel 5.2), das Strategiekonzept (Zentrenkonzept) (Kapitel 6.1). Die Abgrenzung des ZVB wurde nach eingehender Bestandsanalyse, städtebaulicher Analyse unter Berücksichtigung von potenziellen Entwicklungsflächen sowie vor dem Hintergrund der aktuellen Rechtsprechung spezifiziert und abgegrenzt (siehe auch Kapitel 2.1). In Kapitel 6.2 wird dargelegt, welche Funktion der ZVB zukünftig im Standortgefüge der Stadt Herborn wahrnehmen sollen.

3 Methodik

Um die Untersuchungsfragen, die dieser Erstellung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts zugrunde liegen, beantworten zu können, sind verschiedene aufeinander folgende Erarbeitungsschritte erforderlich. In diese Erarbeitungsschritte sind analytische und bewertende Leistungsbausteine eingebunden, die wiederum auf mehrere primärstatistische empirische Erhebungen zurückgreifen.

Zur Erfassung und Bewertung der Angebots- und Nachfragesituation sowie der städtebaulichen Standortmerkmale wurden im Rahmen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts folgende empirische Bausteine zugrunde gelegt und aufeinander abgestimmt:

Abbildung 2: Erarbeitungsschritte Einzelhandelsentwicklungskonzept



Quelle: Eigene Darstellung.

Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe

Die Bestandserhebung der Einzelhandelsbetriebe ist für die Stadt Herborn flächendeckend durchgeführt worden; es liegt somit eine aktuelle Vollerhebung des Ladeneinzelhandels vor. Wegen der grundsätzlichen Bedeutung für die absatzwirtschaftlichen und städtebaulichen Untersuchungen sind neben dem Ladeneinzelhandel auch Betriebe des Lebensmittelhandwerks (z. B. Metzger, Bäcker), Tankstellenshops sowie Kioske erfasst worden. Darüber hinaus sind Ladenleerstände – soweit eine vorherige Einzelhandels- oder ladenähnliche Dienstleistungsnutzung erkennbar war – als wichtiger Indikator der Einzelhandelsstruktur und städtebaulicher Implikationen in zentralen Bereichen aufgenommen worden. Eine partielle Aktualisierung der Leerstände erfolgte im Bereich des Herborner Innenstadtzentrums im Juni 2017.

Bei der durchgeführten Erhebung wurden neben der Lage der Betriebe zwei zentrale Messgrößen erfasst: Zum einen wurden die Verkaufsflächen der einzelnen Anbieter erfasst, um die tatsächlichen Angebotsverhältnisse sowohl der Kern- als auch Nebensortimente realitätsnah abbilden zu können. Zum anderen wurden die Warensortimente differenzierter aufgeschlüsselt und ermöglichen so – mit Blick auf die Identifizierung zentrenrelevanter Sortimente – eine hinreichend konkrete Steuerung des Einzelhandels.

Zur Ermittlung der Verkaufsflächen sind Betriebsbegehungen durchgeführt worden; die Gesamtverkaufsfläche (VKF) ist differenziert nach innen und außen liegender VKF ermittelt worden. Dabei ist je nach Situation entweder die persönliche Befragung des Personals bzw. des Inhabers/Geschäftsführers oder die eigenständige Vermessung der VKF in Betracht gezogen worden. Die aktuelle Rechtsprechung zur Verkaufsflächendefinition des Bundesverwaltungsgerichts¹¹ vom November 2005 findet dabei Anwendung. Persönlich erfragte Verkaufsflächen wurden grundsätzlich auch auf ihre Plausibilität hin überprüft und ggf. modifiziert. Eine Schätzung von Verkaufsflächen ist nur im Ausnahmefall vorgenommen und entsprechend kenntlich gemacht worden, wenn etwa trotz mehrmaliger Zugangsversuche zu einem Ladengeschäft eine Messung oder Befragung nicht möglich war (z. B. bei Ladenleerständen aufgrund von Betriebsaufgaben).

Ergänzend zu den Sortimenten und der Verkaufsfläche wurde außerdem die städtebauliche Lage jedes Betriebs erfasst. Diese Daten sind zur Bewertung der Einzelhandelsstruktur im Rahmen des Empiriebausteins der Bestandserhebung unerlässlich.

Bestandsanalyse Städtebau

Für den ZVB erfolgte eine an den untersuchungsrelevanten Fragestellungen orientierte städtebauliche Analyse. Stärken und Schwächen sämtlicher relevanter Einkaufsstandorte wurden dabei herausgestellt. Ein wesentlicher Aspekt ist angesichts der hohen Bedeutung für die bauleitplanerische Steuerung die räumliche Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Eine solche städtebaulich-funktional hergeleitete Abgrenzung ist die Basis

¹¹ Vgl. BVerwG, Urteil vom 24.11.2005 - AZ: 4 C 10.04.

der Sortimentsliste Herborn und der zukünftigen räumlichen Steuerung von Einzelhandelsansiedlungen.

Die Erfassung der Einzelhandelsbetriebe im Zusammenhang mit einer städtebaulich-funktional begründeten Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs bildet das Kernstück zukünftiger sortimentspezifischer räumlicher Steuerung von Einzelhandelsvorhaben in der Bauleitplanung.

Händlerbefragung

Die Befragung der Einzelhändler ist für die Einzelhandelsentwicklungskonzept der Stadt Herborn von besonderer Bedeutung. Anhand der Befragung konnten Informationen gewonnen werden, die allein durch die Bestandaufnahme sowie die weiteren empirischen Bausteine nicht ermittelt werden können. Die Befragung der Einzelhändler erfolgte anhand eines halbstandardisierten Fragebogens, welcher flächendeckend im Stadtgebiet verteilt wurde. Insgesamt nahmen 25 Einzelhandelsbetriebe an der Befragung teil. Im Rahmen der Einzelhändlerbefragung wurden sowohl betriebsbezogene Daten als auch Einschätzungen zur Qualität der Einzelhandelsstruktur und Angebotsqualität sowie zur Digitalisierung und dem Onlinehandel in Herborn befragt. Somit wurden neben statistischen Kenngrößen wie Gründungsjahr des Betriebes, Betriebsform, Internetpräsenz und Kundenherkunft vorwiegend qualitative Bewertungen der Einzelhändler zu verschiedenen Attraktivitätsaspekten der Innenstadt und Verbesserungsvorschläge bzw. Wünsche/Ideen zur zukünftigen Entwicklung Herborns ermittelt. Die Informationen wurden vertraulich behandelt und für die weitere Verarbeitung in Hinblick auf die Betriebsnamen anonymisiert.

Kundenherkunftserhebung

Zusätzlich zur Bestandserhebung wurden 25 Erhebungsbögen an ausgewählte Einzelhändler in der Kernstadt Herborns verteilt. Die Einzelhändler wurden darum gebeten, die Kunden in einem Zeitraum von einer Woche nach ihrem Wohnsitz zu befragen und diesen in vorgefertigten Listen einzutragen. Dabei konnte ein Rücklauf von 13 Bögen verzeichnet werden. Die Ergebnisse der Kundenherkunftserhebungen bildeten eine weitere Grundlage zur Einschätzung des Einzelhandelsstandortes Herborn sowie zur Abschätzung des Einzugsbereiches und konnten in die Berechnung der Umsatzherkunft je nach Sortiment einbezogen werden.

Passantenbefragung

Die Passantenbefragung fand im November 2016 auf Basis eines halbstandardisierten Fragebogens statt. An drei Werktagen (Mittwoch, Donnerstag und Freitag) sowie an einem Samstag wurden zu unterschiedlichen Tageszeiten (10-18 Uhr) 339 Passanten und somit rd. 2 % der Gesamteinwohnerzahl Herborns an verschiedenen Standorten im Innenstadtbereich interviewt. Die Passantenbefragung dient der Erfassung von Kundenverhaltensweisen sowie der Abfrage von Bewertungen verschiedener einzelhandelsrelevanter Aspekte aus Kundensicht. Neben den für den Besuch ausschlaggebenden Gründen und Magnetbetrie-

ben, den vermissten Warengruppen, dem gewählten Verkehrsmittel zur Anreise sowie der Einkaufshäufigkeit und dem Wohnort der Befragten wurden auch qualitative Einschätzungen zum Einkaufsstandort abgefragt. Diese beinhalteten Bewertungen des Einzelhandelsangebotes im Hinblick auf Qualität und Vielfalt sowie Einschätzungen u.a. der Aufenthaltsqualität, der Parkmöglichkeiten und der Erreichbarkeit. Zur Erzielung einer empirisch belastbaren Datengrundlage wurde die Geschlechterverteilung sowie die Alterszusammensetzung der Stichprobe fortwährend kontrolliert und im Bedarfsfall korrigiert.

Telefonische Haushaltsbefragung

Im Rahmen der Haushaltsbefragung wurden 250 Bürgerinnen und Bürger von Herborn mittels telefonischer Interviews befragt. Im Zuge der Befragung, welche von einem darauf spezialisierten Marktforschungsunternehmen mit Hilfe eines standardisierten Fragebogens durchgeführt wurde, ist die Bevölkerungszusammensetzung Herborns für die Befragungstreuung äquivalent berücksichtigt worden, womit die Validität der Daten gewährleistet ist.

Anhand der Haushaltsbefragung werden auf repräsentative Weise Daten des räumlichen Versorgungsverhaltens der Wohnbevölkerung nach Sortimenten differenziert gewonnen. So können Rückschlüsse hinsichtlich sortimentspezifischer örtlicher und überörtlicher Kaufkraftströme und ggf. deren Veränderungen in den letzten Jahren gezogen werden. Durch die Haushaltsbefragung werden insbesondere Aussagen zu aktivierbaren Kaufkraftpotenzialen aus Herborn selbst getroffen.

Prozessbegleitung

Neben den laufenden Abstimmungsgesprächen zwischen dem erstellenden Gutachterbüro und der Verwaltung wurden die Ergebnisse auch im Rahmen eines Präsentationstermins vor dem Bau- und Finanzausschuss sowie im Rahmen eines Präsentationstermins der lokalen Partnerschaft vorgestellt und diskutiert. Diese enge Einbindung relevanter Akteure gewährleistete, dass alle notwendigen Informationen in das Einzelhandelsentwicklungskonzept einfließen und sämtliche Zwischenschritte mit einem breit besetzten Gremium diskutiert wurden. Teilnehmer der Präsentationstermine waren unter anderem:

Für die Verwaltung und Politik:

- Bürgermeister der Stadt Herborn
- Vertreter von Politik und Verwaltung der Stadt Herborn

Für den Einzelhandel und die Region:

- Vertreter des Herborner Werberings
- Vertreter des Verkehrsvereins, Haus & Grund
- Vertreter des Kernbereichsmanagements
- Bürger und Einzelhändler der Stadt Herborn

4 Markt- und Standortanalyse

Die Markt- und Standortanalyse besteht einerseits aus der Untersuchung und Bewertung der im Rahmen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzepts wichtigen Angebots- und Nachfragedaten, andererseits aus der flankierenden Analyse städtebaulicher Merkmale der bedeutenden Einzelhandelsstandorte in Herborn. Einführend werden zunächst die wesentlichen Standortrahmenbedingungen erörtert.

4.1 Aktuelle Trends im Einzelhandel

Bevor im Folgenden die konkrete Situation des Einzelhandels in Herborn analysiert wird, werden einleitend wichtige Trends der bundesdeutschen Einzelhandelsentwicklung skizziert. Dabei handelt es sich um Faktoren, die es bei der Bearbeitung dieses Konzepts auf Grund ihrer räumlichen und wirtschaftlichen Auswirkungen zu beachten gilt.

Der Einzelhandel als dynamischer Wirtschaftsbereich unterliegt seit einigen Jahrzehnten einem fortwährenden, dynamischen Veränderungsprozess. Maßgeblich sind dabei Veränderungen sowohl auf der Angebots- als auch auf der Nachfrageseite, die in einem engen gegenseitigen Wirkungszusammenhang stehen.

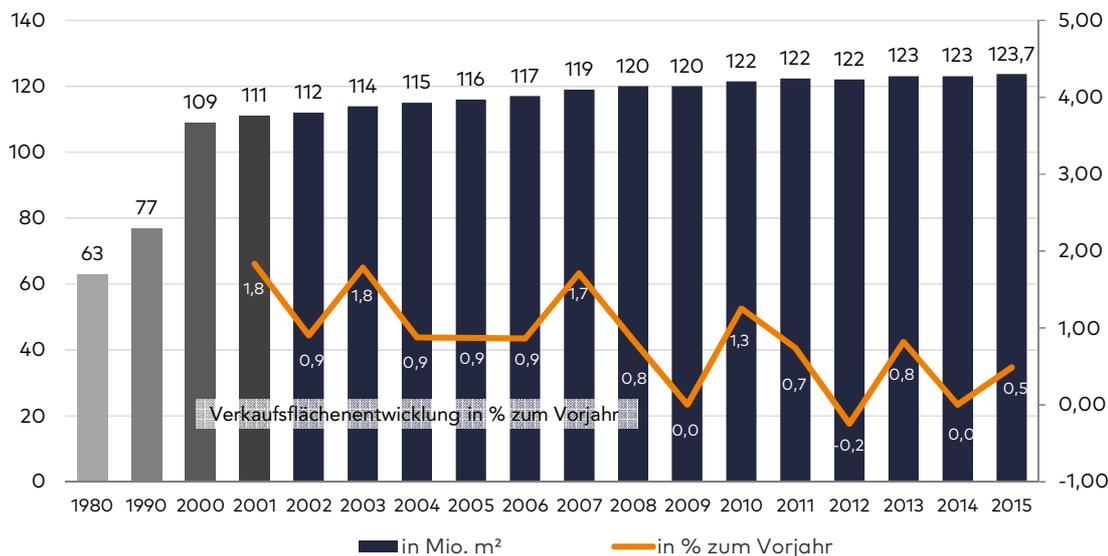
Entwicklungen auf der Angebotsseite

Wesentliche Faktoren, die zu Veränderungen auf der Angebotsseite des Einzelhandels geführt haben, sind mit den folgenden Schlagworten zu charakterisieren:

- **Wandel der Betriebsformen und rückläufige Betriebszahlen:** Die Anzahl der Einzelhandelsbetriebe ist in Deutschland bereits seit Jahrzehnten rückläufig. Neben dem absoluten Rückgang der Betriebszahlen ist auch eine Verschiebung innerhalb der verschiedenen Betriebsformen des Einzelhandels zu erkennen. Hierbei kann man von einem Trend zur Großflächigkeit und einer zunehmenden Discountorientierung sprechen. Im Rahmen der Standortpräferenzen der Einzelhandelsunternehmen geht dies mit einer Orientierung auf autokundenorientierte, meist nicht integrierte Standorte einher.
- **Entstehen neuer Handelsformen:** Neben dem Entstehen und dem Bedeutungsgewinn meist großflächiger Betriebsformen, wie z. B. Shopping Center und Factory-Outlet-Center, sind auch neue Entwicklungen im nicht stationären Einzelhandel, z.B. im Bereich E-Commerce, zu beobachten. Insbesondere im Bereich des E-Commerce sind die Verkaufsumsätze in den letzten Jahren deutlich angestiegen. Hierbei sind zwischen den einzelnen Warengruppen aber große Unterschiede zu verzeichnen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen. In anderen Warengruppen wie den Nahrungs- und Genussmitteln ist die Steigerung der Online-Einkäufe hingegen signifikant geringer (vgl. Kap. 5.1).

- Unternehmens- und Umsatzkonzentration:** Nach dem Zweiten Weltkrieg dominierte in Deutschland noch der eigentümergeführte Betrieb. Heute wird der Einzelhandel von nationalen und internationalen Konzernen geprägt. Die Konzentrationstendenzen betreffen in besonderem Maße den Lebensmitteleinzelhandel, in dem die fünf größten Unternehmen der Branche einen Nettoumsatz von rd. 199,7 Mrd. Euro erwirtschaften.¹² Darüber hinaus sind jedoch auch andere Einzelhandelsbranchen durch starke Unternehmenskonzentrationen mit Tendenzen zur Oligopolisierung geprägt (z.B. Drogeriewareneinzelhandel, Buchhandel). Durch den Unternehmenskonzentrationsprozess werden die Ausdünnung des Versorgungsnetzes und (teilweise) das Wachstum nicht integrierter Standorte verstärkt.
- Anhaltendes Verkaufsflächenwachstum bei gleichzeitig zurückgehender Flächenproduktivität durch stagnierende Umsätze:** Die Verkaufsfläche hat in Deutschland in den letzten Jahrzehnten durch Erweiterungen und Neuansiedelungen stark zugenommen. Bereits heute entfallen auf jeden Bundesbürger rd. 1,51 m² Verkaufsfläche.¹³ Durch den beschriebenen Rückgang der absoluten Zahl der Einzelhandelsbetriebe herrschen immer mehr großflächige Betriebe vor. Die gleichzeitige Stagnation der Umsätze im Einzelhandel hat zudem zu einer Senkung der durchschnittlichen Flächenproduktivität, d. h. dem Umsatz pro Quadratmeter Verkaufsfläche, geführt.

Abbildung 3: Entwicklung der Verkaufsflächen in Deutschland



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017 nach EHI 2017

- Das Verkaufsflächenwachstum lässt sich exemplarisch am Beispiel des Lebensmitteleinzelhandels nachvollziehen. Lag die durchschnittliche Verkaufsfläche eines Lebens-

¹² Vgl. Hahn Gruppe (2016/2017): S. 26

¹³ Vgl. EHI 2015

mitteldiscounters 2001 noch bei 525 m² und diejenige eines Supermarktes bei 1.114 m², so sind zwischenzeitlich durchschnittliche Marktgrößen von 775 m² (LM-Discounter, 2015) bzw. 1.490 m² (Supermarkt, 2015) erreicht.¹⁴ Für beide Betriebsformen wird in Abhängigkeit von der konkreten Lage aktuell von einer Mindestbetriebsgröße von 800 m² bzw. 1.200 m² VKF bei Neuansiedlungen ausgegangen.¹⁵

- Seit 2007 ist jedoch zunehmend eine Abschwächung des Verkaufsflächenwachstums bzw. eine Stagnation zu erkennen. Die Gründe hierfür liegen u. a. in dem sukzessive gesättigten Marktniveau und den daraus resultierenden Insolvenzen prägender Einzelhandelskonzerne wie Schlecker, Praktiker, Strauss-Innovation, etc.¹⁶

Entwicklungen auf der Nachfrageseite

Neben den skizzierten Veränderungen auf der Angebotsseite nehmen auch Veränderungen auf der Nachfrageseite Einfluss auf die Handelslandschaft. Die Nachfrage der Konsumenten wird im Wesentlichen durch den privaten Verbrauch sowie das verfügbare Einkommen bestimmt. Die Nachfrageseite ist durch folgende Entwicklungen geprägt:

- **Wandel der demographischen Strukturen mit Veränderungen der Einwohnerzahlen, der Anzahl und der Größe der Haushalte:** Für Deutschland hat das Statistische Bundesamt eine deutliche Abnahme der Gesamtbevölkerung prognostiziert, wobei mit erheblichen regionalen Unterschieden in der Bevölkerungsentwicklung zu rechnen ist. Gleichzeitig stieg die Anzahl der Privathaushalte seit 1965 stetig an, wobei sich die durchschnittliche Personenzahl je Haushalt stetig reduzierte. Laut Mikrozensus des Statistischen Bundesamtes bildeten die Single-Haushalte im Jahre 2015 mit einem Wert von 41,4 % den größten Teil der privaten Haushalte.¹⁷
- **Entwicklung der Altersstrukturen:** Im Zusammenhang mit dem demographischen Wandel steigt der Anteil Älterer an der Gesamtbevölkerung; zudem nimmt innerhalb der Gruppe der über 65-Jährigen der Anteil der Hochbetagten zu. Relevant ist diese Entwicklung vor allem für die örtliche Nahversorgungsstruktur, da die Nahraumversorgung für diese Kundengruppe gerade dann wichtiger wird, wenn mit dem Alter die (Auto-) Mobilität eingeschränkt wird. Der Handel selbst reagiert bereits in Ansätzen mit bestimmten Betriebsformaten und Serviceleistungen für Senioren (u. a. Bringdienste).
- **Veränderte Einkommensverhältnisse und die Ausgabenstruktur der Konsumenten:** Obwohl insgesamt ein Wachstum der Haushaltseinkommen zu verzeichnen ist, wird dieses Einkommen nicht analog steigend im Einzelhandel ausgegeben. Ein ste-

¹⁴ Vgl. EHI 2017

¹⁵ Vgl. BMVBS 2015

¹⁶ Vgl. Hahn Gruppe 2016

¹⁷ Vgl. Destatis 2017

tig wachsender Teil des Budgets der privaten Haushalte wird hingegen für Dienstleistungs- und Freizeitaktivitäten sowie für das Wohnen ausgegeben.

- **Verändertes Einkaufsverhalten der Verbraucher:** In den letzten Jahrzehnten hat sich in Deutschland ein gesellschaftlicher Wertewandel vollzogen, der dem Konsum neben der materiellen Bedeutung auch zunehmend einen immateriellen Erlebniswert beimisst. Aus diesem Grund ist eine Aufspaltung des Einkaufs in ein Segment „Erlebniseinkauf“ und in ein Segment „Versorgungseinkauf“ zu beobachten. Der Erlebniseinkauf zeichnet sich durch die Faktoren Qualität, Status und Atmosphäre aus, beim Versorgungseinkauf hingegen stehen der Preis und die schnelle Erreichbarkeit im Fokus der Konsumenten. Der Einzelhandel reagiert auf diese Differenzierung der Einkaufsmotive durch die Herausbildung spezifischer Formate (z.B. Fachmarktkonzepte) sowie durch die Standortwahl. In diesem Zusammenhang steht auch das so genannte one-stop-shopping, das dem Kunden durch Agglomerationen mehrerer Einzelhandels- und Dienstleistungsbetriebe ermöglicht, alle Waren an einem Einkaufsort zu besorgen, so dass Einkaufshäufigkeit und -aufwand reduziert werden können.

4.2 Räumliche und sozioökonomische Rahmenbedingungen

Relevante Standortfaktoren für die Analyse und Bewertung der Einzelhandels- und Standortstruktur werden nachfolgend vorgestellt. Weitere angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen und Entwicklungstrends, wie etwa die Bevölkerungsprognose und die Entwicklung der Kaufkraftgrößen, werden in Kap. 5.1 näher erläutert.

Lage, Siedlungsstruktur und Einwohnerverteilung

Die als Mittelzentrum klassifizierte historische Fachwerkstadt Herborn liegt im Westen Mittelhessens und gehört dem Lahn-Dill-Kreis an. Nördlich des Herborner Stadtgebiets befinden sich die beiden Mittelzentren Dillenburg und Haiger. Im Westen, Süden und Osten ist Herborn von den Grundzentren Breitscheid, Driedorf, Greifenstein, Sinn, Mittenahr und Siegbach umgeben. Das nächstgelegene Oberzentrum (in Funktionsverbindung) stellt die süd-östlich (rd. 27 km) gelegene Stadt Wetzlar dar.

Die Stadt Herborn weist aktuell eine Bevölkerungszahl von 20.717 Einwohnern (Stadt Herborn, Stand: 30.06.2016) auf, wobei die Kernstadt mit rd. 43 % der Einwohner einen deutlichen Bevölkerungsschwerpunkt bildet. Mit 3.518 bzw. 1.978 Einwohnern bzw. Anteilen von rd. 17 % bzw. rd. 10 % an der Gesamtbevölkerung sind die Stadtteile Herborn-Seelbach und Burg nach der Kernstadt die bevölkerungsreichsten Stadtteile. Die übrigen Stadtteile weisen Bevölkerungsanteile zwischen 1 % und 7 % auf.

Tabelle 3: Die Bevölkerungsverteilung in Herborn

Stadtteil	Einwohner	Anteil
Herborn Kernstadt	8.995	43%
Herborn-Seelbach	3.518	17%
Burg	1.978	10%
Merkenbach	1.494	7%
Schönbach	1.456	7%
Hörbach	1.352	7%
Uckersdorf	1.073	5%
Guntersdorf	344	2%
Amdorf	255	1%
Hirschberg	252	1%
Herborn gesamt	20.717	100 %

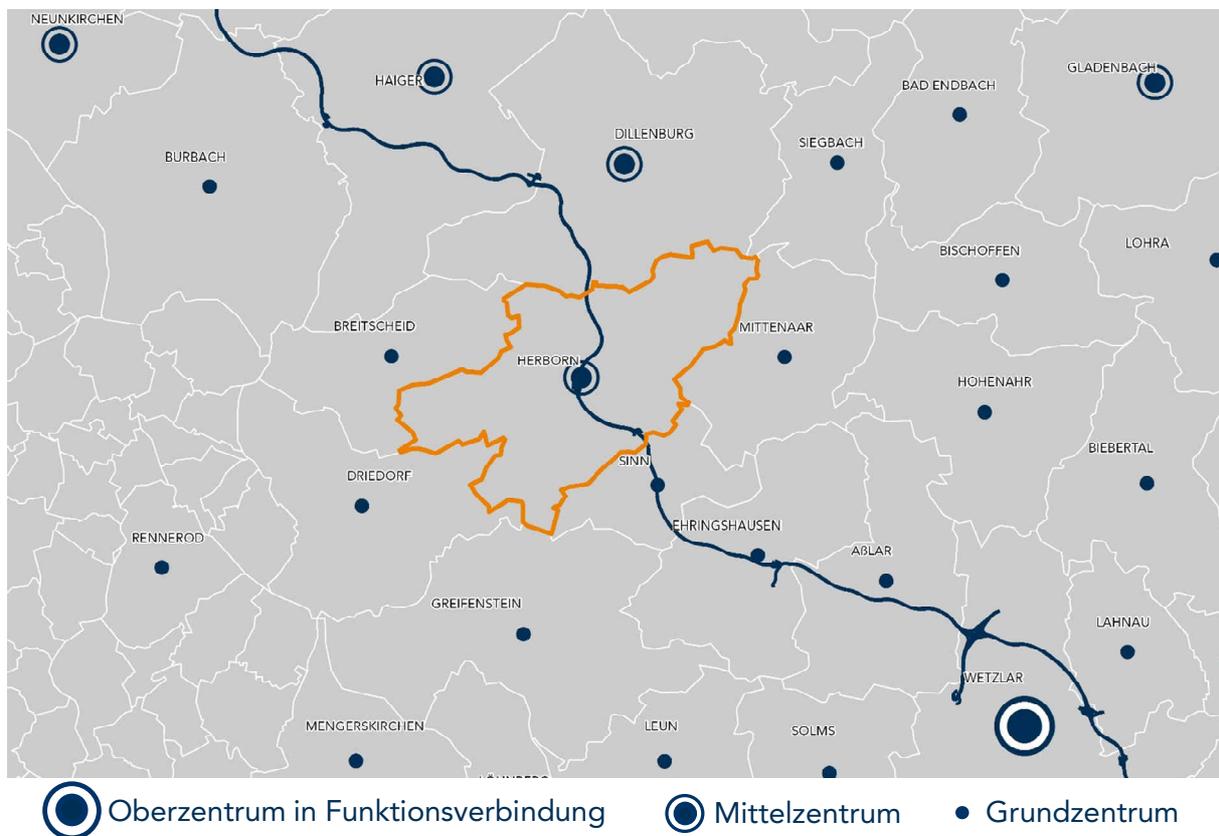
Quelle: Stadt Herborn, Bevölkerungsstatistik Stand 30.06.2016.

Verkehrsinfrastruktur

Durch die von Norden nach Süden durch das Herborner Stadtgebiet verlaufende A 45 sowie die daran anschließenden Bundesstraßen 255 und 277 ist die Stadt Herborn an das überregionale Fernverkehrsnetz angeschlossen. Das nächstgelegene Oberzentrum Wetzlar sowie die benachbarten Mittelzentren Haiger und Siegen sind somit gut zu erreichen. Zudem besteht eine gute MIV - Anbindung der umliegenden Grundzentren an die Stadt Herborn insbesondere durch die im Stadtgebiet verlaufenden Bundes- und Landesstraßen.

Die regionale und überregionale Anbindung der Stadtbevölkerung an das Umland bzw. der Umlandbevölkerung an die Stadt Herborn wird überdies durch das öffentliche Personenverkehrsnetz (Bahn- und Busliniennetz) gewährleistet.

Abbildung 4: Lage Herborns in der Region



Quelle: Eigene Darstellung 2017; Kartengrundlage OpenStreetMap – veröffentlicht unter ODbL.

4.3 Angebotsanalyse

In der Stadt Herborn sind insgesamt 177 Einzelhandelsbetriebe ansässig, welche über eine Gesamtverkaufsfläche von rd. 52.640 m² verfügen (vgl. nachfolgende Abbildung).

Die Verkaufsflächenausstattung je Einwohner verdeutlicht, dass auf jeden Einwohner Herborns aktuell rd. 2,54 m² Verkaufsfläche entfallen. Damit liegt die Stadt deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rd. 1,51 m² Verkaufsfläche je Einwohner¹⁸. Bei einer Gegenüberstellung des Mittelzentrums Herborn mit anderen hessischen Mittelzentren wird ersichtlich, dass die Fachwerkstadt nur eine leicht über dem Durchschnitt von rd. 2,36 m² je Einwohner¹⁹ liegende Verkaufsflächenausstattung aufweist.

Sortimentsschwerpunkte bestehen in Herborn vorrangig im kurzfristigen sowie im mittelfristigen Bedarfsbereich.

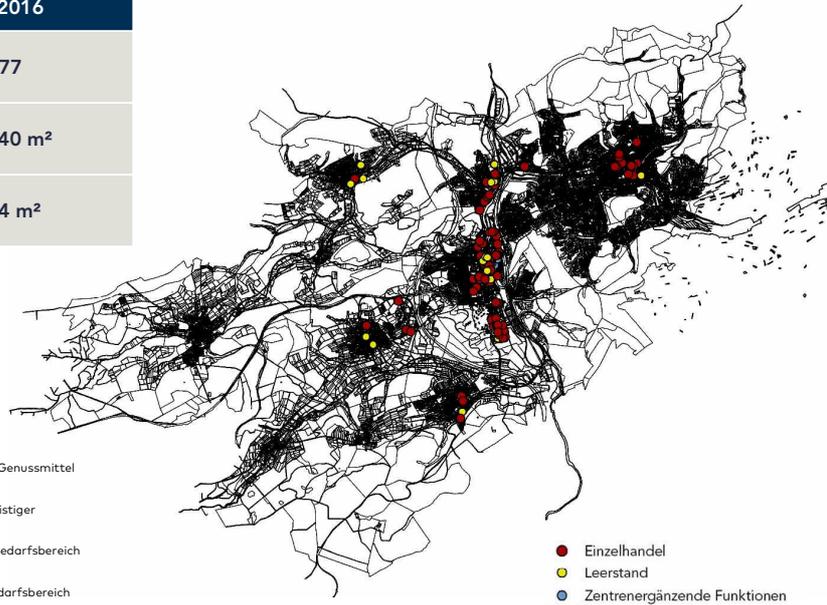
¹⁸ Vgl. EHI 2017.

¹⁹ Eigene Berechnungen auf Basis bestehender Einzelhandelskonzepte ausgewählter Mittelzentren: Eschwege, Friedrichsdorf, Homburg (Efze), Idstein, Korbach, Lauterbach, Lorsch, Mörfelden-Walldorf, Taunusstein, Rödermark, Schwalmstadt, Viernheim.

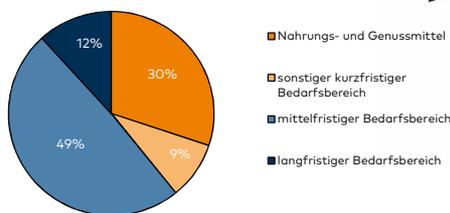
Tabelle 4: Einzelhandelsbestand in der Stadt Herborn

	Bestandserhebung 11/2016
Anzahl der Betriebe*	177
Gesamtverkaufsfläche (VKF)*	52.640 m ²
Verkaufsfläche / Einwohner	2,54 m ²

*ohne Leerstände, VKF gerundet



Verkaufsflächen nach Bedarfsstufen 2016



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016.

In der nachfolgenden Tabelle ist die Einzelhandelsstruktur der Stadt Herborn nach städtebaulichen Lagebereichen untergliedert aufgeführt. Hierbei fand eine Orientierung an dem in Kapitel 6 ausgewiesenen, in den verwaltungsinternen Abstimmungen sowie den weiteren Präsentationsterminen (Ausschuss und lokale Partnerschaft) intensiv diskutierten und abgestimmten zentralen Versorgungsbereich bzw. dem gewählten Zentrenumriss statt.

Anhand der nachstehenden Tabelle wird deutlich, dass im zentralen Versorgungsbereich Innenstadt mehr als die Hälfte aller Einzelhandelsbetriebe der Stadt Herborn verortet sind, welche rund ein Viertel der Gesamtverkaufsfläche einnehmen. In dem Verhältnis aus Betriebszahl und Gesamtverkaufsfläche wird hinsichtlich des Innenstadtzentrums eine überwiegend kleingliedrige Verkaufsflächengrößenstruktur (überwiegend Fachgeschäfte/kleinere Betriebe), die insbesondere durch die historischen Fachwerkstrukturen bedingt wird und typisch für historisch geprägte Innenstädte ist, ersichtlich. Eine im Gegensatz dazu überwiegend großformatige Betriebstypenstruktur zeigt sich am Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße mit rund 43 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen (rd. 22.470 m²), die sich auf 20 Betriebe (11 %) verteilen.

Tabelle 5: Einzelhandelsstruktur nach städtebaulichen Lagebereichen

	ZVB Innen- stadt**	Standortbereich Untere Au/Konrad- Adenauer- Straße	Städtebaulich integrierte Lage (siL)	Städtebaulich nicht integrierte Lagen (niL)
Anzahl Einzelhandels- betriebe*	102	20	36	19
Anteil gesamtstädtisch	58 %	11 %	20 %	11 %
Verkaufsfläche in m ²	13.770	22.470	5.930	10.460
Anteil gesamtstädtisch	26 %	43 %	11 %	20 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016; VKF-Angaben gerundet;
* ohne Leerstand.** gemäß Abgrenzungen in Kapitel 6.

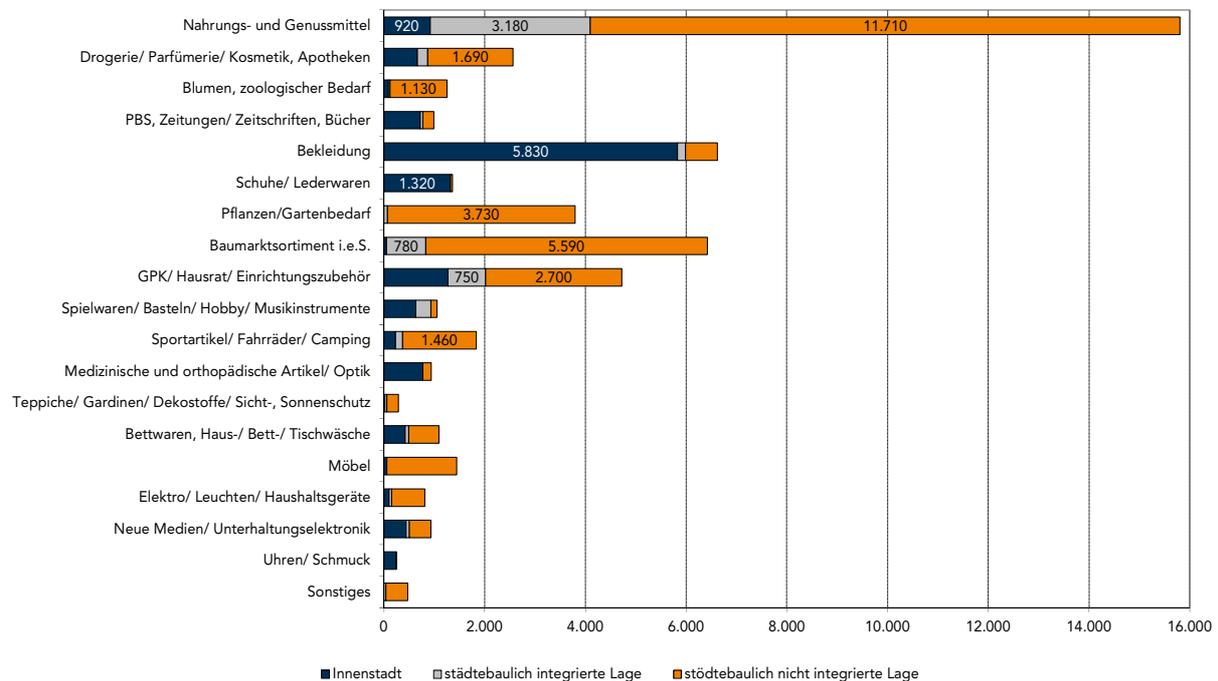
Während in städtebaulich integrierten Lagen 78 % der Betriebe mit einer Verkaufsfläche von rd. 37 % (rd. 19.700 m²) verortet sind, nehmen die Einzelhandelsbetriebe in nicht integrierten Lagen (rd. 22 %) einen Verkaufsflächenanteil von rd. 63 % ein. Insgesamt zeigt sich in Herborn somit ein deutliches Übergewicht der Verkaufsflächen in den städtebaulich nicht integrierten Lagen gegenüber den Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich und in den weiteren integrierten Lagen. Bedingt wird der Verkaufsflächenschwerpunkt in den nicht integrierten Lagen insbesondere durch die am Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße angesiedelten strukturprägenden Betriebe (ALDI Nord, Bau und Garten Herkules, Dänisches Bettenlager, dm, Euronics, Härth Küchenwelt, Intersport Link, LiDL, REWE-Center, Schneider Sports, Thomas Phillips) sowie weitere im Stadtgebiet angesiedelte strukturprägende Nahversorgungsbetriebe.

Bei der detaillierten Betrachtung des Verkaufsflächenbestands nach einzelnen Sortimentsgruppen ist eine starke Ausprägung des Sortiments Nahrungs- und Genussmittel (0,76 m² je Einwohner²⁰) sowie deutlich nachrangig ein Schwerpunkt in den Sortimenten Bekleidung, Baumarktsortiment i. e. S, GPK/Hausrat/ Einrichtungszubehör und Pflanzen/Gartenbedarf festzustellen (vgl. nachfolgende Abbildung).

Auffällig ist diesbezüglich zum einen der hohe Verkaufsflächenanteil des Sortiments Nahrungs- und Genussmittel in den nicht integrierten Lagen (rd. 73 % der Verkaufsflächen) sowie zum anderen der hohe Verkaufsflächenanteil im Sortiment Bekleidung im ZVB Innenstadtzentrum.

²⁰ Bundesdeutscher Durchschnitt: 0,40 m² VKF NuG/EW, Quelle: Eigene Berechnung auf Basis EHI 2016: EHI handelsdaten aktuell 2016, S. 92; Verkaufsflächen strukturprägender Anbieter (VKF > 400 m², inkl. Nonfood-Flächen). Durchschnitt ausgewählter hessischer Mittelzentren 0,58 m² VKF NuG/EW

Abbildung 5: Einzelhandelsbestand (in m² VKF) nach Warengruppen und Lagebereichen



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016, VKF-Angaben gerundet; GPK = Glas/Porzellan/Keramik; PBS = Papier/Bürowaren/Schreibwaren, siL = städtebaulich integrierte Lage, niL = städtebaulich nicht integrierte Lage; Sonstiges umfasst u. a. KFZ-Zubehör.

Die siedlungsstrukturelle Integration des Einzelhandels in Herborn ist insgesamt als schlecht zu bewerten, da nur ein untergeordneter Verkaufsflächenanteil innerhalb der integrierten Lagen verortet ist.

Im Ergebnis deutet die Angebotsverteilung auf ausgeprägte Wettbewerbsbeziehungen innerhalb des Stadtgebiets zwischen dem zentralen Versorgungsbereich und dem Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße hin. Vor dem Hintergrund der Nähe zum Oberzentrum Wetzlar sowie zu den weiteren Mittelzentren Haiger und Dillenburg (auch wenn die Mittelzentren hinsichtlich des Einzelhandelsangebots schwächer als das Mittelzentrum Herborn aufgestellt sind) ist zugleich auf regionaler Ebene von einem starken Wettbewerb der Einzelhandelsstandorte auszugehen.

4.4 Nachfrageanalyse

Neben den angebotsseitigen Rahmenbedingungen sind auch die Merkmale der örtlichen Nachfrageseite von hoher Bedeutung. Zur Abbildung der Nachfragesituation wird in der vorliegenden Untersuchung auf sekundärstatistische Rahmendaten des INSTITUTS FÜR HANDELSFORSCHUNG GMBH (IfH) zurückgegriffen.

Anhand eigener primärstatistisch erhobener Werte aus der Haushaltsbefragung, der Passantenbefragung und der Kundenherkunftserhebung können zudem einzelhandelsrelevante

Kaufkraftflüsse aus Herborn heraus dargestellt werden, so dass u. a. die lokale Einkaufsorientierung branchenspezifisch angegeben werden kann. Die Nachfrageanalyse wird ergänzt um qualitative Bewertungen des Einzelhandelsstandorts Herborns durch die Kunden. Zudem können über die Ergebnisse der Passantenherkunftserhebung sowie der Händlerbefragung Aussagen über das Herborner Einzugsgebiet sowie über die erzielten Umsätze im Einzelhandel getroffen werden.

4.4.1 Einzelhandelsrelevante Kaufkraft, Kaufkraftbindung und Kaufkraftabfluss

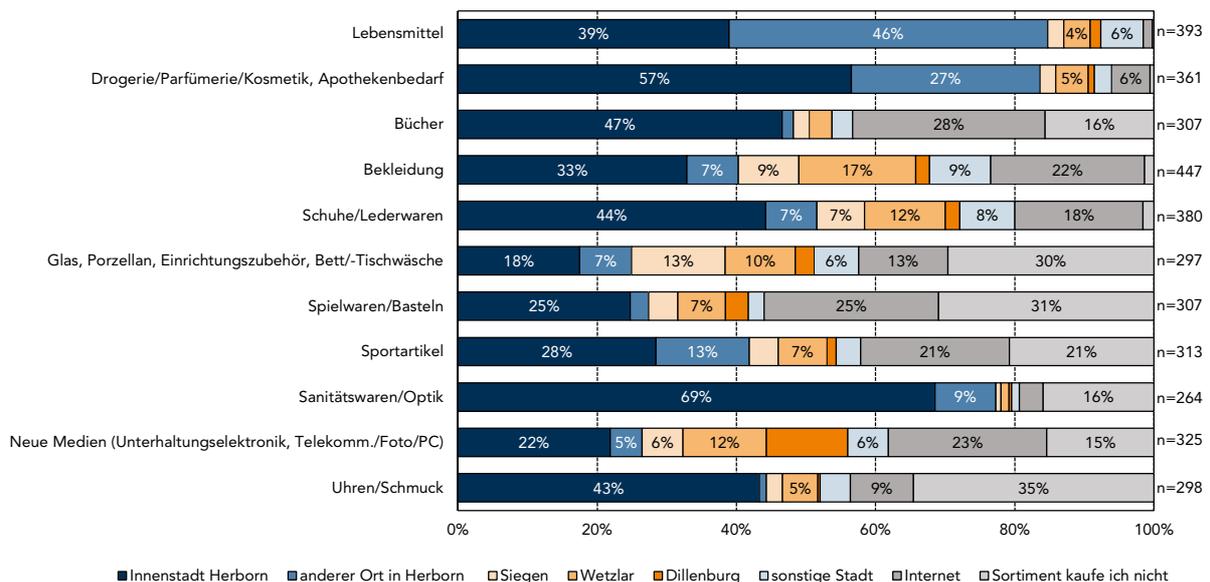
Herborn verfügt gemäß IFH über eine einzelhandelsrelevante Kaufkraft von rd. 116,4 Mio. Euro pro Jahr. Der Schwerpunkt der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft liegt mit etwa 47,1 Mio. Euro pro Jahr in der Warengruppe Nahrungs- und Genussmittel (einschl. Backwaren/ Fleischwaren und Getränke).

Die einzelhandelsrelevante Kaufkraftkennziffer beschreibt die Höhe des verfügbaren Einkommens der Einwohner einer Kommune, welches im Einzelhandel ausgegeben wird, im Vergleich zum Bundesdurchschnitt (= 100). Mit einem Wert von 98,6²¹ wird in Herborn ein im Vergleich zum Bundes- und Landesdurchschnitt (Land Hessen 104,1) leicht unterdurchschnittlicher Wert ersichtlich.

Die Kaufkraftbindung beschreibt den Anteil der örtlichen Kaufkraft, die in Herborn durch den örtlichen Einzelhandel abgeschöpft werden kann. Der Kaufkraftabfluss stellt umgekehrt den Kaufkraftanteil der Herborner Bevölkerung dar, der von anderen Einzelhandelsstandorten (z. B. Nachbarstädten) gebunden wird. Beide Größen lassen wichtige Aussagen zur Attraktivität des Einzelhandelsstandorts zu. Zur Ermittlung dieser Kenngrößen dient die telefonische Haushaltsbefragung; im Ergebnis liefert diese Befragung Daten zur sog. lokalen Einkaufsorientierung und somit Annäherungswerte für die Kaufkraftbindung (vgl. folgende Abbildung).

²¹ IFH 2015.

Abbildung 6: Lokale Einkaufsorientierung in Herborn – Warengruppen nach Einkaufsorten



Quelle: Haushaltsbefragung i. A. von Stadt + Handel 11/2016; Befragung in Herborn.

Die Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigen, dass Herborn über alle Sortimente hinweg eine lokale Einkaufsorientierung (Orientierung der Herborner Einwohner) von durchschnittlich 50 % aufweist, was – in Hinblick auf den zentralörtlichen Status als Mittelzentrum – als hoch zu bewerten ist und sich insbesondere durch die im Vergleich zu den benachbarten Mittelzentren starke Aufstellung Herborns als Einzelhandelsstandort ergibt.

Darüber hinaus wird ersichtlich, dass Herborn bei den kurzfristigen Bedarfsgütern eine sehr hohe lokale Einkaufsorientierung erzielt. Dies gilt insbesondere für die Sortimentsgruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie, Parfümerie, Kosmetik, Apotheke bezüglich welcher über 80 % der befragten Herborner Haushalte angaben, diese Waren im Stadtgebiet einzukaufen.

Im Bereich der mittel- und langfristigen Bedarfsgruppen ist im Gegensatz dazu festzustellen, dass ein deutlicher Teil der Herborner Kaufkraft in die im Umfeld Herborns gelegenen Mittel- und Oberzentren Dillenburg, Siegen und Wetzlar abfließt bzw. durch den Onlinehandel gebunden wird. Der Umfang der lokalen Einkaufsorientierung variiert zwischen den untersuchten Warengruppen.

Herborn erzielt in den üblicherweise zentrenprägenden Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren dennoch eine lokale Einkaufsorientierung von 40 % bzw. 52 %. In den weiteren Gütern des mittel- und langfristigen Bedarfs liegt die Einkaufsorientierung zwischen 25 % und 44 %. Die Ausnahme bildet hierbei das Sortiment Sanitätswaren/Optik mit 77 %. Der Verkauf via Internet fällt erfahrungsgemäß, und so auch in Herborn, bei einzelnen Sortimenten besonders ins Gewicht, wie etwa Bücher (28 %) oder Neue Medien/ Unterhaltungselektronik (23 %). Darüber hinaus zeigt sich auch in Herborn der Trend Modeartikel online zu erwerben bei einer Einkaufsorientierung von 22 % bei Bekleidung und 18 % bei

Schuhen/Lederwaren. Bei den meisten weiteren Sortimenten ist dieser Vertriebskanal nur von nachrangiger Bedeutung.

Anhand der Ergebnisse der Haushaltsbefragung zeigt sich außerdem insbesondere im Bereich der typischen zentrenprägenden Sortimente eine hohe Orientierung der Herborner Einwohner auf das Innenstadtzentrum.

Die durch die Haushaltsbefragungen ermittelten Ergebnisse hinsichtlich der lokalen Einkaufsorientierung der Herborner werden durch die Ergebnisse der Passantenbefragung inhaltlich bestätigt.

4.4.2 Umsatzermittlung und Zentralität

Die Ermittlung der aktuellen Umsätze²² im Einzelhandel in Herborn basiert auf allgemeinen und für Herborn spezifizierten angebots- wie nachfrageseitigen Eingangsparametern:

- Durch die durchgeführte Händlerbefragung liegen z. T. reale Umsatzkennziffern für die einzelnen Bestandsbetriebe vor. Diese wurden auf Plausibilität geprüft und – sofern diese gegeben war – übernommen.
- Lagen keine realen Umsatzkennziffern vor, so wurden als Ausgangsbasis der Umsatzschätzung die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten der Vertriebsformen sowie spezifische Kennwerte einzelner Anbieter zugrunde gelegt: Ein Datenportfolio des Büros Stadt + Handel wird laufend entsprechend der Werte aus der aktuellen Handelsfachliteratur aktualisiert. Hochgerechnet auf den Verkaufsflächenbestand ergibt sich unter Berücksichtigung nachfrageseitiger Rahmenbedingungen (insb. des einzelhandelsrelevanten Kaufkraftniveaus in Herborn) eine Datenübersicht des Umsatzes im Einzelhandel in Herborn.
- Durch die Vor-Ort-Begehungen im Rahmen der Bestandserhebung konnte neben der Erfassung der Verkaufsflächen je Sortimentsgruppe die konkrete Situation vor Ort berücksichtigt werden. So fließt die Qualität der jeweiligen mikroräumlichen Standortrahmenbedingungen in die Umsatzberechnung ebenso mit ein wie die mit Blick auf das mögliche Umsatzpotenzial relevante Qualität der jeweiligen siedlungsstrukturellen Lage eines Betriebs.
- Auf Basis der Haushalts- und Passantenbefragung konnte darüber hinaus die Einkaufsorientierung der Herborner Bürgerinnen und Bürger ermittelt werden; ein Parameter der die Umsatzabschätzung ebenfalls wesentlich beeinflusst.

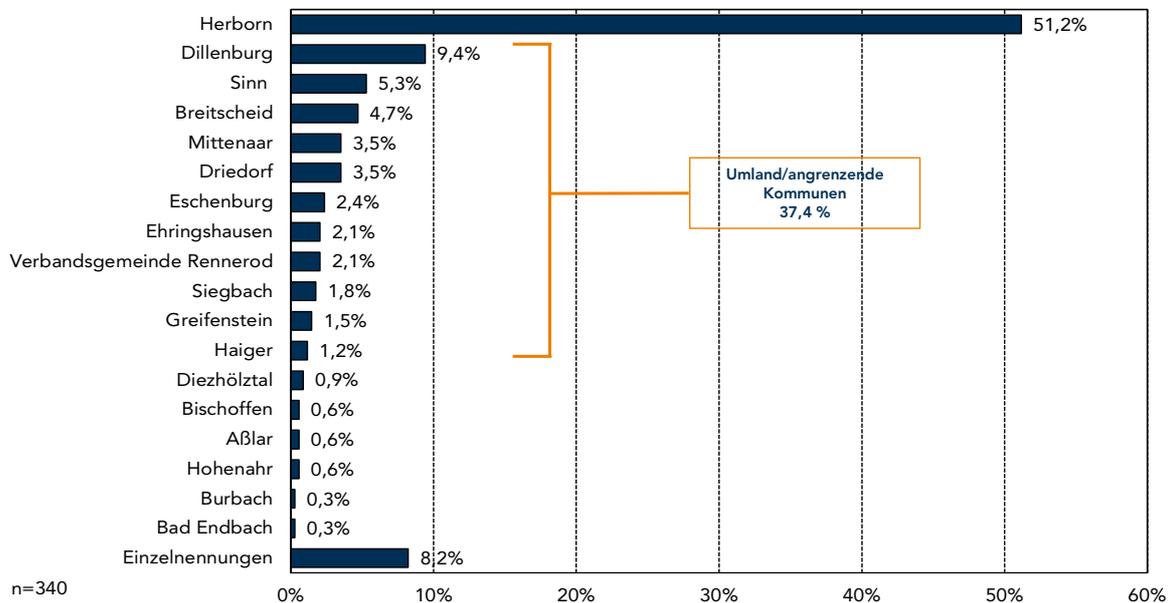
Kundenherkunft und Einzugsbereich von Herborn

Die nachfolgenden Abbildungen zeigen die Herkunft der Herborner Kunden und Besucher basierend auf der durchgeführten Passantenbefragung. Diese gibt Aufschluss über das Einzugsgebiet der Stadt Herborn.

²² Umsätze nachfolgend angegeben als Brutto-Jahresumsatz.

Abbildung 7: Herkunft der befragten Kunden und Besucher der Stadt Herborn

„Wie lautet Ihre Postleitzahl?“ [n = Anzahl der Befragten exkl. k.A.]



Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 11/ 2016.

Als Ergebnis ist festzuhalten, dass mit rd. 51 % etwas mehr als die Hälfte der Befragten Kunden und Besucher aus der Stadt Herborn selbst stammt. Darüber hinaus stammen rd. 37 % der Befragten aus dem Herborner Umland bzw. aus den an Herborn angrenzenden Kommunen. Das aus der Passantenbefragung ersichtliche Einzugsgebiet der Stadt Herborn wird durch die Ergebnisse der durchgeführten Haushaltsbefragung bestätigt.

Umsätze und Zentralitäten

Insgesamt lässt sich für Herborn ein gesamtstädtischer Einzelhandelsumsatz von rd. 141,5 Mio. Euro brutto pro Jahr ermitteln. Rund 59 % dieses Umsatzes wird durch die überwiegend kurzfristigen Bedarfsgüter erzielt (vgl. nachfolgende Tabelle). Rd. 28 % des Umsatzes entfallen auf mittelfristige und rd. 13 % auf die langfristigen Bedarfsgüter. Gemessen an der vorhandenen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft ergibt sich gesamtstädtisch eine Zentralität von rd. 121 %²³. Dieser Wert verdeutlicht, dass Herborn seiner mittelzentralen Versorgungsfunktion gerecht wird.

²³ Die Zentralität gibt das Verhältnis des örtlichen Umsatzes zur örtlichen Kaufkraft wieder. Bei einer Zentralität von über 100 % ist im Saldo der Kaufkraftabflüsse und -zuflüsse ein Nachfragezufluss anzunehmen, bei einem Wert unter 100 % ist im Saldo von Nachfrageabflüssen auszugehen.

Tabelle 6: Relevante Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Herborn

Warengruppen	Verkaufsfläche (m ²)	Brutto-Jahresumsatz (Mio. €)	Kaufkraft (Mio. €)	Zentralität (in %)
Nahrungs- und Genussmittel	15.810	67,0	47,1	142%
Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken	2.550	11,3	7,3	155%
Blumen, zoologischer Bedarf	1.250	2,3	2,4	97%
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	980	3,3	3,8	87%
kurzfristiger Bedarfsbereich	20.590	83,9	60,5	139%
Bekleidung	6.620	14,7	11,0	134%
Schuhe/Lederwaren	1.360	3,3	2,9	111%
Pflanzen/Gartenbedarf	3.790	2,9	1,7	166%
Baumarktsortiment i.e.S.	6.420	9,4	9,9	95%
GPK/ Hausrat/Einrichtungszubehör	4.720	2,7	1,4	195%
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	1.040	2,0	2,5	79%
Sportartikel/Fahrräder/Camping	1.820	3,7	2,1	172%
mittelfristiger Bedarfsbereich	25.770	38,6	31,6	122%
Medizinische und orthopädische Artikel/Optik	940	4,2	1,7	254%
Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	290	0,5	1,3	38%
Bettwaren, Haus-/Bett-/Tischwäsche	1.090	1,6	1,2	131%
Möbel	1.440	3,0	6,1	49%
Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte	800	2,1	3,4	63%
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	930	5,0	8,5	59%
Uhren/ Schmuck	250	1,7	1,5	111%
Sonstiges*	460	0,8	0,7	121%
langfristiger Bedarfsbereich	6.200	19,0	24,4	78%
Gesamt	52.560	141,5	116,4	121%

Quelle: Eigene Berechnung Stadt + Handel 2016 auf Basis ständiger Auswertung handelspezifischer Fachliteratur;
 Kaufkraftzahlen; IFH 2015; VKF-Angaben gerundet;
 * Sonstiges umfasst auch KFZ-Zubehör.

Die Zentralitätswerte in kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfsbereich variieren in Herborn deutlich. Insgesamt wird im kurzfristigen Bedarfsbereich eine Zentralität von 139 % erzielt,

welche insbesondere durch die Sortimentsbereiche Nahrungs- und Genussmittel und Drogeriewaren bedingt wird.

Im mittelfristigen Bedarfsbereich liegt die Zentralität bei insgesamt 122 %, wobei die einzelnen Sortimentsgruppen entsprechend der Angebotssituation deutliche Differenzen bezüglich ihrer Zentralitätswerte aufweisen. So werden im mittelfristigen Bedarfsbereich Zentralitäten zwischen 195 % (GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör) und 79 % (Spielwaren, Musikinstrumente/Musikalien) erzielt.

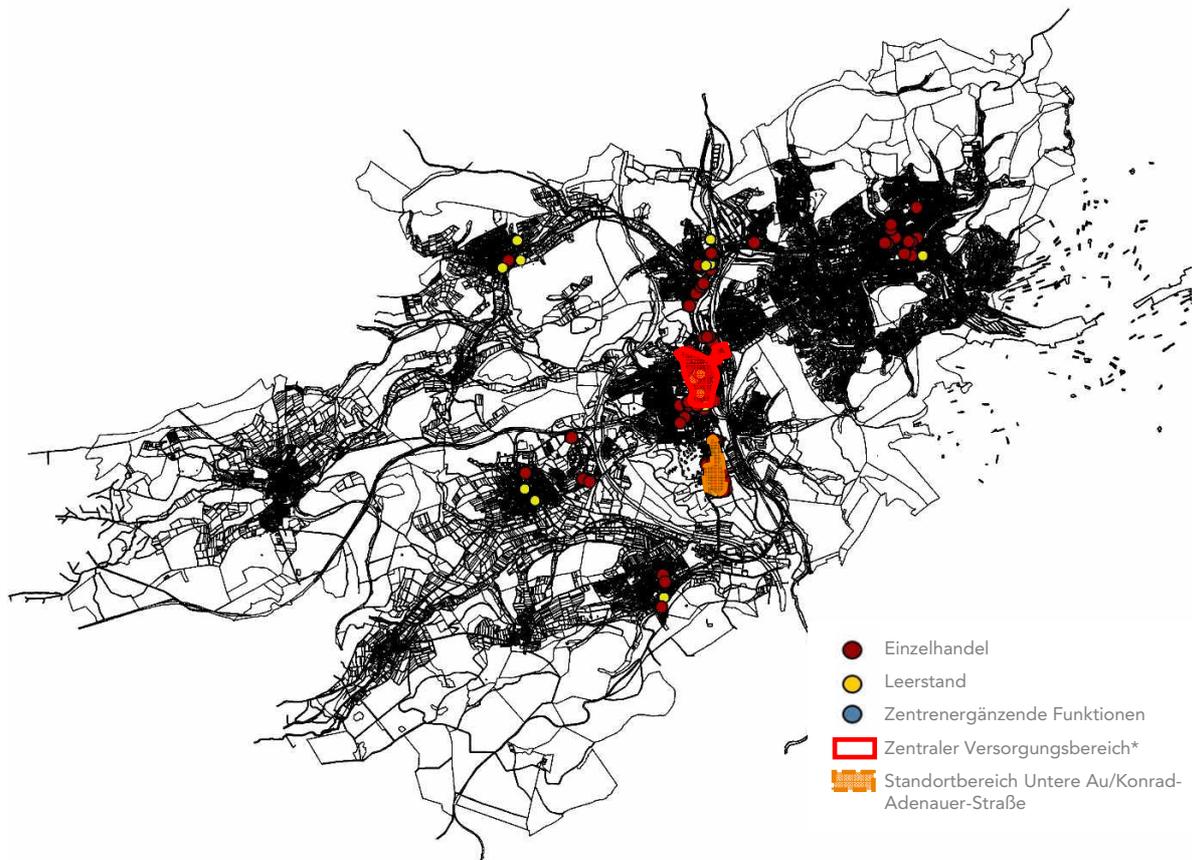
Die Gesamtzentralität der langfristigen Bedarfsgüter beträgt 78 %, woraus sich ein Kaufkraftabfluss erkennen lässt. Auch hier variieren die Zentralitäten warengruppenspezifisch, und variieren zwischen 38 % in der Warengruppe Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz und 254 % in der Warengruppe Medizinische und orthopädische Artikel/Optik.

Die Zentralitätswerte stellen eine wichtige Grundlage zur Ermittlung von absatzwirtschaftlichen Ansiedlungspotenzialen dar und werden erneut in Kapitel 5.1 vertieft aufgegriffen.

4.5 Übersicht über die Zentren- und Standortstruktur in Herborn

Die Stadt Herborn verfügt über eine Zentrenstruktur, die einen zentralen Versorgungsbe- reich (ZVB Innenstadtzentrum Herborn) geprägt ist. Darüber hinaus besteht im südlichen Kernstadtbereich Herborns im Bereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße eine Einzelhandelskonzentration u.a. der Anbieter ALDI Nord, Bau und Garten Herkules, Dänisches Bettenlager, dm, Euronics, Härth Küchenwelt, Intersport Link, LiDL, REWE-Center, Schneider Sports, Thomas Phillips. Nachstehende Abbildung zeigt die Zentren- und Standortstruktur des Einzelhandels in der Stadt Herborn auf.

Abbildung 8: Die Zentren- und Standortstruktur in Herborn



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 04/2016; Kartengrundlage: Stadt Herborn;
* Abgrenzung gemäß Kapitel 6.1.1.

Eine ausführliche Beschreibung, Bewertung und Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs in der Stadt Herborn erfolgt in Kapitel 6. In diesem Kapitel werden die Standorte (ZVB Innenstadtzentrum Herborn und Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße) näher analysiert und bewertet sowie abschließend sowohl Empfehlungen zur künftigen Versorgungsfunktion der einzelnen Standorte als auch Optionen zur Weiterentwicklung der Standorte unter Berücksichtigung der übergeordneten gesamtstädtischen Ziele und der gesamtstädtischen Ansiedlungspotentiale näher dargestellt.

4.6 Zwischenfazit: Handlungsbedarf zur Fortentwicklung der Einzelhandelssituation in Herborn

Zu den für den Einzelhandel in Herborn wesentlichen Rahmenbedingungen zählen:

Das einzelhandelsrelevante Kaufkraftniveau in Herborn liegt mit einem Wert von 98,6²⁴ unter dem Bundes- (= 100) und Landesdurchschnitt (Land Hessen 104,1).

²⁴ IFH 2015.

Herborn befindet sich in einer ausgeprägten Wettbewerbssituation mit dem Oberzentrum Wetzlar sowie zu den weiteren Mittelzentren Haiger und Dillenburg, auch wenn die Mittelzentren hinsichtlich des Einzelhandelsangebots schwächer als das Mittelzentrum Herborn aufgestellt sind.

Herborn ist geprägt durch eine zentralisierte Siedlungsstruktur, wobei ein deutlicher Bevölkerungsschwerpunkt in der Herborner Kernstadt mit rd. 43 % der Einwohner besteht. Die weiteren Stadtteile Herborns weisen deutlich geringere Einwohneranteile auf.

Die lokale Einkaufsorientierung auf die Stadt Herborn ist insbesondere im Bereich der kurz- und mittelfristigen Bedarfsgüter ausgeprägt. In den langfristigen Bedarfsgütern zeigen sich in einzelnen Sortimenten Kaufkraftabflüsse.

Als positiv zu bewertende Standortfaktoren können folgende Aspekte aufgeführt werden:

- Von den 177 Einzelhandelsbetrieben sind rd. 58 % im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum angesiedelt. Der ZVB Innenstadtzentrum ist durch einen hohen Anteil an inhabergeführten und kleinflächigen Geschäften geprägt.
- Ein deutlicher Anteil der Verkaufsflächen in den typischerweise innenstadtrelevanten Sortimentsbereichen Bekleidung (rd. 88 %) und Schuhe/Lederwaren (rd. 97 %) befindet sich im Herborner Innenstadtzentrum.
- Herborn verfügt über alle Sortimente hinweg über eine lokale Einkaufsorientierung (Orientierung der Herborner Einwohner) von durchschnittlich 50 %, was – in Hinblick auf den zentralörtlichen Status als Mittelzentrum – als hoch zu bewerten ist.
- Im Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter erreicht Herborn eine sehr hohe lokale Einkaufsorientierung (Orientierung der Herborner Einwohner).
- Herborn erzielt in den üblicherweise zentrenprägenden Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren eine für ein Mittelzentrum hohe lokale Einkaufsorientierung (Orientierung der Herborner Einwohner) von 40 % bzw. 52 %.
- An der Zentralität Herborns von rd. 121 %, wird ersichtlich, dass Kaufkraft u.a. aus dem Umland in die Stadt fließt.
- Die überdurchschnittliche Zentralität im Bereich der mittelfristigen (uns auch kurzfristigen) Bedarfsgüter (rd. 122 bzw. rd. 139 %) ist ein Beleg dafür, dass die Stadt Herborn die ihr als Mittelzentrum zugewiesene Versorgungsfunktion erfüllt (kurzfristige Bedarfsgüter/Grundversorgung auch in Grundzentren).

Besondere Aufmerksamkeit verlangen dagegen aus fachgutachterlicher Bewertung folgende Aspekte:

- In Herborn zeigt sich ein deutliches Übergewicht der Verkaufsflächen in den städtebaulich nicht integrierten Lagen (rd. 63 %) gegenüber den Verkaufsflächen im zentralen Versorgungsbereich und in den weiteren integrierten Lagen. Bedingt wird

das Übergewicht insbesondere durch die am Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße angesiedelten strukturprägenden Betriebe mit u.a. zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten sowie weitere im Stadtgebiet angesiedelte strukturprägende Nahversorgungsbetriebe.

- Im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel befinden sich rd. 73 % der Verkaufsflächen in städtebaulich nicht integrierten Lagen.
- Im Bereich der mittel- und langfristigen Bedarfsgruppen ist festzustellen, dass ein deutlicher Teil der Herborner Kaufkraft in die im Umfeld Herborns gelegenen Mittel- und Oberzentren Dillenburg, Siegen und Wetzlar abfließt bzw. durch den Onlinehandel gebunden wird.
- Im Bereich der langfristigen Bedarfsgüter werden anhand der Zentralitäten sowie der Einkaufsorientierung der Befragten Haushalte zum Teil sortimentspezifisch variierende Kaufkraftabflüsse ersichtlich.
- Handlungsbedarf ergibt sich insgesamt zudem daraus, dass einerseits die vorhandenen positiven Einzelhandelsmerkmale Herborns für die Zukunft gesichert werden und nachfragegerecht weiterentwickelt werden müssen. Andererseits sollten praxisnahe und marktgerechte Optimierungslösungen für diejenigen Aspekte entwickelt werden, die eher kritisch zu bewerten sind. Solche Lösungen sind in den nachfolgenden Teilbausteinen dieses Konzepts sowohl in städtebaulicher Sicht als auch funktional zu erarbeiten.

5 Leitlinien für die künftige Einzelhandelsentwicklung

Bevor aufbauend auf die Bestandsanalyse und -bewertung konkrete Instrumente entwickelt und vorgestellt werden können, sind zunächst der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen sowie übergeordnete Leitlinien zur künftigen Einzelhandelsentwicklung in der Stadt Herborn zu erarbeiten.

5.1 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen

Die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens dient – als absatzwirtschaftliche Kenngröße – der Einordnung und Bewertung zukünftiger Einzelhandelsentwicklungen. In dem Entwicklungsrahmen werden angebots- und nachfrageseitige Rahmenbedingungen zusammengeführt und auf ihre zukünftige perspektivische Entwicklung hin untersucht. Mit Blick auf die der Kommune zur Verfügung stehenden Steuerungsinstrumentarien wird der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen in Form von nach Branchen kumulierten Verkaufsflächenangaben aufbereitet.

5.1.1 Vorbemerkungen zum ermittelten Entwicklungsrahmen

Der nachfolgend vorgestellte Entwicklungsrahmen ist im kommunalen Abwägungsprozess unter Berücksichtigung folgender Gesichtspunkte zu interpretieren:

Er kann und soll aufgrund seines naturgegebenen mit Unsicherheiten behafteten Prognosecharakters grundsätzlich keine „Grenze der Entwicklung“ (etwa als oberer Grenzwert), sondern vielmehr eine von mehreren Abwägungsgrundlagen zur künftigen städtebaulich begründeten Steuerung des Einzelhandels darstellen.

Auch Vorhaben, die den absatzwirtschaftlich tragfähigen Entwicklungsrahmen überschreiten, können im Einzelfall zur gewünschten Attraktivitätssteigerung des Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung in Herborn korrespondieren und wenn sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

Vorhaben, die diesen Zielen und dem vorliegenden Konzept jedoch nicht entsprechen und die sich aufgrund ihrer Dimensionierung nicht in den ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen einfügen, können die städtebaulich präferierten Zentren und Standorte durch Umverteilungseffekte im Einzelfall gefährden.

Dies impliziert, dass der hier beschriebene absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen im engen Kontext mit den räumlichen Entwicklungsvorstellungen zu sehen ist. Erst im Kontext des räumlich gefassten Entwicklungsleitbilds kann der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen zur Verfolgung stadtentwicklungspolitischer Ziele eingesetzt werden.

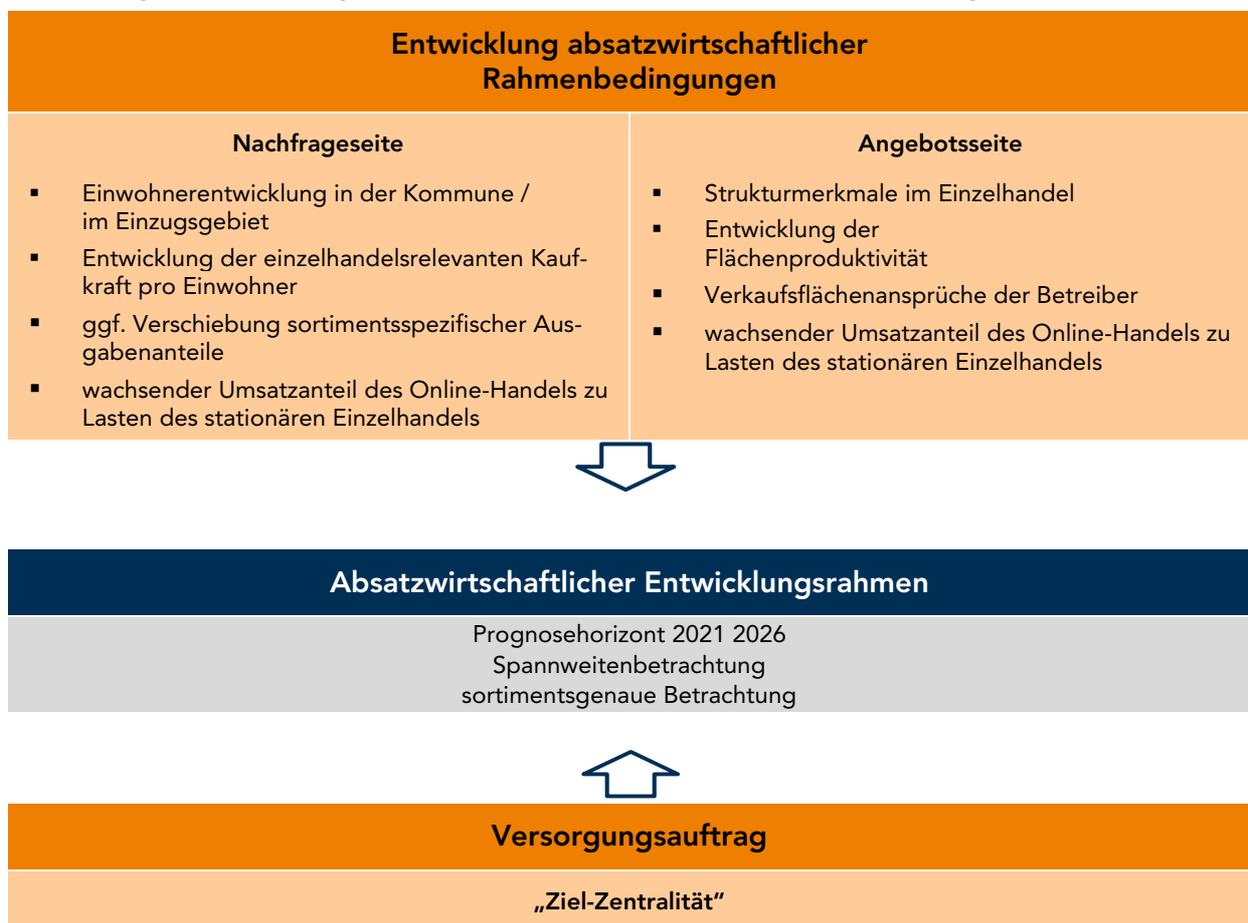
Für spezialisierte oder neuartige Anbieter sind Entwicklungsspielräume auch oberhalb der Verkaufsflächenangaben in den jeweiligen Warengruppen grundsätzlich denkbar, da sie in

der aktuellen Form der Potentialanalyse noch keine Berücksichtigung finden können. Ebenso können Betriebsverlagerungen innerhalb Herborns gesondert beurteilt werden, weil sie sich gegenüber dem Neuansiedlungspotential neutral verhalten, solange mit der Verlagerung keine Betriebserweiterung verbunden ist²⁵.

5.1.2 Methodik und Berechnung

Grundsätzlich ist anzumerken, dass für eine zuverlässige Prognose des Verkaufsflächenbedarfs die gegenwärtigen, die vergangenen Entwicklungen sowie die angebots- und nachfrageseitigen Zielgrößen einbezogen werden. Aufbauend auf der gegenwärtigen Situation von Angebot und Nachfrage in Herborn werden der Berechnung die nachfolgenden Parameter zugrunde gelegt:

Abbildung 9: Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens



Quelle: Eigene Darstellung.

²⁵ Im Sinne der absatzwirtschaftlichen Entwicklungspotentiale würde sich eine entsprechende Verlagerung neutral verhalten. Jedoch können mit Betriebsverlagerungen durchaus städtebauliche Auswirkungen auf die Zentren- und Standortstruktur der Stadt Herborn verbunden sein.

Neben der Entwicklung angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen ist der Versorgungsauftrag einer Kommune bei der Quantifizierung absatzwirtschaftlicher Entwicklungsspielräume von Bedeutung. Der anzustrebende Versorgungsgrad einer Kommune korrespondiert mit ihrer seitens der Regional- und Landesplanung angestrebten zentralörtlichen Aufgabenzuweisung. Dies ist in der Rechtsprechung und Literatur grundsätzlich anerkannt. So sollen Ober- und Mittelzentren beispielsweise zentrale Einzelhandelsfunktionen mit breit gefächerten Einzelhandelsangeboten auch für ihr zugeordnetes Einzugsgebiet wahrnehmen. Grundzentren kommt eine erweiterte Grundversorgung der örtlichen Bevölkerung zu. Dieser planerisch und rechtlich zugebilligte Versorgungsauftrag wird hier als sogenannte Ziel-Zentralität aufgegriffen.

Durch die Darstellung von zwei Zielspannweiten (Minimal- und Maximalziel) wird ein Korridor eröffnet, der ein Spektrum an möglichen Entwicklungen aufzeigt. Somit können Politik und Verwaltung sowohl fachlich abgesichert als auch mit der notwendigen Flexibilität – unter Berücksichtigung sich im Zeitverlauf verändernder, teilweise auch konkretisierender angebots- und nachfrageseitiger Rahmenbedingungen – auf zukünftige Einzelhandelsentwicklungen reagieren.

Im Folgenden werden die Eingangsgrößen für die Ermittlung des Entwicklungsrahmens einzeln erörtert.

Zukünftige Bevölkerungsentwicklung

Zur Untersuchung der künftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft in Herborn werden Daten des Landes Hessen bzw. der Hessenagentur zugrunde gelegt. Nach den Bevölkerungsprognosen sind für die Stadt Herborn bis zum Jahr 2026 Bevölkerungsabnahmen zwischen rd. 3,4 % und rd. 6,2 % zu erwarten²⁶.

Aus der künftigen Bevölkerungsentwicklung sind daher Abnahmen der künftigen einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu erwarten. Zudem wird es aufgrund des demographischen Wandels in einigen Warengruppen zu Kaufkraftverschiebungen kommen. Beispielsweise werden durch die Zunahme älterer Kohorten medizinische und orthopädische Artikel stärker nachgefragt als bislang, respektive wird von einem Nachfragerückgang z.B. im Bereich der Spielwaren auszugehen sein.

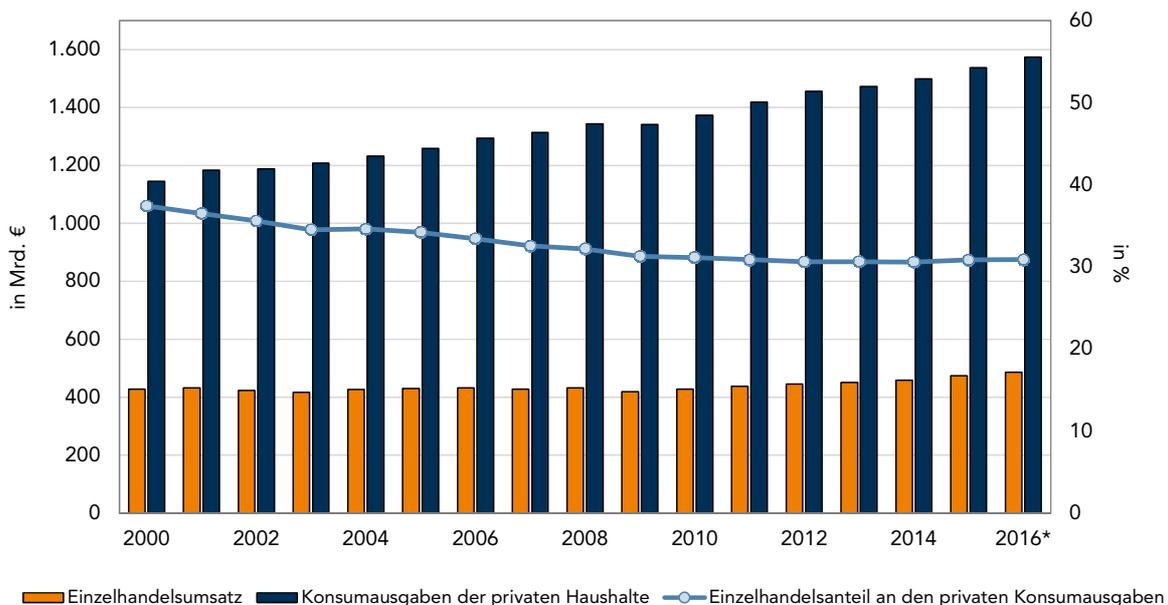
Entwicklung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft pro Einwohner

Die Konsumausgaben der privaten Haushalte in Deutschland sind in den letzten 15 Jahren um insgesamt knapp 33 % (rd. 390 Mrd. Euro) auf rd. 1.570 Mrd. Euro deutlich gestiegen. Die einzelhandelsrelevante Kaufkraft wuchs dagegen im gleichen Zeitraum nur um rd. 12 % (rd. 54 Mrd. Euro). Im der Zusammenschau wird offensichtlich, dass der Einzelhandelsanteil

²⁶ Eigene Berechnungen auf Basis: Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/Hessenagentur (2016): Bevölkerungsvorausschätzung für Hessen und seine Regionen als Grundlage der Landesentwicklungsplanung; Hessisches Statistisches Landesamt (2016) – Bevölkerung in Hessen 2060 – Bezugsjahr 2016.

an den Gesamtkonsumausgaben, welcher im Jahr 2000 noch bei rd. 37,4 % lag bis zum Jahr 2016 nach einem nahezu stetigem Rückgang nur noch rd. 30,9 % ausmacht (vgl. Abbildung 10).

Abbildung 10: Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017 nach Statistisches Bundesamt 2017; EHI 2017; *Prognose.

Darüber hinaus ist zu berücksichtigen, dass die realen einzelhandelsrelevanten Ausgaben²⁷ in der Summe seit Jahren stagnieren bzw. zurückgehen (vgl. Kapitel 4.1). Ob dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist angesichts der aktuellen unsicheren konjunkturellen Lage für den Einzelhandel und dessen einzelne Branchen nicht präzise vorherzusagen. Für die Ermittlung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens werden zum einen die aktuellen Kaufkraftwerte des Jahres 2015²⁸ sowie zum anderen als mögliche Spannweite sowohl eine moderat steigende als auch eine stagnierende zukünftig zu erwartende Kaufkraftentwicklung eingestellt.

Entwicklung der Flächenproduktivitäten

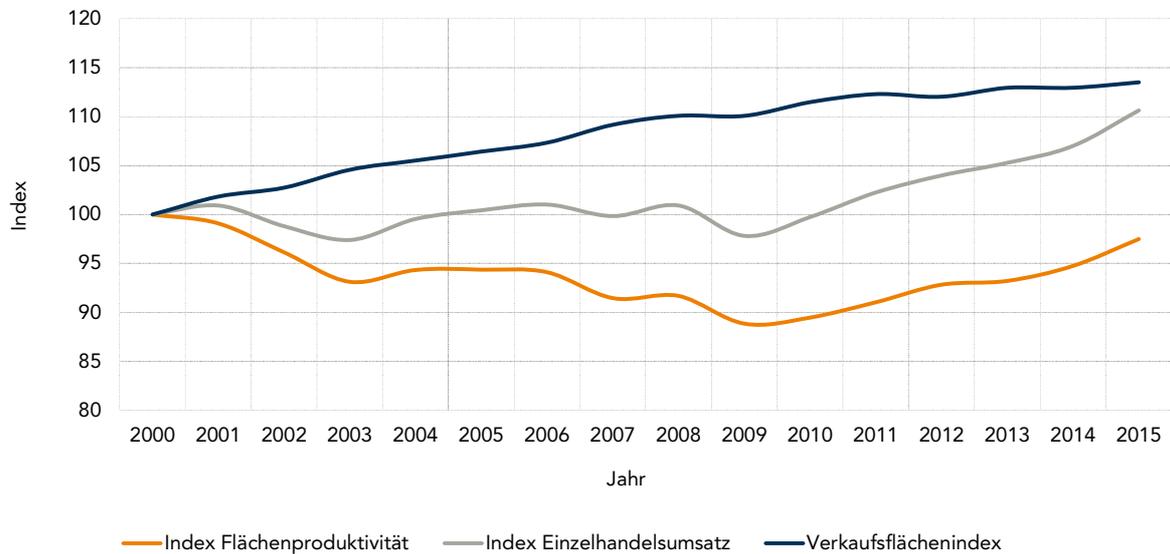
In der Zeit von 2000 bis 2015 erfolgte bundesweit ein nahezu stetiges Wachstum der Verkaufsflächen durch Erweiterung und Neuerrichtung von Einzelhandelsbetrieben.

²⁷ Grundsätzlich ist zwischen der nominalen und der realen Steigerung der einzelhandelsrelevanten Kaufkraft zu differenzieren. Da die nominale Entwicklung die inflationären Entwicklungen unberücksichtigt lässt, lassen sich aus der nominalen Entwicklung keine Rückschlüsse auf ein zusätzliches absatzwirtschaftlich tragfähiges Entwicklungspotential ziehen. Daher wird auf inflationsbereinigte Werte zurückgegriffen, die die reale Entwicklung beschreiben.

²⁸ Kaufkraftwerte des Jahres 2015 des INSTITUTS FÜR HANDELSFORSCHUNG GMBH (IfH).

Gleichzeitig stagnierte die Umsatzentwicklung bis zum Jahr 2009 nahezu, so dass folglich die Flächenproduktivität stetig abnahm.

Abbildung 11: Entwicklungsindex der Flächenproduktion von 2000 bis 2015



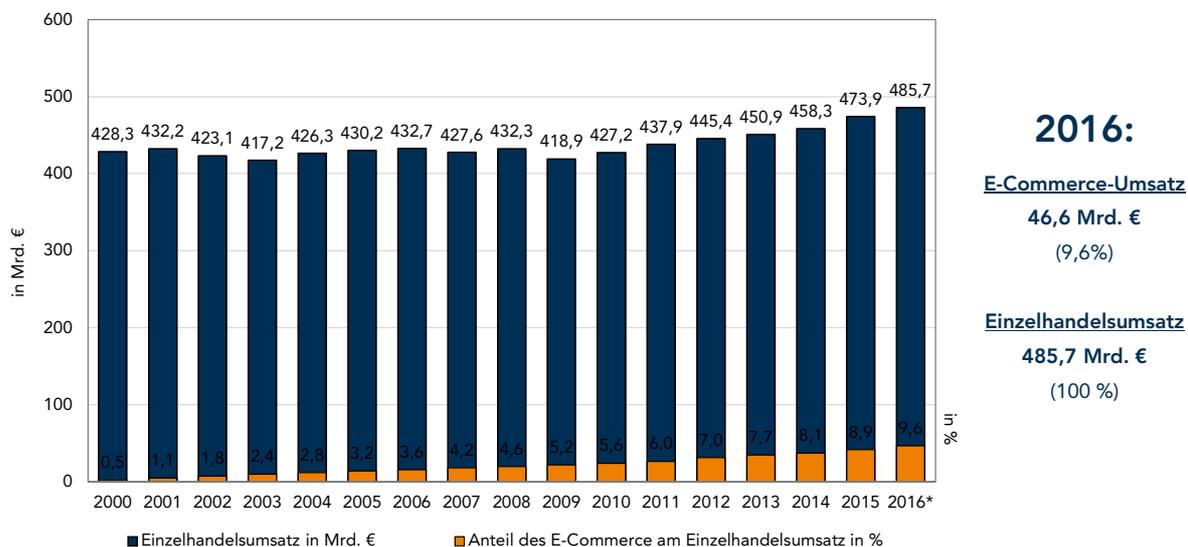
Quelle: Eigene Berechnungen nach Hahn Gruppe 2000 bis 2017

Seit dem Jahr 2009 hat sich diese Tendenz jedoch durch die dynamische und betriebstypologisch unterschiedliche Entwicklung deutlich ausdifferenziert. Bedingt durch ein gutes Konsumklima steigen die Umsätze im Einzelhandel, als Folge dessen auch die durchschnittlichen Flächenproduktivitäten seit 2009 ansteigen. Aufgrund einer zu erwartenden weiteren Intensivierung des Wettbewerbs sowie erkennbaren Marktsättigungstendenzen kann zukünftig mit einem abgeschwächten Trend bei dem Zuwachs der Raumleistungen oder sogar – zumindest teilweise – mit stagnierenden Flächenproduktivitäten gerechnet werden.

Online-Handel als Herausforderung für den Einzelhandel

Eine besondere Herausforderung für den stationären Einzelhandel allgemein stellt der Online-Handel dar, dessen Bedeutung in Deutschland im Verlauf der letzten Jahre spürbar angewachsen ist. So konnte das Onlinegeschäft in der näheren Vergangenheit stetig steigende Umsätze verzeichnen, wie die nachfolgende Abbildung verdeutlicht.

Abbildung 12: Anteil des E-Commerce am Einzelhandelsumsatz (in Mrd. Euro) in Deutschland von 2000 bis 2015 und Prognose für 2016



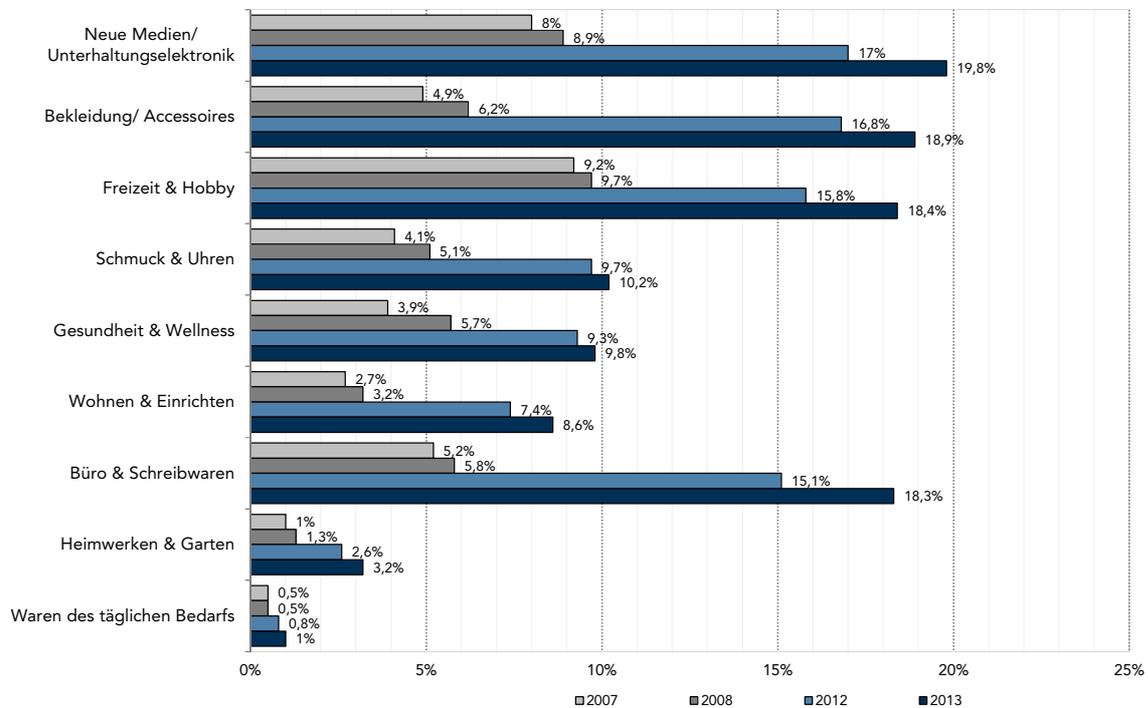
Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017 nach EHI 2017;*Prognosewerte für 2016.

Derzeit umfasst der E-Commerce insgesamt ein Volumen von rd. 46,6 Mrd. Euro (rd. 9,6 % des Gesamtumsatzes) mit stetig wachsenden Umsatzanteilen. In welcher Form dieser Trend für die nächsten Jahre fortgeschrieben werden kann, ist derzeit allerdings nicht präzise vorherzusagen. Aktuell vorliegende Prognosen gehen jedoch davon aus, dass der Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz des Einzelhandels im Jahr 2025 bei rd. 20 bis 25 % liegen wird.

Hinsichtlich der Bedeutung des E-Commerce sind zwischen den einzelnen Warengruppen große Unterschiede zu verzeichnen. So sind insbesondere in den Warengruppen Bekleidung, Schuhe und Lederwaren sowie Unterhaltungselektronik die Marktanteile des Online-Handels sprunghaft angestiegen und weisen bereits heute signifikante Marktanteile i.H.v. 19 bzw. 20 %²⁹ und mehr auf. In anderen (insbesondere kurzfristigen) Warengruppen des täglichen Bedarfs (u.A. Nahrungs- und Genussmittel) vollzieht sich die Steigerung der Online-Einkäufe hingegen auf einem deutlich niedrigerem Niveau (2013: 1,0 %).

²⁹ Anteile des Online-Handels am Gesamtumsatz der jeweiligen Warengruppe. Vgl. IfH 2014; HDE 2015

Abbildung 13: Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz einzelner Sortimentsbereiche in % in Deutschland



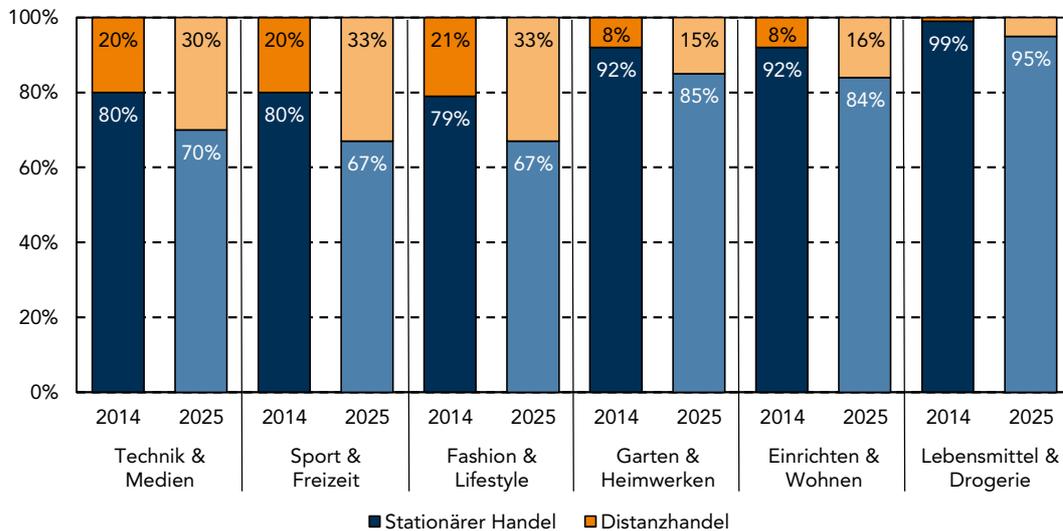
Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017 nach IfH 2013b

Werden die Umsätze des durch den Online-Handel bisher nur geringfügig betroffenen Lebensmitteleinzelhandels nicht berücksichtigt, so wird hinsichtlich der weiteren Warengruppen im Jahr 2013 eine deutlich höhere Bedeutung des E-Commerce mit einem Umsatzanteil von rd. 12,1 % ersichtlich.

Auf Basis dieser Prognosen wurden sortimentspezifische Annahmen für die Entwicklung des Online Handels bis 2026 abgeleitet und in die Modellierung des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens eingestellt.

Abbildung 14: Sortimentspezifische Entwicklung des Distanzhandels

Anteile am Einzelhandelsumsatz je Warengruppe 2014 und Prognose 2025 in %

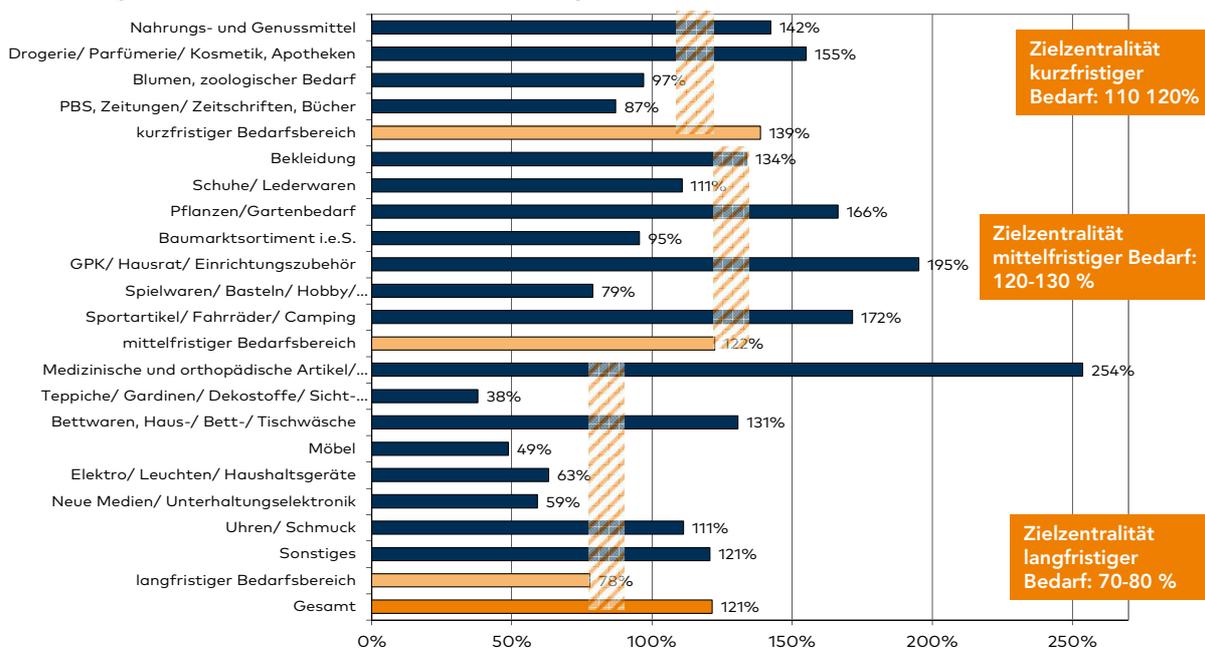


Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017 nach GfK GeoMarketing GmbH 2015

Versorgungsauftrag: Ziel-Zentralitäten

Die heutige Einzelhandelszentralität von Herborn beträgt rd. 121 % (vgl. Kap. 4). Anhand dieses Kennwerts wird ersichtlich, dass die Stadt ihrem Versorgungsauftrag als Mittelzentrum bereits heute gerecht wird.

Abbildung 15: Zentralitäten nach Sortimentsgruppen



Quelle: Eigene Annahmen auf Basis der ermittelten Zentralitätswerte.

Dennoch wird anhand der vorstehenden Zielzentralitäten ersichtlich, dass Herborn als Mittelzentrum in einigen Sortimentsbereichen den Versorgungsauftrag nicht ausreichend erfüllt.

In den Sortimentsgruppen des kurzfristigen Bedarfsbereichs erzielt die Stadt Herborn bereits heute eine Zentralität von rd. 139 %. Für alle Sortimente des kurzfristigen Bedarfs ist dauerhaft eine Ziel-Zentralität von bis zu rd. 110 - 120 % entwicklungspolitisch und gemessen am landesplanerischen Versorgungsauftrag plausibel, da diese Sortimente grundsätzlich von allen Kommunen, gemessen an der jeweils vor Ort verfügbaren einzelhandelsrelevanten Kaufkraft, vollständig zur Verfügung gestellt werden sollen. Im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel sowie Drogerie/Parfümerie/Kosmetik, Apotheken erreicht die Stadt Herborn bereits heute eine deutlich über den Wert der kurzfristigen Bedarfsgüter liegende Zentralität von rd. 142 bzw. 159%.

Für die Sortimente des mittel- und langfristigen Bedarfs werden in Herborn trotz der Wettbewerbssituation mit den Mittelzentren Haiger und Siegen sowie dem Oberzentrum Wetzlar insbesondere aufgrund der Lage Herborns im ländlich geprägten Raum sowie der Versorgungsfunktion, welche dem Mittelzentrum im Bereich der mittel- und langfristigen Bedarfsgüter für die umliegenden Grundzentren zukommt im mittelfristigen Bedarfsbereich Ziel-Zentralitäten von 120 - 130 % und im langfristigen Bedarfsbereich von 70 - 80 % angenommen.

Gleichwohl resultieren aus dieser Ziel-Zentralität nur Entwicklungsbedarfe für einige wenige Warengruppen. So sind im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgüter Verbesserungspotentiale bei den Zentralitätswerten für die Sortimentsbereiche Schuhe/Lederwaren (Potenziale zur Arrondierung), Baumarktsortiment i. e. S. (Potenziale zur Arrondierung) und Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente (Potenziale zur Arrondierung und für Neuansiedlungen) und im langfristigen Bedarfsbereich in den Sortimentsgruppen Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz (Potenziale zur Arrondierung) sowie Möbel (Potenziale zur Arrondierung und für Neuansiedlungen) und Neue Medien/Unterhaltungselektronik (Potenziale zur Arrondierung und für Neuansiedlungen) festzuhalten (vgl. auch Tabelle 8).

5.1.3 Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Herborn

Aus den oben dargestellten angebots- und nachfrageseitigen Rahmenbedingungen und den Ziel-Zentralitäten für die Stadt Herborn ergibt sich eine Prognose für den künftigen absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen. Folgende Abbildung stellt diesen differenziert nach Betriebstypen und Warengruppen dar, welche aktuell – gesamtstädtisch betrachtet – die höchsten Ansiedlungspotenziale aufweisen.

Tabelle 7: Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Herborn bis 2026

Warengruppe	Absatzwirtschaftliche Entwicklungspotenziale	
	Arrondierungsspielräume*	Potenziale für Neuansiedlungen
Nahrungs- und Genussmittel	✓	○
Blumen, zoologischer Bedarf	✓	✓
PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher	✓	○
Bekleidung	✓	○
Schuhe/Lederwaren	✓	○
Baumarktsortiment i.e.S.	✓	○
Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente	✓	✓
Teppiche/ Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz	✓	○
Möbel	✓	✓
Neue Medien/Unterhaltungselektronik	✓	✓

*Arrondierungsspielräume: z. B. Erweiterung bestehender Betriebe; Ansiedlung von Fachgeschäften.

grün: rechnerisches Potenzial nach heutiger Marktentwicklung/Einzelhandelsentwicklung realistisch

orange: rechnerisches Potenzial nach Standortspezifika von Herborn nicht realistisch

Quelle: Eigene Berechnungen auf Basis der Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016; Werte gerundet

Für Herborn bedeuten die Prognoseergebnisse des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens,

- dass Herborn die landes- bzw. regionalplanerisch zugewiesene Versorgungsfunktion weitgehend erfüllt, dennoch aber einige Warengruppen durch neue Angebote und Verkaufsflächen erweitert und verbessert werden können,
- dass in den Warengruppen ohne ein nennenswertes quantitatives Entwicklungspotential neue Angebote und Verkaufsflächen überwiegend nur durch Umsatzumverteilungen im Bestand zu realisieren sind (dies trifft bei neuartigen oder speziellen Anbietern nur bedingt zu);
- dass bei einer deutlichen Überschreitung des ermittelten Entwicklungsrahmens ein ruinöser Wettbewerb mit ggf. städtebaulich negativen Folgen und eingeschränkten Entwicklungsmöglichkeiten für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Herborn einerseits oder die flächendeckende Nahversorgungsstruktur andererseits resultiert;
- und dass angesichts des teils begrenzten Entwicklungsrahmens für viele Warengruppen der Standortfrage im stadtentwicklungspolitischen Steuerungsgeschehen ein besonderes Gewicht beigemessen werden sollte.

Generell müssen diese Ansiedlungsspielräume stets mit üblicherweise am Markt vertretenen Betriebstypen und -formen gespiegelt werden; nicht jedes rechnerische Ansiedlungspotential entspricht einem für die jeweilige Warengruppe üblichen Fachgeschäft oder Fachmarkt. Zudem legen Handelsunternehmen für ihre Markteintrittsstrategien bzw. Standortplanungen ergänzende, hier nicht zu berücksichtigende Marktfaktoren³⁰ zugrunde; diese können durchaus zu unternehmerischen Ansiedlungsplanungen führen, die vom hier ermittelten Entwicklungsrahmen ggf. abweichen.

Die Einzelhandelsentwicklung der Stadt Herborn wird insbesondere durch die regionale Wettbewerbssituation, sowie durch die bereits bestehende Einzelhandelsausstattung der Stadt bzw. den daraus resultierenden Marktsättigungstendenzen gehemmt. Darüber hinaus wird die Einzelhandelsentwicklung in Herborn auch durch allgemeine Trends, bspw. die anhaltende Fokussierung von filialisierten Einzelhandelsbetrieben auf attraktive Lagen in den Innenstädten der Oberzentren und Metropolen oder Fachmarkt- und Einkaufszentren beeinflusst.

Somit ist perspektivisch – insbesondere unter Berücksichtigung des zu erwartenden Rückgangs der dem stationären Einzelhandel zu Verfügung stehenden Kaufkraft (auch Bevölkerungsentwicklung und Onlinehandel) nicht von einem – trotz der z. T. erkennbaren rechnerischen Entwicklungspotenziale – hohen Neuansiedlungsdruck im ZVB Innenstadtzentrum Herborn auszugehen. Zu berücksichtigen ist darüber hinaus, dass bereits aktuell eine ausgeprägte Wettbewerbssituation des Innenstadtzentrums mit dem Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße besteht und die im Innenstadtzentrum vorhandenen Ladeneinheiten z. T. nicht den aktuellen Anforderungen expansiver Einzelhandelsformate/Betreiber entsprechen.

Wie vorausgehend beschrieben, können und sollen die Prognosewerte keine „Grenze der Entwicklung“ etwa als oberer oder als unterer Grenzwert darstellen, sondern vielmehr als Orientierungswert verstanden werden. Auch Vorhaben, die die absatzwirtschaftlich tragfähigen Verkaufsflächenspielräume überschreiten, können zur Verbesserung des gesamtstädtischen Einzelhandelsangebots beitragen, wenn sie mit dem räumlichen Entwicklungsleitbild sowie den Zielen und Leitsätzen der zukünftigen Einzelhandelsentwicklung der Stadt Herborn korrespondieren und sie an stadtentwicklungspolitisch gewünschten Standorten angesiedelt werden.

Beispielhaft werden im Folgenden die rechnerischen Entwicklungsrahmen für einige Warengruppen mit den zu erwartenden Entwicklungen erläutert.

Kurzfristiger Bedarfsbereich

In diesem Sortimentsbereich ist ein gewisser, wenn auch begrenzter absatzwirtschaftlich tragfähiger Entwicklungsrahmen zum Ausbau der Nahversorgung vorhanden. In den Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel sowie PBS, Zeitungen/Zeitschriften, Bücher kann

³⁰ Stellung im regionalen Wettbewerb, Positionierung gegenüber Mitbewerbern etc.

das Verkaufsflächenpotential zur Arrondierung der bestehenden Betriebe genutzt werden. Im Sortimentsbereich Blumen, zoologischer Bedarf entspricht der obere Wert des Verkaufsflächenpotentials - insbesondere im Bereich zoologischer Bedarf - der marktgängigen Verkaufsflächengröße eines kleinflächigen Tierfachmarktes und könnte die derzeitige Angebotsstrukturen ergänzen. Nähere Empfehlungen zur Verbesserung der Nahversorgungsstruktur werden in Kapitel 6.4.3 vorgestellt.

Mittelfristiger Bedarfsbereich

Das Verkaufsflächenpotential im mittelfristigen Bedarfsbereich ergibt sich im Wesentlichen durch die Warengruppen Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, Baumarktsortiment i. e. S. und Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente. Mit Ausnahme der Warengruppe Spielwaren/Basteln/Hobby/Musikinstrumente, in welcher das rechnerisch ermittelte Potenzial nach den Standortspezifika von Herborn nicht realistisch erscheint, ergibt sich in der Stadt Herborn kein nennenswertes Verkaufsflächenpotential, welches für die Ansiedlung von Fachmärkten ausreichend ist. Im Hinblick auf das Ziel der Stärkung des ZVB Innenstadtzentrum ist es empfehlenswert, die bestehenden Ansiedlungspotenziale im mittelfristigen Bedarfsbereich künftig schwerpunktmäßig zum Angebotsausbau an diesem Standort in Form von Fachgeschäften zu nutzen.

Langfristiger Bedarfsbereich

Durch das dargestellte Verkaufsflächenpotential ergeben sich insbesondere für die Warengruppen Teppiche/Gardinen/Dekostoffe/Sicht- und Sonnenschutz sowie Möbel und Neue Medien/Unterhaltungselektronik des langfristigen Bedarfsbereichs Spielräume für Neuan-siedlungen. Zu beachten ist jedoch, dass das rechnerisch ermittelte Potenzial nach den Standortspezifika von Herborn nicht realistisch erscheint (s.o.). Die genannten Flächenpotenziale sollten daher für eine Aktivierung von Leerständen bzw. zur Arrondierung des Angebots im ZVB Innenstadtzentrum genutzt werden.

5.2 Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Herborn

Als optimal ausgewogene und den Entwicklungszielen der Stadt Herborn bestmöglich entsprechende Zielperspektive sollen nach Teilräumen differenzierte Entwicklungszielstellungen verbunden mit einer klaren Prioritätensetzung, angestrebt werden:

1. Stärkung des ZVB Innenstadtzentrum Stärkung des Innenstadtzentrums in seiner Versorgungsfunktion und gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf die flächendeckende Nahversorgung vermeiden,
2. Sicherung und Stärkung der Nahversorgung: Sinnvolle Standorte sichern, stärken und ergänzen, gleichzeitig schädliche Auswirkungen auf den ZVB Innenstadtzentrum vermeiden; ortsteilspezifisch angepasste Nahversorgung in kleineren Ortsteilen entwickeln,

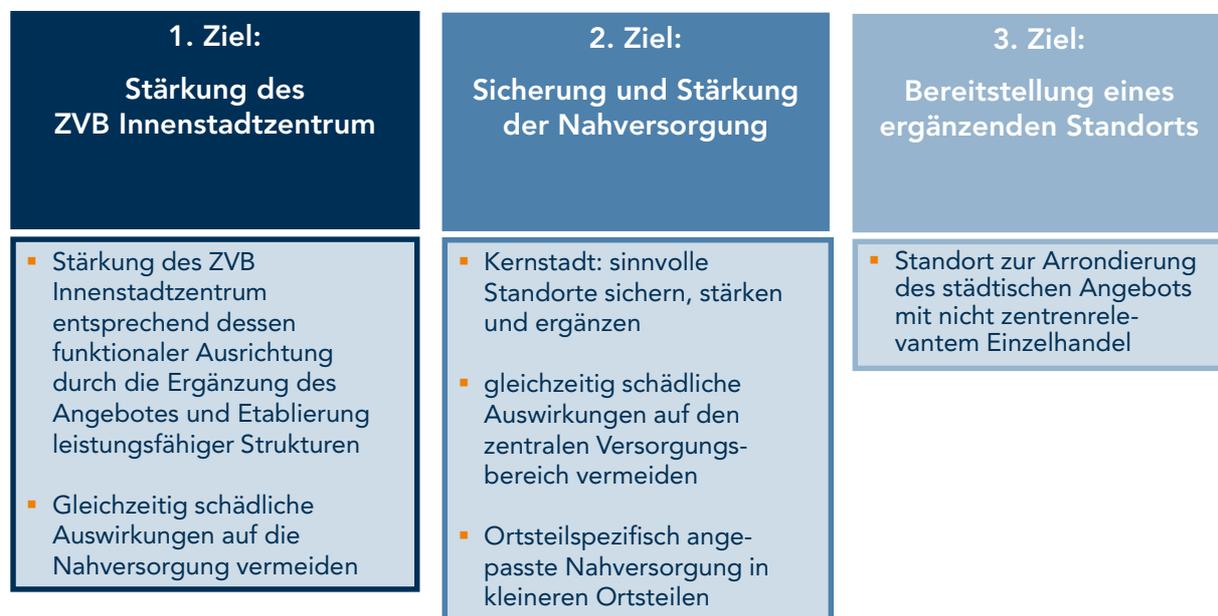
3. Bereitstellung von ergänzenden Sonderstandorten: Ergänzend und im Rahmen einer eindeutigen Regelung Standorte für den großflächigen, nicht zentrenrelevanten Einzelhandel bereitstellen, ohne hierbei die Entwicklung des zentralen Versorgungsbereichs oder der Nahversorgung zu beeinträchtigen durch restriktiven Umgang mit zentrenrelevanten Randsortimenten.

Zwischen diesen je nach Sortimentsbereich (zentrenrelevante, zentren- und nahversorgungsrelevante und nicht zentrenrelevante Sortimente) jeweils unterschiedlichen Zielen ist nachfolgend ein präzise abgestimmtes Umsetzungsinstrumentarium zu entwickeln, so dass die Verfolgung des einen Ziels nicht die Umsetzung eines anderen Ziels gefährdet.

Einerseits ist für diese Form der ausgewogenen Zielumsetzung eine genaue Definition der zentren- bzw. zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente erforderlich (vgl. Kapitel 6.4). Des Weiteren muss auch das Zentren- und Standortkonzept auf diese Entwicklungszielstellung näher eingehen und sie räumlich konkretisieren. Nicht zuletzt ist auch die Erarbeitung von auf diese Sortimentsgruppen bezogenen Ansiedlungsleitsätzen erforderlich, die in Kapitel 6.5 erfolgt.

Die nachfolgende Grafik veranschaulicht zusammenfassend die übergeordnete Entwicklungszielstellung: Im Fokus der Entwicklung steht der zentrale Versorgungsbereich, welcher gesichert und gestärkt werden soll.

Abbildung 16: Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Herborn



Quelle: Eigene Darstellung.

6 Einzelhandelsentwicklungskonzept für Herborn

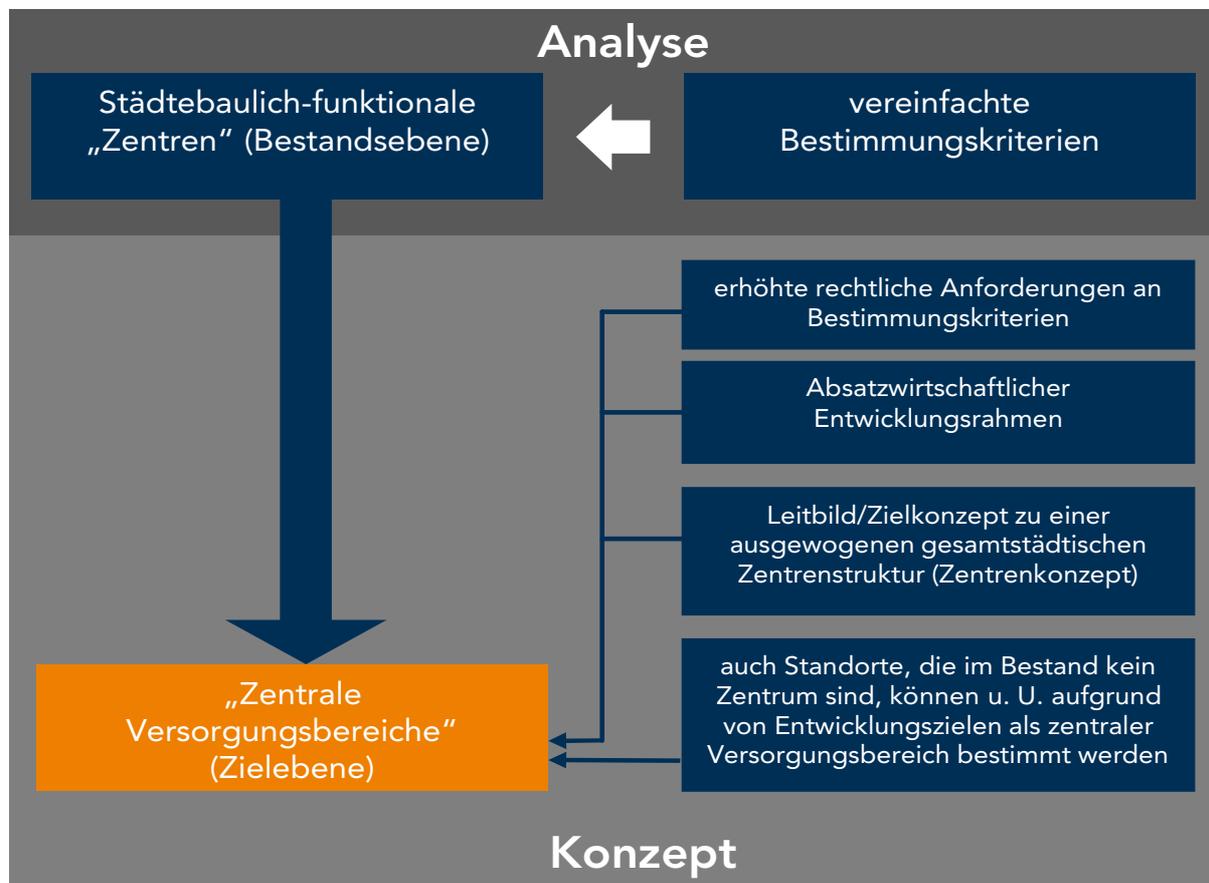
Während im vorangegangenen Kapitel die übergeordneten Leitlinien erörtert wurden, können im Folgenden konkrete konzeptionelle Umsetzungsinstrumente darauf aufbauend vorgestellt werden. Diese sind neben dem Zentren- und Standortkonzept (Kapitel 6.1 bis 6.3) die Liste zentrenrelevanter Sortimente (Sortimentsliste bzw. „Sortimentsliste Herborn“, Kapitel 6.4) auch die bei Standortanfragen anzuwendenden Ansiedlungsleitsätze (Kapitel 6.5). Das Umsetzungs- und Steuerungskonzept wird komplettiert durch planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen für Herborn (vgl. Kapitel 6.6).

6.1 Das Zentrenkonzept: Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich in Herborn

Das Zentrenkonzept definiert die empfohlene künftige gesamtstädtische Zentrenstruktur für Herborn unter Berücksichtigung der Analyseergebnisse, des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens und der übergeordneten Entwicklungszielstellungen.

Wesentlicher Bestandteil des Zentrenkonzepts ist die räumliche und funktionale Festlegung der zu empfehlenden künftigen Zentren als sog. zentrale Versorgungsbereiche. Die hierbei zugrunde zu legenden Festlegungskriterien wurden in Kapitel 2.2 detailliert vorgestellt. Die folgende Grafik veranschaulicht ergänzend, inwiefern die Festlegung zentraler Versorgungsbereiche über die vereinfachte Beschreibung der Standort-Bestandsstruktur hinausgeht.

Abbildung 17: Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren



Quelle: Eigene Darstellung.

In Herborn wird ein Zentrum als zentraler Versorgungsbereich für die Zukunft empfohlen:

- Innenstadtzentrum Herborn

Obschon mehrere weitere Standorte gewisse Funktionsbündelungen und eine aus Einzelhandelsicht zu bewertende Agglomeration erkennen lassen (bspw. der Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße), weisen sie nicht die genannten erforderlichen Merkmale für zentrale Versorgungsbereiche auf. Insbesondere ist bei diesen Agglomerationen der Grad der Nutzungsmischung, die städtebaulich integrierte Lage, die städtebauliche Dichte und die damit verbundene Vitalität auch hinsichtlich ergänzender Zentrenfunktionen (Dienstleistungen, Gastronomie, öffentliche Einrichtungen usw.) nicht ausreichend ausgeprägt. Von dieser Bewertung unberührt bleibt die Tatsache, dass diese Standorte durchaus gewisse Versorgungsfunktionen insbesondere im Bereich der kurzfristigen Bedarfsgüter übernehmen können und sollten.

6.1.1 Funktion des ZVB Innenstadtzentrum Herborn

Das Herborner Innenstadtzentrum übernimmt gemäß seiner historischen Bedeutung als Zentrum der Stadt Herborn wichtige Versorgungsfunktionen für das gesamte Stadtgebiet.

Als städtebauliches Zentrum der regionalplanerisch bzw. landesplanerisch als Mittelzentrum ausgewiesenen Kommune Herborn soll der ZVB Innenstadtzentrum auch künftig einen Angebotsschwerpunkt im Bereich der kurzfristig sowie mittelfristig nachgefragten Bedarfsgüter verschiedener Qualitätsstufen darstellen und ergänzende langfristig nachgefragte Bedarfsgüter bereithalten.

Als Leitfunktion sichert der Einzelhandel den übrigen Zentrenfunktionen ein hohes Besucheraufkommen und trägt somit erheblich zu einer vitalen kulturellen, handwerks- und dienstleistungsbezogenen sowie gastronomischen Nutzungsvielfalt bei. Weitere Merkmale multifunktionaler Innenstadtzentren sind die Wohnfunktion, die angemessene Verkehrsinfrastruktur sowie nicht zuletzt öffentliche Einrichtungen und Freizeitangebote. Als vitaler und vielfältiger Mittelpunkt der Stadt soll das Herborner Innenstadtzentrum somit nicht nur Motor für die Versorgungsfunktion sein, sondern auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt Herborn, insbesondere des Kernstadtbereichs, fördern.

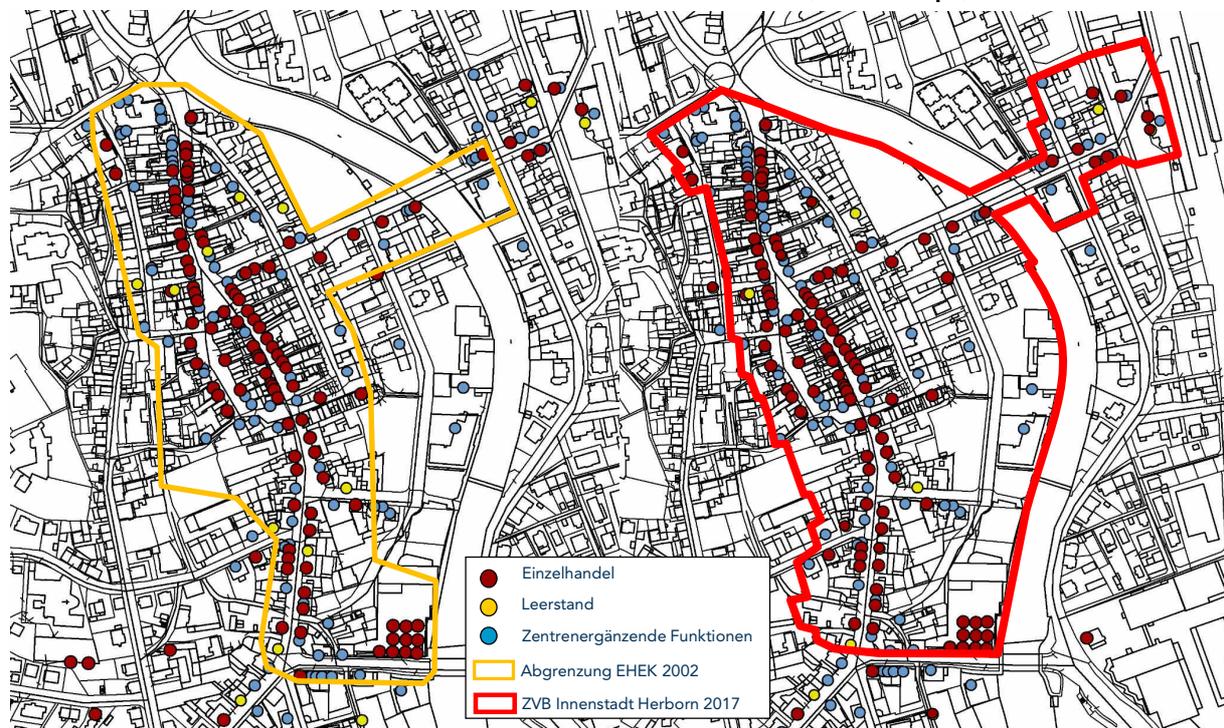
6.1.2 Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs

Für die Bauleitplanung ist eine genaue räumliche Festlegung des Innenstadtzentrums Ortszentrums als zentraler Versorgungsbereich erforderlich.

Die im Einzelhandelsentwicklungskonzept 2002 vorgenommene Abgrenzung des Innenstadtzentrums entspricht nicht den aktuellen Anforderungen an eine parzellenscharfe Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs. Zudem sind seit dem Jahr 2002 vielfältige Veränderungen des Einzelhandelsbestands erfolgt, welche eine Anpassung des Zentrenumrisses erfordern. Die bestehende (2002) und zukünftige Abgrenzung (2016) des ZVB Innenstadtzentrum Herborn ist den nachfolgenden Abbildungen zu entnehmen.

Der zentrale Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Herborn umfasst insbesondere die Hauptlagen des Einzelhandels. Die Festlegungsempfehlung berücksichtigt somit diejenigen Bereiche mit der größten Einzelhandelsdichte und Nutzungsvielfalt, insbesondere also die Hauptlage mit ihren relevanten Kundenläufen und mit ihren Magnetbetrieben sowie wesentliche für die Gesamtfunktionalität des Zentrums wichtige zentrenergänzende Funktionen.

Abbildung 18: Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs ZVB Innenstadtzentrum Herborn nach dem EHEK 2002 und aktuell (Zielkonzept)



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016; Leerstände aktualisiert 06/2017; EHEK Herborn 2002; Kartengrundlage: Stadt Herborn.

Es ergibt sich im Einzelnen die folgende, anhand der vorgestellten Kriterien begründete, Abbildung 18 zu entnehmende Abgrenzung des zentralen Versorgungsbereichs:

Überwiegend von Wohnbebauung umschlossen, umfasst der zentrale Versorgungsbereich die zentrale, von Norden nach Süden verlaufende Hauptstraße und den im Zentrum gelegenen Marktplatz sowie die parallel zu dieser verlaufenden Straßen Am Dillturm, Turmstraße, Am Hintersand und die westlich der Hauptstraße gelegene Mühlgasse und den Kornmarkt. Mit einbezogen werden zudem die östlich der Straßen Am Dillturm und Am Hintersand liegenden Gebiete bis zur Dill sowie die entlang der Bahnhofstraße angesiedelten Einzelhandelsbetriebe und zentrenergänzenden Funktionen sowie der Herborner Bahnhof als wichtiger ÖPNV-Haltepunkt und Frequenzbringer der Herborner Innenstadt. Im Norden wird der ZVB durch die Nassaustraße, im Süden durch die B 255 begrenzt.

Außerhalb dieser Begrenzung ist nur noch ein stark perforierter Einzelhandelsbesatz bzw. ein stark ausgedünnter Besatz an zentrenergänzenden Funktionen festzustellen, der keinen städtebaulich-funktionalen Zusammenhang mit dem abgegrenzten Zentralen Versorgungsbereich aufweist. Darüber hinausgehende Bereiche sind überwiegend durch Wohnbebauung geprägt.

6.1.3 Standortmerkmale und Nutzungsstrukturen

Das Herborner Innenstadtzentrum liegt in der Kernstadt im Zentrum des Herborner Stadtgebiets. Es umfasst, wie bereits dargestellt, den historischen Ortskern der Stadt Herborn und erstreckt sich überwiegend entlang der Hauptstraße und des Marktplatzes, welche durch einen dichten Besatz an Einzelhandel und ergänzenden Funktionen geprägt sind.

Besonderes Merkmal des Herborner Innenstadtzentrums ist der nahezu geschlossene historische Fachwerkbesatz, mit welchem die Stadt Herborn zu den besterhaltenen historischen Fachwerkstädten Deutschlands gehört.

Die Fachwerkhäuser der Herborner Innenstadt, weisen in der Regel im Erdgeschoss einzelhandels- oder gewerbliche Nutzungen bzw. Gastronomie oder andere zentrenergänzende Funktionen und in den Obergeschossen Wohnnutzungen auf. Eine Besonderheit der Fachwerkhäuser in Herborn ist die Weihnachtsbeleuchtung in Form von Lichterketten entlang der Giebel. Weite Bereiche der Herborner Innenstadt sind durch das für Altstädte typische Kopfsteinpflaster geprägt.

Abbildung 19: Das Herborner Innenstadtzentrum



Quelle: Aufnahme Stadt + 2016

Das Herborner Innenstadtzentrum ist für den motorisierten Individualverkehr gut zu erreichen. Durch den Autobahnanschluss an die A 45 (Herborn-Süd und Herborn-West) bzw. die innerhalb des Stadtgebiets verlaufende, das Innenstadtzentrum tangierende Bundesstraße 255 sowie die östlich des ZVB verlaufende B 277 besteht eine Anbindung an das überregionale Fernverkehrsnetz. Zudem wird durch die Bundesstraßen eine gute Anbindung des Innenstadtzentrums an die weiteren Stadtteile Herborns und das Umland gewährleistet. Durch den im Osten des ZVB gelegenen Bahnhof besteht darüber hinaus über mehrere Buslinien sowie RB- und RE-Züge eine sehr gute ÖPNV-Anbindung. Innerhalb des Zentrums sind die Voraussetzungen für eine fußläufige Erschließung durch Straßen und Wege als gut zu bewerten.

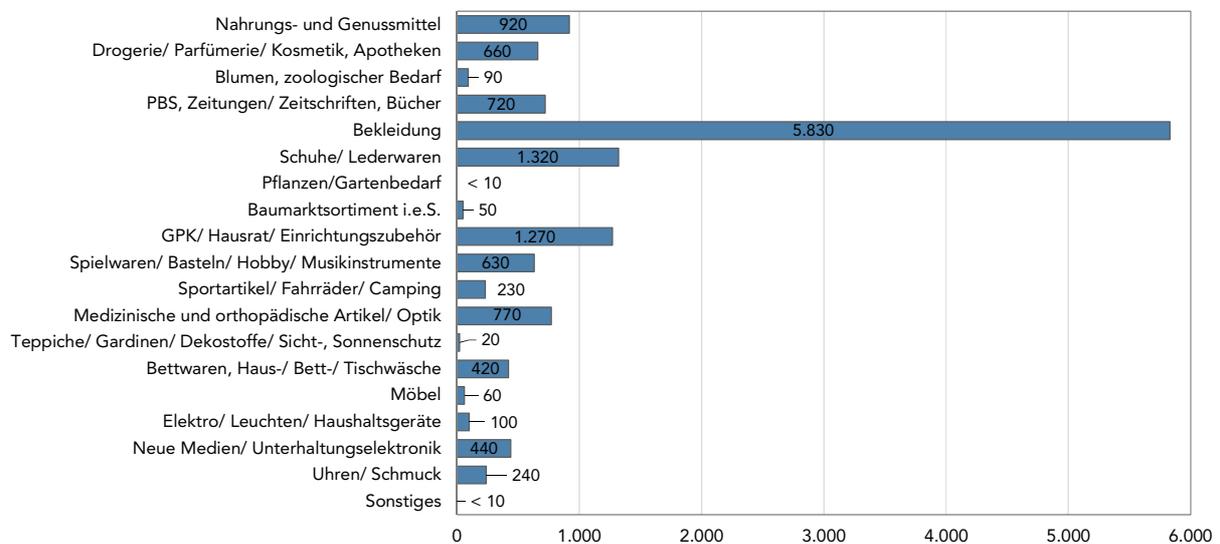
Im ZVB Innenstadtzentrum Herborn befinden sich 102 Einzelhandelsbetriebe (rd. 58 % aller Einzelhandelsbetriebe), welche im Jahr 2016 über eine Verkaufsfläche von rd. 13.780 m² (rd. 26 % der gesamtstädtischen Verkaufsfläche) verfügen. Der Einzelhandelsbesatz ist räumlich über das Innenstadtzentrum verteilt, wobei Konzentrationen in der Hauptstraße,

am Marktplatz, am Kornmarkt, in der Bahnhofstraße und im Dill-Center festzustellen sind. Der Einzelhandelsbesatz ist, bedingt durch die historische Baustruktur, überwiegend durch kleine Fachgeschäfte geprägt. In dem im Süden des ZVB gelegenen Dill-Center befinden sich mit Book & Papers, Eitzenhöfer, EP – Radio Weller, Idee + Spiel, Rossmann, Sport Seisler, Tedi größere Einzelhandelsbetriebe. Das Dill-Center fungiert als wichtiger Magnetbetrieb für den zentralen Versorgungsbereich. Weitere Magnetbetriebe, insbesondere ein strukturprägender Lebensmittelbetrieb fehlen im Innenstadtzentrum. Bedingt durch die weitgehend geschlossenen historischen Baustrukturen sind im Innenstadtzentrum aktuell keine geeigneten Flächen für die Etablierung eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters vorhanden. Die Nahversorgung im Herborner Innenstadtzentrum wird dennoch durch die Fachgeschäfte des Lebensmittelhandwerks (u.a. Bäcker, Metzger) sowie durch den rd. 150 m westlich des Innenstadtzentrums gelegenen türkischen Supermarkt Harman Yeri und durch den rd. 200 m nördlich des ZVB befindlichen Norma-Lebensmitteldiscounter gewährleistet.

Ergänzt wird das Einzelhandelsangebot durch 78 zentrenergänzende Funktionen (u.a. Dienstleistungs- und Gastronomiebetriebe), welche die Gesamtfunktionalität des zentralen Versorgungsbereichs deutlich fördern. Besondere Bedeutung kommt den einzelhandelsnahen Dienstleistungen wie Friseuren, Banken, Reisebüros, Reinigungen, Schneidereien zu. Es besteht prinzipiell eine wichtige Kopplungsbeziehung zwischen der Tätigkeit eines Einkaufs und dem Aufsuchen dieser Dienstleistungs- und Gastronomieangebote. Die zentrenergänzenden Funktionen sind räumlich über das Innenstadtzentrum verteilt, wobei, wie auch im Bereich des Einzelhandelsbesatzes, Konzentrationen in der Hauptstraße, am Marktplatz, am Kornmarkt und in der Bahnhofstraße bestehen.

Mit einem Verkaufsflächenanteil von 68 % liegt ein deutlicher Angebotsschwerpunkt des ZVB Innenstadtzentrum Herborn im Bereich der mittelfristigen Bedarfsgüter und hier insbesondere im Bereich der typischen zentrenrelevanten Sortimente Bekleidung sowie Schuhe/Lederwaren (rd. 52 % der innerstädtischen Verkaufsflächen, vgl. nachstehende Abbildung).

Abbildung 20: ZVB Innenstadtzentrum Herborn – Verkaufsflächen nach Warengruppen



Quelle: Eigene Darstellung nach Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016.

Die weitgehend geschlossenen Strukturen der innerstädtischen Einzelhandelslagen bieten keine größeren unbebauten Areale (Baulücken), die zur Etablierung von Einzelhandelsstrukturen geeignet sind. Potenzialflächen sind im Innenstadtzentrum somit nur in Form von leerstehenden oder mindergenutzten Ladenlokalen verfügbar. Zum Zeitpunkt der aktualisierten Bestandsaufnahme (06/2017) standen im ZVB Innenstadtzentrum Herborn insgesamt 5 Ladenlokale leer. Bei den Leerständen handelt es sich zum größten Teil um kleinere Ladenlokale. Bezogen auf das Innenstadtzentrum ergibt sich insgesamt eine Leerstandsquote von rd. 5 % an allen verfügbaren Ladenlokalen. Dies stellt einen deutlich unterdurchschnittlichen Wert für ein Innenstadtzentrum eines Mittelzentrums dar. Die Leerstände weisen eine räumlich verstreute Lage über das gesamte Innenstadtzentrum auf und fallen aus Kundensicht somit weniger ins Auge. Eine Leerstandsproblematik wird, insbesondere anhand der geringen Zahl der Leerstände nicht erkennbar. Dennoch sollte den Ladenleerständen im Hinblick auf die zu erwartende weitere Verschärfung der Konkurrenzsituation im Einzelhandel (auch durch den Onlinehandel) mittels baldigen Nachnutzungen oder Zwischennutzungen entgegengewirkt werden. Entsprechende Maßnahmen werden aktuell im Rahmen des bereits laufenden Kernbereichsmanagements erarbeitet.

Bedingt durch die geringen Verkaufsflächendimensionen der Leerstände, die größtenteils unter 50-100 m² liegen bzw. die baulichen Strukturen der Leerstände (keine optimalen Flächenzuschnitte, baulicher Zustand), kommen als Nachnutzung nur Einzelhandelsortimente mit geringem Flächenbedarf, oder andere Kleinflächenkonzepte auch abseits des Einzelhandels (bspw. Gastronomie oder andere zentrenergänzende Funktionen) in Frage. Zu berücksichtigen ist des Weiteren, dass eine Nachnutzung der bestehenden Leerstände aufgrund der angebots- und nachfrageseitigen Entwicklungen im Einzelhandel (vgl. Kapitel 4.1) bzw. der damit einhergehenden sinkenden Nachfrage nach Einzelhandelsflächen und

einer zunehmenden Fokussierung insbesondere der filialisierten Anbieter auf attraktive Standorte in den Hauptlagen der Oberzentren und Metropolen erschwert wird.

6.1.4 Bewertungen der Herborner Innenstadt aus Sicht der Kunden und Besucher

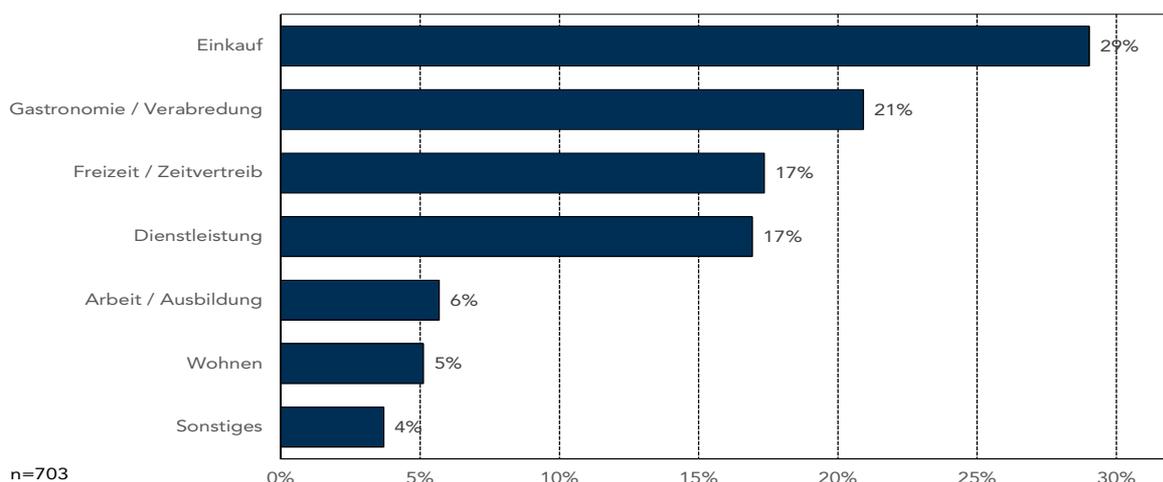
In der telefonischen Haushaltsbefragung und in der Passantenbefragung wurden neben den Kaufkraftströmen ergänzend Aspekte qualitativer Art insbesondere zur Herborner Innenstadt abgefragt. Diese qualitativen Einschätzungen der befragten Haushalte und Passanten runden die quantitativen Analysen u. a. hinsichtlich Besuchsgrund der Herborner Innenstadt, Einkaufshäufigkeit, vermisster Sortimente und der Zufriedenheit mit dem Einkaufsstandort Herborn ab.

Da die durch die Haushaltsbefragungen ermittelten Ergebnisse in großen Teilen durch die Ergebnisse der Passantenbefragung inhaltlich bestätigt werden, werden bei den nachfolgenden Ausführungen entweder nur die Ergebnisse der Haushaltsbefragung oder die Ergebnisse der Passantenbefragung dargestellt. Bei inhaltlichen Ergebnisabweichungen zwischen den Befragungen wird auf diese hingewiesen.

Besuchsgrund der Herborner Innenstadt

Die im Herborner Stadtgebiet befragten Haushalte suchen die Herborner Innenstadt vorrangig zum Einkauf auf (vgl. nachstehende Abbildung). Darüber hinaus spielen die in der Innenstadt befindlichen zentrenergänzenden Funktionen, insbesondere das Gastronomie- und Dienstleistungsangebot sowie Freizeitaktivitäten eine große Rolle.

Abbildung 21: Haushaltsbefragung - Besuchsgrund der Herborner Innenstadt



Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 11/ 2016.

Zur weiteren Konkretisierung des Besuchsgrundes wurden die befragten Haushalte und Passanten darum gebeten, die üblicherweise in der Herborner Innenstadt aufgesuchten und somit die für den Besuch ausschlaggebenden Betriebe zu nennen. Die nachstehende Tabelle zeigt diesbezüglich, dass das Dillcenter mit rd. 25 % der Antworten und im Dillcen-

ter Eitzenhöfer (17 % der Nennungen) den wichtigsten Magnetbetrieb der Herborner Innenstadt darstellt. Am zweithäufigsten werden unter den Einzelhandelsbetrieben verschiedene Bekleidungs-, Schuhgeschäfte als Besuchsgrund genannt. Diese Ergebnisse bestätigen die Bedeutung der Herborner Innenstadt als Einzelhandelschwerpunkt in den typischen innenstadtrelevanten Sortimenten Bekleidung und Schuhe, welche bereits in der Sortimentszusammensetzung der Verkaufsflächen des Innenstadtzentrums (Verkaufsflächenschwerpunkte in diesen Sortimentsbereichen (vgl. Kapitel 4.3)) ersichtlich wurde.

Tabelle 8: Passantenbefragung – Üblicherweise aufgesuchte Betriebe

Betrieb	%	Anzahl
Einzelhandel		
Dillcenter (Deichmann, Eitzenhöfer, Kiosk, Rossmann, Tedi etc.)	25%	63
darunter Eitzenhöfer	17%	44
darunter Rossmann	5%	14
Bekleidungsgeschäfte, Schuhgeschäfte (u.a. ABC Schuhe, Adams, Brückel, Ernsting's Family, Haus der Dame, Lindenberg, NKD, Schuhhaus Nickel, Witt Weiden, Wünsch dir was)	12%	31
Bäcker/Metzger	8%	21
Optiker	5%	12
Weitere Nennungen (u.a. Buchhandlung, Parfümerie Reformhaus etc.)	15%	39
Zentrenergänzende Funktionen		
Markt	9%	24
Gastronomie	9%	23
Dienstleistungen/Gesundheitseinrichtungen/kulturelle, schulische und kirchliche Einrichtungen/Verwaltung etc. (u.a. Ärzte, Bank, Friseur, Post, Rathaus, Reinigung etc.)	17%	44
Gesamt		257

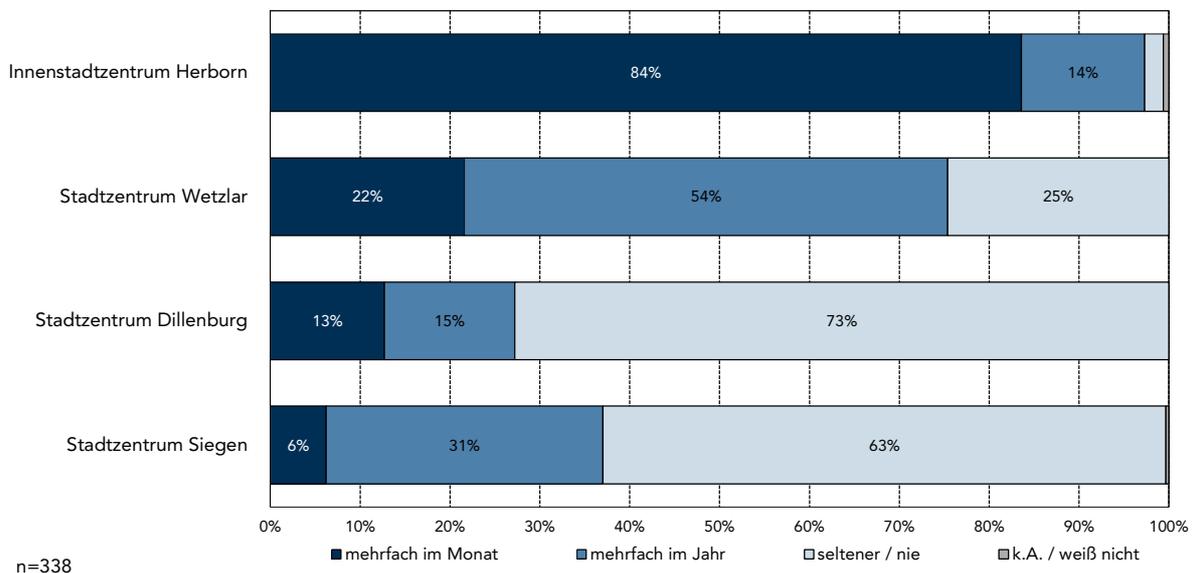
Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 11/ 2016; n=257.

Darüber hinaus sind verschiedene zentrenergänzende Funktionen ein wichtiger Besuchsgrund der Kunden und Besucher des Herborner Innenstadtzentrums.

Einkaufshäufigkeit

Neben dem Besuchsgrund der Herborner Innenstadt wurden die befragten Haushalte zudem darum gebeten die Einkaufshäufigkeit in der Herborner Innenstadt sowie die Einkaufshäufigkeit in den Innenstädten der nächstgelegenen Ober- und Mittelzentren Wetzlar, Dillenburg und Siegen anzugeben.

Abbildung 22: Passantenbefragung - Einkaufshäufigkeit



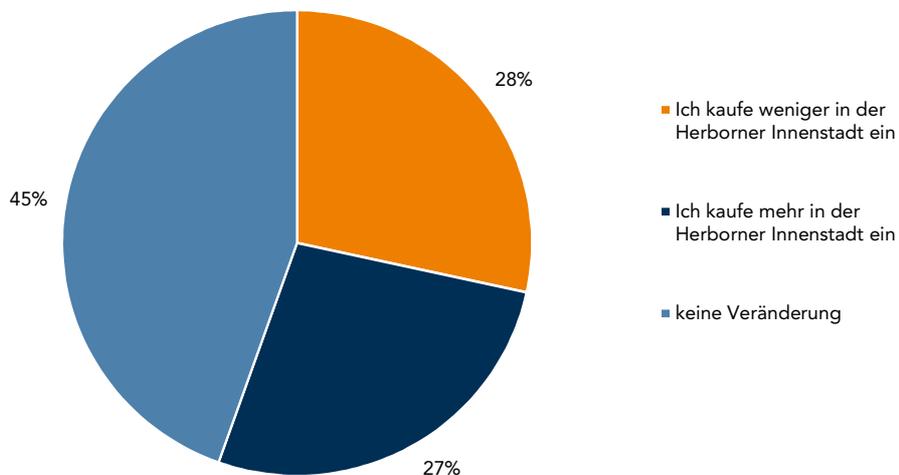
Quelle: Passantenbefragung Stadt + Handel 11/ 2016.

Hinsichtlich der Einkaufshäufigkeit wird ersichtlich, dass das Herborner Innenstadtzentrum von 84 % der befragten Passanten mehrfach im Monat und somit deutlich häufiger regelmäßig aufgesucht wird, als die Innenstädte Wetzlars, Dillenburgs und Siegens.

Angaben zur Veränderung der Einkaufshäufigkeit in den letzten Jahren geben Hinweise auf die Kundenzufriedenheit mit der Herborner Innenstadt. Bei Betrachtung von Abbildung 23 fällt auf, dass sich die Besuchshäufigkeit des Herborner Innenstadtzentrums in den letzten 5 – 10 Jahren aus Kundensicht (Haushalts- und Passantenbefragung zusammengefasst) insgesamt nahezu nicht verändert hat. Der Anteil der Kunden, die die Innenstadt weniger zum Einkauf aufsuchen wird nahezu von dem Anteil der Kunden, die häufiger in der Innenstadt einkaufen gehen kompensiert.

Insbesondere im Hinblick auf die steigende Bedeutung des Onlinehandels sowie die im letzten Jahrzehnt erfolgte Weiterentwicklung suburbaner Konkurrenzstandorte ist eine stagnierende Einkaufshäufigkeit positiv zu werten.

Abbildung 23: Passanten- und Haushaltsbefragung – Veränderung der Einkaufshäufigkeit

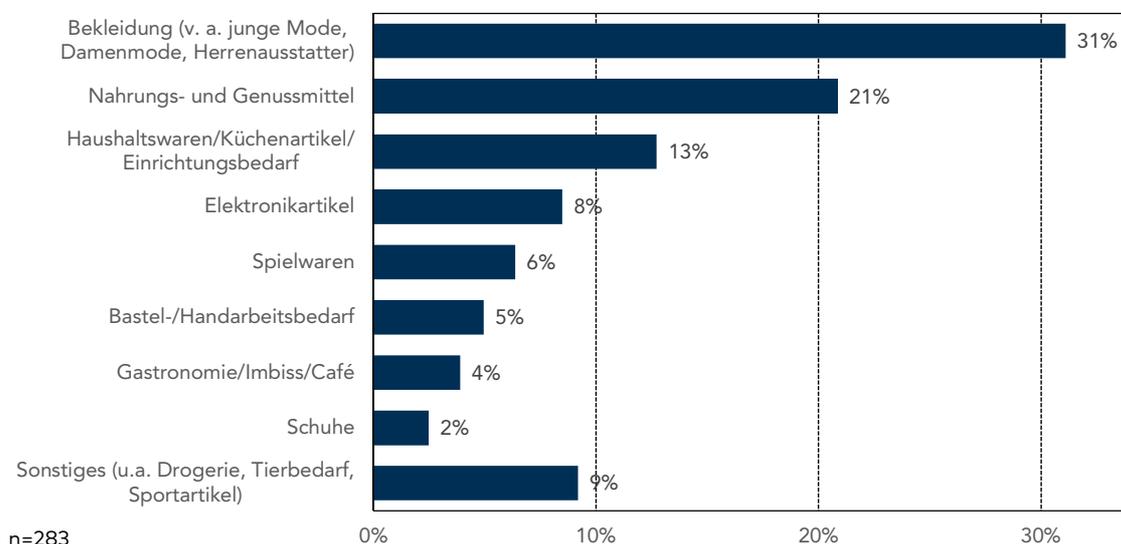


n=581

Quelle: Passanten- und Haushaltsbefragung Stadt + Handel 11/ 2016.

Welche Angebote im Detail im Herborner Innenstadtzentrum vermisst werden, veranschaulicht die nachstehende Abbildung.

Abbildung 24: Passanten- und Haushaltsbefragung – Vermisste Artikel in der Herborner Innenstadt



n=283

Quelle: Passanten- und Haushaltsbefragung Stadt + Handel 11/ 2016.

Zu den vermissten Artikeln der befragten Haushalte zählen in erster Linie die Sortimentsgruppen Bekleidung und Nahrungs- und Genussmittel, die von 31 bzw. 21 % der befragten Haushalte und Passanten, genannt wird. Mit Abstand folgen der Wunsch nach den Warengruppen Haushaltswaren/Küchenartikel/Einrichtungsbedarf, Elektronikartikel, Spielwaren, Bastel-/Handarbeitsbedarf und Schuhe.

Bei einer näheren Bewertung der vermissten Artikel oder Angebote ist zu berücksichtigen, dass in den Nennungen weitere Kundenanforderungen enthalten sind, die aber durch diese Abfrage nicht offen gelegt werden können (z. B. bestimmte Teilsortimente innerhalb der als vermisst genannten Sortimente, ein bestimmter Zielgruppenbezug wie etwa Junge Mode/ Mode für Senioren, sowie bestimmte Ansprüche an Warenqualität, Bedienung, Service und Shopperlebnis). Aus den Nennungen zu vermissten Angeboten ergeben sich daher nicht unmittelbar Hinweise auf marktgerechte Ansiedlungspotenziale (solche Ansiedlungspotenziale werden erst in Kapitel 5.1.3 näher untersucht). Die Aussagen zu vermissten Angeboten stellen somit einen ersten Hinweis auf eine Standort(un-)zufriedenheit sowie auf Handlungspotenziale dar, die im Weiteren näher überprüft werden müssen.

Die Bedeutung der meistgenannten Warengruppe Bekleidung ist zudem zu relativieren, da von Kunden erfahrungsgemäß immer ein größeres Angebot in dieser Warengruppe gewünscht wird. Ersichtlich werden jedoch Hinweise auf ein aus Kundensicht zu geringes Angebot im Bereich der jungen Mode sowie im Bereich Herren- und Damenausstatter.

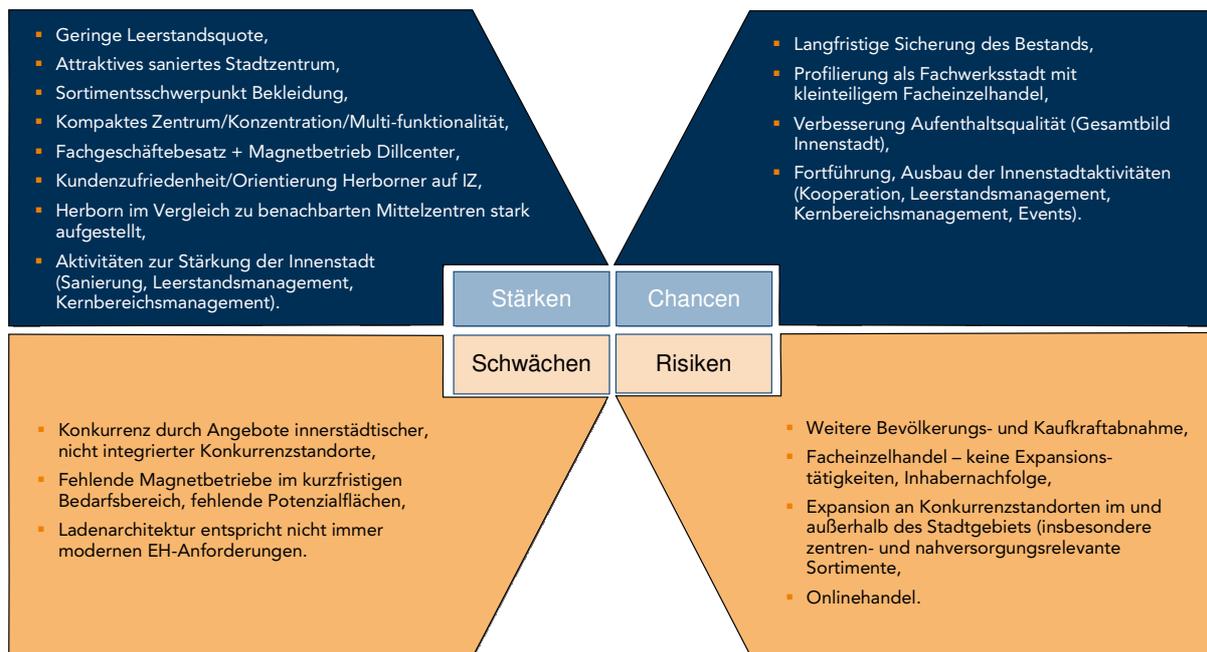
6.1.5 Entwicklungsziele und Empfehlungen für den zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum

Die Innenstadt ist der einzige zentrale Versorgungsbereich von Herborn und übernimmt aufgrund des im mittelfristigen Bedarfsbereich vorhandenen Sortimentsschwerpunkts Versorgungsaufgaben für das gesamte Stadtgebiet sowie teilweise für die umgebenden Grundzentren. Als städtebauliches und funktionales Zentrum soll die Innenstadt (wie bisher) auch zukünftig Angebotsschwerpunkte des mittel- und auch kurzfristigen Bedarfs in verschiedenen Qualitäten sowie ergänzend langfristige Bedarfsgüter bereithalten. Mit seiner Leitfunktion bildet der Einzelhandel eine maßgebliche Basis für ein vergleichsweise hohes Besucheraufkommen im Zentralen Versorgungsbereich, von dem auch die weiteren dort ansässigen zentrenergänzenden Funktionen profitieren. Damit leistet er einen erheblichen Beitrag zu einer vitalen, kulturellen, dienstleistungsbezogenen und gastronomischen Nutzungsvielfalt, die wesentliche Voraussetzung für die Etablierung eines funktionierenden urbanen und lebendigen Innenstadtzentrums ist. Im Ergebnis ist daher darauf hinzuwirken, dass das Innenstadtzentrum nicht nur mit Blick auf seine zentrale Versorgungsfunktion betrachtet wird, sondern als Motor auch die gesamtökonomische, soziale und kulturelle Entwicklung der Stadt befördern sollte.

Stärken, Schwächen, Chancen, Risiken - Entwicklungszielstellungen

Aus Sicht der Einzelhandelsanalyse und der Bewertung der dargestellten Ausstattungskriterien lassen sich für das Innenstadtzentrum folgende Stärken und Schwächen feststellen, mit welchen Chancen, aber auch Risiken für die zukünftige Entwicklung einhergehen. Die nachfolgend dargestellten Chancen sind gleichzeitig als Entwicklungszielstellungen für das Herborner Innenstadtzentrum zu verstehen.

Abbildung 25: SWOT-Analyse des Herborner Innenstadtzentrums



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017.

Die Angebots- und Bestandsanalyse der Innenstadt hat insgesamt eine vergleichsweise stabile Situation aufgezeigt.

Positiv bzw. als Stärke des Innenstadtzentrums ist insbesondere:

- die im Vergleich zu benachbarten Mittelzentren starke Aufstellung des Herborner Einzelhandels, von welcher auch das Innenstadtzentrum profitiert,
- die kompakte Struktur des Innenstadtzentrums mit kurzen Wegen,
- der fortgeschrittene Sanierungsstand bzw. die aus dieser resultierende hohe städtebauliche Attraktivität,
- die hohe Konzentration an Einzelhandelsbetrieben und zentrenergänzenden Funktionen (Multifunktionalität),
- der Verkaufsflächenschwerpunkt in den typischen zentrenrelevanten Sortimenten Bekleidung und Schuhe/Lederwaren,
- die Angebotsvielfalt durch die Fachgeschäfte und den Magnetbetrieb Dillcenter,
- die geringe, im Vergleich unterdurchschnittliche Leerstandsquote,
- die hohe Kundenzufriedenheit bzw. die Orientierung der Herborner auf das Innenstadtzentrum sowie
- die vielfältigen Aktivitäten zur Stärkung des Innenstadtzentrums (Sanierung, Leerstandsmanagement, Kernbereichsmanagement)

zu bewerten.

Negativ bzw. als Schwäche des Innenstadtzentrums ist dagegen:

- das ausgeprägte Wettbewerbsumfeld des Herborner Innenstadtzentrums v. a. durch die Angebote des nicht integrierten Standortbereichs Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße sowie der weiteren nicht integrierten großflächigen Lebensmittelmärkte,
- das Fehlen von Magnetbetrieben im kurzfristigen Bedarfsbereich, insbesondere eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters sowie mangelnde Potenzialflächen zur Ansiedlung eines entsprechenden Betriebs,
- die durch den historischen Gebäudebestand bedingte Ladenarchitektur, welche nicht immer den Anforderungen der aktuellen Marktkonzepte expandierender Einzelhandelsbetriebe entspricht

zu bewerten.

Aus den Stärken und Schwächen des Herborner Innenstadtzentrums lassen sich insbesondere im Hinblick auf die aktuellen bzw. die zu erwartenden Entwicklungen des Einzelhandels Chancen und Risiken der zukünftigen Innenstadtentwicklung bzw. Entwicklungsziele für das Innenstadtzentrum ableiten.

Die auf die bundesweite Einzelhandelslandschaft einwirkenden Faktoren betreffen auch das Herborner Innenstadtzentrum. Es ist daher zu erwarten, dass die **Rahmenbedingungen des Herborner Einzelhandels (Risiken)** insbesondere durch:

- durch die erwarteten weiteren Bevölkerungs- und Kaufkraftabnahmen,
- die bereits aktuell geringen, weiter abnehmenden Expansionstätigkeiten des Fach-einzelhandels in Verbindung mit Problemen der Inhabernachfolge,
- eine weitere Expansion der Konkurrenzstandorte im und außerhalb des Stadtgebiets (insbesondere zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente) sowie
- durch die weiteren Zuwachsraten des Onlinehandels

beeinflusst bzw. verschlechtert werden.

Vor diesem Hintergrund sollten die nachfolgend aufgeführten Entwicklungsziele auch zukünftig weiter verfolgt werden.

Chancen bzw. Entwicklungsziele der zukünftigen Innenstadtentwicklung bestehen in Herborn insbesondere in:

- der langfristigen Sicherung des Bestands an Einzelhandelsbetrieben und zentrierenden Funktionen, wobei zur weiteren Qualifizierung des Angebots (Branchenmix) eine Orientierung an den Lücken im bestehenden Einzelhandelsangebot erfolgen sollte. Hinweise hierzu liefern die von den Kunden und Passanten geäußerten vermissten Angebote.

- Sicherung und Stärkung der bestehenden Vielfalt an kleinen Fachgeschäften und Spezialangeboten.
- Sicherung und Stärkung der vorhandenen Magnetbetriebe.
- Sofern sich Möglichkeiten ergeben (bspw. in Folge von Sanierungsmaßnahmen) Ansiedlung weiterer Magnetbetriebe im Innenstadtzentrum – insbesondere im kurzfristigen Bedarfsbereich (Nahrungs- und Genussmittel).
- Soweit möglich - Schaffung von marktadäquaten und zukunftsfähigen Flächen durch Erschließung ungenutzter Flächen, Nachnutzung von Leerständen, Flächenzusammenlegungen (soweit im Rahmen der Fachwerkstrukturen möglich).
- Der Sicherung und Weiterentwicklung des Standortes als Konzentrationsraum für zentrenergänzende Funktionen (öffentliche, private Dienstleistungen, Gastronomie).
- einer weiteren Profilierung des Innenstadtzentrums bzw. der Stadt Herborn als attraktive Fachwerksstadt mit kleinteiligem Facheinzelhandel.
- einer Verbesserung der Aufenthaltsqualität bspw. durch eine einheitliche Neugestaltung und qualitative Aufwertung der städtischen Möblierung.
- in Maßnahmen, die ein Zusammenwachsen der innerstädtischen Teilbereiche fördern, sodass sich die Innenstadt mit einem einheitlichen Gesamtbild präsentiert. Geäußert wurde im Rahmen der Händlerbefragung diesbezüglich insbesondere eine Förderung der Wegebeziehung zwischen Dillcenter und Marktplatz.
- der Fortführung bzw. der Intensivierung der aktuellen Innenstadtaktivitäten (u.a. Kooperation zwischen den unterschiedlichen Innenstadtakteuren, Leerstandsmanagement, Kernbereichsmanagement, Events etc.).

Eine weitere Konkretisierung der Entwicklungsziele bzw. konkrete lagebezogene Maßnahmen zur Weiterentwicklung der Herborner Innenstadt liefert das IHK Herborn 2015.

Für alle Empfehlungen ist entsprechend der übergeordneten Entwicklungszielstellungen für Herborn zu berücksichtigen, dass Maßnahmen nicht zu negativen Auswirkungen auf die flächendeckende Nahversorgung führen. Die Ansiedlungsleitsätze berücksichtigen diese zugrunde liegende ausgewogene Zielstellung (vgl. Kapitel 6.5).

Herausforderung Onlinehandel

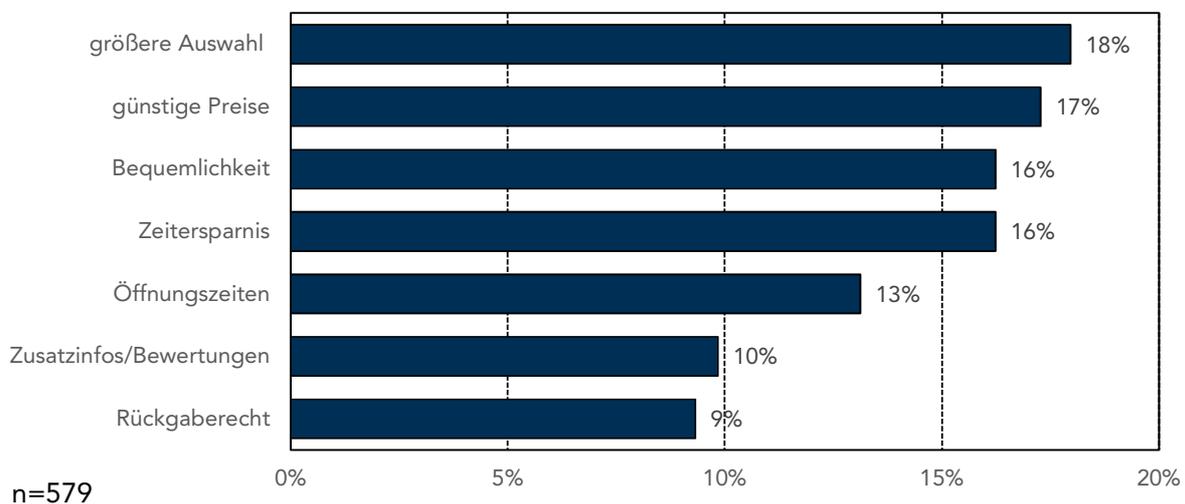
Eine besondere zukünftige Herausforderung für den überwiegend kleinteilig geprägten Facheinzelhandel der Herborner Innenstadt stellt der Onlinehandel dar.

Wie im Kapitel 5.1 dargestellt, sind die Umsätze im E-Commerce in den letzten Jahren deutlich angestiegen; die Konkurrenz des Onlinehandels zum stationären Einzelhandel wird somit stärker, wobei dem bundesweiten Trend folgend (vgl. Abbildung 13), auch in Herborn sortimentspezifisch deutliche Unterschiede festzustellen sind. Während in den

Sortimentsgruppen Bücher, Bekleidung, Schuhe/Lederwaren, GPK/Hausrat/Einrichtungszubehör/Bett- und Tischwäsche, Spielwaren/Basteln und Sportartikel und Neue Medien/Unterhaltungselektronik/Telekommunikation/Foto/PC der Wettbewerbsdruck für den lokalen Einzelhandel besonders ausgeprägt ist, sind aktuell bspw. im Bereich der Nahrungsmittel und der Drogeriewaren nur geringe Konkurrenzbeziehungen feststellbar (vgl. Haushaltsbefragung - Abbildung 6).

Die Bedeutung des Onlinehandels für den Herborner Einzelhandel wird auch anhand der Ergebnisse der Haushaltsbefragung ersichtlich, bei welcher 65 % der Befragten angaben das Internet zum Einkauf bzw. zur Einkaufsvorbereitung zu nutzen. Die meistgenannten Gründe der Herborner für den Online-Einkauf sind eine größere Auswahl, günstigere Preise, die Bequemlichkeit, Zeitersparnis sowie die Öffnungszeiten.

Abbildung 26: Haushaltsbefragung – Gründe für den Einkauf im Internet



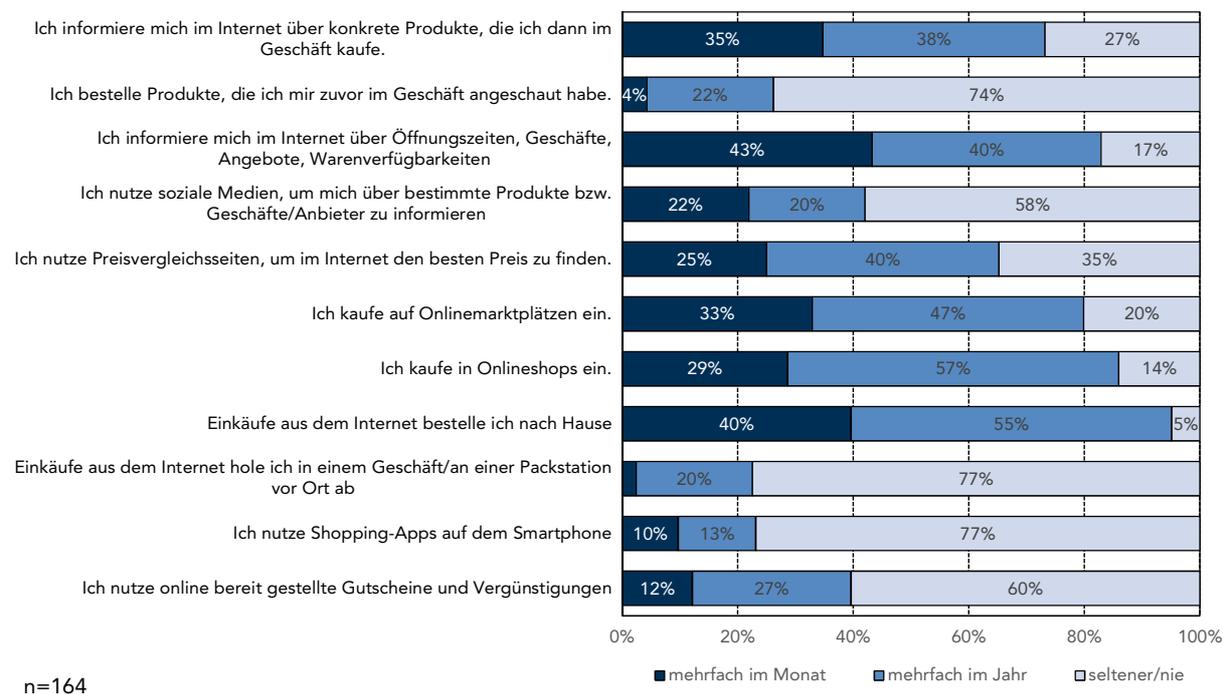
Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 11/ 2016; n= Zahl der Antworten, Mehrfachnennungen möglich.

Da sich laut Prognosen (vgl. Abbildung 14) der Trend steigender E-Commerce Umsätze verstetigen wird, empfiehlt sich für die Händlerschaft ein proaktiver Umgang mit dem zunehmenden Konkurrenzdruck. So ergeben sich auch durch die steigende Online-Affinität des Kunden neue Chancen für den stationären Einzelhandel: Immer mehr Kunden informieren sich zunächst im Internet; durch einen professionellen Internetauftritt und/ oder einer Online-Distribution kann bspw. ein spezialisierter Anbieter trotz geringer Laufkundschaft für sich ein großes Einzugsgebiet und einen überörtlicher Kundenstamm generieren, bzw. so auch seine Vertriebswege diversifizieren (Multi-Channel-Konzepte, „zweites Standbein“). Zudem sei auf die Möglichkeit hingewiesen sich als Händler in Händlerverbänden/ Einkaufsgemeinschaften zu organisieren und in diesem Rahmen einen gemeinsamen Online-Auftritt zu schaffen.

Ansatzpunkte für den lokalen Einzelhandel, insbesondere in der Herborner Innenstadt, liefert die nachfolgende Abbildung der von den befragten Haushalten genutzten

Onlinedienste bzw. Onlineangeboten. Onlinedienste (auch Shopping-Apps) werden demnach auch dafür genutzt, um bestimmte Informationen über Öffnungszeiten, die Lage bzw. Erreichbarkeit, Angebote, Produktinformationen und Warenverfügbarkeiten von Herborner Geschäften herauszufinden. In Teilen werden auch Waren über das Internet bestellt und in den Geschäften abgeholt und online nach Gutscheinen gesucht. Die von den Herbornern genutzten Onlinedienste bieten Ansatzpunkte zur Verbesserung der digitalen Sichtbarkeit und Wahrnehmung der lokalen Einzelhandelsbetriebe.

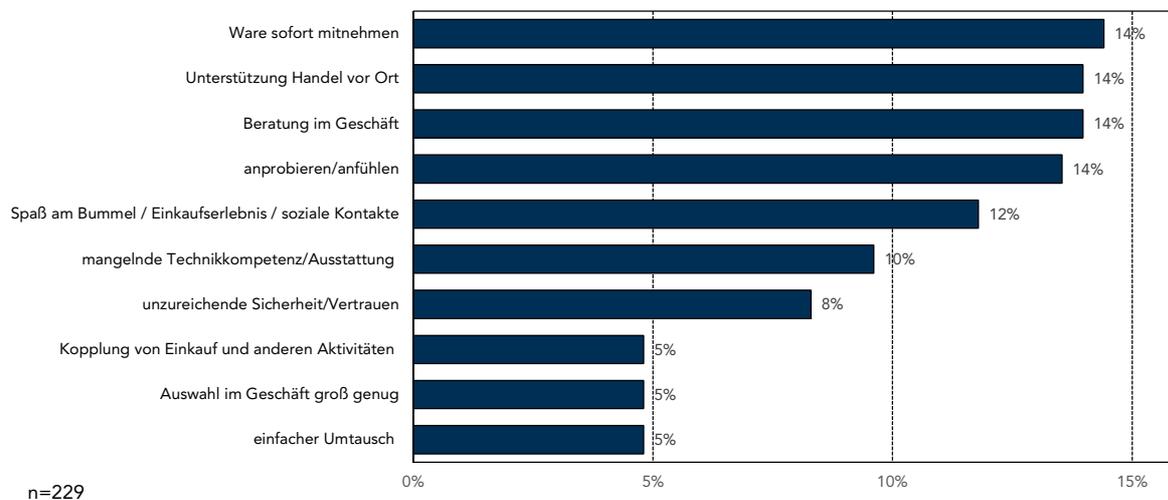
Abbildung 27: Haushaltsbefragung – Häufigkeit der Nutzung von Online-Diensten/Angeboten zum Einkauf



Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 11/ 2016.

Weitere Reaktionsmöglichkeiten des lokalen Handels auf den Onlinehandel bestehen in einer weiteren Fokussierung auf die Qualitäten bzw. Alleinstellungsmerkmale des Facheinzelhandels. Geschätzt wird von den Kunden insbesondere die Möglichkeit Waren anprobieren, anfassen und sofort mitnehmen zu können sowie die von den Fachgeschäften angebotenen Service- bzw. Beratungsleistungen. Darüber hinaus kaufen die Herbornern auch in der Stadt Herborn ein, um den lokalen Handel zu unterstützen sowie aufgrund des Einkaufserlebnisses.

Abbildung 28: Haushaltsbefragung – Gründe für den seltenen Einkauf im Internet



Quelle: Haushaltsbefragung Stadt + Handel 11/ 2016; n= Zahl der Antworten, Mehrfachnennungen möglich.

Die Umsetzung bzw. weitere Konkretisierung der genannten sowie weiterer Maßnahmen zur Stärkung der lokalen Herborner Einzelhandels bzw. zur Reaktion des lokalen Einzelhandels auf den Onlinehandel sind im Rahmen des Kernbereichsmanagements geplant.

6.2 Konzept für die ergänzenden Standorte

Neben dem zentralen Versorgungsbereich besteht in Herborn am Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße eine Einzelhandelsagglomeration mit einem deutlichen Standortgewicht (vgl. Kapitel 4.3). Im folgenden Kapitel wird erörtert, welche Entwicklungsempfehlungen für die Standorte grundsätzlich sowie im Einzelnen erkennbar und zugunsten einer gewinnbringenden gesamtstädtischen Standortbalance zu formulieren sind.

6.2.1 Übergeordnete Zielstellungen zu den ergänzenden Standorten

Im Sinne dieser gesamtstädtischen Standortbalance und der übergeordneten Zielstellung zur Einzelhandelsentwicklung in Herborn (vgl. Kapitel 5.2) sind mehrere Zielstellungen mit der Weiterentwicklung der ergänzenden Standorte verbunden.

Sonderstandorte sind in der Zielstellung grundsätzlich als Ansiedlungsbereiche für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortimenten zu verstehen. Sie dienen der Ergänzung des Innenstadteinzelhandels, indem sie Einzelhandelsbetriebe aufnehmen,

- die einen überdurchschnittlichen Flächenverbrauch aufweisen,
- die im Innenstadtzentrum räumlich schlecht anzusiedeln wären,

- die Sortimente führen, die die Zentren wie auch die flächendeckende Nahversorgungsstruktur in den Wohngebieten in ihrer Entwicklung nicht beeinträchtigen.

Primär sollten an Sonderstandorten also die großflächigen Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment angesiedelt werden. Die gezielte Ausweisung solcher Sonderstandorte und die nähere planerische Befassung mit ihnen trägt begünstigend dazu bei, dass

- Angebotsflächen für geeignete Vorhaben sehr kurzfristig zur Verfügung gestellt werden können, weil die realen Flächen dazu frühzeitig vorbereitet werden und die örtliche Bauleitplanung diesbezügliche Angebote bereits im Vorfeld gestalten kann,
- ihre Leistungsfähigkeit gezielt optimiert werden kann, z. B. in erschließungstechnischen Fragestellungen,
- sie durch Aufgabenteilung, Spezialisierung, Größe sowie die Bündelungswirkung auch in der überörtlichen Nachfrage als Einkaufsstandort für bestimmte Sortimente deutlich wahrgenommen werden,
- benachbarte Nutzungsarten durch eine räumliche klare Fassung der jeweiligen Sonderstandorte vor einem schleichend unter Druck geratenden Bodenpreisgefüge, der von der Einzelhandelsfunktion ausgehen könnte, geschützt werden können, was insbesondere den auf günstige Grundstücke und Entwicklungsspielräume angewiesenen sonstigen Gewerbe- oder Handwerksbetrieben zugutekommen wird.

Eine gesamtstädtische Konzentration auf einige wenige, dafür leistungsfähige Sonderstandorte ist sinnvoll, weil eine solche Standortbündelung aus Kundensicht attraktivere und damit auch für das überörtliche Nachfragepotenzial im mittelzentralen Einzugsgebiet interessantere Standorte schafft. Die Standortkonzentration kann also zur Sicherung und zum Ausbau der Kaufkraftzuflüsse aus dem Umland beitragen.

Für Herborn wird aufgrund der vorgenannten Aspekte ein Sonderstandort empfohlen, der dauerhaft spezifische Versorgungsfunktionen – wie nachstehend näher beschrieben – übernehmen soll:

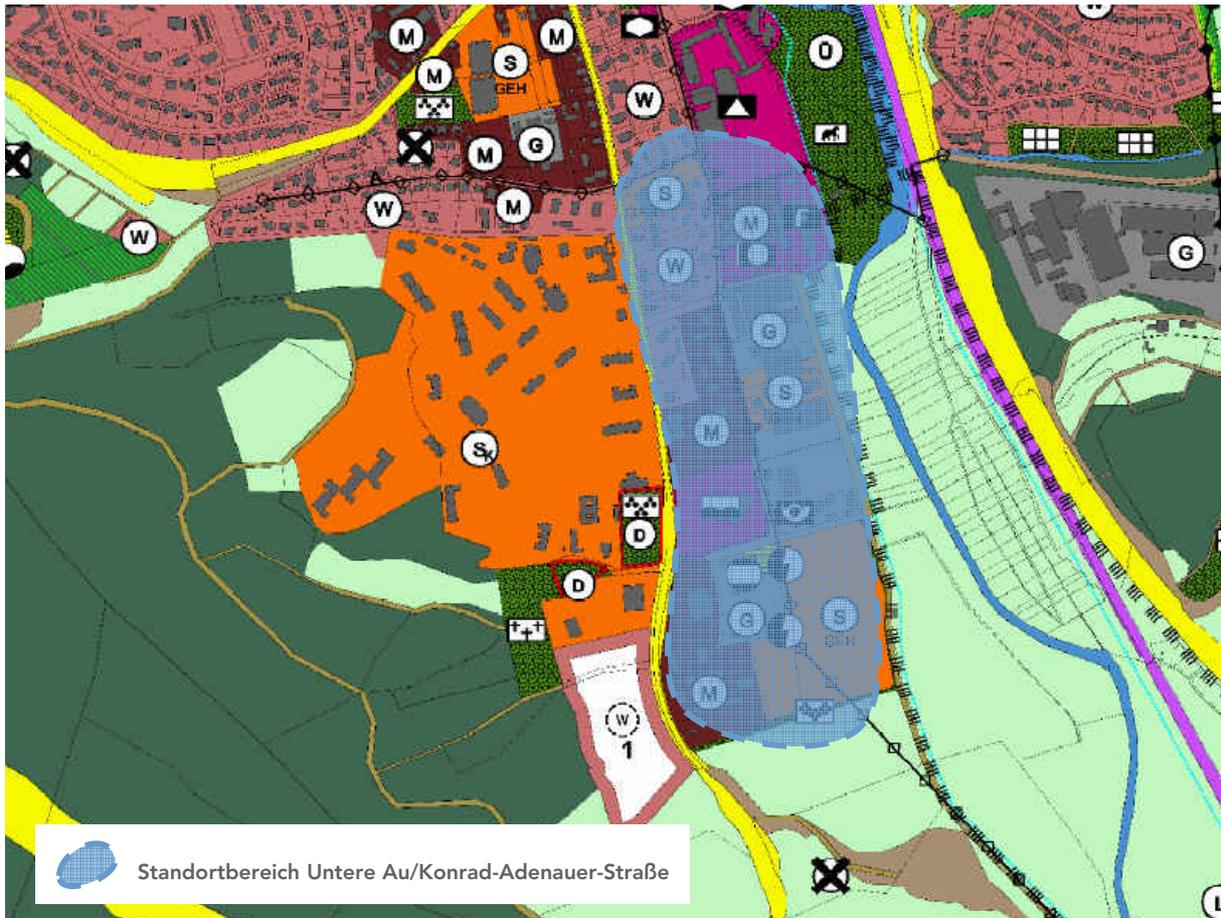
- Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße

Der empfohlene Standortbereich sollte im Rahmen der Ansiedlungsleitsätze (vgl. dazu Kapitel 6.5.2) und dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen zur Erweiterung oder Neuansiedlung von großflächigen Einzelhandelsbetrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten genutzt werden.

6.2.2 Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße

Der autokundenorientierte Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße befindet sich südlich der Innenstadt und umfasst das zwischen der Austraße sowie den Straßen Walkmühlweg/Auwiese/Papiermühle gelegene Gebiet (siehe nachfolgende Abbildung).

Abbildung 29: Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße



Quelle: Eigene Darstellung Stadt + Handel 2017; Kartengrundlage: Flächennutzungsplan Stadt Herborn.

Standortmerkmale

Während in den nord-westlichen Bereichen partiell eine räumliche Nähe zu Wohnsiedlungsbereichen gegeben ist, ist der östliche und südliche, überwiegend gewerblich und durch Einzelhandelsnutzungen geprägte Bereich auf Grund der fehlenden Einbettung in Wohnbebauung als nicht integriert einzustufen. Neben größeren Fachmärkten mit nicht innenstadtrelevantem Hauptsortiment, wie bspw. dem Bau und Garten Herkules, dem Dänischen Bettenlager und der Härth Küchenwelt sind ein REWE-Center, ALDI Nord, LiDL, dm, Euronics, Intersport Link, Schneider Sports und Thomas Phillips mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment strukturprägend. Ergänzt wird das Angebot durch

Geschäfte des Lebensmittelhandwerks sowie kleinere Fachgeschäfte, welche teilweise als Konzessionäre zu großflächigen Anbietern fungieren.

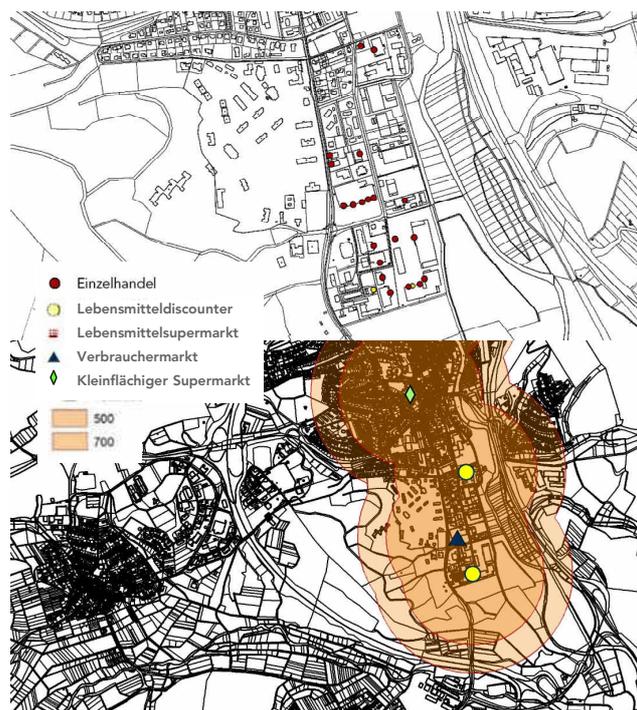
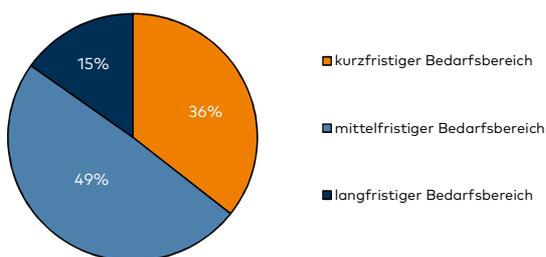
Der Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße ist gemessen an der Verkaufsfläche von rd. 22.740 m² (rd. 43 % der gesamtstädtischen Verkaufsflächen) die größte Einzelhandelsagglomeration in Herborn.

Das standörtliche Warenangebot ist geprägt durch ein breites Angebotsspektrum sämtlicher Bedarfsstufen. Den größten Anteil nehmen Waren des mittelfristigen Bedarfs ein, hierrunter fallen insbesondere Baumarktsortimente i. e. S. und Gartenbedarf, aber auch innenstadttypische Sortimente wie bspw. Bekleidung, Glas/Porzellan/Keramik/Einrichtungsbedarf oder Sportartikel/Fahrräder/Campingartikel. Zu rd. einem Drittel werden Waren der kurzfristigen Bedarfsstufe angeboten. Hier sind insbesondere die Warengruppen Nahrungs- und Genussmittel, Drogerie/Parfümerie/ Kosmetik, Apotheken sowie Blumen und zoologischer Bedarf von Bedeutung. Auf rd. 15 % der Verkaufsfläche werden zudem Waren der überwiegend langfristigen Bedarfsstufe, wie Bettwaren/Haus-/Bett/Tischwäsche, Möbel, Elektro/Leuchten/Haushaltsgeräte und Neue Medien/Unterhaltungselektronik angeboten.

Abbildung 30: Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße – Nutzung im Bestand

	Bestandserhebung 11/2016
Anzahl der Betriebe*	20
Gesamtverkaufsfläche (VKF)*	22.740 m ²

Verkaufsflächen nach Bedarfsstufen 2016



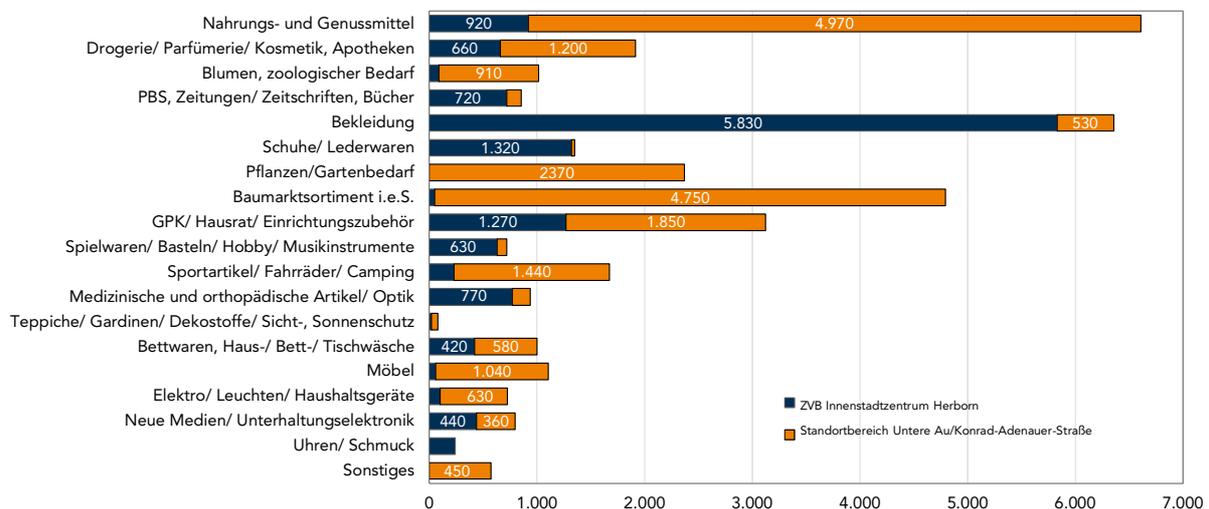
Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/ 2016; *VKF-Angaben gerundet, ohne Leerstände.

Empfehlungen zur funktionalen Weiterentwicklung

Auch wenn bereits Einzelhandelsangebote aus den nicht zentrenrelevanten Sortimentsbereichen vorhanden sind, so stehen andere, insbesondere nahversorgungs- und

zentrenrelevante Sortimentsbereiche dennoch in deutlicher Konkurrenz zum Innenstadtzentrum Herborns, wie die nachfolgende Abbildung veranschaulicht.

Abbildung 31: Verkaufsflächen im Vergleich – ZVB Innenstadtzentrum Herborn – Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/ 2016.

Damit die Funktionsfähigkeit und die Entwicklungsfähigkeit des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum gewährleistet werden kann, sollte der Verkaufsflächenanteil für zentren- und nahversorgungsrelevante Sortimente begrenzt und nicht weiter ausgebaut werden. Es wird dabei auch ein restriktiver Umgang mit Randsortimenten empfohlen.

Neue Einzelhandelsvorhaben mit zentrenrelevantem Hauptsortiment sollten künftig in den zentralen Versorgungsbereich und Einzelhandelsvorhaben mit nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment in den zentralen Versorgungsbereich sowie an städtebaulich integrierten Standorten angesiedelt werden, sofern damit eine Verbesserung der Nahversorgungssituation verbunden ist (vgl. Ansiedlungsleitsätze in Kapitel 6.5.2). Somit verbleiben für den Sonderstandort³¹ folgende wesentliche und zugleich nicht unbedeutende Standortfunktionen: Er soll dauerhaft Standort sein

- für den großflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment und
- auch für den kleinflächigen Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem und nicht nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment.

Die für den Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße formulierten Entwicklungszielstellungen entsprechen somit den regional- und landesplanerischen Vorgaben (vgl. Kapitel 2.3).

³¹ Gebietsteile des Standortbereichs Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße, die nicht als Gewerbegebiet ausgewiesen sind.

6.3 Das Nahversorgungskonzept

In diesem Kapitel wird zunächst die Nahversorgungsstruktur der Stadt Herborn analysiert, worauf aufbauend Empfehlungen zur Stabilisierung und Verbesserung der flächendeckenden Nahversorgung in ausgesprochen werden.

6.3.1 Analyse der Nahversorgungsstruktur in Herborn

Aufgrund der hohen Bedeutung der Nahversorgungsangebote für das tägliche Versorgungsverhalten der Bürger wird die Nahversorgungsstruktur in Herborn vertiefend analysiert. Im Blickpunkt steht hierbei, ob und inwieweit die Nahversorgung insbesondere in den Wohngebieten flächendeckend gewährleistet wird.

Die Nahversorgungsangebote unterliegen bundesweit einem rasanten Strukturwandel, der verbunden ist mit Standortaufgaben bzw. -verlagerungen, Betriebserweiterungen und Veränderungen der Betriebstypen. Als Folge des Strukturwandels wächst zwar i. d. R. die Verkaufsflächensumme, insbesondere bei Nahrungs- und Genussmitteln, durch die Konzentrationsprozesse auf weniger Standorte reduziert sich allerdings gleichzeitig die flächendeckende Angebotsdichte. Neue strukturell unterversorgte Wohngebiete sind nicht selten eine stadtentwicklungspolitisch ungewünschte Auswirkung – und dies nicht nur in ländlich strukturierten Räumen, sondern auch in Ballungsräumen und Großstädten.

Im Folgenden wird insbesondere die Frage geklärt, welche Siedlungsbereiche aktuell bereits nicht ausreichend mit Nahversorgungsangeboten versorgt werden bzw. in welchen Bereichen diese kurz- bis mittelfristig wegfallen könnten.

Die Stadt Herborn verfügt gesamtstädtisch über eine quantitativ und qualitativ gute Ausstattung im Bereich der Nahversorgung. So liegt sie z. B. bei der Verkaufsflächenausstattung mit Nahrungs- und Genussmitteln bei rd. 0,76 m² Verkaufsfläche je Einwohner und damit deutlich über dem Bundesdurchschnitt von rd. 0,40 m² (vgl. folgende Tabelle). Bei einer Gegenüberstellung des Mittelzentrums Herborn mit anderen hessischen Mittelzentren wird ersichtlich, dass die Fachwerkstadt auch eine deutlich über dem Durchschnitt von rd. 0,58 m² je Einwohner³² liegende Verkaufsflächenausstattung aufweist.

Die hohe lokale Einkaufsorientierung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel verdeutlicht, dass sich der überwiegende Anteil der Herborner Bürger innerhalb des Stadtgebiets mit Lebensmitteln versorgt. Dies zeigt sich auch in der Zentralität von rd. 142 % im Bereich Nahrungs- und Genussmittel.

³² Eigene Berechnungen auf Basis bestehender Einzelhandelskonzepte ausgewählter Mittelzentren: Eschwege, Friedrichsdorf, Homburg (Efze), Idstein, Korbach, Lauterbach, Lorsch, Mörfelden-Walldorf, Taunusstein, Rödermark, Schwalmstadt, Viernheim.

Tabelle 9: Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Herborn

Verkaufsflächenausstattung	<ul style="list-style-type: none"> 0,76 m² VKF je EW (Bundesdurchschnitt: rd. 0,40 m² VKF/EW)
Betriebstypenmix	<ul style="list-style-type: none"> 6x Lebensmitteldiscounter 3x Supermarkt 2x Verbrauchermarkt 2x Getränkemarkt ergänzt um 44 weitere Lebensmittel-Fachgeschäfte (inkl. Tankstellen, Kioske und Lebensmittel-Handwerk)
Zentralität	<ul style="list-style-type: none"> 142 %

Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016; Berechnungen Stadt + Handel; Einwohnerzahlen: Stadt Herborn, Bevölkerungsstatistik Stand 30.06.2016.

Trotz eines als quantitativ und qualitativ gut zu beurteilenden Ausstattungsniveaus in der Stadt Herborn gibt es im Stadtgebiet räumlich unterversorgte Bereiche - insbesondere Stadtteile -, in denen es zu prüfen gilt, wie die Nahversorgung unter Berücksichtigung der örtlichen Gegebenheiten verbessert werden kann.

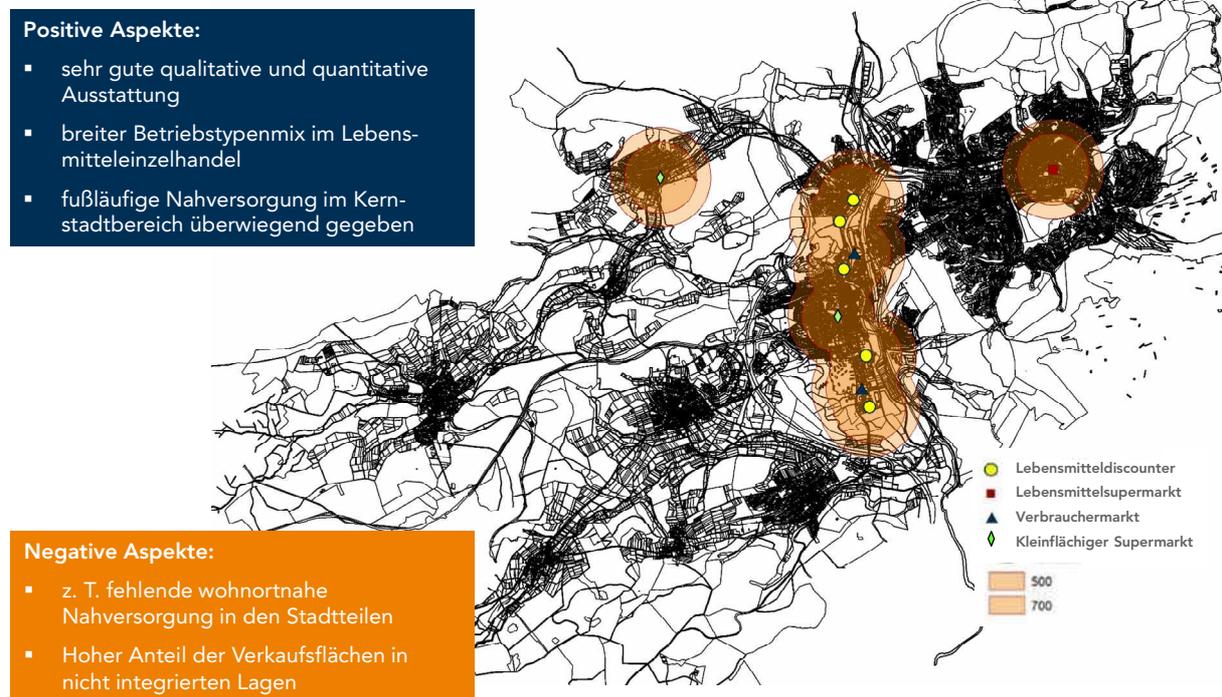
Nahversorgungsstruktur in Herborn

In die Analyse der Nahversorgungsangebote werden alle Lebensmittelmärkte mit über 400 m² Verkaufsfläche eingestellt, da anzunehmen ist, dass ab dieser Angebotsgröße ein ausreichendes Vollsortiment insbesondere der Sortimentsgruppe Nahrungs- und Genussmittel handelsseitig bereitgestellt werden kann.

Um die Versorgungsqualität und die räumliche Erreichbarkeit der Angebote zu verdeutlichen, sind die Nahbereiche der relevanten Lebensmittelmärkte mit einem Radius von 500 m - 700 m Luftlinie um die Angebotsstandorte herum gekennzeichnet. Sofern Siedlungsbereiche in einem solchen Nahbereich liegen, kann dort von einer ausreichenden Nahversorgung ausgegangen werden.³³ In Gebieten außerhalb dieser Nahbereiche ist die Nahversorgungssituation hinsichtlich der räumlichen Erreichbarkeit bereits als nicht mehr optimal zu werten. Nachstehende Abbildung gibt einen Überblick über die bestehenden Lebensmittelmärkte in Herborn.

³³ Eine Luftlinienentfernung von 500 m wird allgemein als Kriterium der Versorgungsqualität angenommen, da diese Entfernung einer Wegelänge von bis zu rd. 700 m bzw. einem Zeitaufwand von rd. 10 Gehminuten entspricht.

Abbildung 32: Die Nahversorgungsstruktur in Herborn im Überblick



Quelle: Einzelhandelsbestandserhebung Stadt + Handel 11/2016; Kartengrundlage: Stadt Herborn; Berücksichtigt werden Nahversorgungsbetriebe ab 400m² VKF.

Die derzeitige Mantelbevölkerung in den abgesetzten Ortsteilen (bspw. Guntersdorf oder Schönbach) ist zu gering für die Ansiedlung eines marktgängigen Lebensmittelmarktes, so dass sich aufgrund der räumlichen Unterversorgung zwar eine theoretische Handlungsnotwendigkeit besteht, diese jedoch realistisch nicht umsetzbar ist. Die Etablierung alternativer, kleinflächiger oder mobiler Versorgungskonzepte ist in diesen Siedlungsbereichen sinnvoll.

Zusammenfassend kann die Nahversorgungsstruktur der Stadt Herborn wie folgt bewertet werden:

- Insgesamt gute lokale Einkaufsorientierung im Bereich Nahrungs- und Genussmittel (Haushaltsbefragungen und Zentralität von 142) ;
- Mit sechs Discountern, drei Supermärkten, zwei Verbrauchermarkt und zwei Getränkemärkten besteht ein breiter Betriebstypenmix;
- Deutlich überdurchschnittliche Zentralität (deutliche Kaufkraftzuflüsse insbesondere aus den umliegenden Grundzentren);
- Quantitativ und qualitativ ist das Ausstattungsniveau im Sortimentsbereich Nahrungs- und Genussmittel als gut zu bewerten;
- Gute räumliche Ausstattung (nahezu flächendeckende fußläufige Nahversorgung) in der Kernstadt Herborns;

- Obwohl die Bevölkerung des Innenstadtzentrums durch die im Umfeld liegenden Lebensmittelmärkte nahversorgt ist, ist kein strukturprägender Lebensmittelanbieter im ZVB angesiedelt;
- Fehlende wohnortnahe Nahversorgung insbesondere in den abgesetzten Ortsteilen.

6.3.2 Empfehlungen zur Weiterentwicklung der Nahversorgung in Herborn

Die derzeit bestehende Nahversorgungsstruktur in Herborn wurde in den vorhergehenden Kapiteln analysiert. Vor diesem Hintergrund werden nachfolgend Empfehlungen zur Stabilisierung und Verbesserung der wohnortnahen Nahversorgung in Herborn ausgesprochen. Diese Empfehlungen stehen im engen Zusammenhang mit

- dem absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmen (Kap. 5.1),
- den übergeordneten Zielen zur künftigen Einzelhandelsentwicklung (Kap. 5.2),
- dem instrumentellen Zentren- und Standortkonzept (Kap. 6.1 bis 6.3) sowie
- den Ansiedlungsleitsätzen (Kap. 6.5).

Empfehlungen für die gesamtstädtische Nahversorgungsentwicklung in Herborn

Da das Ansiedlungspotential für Lebensmittelsortimente nicht unbegrenzt ist, und da mit zunehmendem Überschreiten der ermittelten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume gesamtstädtische oder kleinräumige Umsatzumverteilungen städtebaulich relevante Größenordnungen erreichen können, die wiederum mit Betriebsschließungen und Trading-Down-Effekten einhergehen können, sollten die künftigen Ansiedlungsbemühungen der Stadt Herborn aus einer nach Handlungsprioritäten abgestuften Strategie bestehen:

Tabelle 10: Empfehlungen zur Nahversorgung

Herborn	
<p>1. Priorität: Fokus der Nahversorgung auf den ZVB Innenstadtzentrum</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung/Stärkung der bestehenden und perspektivischen Nahversorgungsstrukturen im ZVB durch Vermeidung von Funktionsverlusten, die durch Erweiterungen/Neuansiedlungen außerhalb der ZVB resultieren könnten. ▪ Qualifizierung und Quantifizierung der Nahversorgung im Innenstadtzentrum durch Ansiedlung eines strukturprägenden Lebensmittelanbieters, sofern sich Möglichkeiten bspw. in Folge von Sanierungsmaßnahmen ergeben. 	
<p>2. Priorität: Entwicklung in siedlungsstrukturell integrierten Lagen zur Weiterentwicklung und Verbesserung der wohnortnahen Versorgung</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Sicherung und Weiterentwicklung der Standorte in siedlungsstrukturell integrierten Lagen zur Weiterentwicklung und Sicherung der wohnortnahen Versorgung u. a. durch Verbesserung der Standortrahmenbedingungen von Bestandsbetrieben v. a. bei aktuell nicht marktgerechten Standorten ▪ Grundsätzlich: Neuansiedlungen/Verlagerungen an siedlungsstrukturell integrierten Standorten zur Versorgung des Gebietes und ohne negative Auswirkungen auf die Nahversorgung und den zentralen Versorgungsbereich³⁴ ▪ Ansonsten konsequenter Ausschluss von Neuansiedlungen im nahversorgungsrelevanten Einzelhandel in städtebaulich nicht integrierten und gewerblich geprägten Lagen. 	

Quelle: Eigene Darstellung.

1. Priorität: Fokus der Nahversorgung auf den zentralen Versorgungsbereich

Aufgrund der hohen Bedeutung, die die zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in den zentralen Versorgungsbereichen haben sowie mit Blick auf die begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume im Bereich der zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente, ist zu empfehlen, Einzelhandelsvorhaben mit einem zentren- und nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment primär nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Herborn selbst anzusiedeln. Im Rahmen des Beeinträchtigungsverbots gelten in erster Linie die Vermutungsregeln des § 11 Abs. 3 BauNVO sowie die aktuellen landesplanerischen Vorgaben des LEP Hessen. Die Verkaufsflächendimensionierung der jeweiligen Vorhaben hat sich daran zu orientieren.

³⁴ Unter Berücksichtigung des Nachweises der Verträglichkeit.

2. Priorität: Sicherung/Optimierung der Nahversorgungsstruktur

In den übrigen Wohnsiedlungsgebieten außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs (städtebaulich integrierte Lagen) kann ein Nahversorgungsangebot zur Sicherung und Optimierung der Nahversorgungsstruktur in Herborn empfohlen werden. Hierdurch soll (gemäß der Entwicklungsziele) die flächendeckende Nahversorgung gestärkt werden, ohne dabei den zentralen Versorgungsbereich zu schädigen oder in seinen Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

Für derartige Vorhaben außerhalb des zentralen Versorgungsbereichs in städtebaulich integrierter Lage sind im Rahmen einer Prüfung der städtebaulich gewinnbringenden Entwicklung folgende Bewertungskriterien anzuwenden:

- Das Vorhaben muss ein zentren- und nahversorgungsrelevantes Hauptsortiment aufweisen.
- Der Standort des Vorhabens muss in städtebaulich integrierter Lage (baulich verdichteter Wohnsiedlungszusammenhang, gute Erreichbarkeit für alle Bevölkerungsgruppen) liegen.
- Der Anteil der zentrenrelevanten Randsortimente des Vorhabens muss bei weniger als 10 % der Gesamtverkaufsfläche liegen.
- Es ist der Nachweis zu erbringen, dass das Vorhaben der Nahversorgung dient.
- In Rede stehende Nahversorgungsvorhaben (Neuansiedlungen) sollen einen Beitrag zur Verbesserung der flächendeckenden fußläufigen Nahversorgung leisten.
- Weiterhin ist eine Prüfung der absatzwirtschaftlichen Auswirkungen eines solchen Vorhabens auf zentrale Versorgungsbereiche und die Nahversorgungsstrukturen zu empfehlen.

Empfehlungen für die abgesetzten Ortsteile von Herborn

In den kleineren abgesetzten Ortsteilen der Stadt Herborn sind aktuell keine oder stark eingeschränkte Nahversorgungsangebote (Ausnahme Herborn-Seelbach) vorhanden. Grundsätzlich sind kleinflächige Nahversorgungsflächen empfehlenswert, jedoch sind solche Nahversorgungsflächen wirtschaftlich meist kaum tragfähig. Für dezentral gelegene Siedlungsbereiche stellen daher alternative Vertriebskonzepte und Versorgungsangebote eine sinnvolle Ergänzung dar und sollten weiter geprüft werden:

- Liefer- und Bestellservice,
- Hofläden mit Schwerpunkt zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente,
- mobiler Handel (Verkaufswagen),
- „gebündelter“ mobiler Handel (mehrere Anbieter mit verschiedenen Sortimenten zur gleichen Zeit am gleichen Ort → Ansatz einer „Wochenmarktfunktion“).

Für diese Empfehlungen gelten zugleich die Ansiedlungsleitsätze (vgl. Kap. 6.5.2); diese beinhalten ein ausgewogenes Regularium zum Schutz und zur Entwicklung sowohl des ZVB Innenstadtzentrum, als auch der wohnortnahen Versorgung in der Fläche.

6.4 Sortimentenliste für die Stadt Herborn

Zur Feinsteuerung von Einzelhandelsvorhaben ist die Definition der in Herborn als zentrenrelevant sowie zentren- und nahversorgungsrelevant zu bewertenden Sortimente in Form einer Sortimentenliste erforderlich. Erst mit Vorliegen einer solchen Sortimentenliste kann in der Bauleitplanung oder im Baugenehmigungsverfahren im Zusammenspiel mit den Ansiedlungsleitsätzen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts festgestellt werden, ob ein geplantes Vorhaben oder eine Standortplanung den Zielen und Empfehlungen dieses Konzepts entsprechen.

Rechtliche Anforderungen

Die Steuerungsempfehlungen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts, die als Grundlage der Bauleitplanung dienen, müssen hinreichend bestimmt bzw. bestimmbar und daher abschließend sein. Sortimentenlisten, welche die Begriffe „insbesondere“, „zum Beispiel“ bzw. „beispielsweise“ enthalten, sind auch im Sinne der gängigen Rechtsprechung nicht hinreichend präzise und können zur bauleitplanerischen Steuerung nicht verwendet werden.

Auch ein bloßer Rückgriff auf landesweite Sortimentenlisten wäre nicht ausreichend. Vielmehr hat die planende Gemeinde *sortimentsspezifisch* und *abschließend* darzulegen, welche aktuellen örtlichen Gründe jeweils für oder gegen die Festlegung von Sortimenten in der Sortimentenliste sprechen.³⁵

Als rechtliche Vorgaben sind sowohl „Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht – Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005)“ des Hessischen Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung, Referat I 4 heranzuziehen. „Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht – Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005)“ enthält eine Liste mit zentren-/ innenstadtrelevanten Sortimenten (ebd. Anlage I, S. 32).

Methodische Herleitung

Bei der Herleitung der Sortimentenliste ist zum einen die Einzelhandelsbestandsstruktur von Bedeutung, insbesondere hinsichtlich der Verkaufsflächenanteile der Sortimente und der Sortimentenschwerpunkte nach städtebaulichen Lagen. Berücksichtigt werden sollten außerdem die Charakteristika (Besuchfrequenz, Integrationsfähigkeit, Kopplungsaffinität und Transportfähigkeit) der einzelnen Sortimente. Zudem ist es erforderlich, die künftigen Entwicklungsoptionen von Branchen und Standorten im Zusammenhang mit der Ziel-

³⁵ Zu dieser Anforderung liegt eine gefestigte landesgerichtliche Rechtsprechung vor, so z. B. OVG Münster Urteil vom 03.06.2002 - 7A D 92/99.NE, gleichlautend auch VGH Baden-Württemberg Urteil vom 02.05.2005 – AZ 8 S 1848/04.

perspektive des Einzelhandelskonzepts zu beachten, um die Sortimente bezüglich ihrer Zentrenrelevanz festzulegen. Es können hierbei auch solche Sortimente als zentrenrelevant begründet werden, die noch nicht oder nur in geringem Maße in einem zentralen Versorgungsbereich vorhanden sind, die aber aufgrund ihrer strategischen Bedeutung künftig dort verstärkt angesiedelt werden sollen³⁶. Bei der Bewertung der künftigen Zielperspektive ist allerdings zu beachten, dass die anzustrebende Entwicklung realistisch erreichbar sein sollte.

Bei der Herleitung der Sortimentsliste ist außerdem zu beachten, dass Sortimente nicht nur für sich allein genommen bewertet werden sollten, sondern dass sich ihre Zentrenrelevanz oder Nahversorgungsrelevanz teilweise zusätzlich aus der Kopplung mit anderen Sortimenten begründet.

Über die Benennung zentren- und nicht zentrenrelevanter Sortimente hinaus hat sich im Rahmen der Planungspraxis die Konkretisierung nahversorgungsrelevanter Sortimente bewährt. Wenngleich diese aufgrund ihrer Charakteristik nahezu immer auch zentrenrelevant sind, kommt diesen Sortimentsgruppen eine besondere Aufgabe im Rahmen der kommunalen Daseinsvorsorge im Hinblick auf die Gewährleistung einer möglichst wohnungsnahen Grundversorgung mit Waren des täglichen Bedarfs zu. Zur Gewährleistung dieses Versorgungsziels werden im folgenden Kapitel konkrete Entwicklungsleitsätze für Einzelhandelsansiedlungen oder -erweiterungen mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten formuliert.

³⁶ Vgl. hierzu den BVerwG Beschluss vom 10.11.2004 – AZ 4 BN 33.04 sowie z. B. die Rechtsprechung des VGH Baden-Württemberg Urteil vom 30.01.2006 – AZ 3 S 1259/05.

Tabelle 11: Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten

Zentrenrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die einen zentralen Versorgungsbereich städtebaulich-funktional im Bestand strukturell prägen,
- die eine hohe Kundenfrequenz in einem zentralen Versorgungsbereich bewirken,
- die einen geringen Flächenanspruch haben und sich in einen Zentrumsbereich räumlich integrieren lassen,
- die für einen attraktiven Branchenmix und damit die Attraktivität eines Zentrums notwendig sind,
- die vom Kunden überwiegend auch ohne Pkw transportiert werden können,
- die in einem Zentrum kaum oder noch gar nicht angesiedelt sind, dort aber aufgrund der städtebaulichen Zielperspektive künftig stärker ausgebaut werden sollten.

Zentren- und Nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die Merkmalen der Zentrenrelevanz entsprechen,
- die zugleich zu einem deutlichen Anteil ihres Bestands auch außerhalb zentraler Versorgungsbereiche in städtebaulich integrierten Lagen angesiedelt sind und dort zu einer flächendeckenden wohnortnahen Grundversorgung für die Wohnbevölkerung beitragen.

Nicht zentren- und nicht zentren- und nahversorgungsrelevant sind in der Regel Sortimente,

- die zentrale Lagen nicht prägen,
- die aufgrund ihrer Größe oder Beschaffenheit auch in städtebaulich nicht integrierten Lagen angeboten werden bzw. sich nicht für die Ansiedlung in zentralen Lagen eignen.

Quelle: Eigene Darstellung.

Im Ergebnis der rechtlichen Anforderungen sowie auf Basis der aktuellen städtebaulichen Verortung der Verkaufsflächen und den dargestellten städtebaulichen Zielstellungen ergibt sich die folgende Liste zentren- bzw. nahversorgungsrelevanter Sortimente in Herborn als sog. „Sortimentsliste Herborn“.

Tabelle 12: Sortimentsliste für die Stadt Herborn („Sortimentsliste Herborn“)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008 ³⁷	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Augenoptik	47.78.1	Augenoptiker
Bekleidung (ohne Sportbekleidung)	47.71	Einzelhandel mit Bekleidung
Bücher	47.61 47.79.2	Einzelhandel mit Büchern Antiquariate
Campingartikel	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingmöbel) (daraus NUR: Einzelhandel mit Campingartikeln)
Computer (PC-Hardware und -Software)	47.41	Einzelhandel mit Datenverarbeitungsgeräten, peripheren Geräten und Software
Elektrokleingeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit elektrischen Staubsauger, Nähmaschinen usw. für den Haushalt sowie Einzelhandel mit elektrischen Brotschneidemaschinen, Dosenöffnern usw. für den Haushalt)
Foto- und optische Erzeugnisse und Zubehör	47.78.2	Einzelhandel mit Foto- und optischen Erzeugnissen (ohne Augenoptiker)
Glas/Porzellan/Keramik	47.59.2	Einzelhandel mit keramischen Erzeugnissen und Glaswaren
Haus-/Bett-/Tischwäsche	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Haus- und Tischwäsche, z. B. Hand-, Bade- und Geschirrtücher, Tischdecken, Stoffservietten, Bettwäsche)
Hausrat/Haushaltswaren	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Hausrat aus Holz, Metall und Kunststoff, z. B. Besteck und Tafelgeräte, Koch- und Bratgeschirr, nicht elektrische Haushaltsgeräte, sowie Einzelhandel mit Haushaltsartikeln und Einrichtungsgegenständen anderweitig nicht genannt)
Heimtextilien (Gardinen, Dekostoffe, Sicht-/Sonnen-schutz)	aus 47.53 aus 47.51	Einzelhandel mit Vorhängen und Gardinen Einzelhandel mit Dekorations- und Möbelstoffen, dekorativen Decken und Kissen, Stuhl- und Sesselauflagen u. ä.
Kinderwagen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Kinderwagen) ³⁸

³⁷ WZ 2008 = Klassifikation der Wirtschaftszweige des Statistisches Bundesamtes, Ausgabe 2008.

³⁸ Die Zuordnung zu Haushaltsgegenständen begründet sich aus der Überleitung des WZ 2003 zum WZ 2008.

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentrenrelevante Sortimente		
Kurzwaren/Schneidereibedarf/ Handarbeiten sowie Meterware für Bekleidung und Wäsche (inkl. Wolle)	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (NUR: Einzelhandel mit Kurzwaren, z. B. Nähadeln, handelsfertig aufgemachte Näh-, Stopf- und Handarbeitsgarn, Knöpfe, Reißverschlüsse sowie Einzelhandel mit Ausgangsmaterial für Handarbeiten zur Herstellung von Teppichen und Stickereien)
Medizinische und orthopädische Geräte	47.74	Einzelhandel mit medizinischen und orthopädischen Artikeln
Musikinstrumente und Musikalien	47.59.3	Einzelhandel mit Musikinstrumenten und Musikalien
Papier/Büroartikel/Schreibwaren	47.62.2	Einzelhandel mit Schreib- und Papierwaren, Schul- und Büroartikeln
Schuhe, Lederwaren	47.72	Einzelhandel mit Schuhen und Lederwaren
Spielwaren	47.65	Einzelhandel mit Spielwaren
Sportartikel (inkl. Sportbekleidung)	aus 47.64.2	Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (ohne Campingartikel, Anglerbedarf und Boote)
Telekommunikationsartikel	47.42	Einzelhandel mit Telekommunikationsgeräten
Uhren/Schmuck	47.77	Einzelhandel mit Uhren und Schmuck
Unterhaltungselektronik (inkl. Tonträger)	47.43 47.63	Einzelhandel mit Geräten der Unterhaltungselektronik Einzelhandel mit bespielten Ton- und Bildträgern
Waffen/Jagdbedarf/Angeln	aus 47.78.9 aus 47.64.2	Sonstiger Einzelhandel a. n. g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Waffen und Munition) Einzelhandel mit Sport- und Campingartikeln (daraus NUR: Anglerbedarf)
Wohneinrichtungsbedarf (ohne Möbel), Bilder/Poster/Bilderahmen/Kunstgegenstände	47.78.3 aus 47.59.9	Einzelhandel mit Kunstgegenständen, Bildern, kunstgewerblichen Erzeugnissen, Briefmarken, Münzen und Geschenkartikeln Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Einzelhandel mit Holz-, Kork-, Korb- und Flechtwaren)

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008
Zentren- sowie nahversorgungsrelevante Sortimente		
Blumen	aus 47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (NUR: Blumen)
Drogeriewaren	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (NUR: Drogeriewaren)
Nahrungs- und Genussmittel	47.2	Einzelhandel mit Nahrungs- und Genussmitteln, Getränken und Tabakwaren (in Verkaufsräumen)
Parfümerieartikel/Kosmetik	47.75	Einzelhandel mit kosmetischen Erzeugnissen und Körperpflegemitteln (NUR: Parfümerieartikel/Kosmetik)
Pharmazeutische Artikel (nur nicht rezept- und apothekenpflichtig)	47.73	Apotheken
Zeitungen/Zeitschriften	47.62.1	Einzelhandel mit Zeitschriften und Zeitungen
Nicht innenstadtrelevanten und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente		
<p>Die Aufführung der nicht innenstadtrelevanten und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente soll zur Verdeutlichung beitragen, welche Sortimente vor dem Hintergrund der Zielstellungen des Einzelhandelsentwicklungskonzepts der Stadt Herborn als nicht kritisch gesehen werden und ist somit erläuternd, jedoch nicht abschließend.</p>		
Baumarktsortiment i. e. S.	47.52 aus 47.53 aus 47.59.9 aus 47.78.9	Einzelhandel mit Metallwaren, Anstrichmitteln, Bau- und Heimwerkerbedarf (daraus NICHT: Einzelhandel mit Rasenmähern, siehe Gartenartikel) Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (NUR: Einzelhandel mit Tapeten und Fußbodenbelägen) Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen (daraus NUR: Einzelhandel mit Sicherheitssystemen wie Verriegelungseinrichtungen und Tresore) Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Heizöl, Flaschengas, Kohle und Holz)
Bettwaren	aus 47.51	Einzelhandel mit Textilien (daraus NUR: Einzelhandel mit Matratzen, Steppdecken u.a. Bettdecken, Kopfkissen u.a. Bettwaren)
Elektrogroßgeräte	aus 47.54	Einzelhandel mit elektrischen Haushaltsgeräten (daraus NUR: Einzelhandel mit Elektrogroßgeräten wie Wasch-, Bügel- und Geschirrspülmaschinen, Kühl- und Gefrierschränken und -truhen)
Erotikartikel	aus 47.78.9	Sonstiger Einzelhandel anderweitig nicht genannt (NUR: Einzelhandel mit Erotikartikeln)
Fahrräder und Zubehör	47.64.1	Einzelhandel mit Fahrrädern, Fahrradteilen und -zubehör

Kurzbezeichnung Sortiment	Nr. nach WZ 2008	Bezeichnung nach WZ 2008
Nicht innenstadtrelevanten und nicht innenstadt- und nahversorgungsrelevanten Sortimente		
Gartenartikel (ohne Gartenmöbel)	aus 47.59.9 aus 47.52.1	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen anderweitig nicht genannt (daraus NUR: Koch- und Bratgeschirr für den Garten) Einzelhandel mit Metall- und Kunststoffwaren anderweitig nicht genannt (daraus nur: Rasenmäher, Eisenwaren und Spielgeräte für den Garten)
Kfz-Zubehör (inkl. Motorrad-Zubehör)	45.32 45.40	Einzelhandel mit Kraftwagenteilen und -zubehör Handel mit Krafträdern, Kraftradteilen und -zubehör (daraus NUR: Einzelhandel mit Teilen und Zubehör für Krafträder)
Leuchten/Lampen	aus 47.59.9	Einzelhandel mit Haushaltsgegenständen a.n.g. (daraus NUR: Einzelhandel mit Lampen und Leuchten)
Möbel (inkl. Garten- und Campingmöbel)	47.59.1 47.79.1	Einzelhandel mit Wohnmöbeln Einzelhandel mit Antiquitäten und antiken Teppichen
Pflanzen/Samen	47.76.1	Einzelhandel mit Blumen, Pflanzen, Sämereien und Düngemitteln (daraus NICHT: Einzelhandel mit Blumen)
Teppiche (ohne Teppichböden)	47.53	Einzelhandel mit Vorhängen, Teppichen, Fußbodenbelägen und Tapeten (daraus NUR: Einzelhandel mit Teppichen, Brücken und Läufern)
Zoologischer Bedarf und lebende Tiere	aus 47.76.2	Einzelhandel mit zoologischem Bedarf und lebenden Tieren

Quelle: Eigene Darstellung auf Basis der Einzelhandelsbestandsaufnahme Stadt + Handel 11/2016.

Im Sortimentsbereich Fahrräder und Zubehör erfolgen Betriebsansiedlung inzwischen erfahrungsgemäß meist in nicht integrierter Lage und großflächiger Ausprägung (Fachmarktkonzept, z. T. mit Teststrecken). Der Sortimentsbereich Fahrräder und Zubehör wird daher als nicht zentrenrelevant eingestuft. Die Definition des Sortimentsbereichs Fahrräder und Zubehör als nicht innenstadtrelevant schließt die Ansiedlung von Fachgeschäften innerhalb des Innenstadtzentrums nicht aus.

Leuchten/Lampen wurde als nicht innenstadtrelevant eingestuft. Hintergrund dieser Einstufung ist das aktuell bestehende Angebot von Lampen/Leuchten im Herborner Stadtgebiet als Randsortiment des Bau- und Garten Herkules sowie weiterer am Standortbereich Konrad-Adenauer-Straße angesiedelten Betriebe Euronics und Thomas Phillips. Die Definition des Sortimentsbereichs Leuchten/Lampen als nicht innenstadtrelevant schließt die Ansiedlung von Fachgeschäften innerhalb des Innenstadtzentrums nicht aus.

Im Herborner Stadtgebiet wird zoologischer Bedarf insbesondere durch den Bau- und Garten Herkules und die Randsortimente der Lebensmittelmärkte in überwiegend nicht integrierter Lage sowie durch Fachgeschäfte (auch im ZVB Innenstadtzentrum Herborn) angeboten. Neuansiedlungen strukturprägender Betriebe im Sortimentsbereich zoologischer Bedarf erfolgen erfahrungsgemäß meist in nicht integrierter Lage in der Form von Zoo-

fachmärkten mit einem Schwerpunkt im Bereich Tierfutter und Tierzubehör. Der Sortimentsbereich Zoologischer Bedarf und lebende Tiere wird daher als nicht zentrenrelevant eingestuft. Die Definition des Sortimentsbereichs zoologischer Bedarf und lebende Tiere als nicht zentrenrelevant schließt die Ansiedlung von Fachgeschäften innerhalb des Innenstadtzentrums nicht aus.

Für die kommunale Feinsteuerung empfiehlt es sich, die Sortimente in die textlichen Festsetzungen (bzw. Begründungen) der entsprechenden Bauleitpläne zu übernehmen sowie in der Begründung zusätzlich dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept als Grundlage der Sortimentsliste zu benennen.³⁹ Hierbei sollten gleichzeitig die Sortimente mit den angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

6.5 Ansiedlungsleitsätze

Die Ansiedlungsleitsätze konkretisieren die übergeordneten Entwicklungsziele zur künftigen Einzelhandelsentwicklung für alle Arten des Einzelhandels und für alle denkbaren Standortkategorien in Herborn und ermöglichen somit eine Steuerung der städtebaulich bestmöglichen Einzelhandelsentwicklung in der Zukunft.

6.5.1 Einordnung und Begründung der Ansiedlungsleitsätze

Zwar wurden bisher Entwicklungsleitlinien, der absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen, das künftige Zentren-, Nahversorgungskonzept sowie nicht zuletzt die Spezifizierung zentrenrelevanter Sortimente vorgestellt, für die konkrete Zulässigkeitsbewertung von Vorhaben oder die Ausgestaltung von Bebauungsplänen fehlt jedoch eine Verknüpfung dieser Leistungsbausteine zu einem Bewertungsinstrument. Dieses Instrument wird durch die nachfolgenden Ansiedlungsleitsätze zur Verfügung gestellt.

Diese Ansiedlungsleitsätze stellen ein Regelwerk dar, das transparente, nachvollziehbare Zulässigkeitsentscheidungen und bauleitplanerische Abwägungen vorbereitet. Sie gewährleisten zudem die notwendige Flexibilität hinsichtlich künftig ggf. erforderlicher Einzelfallentscheidungen. Sie dienen dazu, die Standortstruktur des Einzelhandels in Herborn insbesondere zugunsten einer gesamtstädtisch gewinnbringenden Entwicklung zu sichern und weiter auszugestalten.

Durch die klare Regel-Ausnahme-Struktur mit für alle Beteiligten transparenten Standortbewertungen, tragen diese Ansiedlungsleitsätze im Zusammenspiel mit der Sortimentsliste Herborn zu einer im hohen Maße rechtssicheren Ausgestaltung von Zulässigkeitsentscheidungen und Bauleitplänen bei und garantieren somit Planungs- und Investitionssicherheit

³⁹ Vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 531.

sowohl für bestehende Einzelhandelsbetriebe als auch für ansiedlungsinteressierte Betreiber noch nicht in der Stadt Herborn ansässiger Einzelhandelsbetriebe.⁴⁰

Die in den Ansiedlungsleitsätzen gefassten Steuerungsempfehlungen differenzieren Einzelhandelsbetriebe nach

- zentrenrelevanten, zentren- und nahversorgungsrelevanten sowie nicht zentrenrelevanten und nicht zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimenten (Sortimentsstruktur),
- städtebaulichen Lagen bzw. Standorttypen,
- Verkaufsflächenumfang,
- Haupt- und Randsortimenten.

Die Ansiedlungsleitsätze sind für Neubau- wie auch Erweiterungsvorhaben des Einzelhandels konzipiert. Auf bestehende Einzelhandelsbetriebe, die nicht verändert werden, sind sie nicht anzuwenden; der übliche genehmigungsrechtliche Bestandsschutz wird somit gewährleistet.

6.5.2 Ansiedlungsleitsätze

Folgende Ansiedlungsleitsätze werden für Herborn empfohlen:

Leitsatz I: Zentrenrelevanter Einzelhandel als Hauptsortiment ist zukünftig in dem zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum unbegrenzt (Positivraum)⁴¹ anzusiedeln.

Einzelhandelsbetriebe mit einem zentrenrelevantem (aber nicht mit einem zentren- und nahversorgungsrelevantem) Hauptsortiment sollen grundsätzlich im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum Herborn zulässig sein. Damit kann das Innenstadtzentrum in seiner heutigen Attraktivität gesichert und weiter ausgebaut werden. Gleichzeitig wird eine Streuung solch wichtiger Einzelhandelsangebote sowie ein (weiter ansteigendes) Ungleichgewicht der weiteren Standorte gegenüber dem Innenstadtzentrum verhindert. Der aufgezeigte absatzwirtschaftliche Entwicklungsrahmen dient im Innenstadtzentrum nur als Leitlinie (und nicht als Entwicklungsgrenze) deren Überschreiten im stadtentwicklungspolitisch bedeutsamen Innenstadtzentrum im Einzelfall zur Attraktivierung des Einzelhandelsangebots beitragen kann.

⁴⁰ Wesentliche Voraussetzung für die gewinnbringende Nutzung der in diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept enthaltenen Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ist die politisch gestützte Bekräftigung dieser Inhalte, verbunden mit einer konsequenten künftigen Anwendung. Auf diese Weise entfalten die Leitsätze und Steuerungsempfehlungen ihre Potentiale für die Rechtssicherheit kommunaler Instrumente, für die Investitionssicherheit sowie für die Sicherung und strategische Weiterentwicklung der Einzelhandelsstandorte in Herborn, insbesondere des Innenstadtzentrums.

⁴¹ Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) eine (Teil-) Begrenzung erforderlich werden lassen.

Insgesamt soll durch eine Steuerung zentrenrelevanter Einzelhandelsangebote, die Entwicklung eines (weiter ansteigenden) Ungleichgewichtes der sonstigen Lagen gegenüber dem Innenstadtzentrum und eine mögliche Gefährdung des Innenstadtzentrums verhindert werden.

Zusätzlich zu den vorgenannten Regelungen können kleinere Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem Hauptsortiment auch in den städtebaulich integrierten Lagen in begrenztem Maße zulässig sein, um das überwiegend auf die Nahversorgung bezogene Angebot um weitere Sortimente punktuell begrenzt zu ergänzen. Der empfohlene Bezug auf die Versorgungsaufgabe „des engeren Gebiets“ zielt darauf, dass an dieser Standortkategorie keine Fachmärkte entstehen, die gegenüber dem zentralen Versorgungsbereich zu einem zu großen Gewicht der sonstigen integrierten Lagen führen würde. Demzufolge zielt diese Regelung auf die Zulässigkeit kleiner Fachgeschäfte ab, die bereits heute in den sonstigen integrierten Lagen in dieser begrenzten Größenordnung vorhanden sind.

Leitsatz II: Einzelhandel mit zentren- und nahversorgungsrelevantem Hauptsortiment...

...ist primär im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum anzusiedeln oder auszubauen, wenn keine mehr als unerheblichen Auswirkungen auf die verbrauchernahe Grundversorgung zu erwarten sind.

... kann zur Gewährleistung der Nahversorgung auch an sonstigen integrierten Standorten zur Versorgung des Gebietes angesiedelt oder erweitert werden,

- wenn es zur Sicherung und dem Ausbau der flächendeckenden Nahversorgung dient,
- wenn keine mehr als unerheblichen Auswirkungen auf den zentralen Versorgungsbereich und die verbrauchernahe Grundversorgung zu erwarten sind,
- eine Einzelfallprüfung durch Verträglichkeitsgutachten erfolgt.

Aufgrund der hohen Bedeutung, die Betriebe mit nahversorgungsrelevanten Sortimenten als Kundenmagnet und für die Besucherfrequenz in zentralen Versorgungsbereichen haben, sowie mit Blick auf die begrenzten absatzwirtschaftlichen Entwicklungsspielräume im Bereich der nahversorgungsrelevanten Sortimente sollen Einzelhandelsvorhaben mit einem nahversorgungsrelevanten Hauptsortiment primär nur im zentralen Versorgungsbereich Innenstadtzentrum angesiedelt oder ausgebaut werden.

In den übrigen Wohnsiedlungsgebieten *außerhalb* des zentralen Versorgungsbereichs (sonstige integrierte Standorte) kann ein Nahversorgungsangebot zugunsten der Gebietsversorgung empfohlen werden. Eine Überprüfung inwieweit ein Planvorhaben überwiegend der Versorgung des Nahbereiches dient, ist durchzuführen. Hierdurch soll (gemäß der „übergeordneten Entwicklungszielstellungen“) die flächendeckende Nahversorgung ge-

stärkt werden, ohne dabei den zentralen Versorgungsbereich zu schädigen oder in seinen Entwicklungsmöglichkeiten zu beeinträchtigen.

Leitsatz III: Sondergebietspflichtiger, großflächiger Einzelhandel mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment sollte primär am Sonderstandort Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße angesiedelt werden; kann jedoch auch im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden, wenn städtebauliche Gründe dafür sprechen⁴².

- dabei ist die Verkaufsfläche der zentrenrelevanten und zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente⁴³ analog des LEP Hessen sowie des Regionalplans Mittelhessen auf bis zu 10 % bzw. max. 800 m² der Gesamtverkaufsfläche je Betrieb zu begrenzen – eine weitere Begrenzung der zentren- sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Randsortimente kann im konkreten Einzelfall unter Berücksichtigung möglicher absatzwirtschaftlicher und städtebaulicher Auswirkungen und unter Berücksichtigung der landesplanerischen Vorgaben getroffen werden.

Einzelhandelsvorhaben mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment können im gesamten Stadtgebiet angesiedelt werden, sofern städtebauliche Gründe dafür sprechen und dies entsprechend der Standortanforderungen von Betrieben mit nicht zentrenrelevanten Sortimenten im Einzelfall realisierbar ist.

Hier ist jedoch zu beachten, dass zur Steigerung ihrer Attraktivität aus Kundensicht Einzelhandelsbetriebe mit nicht zentrenrelevantem Hauptsortiment dieses häufig durch sog. Randsortimente, die oftmals auch zentrenrelevante Sortimente umfassen, ergänzen. Diese zentrenrelevanten Randsortimente beinhalten jedoch je nach Verkaufsflächenumfang das Potenzial einer Gefährdung des zentralen Versorgungsbereichs sowie das potenzielle Hemmnis einer Fortentwicklung dessen. Um den zentralen Versorgungsbereich vor diesen unerwünschten Beeinträchtigungen zu schützen, um künftige Ansiedlungspotenziale für den zentralen Versorgungsbereich nicht zu verringern und um gleichzeitig jedoch auch städtebaulich nicht integrierten Einzelhandelsbetrieben eine marktübliche Mindestattraktivität im Wettbewerbsumfeld zu ermöglichen, sollen zentrenrelevante Sortimente als Randsortiment auch jenseits des zentralen Versorgungsbereichs in begrenztem Umfang zugelassen werden. Diese Begrenzung soll bei 10 % der Gesamtverkaufsfläche bzw. max. 800 m² Verkaufsfläche für die zentrenrelevanten Randsortimente liegen.

⁴² Sofern nicht landesplanerische und städtebauliche Gründe (etwa der Schutz von zentralen Versorgungsbereichen in Nachbarkommunen bzw. das Beeinträchtigungsverbot) eine (Teil-) Begrenzung erforderlich werden lassen.

⁴³ Der Begriff der Randsortimente ist durch die Rechtsprechung konkretisiert. Hierzu sei unter anderem auf das Urteil OVG NRW 7 A D 108/96.NE verwiesen. Es muss eine eindeutige Zuordnung des Randsortiments zum Hauptsortiment möglich sein.

Leitsatz IV: Ausnahmsweise zulässig: Verkaufsstellen von landwirtschaftlichen Betrieben, Handwerksbetrieben, produzierenden und weiterverarbeitenden Gewerbebetrieben („Handwerkerprivileg“)

- wenn eine räumliche Zuordnung zum Hauptbetrieb,
- wenn eine Errichtung im betrieblichen Zusammenhang,
- wenn eine deutliche flächen- und umsatzmäßige Unterordnung sowie eine sortimentsbezogene Zuordnung zum Hauptbetrieb gegeben ist und
- wenn die Verkaufsflächenobergrenze von max. 800 m² nicht überschritten wird.

Durch diese standardisierten Leitsätze werden vorhabenbezogene und bauleitplanerische Zulässigkeitsfragen in der Stadt Herborn künftig effizient zu beantworten sein, womit nicht zuletzt auch eine Verfahrensbeschleunigung erreicht werden kann.

6.6 Planungsrechtliche Steuerungs- und Festsetzungsempfehlungen

Im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen für Einzelhandelsvorhaben in Herborn werden in diesem Leistungsbaustein Empfehlungen für bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien sowie für Musterfestsetzungen zur räumlichen Steuerung des Einzelhandels ausgesprochen, die sowohl für neu zu erarbeitende Bebauungspläne als auch im Einzelfall für die Anpassung bestehender älterer Bebauungspläne herangezogen werden können.

6.6.1 Empfohlene bauplanungsrechtliche Steuerungsstrategien

Ein wesentlicher Umsetzungsaspekt zur gesamtstädtischen Steuerung des Einzelhandels besteht darin, „erwünschte“ Standorte planungsrechtlich für die entsprechenden Ansiedlungsvorhaben vorzubereiten sowie andererseits „unerwünschte“ Standorte⁴⁴ bzw. Sortimente frühzeitig bauplanungsrechtlich auszuschließen.

Hieraus begründen sich u. a. folgende strategische kommunale Aufgaben:

- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung weiterer gewünschter Einzelhandelsvorhaben im Herborner Innenstadtzentrum gemäß den im Einzelhandelsentwicklungskonzept empfohlenen Sortimentsgruppen, -größenordnungen und den im Konzept angesprochenen mikro- und makroräumlichen Standort- und Lagebewertungen.
- Mittel- bis langfristiger Standortumbau auf Grundlage der Ansiedlungsleitsätze an denjenigen Standorten, die gemäß dem Zentren- und Standortkonzept für die entsprechenden Sortimente (insbesondere zentrenrelevante sowie zentren- und nahversorgungsrelevante) dauerhaft nicht mehr in Frage kommen sollen, vorbereitet durch

⁴⁴ „Erwünscht“ bzw. „unerwünscht“ im Sinne des Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts im Zusammenhang mit den Ansiedlungsleitsätzen.

eine entsprechende Überarbeitung planungsrechtlicher Festsetzungen für diese Gebiete unter Berücksichtigung des Planungsschadensrechts.

- Kurzfristiger Standortumbau an Standorten, die hierfür sofort in Frage kommen.
- Konsequenter und frühzeitig erarbeiteter planungsrechtlicher Ausschluss von Einzelhandel in Gewerbegebieten in Verbindung mit den Ansiedlungsleitsätzen.
- Planungsrechtliche und sonstige Vorbereitung der Ansiedlung von verkaufsflächen- und sortimentsbezogen begrenzten Lebensmittelmärkten an Standorten in den unterversorgten Stadtteilen.
- Abwehr bzw. Hinwirken auf die Modifikation von einzelhandelsbezogenen Planvorhaben in Nachbarkommunen, die erkennbar den eigenen zentralen Versorgungsbereich zu schädigen drohen und die gewünschten zusätzlichen Ansiedlungspotenziale im zentralen Versorgungsbereich im Rahmen der eigenen mittelzentralen Ansiedlungsspielräume gefährden, und zwar auf Basis der Abwehrrechte des BauGB und der Sortimentsliste Herborn zentrenrelevanter sowie zentren- und nahversorgungsrelevanter Sortimente.

Allgemeine Hinweise zu den Musterfestsetzungen

Die vorgenannten strategischen Empfehlungen beinhalten eine Vielzahl möglicher planungsrechtlicher Anwendungsfragestellungen, die je nach Vorhaben und Standort weiter differieren. Insofern können und dürfen keine dauerhaft gültigen generellen Musterfestsetzungen entworfen werden. Zur Ausgestaltung rechtssicherer Bauleitpläne ist generell zu empfehlen, dass sich die Begründung zum jeweiligen Bebauungsplan deutlich auf dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept in Verbindung mit dem bestätigenden Beschluss des zuständigen politischen Gremiums bezieht. Dies sollte jedoch nicht als pauschales Zitat erfolgen, sondern als konkrete und standortbezogene Auseinandersetzung mit

- dem jeweils individuellen Planerfordernis,
- der aktuellen Einzelhandelsbestandsbewertung zu dem zentralen Versorgungsbereich (einschließlich der strukturprägenden Angebotsmerkmale wie etwa das Warenangebot prägende Sortimente und Betriebsgrößen, Stärken und Schwächen einschließlich Leerstand usw.),
- der Begründung, warum der Erhalt und die Weiterentwicklung des zentralen Versorgungsbereichs und der Nahversorgungsstruktur sinnvoll erscheint und in welcher Weise dies geschehen soll⁴⁵ (hierzu hält dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept vielfältige Einzelaspekte standortbezogen vor),

⁴⁵ So z. B. die Begründung zum Entwurf eines Gesetzes zur Erleichterung von Planungsvorhaben für die Innenentwicklung der Städte (BauGB-Novelle 2007) bezogen auf die neuen B-Pläne der Innenentwicklung nach § 9 Abs. 2a BauGB (vgl. BT-Drs. 16/2496: S. 11)

- der Lage des Planvorhabens innerhalb des beabsichtigten zukünftigen Zentren-, Standort- und Nahversorgungskonzepts dieses Einzelhandelsentwicklungskonzepts,
- den Zielen, die mit der Planung verfolgt werden und deren Bezug zu den o. g. übergeordneten Entwicklungszielstellungen,
- den konkreten städtebaulichen Gründen, aus denen ein bestimmtes Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort hinsichtlich Verkaufsflächengröße und Sortimentsstruktur begrenzt werden soll bzw. aus denen Einzelhandelsvorhaben am jeweiligen Standort vollständig ausgeschlossen werden sollen.

Die Ansiedlungsleitsätze, die in diesem Einzelhandelsentwicklungskonzept enthalten sind, sollten als Abwägungsgrundsätze in die Erarbeitung des jeweiligen Bebauungsplans übernommen werden.

Weitere Begründungen für die Steuerung des Einzelhandels ergeben sich – neben den Zielen und Leitsätzen dieses Einzelhandelsentwicklungskonzepts⁴⁶ – bereits aus §§ 1 Abs. 6 Nr. 4 und 2 Abs. 2 BauGB i. V. m. § 11 Abs. 3 BauNVO sowie den landes- und regionalplanerischen Vorgaben.

Die Musterfestsetzungen selbst sind als Anregungen zur Ausgestaltung im Einzelfall gedacht, die je nach Vorhaben und Standort zu modifizieren sind. Sie sind als rein auf den Einzelhandel bezogene Empfehlungen zu verstehen, die weitere stadtentwicklungspolitische Abwägungserfordernisse sowie zu berücksichtigende weitere Aspekte der zu überplanenden Gebiete noch nicht enthalten. Für atypische Standorte und Vorhaben sollten diese Musterfestsetzungen nicht zugrunde gelegt werden.

Wesentliches Instrument zur Feinsteuerung innerhalb der Bebauungspläne ist der Nutzungsausschluss gem. § 1 Abs. 5 i. V. m. Abs. 9 BauNVO, wodurch einzelne in den §§ 2 und 4 bis 9 BauNVO genannte Nutzungsarten und Unterarten aus besonderen städtebaulichen Gründen ausgeschlossen werden können. Auf die allgemeinen Anforderungen an die Feinsteuerung in Bebauungsplänen sei verwiesen⁴⁷.

Die Herborner Sortimentsliste zentrenrelevanter, nahversorgungsrelevanter und nicht zentrenrelevanter Sortimente sollte, damit sie deutlich erkennbarer Bestandteil der Planung wird, bei konkreten Investitionsplanungen in den Festsetzungen des jeweiligen Bauleitplans aufgenommen werden⁴⁸.

⁴⁶ Das Einzelhandelsentwicklungskonzept selbst stellt ein städtebauliches Entwicklungskonzept im Sinne von § 1 Abs. 6 Nr. 11 BauGB dar.

⁴⁷ Z. B. die Wahrung der allgemeinen Zweckbestimmung des Baugebiets, vgl. hierzu u. a. Kuschnerus 2007: Rn. 509 ff., die Gewährleistung real existierender Betriebstypen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 C 77.84 vom 22.05.1987 bzw. Kuschnerus 2007: Rn. 519 ff., oder die Vermeidung des sog. „Windhundprinzips“ in gebietsbezogenen Sondergebietsfestsetzungen, vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008.

⁴⁸ Hierbei sollten die Sortimente mit den in der Sortimentsliste angegebenen Nummern des Warengruppenverzeichnisses (WZ 2008) sowie dessen Sortimentsbezeichnungen gekennzeichnet werden, um eine hinreichende Bestimmtheit und Bestimmbarkeit des Bauleitplans zu gewährleisten.

Sofern Bebauungspläne Standorte in zentralen Versorgungsbereichen überplanen, so sollte in der Begründung zum Bebauungsplan dieser entsprechende zentrale Versorgungsbereich namentlich und ergänzend ggf. zeichnerisch bezeichnet werden; die Planzeichnung selbst eignet sich aufgrund des begrenzten Planzeichenkatalogs nicht zur Kennzeichnung dieser besonderen Standortkategorie.

Empfohlene Musterfestsetzungen

a) Einzelhandelsbetriebe vorbereitende Bebauungsplanfestsetzungen

„Das Baugebiet *Name* wird festgesetzt als Sondergebiet *Zweckbestimmung* nach BauNVO⁴⁹. In diesem Sondergebiet ist zulässig ein Einzelhandelsbetrieb *Betriebstyp* (z. B. Gartenfachmarkt, Baufachmarkt, Bekleidungsfachgeschäft, Lebensmittel-discounter, Kiosk usw.)* mit einer maximalen Gesamtverkaufsfläche von *xy* m² und dem Hauptsortiment *xy* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Sortimentsliste Herborn).“

Ggf. Festsetzung zentrenrelevanter Randsortimente gemäß Ansiedlungsleitsatz III:

„Für diesen Einzelhandelsbetrieb werden die max. zulässigen zentrenrelevanten Randsortimente (gemäß Sortimentsliste Herborn) *(entweder)* auf insgesamt *xy* % der Gesamtverkaufsfläche *(oder)* max. *xy* m² begrenzt, wobei einzelne Sortimentsgruppen wie folgt begrenzt werden:

- Sortiment oder Sortimentsgruppe *xy* (einfügen: präzise WZ-Nr. und -Benennung gemäß Sortimentsliste Herborn): max. *xy* m² Verkaufsfläche (hier ist ein für den Einzelfall abgeleiteter Wert einzufügen).
- *weitere Sortimente analog*“.

Bei mehreren geplanten Einzelhandelsbetrieben innerhalb des gleichen Gebiets können die einzelhandelsbezogenen Festsetzungen im Rahmen eines vorhabenbezogenen Bebauungsplans i. S. d. § 12 BauGB⁵⁰ auf jeden Betrieb einzeln bezogen werden oder über Sondergebiete für jede Betrieb. Beispiel:

Sind innerhalb eine Plangebiets mehrere Einzelhandelsbetriebe geplant, deren Verkaufsflächen jeweils vorhabenbezogen begrenzt werden sollen, muss für jeden einzelnen Betrieb ein eigenes Sondergebiet entsprechend dem vorstehenden Festsetzungsvorschlag festgesetzt werden.

⁴⁹ Dieser Gebietstyp sollte i. d. R. ein Sondergebiet gem. § 11 BauNVO sein, da nur in einem solchen Baugebietstyp Einzelhandel über Verkaufsflächenobergrenzen präzise gesteuert werden kann (vgl. Kuschnerus 2007, Rn. 231 und 249 ff.). In allen anderen Baugebieten müssen die Festsetzungen einer Betriebstypendefinition entsprechen, was allerdings bislang nur für wenige Betriebstypen höchstrichterlich bestätigt ist. Für die Festsetzungen im Sondergebiet ist das sog. Windhundprinzip zu vermeiden (vgl. hierzu BVerwG, Urteil 4 CN 3.07 vom 03.04.2008).

⁵⁰ Für Angebotsbebauungspläne ist die Anwendung von baugebietsbezogenen Verkaufsflächengrenzen aufgrund des sog. „Windhundrennens“ nicht geeignet (vgl. auch BVerwG 4 CN 3.07 und BVerwG 4 CN 3.09).

b) Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen⁵¹

„Das Baugebiet *Name* wird festgesetzt als *Gebietstyp nach BauNVO*. In diesem Gebiet sind zulässig *Benennung der zulässigen Nutzungsarten, etwa bestimmte Gewerbebetriebe* [...]. In diesem Baugebiet sind Einzelhandelsbetriebe mit zentrenrelevantem sowie zentren- und nahversorgungsrelevantem Sortiment entsprechend der nachstehenden Sortimentsliste Herborn nicht zulässig. Nicht zulässig sind auch Einzelhandelsbetriebe, die mehrere der in der Sortimentsliste Herborn angeführten zentrenrelevanten sowie zentren- und nahversorgungsrelevanten Sortimente nebeneinander anbieten⁵² (*in der Begründung ist auf die beabsichtigte Stärkung der Zentren sowie ihre Erhaltung und Weiterentwicklung i. S. d. Einzelhandelsentwicklungskonzepts für die Stadt Herborn einzugehen*).

⁵¹ Einzelhandelsbetriebe ausschließende Bebauungsplanfestsetzungen umfassen stets auch Kioske. Ihre Bedeutung ist hinsichtlich des städtebaulich-funktionalen Schutzes der zentralen Versorgungsbereiche allerdings eher marginal. Daher dürfte es stadtplanerisch regelmäßig in Betracht kommen, in den Bebauungsplanfestsetzungen eine Befreiungsmöglichkeit gem. § 31 Abs. 2 BauGB zur Ansiedlung von Kiosken einzuräumen (vgl. Kuschnerus 2007: Rn. 109 ff. und 460).

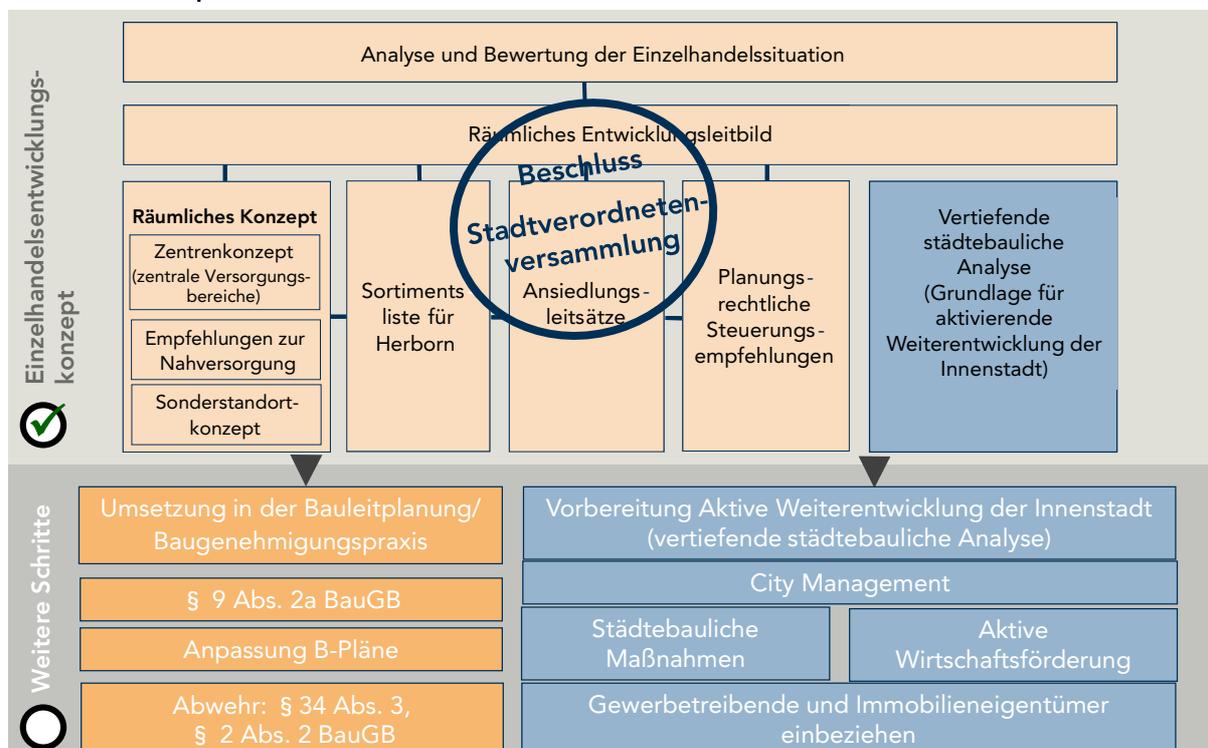
⁵² In Form eines (Spezial-) Kauf- oder Warenhauses oder themenbezogene Kauf- oder Warenhäuser.

7 Schlusswort

Die Stadt Herborn verfügt hinsichtlich ihrer aktuellen Einzelhandelsstruktur über die notwendige Ausgangsbasis für eine Stärkung der vorhandenen Standorte, insbesondere des zentralen Versorgungsbereichs Innenstadtzentrum mit einer klar definierten Versorgungsaufgabe. Während der Erarbeitung dieses Einzelhandelsentwicklungskonzepts wurden – begleitet und konstruktiv unterstützt durch die Verwaltung sowie den Arbeitskreis Lokale Partnerschaft (Einzelhändler) und die Herborner Politik und Bürgerschaft – Entwicklungsempfehlungen und künftige Leitlinien erörtert, die es erlauben, stringente Instrumente zur bauleitplanerischen und genehmigungsrechtlichen Steuerung der Standorte und der künftigen Vorhaben abzuleiten.

In diesem Bericht werden die notwendigen Instrumente vorgestellt, Empfehlungen zu Umsetzungsprioritäten ausgesprochen und ggf. erkennbare Handlungsalternativen angesprochen. Durch den Beschluss dieser Fortschreibung des Einzelhandelsentwicklungskonzepts durch die Stadtverordnetenversammlung werden die Empfehlungen für die Verwaltung bindend (gem. § 1 Abs. 6 Satz 11 und § 9 Abs. 2a Satz 2 BauGB); zugleich entfalten die enthaltenen Instrumente hierdurch ihre größtmögliche Wirkung für die Rechtssicherheit der Bauleitplanung und der Genehmigungspraxis. Ebenso trägt der Beschluss dazu bei, dass die Effizienz der Verwaltungsarbeit in Sachen Standortbeurteilungen gewährleistet werden kann.

Abbildung 33: Einzelhandelsentwicklungskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik



Quelle: Eigene Darstellung.

Obschon dieses Einzelhandelsentwicklungskonzept zunächst ein primär stadtplanerisches Instrumentarium darstellt, kann es auch in anderen Zusammenhängen (Teil-) Beiträge zur Fortentwicklung der Handelsstandorte leisten, so zum Beispiel im Rahmen der Wirtschaftsförderung. Das Konzept bietet zudem Anknüpfungspunkte für neue große wie auch kleinere Entwicklungsvorhaben (etwa im ZVB Innenstadtzentrum), für Detailkonzepte zu einzelnen Standorten und Fragestellungen (etwa dem Branchenmix) sowie für prozessbegleitende Maßnahmen bzw. die Einbindung der Händlerschaft und der Immobilieneigentümer in die Maßnahmen zur Standortstärkung, die im Rahmen des Kernbereichsmanagements der Stadt Herborn konkretisiert und umgesetzt werden.

Aufgrund der hohen Dynamik im Einzelhandel ist mittelfristig auch weiterhin ein Bedarf zur Fortschreibung der einzelhandelsbezogenen Grundlagenermittlung und Zielerarbeitung für ein zu aktualisierendes Einzelhandelsentwicklungskonzept – inkl. einer flächendeckenden Vollerhebung des Einzelhandels – zu erkennen.

Insbesondere die konzeptionellen Bausteine des Konzepts bedürfen einer Erfolgskontrolle und ggf. einer laufenden Fortschreibung. Ob ein solcher Bedarf zur Fortschreibung erkennbar ist, sollte erfahrungsgemäß alle fünf Jahre bewertet werden. Zudem sollte auch bei erheblichen Veränderungen der gesetzlichen Grundlagen zur Steuerung der Einzelhandelsentwicklung geprüft werden, inwieweit eine Fortschreibung des Konzepts erfolgen sollte.

Anhang

Literatur- und Quellenverzeichnis

Literatur und Handelsfachdaten

Beckmann, Ralf / Böcker, Mone / Lindemann, Maik / Nyhues, Jens (2007): Leitfaden Nahversorgung als Basis der Zentrenbildung. Aktuelle Modelle, Strategien und Konzepte gegen wegbrechende Handels- und Dienstleistungsnutzungen. Berlin.

BMVBW (2002): Bericht der Arbeitsgruppe Strukturwandel im Lebensmitteleinzelhandel und § 11 Abs. 3 BauNVO. Ohne Ort.

Deutscher Bundestag (2004): Entwurf eines Gesetzes zur Anpassung des Baugesetzbuchs an EU-Richtlinien (Europarechtsanpassungsgesetz Bau – EAG Bau). Bundestagsdrucksache 15/2250. Berlin.

Econ Consult (2002): Einzelhandelsentwicklungskonzept Herborn 2002

EHI Retail Institute (2005 - 2016): Handel aktuell. Struktur, Kennzahlen und Profile des deutschen und internationalen Handels. Köln.

Fachdialog Kreis Offenbach (2008): Kommunen gestalten ihre Zukunft - Dem demografischen Wandel sichtbare Gestalt geben - Bevölkerungsentwicklung

Hahn Gruppe (2006 - 2016): Retail Real Estate Report der Jahre 2006 - 2017. Bergisch Gladbach.

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (2000): Landesentwicklungsplan Hessen 2000. Ohne Ort.

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung (2005): Großflächige Einzelhandelsvorhaben im Bau- und Landesplanungsrecht – Hinweise und Erläuterungen (Neufassung 2005). Wiesbaden.

IFH RETAIL CONSULTANTS GmbH (2015): Einzelhandelsrelevante Kaufkraft 2015. Köln.

Institut für Wohnen und Umwelt (2016): Wohnungsbedarfsprognose für die hessischen Landkreise und kreisfreien Städte

Kuschnerus, Ulrich (2007): Der standortgerechte Einzelhandel. Bonn.

Regierungspräsidium Gießen (2010): Regionalplan Mittelhessen

Stadt + Handel, DSK (2015): Integriertes Handlungskonzept für die Stadt Herborn.

Statistisches Bundesamt (WZ 2008) (2008): Klassifikation der Wirtschaftszweige. Ausgabe 2008. Wiesbaden.

WABE-Institut (2007): Einzelhandel Branchendaten 2007. Berlin.

Sonstige Quellen

Hessisches Ministerium für Wirtschaft, Verkehr und Landesentwicklung/Hessenagentur (2016): Bevölkerungsvorausschätzung für Hessen und seine Regionen als Grundlage der Landesentwicklungsplanung

Hessisches Statistisches Landesamt (2016) – Bevölkerung in Hessen 2060

Stadt Herborn (2016): Bevölkerungszahlen

Website handelsdaten.de: www.handelsdaten.de

Website HDE: www.einzelhandel.de

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:	Das hierarchisch abgestufte System zentraler Versorgungsbereiche (modellhaft) _____	7
Abbildung 2:	Erarbeitungsschritte Einzelhandelsentwicklungskonzept _____	15
Abbildung 3:	Entwicklung der Verkaufsflächen in Deutschland _____	20
Abbildung 4:	Lage Herborns in der Region _____	24
Abbildung 5:	Einzelhandelsbestand (in m ² VKF) nach Warengruppen und Lagebereichen _____	27
Abbildung 6:	Lokale Einkaufsorientierung in Herborn – Warengruppen nach Einkaufsorten _____	29
Abbildung 7:	Herkunft der befragten Kunden und Besucher der Stadt Herborn	31
Abbildung 8:	Die Zentren- und Standortstruktur in Herborn _____	34
Abbildung 9:	Ermittlungsmethodik des absatzwirtschaftlichen Entwicklungsrahmens _____	38
Abbildung 10:	Entwicklung von Konsumausgaben, Einzelhandelsanteil und einzelhandelsrelevanter Kaufkraft _____	40
Abbildung 11:	Entwicklungsindex der Flächenproduktion von 2000 bis 2015 ____	41
Abbildung 12:	Anteil des E-Commerce am Einzelhandelsumsatz (in Mrd. Euro) in Deutschland von 2000 bis 2015 und Prognose für 2016 _____	42
Abbildung 13:	Anteil des E-Commerce am Gesamtumsatz einzelner Sortimentsbereiche in % in Deutschland _____	43
Abbildung 14:	Sortimentspezifische Entwicklung des Distanzhandels _____	44
Abbildung 15:	Zentralitäten nach Sortimentsgruppen _____	44
Abbildung 16:	Übergeordnete Entwicklungszielstellung für Herborn _____	49
Abbildung 17:	Methodik: Ableitung von zentralen Versorgungsbereichen aus dem Bestand kommunaler städtebaulich-funktionaler Zentren ____	51
Abbildung 18:	Räumliche Festlegung des zentralen Versorgungsbereichs ZVB Innenstadtzentrum Herborn nach dem EHEK 2002 und aktuell (Zielkonzept) _____	53
Abbildung 19:	Das Herborner Innenstadtzentrum _____	54
Abbildung 20:	ZVB Innenstadtzentrum Herborn – Verkaufsflächen nach Warengruppen _____	56
Abbildung 21:	Haushaltsbefragung - Besuchsgrund der Herborner Innenstadt ____	57

Abbildung 22:	Passantenbefragung - Einkaufshäufigkeit _____	59
Abbildung 23:	Passanten- und Haushaltsbefragung – Veränderung der Einkaufshäufigkeit _____	60
Abbildung 24:	Passanten- und Haushaltsbefragung – Vermisste Artikel in der Herborner Innenstadt _____	60
Abbildung 25:	SWOT-Analyse des Herborner Innenstadtzentrums _____	62
Abbildung 26:	Haushaltsbefragung – Gründe für den Einkauf im Internet _____	65
Abbildung 27:	Haushaltsbefragung – Häufigkeit der Nutzung von Online-Diensten/Angeboten zum Einkauf _____	66
Abbildung 28:	Haushaltsbefragung – Gründe für den seltenen Einkauf im Internet	67
Abbildung 29:	Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße _____	69
Abbildung 30:	Standortbereich Untere Au/Konrad-Adenauer-Straße – Nutzung im Bestand _____	70
Abbildung 31:	Verkaufsflächen im Vergleich – ZVB Innenstadtzentrum Herborn – Standortbereich Au/Konrad-Adenauer-Straße _____	71
Abbildung 32:	Die Nahversorgungsstruktur in Herborn im Überblick _____	74
Abbildung 33:	Einzelhandelsentwicklungskonzept als Basis für eine aktive Stadtentwicklungspolitik _____	94

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1:	Zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) _____	8
Tabelle 2:	Festlegungskriterien für zentrale Versorgungsbereiche (ZVB) ____	10
Tabelle 3:	Die Bevölkerungsverteilung in Herborn _____	23
Tabelle 4:	Einzelhandelsbestand in der Stadt Herborn _____	25
Tabelle 5:	Einzelhandelsstruktur nach städtebaulichen Lagebereichen ____	26
Tabelle 6:	Relevante Angebots- und Nachfragedaten sowie Zentralitätswerte in Herborn _____	32
Tabelle 7:	Absatzwirtschaftlicher Entwicklungsrahmen für Herborn bis 2026_	46
Tabelle 8:	Passantenbefragung – Üblicherweise aufgesuchte Betriebe_____	58
Tabelle 9:	Ausstattungskennziffern Nahrungs- und Genussmittel (NuG) Herborn _____	73
Tabelle 10:	Empfehlungen zur Nahversorgung_____	76
Tabelle 11:	Beurteilungskriterien für die Zentrenrelevanz von Sortimenten ____	80
Tabelle 12:	Sortimentsliste für die Stadt Herborn („Sortimentsliste Herborn“)	81

Glossar

Betriebsform (Betriebstyp)

Eine Gruppe von Handelsbetrieben mit gleichen oder ähnlichen Merkmalsausprägungen. Es gibt starke Ähnlichkeiten der Betriebe innerhalb einer Betriebsform, während sich Betriebsformen in einem oder mehreren Merkmalen deutlich voneinander unterscheiden. Um Betriebstypen zu definieren, wird auf Merkmale zurückgegriffen, die das Erscheinungsbild des Handelsbetriebes gegenüber den Abnehmern gestalten. Sowohl im Groß- als auch im Einzelhandel werden Betriebsformen unterschieden. Es besteht eine Dynamik in den Betriebsformen, d. h. es entstehen neue Betriebstypen und alte scheiden aus. Seit neuester Zeit wird auch von Formaten und Vertriebschienen gesprochen. Betriebstypen sind z. B. Fachmarkt, Supermarkt oder SB-Warenhaus.

Bindungsquote

Verhältnis zwischen Umsatz- und Kaufkraftpotential in einem Gebiet. An ihr ist ersichtlich, ob Kaufkraft in ein Gebiet zu- (> 100 %) oder abfließt (< 100 %). Anhand der Bindungsquote kann die Zentralität eines Ortes ermittelt werden, je nachdem, ob ein Kaufkraftzufluss, oder -abfluss vorliegt (Kaufkraft).

Business Improvement District (BID)

Ein Business Improvement District (BID) ist ein räumlich begrenzter, meist innerstädtischer Bereich, in dem sich Grundeigentümer und Gewerbetreibende mit dem Ziel zusammenschließen, das unmittelbare betriebliche und städtische Umfeld zu verbessern. Von einem derartigen Public Private Partnership - Modell, also der Zusammenarbeit von öffentlich-rechtlichen und privaten Akteuren, können sowohl Städte und Gemeinden, als auch Verbraucher und Wirtschaft profitieren.

In Deutschland gibt es bislang noch keine bundesrechtliche Grundlage zur Gründung eines BID. Einige Länder haben jedoch den Ansatz aufgegriffen und als Lösungsansatz für Standorte diskutiert, die von Trading-Down-Prozessen betroffen sind. In Hamburg wurde das erste Landesgesetz zu der Einrichtung eines BID verabschiedet.

Einzelhandel

Im funktionellen Sinne liegt Einzelhandel vor, wenn Marktteilnehmer Güter, die sie i. d. R. nicht selbst be- oder verarbeiten, von anderen Marktteilnehmern beschaffen und an private Haushalte absetzen.

Als Einzelhandel im institutionellen Sinne (auch Einzelhandelsbetrieb, Einzelhandelsunternehmung, Einzelhandlung) werden jene Institutionen bezeichnet, deren wirtschaftliche Tätigkeit ausschließlich oder überwiegend dem Einzelhandel im funktionellen Sinne zuzuordnen ist. Ein Betrieb wird dem Einzelhandel zugerechnet, wenn die Wertschöpfung der Einzelhandelstätigkeit größer ist, als aus sonstigen Tätigkeiten.

Einzelhandelsrelevante Nachfrage

Der Teil der Verbrauchsausgaben privater Haushalte, der im Einzelhandel ausgegeben wird. Nicht berücksichtigt wird die Nachfrage nach Dienstleistungen.

Fabrikladen (Factory Outlet)

Herstellereigenes Einzelhandelsgeschäft, i. d. R. mit minimierter Ausstattung und Selbstbedienung, in dem ein Hersteller im Direktvertrieb vor allem seine Warenüberhänge und seine Zweite-Wahl-Ware verkauft. Standort für einen Fabrikladen sind entweder ein größerer Raum beim Hersteller selbst oder ein verkehrsgünstig gelegener Verkaufsraum in der Nähe.

Fachdiscounter

Ein meist klein- bis mittelflächiger Einzelhandelsbetrieb, der überwiegend Waren des täglichen Bedarfs in Selbstbedienung und ohne Service anbietet. Das Sortiment ist dabei flach und schmal und wird oft zu den niedrigen Preisen angeboten.

Fachgeschäft

Spezialisierte und branchengebundene Einzelhandelsbetriebe, die sich durch eine große Sortimentstiefe und unterschiedliches Preis- und Qualitätsniveau auszeichnen. Die Verkaufsfläche liegt meistens deutlich unter 800 m². Entscheidend für die Abgrenzung zu Fachmärkten ist vor allem der Service (z. B. Kundendienst und Beratung/Bedienung).

Fachmarkt

Fachgeschäft der Non-Food-Sparte, das in bestimmten Branchenschwerpunkten (Elektronik, Sport, Drogerie etc.) über ein breites und tiefes Sortimentsangebot verfügt, dabei aber nur eine knappe Personalbesetzung und als Verkaufsverfahren Selbstbedienung oder Vorwahl mit fachlicher und sortimentspezifischer Beratung einsetzt; übersichtliche Warenanordnung in meist ebenerdigen Betrieben mit niedrigem bis mittlerem Preisniveau. Die Standorte sind meist autokundenorientiert, davon einige Sortimente innenstadtnah (Drogerien), andere isoliert in gewachsenen oder geplanten Zentren. Verkaufsfläche > 800 m². Je nach Typ des Fachmarktes sind verschiedene Größenordnungen üblich (z. B. Drogeriefachmärkte mit rd. 800 m², Elektrofachmarkt 2.000 - 4.000 m² (z. B. Saturn), Baumarkt 2.000 - 15.000 m², Möbelmarkt bis zu 50.000 m²).

Serviceorientierte Fachmärkte bieten neben ihrem Warensortiment auch eine Vielfalt sortimentsbezogener und selbstständig vermarktbarer Dienstleistungen an. Bei diskontorientierten Fachmärkten wird zugunsten des Preises auf jedwede Beratung oder Dienstleistung verzichtet. Der Spezialfachmarkt führt Ausschnittsortimente aus dem Programm eines Fachmarktes.

Factory-Outlet-Center (FOC)

Mittel- bis großflächige Ansammlung von Einzelhandelsbetrieben, in denen im Direktvertrieb Waren von mehreren Herstellungsunternehmen in separaten Ladeneinheiten dem Konsumenten zum Verkauf angeboten werden. Neben den Markenshops finden sich in FOCs oft gastronomische Angebote im Gebäudekomplex. Von Fabrikverkäufen (Fabrikladen) unterscheiden sich FOCs durch die räumliche Trennung von Produktion

und Verkauf. FOCs liegen meist außerhalb urbaner Zentren auf der „grünen Wiese“ in verkehrsgünstiger Lage und in Fabriknähe.

Grenzrentabilität

Grenze der Einnahmen-Kosten-Relation, unterhalb derer ein Einzelhandelsbetrieb – unter Berücksichtigung lokaler Nachfrage- und Wettbewerbsbedingungen sowie zeitgemäßer, handelstypischer Betriebsgestaltung – nicht dauerhaft wirtschaftlich zu betreiben ist.

Immobilien- und Standortgemeinschaft (ISG)

Modell zur Aufwertung von Handelsstandorten, das auf Grundlage der Idee der BID die Bildung von Gemeinschaften aus Grund- und Immobilienbesitzern und öffentlichen Planungsträgern fördert. Die Mitgliedschaft in einer ISG ist freiwillig und unterscheidet sich so maßgeblich vom amerikanischen Modell des BID.

Innenstadt

Das Gebiet einer Stadt, in dem sich die gesamtstädtisch und überörtlich bedeutsamen Institutionen konzentrieren. Der Begriff der Innenstadt ist i. d. R. nicht mit demjenigen des Innenstadtzentrums (IZ) gleichzusetzen, da die Abgrenzung neben der baulichen Dichte und der Dichte der Einzelhandels- und Dienstleistungsfunktionen auch die historische Entwicklung und Bedeutung von Zentrenbereichen berücksichtigt, weniger als der Begriff des IZ jedoch auf dem Einzelhandel beruht.

Innenstadtzentrum (IZ)

Einzelhandelsrelevante Lagebezeichnung für städtebaulich-funktionell abgegrenzte Innenstadtbereiche. Bei der Abgrenzung des IZ gegenüber weiteren Innenstadtbereichen wird die Konzentration gesamtstädtisch und überörtlich bedeutender Funktionen ebenso berücksichtigt wie die Dichte des bestehenden Handelsbesatzes oder städtebauliche Eigenschaften. Da das IZ zu den zentralen Versorgungsbereichen zählt, ist es ein Schutzgut im Sinne des Städtebaurechts. Das IZ ist je nach örtlicher Ausprägung nicht notwendiger Weise deckungsgleich mit dem historischen oder statistischen Zentrum.

Katalogschauraum

Kleinflächige Ausstellungsläden, in denen nicht verkauft wird, sondern jeder Artikel meist nur einmal vorhanden ist und bestellt werden kann. Er verbindet Versandhauswerbung mit der Verkaufsstätte.

Kaufhaus

Zentral gelegener großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit einem breiten und tiefen Non-Food-Sortiment, der meistens im Wege der Bedienung Waren aus zwei oder mehr Branchen anbietet, davon wenigstens eine in tiefer Gliederung. Am weitesten verbreitet sind Kaufhäuser mit Bekleidung und Textilien oder verwandten Bedarfsrichtungen. Starke Konzentration auf bestimmte Warengruppen. Ein Lebensmittelangebot ist meistens nicht vorhanden. Verkaufsfläche > 1.000 m²

Kaufkraft

Die Geldmenge, die privaten Haushalten innerhalb eines bestimmten Zeitraums zur Verfügung steht. Errechnet wird sie aus den Nettoeinnahmen zuzüglich der Entnahme aus Ersparnissen und aufgenommener

Kredite, abzüglich der Bildung von Ersparnissen und der Tilgung von Schulden.

Kaufkraftbindung

Der Teil der Kaufkraft einer Region, der in der Region selbst ausgegeben wird. Ein Kaufkraftabfluss liegt vor, wenn ein Teil der regionalen Kaufkraft außerhalb dieser ausgegeben wird. Ein Kaufkraftzufluss liegt vor, wenn Kaufkraftanteile aus Fremdregionen einem Marktgebiet zufließen.

Kaufkraftkennziffer

Gibt Auskunft über die regionale Verteilung der Kaufkraft. Sie gibt an, wie viel Promille der gesamten Kaufkraft in Deutschland auf die betrachtete geographische Einheit entfällt. Errechnet wird sie durch Multiplikation des Bevölkerungsanteils des Gebiets an der Gesamtbevölkerung mit einem Kaufkraftfaktor, der nur aus Nettoeinkommen der im Gebiet ansässigen Bevölkerung besteht. Sie gibt die Höhe des durchschnittlichen Nettoeinkommens im Vergleich zum Bundesdurchschnitt an.

Lebensmitteldiscounter

Lebensmitteldiscounter zeichnen sich durch ein spezialisiertes Sortiment mit einer niedrigen Artikelzahl aus. Weitere Merkmale sind Selbstbedienung, einfache Ladenausstattung und aggressive Marketing-Strategien. Die Ladengröße liegt zwischen 250 – 800 m², in Einzelfällen auch darüber. Der Umsatzanteil durch Non-Food-Artikel liegt zwischen 10 – 13 %.

SB-Warenhaus

Einzelhandelsbetrieb (großflächig) mit mindestens 3.000 m² Verkaufsfläche in meist peripherer Lage, der Waren überwiegend in Selbstbedienung und ohne kostenintensiven Kundendienst anbietet. Hohe Werbeaktivität in Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Das Sortiment ist umfassend und bietet ein Sortiment des kurz-, mittel- und langfristigen Bedarfs von bis zu 100.000 Artikeln. Der Umsatzschwerpunkt (> 50 %) liegt bei Nahrungsmitteln. Der Non-Food-Anteil kommt auf 60 – 75 % bei der Fläche (35 – 50 % des Umsatzes).

Sortiment

Die Auswahl bzw. Struktur aller angebotenen Artikel eines Handelsunternehmens.

Unterschieden wird in Kern-, Grund-, und Randsortiment.

Das Kernsortiment beinhaltet das eigentliche Sortiment z. B. Sanitärprodukte (Badewannen, Duschen, Toiletten) beim Sanitärhändler. Die Waren des Kernsortiments sollen die Rendite des jeweiligen Händlers sichern. Mit dem Kernsortiment wird der Hauptumsatz der jeweiligen Filiale gemacht.

Das Grundsortiment ist das Sortiment, mit dem der größte Umsatz gemacht wird. Kern- und Grundsortiment können identisch sein, weichen bei einigen Unternehmen aber voneinander ab. Dies wäre der Fall, wenn der Sanitärhändler Leuchten ins Sortiment aufnimmt, die mehr Umsatz bringen als die Sanitärprodukte.

Beim Randsortiment ist der Anteil am Umsatz gering. Solche Artikel werden geführt, um den Kunden einen zusätzlichen Service zu bieten

(Abgrenzung gegenüber dem Wettbewerber) oder um einen zusätzlichen Gewinn zu erwirtschaften.

Die Sortimentstiefe hängt proportional davon ab, wie viele Varianten eines Artikels ein Händler anbietet. Die Sortimentsbreite hängt proportional davon ab, wie viele verschiedene Warengruppen ein Händler führt.

Städtebaulich integrierte Lage (siL)

Als städtebaulich integrierte Lage (auch: sonstige integrierte Lage) werden diejenigen Siedlungsbereiche bezeichnet, die überwiegend in Wohnbereiche eingebettet sind. Die bauliche Dichte sowie die Dichte der Einzelhandelsnutzungen und sonstigen Funktionen reichen in dieser Lage nicht aus, diese Lage als zentralen Versorgungsbereich einzuordnen.

Städtebaulich nicht integrierte Lage (niL)

Städtebaulich nicht integrierte Lagen unterscheiden sich von den sonstigen integrierten Lagen durch die fehlende Einbettung in die sie umgebende Wohnbebauung. Nicht integrierte Lagen umfassen demnach alle Siedlungsbereiche außerhalb der Zentren und sonstigen integrierten Lagen. I. d. R. trifft die Bezeichnung auf Einzelhandelsstandorte in Industrie- oder Gewerbegebieten sowie im Außenbereich zu.

Supermarkt

Verkauf des Lebensmittelvollsortiments inkl. Frischfleisch sowie Verkauf von Waren des täglichen und kurzfristigen Bedarfs. Meist Selbstbedienung. Die Verkaufsflächen liegen zwischen 400 - 1.500 m², wobei hinsichtlich der Verkaufsflächenobergrenze in der Handelsfachliteratur divergierende Auffassungen erkennbar sind.

Trading-Down-Prozess

Ursprünglich die Bezeichnung einer sequentiellen Strategiealternative in der Positionierung von Einzelhandelsbetrieben.

Mit dieser Strategie versuchen z. B. Warenhäuser etablierten Verbrauchermärkten und SB-Warenhäusern auf der „grünen Wiese“ Paroli zu bieten. Dies geschieht meistens durch den radikalen Abbau von Verkaufspersonal und die Ausweitung der Selbstbedienung und Vorwahl anstelle von Beratung und Bedienung.

Verbreiteter ist der Gebrauch des Begriffes „Trading down“ im Zusammenhang mit der Beschreibung der Entwicklungsdynamik von Einkaufslagen oder ganzen Innenstädten. Hier bezeichnet „Trading down“ den Trend zum Ersatz höherwertiger und -preisiger Anbieter durch niedrigpreisige Anbieter bzw. innerhalb bestehender Betriebe den Ersatz von höherpreisigen Sortimentsbestandteilen durch niedrigpreisige Artikel. Damit verbunden ist die Verflachung (oder Banalisierung) des Angebots, des Ladenbaus, des Qualifikationsniveaus der Beschäftigten und der Außenwerbung.

Umsatz

Der Umsatz beschreibt die Absatzmengen eines Unternehmens, einer Branche, einer sonstigen Wirtschaftseinheit oder eines definierten Stand-

orts innerhalb einer bestimmten zeitlichen Periode. Im vorliegenden Bericht wird der Umsatz i. d. R. als monetärer Brutto-Jahresumsatz angegeben.

Urban Entertainment Center (UEC)

Kombination von großflächigem Einzelhandel, Gastronomie und thematisch integrierte Freizeit und Unterhaltungsangebote (z. B. Multiplex Kino oder Musical Theater).

Verbrauchermarkt

Einzelhandelsbetrieb mit Lebensmittelvollsortiment sowie Ge- und Verbrauchsgütern des kurz- und mittelfristigen Bedarfs. Tiefes und breites Sortiment an meist autoorientiertem Standort entweder in Alleinlage oder innerhalb Einzelhandelszentren. Dauerniedrigpreis- und Sonderangebotspolitik. Großflächig (rd. 1.500 - 5.000 m²), überwiegend Selbstbedienung. Anteil Non-Food-Artikel: Fläche 30 – 60 %; Umsatz 20 – 40 %.

Verkaufsfläche

In die Verkaufsfläche eines Einzelhandelsbetriebs werden grundsätzlich nicht nur die von Kunden betretbaren Bereiche mit eingerechnet, sondern auch die Kassenzone, Pack- und Entsorgungszonen, Käse-, Fleisch- und Wursttheken und ein Windfang. Weitere Räumlichkeiten wie Personalbüros, Aufenthalts- und Lagerräume, reine Lagerflächen und für Kunden nicht sichtbare Bereiche zur Vorbereitung der Waren zählen jedoch nicht zur Verkaufsfläche.

Warenhaus

Zentral gelegener, großflächiger Einzelhandelsbetrieb mit breitem und tiefem Sortiment aus mehreren Branchen mit hohem Servicegrad und mittlerem bis gehobenem Preisniveau. Der Schwerpunkt liegt meist auf Bekleidung oder Textilien. Daneben werden Lebensmittel und Dienstleistungen (Gastronomie, Friseur, Versicherung etc.) angeboten. Der Verkauf erfolgt in Bedienung, Vorwahl und Selbstbedienung. Die Verkaufsfläche liegt bei mindestens 3.000 m², der Umsatz der Non-Food-Artikel macht i. d. R. mehr als 50 % aus.

Zentraler Versorgungsbereich

Zu den zentralen Versorgungsbereichen zählen sämtliche städtebaulich-funktionalen Zentren (Innenstadtzentrum, Nebenzentren, Ortsteil- oder Ortsteilzentren, Nahversorgungszentren) einer Kommune. Der Begriff ist gleichbedeutend mit dem Schutzgut „zentraler Versorgungsbereich“ z. B. nach § 34 Abs. 3 BauGB und § 11 Abs. 3 BauNVO und ist damit gesetzlich begründeter Gegenstand der Bauleitplanung.

Zentralitätskennziffer

Die Zentralität (bzw. Zentralitätskennziffer) einer Kommune verdeutlicht das relative Verhältnis zwischen den erzielten Umsätzen und der potenziell verfügbaren Kaufkraft vor Ort. Sie wird als Quotient dieser beiden Werte ermittelt. Ein Wert unter 100 % beinhaltet, dass in der Summe aller Kaufkraftzuflüsse und -abflüsse Einzelhandelskaufkraft in andere Orte abfließt; ein Wert über 100 % beschreibt umgekehrt den per Saldo erkennbaren Gewinn aus anderen Orten.